

## 8 aktuelle Erkenntnisse aus der Studie „Azubi-Recruiting Trends“

**So gewinnen Sie die Generation Z für die Ausbildung**



Azubi-Marketing für  
eine neue Generation

# Azubi-Recruiting Trends

Diese Studie ist die wichtigste doppelperspektivische Untersuchung zum Azubi-Marketing und -recruiting in Deutschland: 2016 haben über 4.600 Schüler, Azubis und Ausbildungsverantwortliche an der bundesweiten Online-Befragung teilgenommen.

Die Untersuchung erlaubt, die Sicht der Ausbilder mit der der Azubis und Azubi-Bewerber zu vergleichen. Ausbildungsbetriebe werden so auf unterschiedliche Sichtweisen aufmerksam und erhalten handlungsorientiertes Wissen. 2017 erhalten alle teilnehmenden Ausbildungsverantwortlichen kostenlosen Zugriff auf das Management Summary!

[Sichern Sie sich hier die Ergebnisse für 2017!](#)

Zugang für Ausbilder und Ausbildungsverantwortliche:

**[www.personalstudie.de](http://www.personalstudie.de)**

Zugang für Azubis und Bewerber:

**[www.ausbildungsstudie.de](http://www.ausbildungsstudie.de)**

# ÜBERSICHT

- 1** Geben Sie Sinn statt Zahlen und Fakten
- 2** Zusatzqualifikationen statt Azubi-Auto
- 3** Klassische Bewerbungswege statt Mobile-Recruiting
- 4** Der ganze Mensch statt bloßer Schulnoten
- 5** Nähe statt digitaler Weite
- 6** Motivieren statt Frustrieren
- 7** Offen statt versteckt Kommunizieren
- 8** Begeistern statt Abschrecken



## Geben Sie Sinn statt Zahlen und Fakten



Die Generation Z ist eine Sinn suchende Generation. Statt Geld und Karriere zählen Erfüllung und Spaß bei der Arbeit. **Erzählen Sie der Zielgruppe etwas über den Sinn Ihres Unternehmens oder Ihrer Ausbildung**, statt wie alle anderen von führenden Unternehmen, Mitarbeiterzahlen und Umsatz zu reden!

Eine gute Geschichte macht neugierig und bleibt im Kopf, Zahlen und Fakten eher nicht.



## Zusatzqualifikationen statt Azubi-Auto



Materielle Anreize stehen für Ihre Zielgruppe bei der Auswahl des Ausbildungsunternehmens nicht im Vordergrund. Viel wichtiger sind Zusatzqualifikationen während der Ausbildung und die Möglichkeit, die Ausbildung zu verkürzen. Wenn Sie Ihren Azubis bisher auch schon **Seminare oder zusätzliche Qualifikationen** angeboten haben - reden Sie darüber!

Wenn nicht, schaffen Sie Angebote und reden dann darüber!



## Klassische Bewerbungswege statt Mobile-Recruiting

# 3

Die Studie 2015 hat gezeigt: die klassische Bewerbermappe schlägt die Mobile-Bewerbung um Längen, wenn es um die Beliebtheit bei der Zielgruppe geht. Warum? Weil Azubis es von Eltern und Lehrern so vorgelebt bekommen, **weil viele Online-Systeme nicht zielgruppengerecht und zu komplex sind** und weil Bewerber mehr von sich preisgeben wollen als nur Noten.

Ab jetzt nur noch Papier? Nein - aber achten Sie bei digitalen Bewerbungsformen darauf, dass diese anwenderfreundlich sind und den Bewerbern Raum für eine persönliche Darstellung lassen!



## Der ganze Mensch statt bloßer Schulnoten



Der in der Studie 2016 am häufigsten geäußerte Wunsch der Bewerber ist es, als ganze Persönlichkeit beurteilt zu werden und nicht nur auf Grund von Schulnoten. Das erklärt wahrscheinlich auch die **hohe Affinität der Zielgruppe zu Testverfahren, in denen auch Persönlichkeitsmerkmale erfasst werden.**

Fast 90 Prozent der Befragten finden es wichtig oder sehr wichtig, dass auch Persönlichkeitsmerkmale in Testverfahren erfasst werden.



## Nähe statt digitaler Weite

# 5

Sind Snapchat und Whats-App die besten Kanäle um Jugendliche für eine Ausbildung zu begeistern? Wir glauben nicht. Denn die Ergebnisse der 2016er Studie zeigen ein ganz anderes Bild. Platz Eins und Zwei der zur Ausbildungsplatzsuche genutzten Kanäle belegen **die „Persönliche Empfehlung“ und „Der Rat von Eltern und Freunden“** - weit vor Social-Media-Angeboten. Bei der Wahl des Ausbildungsplatzes belegt die räumliche Nähe des Ausbildungsplatzes zum Wohnort Platz Zwei.

All das spricht für klassisches analoges Marketing, für ein Empfehlungsmarketing und eine gezielte Elternansprache.





## Motivieren statt Frustrieren

# 6

Bei Ihrer Zielgruppe erfreuen sich E-Learning-Angebote großer Beliebtheit - bei Ihnen leider weniger. Vielleicht weil Sie denken, dass die schon genug Youtube-Videos schauen und damit sowieso keiner lernen kann? Doch, das geht und sogar sehr gut - das zeigen verschiedene Studien. Denn im Vergleich mit vielen klassischen Lernmethoden **bieten interaktive E-Learning-Systeme mehr motivierende Aspekte.** Und wer wird nicht gerne gelobt?

Das Online-Tutorial passt sich dem Lerntempo Ihres Azubis an - den Lehrer vor Ort können Sie nicht vor- und zurückspulen.



## Offen statt versteckt Kommunizieren



Immer wenn wir in der Studie nach Gehalt, Geld oder materiellen Anreizen gefragt haben, landete die Antwort auf Platz 4. Geld ist demnach nicht das entscheidende Kriterium bei der Wahl des Ausbildungsunternehmens - unwichtig ist es aber auch nicht. Das Gehalt ist aber ein sehr schönes Beispiel dafür, wie wir es oft schaffen, an der Zielgruppe vorbeizukommunizieren.

**Welcher 16- oder 18-jährige kann denn wohl erklären, was tarifliche Bezahlung ist** und welcher Betrag sich dahinter verbirgt? Kaum einer! Also warum nicht gleich so kommunizieren, dass es die Zielgruppe auch versteht?



## Begeistern statt Abschrecken

# 8

Der Ausbildungsberuf, der zu den eigenen Interessen und Fähigkeiten passt, ist das, was sich laut Studie die meisten Jugendlichen wünschen. Klingt einleuchtend. Aber woher weiß ein 17-Jähriger, welche Interessen und Fähigkeiten er haben muss, um Oberflächenbeschichter, Fachlagerist oder Speditionskaufmann zu werden? **Viele Informationen über Berufe klingen langweilig und öde**, sind bestückt mit Fachtermini, die die Zielgruppe sowieso nicht kennt, und sagen nichts über die notwendigen Interessen und Fähigkeiten aus.

**Bieten Sie den Jugendlichen Entscheidungshilfen** statt sie abzuschrecken, mit Neigungstests, spannenden Videos oder Praktika!

## Der u-form Erste-Hilfe-Tipp



Wenn Sie wissen möchten, ob Ihre **Karriereseite**, Ihre **Stellenanzeige** oder Ihr **Bewerbungsprozess** attraktiv und zielgruppen gerecht sind, sollten Sie die fragen, die es am ehesten beurteilen können: Junge Menschen im Alter Ihrer Zielgruppe. Ob Nichte, Nachbarsjunge, Schülerpraktikant oder der eigene Nachwuchs: fragen Sie! Schauen Sie ihnen über die Schulter, wenn sie Ihr Ausbildungsangebot googeln. Lassen Sie sie mit einem Edding anmarkern, was sie nicht verstehen oder was sie langweilt! **Fragen Sie, was die Jugendlichen wirklich wissen wollen, wenn es um Ihr Ausbildungsangebot geht!** Klingt einfach, wird aber unserer Erfahrung nach noch viel zu wenig gemacht. Auch wenn es weh tut - die meisten von uns sind schon viel zu alt, um genau zu wissen, welche Wünsche und Ängste die Generation Z so hat.

Alles schön und gut. Aber wie soll das gehen? Sprechen Sie uns an! Wir haben nicht für jede Frage eine Antwort, aber für sehr viele. Und die passenden Zahlen und Ergebnisse, um die ewigen Zweifler und Nein-Sager zu überzeugen haben wir auch. Wir sind gerne für Sie da. Mehr zur Studie „Azubi-Recruiting Trends“ finden Sie unter: [www.testsysteme.de/studie](http://www.testsysteme.de/studie).

Für Ihre Fragen stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

**Herr Ronghe** (0212 280498-11) oder  
**Frau Johannsen** (0212 280498-44)

# Unser Team für Sie

Sie haben noch Fragen, Wünsche oder Ideen?



## Felicia Ullrich

*Geschäftsführung Marketing/Vertrieb*

☎ 0212 260498-27 ✉ [f.ullrich@testsysteme.de](mailto:f.ullrich@testsysteme.de)

**Ihre Ansprechpartnerin für Workshops und Vorträge  
rund um die Themen des Azubi-Recruitings**

---



## Anand Ronghe

*Studienleiter*

☎ 0212 260498-11 ✉ [ronghe@testsysteme.de](mailto:ronghe@testsysteme.de)

**Ihr Ansprechpartner für Online-Marketing und die  
Studie Azubi-Recruiting Trends**

---



## Dr. Manfred Böcker

*HR PR Consult*

☎ 0221 93644019 ✉ [manfred.boecker@hr-pr.de](mailto:manfred.boecker@hr-pr.de)

**Ihr Ansprechpartner für alle PR-Fragen**

---



## Sabrina Johannsen

*Vertrieb*

☎ 0212 260498-44 ✉ [johannsen@testsysteme.de](mailto:johannsen@testsysteme.de)

**Ihre Ansprechpartnerin bei Fragen zu unserem  
Testsystem oder unseren Testverfahren**

# Studie

## Azubi-Recruiting Trends 2017

Sie ist die größte ihrer Art in Deutschland. Grundlage der **doppelperspektivischen Analyse** wird auch dieses Mal wieder eine bundesweite Online-Befragung von **Ausbildungsverantwortlichen** aus Unternehmen und anderen Ausbildungsorganisationen auf der einen, sowie von **Azubis und Ausbildungsinteressierten** auf der anderen Seite. 2017 wird die Studie „Azubi-Recruiting Trends“ erneut von Herrn Prof. Dr. Christoph Beck von der Hochschule Koblenz begleitet, einem der führenden Experten für Recruiting und Employer Branding in Deutschland und Herausgeber des Standardwerks „Ausbildungsmarketing 2.0“.

[www.testsysteme.de/studie](http://www.testsysteme.de/studie)

**u-form Testsysteme GmbH & Co. KG**  
Klauberger Straße 1 | 42657 Solingen

- ☎ 0212 260498-0
- ☎ 0212 260498-43
- ✉ [studie@testsysteme.de](mailto:studie@testsysteme.de)
- 🌐 [www.testsysteme.de](http://www.testsysteme.de)

# Die u-form Testsysteme

Innovative Lösungen für erfolgreiches Azubi-Recruiting



Das einfach andere Bewerbermanagement-System unterstützt Sie von der Anzeigenschaltung bis zum Vertragsabschluss mit einem Höchstmaß an Flexibilität.



Das innovative Online-Testsystem bietet Ihnen Individualität, Sicherheit und Effizienz bei der Auswahl Ihrer Bewerber.



Die aktuellen berufsnahen Testverfahren unterstützen Ausbildungsbetriebe seit über 40 Jahren bei der Auswahl geeigneter Azubis.



Dank des Praxis- und Kontaktfaktors werden Sie mit den u-form:e Powerworkshops zum Profi für erfolgreiches Azubi-Recruiting.




Mit unserer Beratung denken Sie quer und um und finden erfolgreich neue Wege in den Bereichen Azubi-Marketing und Azubi-Recruiting.


Mehr Informationen:

[www.testsysteme.de](http://www.testsysteme.de)



**u-form Testsysteme GmbH & Co. KG**  
Klauberger Straße 1 | 42657 Solingen

 0212 260498-0

 0212 260498-43

 [studie@testsysteme.de](mailto:studie@testsysteme.de)

 [www.testsysteme.de](http://www.testsysteme.de)