

Editorial




Liebe Leserin, lieber Leser,

zur zweiten Ausgabe der AUBI-news heiße ich Sie herzlich willkommen und wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen.

Wie Sie Ihr Azubi-Marketing zielgruppenspezifisch gestalten, Ihre Auswahlkriterien bestimmen und junge Menschen an Ihr Unternehmen binden können, sind Themen dieser Ausgabe.

In wenigen Wochen erfüllt sich ein von mir lang gehegter Wunsch. Im Oktober beziehen wir unser neues Bürogebäude im Gewerbepark Am Wiehen in Hüllhorst. Die Freude ist groß, weil die Anlage die uns wichtigen Werte Großzügigkeit, Transparenz, Solidität und Miteinander verkörpert.

Wir AUBlaner freuen uns auch deshalb, weil wir Ihnen, liebe Kunden, weitere Lösungen für Ihr Azubi-Marketing und für die Entwicklung der Qualität Ihrer Ausbildung bieten können. So schaffen uns die Schulungsräume mit Cafeteria und Foyer verbesserte Möglichkeiten für unser internes Schulungsprogramm und für unser Akademieangebot für Ausbilder sowie für Schüler, Lehrkräfte, Eltern und Partner. Selbstverständlich geht dieser Schub auch in Richtung Gestaltung von E-Learning-Angeboten. Alles ganz nach unserem Slogan „Das  für Ihre Ausbildung“.

Bis bald und alles Gute, vor allem Gesundheit.


Heiko Köstring
Geschäftsführender Gesellschafter



2 **Ausbildungsmarketing im Zeitalter der Gen Z: Realität statt Hochglanz**

4 **Rechte und Pflichten während der Ausbildung**



5 **Reif für die Ausbildung? Welche Kompetenzen ein Jugendlicher mitbringen sollte**

Wege aus der Gratifikationskrise

Wie Betriebe Ausbildungsabbrüche verhindern können

Einer von vier Azubis steigt frühzeitig aus seinem Ausbildungsverhältnis aus. In vielen Fällen ist eine Gratifikationskrise der Grund dafür. Doch es gibt Abhilfe: Mit der richtigen Gestaltung der Arbeitsaufgaben können ausbildende Betriebe die Abbruchneigung in Grenzen halten und verhindern, dass wertvolle Ressourcen vergeudet werden, weiß Dr. Ernst Deuer, Professor für Personalmanagement und Mitarbeiterführung an der Dualen Hochschule Baden Württemberg (DHBW) Ravensburg.

Seit fast 20 Jahren beschäftigt er sich in eigenen Studien mit dem Thema Ausbildungsabbruch und möglichen Präventionsansätzen. Im Interview gibt er Tipps, wie Betriebe ihre Ausbildung gestalten und Gratifikationskrisen vermeiden können.

Im Berufsbildungsbericht 2017 ist von einer Vertragslösungsquote von 24,9 Prozent die Rede. Einer von vier Auszubildenden macht also nicht weiter. Was sind die Gründe?

Die Gründe für eine vorzeitige Beendigung des Ausbildungsvertrages sind vielfältig: Bei manchen Jugendlichen stecken schlicht und einfach falsche Berufsvorstellungen oder gesundheitliche Beeinträchtigungen wie Allergien dahinter - ein Bäckerlehrling mit Mehlstauballergie kann seinen Ausbildungsberuf natürlich nicht weiter ausüben. Auch Betriebs-schließungen und die Fälle, in denen Jugendliche mehrere Ausbildungsverträge unterschrieben haben, aber nur eine Lehrstelle tatsächlich antreten, sind in der Statistik erfasst.

In über der Hälfte der vorzeitigen Vertragslösungen wechseln die Auszubildenden jedoch in ein anderes Aus-



Ernst Deuer auf dem 2. Deutschen Ausbildungsforum bei seinem Vortrag „Berufswahl, Ausbildungsreife, Ausbildungsabbruch: Ein neuer Blick auf alte Herausforderungen“

Foto: © Ahrens + Steinbach Projekte

bildungsverhältnis. Diese Fälle sind für die ausbildenden Unternehmen, denen die jungen Leute den Rücken kehren, besonders ärgerlich, da sie bereits einige Ressourcen in die Ausbildung der Nachwuchskräfte gesteckt haben. Um solche Absprünge in Zukunft zu vermeiden, müssen die Personalverantwortlichen nach den Ursachen forschen. In verschiedenen Studien werden von den Jugendlichen beispielsweise Konflikte mit Ausbildern und Vorgesetzten, eine mangelnde Ausbildungsqualität sowie ungünstige Arbeitsbedingungen als Gründe für ihren Ausbildungsplatz- und/oder Berufswechsel angeführt.

Was können die Ausbildungsbetriebe tun?

Den Jugendlichen ist wichtig, dass sich die in der Ausbildung erbrachten Leistungen mit den erfahrenen Be-

lohnungen die Waage halten: Auszubildende, die sich stark engagieren und die ihnen übertragenen Aufgaben sehr ernst nehmen, erwarten im Gegenzug auch Anerkennung von ihrem Ausbilder. Gelobt werden, eine angemessene Ausbildungsvergütung erhalten, gute Aussichten auf eine Übernahme nach der Ausbildung haben – all dies sind Formen der Anerkennung. Fehlt diese, laufen die Auszubildenden Gefahr, in eine Gratifikationskrise zu geraten und die Ausbildung abzubrechen. Auch die Gestaltung der Arbeitsaufgaben müssen Ausbilder und Ausbildungsverantwortliche genau unter die Lupe nehmen.

Dr. Andreas Rausch und Thomas Schley vom Lehrstuhl für Wirtschaftspädagogik der Otto-Friedrich-Universität Bamberg haben zehn erlebens- und lernförderliche Merkmale von Arbeitsaufgaben herausgearbeitet, auf die ich in meinen Studien zurückgegriffen habe.

Jedes dieser Merkmale en détail aufzuzählen, würde wahrscheinlich den Rahmen sprengen. Zusammenfassend kann man sagen: Je besser diese Merkmale erfüllt sind, desto motivierter sind die Jugendlichen bei der Sache und desto geringer ist ihre Abbruchneigung. Die

heutige Jugend will herausgefordert, aber nicht überfordert werden. Statt Routine suchen die jungen Leute vielfältige, abwechslungsreiche Aufgaben, die einen Nutzen haben, z. B. für die Gesellschaft oder die Umwelt. Sie möchten gewisse Freiräume zugestanden bekommen, (kleinere) Entscheidungen selber treffen und ihre Zeit selber einteilen. Ihre Aufgaben möchten sie

nicht im stillen Kämmerlein, sondern in der Interaktion mit anderen erfüllen. Statt einer kleinen Teilaufgabe soll es lieber eine ganzheitliche Aufgabenstellung von der Planung bis zur Kontrolle der Arbeitsergebnisse sein.

Für die Motivation ist es auch besonders wichtig, zeitnah eine Rückmeldung zu Arbeitsergebnissen zu bekommen. Entweder können die Jugendlichen aus der Aufgabe heraus selber Rückschlüsse auf den Zielerreichungsgrad ziehen, oder sie bekommen Feedback von ihrem Betreuer. Und natürlich wollen sie bei ihrer Arbeit nicht ständig gestört oder unterbrochen werden.

Das sind hohe Ansprüche. Wie können Ausbildungsbetriebe diese Erwartungen erfüllen?

Diese Vorstellungen sind natürlich Idealvorstellungen und das Ergebnis allgemeiner Erhebungen. Und allgemeine Handlungsempfehlungen auszusprechen, ist angesichts der Heterogenität der ausbildenden Unternehmen schwer. Wo der einzelne Ausbildungsbetrieb bei der Gestaltung der Arbeitsaufgaben und der Betreuung durch die Ausbildungsbeauftragten konkret ansetzen kann, lässt sich u. a. durch eine Auszubildendenbefragung feststellen. Betriebe, die so eine Befragung nicht im Alleingang auf die Beine stellen können oder möchten, können auf Dienstleister zurückgreifen. „Ich bearbeite Arbeitsaufträge von der Planung bis zur Qualitätskontrolle“, „Ich erhalte regelmäßiges Feedback von meinem Betreuer“, „Mein Arbeitsplatz ist so ausgestattet, dass ich meine Aufgaben gut ausführen kann“ sind Auszüge aus dem Fragenkatalog, der beispielsweise bei dem Zertifizierungsverfahren BEST PLACE TO LEARN® verwendet wird.

Der Kommunikation zwischen den Ausbildungsbeauftragten und ihren

Schützlingen kommt dabei in allen Studien eine besondere Bedeutung zu: Zuerst müssen die Ausbildungsinhalte verständlich vermittelt, Aufgaben erklärt und Erwartungen klar formuliert werden. Die Ausbildungsbeauftragten müssen erreichbar und ansprechbar sein - nicht nur bei Problemen. Dann sollen sie regelmäßig Rückmeldung geben, Lob und Anerkennung aussprechen, sowie Hilfestellung zur Reflexion und Nachbesserung bieten. Ganz wichtig dabei ist ein konstruktiver Umgang mit Fehlern!

Ein weiteres wichtiges Thema sind die Perspektiven des Azubis. Dazu zählen zum einen die Übernahmechancen nach der Ausbildung und der sich daran anschließende Entwicklungspfad, aber auch die Übernahme von Sonderaufgaben und die Mitarbeit an Projekten während der Ausbildung.

Welchen abschließenden Rat geben Sie ausbildenden Unternehmen?

Ausbildungsbetriebe müssen sich stärker bewusst machen, wer die eigentliche Ausbildungsarbeit im Unternehmen leistet. Das sind nicht die hauptamtlichen Ausbilder, die die Ausbildungspläne erstellen und den Ablauf koordinieren, sondern es sind die Mitarbeiter in den Fachabteilungen, die als Ausbildungsbeauftragte fungieren – zusätzlich zu ihren eigentlichen Aufgaben. Sie sind diejenigen, die tagtäglich mit den Azubis zu tun haben, sie unterweisen und mit ihnen kommunizieren. ■



erschienen in verkürzter Form bei: wir AUSBILDER, kiehl, NWB Verlag GmbH & Co. KG, Ausgabe 4 | 2017



Kommunikationskanäle im War for Talent

Der Wettbewerb um geeignete Nachwuchskräfte findet zunehmend im World Wide Web statt. Neben Gesprächen mit ihren Eltern und Freunden nutzen die Angehörigen der Generation Z das Internet und informieren sich u.a. auf der Unternehmenshomepage, in unterschiedlichen Blogs und sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter, Instagram, YouTube und Snapchat. Die Kommunikationskanäle, die ein Ausbildungsbetrieb zur Bewerberansprache nutzt, müssen zwei Ansprüchen ge-

nügen: Zum eigenen Marketingkonzept passen und von der Zielgruppe vorzugsweise genutzt werden.

Mit dem Karrierebereich punkten

Ein wichtiger Baustein des Marketingkonzepts eines Unternehmens ist der Karrierebereich auf der Firmenhomepage. Das schnelle Auffinden des Menüpunktes „Karriere“ ist entscheidend für die junge Generation, um Informationen zu Praktika und Ausbildungsberufen zu erhalten. Idealerweise gibt es innerhalb des Karrierebereichs

- einen separaten Ausbildungsbereich. Ausschreibungen für freie Lehrstellen sollten übersichtlich sein und die folgenden Punkte abdecken:
- Bezeichnung des Ausbildungsberufes
- Erläuterung der zukünftigen Tätigkeiten
- Individuelle Bilder aus dem Ausbildungsalltag
- Persönlicher Ansprechpartner bei weiteren Fragen zur Ausbildung

Mit aufwendig gestalteten Hochglanzbildern, übertriebener Selbstdarstellung und unnötig verwendeten Fremdwörtern punkten Ausbildungsbetriebe jedoch nicht bei der Zielgruppe. Ein entscheidender Faktor für die Azubigewinnung ist vielmehr ein glaubwürdiger, authentischer und individueller Auftritt. Diesen erreichen Ausbilder, indem sie mit ihren zukünftigen Lehrlingen auf Augenhöhe kommunizieren.

Einblicke in den Ausbildungsalltag geben

Transparenz und Offenheit sind die Must-Haves für eine erfolgreiche Kom-

munikation mit den Jugendlichen. Für eine jugend- und zielgruppengerechte Ansprache der Generation Z beziehen Ausbildungsbetriebe am besten ihre Auszubildenden mit ein – denn diese sprechen schließlich die Sprache der Zielgruppe! Ein eigener Azubi-Blog, eine eigene Azubi-Fanpage oder Testimonials von derzeitigen Auszubildenden sind beispielhafte Elemente eines zielgruppenspezifischen Kommunikationskonzeptes.

Im Rahmen eines Azubi-Projektes können die eigenen Lehrlinge an dem Konzept mitwirken und Texte, Videos und Fotos selbst erstellen. Geeignete Themen sind Azubi-Projekte, Ausbildungsberufe, spezielle Tätigkeiten, Azubi-Meetings oder auch Betriebsausflüge. ■



erschienen bei: <http://www.wissen.de/ausbildungsmarketing-im-zeitalter-der-gen-z-realiaet-statt-hochglanz>

Berufsbildung 4.0: What's up?

3. Deutsches Ausbildungsforum thematisiert Digitalisierung in der betrieblichen Ausbildung

Das Deutsche Ausbildungsforum geht in die dritte Runde: Es findet am 21. und 22. Februar 2018 im Ellington Hotel in Berlin statt. Themenschwerpunkt: Industrie 4.0 und ihr Einfluss auf die Ausbildung junger Menschen. Welche neuen Kompetenzen erfordert die fortschreitende Digitalisierung? Wie verändern sich die Berufsbilder? Wie lässt sich durch die Nutzung digitaler Medien die Ausbildung junger Menschen einfacher und besser machen? Getreu seines Leitmotivs „Aus der Praxis – für die Praxis“ bietet das Deutsche Ausbildungsforum zu

diesen und weiteren Fragen fachlichen Input, praxisnahe Berichte und viel Raum für den interaktiven Austausch von engagierten Ausbildungs- und Personalverantwortlichen. Abendlicher Höhepunkt des Forums ist die feierliche Prämierung der besten Ausbildungs- und Personalverantwortlichen, die in 2017 mit dem Gütesiegel BEST PLACE TO LEARN® ausgezeichnet worden sind. Das Deutsche Ausbildungsforum richtet sich an Ausbildungs- und Personalverantwortliche, Ausbildungsbeauftragte sowie an Mitarbeiter aus dem Bereich des Ausbildungs- und Personalmarketings. ■

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.deutsches-ausbildungsforum.de/ Als persönliche Ansprechpartnerin steht Ihnen Frau Julia Ritzau unter 05744 5070-16 gerne zur Verfügung.

Ausbildungsmarketing im Zeitalter der Gen Z: Realität statt Hochglanz

Schülerinnen und Schüler ansprechen, als Bewerber gewinnen und als Azubis einstellen – leichter gesagt, als getan. Mit den standardisierten Instrumenten des Personalmarketings stoßen Ausbilder schnell an ihre Grenzen. Ein zielgruppenspezifisches Ausbildungsmarketing muss her, das die jungen Menschen nicht nur mit coolen Bildern und hippen Kampagnen anspricht, sondern auch durch einen authentischen Auftritt des Ausbildungsbetriebes überzeugt.

Der Ausbildungsmarkt wandelte sich in den letzten Jahren zunehmend von einem Anbieter- zu einem Nachfragermarkt. Bewerber haben die Möglichkeit, sich ihren Ausbildungsbetrieb auszusuchen und ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen. Um in den Fokus der Generation Z zu gelangen, stehen Ausbilder vor der Herausforderung, ein zielgruppenspezifisches Ausbildungsmarketing zu entwickeln, das sich in das übergeordnete Marketingkonzept des Betriebes ganzheitlich und systema-

tisch einfügt. Neben coolen Bildern und Kampagnen punkten Unternehmen vor allem mit einem authentischen Auftritt, der den Jugendlichen einen individuellen Einblick in den Ausbildungsalltag der Auszubildenden ermöglicht.

Frühzeitig Kontakte knüpfen

Die berufliche Orientierungsphase beginnt bereits im frühen Jugendalter und wird durch das private und schulische Umfeld stark beeinflusst. Auszubildende

Unternehmen tun gut daran, die Jugendlichen dort abzuholen, wo sie zu einem bestimmten Zeitpunkt in ihrer Biografie stehen. Bereits in der 8. Klasse können Schülerinnen und Schüler anhand von Praktika herausfinden, welcher Beruf zu ihren Vorstellungen passt. Mit Praktikumsplätzen geben Ausbilder Jugendlichen die Chance, persönliche Erfahrungen im Unternehmen zu sammeln und einen Einblick in den Arbeitsalltag zu erhalten. Der Vorteil für die Ausbilder: Sie lernen ihre zukünftigen Bewerber

näher kennen und verschaffen sich ein Bild von deren Potential. Studien wie die McDonalds Ausbildungsstudie 2015 zeigen, dass junge Menschen besonderen Wert auf Informationen aus erster Hand legen. Der direkte Austausch mit Gleichaltrigen während eines Praktikums oder zu anderen Anlässen liefert glaubwürdige Informationen und sorgt für Authentizität. Messepräsenzen und Veranstaltungen wie ein „Tag der offenen Tür“ schaffen ebenfalls einen Rahmen zur persönlichen Kontaktaufnahme.

Schulnoten als Auswahlkriterium für Auszubildende überholt

Die aktuelle Lage in der betrieblichen Ausbildung zeigt: Die Besetzung der freien Stellen ist mit den vorhandenen Schulabgängern nicht mehr ohne weiteres möglich. Einerseits fehlen vielen Jugendlichen entsprechende Kompetenzen, andererseits nimmt die Anzahl der Schulabgänger demografisch bedingt ab. Bundesweit konnten 31 Prozent der Betriebe ihre Ausbildungsstellen nicht komplett besetzen; gut ein Viertel dieser Betriebe erhielt nicht eine einzige Bewerbung, so die Ergebnisse der aktuellen DIHK-Ausbildungsumfrage, die Mitte 2017 vorgestellt worden ist. Neue Wege in der Bewerberauswahl können eine Entlastung in dieser schwierigen Situation darstellen.

Auf Schulnoten allein kommt es bei der Bewerberauswahl nicht an

Bislang sind Auswahlverfahren eher statisch: Sichtung der Bewerbungsunterlagen mit Augenmerk auf Zeugnisnoten und Anschreiben, gefolgt von einem Vorstellungsgespräch. Schüler mit unbefriedigenden Noten werden häufig abgelehnt oder gelten als „Notlösung“ bei der Bewerberauswahl. Nur können Unternehmen sich diese Herangehensweise noch leisten? Weisen Schulnoten tatsächlich eine gute Aussagekraft für den späteren Berufserfolg auf? Schließlich beklagen Personaler immer wieder, dass ihnen (qualifizierte) junge Bewerber für ihre Ausbildungsstellen fehlen.

Schule und Arbeit sind zwei verschiedene Welten

In Zeiten, in denen sich auszubildende Unternehmen nicht mehr die Bewerber aussuchen können, sondern vielmehr die leistungsstarken Schulabsolventen die Wahl des Betriebes treffen, ist ein Festhalten an alten Auswahlverfahren wenig zielführend. Stimmen werden laut, die vom Umdenken in der Azubi-

Bewerberauswahl sprechen. Gründe, warum ein bestimmtes Notenniveau nicht erreicht werden konnte, gibt es viele. So sind persönliche Probleme, falsche Vorgehensweise beim Erlernen des Stoffes oder mangelhafte Lehrerbefähigung immer wiederkehrende Probleme. Zudem existieren viele unterschiedliche Schulformen, die eine Vergleichbarkeit der Noten erschweren. Darüber hinaus gilt: Besteht Interesse an dem Beruf, geht der Bewerber mit ganz anderer Motivation in die Arbeitswelt, als er in die Schule gegangen ist.

Unternehmen stehen vor der Herausforderung Methoden zu entwickeln, um Potentiale unter den Bewerbern herauszufiltern. Manche mögen gemäß ihrer Noten zwar nicht geeignet erscheinen, am ehesten festmachen lässt sich dies aber anhand der Persönlichkeit des Jugendlichen. Noten ergeben nur bedingte Rückschlüsse auf das Potential eines Bewerbers. Interessanter ist vielmehr, ob der angehende Lehrling das notwendige Interesse, die Motivation, den Willen, das Talent und die Befähigung mitbringt, in dem Unternehmen zu arbeiten und den Beruf (erfolgreich) zu erlernen.

Aktuelles Thema mit viel Potential

Doch wie können Personaler erkennen, welches Potential ein Bewerber mitbringt? Die Fachwelt bietet unterschiedliche Ratschläge und Methoden: Angefangen bei Praktika und Probearbeiten, über Assessment-Center und Gruppengespräche bis hin zu (kostenpflichtigen) Testverfahren. Das Angebot an diagnostischen Instrumenten ist riesig, die Nachfrage nach Potentialanalyseverfahren auch. Unternehmen sollten die Angebote vergleichen und überprüfen,

welches Instrument mit seinen Spezifikationen zu den angebotenen Ausbildungsberufen passt.

Der Potential- und Eignungsdiagnostiker Wolfgang Kring, Geschäftsführer und Gründer der INFO GmbH, erklärt, dass Noten in ihrer Aussagekraft zur Berufseignung begrenzt seien: „Schulnoten fragen nur erlerntes Wissen ab, nicht aber für einen Beruf entscheidende Merkmale wie beispielsweise Merk- und Lernfähigkeit.“ Aussagefähiger seien Intelligenz-, Leistungs- und Persönlichkeitstests. Laut Kring sei es wichtig, im Auswahlprozess herauszu-

Bislang werden die Bewerbungsunterlagen meist noch mit Augenmerk auf Zeugnisnoten und Anschreiben durchgesehen.



finden, welche Potentiale ein Bewerber mitbringt. „Wissen und Können sind erlernbar und somit auch während der Ausbildung vermittelbar. Potentiale wie Merkfähigkeit oder auch Intelligenz sind nicht erlernbar.“ Die Systeme, die zur Potentialanalyse eingesetzt werden, erfassen laut Krings idealerweise folgende Parameter: Die kognitiven Fähigkeiten, um die Anforderungen des Berufs zu erfüllen, die zum Berufsbild passende Persönlichkeit sowie die Motivation für das Berufsbild.

Ein Umdenken ist wichtig

Bislang machen sich die meisten Unternehmen nicht die Mühe, differenziertere Auswahlverfahren für Azubis zu wählen. Der finanzielle und auch personelle Aufwand ist zu hoch. Die Frage bleibt: Sollen Unternehmen für ihre Auszubildenden so viel Geld und Zeit investieren, wie sie teilweise für Fach- und Führungskräfte aufwenden? „Ja“, sagt Krings. Und er geht

noch einen Schritt weiter: „Unternehmen sollten nicht nur in die Auswahl der Azubis, sondern auch in die Bindung bis zum ersten Arbeitstag und in die Bindung während der Ausbildung investieren.“ Würden die Bemühungen nach der Auswahl des Bewerbers aufhören, bestünde eine zu hohe Gefahr, dass dieser die Ausbildung doch nicht antritt. Schließlich bewerben sich die Unternehmen mittlerweile auch bei den jungen Menschen. Für die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen und der Wirtschaft ist es wichtig, Jugendliche auszubilden und als eigenen Nachwuchs heranzuziehen. Um junge Menschen überhaupt für sich zu gewinnen, müsse der Auswahlprozess für den Bewerber schneller und attraktiver sein, so Krings weiter. Für das Unternehmen sei wichtig, dass der Prozess qualitativ hochwertig bleibt. „Wenn ein Bewerber nicht passt, dann passt er nicht! Lieber keinen, als den falschen! Selbst wenn man nur drei Bewerbungen erhält, hat man dennoch die Aus-

wahl.“ Laut Krings müssen Unternehmen ihre Anforderungen an die Stelle beibehalten, es sei allerdings notwendig, auch mal Alternativen zu prüfen.

Die erste Umsetzung erfolgt bereits

Es existieren einige Unternehmen, die bereits reagiert haben und die Schulnoten innerhalb des Bewerbungsprozesses nicht mehr so hoch gewichten. Sie werden weiterhin betrachtet, jedoch stehen ihnen andere Kriterien gleichwertig gegenüber. Das Gesamtbild zählt, welches ein Bewerber im kompletten Bewerbungsprozess abgibt, also auch Kompetenzen und Persönlichkeit. Es scheint unumgänglich: Die Auseinandersetzung mit neuen Methoden der Bewerberauswahl kommt früher oder später auf alle Unternehmen zu. Auch eine Investition in Testverfahren sollte ein jedes Unternehmen für sich ernsthaft prüfen. ■

PARTNERINFO
 Unser langjähriger Partner im Bereich der Bewerberauswahl und Eignungsdiagnostik ist die INFO GmbH – Institut für Organisationen aus Lich. In ihrem Schwerpunktbereich Personal- und Organisationsentwicklung bietet sie Unternehmen nachhaltige Lösungen bei der Gestaltung wertschöpfender Entwicklungsprozesse an.

INFO INSTITUT FÜR ORGANISATIONEN

erschienen bei:
<http://www.wissen.de/schulnoten-als-auswahlkriterium-fuer-auszubildende-ueberholt>

Autorin: Chantal Kuschnerait



Reif für die Ausbildung?

Immer wieder wird in der Öffentlichkeit diskutiert, welche Voraussetzungen Jugendliche erfüllen müssen, um eine Berufsausbildung aufnehmen zu können. Die Bandbreite der von den ausbildenden Unternehmen gewünschten Merkmalen reicht dabei von schulischen Leistungen über Arbeitstugenden bis hin zu sozialen Kompetenzen. Doch häufig werden die jungen Bewerber diesen Anforderungen nicht vollends gerecht.

Die Halbjahreszeugnisse sind für viele Schülerinnen und Schüler der Startschuss für die Suche nach einem freien Ausbildungsplatz. Erfahrungsgemäß werden kurz darauf die Klagen der Ausbildungsbetriebe lauter, keine geeigneten Bewerber für ihre freien Lehrstellen zu gewinnen. Doch was heißt eigentlich „geeignet“? Eine allgemeingültige Definition hierfür gibt es nicht. Dennoch können generelle Aspekte betrachtet werden, die Personalere gerne betrachten, um Rückschlüsse über den jungen Bewerber zu ziehen.

fähigkeit, über die Bewerber laut Stellenaussagen zwingend verfügen sollten.

Ausbildungsreife definieren

Schulische Leistungen, Arbeitstugenden, soziale Kompetenzen – jeder versteht unter Ausbildungsreife also etwas Anderes. Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Bildung haben sich daher im „Nationalen Pakt für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs in Deutschland“ zusammengeschlossen und einen Kriterienkatalog zur Ausbildungsreife erarbeitet. Dabei werden die unterschiedlichen Merkmale, anhand derer die Ausbildungsreife eines Jugendlichen beurteilt werden kann, definiert und in fünf Bereiche eingeteilt: schulische Grundkenntnisse, Denkvermögen, körperliche Verfassung, soziale Fähigkeiten und Berufswahlreife. Herrscht bei den ersten vier genannten Bereichen noch Konsens, so scheiden sich beim fünften Bereich, der Berufswahlreife, die Geister. Für die einen Experten ist sie ganz klar ein Merkmal der Ausbildungsreife, für die anderen ist sie dieser chronologisch vorgelagert. Nach letztgenannten Verfechtern ergibt sich demnach die Abfolge Berufswahlreife – Ausbildungsreife – Berufseignung. Inhaltlich geht es bei dem Merkmal Berufswahlreife darum, dass Jugendliche sich selber einschätzen können, d. h. dass sie ihre eigenen Stärken und Schwächen sowie Interessen und Neigungen kennen und in der Lage sind, diese mit verschiedenen Berufen in Zusammenhang zu bringen. Dieses kann natürlich nur gelingen, wenn die Jugendlichen wissen, wie sie sich Informationen zu verschiedenen Berufen und ihren jeweiligen Voraussetzungen und Anforderungen beschaffen können. Das zweite Kriterium neben der Selbstkenntnis ist also das Berufswissen. Erst wenn beide Kriterien erfüllt sind, vermag es der Jugendliche, plausible Gründe für seine Berufswahl anzuführen – eine wichtige Eigenschaft, die er braucht, um bei der Bewerbung um einen Ausbildungsplatz in seinem Wunschberuf zu überzeugen.

Schulwissen

Dass Kandidaten rechnen, schreiben und lesen können, wird als Selbstverständlichkeit vorausgesetzt. Je nach Ausbildungsberuf schauen die Personalere noch auf weitere Noten. Im gewerblich-technischen Bereich beispielsweise sind die Fächer Physik, Technik und Werken von Bedeutung; für viele kaufmännische Berufe brauchen die Bewerber neben Deutsch und Mathe auch Fremdsprachenkenntnisse.

Arbeitstugenden

Ordnung, Fleiß, Sorgfalt, Pünktlichkeit und Höflichkeit klingen in vielen Ohren antiquiert, doch Kandidaten, denen es an eben diesen Tugenden mangelt, werden es schwer haben, in der Berufswelt Fuß zu fassen. Ordentliche Bewerbungsunterlagen ohne Flecken und/oder Eselsohren, höfliches Verhalten am Telefon, pünktliches Erscheinen zum Vorstellungsgespräch – mit diesen Verhaltensweisen demonstrieren Schulabgänger, dass sie eine gute Kinderstube genossen und von ihren Eltern gewisse Umgangsformen mit auf den Weg bekommen haben.

Soziale Kompetenzen

Eigentlich aus dem Englischen, haben sich die sog. „Soft Skills“ soweit im deutschen Sprachgebrauch etabliert, dass sie sogar im Duden stehen. Die „Kompetenz im zwischenmenschlichen Bereich, Fähigkeit im Umgang mit anderen Menschen“ verwenden viele Praktiker als Sammelbegriff für Fähigkeiten wie bspw. Team-, Kommunikations- und Konflikt-

fähigkeit, über die Bewerber laut Stellenaussagen zwingend verfügen sollten.

verfügt also über Selbsteinschätzungs- und Informationskompetenz und erfüllt außerdem die allgemeinen Voraussetzungen, die für die Aufnahme einer Ausbildung grundsätzlich relevant sind. Für den Beruf geeignet ist er damit noch lange nicht. Die Berufseignung bezieht sich, wie schon die Bezeichnung vermuten lässt, auf die Eignung für einen bestimmten Beruf bzw. für ein bestimmtes Berufsfeld. So sollten die individuellen Neigungen, Interessen und Fähigkeiten des Jugendlichen mit den berufsspezifischen Anforderungen übereinstimmen; ebenso die beruflichen Ziele des Jugendlichen mit den Zukunftschancen in dem gewählten Beruf. In einfachen Worten: Jugendlicher und Ausbildungsberuf passen einfach zueinander.

Ob dies der Fall ist und „es einfach passt“, lässt sich beispielsweise im Rahmen eines Praktikums feststellen. Prof. Dr. Ernst Deuer, Mitherausgeber des Buches „Berufsorientierung aus Unternehmenssicht: Fachkräfterekrutierung am Übergang Schule-Beruf“, appelliert: „Ausbildungsbetriebe müssen sich stärker um die Berufswahl junger Menschen kümmern. Wir brauchen dringend eine bessere Berufsorientierung, die die Betriebe mitgestalten sollten.“ Auch hält er es für geboten, ein neues Verständnis von Ausbildungsreife zu entwickeln, um die Nachwuchsprobleme in der dualen Ausbildung perspektivisch zu lösen.

Praxisbeispiel unseres Kunden Phoenix Contact: Wie Hauptschüler zur Ausbildungsreife gebracht werden

Insbesondere Hauptschüler haben es häufig schwer, nach der Schule einen Ausbildungsplatz zu finden. Dies will Phoenix Contact mit seinem Projekt „Aubikom“ ändern, in das jedes Jahr bis zu 15 Schülerinnen und Schüler der örtlichen Hauptschule Blomberg aufgenommen werden. Das Projekt, dessen Name auf den Begriff „Ausbildungs-Kompetenz“ zurückgeht, läuft über zweieinhalb Jahre: Während der ersten zwölf Monate besuchen die Jugendlichen die 10. Klasse, mit vier zusätzlichen Unterrichtsstunden pro Woche. Danach folgen 18 Monate Ausbildungs- und Fördermaßnahmen im Betrieb. Die Unterrichtsmethoden beinhalten Frontal-

unterricht, Selbstlernphasen, Einzel- und Gruppenarbeiten. Klar spielt dabei die Vermittlung von Grundwissen in Deutsch, Mathe, Physik und Technik eine Rolle. Das besondere Augenmerk von Ausbildern und Lehrern liegt jedoch auf der Förderung der sog. Soft Skills wie Team- und Kommunikationsfähigkeit, Engagement, Leistungsbereitschaft, Zuverlässigkeit und Verantwortungsbewusstsein. Ein wichtiges Element ist die individuelle Förderung eines jeden Schützlings. In regelmäßigen Einzelgesprächen wird die persönliche Entwicklung beurteilt, der Lernfortschritt kontrolliert und individuelle Fördermaßnahmen abgestimmt.

Bei erfolgreichem Abschluss des Projekts winkt fünf Teilnehmern die Übernahme in ein Ausstellungsverhältnis bei Phoenix Contact. Alle Teilnehmer bekommen außerdem ein Zertifikat, welches sie ihren Bewerbungsunterlagen beilegen können. Mit Erfolg: Von den Teilnehmern, die nicht übernommen werden, finden anschließend über 80 Prozent einen Ausbildungsplatz in einem anderen Unternehmen. „Einige der Jugendlichen starten mit Vieren oder Fünfen in Mathe und Physik – wahrlich keine guten Voraussetzungen“, sagt Angela Josephs, Head of Corporate Communications bei Phoenix Contact. „Wenn solche vermeintlich schweren Fälle dann aber ihre Facharbeiterprüfung bestehen oder sogar einen Techniker- oder Meistertitel erwerben, macht uns das besonders stolz und bestätigt uns darin, das Projekt weiter fortzuführen.“

Ausbildende Unternehmen müssen also umdenken: Auch, wenn es die Personalere vielfach wünschen und erwarten, ist es nicht zwingend notwendig, dass jugendliche Bewerber sämtliche Kompetenzen von Anfang an im gewünschten Umfang mitbringen. Ein gewisses Grundmaß reicht aus. Viel wichtiger ist die Fähigkeit, die Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz im Laufe der Ausbildung weiter auszubauen. ■

erschienen bei:
<http://www.wissen.de/reif-fuer-die-ausbildung>

Autorin: Heidi Becker

Rechte und Pflichten während der Berufsausbildung

Für Jugendliche, die in diesen Wochen ihre Ausbildung beginnen, fängt ein ganz neuer Lebensabschnitt an. Sie betreten eine unbekannte Welt, die Berufswelt. Damit es in dieser nicht zu bösen Überraschungen kommt, sind Rechte und Pflichten von Azubis und Ausbildungsbetrieben klar geregelt.



In vielen Betrieben ist es Gang und Gäbe, dass die Azubis zum Kaffeekochen und Kopieren geschickt werden. Doch ist diese Praxis überhaupt zulässig? Das Berufsbildungsgesetz hilft weiter: Laut § 14 Satz 2 dürfen Auszubildenden nur Aufgaben übertragen werden, die dem Ausbildungszweck dienen und ihren körperlichen Kräften angemessen sind.

Wer beispielsweise als angehender Kaufmann für Büromanagement Besprechungen vorbereitet und Gäste bewirbt, für den gehört das Kaffeekochen einfach mit dazu. Und wenn jeder aus dem Team oder aus der Abteilung mal den Kaffee für die Kollegen kocht, ist auch der Azubi einmal an der Reihe. Das gehört einfach zum guten Miteinander! Wichtig ist, dass der Azubi die berufliche Handlungsfähigkeit für die spätere Ausübung seines Lehrberufes erlangt. Welche Fertigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen dies im Einzelnen sind, ist in der Ausbildungsordnung festgehalten, die es für jeden staatlich anerkannten Ausbildungsberuf gibt.

Auszubildende haben nicht nur Rechte, sondern auch Pflichten. Gleiches gilt für Auszubildende.

Grundlage einer jeden Ausbildungsordnung ist das Berufsbildungsgesetz (BBiG). Darin sind die Rechte und Pflichten von Auszubildenden

und Auszubildenden geregelt. Damit der Lehrling das Ausbildungsziel erreicht, spricht die Abschlussprüfung besteht, bedarf es eines gegenseitigen Gebens und Nehmens: Der Auszubildende muss die Ausbildung so gestalten, dass der Auszubildende das Ausbildungsziel erreichen kann; gleichzeitig muss sich der Azubi anstrengen, die erforderlichen Kenntnisse zu erwerben und seine Aufgaben sorgfältig auszuführen.

Im Rahmen seiner Lernpflicht muss der Azubi am Berufsschulunterricht, an Prüfungen sowie an anderen Ausbildungsmaßnahmen teilnehmen; für die Teilnahme (inkl. Wegezeiten) wird der Azubi von seinem Ausbildungsbetrieb freigestellt. Der Azubi ist weiterhin dazu verpflichtet, seine Ausbildung in einem Berichtsheft zu dokumentieren, so wie der Auszubildende dazu verpflichtet ist, dieses regelmäßig durchzusehen.

Werkzeuge oder Ähnliches sind dem Auszubildenden kostenlos zur Verfügung zu stellen. Dieser hat die Pflicht, schonend mit den Arbeitsmitteln umzugehen. Dass der Azubi die Weisungen der Ausbildungsbeauftragten befolgt, sich an die Betriebsordnung hält, Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse wahrt und sich im Krankheitsfall rechtzeitig abmeldet, versteht sich von selbst.

Der Auszubildende muss dem Azubi Urlaub gewähren und eine Ausbildungsvergütung zahlen. Die Vergütung muss jährlich steigen und spätestens am letzten Arbeitstag des Monats überwiesen werden. Urlaub dient der Erholung – deshalb darf der Azubi während seines Urlaubs keine andere Erwerbs-



Eine wichtige Pflicht ist auch, sich an bestehende Sicherheitsvorschriften zu halten. Foto: © Ahrens + Steinbach Projekte

tätigkeit ausüben. Bei Beendigung des Ausstellungsverhältnisses steht dem Azubi ein Zeugnis zu, auf Wunsch mit Leistungsbeurteilung.

Kündigung

Wenn der Auszubildende den Ausstellungsvertrag vorzeitig kündigen möchte, muss er dies in jedem Fall schriftlich tun. Während der Probezeit ist eine Kündigung für beide Parteien ohne Angabe von Gründen jederzeit möglich. Nach der Probezeit können beide Seiten aus einem wichtigen Grund kündigen, beispielsweise wenn der Auszubildende gestohlen oder wiederholt die Berufsschule geschwänzt hat oder wenn der Auszubildende gegen das Jugendarbeitsschutzgesetz verstoßen hat. Liegt solch ein wichtiger Grund vor, muss keine Kündigungsfrist eingehalten werden. ■

erschienen bei:
<http://www.aachenerzeitung.de/ratgeber/bildung-beruf/rechte-und-pflichten-waehrend-der-berufsausbildung-1.1415564>

Autorin: Christina Rau



Foto: © Ahrens - Steinbach Projekte

Begabung fördern - Talente binden

Insbesondere in Verbindung mit der Suche nach neuen Nachwuchskräften fällt ein Wort besonders oft: Talent. Dieses gilt es im Auswahlverfahren zu entdecken, zu gewinnen und im Verlauf der Zeit zu binden und weiter zu fördern. Insbesondere die Bindung begabter Auszubildender an das Unternehmen fällt auf dem heutigen Arbeitsmarkt jedoch nicht leicht, da guten Nachwuchskräften viele Türen offen stehen.

Bindungselemente zur Überbrückung

Vor allem die Zeit zwischen Abschluss des Ausbildungsvertrages und Beginn der Ausbildung ist kritisch, denn für junge Menschen ist eine Überbrückungszeit von einem Jahr oder mehr sehr lang. Das Problem: In dieser Zeit erleben sie viele Umschwünge, entdecken sich neu und stellen am Ende eventuell sogar fest, dass die Ausbildung vielleicht doch nicht das Richtige für sie ist.

Um dem entgegenzuwirken gilt es, die zukünftigen Auszubildenden auch während dieser langen Überbrückungsphase in das Unternehmen einzubeziehen. Spezielle Azubiveranstaltungen, bei denen die alten und neuen Auszubildenden die Möglichkeit haben, sich gegenseitig kennenzulernen und sich über die Tätigkeiten im Unternehmen auszutauschen, schaffen eine gute Bindung. Durch den Kontakt zu den zukünftigen Kollegen und Mitazubildenden entsteht ein persönlicher Bezug zum Unternehmen.

Jedoch kommen nicht nur Azubi-Events als Bindungselement in Frage; auch die Einladung zu internen Weiterbildungen oder Schulungen, die für den angehenden Auszubildenden in Zukunft von Interesse sind, stärken die Verbindung und vermitteln ihm bereits vorab erstes Fachwissen.

Zudem kann der Kontakt durch Informationen über aktuelle Entwicklungen des Unternehmens aufrechterhalten werden. Regelmäßige Kommunikation und die Einbeziehung des Auszubildenden zeigen diesem, dass er wertgeschätzt und über die lange Überbrückungszeit keinesfalls vergessen wird. Zusätzlich steigert sich durch die Wertschätzung die Vorfreude auf die anstehende Ausbildung.

Bindungselemente während der Ausbildung

Während der Ausbildung werden dann die entscheidenden Weichen gestellt, talentierte Auszubildende langfristig im Unternehmen zu halten. Doch wie ist eigentlich Talent definiert? Laut Begabungsforscher William Stern ist Talent eine individuelle Begabung, die dazu befähigt, besondere Leistungen zu erbringen, z. B. im intellektuellen, musikalischen, sportlichen oder künstlerischen Bereich. Talent ist also „nur“ die Möglichkeit zur Leistung, nicht die Leistungserbringung selbst.

Eine große Herausforderung für Ausbildungsbetriebe: Damit verstecktes Talent überhaupt zum Vorschein kommt und sich richtig entfaltet, müssen sie günstige Rahmenbedingungen schaffen. Dazu zählen gezieltes För-

dern und Fordern in Form von herausfordernden Arbeitsaufgaben. Projekte on top zu dem eigentlichen Aufgabenfeld erhöhen die Motivation und das Wertschätzungsempfinden der Auszubildenden und steigern die Identifikation mit dem Arbeitgeber.

Zudem ist es sinnvoll, die Arbeitsaufgaben so auszuwählen, dass sie perspektivisch bereits an die zukünftigen Aufgaben als Fachkraft angelegt sind. Dadurch wird dem Auszubildenden gezeigt, dass er bereits früh ein wichtiger Teil der Wertschöpfungskette des Unternehmens ist und dass er seinen Platz im Unternehmen über die Ausbildungsdauer hinaus planen kann.

Das kontinuierliche Anpassen der Arbeitsaufgaben an den entsprechenden Leistungsstand ist aber nicht die einzige Möglichkeit, das Band zwischen Auszubildenden und Unternehmen zu stärken. Sobald man als Betreuer erkennt, dass der Schützling die Ausbildungsziele schneller als in der vorgeschriebenen Ausbildungszeit erreichen kann, sollte die Möglichkeit einer Verkürzung aktiv angesprochen werden. Das bringt Vorteile für beide Seiten mit sich: Der Auszubildende nimmt es als Anerkennung seiner gezeigten Leistungen wahr, und das Unternehmen kann ihn zu einem früheren Zeitpunkt als Fachkraft übernehmen.

Bindungselemente für Ausgelernte

Vor allem bei besonders begabten und herausragenden jungen Nachwuchskräften ist häufig unklar, wie es weitergeht. Viele der jungen Menschen wollen im Anschluss an ihre erfolgreich absolvierte Ausbildung ein Studium oder eine Weiterbildung beginnen, um später bessere Chancen auf eine höhere Position zu haben. Ausbildungsbetriebe, die hier die Option einer berufsbegleitenden Weiterbildung (Studium) anbieten, können diese aufstrebenden Mitarbeiter nicht nur langfristig an sich binden, sondern gewinnen auch qualifizierte Fach- und Führungskräfte für die Zukunft.

Allgemein gilt: Wer seine Auszubildenden fördert, ihnen bereits während der Ausbildung Verantwortung überträgt und ihre Meinungen und Vorschläge ernst nimmt sowie für einen guten Kollegenzusammenhalt sorgt, hat gute Chancen, dass ambitionierte Talente im Betrieb verbleiben.

erschienen bei:
<http://www.aachener-zeitung.de/ratgeber/bildung-beruf/begabung-foerdern-talente-bindenden-1.1590873>



Autorin: Melanie Stelemann

Frühes Babyglück - Warum studieren mit Kind immer beliebter wird

Ist eine Stelle gefunden, beginnt die Einarbeitungsphase im Unternehmen, das Fußfassen in der (neuen) Arbeitswelt oder ggf. auch eine Neuorientierung. Karriere lautet das Schlagwort. Schnell gehen einige Jahre ins Land - doch was ist mit dem Familienleben? Akademiker, und hier gerade Frauen, sehen sich häufig genötigt, zwischen Kind und Karriere wählen zu müssen. Sich den Babywunsch bereits während des Studiums zu erfüllen, ist eine Möglichkeit, beides zu vereinbaren.

Babypause gleich Karrierehemmnis?

Häufig geht für Frauen die Babypause mit einem Knick in der Karriereleiter einher. Ein Wiedereinstieg nach der Elternzeit ist nicht immer reibungslos möglich und bedarf der Unterstützung vom Partner, vom Arbeitgeber und vom Staat. Karriere in Teilzeit ist in der Wirtschaft immer noch eine Herausforderung und mit großen Anstrengungen seitens aller Beteiligten verbunden.

Einige junge Menschen entscheiden sich deswegen bewusst dafür, ihren Nachwuchs bereits während des Studiums zu bekommen. Während diese Vorstellung für die einen den blanken Horror darstellt, scheint es für andere eine sinnvolle und gute Alternative zu einer späteren Kinderlosigkeit oder Risikoschwangerschaft (schwanger mit 35+ Jahren) zu sein.

Vormittags büffeln, nachmittags Windeln wechseln

Den Spagat zwischen Vorlesungen, Seminaren, Klausuren und Wickeln, Pflegen, Betreuen muss jeder selbst bewältigen. Es darf nicht davon ausgegangen werden, dass die Kindererziehung neben dem Studium automatisch einfacher ist als später im Job. In der Arbeitswelt nehmen sich Mütter und vermehrt auch Väter aktiv eine Auszeit und bleiben für die Be-

treuung des Nachwuchses mehrere Wochen, Monate oder sogar Jahre komplett der Arbeit fern. Im Studium können sich junge Eltern diese Möglichkeit in der Regel nicht leisten, denn der finanzielle Druck sowie die „Notwendigkeit“, mit dem Studium fertig werden zu müssen, bleiben weiterhin bestehen. Sicherlich lässt sich der Tag während des Studiums flexibler gestalten als ein 8-Stunden-Arbeitstag mit Anwesenheitspflicht; die Kinderbetreuung muss allerdings parallel zum Klausurschreiben, Lernen und zu den Vorlesungen bewerkstelligt werden. Diese Doppelbelastung erfordert eine gute Abstimmung mit dem Partner, Unterstützung durch Freunde und Verwandte sowie eine disziplinierte Organisation des Tages.

Nichtsdestoweniger sind längere Studienzeiten, bei Frauen aufgrund der Kinderbetreuung, bei Männern aufgrund der Mehrarbeit neben dem Studium, keine Seltenheit. Auch kommt es bei Studenten mit Kind häufiger vor, dass das Studium unterbrochen (Urlaubssemester) oder auch abgebrochen wird.

Ohne Unterstützung geht es nicht

Um Studenten die Vereinbarkeit von Familie und Studium besser zu ermöglichen, legen Hochschulen vermehrt Wert auf Familienfreundlichkeit. Ein ei-

gens ins Leben gerufenen Audit-Verfahren (audit familienfreundliche hochschule) begleitet und unterstützt den individuellen Prozess der Verbesserung und Umsetzung familienfreundlicher Rahmenbedingungen für Angestellte und Studenten an Hochschulen und Akademien in Deutschland. Viele Hochschulen haben bereits eine Kita auf dem Campus, die von den Angestellten der Hochschule, aber auch von den Studenten genutzt werden kann. Eltern-Kind-Aufenthaltsräume, Wickelräume, Spielecken & Co sind immer häufiger vorzufinden. Darüber hinaus existieren Möglichkeiten, den Studienverlauf zu flexibilisieren und das Studium beispielsweise in Teilzeit zu absolvieren. Ebenso kann jungen Eltern im Studium mittels diverser Stipendien eine finanzielle Unterstützung zuteilwerden. Institutionen wie z. B. das Deutsche Studentenwerk bieten neben Möglichkeiten der Kinderbetreuung viele Beratungsangebote zur Finanzierung, Vereinbarkeit von Studium und Familie sowie sonstige Unterstützungsleistungen.

Aussichten nach dem Studium

Die Elternschaft während des Studiums wird von einigen Unternehmen als positiv wahrgenommen, sodass Personaler im Kampf um gute Fachkräfte mit familienfreundlichen Maßnahmen werben und Eltern beispielsweise flexible Arbeitszeitmodelle anbieten.



Foto: © alphasight/istockphoto Public Domain

Warum positiv? Zum einen zeigt es den Betrieben, dass die Personen belastbar sind. Je nach Studienverlauf lassen sich Rückschlüsse auf Disziplin und Organisationsstalent, Stressbewältigung und Umgang mit Doppelbelastung schließen – gefragte Eigenschaften, mit denen Kandidaten im Bewerbungsprozess punkten können. Zum anderen muss der Arbeitgeber nicht mehr zwangsläufig damit rechnen, dass der oder die neue Angestellte aufgrund von Elternzeit für einen längeren Zeitraum ausfallen wird, denn die Familienplanung ist ja mit einiger Wahrscheinlichkeit bereits abgeschlossen.

erschienen bei:
<http://www.sz-online.de/nachrichten/fruehes-babyglueck-warum-studieren-mit-kind-immer-beliebter-wird-3702708.html>



Autorin: Chantal Kuschnereit

In der nächsten Ausgabe unserer AUBI-news geht es um neue Wege in der Azubi-Gewinnung. Schnell und einfach soll es für die Bewerber sein, sich unabhängig von Zeit und Ort auf Ausbildungsplätze zu bewerben. Am besten direkt über das Smartphone und nicht über den heimischen PC. Und Spaß machen soll der Bewerbungsprozess auch noch. Diese mannigfaltigen Wünschen stellen Personal- und Ausbildungsverantwortliche zusehends vor Herausforderungen. In insgesamt vier Artikeln gehen wir der Frage nach, wie sich Unternehmen im Kampf um die besten Talente behaupten können.

Ausblick: Aktuelle Trends in der Azubi-Gewinnung



Mobile Recruiting

Mobile Recruiting soll Arbeitgeber und Bewerber noch schneller und einfacher zusammenbringen, indem die Karriereseite, das Stellenangebot und die Bewerbung an sich jederzeit über mobile Endgeräten abbildbar sind.

Recruitment

Mit dem Wortspiel, zusammengesetzt aus Recruiting und Entertainment, ist

ein Mix aus Personalgewinnung, Information und Unterhaltung gemeint. Die Kandidaten haben Spaß bei der Bewerbung, für die Personaler ist es eine erste Möglichkeit der Personalauswahl.

One-Klick-Bewerbung

Die One-Klick-Bewerbung ermöglicht den Jobsuchenden, sich mit nur einem Mausklick bei ihrem zukünftigen Arbeitgeber zu bewerben.

Die Daten des Jobsuchenden werden aus einem Business-Netzwerk

importiert, sodass das Ausfüllen von Online-Formularen entfällt und der Bewerbungsprozess beschleunigt werden kann.

Active Sourcing

Active Sourcing wird von Personalern für eine aktive Kandidatensuche über soziale Netzwerke verwendet. Gezielte Suchbegriffe verhelfen den Personalern, potenzielle Mitarbeiter zu finden und individuell anzusprechen.



AUBI-news

Termine - Hier können Sie uns treffen:

- **Zukunft Personal:** 19. bis 21. 09. 2017, Köln
- **BPTL Roadshow:** 10.10.2017, Stuttgart
11.10.2017, Mannheim
- **DAF 2018:** 21. + 22. 02. 2018, Berlin

DAS FÜR IHRE AUSBILDUNG

Neues von der Baustelle

Gestern noch Richtfest, morgen schon Umzug: Auf der Baustelle geht es mit großen Schritten voran, die Vorfreude auf den Umzug in unser neues Bürogebäude wächst. Am 23. März haben wir das Richtfest gefeiert, und jetzt heißt es bald schon Koffer packen. Noch im Herbst dieses Jahres wird der Umzug stattfinden – passend zu unserem 20-jährigen Firmenjubiläum. Wir freuen uns schon sehr, unsere alljähr-



liche Weihnachtsfeier in unserem neuen Bürohaus feiern zu können!

Kooperation mit Talentcube

Neue Azubis in nur 90 Sekunden – wie das geht? Per Video-Bewerbung! Die Unternehmen formulieren drei Fragen, die von interessierten Bewerbern vor laufender Handykamera beantwortet werden, und erhalten einen authentischen ersten Eindruck der Kandidaten – eine gute Grundlage, um über den weiteren Bewerbungsprozess zu entscheiden.

unseren Fachvortrag auf der Zukunft Personal. Zusammen mit unserem Partner Talentcube referieren wir darüber, wie Sie Ihre Candidate Experience positiv beeinflussen und mit dem Einsatz der Video-Bewerbung Ihr gesamtes Recruiting nachhaltig effektiver machen.

Termin: 21.09.2017 um 10:15 Uhr im Forum 6 | Solution Stage Recruiting - Halle 3.1.

Weitere Informationen unter <https://www.aubi-plus.de/blog/smartphone-statt-bewerbungsmappe-2999>

Sie wollen mehr zum Thema Video-Bewerbung erfahren? Dann besuchen Sie

Die Referenten Sebastian Hust, Mitgründer und Geschäftsführer der Talentcube UG und Niels Köstring, Geschäftsführer der AUBI-plus GmbH freuen sich auf Sie!

PARTNERINFO

Unser neuer Partner Talentcube ist Europas führende Lösung für mobile Video-Bewerbungen. Die Präsentation per Video macht die Persönlichkeit des Bewerbers endlich zu einem zentralen Bewertungskriterium bei der Personalauswahl.



TALENTCUBE

Oscarreif: Die TK-AUBI-Trilogie

„Deine Chance“, „Mach nicht irgendwas“ und „Mission Zukunft“ sind die klangvollen Titel der Filme, die vor Kurzem erschienen sind. Jeder Teil der Trilogie richtet sich an eine andere Zielgruppe und erklärt auf anschauliche Art und Weise unser Leistungsspektrum. Den Film für die Zielgruppe Unternehmen finden Sie bei YouTube unter:

Mission Zukunft:
<https://youtu.be/0cspgxLZbCw>

Wir bedanken uns bei unserem Premiumpartner TK, bei unserem Kunden Lenze SE und bei der TVN Group für die tolle Zusammenarbeit und wünschen viel Spaß beim Anschauen!

PARTNERINFO

Bereits seit 2005 gehen wir mit unserem Premiumpartner der TK, Deutschlands größter und bester Krankenkasse*, einen gemeinsamen Weg. Die TK unterstützt sowohl junge Menschen dabei, Stellen in Unternehmen zu finden, als auch Unternehmen beim Gewinnen von Auszubildenden. Gemeinsam mit der TK führen wir regionale Ausbildungsoffensiven durch.



* Laut Focus Money, Ausgabe 07/2017

Bestenehrung

Im Rahmen der Abendveranstaltung unseres 2. Deutschen Ausbildungsforums haben wir die besten Ausbildungsbetriebe des Jahres 2016 für ihre Ausbildungsqualität ausgezeichnet und insgesamt sechs Preise in drei Kategorien vergeben. In der Kategorie 101 bis 500 Mitarbeiter ging der Pokal an die Kögel Bau GmbH & Co KG und die Heidelberger Volksbank eG, in der Kategorie 501 bis 1000 Mitarbeiter an die AMAZONEN Werke

H. Dreyer GmbH & Co. KG sowie an die LLOYD Shoes GmbH und in der Kategorie mit über 1000 Mitarbeitern an die Johnson Controls Autobatterie GmbH & Co. KGaA und die Fiducia & GAD IT AG.

Weitere Informationen unter <https://www.aubi-plus.de/blog/unternehmen-fuer-ausbildungsqualitaet-ausgezeichnet-2898/>



Impressum

Herausgeber:

AUBI-plus GmbH
Hauptstraße 1
32609 Hüllhorst

E-Mail: info@aubi-plus.de
Telefon: +49 5744 - 5070 - 0
www.aubi-plus.de

Erscheinungsweise: 2 x im Jahr