

Azubi-Recruiting Trends 2017 – Schüler wollen persönlichen Kontakt zu Unternehmen



Jetzt sind sie da, die Ergebnisse der Azubi-Recruiting Trends 2017. Da ist unter anderem zu lesen, dass die meisten Azubi-Bewerber online unterwegs sind, um sich über Ausbildungswege und freie Ausbildungsplätze zu informieren. Ok, das ahnten wir, oder? 59,4 Prozent der Schüler nutzen dafür „häufig“ oder „sehr häufig“ Suchmaschinen, 54,8 Prozent Karrierewebsites und 40,9 Prozent das Onlineangebot der Agentur für Arbeit. Spannender liest sich, dass sich Bewerber den persönlichen Kontakt zum Unternehmen wünschen. Sie kaufen nicht gerne die Katze im Sack. Wir wissen das natürlich schon lange aus unserer Berufswahlmesse-Praxis, und ich freue mich, es mal wieder schwarz auf weiß zu lesen. 74,5 Prozent der Schüler finden Praktika „wichtig“ oder „sehr wichtig“! Blöderweise setzen nur 50,8 Prozent der Ausbildungsbetriebe Praktika

„häufig“ oder sehr „häufig ein“. Beim Thema Probearbeiten driften die Werte noch stärker auseinander. 71,1 Prozent der angehenden Azubis wünschen sich, Praxisluft zu schnuppern, aber nur 30,8 Prozent der Ausbildungsbetriebe bieten diese Möglichkeit an. Liebe Unternehmen, hier liegt eure Chance! Bitte macht eure Ausbildung erlebbar. Wenn ich mir vorstelle, wie viel Ärger man sich durch Probearbeiten erspart, möchte ich sofort ein Gesetz einführen, das vorschreibt: kein Ausbildungsvertrag ohne 14 Tage Probearbeiten. Denn ist der Vertrag einmal unterschrieben, wird der Rückzug schwer. Trotz Probezeit. Zu groß ist die moralische Verpflichtung, die vermeintliche Traumausbildung nun auch bis zum Ende durchzuziehen, egal, wie unglücklich man ist.

Bewerber sitzen am längeren Hebel

Dabei könnten es sich die Bewerber locker leisten, ihre Ausbildung abzubrechen und eine neue zu suchen. Anders als in den letzten Jahren wird in der aktuellen Studie deutlich: Der Markt hat sich zum Bewerber-Markt entwickelt. Der angehende Azubi von heute hat es gut, denn 46,4 Prozent der Schüler schreiben nur eine bis fünf Bewerbungen und 60 Prozent der Befragten erhalten mehr als ein Ausbildungsangebot. Für Unternehmen bedeutet das, die Bewerberkommunikation im Azubi-Recruiting auf den Prüfstand und ggf. auch auf den Kopf stellen zu müssen. Sind die Stellenanzeigen und die Inhalte der Karrierewebsites so formuliert, dass sich junge Menschen angesprochen fühlen? Leider schmeißen viele Anzeigen noch mit hohlen Phrasen um sich – wer weiß denn schon als Schüler, was „selbstständiges Arbeiten“ im Kontext Beruf konkret bedeutet? Traurigerweise lassen sich Bewerber leicht von zu hoch aufgehängten Anforderungsprofilen in Stellenanzeigen abschrecken. 19,1 Prozent der Schüler bewerben sich nur, wenn sie alle Kriterien erfüllen. Das ist ärgerlich, weil es überhaupt nicht sein muss: Nur 2,3 Prozent der befragten Ausbilder geben an, vom Kriterienkatalog abweichende Bewerber

konsequent auszusieben. Im Azubi-Recruiting fallen also viele potentiell gute Bewerber durchs Netz, weil sie sich selber zu schlecht einschätzen. Meine klare Empfehlung an Unternehmen: lieber mal den Ball flachhalten. Dazu gehört auch der Mut, in der Stellenanzeige Schwerpunkte zu setzen. Soll der perfekte Kandidat wirklich ein Mathe-Brain sein, oder sind am Ende nicht seine sozialen Fähigkeiten wichtiger?

Das **komplette Ergebnis der Studie** sowie die detaillierten Aussagen der jugendlichen Teilnehmer können Sie gegen einen kleinen Unkostenbeitrag [hier herunterladen](#).

Lesen Sie außerdem, was unser Kollege **Denis Buss, Spezialist für Employer Branding** bei Jugendstil, im [u-form-Interview](#) zur Studie gesagt hat.

Über die Studie

Das Besondere an der jährlich erscheinenden Studie, die bereits zum fünften Mal von „u-form Testsysteme“ durchgeführt wurde, ist die Doppelperspektive: Es wurden Azubi-Bewerber und Auszubildende (2.635 Teilnehmer) auf der einen sowie Ausbildungsverantwortliche (903 Teilnehmer) auf der anderen Seite befragt. Entsprechend spannend sind die Erkenntnisse zum Azubi-Recruiting, zumal dieses Jahr noch eine dritte Perspektive dazu kam: Erstmals wurden auch 150 Eltern zu ihren Erfahrungen mit der Berufswahl ihrer Kinder befragt. Die Einstieg GmbH hat die Befragung als exklusiver Sourcing-Partner begleitet. Die Interviews mit den Eltern fanden im Februar 2017 auf der Berufswahlmesse „Einstieg Köln“ statt. Wissenschaftlich begleitet wurde die Azubi-Recruiting Trends 2017 durch die Hochschule Koblenz.