

AUBI-*news*

KUNDENMAGAZIN - AUSGABE 01/2019



Worauf achten Jugendliche bei Stellenanzeigen?



Das  für Ihre Ausbildung

Inhaltsverzeichnis



Foto: © Austin Distel | unsplash

3 Mit der Stellenanzeige überzeugen



9 So funktioniert Preboarding



Tipps für Ihre Azubis

11 Das Problem der Prokrastination

TITELTHEMA

3 Mit der Stellenanzeige überzeugen

BEWERBEN LEICHT GEMACHT – NEUE BEWERBUNGSTRENDS

- 5 Bewerbung ohne Anschreiben
- 6 Bewerbung per WhatsApp
- 8 Bewerbung mittels Handyvideo

AZUBI-BINDUNG

9 So funktioniert Preboarding

NEUE KOOPERATION

10 AUBI-plus ist Partner der Studie „Azubi-Recruiting Trends 2019“

TIPPS FÜR IHRE AZUBIS

11 Das Problem der Prokrastination

DAS IST LOS BEI AUBI-PLUS

- 13 Neue Funktion: Abgleich des Cultural Fit
- 14 Neue Azubis finden - Zielgruppe Studienabbrecher
Doppelte Freude: Zwei Auszeichnungen für AUBI-plus
- 15 Neue Gesichter in der Kundenberatung

Impressum

Herausgeber:

AUBI-plus GmbH
Weidehorst 116 · 32609 Hüllhorst
E-Mail: info@aubi-plus.de
Telefon: +49 5744 - 5070 - 0
www.aubi-plus.de

Erscheinungsweise:

2 x im Jahr

DAS + FÜR IHRE AUSBILDUNG

Editorial



Liebe Leserin, lieber Leser,

ich freue mich, dass Sie die erste AUBI-news 2019 in Ihren Händen halten. Wieder ist es unserem Redaktionsteam gelungen, eine Reihe interessanter Beiträge für Sie zusammenzustellen, die Sie, so hoffen wir, mit frischen Impulsen für Ihre Ausbildungsaufgabe versorgen.

Christian Scholz, Hochschullehrer für Personalmanagement und Verfasser der Trendstudie Generation Z, prognostizierte vor einigen Jahren in einer österreichischen Tageszeitung, dass die künftigen Teenager zu ihrem Arbeitgeber „noch weniger Loyalität als zu ihrer Turnschuhmarke“ aufbauen werden. Hat er Recht behalten?

Antworten dazu liefert unser im April dieses Jahres erscheinender und bei uns zu beziehender „Qualitätsreport Ausbildung 2019“. Quelle dieser Studie sind die von uns seit 2014 durchgeführten Evaluationen der betrieblichen Ausbildung für das Gütesiegel BEST PLACE TO LEARN®. Eine Antwort vorweg: Das stärkste Band zwischen Azubis und Ausbildungsbetrieb ist der „psychologische Vertrag“.

Und nun wünsche ich Ihnen kurzweiliges Lesen.

H. Köstring
Ihr Heiko Köstring
Geschäftsführender Gesellschafter

Worauf achten Jugendliche bei Stellenanzeigen?

Unternehmen greifen bei Stellenausschreibungen oft auf den beliebten Standard zurück. Gemäß dem Motto: „Das machen wir schon seit vielen Jahren so, das hat immer funktioniert.“ Die Werte und Vorstellungen der potenziellen Bewerber sind allerdings andere. Was stellen sich Jugendliche vor und wie können Unternehmen es passend umsetzen?

Überzeugen Sie die Jugendlichen

Es ist leichter gesagt als getan. Wer Nachwuchs für die eigenen Unternehmensreihen sucht, muss die Zielgruppe kennen, sich von alten Gewohnheiten trennen und mit neuen Möglichkeiten auseinandersetzen. Dabei stoßen die meisten Unternehmen bereits an ihre Grenzen, denn der zeitliche Aufwand, sich ausgiebig mit der Gewinnung junger Talente zu beschäftigen, wird unterschätzt. Dies lässt Personalabteilungen in gewohnte Muster zurückfallen. Der demografische Wandel sowie das große Interesse der Jugendlichen an einem Hochschulstudium haben die Lage auf dem Ausbildungs-

markt deutlich verändert. Wer einen geeigneten Azubi finden möchte, muss sich um diesen bemühen und für sein Unternehmen werben. Das Ziel der Betriebe ist es deshalb, die potenziellen Azubis von ihrem Ausbildungsbetrieb aktiv zu überzeugen und das beginnt bereits mit der Bewerberansprache und der Stellenanzeige. Die Azubi-Recruiting Trends 2018 zeigen, dass sich die Ansprüche der Jugendlichen, speziell der Generation Z, gewandelt haben. Die Selbstverwirklichung steht im Mittelpunkt dieser Generation und sollte dementsprechend im Kontakt mit dem Bewerber auch berücksichtigt werden. Die jungen Menschen informieren sich fast ausschließlich online, deswegen ist die Auffindbar-

keit der Ausbildungsplatzangebote im Internet heutzutage selbstverständlich. Offline-Kanäle sind nichtsdestoweniger weiterhin wichtige Mittel, die Zielgruppe zu erreichen und von sich als Unternehmen zu überzeugen. So beispielsweise Berufsmessen, Tage der offenen Tür oder regionale Schulveranstaltungen. Auf der Suche nach Auszubildenden sollte deshalb nicht lediglich auf die Online-Präsenz vertraut werden – vielmehr ist eine Mischung aus online informieren und offline überzeugen gefragt.

Darüber hinaus wünschen sich 75 Prozent der Jugendlichen Informationen zu den beruflichen Möglichkeiten, die sie nach der Ausbildung erwarten. Diese können bereits aus der Stellenanzeige hervorgehen. Dabei sind zum Beispiel konkrete Weiterbildungsmaßnahmen, das Azubi-Gehalt oder Angebote zur Persönlichkeitsentwicklung wichtig.

Was bedeutet das konkret für die Stellenanzeige?

Die Stellenanzeige ist für das Recruiting unverzichtbar. Eine perfekte Stellenanzeige, die jeden einzelnen jungen Menschen anspricht, gibt es leider nicht. Wir fassen die wichtigsten Aspekte für eine jugendgerechte Ansprache einer Stellenanzeige einmal zusammen:

- Mit dem **Titel der Ausbildungsstelle** gewinnen Unternehmen die Aufmerksamkeit der Jugendlichen. Der konkrete Titel der Ausbildung sowie die richtige Nennung der Geschlechterrollen ist unabdingbar. Wenn Sie als Unternehmen auf Nummer sicher gehen wollen, fügen Sie Ihrer Stellenanzeige die Abkürzungen (m/w/d) bzw. (w/m/d) hinzu.
- Um das **Interesse des Bewerbers** zu wecken, folgt eine inhaltsgerechte Darstellung der Ausbildungsinhalte sowie der Vorzüge des Betriebs. Hier gilt es ehrlich zu sein, denn diese Auflistung kann dafür sorgen, dass nach der Anstellung des neuen Azubis, keine falsch vermittelten Vorstellungen das Arbeitsverhältnis trüben.

➤ Im nächsten Schritt wird der **Wunsch des Bewerbers** geweckt, sich bei dem Unternehmen zu bewerben. Denn wie bereits dargestellt sucht sich der zukünftige Azubi das Unternehmen aus, nicht andersrum. Zu hohe Anforderungen schrecken junge Bewerber ab. Ein engagiertes Unternehmen lockt deshalb mit den Inhalten und Aufgaben während der Ausbildung. Transparenz und Ehrlichkeit stehen hier im Vordergrund. Anders zu sein als die Mitkonkurrenten ist dabei ebenfalls vorteilhaft. Im besten Fall weiß der kommende Nachwuchs nach dem Lesen der Anzeige, was die Vorzüge Ihres Ausbildungsbetriebes sind. Seien Sie kreativ bei der Gestaltung der Anzeige, wobei selbstverständlich die Seriosität weiterhin gewahrt bleiben muss. Probieren Sie es einmal aus: Lösen Sie sich von alten Standards und versuchen Sie für die Azubi-Gewinnung etwas Neues.

➤ Ein **„Call-To-Action“** Hinweis in Form eines Buttons oder der verlinkten E-Mail-Adresse des Ansprechpartners ist der beste Abschluss einer gelungenen Stellenanzeige. ■



Autor: Dennis Dusella

Quelle:
Azubi-Recruiting Trends 2018, u-form
Testsysteme GmbH & Co. KG, Solingen 2018.
(abgerufen am 20.11.2018)

Perfekt ist die Mischung aus online informieren und offline überzeugen.



Bewerben leicht gemacht - was Ausbildungsbetriebe tun können

Händeringend wird nach Nachwuchskräften, Nachfolgern und jungen Talenten gesucht und ausgeschrieben. Viele Unternehmen haben große Schwierigkeiten, freie Ausbildungsstellen (adäquat) zu besetzen. Um das eigene Unternehmen attraktiver zu machen, setzen sich immer mehr Trends im Bewerbungsprozess durch, die noch vor wenigen Jahren als undenkbar galten und in Summe darauf abzielen, das Bewerbungsverfahren für junge Menschen so einfach und zeitgemäß wie möglich zu gestalten.

Der klassische Bewerbungsprozess ist aus vielerlei Hinsicht nicht mehr ansprechend und eine Anpassung an die heutige Zeit längst überfällig. Digitalisierung, neue Medien, die Generation Z: Alles Schlagwörter, die gegen das weiterhin stark genutzte, oftmals sehr statische und bürokratische Bewerbungsverfahren sprechen. Vor diesem Hintergrund möchten wir Ihnen drei Varianten neuer Bewerbungsformen vorstellen: Bewerbung ohne Anschreiben, Bewerbung per WhatsApp und Bewerbung mittels Handyvideo. ■

01 Aufs Anschreiben verzichten

Welche Aussagekraft das Anschreiben hat, ist strittig. Für manche Personaler ist es unabdingbar, andere lesen es nicht einmal mehr.



Für viele Schülerinnen und Schüler ist das Anschreiben eine erste große Hürde im Bewerbungsprozess. Präzise auf den Punkt zu bringen, warum ausge-rechnet die eigene Person perfekt für den ausgeschriebenen Ausbildungsplatz in dem Unternehmen geeignet ist, ist gar nicht so einfach. Das wissen

Bewerber wie auch Personaler. Sind die Anschreiben gut erstellt, können sie den Weg für den nächsten Bewerbungsschritt ebnen. Sind sie aber nicht gut oder gar fehlerhaft, ist für die meisten die erste Hürde nicht geschafft.

Seit einiger Zeit verschlanken diverse Unternehmen den Bewerbungsprozess, indem sie die Anschreiben weglassen. Dabei verfolgen sie das Ziel, die Anzahl an eingehenden Bewerbungen zu steigern. Dafür erhalten sie viel Lob aber auch einiges an Kritik – von anderen Unternehmen und von Bewerbern. So kündigte die Deutsche Bahn an, dass ab Herbst 2018 das Anschreiben für ausbildungsinteressierte Schülerinnen und Schüler abgeschafft wird. Das hatte erneut eine kontroverse Diskussion zwischen vielen Personalern, Bewerbern und Medien zur Folge. Dabei ist die Deutsche Bahn nicht das erste Unternehmen, das diesen Versuch startet, um für potentielle Bewerber einen schnelleren und für sie oftmals einfacheren Bewerbungsprozess zu ermöglichen. Auch andere, darunter sehr große Personalabteilungen, gingen bereits diesen Weg und ließen für die ein oder andere Personengruppe das Anschreiben weg. Für Auszubildende

hat zum Beispiel die Otto Group schon seit einiger Zeit den Schritt gewagt und fährt laut eigener Aussage damit sehr gut.



Anschreiben noch zeitgemäß?

Man muss sich nur einmal die Frage stellen, wie junge Menschen nach Stellen suchen: In der Regel online und das zumeist mit dem Smartphone. Buttons in der Stellenanzeige mit der Aufschrift „Jetzt bewerben“ oder „Hier bewerben“ soll sie dazu verleiten, rasch eine Bewerbung beim Unternehmen abzugeben. Lebenslauf und Zeugnisse sind in der Regel bereits vorbereitet worden. Also eigentlich kein Problem gleich loszulegen - wenn da nicht das individualisierte Anschreiben wäre, das mit seinen Formfordernissen und inhaltlichen Anforderungen nicht mal eben per Smartphone erstellt werden kann.

In der Praxis werden neben der einfachen Abschaffung des Anschreibens auch Alternativen getestet, beispielsweise in Form von Fragen, die vom Bewerber pointiert anstelle eines Anschreibens beantwortet werden müssen. Oder die Personaler setzen auf persönliche Gespräche nach der ersten Sichtung der anschreibenfreien Bewerbungsunterlagen. Auch viele junge Menschen halten das alte Bewerbungsverfahren für überholt und können einer Bewerbung ohne Anschreiben Positives abgewinnen. Sie freuen sich, nicht mehr mühselig ein individualisiertes aufs Unternehmen zugeschnittenes Bewerbungsschreiben formulieren zu müssen. ■

Viele Unternehmen wollen dem Anschreiben nicht den Rücken kehren

Trotz allem lässt das Anschreiben und die Mühe, die in dieses investiert wurde, Rückschlüsse auf die Motivation des Bewerbers zu. Außerdem werden mögliche Rechtschreib- und Ausdrucksschwierigkeiten schon mit Eingang der Bewerbung erkannt. Auch die Fähigkeit, auf den Punkt zu kommen, lässt sich ablesen. Die Personaler wissen, dass ein Anschreiben einen Sonderstatus hat und dieses nicht unbedingt immer den Bewerber richtig einschätzen lässt. Dennoch hilft es, ein besseres Bild von ihm zu bekommen, das beim Filtern der

Bewerbungen wichtig sein kann. Ob dieser Eindruck immer der Richtige ist, bleibt nach wie vor fraglich – besonders in Zeiten von Copy-and-paste. Nicht jedem liegt das Formulieren von Anschreiben, was aber nicht automatisch bedeutet, schlecht in Stil und Ausdruck zu sein; auch Rückschlüsse aufs Menschliche sind mit Vorsicht zu genießen.

Kritische Stimmen werden auch von den Bewerbern erhoben, die sich lieber mittels eines individuellen Anschreibens von der Masse abheben und nicht nur anhand ihrer Noten oder außerschulischen Leistungen bewertet werden wollen. ■

Fazit

Die einen wollen und können nicht ohne Anschreiben, die anderen begrüßen die neue Flexibilität und Leichtigkeit des Bewerbungsprozesses. Unternehmen lassen das Anschreiben mal bei der einen, mal bei der anderen Berufsgruppe weg. So halten es einige für Azubis nicht mehr zeitgemäß und erhoffen sich durch die Abschaffung einen größeren Bewerbungszulauf mit Vorteilen im War for Talent. Andere Berufsgruppen werden von der Anschreiben-Pflicht wiederum nicht befreit. Und auch umgekehrt gibt es Beispiele von Unternehmen, die Fachkräften einen einfacheren Bewerbungsprozess ermöglichen wollen,

von den Azubis aber immer noch mittels Anschreiben eine Motivationsabfrage verlangen. Das Thema wird weiterhin eine strittige Angelegenheit bleiben und sollte von jedem Unternehmen individuell geprüft und beurteilt werden. Ob Sie es beibehalten möchten, abschaffen wollen oder – als dritte Variante – es einfach den Bewerber selbst entscheiden lassen: Wichtig ist die Akzeptanz des Konzepts in Ihrem Unternehmen! ■



Autorin: Chantal Kuschnerit

Quellen: https://www.haufe.de/personal/hr-management/bewerbung-personalauswahl-ohne-anschreiben_80_456206.html
<https://www.wiwo.de/erfolg/beruf/deutsche-bahn-streicht-anschreiben-wir-wollen-es-den-bewerbern-so-einfach-wie-moeglich-machen/22731404.html>
<https://www.wiwo.de/erfolg/jobsuche/schneller-bewerben-warum-personaler-keine-anschreiben-mehr-wollen/22765710.html>
<https://orange.handelsblatt.com/artikel/46067>

(abgerufen am 20.11.2018)

02 WhatsApp erleichtert den Bewerbungsprozess

Die Bewerbungsmöglichkeit per WhatsApp stellt eine unkomplizierte Form dar, die den klassischen starren Bewerbungsprozess etwas auflockert.

WhatsApp ist der meistgenutzte Messenger und nimmt nun auch im Bereich Recruiting einen Platz ein. Da die App bereits im Alltag ein oft eingesetzter Kommunikationskanal ist, wird sie sowohl von Personalern als auch von Bewerbern für einen unkomplizierten Bewerbungskanal erklärt, der in Zeiten des Fachkräftemangels zu einer höheren Anzahl an Bewerbungen führen soll.

Für Jugendliche vorteilhaft

Eine Bewerbung über WhatsApp erfolgt in der Regel ohne ein klassisches Anschreiben, wodurch die Zeit zur Erstellung und zum Versenden deutlich reduziert wird. Das Schreiben einer Kurznachricht mit angehängten Qualifikationsnachweisen in Form von Fotos bildet



Sie wollen die WhatsApp-Bewerbung anbieten? Hier kommen unsere Tipps:

1. Nutzen Sie WhatsApp Business, denn diese neue Form der App ist speziell für Unternehmen entwickelt worden und bietet Funktionen, welche in der normalen Version nicht existieren.
2. Als Profilbild für den Account eignet sich das Logo Ihres Unternehmens.
3. Zeigen Sie in Ihrer Stellenbeschreibung auf, wie eine WhatsApp-Bewerbung bei Ihnen auszusehen hat. Machen Sie zum Beispiel deutlich, welche Qualifikationsnachweise Sie benötigen und ob ein Lebenslauf angefügt werden muss.
4. Gewährleisten Sie eine schnellere Rückmeldung als beim gewöhnlichen Bewerbungsverfahren. Ebenso

wie die Anfertigung der Bewerbung ist auch die weitere Kommunikation unkompliziert zu gestalten. Viele Unternehmen, welche die App nutzen, versichern ihren Bewerbern eine Rückmeldung innerhalb von 24 Stunden. ■



Autorin: Derya Gülsüm

Quellenangaben: <https://www.deutsche-handwerkszeitung.de/bewerbung-per-whatsapp-dsgvo-konform-und-erfolgreich/150/3101/372566>
<https://www.giga.de/apps/whatsapp-fuer-android/news/bewerbung-neu-gedacht-wie-whatsapp-die-jobsuche-revolutioniert/>
<https://www.whatsapp.com/business>

(abgerufen am 20.11.2018)

03 Videobewerbung mit dem Smartphone

Die junge Zielgruppe sucht in der Regel mittels Smartphone nach geeigneten Ausbildungsplätzen. Doch die benötigten Bewerbungsunterlagen sind auf dem Handy nicht immer griffbereit. Genau dort knüpft der Trend zur Videobewerbung an. In Zeiten, in denen anonyme und Chiffre-Bewerbungen diskutiert werden, geht diese Art damit einen komplett anderen Weg – mit viel Zuspruch und einigem Gegenwind.

Worum geht es?

Die hier vorgestellte Videobewerbung darf nicht mit der verwechselt werden, die mithilfe einer professionellen Produktionsfirma erstellt wird. Gemeint sind Videos, die jeder ganz einfach, schnell und kostengünstig mit dem eigenen Handy innerhalb weniger Minuten aufnehmen kann und deswegen qualitativ nicht mit den Videos vom Profi zu vergleichen sind. Je nachdem welche Software genutzt wird, ist zuvor gegebenenfalls die Installation einer App erforderlich.

Es gibt Varianten, in denen Schülerinnen und Schüler dazu angehalten sind, sich in Form einer freien Selbstdarstellung zu präsentieren. Andere setzen auf die kurze Beantwortung vorab definierter Fragen. So entsteht ein komprimiertes Bewerbungsvideo, welches, mit Lebenslauf und Zeugnissen ergänzt, als eigenständige Bewerbung an die Personalabteilung geht.

Pros: Diese Argumente sprechen für eine Videobewerbung

Diese Form der Bewerbung gilt als modern und zeitgemäß, was junge Menschen positiv ansprechen soll. Als großer Vorteil wird die Authentizität herausgestellt, da der Bewerber relativ spontan auf die Fragen reagieren muss. Eigenschaften wie Spontaneität, Extrovertiertheit, Ideenreichtum oder Kommunikationsfähigkeiten kön-

nen u. a. schnell abgelesen werden. Weiterhin wird mit Kostenersparnis (aufgrund von schnellerer und qualitativ besserer Selektion) und positive Candidate Experience geworben. Auch eine bessere Vergleichbarkeit der Bewerber untereinander wird zumeist als Vorteil genannt, denn standardisierte Anschreiben lassen sich schlechter direkt miteinander vergleichen.

Cons: Diese Argumente sprechen gegen eine Videobewerbung

Gegenstimmen bemängeln einerseits, dass diese Bewerbungsform nur eine sehr kurze Momentaufnahme abbildet, weshalb eine reliable Aussage zum Bewerber eher schwierig sei. Andererseits wird hinterfragt, ob es angebracht sei, diese Form der Bewerbung nicht an eine bestimmte Berufsgruppe zu knüpfen, sondern pauschal für eine ganze Generation als angemessen herauszustellen. Für einige Ausbildungsberufe, in denen der Azubi eher extrovertiert sein muss oder direkt im Kundenkontakt steht und zu überzeugen hat, ist die Videobewerbung sicherlich sinnvoll. Für schüchterne und introvertierte Jugendliche kann sie eher abschreckend wirken und vielmehr Überwindung kosten.

Auch die oftmals hervorgehobene Authentizität wird kritisch begutachtet, denn schließlich hätten die Jugendlichen durchaus die Möglichkeit, sich die Fragen vorab anzusehen und teilweise drauf vorzubereiten. ■

Fazit

Trotz allem Für und Wider: Die Videobewerbung hat sich bereits als eine Form der Bewerbung etabliert und wird von Unternehmen und jungen Bewerbern zunehmend genutzt. Ist die Intention eines Ausbildungsbetriebes, besonders innovativ und ansprechend für junge Menschen zu wirken, darf die Videobewerbung anschließend nicht einfach in ein klassisches Bewerbungsverfahren münden. Personaler sind somit gefragt, ihren Bewerbungsprozess komplett zu überdenken und zeitgemäßer zu gestalten. Insbesondere, weil die Parameter und Kriterien für eine traditionelle Bewerberauswahl bei dieser Bewerbungsform schwieriger anzu-

bringen sind. Zu beachten ist ferner, dass es aufgrund des Datenschutzes für potentielle Bewerber möglich sein muss, andere Bewerbungsformen wählen zu können. Denn angefangen bei dem Runterladen einer App und dem anschließenden Erstellen eines Videos stimmen die jungen Bewerber einer Vielzahl an Bedingungen zu, die sich rund um ihre persönlichen Daten drehen. Möchte dies ein Kandidat nicht, so darf ihm dadurch kein Nachteil entstehen. ■



Autorin: Chantal Kuschnereit

Quellenangaben: <https://www.aubi-plus.de/ausbildung/videobewerbung/>
<https://www.personalwirtschaft.de/recruiting/mobile-recruiting/artikel/per-video-bewerbung-zum-neuen-job.html>
<https://persoblogger.de/2018/02/19/warum-das-konzept-videobewerbung-nicht-erfolgreich-sein-wird/>

(abgerufen am 20.11.2018)

Azubis bereits vor der Ausbildung binden

Die Integration in ein Unternehmen beginnt lange vor der eigentlichen Ausbildung. Preboarding ist der Schlüsselbegriff, der für einen guten Start sorgen soll.

Foto: © rawpixel

Seit Jahren steigen Erwartungen und Anforderungen, sowohl von Unternehmen als auch potentiellen Bewerbern. Immer weniger Ausbildungsstellen können aufgrund der hohen Konkurrenz am Markt besetzt werden. Dies macht vor allem kleineren Unternehmen zu schaffen. Großfirmen werben mit großzügigen Verträgen, attraktiven Gleitzeitmodellen oder verlockenden Benefits wie Betriebs-Smartphones. Dies sind nur wenige Gründe, weshalb sich der Recruitingprozess von Auszubildenden gerade für mittelständische Unternehmen zu einer großen Herausforderung entwickelt.

Darüber hinaus kämpfen Betriebe mit den Ausbildungsabbrechern, die noch vor Beginn kündigen. Aufgrund dieser Tatsache ist das sogenannte Preboarding heutzutage zu einem wichtigen Part im Bewerbungsprozess geworden.

Warum der Preboarding-Prozess immer wichtiger wird

Vielen Unternehmen bietet sich nicht mehr die Möglichkeit, aus einem Pool an Interessenten den für sie idealen auszusuchen. Mittlerweile können gute Kandidaten hingegen oftmals ihr Wunschunternehmen auswählen. Um der Entwicklung entgegenzuwirken und die Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern, müssen Personaler umdenken und sich den Anforderungen und Wünschen der Bewerber anpassen.

Viele junge Menschen bemängeln die überzogene Erwartungshaltung gegenüber den Bewerbungsunterlagen, wohingegen Stellenanzeigen von Unternehmen zunehmend lieblos, ähnlich der Vorjahresanzeige ge-

schaltet werden. Hinsichtlich des Bewerbungsgespräches wünschen sich die Jugendlichen von den Personalern transparente Gespräche auf Augenhöhe. Für viele ist es essentiell, in einem Bewerbungsgespräch offen über Themen wie Gehalt, Weiterbildungsmöglichkeiten oder Lern- und Förderprogramme informiert zu werden. Auch ein Probearbeitstag, noch vor der Vertragsunterschrift, wird als wichtig angesehen. Aufgrund ihrer fehlenden Erfahrung fühlen sich gerade jüngere Bewerber durch frühe Berührungspunkte mit dem Unternehmen auf der sicheren Seite.

Nach der Vertragsunterschrift – warum Personaler zu Bewerbern werden

In den häufigsten Fällen haben Unternehmen den Wunsch, ihre offenen Ausbildungsstellen bereits ein Jahr vor Beginn zu besetzen. Damit gehen jedoch auch gewisse Risiken einher. Das Lösen des Vertrages noch vor Beginn der Ausbildung ist und bleibt ein Thema. Der maßgebende Grund: Fehlendes Preboarding und ausbleibende Kommunikation mit zukünftigen Mitarbeitern. Die daraus resultierende Unsicherheit wird oft zu einer Blockade für das künftige Arbeitsverhältnis.

Damit dieser Entwicklung ein Strich durch die Rechnung gemacht werden kann, müssen Personaler mittlerweile sowohl vor, als auch nach Unterzeichnung des Ausbildungsvertrages ganze Arbeit leisten. Durch die oft lange Wartezeit zwischen Unterschrift und Arbeitsbeginn stellt es eine Herausforderung dar, die Attraktivität des Unternehmens für kommende Azubis zu wahren.

Um den jungen Menschen das Gefühl zu vermitteln, bereits vor Ausbildungsbeginn ein wichtiger Bestand-

Die Zeiten, in denen die Veröffentlichung einer Stellenausschreibung diverse Bewerbungen zur Folge hatte, sind längst Geschichte.

teil des Unternehmens zu sein, muss frühzeitig ein Bindungskonzept entwickelt werden, welches regelmäßige Kommunikation untereinander garantiert.

Preboarding-Tipps von der Zielgruppe

Die Azubis der AUBI-plus GmbH stellten vor einiger Zeit selbst noch diese konkrete Zielgruppe dar und haben eine Liste erarbeitet, die die Wünsche aber auch Erwartungen kommender Auszubildender veranschaulicht:

- Begegnen Sie den Bewerbern auf Augenhöhe, da das Ziel ein offenes Bewerbungsgespräch und keine Abfrage auswendig gelernter Fakten über das Unternehmen sein soll.
- Willkommens-Pakete mit Unternehmensbroschüren sowie Infos über Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten, firmeninternen Sportangeboten oder Chancen für Gehaltserhöhungen zeigen den Jugendlichen auf, dass sich das Unternehmen um die eigenen Mitarbeiter bemüht und Leistung sowie Anstrengung belohnt werden.
- Probearbeitstage und kurze Praktika sind perfekte Chancen, erste Erfahrungen im Arbeitsalltag zu sammeln und die Unternehmenskultur kennenzulernen.

- Aktionen wie ein Azubi-Austausch mit Auszubildenden aus höheren Lehrjahren bieten die Gelegenheit, offene Fragen über Ausbildung, Berufsschule und das Unternehmen zu klären und erste Kontakte zu Kollegen zu knüpfen.
- Laden Sie Ihre zukünftigen Auszubildenden zu Firmenevents oder außerbetrieblich stattfindenden Veranstaltungen ein. Gerade in lockerer Atmosphäre außerhalb des künftigen Alltags lässt es sich einfacher ins Gespräch kommen.
- Senden Sie Ihre Newsletter – sofern vorhanden – auch an Ihre zukünftigen Azubis, sodass sie über das aktuelle Geschehen im Unternehmen informiert werden.

Quellenangaben:
<https://www.perso-net.de/rkw/Azubimarketing/>
<https://www.myonboarding.de/blog/preboarding-vor-dem-ersten-arbeitstag-begeistern>

(abgerufen am 20.11.2018)



Autor: Lukas Wittemeier

Wir sind Partner der Studie „Azubi-Recruiting Trends 2019“

Ausbildungsstudie

Azubi-Recruiting Trends 2019

Wir freuen uns sehr darüber, Kooperationspartner des Solinger Ausbildungsspezialisten u form Testsysteme zu sein. In diesem Zusammenhang unterstützen wir bei

der Studie „Azubi-Recruiting Trends 2019“. Die doppelperspektivische Untersuchung, die sowohl die Bewerber- als auch die Unternehmens-Perspektive untersucht, ist die größte ihrer Art in Deutschland und

findet in diesem Jahr bereits zum zehnten Mal statt. Zentrale Frage der Erhebung ist, wie die duale Ausbildung besser gestaltet werden kann, vom Bewerbungsverfahren bis hin zu Entwicklungsmöglichkeiten nach dem Berufsabschluss. Bis zum 31. März 2019 können Schüler, Azubis und Ausbilder an der Online-Umfrage teilnehmen. Die Veröffentlichung der Ergebnisse ist für Mai 2019 geplant.

Weitere Informationen unter: <https://www.aubi-plus.de/blog/was-jugendliche-und-ausbildungsbetriebe-wollen-3978/>

Foto: © Pixabay, iPublic Domain



Ein verbreitetes Problem: Aufgaben aufschieben bis Stress entsteht



So sagst du der Aufschieberitis den Kampf an

Tipps für Ihre Azubis

Jeder von uns kennt es: Eine Aufgabe, auf die wir gar keine Lust haben, die aber erledigt werden muss (sei es das Lernen für eine Prüfung oder das Fensterputzen), wird ständig vor uns hergeschoben. Kurz vor der Prüfung verfällt man dann in Stress, weil die Zeit plötzlich viel zu kurz ist, um den gesamten Stoff zu lernen. Damit dir das nicht passiert, haben wir dir im folgenden Beitrag Tipps zusammengestellt, wie du die Prokrastination, wie Aufschieberitis im Fachjargon heißt, bekämpfen kannst.

Warum schieben wir überhaupt Aufgaben auf?

Die Antwort auf diese Frage ist ganz simpel: Weil es einfacher ist, Aufgaben zu verschieben, als sie zu erledigen. Gründe, zum „Aufschieber“ zu werden, gibt es viele:

- die Aufgaben sind zu schwer oder langweilig
- es sind unangenehme Tätigkeiten
- du kannst dich nicht überwinden, anzufangen
- es ist keine Frist vorgegeben
- du hast Zeitmangel

Eine weitere Ursache ist, dass es uns schwerfällt, Prioritäten zu setzen und wir aus diesem Grund viele kleinere und evtl. leichtere Tätigkeiten zuerst ausführen. Mit der wichtigeren Aufgabe kommen wir dann in Zeitnot und

müssen alles auf den letzten Drücker fertigstellen. Wenn du die Gründe herausfindest, warum du anstehende Arbeiten aufschiebst, kannst du diese anschließend gezielt bekämpfen. Ist die Aufgabe zu schwer? – Dann hol dir Hilfe und lass sie dir erklären. Du verschiebst die Tätigkeit immer wieder, weil du keine Frist hast? – Dann setz dir selbst eine Frist, um die Aufgabe abzuarbeiten.

Achtung: Ständiges Aufschieben kann zu einem ernsthaften Problem werden und im schlimmsten Fall sogar zu einer Erkrankung führen, die psychotherapeutisch behandelt werden muss. Betroffene, die immer wieder neue Ausreden finden, warum sie etwas aufschieben, verfallen später nicht nur in Stress, sie leiden mitunter auch an Verdauungsproblemen, Schlafstörungen oder sogar an Depressionen. Diese Nebenwirkungen entstehen häufig durch ein schlechtes Gewissen oder Angst. Doch bis zu diesen negativen Folgen musst du es gar nicht erst kommen lassen! Mit unseren Tipps und Tricks ist es ganz einfach, das ewige Aufschieben zu überwinden und der eigenen Faulheit den Kampf anzusagen. Befolge unsere Ratschläge und du wirst sehen, dass es dir bald immer leichter fällt, Prioritäten zu setzen und deine anstehenden Aufgaben der Reihe nach konzentriert abzuarbeiten. Wenn du deine To-do's direkt angeht und nicht aufschiebst, verfallst du am Ende des Tages weniger in Stress und kannst deine Freizeit viel besser nutzen.

Tipps gegen das Aufschieben

Prioritäten setzen

Ganz wichtig ist, dass du die Prioritäten richtig setzt. Dafür solltest du die Arbeiten nach ihrer Wichtigkeit sortieren (von wichtig nach unwichtig) und diese dann der Reihe nach abarbeiten. So kannst du anspruchsvolle und größere Aufgaben in Ruhe erledigen, ohne das Stress anfällt. Eher unwichtige Dinge kannst du dann im Anschluss erledigen, wenn du dich vielleicht nicht mehr so gut konzentrieren kannst.

Zeitplan erstellen

Eine weitere Hilfe ist ein gutes Zeitmanagement. In einem Plan erfasst du, wie lange du mit welcher Aufgabe verbringen möchtest. Dabei ist es wichtig, realistische Ziele zu setzen und ausreichend Pufferzeit einzuplanen, denn meist braucht man doppelt so lange für eine Aufgabe, als man zunächst annimmt. Wenn du zu wenig Zeit einkalkulierst, gerätst du wieder in Stress - und genau das möchtest du ja vermeiden.

Deadlines setzen

Um dich selbst etwas unter Druck zu setzen, endlich mit einer Arbeit zu beginnen, solltest du dir selbst Deadlines setzen, bis wann die zu erledigende Aufgabe fertig sein soll. Tipp: Setze die Deadline einen Tag vor dem Datum, an dem du eigentlich fertig sein musst. Wenn du beispielsweise Donnerstag deine Prüfung hast, solltest du dir die Deadline am Dienstag setzen und dann den gesamten Stoff draufhaben. So hast du noch den gesamten Mittwoch Zeit, etwas zu wiederholen und ggf. zu optimieren.

Aufgaben teilen

Oft hat man keine Lust, sich an eine Aufgabe zu setzen, die besonders umfangreich ist. In diesem Fall hilft es, sie in mehrere kleinere Teilaufgaben zu splitten. So stehst du nicht mehr vor einem riesigen Berg, sondern vor mehreren überschaubaren Aufgaben. Da geht man gleich mit einem besseren Gefühl an die Arbeit. Wenn du mit einer To-do-Liste arbeitest, kannst du so auch öfter etwas von deiner Liste streichen. Dadurch hast du das Gefühl, etwas geschafft zu haben und kannst mit Motivation die nächste Aufgabe anfangen.

Kein Multitasking

Wenn du einmal mit etwas begonnen hast, dann fokussiere dich auch darauf und versuche nicht, mehrere Dinge gleichzeitig zu erreichen. Man kann sich nämlich nicht auf verschiedene Sachen gleichzeitig konzentrieren -



dann erledigst du die Aufgaben nur halb und musst im Anschluss nochmal ran. Besser ist es, Schritt für Schritt vorzugehen und die Aufgaben der Reihe nach abzuarbeiten.

Ablenkung vermeiden

Wenn du deinen inneren Schweinehund endlich überwunden und mit der Arbeit begonnen hast, solltest du dich auch nur auf die Aufgabe konzentrieren. Lege dein Handy an die Seite und schalte den Fernseher aus. Auch mit deinen Gedanken solltest du bei der Sache bleiben und nicht abschweifen, wie etwa zum nächsten Urlaub. Du wirst sehen, mit der Zeit fällt es dir immer leichter, dich nicht mehr ablenken zu lassen.

Belohne dich selbst

Wenn du eine unliebsame Aufgabe erledigt hast, kannst du dich selbst belohnen - zum Beispiel mit einem Stück Schokolade, einem Spaziergang an der frischen Luft oder einer Folge deiner Lieblingsserie. Gerade beim Lernen sind Pausen wichtig, damit du mal abschalten und dich danach wieder auf die Arbeit konzentrieren kannst. Die Pomodoro-Technik sieht beispielsweise vor, nach 25 Minuten Arbeit eine 5-minütige Pause einzulegen. ■

Erschienen bei: <https://www.aubi-plus.de/blog/so-sagst-du-der-aufschieberitis-den-kampf-an-3852/>



Autorin: Christina Rau



AUBI-news

Cultural Fit im Azubi-Recruiting

Wir haben unsere AUBI-Bewerberdatenbank überarbeitet und die Funktionen um einen Cultural Fit erweitert. Ab sofort können Ausbildungsbetriebe und ausbildungsinteressierte Schülerinnen und Schüler noch besser abgleichen, ob sie zueinander passen und die gleichen Wertvorstellungen teilen.

Nach dem Spiel ist vor dem Spiel – diese Redensart gilt nicht nur im Fußball, sondern auch im Recruiting: Kurz nach Beginn des neuen Ausbildungsjahres startet in vielen Betrieben die Suche nach passenden Azubis für das nächste Jahr. Doch was genau ist eigentlich passend? Zu den klassischen Auswahlkriterien wie Schulabschluss, Zeugnisnoten und ersten Erfahrungen durch Praktika und Nebenjobs gesellt sich in jüngster Zeit ein weiteres Kriterium, der sogenannte Cultural Fit. Diese kulturelle Übereinstimmung, so die deutsche Übersetzung, vereinfacht die Auswahl neuer Auszubildender und spielt im Recruiting inzwischen eine wichtige Rolle.

„Jeder Mensch hat Werte, die ihm wichtig sind, mit denen er sich identifiziert und auf welche er auch in seinem Arbeitsalltag nicht verzichten möchte“, erklärt Simon Blanke-Bohne, Leiter Kundenberatung bei AUBI-plus. „Gleichzeitig hat auch jedes Unternehmen ein Leitbild mit definierten Unternehmenswerten. Wenn diese Wertvorstellungen zu weit auseinander liegen, ist Unzufriedenheit vorprogrammiert, und zwar auf beiden Seiten“, so Blanke-Bohne weiter.

Genau dort setzen wir an: Ab sofort können ausbildungsplatzsuchende Jugendliche in ihrem Bewerberprofil fünf Werte hinterlegen, wie beispielsweise Wertschätzung, Vielfalt, Offenheit, Verlässlichkeit und Qualität. Ausbildungsbetriebe wiederum können die Bewerberdatenbank zur Suche nach potentiellen Azubis nutzen und diese direkt kontaktieren – ganz im Sinne eines Active Sourcing. Eine der Filterfunktionen, die Ausbilder zur Vorauswahl ihrer Nachwuchskräfte nutzen können, ist der Cultural Fit.

Wenn die Wertvorstellungen von Betrieb und Azubi vorher bekannt sind, verhindert dies, dass es zu bösen Überraschungen kommt und dass das Ausbildungsverhältnis im schlimmsten Fall beendet wird. „Als Dienstleister für



Die Identifikation mit den Unternehmenswerten stellt eine wichtige Grundlage dar.

Recruiting ist es unser Ziel, dass Ausbildungsbetriebe engagierte Azubis gewinnen, die zum Unternehmen passen und mit Feuereifer ihre Ausbildung absolvieren“, sagt Blanke-Bohne. „Und Engagement ist natürlich nur dann möglich, wenn man sich mit dem identifizieren kann, was man tut.“ ■



Autorin: Heidi Becker

Erschienen bei: <https://www.aubi-plus.de/blog/cultural-fit-im-azubi-recruiting-3813/>



Studienabbrecher als Zielgruppe entdecken

Binahe jeder dritte Student bricht sein Studium vorzeitig ab. Neben Leistungsproblemen und mangelnder Studienmotivation ist der Wunsch nach einer praktischen Tätigkeit eines der häufig genannten Motive für diesen Schritt. Viele ehemalige Studenten möchten ein Praktikum, ein Gap Year oder eine betriebliche Ausbildung beginnen. Für Unternehmen also aus vielerlei Gründen eine sehr interessante Zielgruppe, um ihre freien Ausbildungsplätze zu besetzen. Für Studenten, die mit dem Gedanken spielen, ihr Studium abzubrechen, bieten wir ein Online-Informationsangebot. Auf der Seite finden sie wertvolle Tipps aber auch Alternativen zum Studium sowie die Möglichkeit eines Selbsttests als Entscheidungshilfe: www.aubi-plus.de/studium/studienabbruch/neuorientierung/.

Weitere Informationen unter:
<https://www.aubi-plus.de/blog/perspektiven-entdecken-neustart-nachdem-studienabbruch-3849/>



Durch Überforderung, fehlende Motivation oder dem Wunsch nach einer praktischen Tätigkeit kann ein Studienabbruch entstehen.

AUBI-plus erneut zweifach ausgezeichnet

Im Herbst 2018 erhielten wir, wie bereits im Jahr zuvor, die Auszeichnungen für „Deutschlands beste Jobportale 2018“ und „Beste Service-Qualität 2018/19“. Bei dem Wettbewerb um Deutschlands beste Jobportale 2018 durften wir uns über das Prädikat „sehr gut“ in der Kategorie „Schüler und Auszubildende“ freuen. Verliehen vom Institute for Competitive Recruiting (ICR) in Kooperation mit der Rating-Agentur PROFILO. Insbesondere unsere hohe Servicequalität und die kurzen Bearbeitungszeiten kommen bei unseren Kunden sehr gut an. Bewerber loben uns für die umfangreichen und allumfassenden Serviceleistungen. Auch bei der Auszeichnung „Beste Service-Qualität 2018/19“ initiiert von TESTBILD in Zusammenarbeit mit Statista gewannen wir in der Kategorie „Online-Jobportale“. Auch hier wurde unsere Kundenorientierung wie die fachliche Kompetenz hoch bewertet.

Mehr über die Auszeichnung unter:
<https://www.aubi-plus.de/blog/aubi-plus-mit-zwei-auszeichnungen-geehrt-3836/>



Die Kundenberater von AUBI-plus freuen sich über die Auszeichnung.

Neue Gesichter in der Kundenberatung

STECKBRIEF

Name: Jacqueline Rahe

Aufgabe bei AUBI-plus:
Anzeigenproduktion

Diese 3 Eigenschaften zeichnen mich aus:
Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, Ehrgeiz

Interessen:
Kunst, Zeichnen, Fitness, Fotografie

Lebensmotto:
Tue heute etwas, worauf du morgen stolz sein kannst.



STECKBRIEF

Name: Kerstin Szmudzinski

Aufgabe bei AUBI-plus:
Kundenberater für Ausbildungsbetriebe, international

Diese 3 Eigenschaften zeichnen mich aus:
Zuverlässigkeit, Empathie, Gerechtigkeitsinn

Interessen:
Musik, Tanzen, Reisen, Psychologie

Lebensmotto:
Wenn du nach dem Menschen suchst, der dein Leben verändert: Schau in den Spiegel



STECKBRIEF

Name: Dirk Jacobtorweihe

Aufgabe bei AUBI-plus:
Kundenberater für Ausbildungsbetriebe

Diese 3 Eigenschaften zeichnen mich aus:
Empathie, Spontanität, Flexibilität

Interessen:
Segeln, Reisen, Musik

Lebensmotto:
Life is simple – just add water



TERMINIE

Hier können Sie uns treffen

NEXTLEARN

19.02.2019, Berlin – Ellington Hotel

4. Deutsches Ausbildungsforum

20./21.02.2019, Berlin – Ellington Hotel

2. Ausbilder-Austausch Rheinland

19.03.2019, Neuss – Skihalle Neuss



Das  FÜR IHRE AUSBILDUNG