

Das Magazin für erfolgreiches Azubi-Recruiting



# ECHE AZUBIS IN ECHE AUSBILDUNGSSITUATIONEN

**Unser Hingucker:** Starke Bilder werben für Ausbildung

## Marketing

### Mach dein ZINQ

Innovative Ausbildungsinitiative sichert qualifizierte Fachkräfte

## Studie

### Die selbstbewussten Sinnsucher

Spannende Einblicke in die Ergebnisse der aktuellen Studie „Azubi-Recruiting Trends 2014“

## Recruiting

### Schau mal was Du klickst

Warum Sie Ihren Auswahlprozess einmal durch die Kandidatenbrille betrachten sollten



Es ist Zeit für eine neue Technologie –  
**Testen Sie Ihre Bewerber schnell und sicher mit dem Online-Testsystem opta3.**

**Steigern Sie die Attraktivität und Effizienz Ihrer Bewerberauswahlverfahren mit diesen Vorteilen:**

- Zeitlich und räumlich flexibles Testen am PC
- Umfangreicher Pool an berufsnahen und aktuellen Testskalen
- Sekundenschnelle Bereitstellung der Ergebnisse
- Mobile fähiges Testlayout
- Maßgeschneiderte Testverfahren
- Kostenlose Hotline für Sie und Ihre Bewerber
- Web-Schnittstellen zu anderen HR-Systemen
- Abrechnung pro Test, keine Vertragsbindung
- Anpassungen an Ihr Corporate Design
- Keine Installations-, Wartungs- oder Updatekosten

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



Treffsicher die passenden Talente finden!  
Das führende Testsystem für erfolgreiches Azubi-Recruiting

## Liebe u-form:e Kundinnen und Kunden,

kennen Sie diese junge Dame? Persönlich sicherlich nicht. Begegnet ist sie Ihnen wahrscheinlich aber schon. Wo? Zum Beispiel an der Kasse Ihres Supermarktes, auf vielen Karriereseiten, an Messeständen oder in Ausbildungsflyern.

Sie ist eines der beliebtesten Stockfoto-Motive, wenn es darum geht unsere Zielgruppe darzustellen. Ich nenne sie liebevoll „mein dänisches Grinsekätzchen“, da die junge Dame Dänin ist. Warum ich ihr einen Namen gegeben habe? Sie muss in meinen Workshops oft als Beispiel für falsch verstandene Bewerberkommunikation herhalten.



Die junge Dame ist zweifellos nett anzuschauen. Aber wissen Sie, was sie nicht leisten kann? Die Identifikation der Zielgruppe mit einer Ausbildung; oder Ihrem Unternehmen und einen hohen Erinnerungswert hat sie auch nicht. Die wenigsten unserer Azubis sind so makellos schön und haben Modelmaße. Viele unserer Azubis sind klein oder groß, dick oder dünn, haben Pickel, sind bleich oder haben eine dunklere Hautfarbe und Migrationshintergrund – jedoch selten einen dänischen.

**Auch wenn unsere aktuelle Studie „Azubi-Recruiting Trends 2014“ zeigt, dass für Bewerber Facebook im Recruiting eine eher untergeordnete Rolle spielt, so hat Social Media doch einen starken Einfluss auf die Art der Kommunikation,** die unsere Zielgruppe von uns erwartet. Bewerber wünschen sich eine authentische Kommunikation, ehrliche Einblicke in Unternehmen und echte Azubis als Testimonials – aber keine gefakten dänischen Grinsekätzchen.

Dass es anders geht, zeigt unser Artikel über zwei Fotoprojekte der IHK Köln. Überzeugen Sie sich selbst, wie attraktiv und authentisch Ausbildung in Bildern eingefangen werden kann. Bilder sagen eben mehr als tausend Worte.

Davon können manche einiges lernen. Lernen ist ein gutes Stichwort. Neue zielgruppengerechte Formen des Lernens, der Umgang mit lernschwachen Azubis und spannende Studienergebnisse – all das und noch viel mehr ist Thema unserer aktuellen A-Recruiter Ausgabe. Was es sonst noch so Neues gibt? Schauen Sie doch einfach mal rein. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Stöbern und Lesen.

*Felicia Ullrich*

Ihre Felicia Ullrich





06

## MARKETING

### 06 **Starke Bilder werben für Ausbildung**

Im Auftrag der IHK zu Köln haben die Fotografen Christian Ahrens und Silvia Kröger-Steinbach dem abstrakten Thema „Ausbildung“ ein Gesicht gegeben. Die Hauptrolle dabei spielen starke Azubis

### 15 **Social Media ist tot. Es lebe Social Media.**

### 18 **Was die Generation Y bewegt und wie wir sie erfolgreich ansprechen**

Ferihan Steiner gibt wertvolle Tipps für den Umgang zwischen den Generationen

### 10 **Selbstbewusste Sinnsucher**

Ergebnisse der Studie „Azubi-Recruiting Trends 2014“

### 20 **Mach dein ZINQ**

Innovative Ausbildungsinitiative sichert qualifizierte Fachkräfte



20



24

## RECRUITING

### 24 **Wachstum durch Ausbildung**

HBS Elektrobau rekrutiert Nachwuchskräfte im europäischen Ausland

### 40 **Potenziale entdecken und motivierte Fachkräfte gewinnen**

Stadtwerke Düsseldorf bilden erfolgreich lernschwache Schüler aus

### 28 **Azubi-Experience – Schau mal was Du klickst**

Warum und wie Ausbildungsverantwortliche ihre Bewerbungsprozesse einmal durch die Kandidatenbrille betrachten sollten

### 42 **Ausbildung mit „Blick über den Tellerrand“**

Solvay kooperiert bei der Ausbildung mit regionalen Partnerunternehmen



36

### 32 **MARKTPLATZ**

### 36 **Eine Ausbildung, die „haften“ bleibt**

3M fördert Azubis schon frühzeitig in der Karriereplanung

### 44 **Auf der Suche nach wachsenden Persönlichkeiten**

Landgard nutzt Einstellungstest für den ersten „Bewerber-Check“

### 46 **WUSSTEN SIE SCHON?**



44



50

## AUSBILDUNG

### 50 **Die bestmögliche Ausbildung für die Mitarbeiter von morgen**

„Initiative für Ausbildung“ entwickelt erfolgreiches Konzept

### 55 **Lernpakete schließen statt aussortieren**

Mit Selbstlernkursen schulschwache Azubis fit für die Ausbildung machen

### 53 **“If a child can't learn the way we teach, maybe we should teach the way they learn.”**

Eine Studie beschäftigte sich kürzlich mit der Frage, welche Lernmethoden erfolgreich sind

### 57 **Leichter Einstieg ins selbstgesteuerte Lernen**

Interview mit Norbert Enste, Ausbilder am Standort Arnsberg bei der Westnetz GmbH



57



## MARKETING

### 06 **Starke Bilder werben für Ausbildung**

Im Auftrag der IHK zu Köln haben die Fotografen Christian Ahrens und Silvia Kröger-Steinbach dem abstrakten Thema „Ausbildung“ ein Gesicht gegeben. Die Hauptrolle dabei spielen starke Azubis

### 10 **Selbstbewusste Sinnsucher**

Ergebnisse der Studie  
„Azubi-Recruiting Trends 2014“

### 15 **Social Media ist tot. Es lebe Social Media.**

### 18 **Was die Generation Y bewegt und wie wir sie erfolgreich ansprechen**

Ferihan Steiner gibt wertvolle Tipps für den Umgang zwischen den Generationen

### 20 **Mach dein ZINQ**

Innovative Ausbildungsinitiative sichert qualifizierte Fachkräfte



## Starke Bilder werben für Ausbildung

Im Auftrag der IHK zu Köln haben die Fotografen Christian Ahrens und Silvia Kröger-Steinbach dem abstrakten Thema „Ausbildung“ ein Gesicht gegeben. Die Hauptrolle dabei spielen starke Azubis.

Wie brechen Ausbildungsbetriebe das Eis und machen aus Schülerinnen und Schülern potenzielle Auszubildende? Bilder von echten Azubis in Aktion spielen dabei eine Hauptrolle.

Sie sind glaubwürdig, schaffen Identifikationsmöglichkeiten und machen Lust darauf, sich näher mit Ausbildungen und Ausbildungsbetrieben zu beschäftigen. Diese Überlegungen hat die Industrie- und Handelskammer zu Köln in den vergangenen Jahren zum Anlass genommen und das Fotografenteam Christian Ahrens und Silvia Kröger-Steinbach (Ahrens+Steinbach Projekte) beauftragt, Motivserien zu verschiedenen Ausbildungsthemen zu entwickeln: Neue Berufe, Migranten in der Ausbildung und Boys and Girls only.

Die Fotografen haben die Bilder in Köln und in der erweiterten Region aufgenommen. „Für mich war die Frage, wie wir es schaffen, das Thema Ausbildung zu emotionalisieren. Den Gedanken des Berufsbilds haben wir dabei einmal wörtlich genommen. Wir wollten Lust auf Ausbildungsberufe machen, indem wir echte Azubis in echten Ausbildungssituationen zeigen“, sagt Gregor Berghausen, Geschäftsführer Aus- und Weiterbildung der IHK zu Köln. Die Bilder wurden in den Räumen der IHK zu Köln genutzt – und Schülerinnen und Schülern bei Tagen zur Berufsorientierung gezeigt.

Mit der Wirkung der Bilderserien ist Berghausen sehr zufrieden: „Sie kommen bei Schülern sehr gut an, viele von ihnen haben dank der

Ausstellung ihren Berufswunsch gefunden, nicht wenige dabei auch vorher unbekannte Ausbildungsgänge entdeckt.“

Die Bilderserien sind als Wanderausstellungen konzipiert, die die IHK zu Köln an andere Kammern und Unternehmen verleiht. Zudem gib es die Azubi-Bilderserien als Roll-ups, die sich problemlos als Bilderelemente in Veranstaltungen und Events zum Thema duale Ausbildung integrieren lassen. ■



**Gregor Berghausen**

Geschäftsführer für Aus- und Weiterbildung,  
IHK Köln



## Zu den Bildern:

Echte Azubis in echten Ausbildungssituationen

Die eindrucksvollen Bilder der IHK Köln bieten einen originellen und emotionalen Einblick in die Gesichter verschiedener Ausbildungsberufe.

Unserer Meinung nach verdienen besondere Bilder auch eine besondere Präsentation:

Wir hätten es schade gefunden, wenn die Fotoarbeiten nicht ihre volle Wirkung entfalten und nur klein abgedruckt werden.

Deshalb verschönern diese nun das gesamte Magazin in voller Größe. Viel Spaß!

Anfragen bitte an:

**Gabriele von Glasenapp**

IHK Köln,  
[berufsbildung.international@koeln.ihk.de](mailto:berufsbildung.international@koeln.ihk.de)



## Fertigungsmechanikerin

Deutz AG, Köln

### Nadja Berndt

*Ursprünglich wollte ich eine Ausbildung im sozialen Bereich machen, habe dann aber deutlich gemerkt, dass mir das eigentlich gar nicht liegt. Früher habe ich mich gerne mit technischen Dingen befasst und meinem Großvater gerne in der Werkstatt geholfen.*

*Über das Internet habe ich nach Ausbildungsmöglichkeiten im technischen Bereich gesucht und bin dabei auf das Angebot der Deutz AG gestoßen. Ich bin jetzt im ersten Lehrjahr und freue mich auf all das, was noch kommt. Mit der Berufswahl bin ich sehr zufrieden und fühle mich am richtigen Platz.*





## Fertigungsmechaniker

Deutz AG, Köln

### Mehmet Akbulut

*Wichtig für die Berufswahl war das Schulpraktikum nach der 10. Klasse. Danach habe ich mich bei der Deutz AG beworben und habe eine Ausbildungsstelle zum Fertigungsmechaniker bekommen.*

*Am meisten schätze ich die Blechschlosserei, dort lernt man viele unterschiedliche Dinge, zum Beispiel bei der Herstellung von Einzelteilen für die Prototypenfertigung. Mir gefällt auch, dass in diesem Bereich sehr viel geschweißt wird.*



Erschienen in:  
Personalwirtschaft  
07/14 Wolters Kluwer

## Selbstbewusste Sinnsucher

Der Azubi-Talentmarkt hat einen neuen Reifegrad erreicht. Bewerber suchen in der Ausbildung mehrheitlich nicht nur Einkommen und Karriere, sondern auch „Sinn“, sind selbstbewusst und haben in vielen Fällen die Wahl zwischen mehreren Angeboten. Das zeigt eine neue Studie.

Worauf legen Azubis und Azubi-Bewerber im Hinblick auf das Arbeitsleben besonderen Wert? Die Studie „Azubi-Recruiting Trends 2014“ zeigt, dass die für die Generation Y mehrfach festgestellte Sinnorientierung der jüngeren Generationen auch hier vorherrscht.

Zu 56 Prozent streben sie in erster Linie nach Spaß und Erfüllung im Beruf sowie nach einer Tätigkeit, die ihren Wertvorstellungen entspricht. Das rein instrumentelle Verhältnis zum Beruf als Mittel zum Zweck, um Privates verwirklichen zu können, ist dagegen ebenso die Option einer Minderheit wie die ausschließlich an Geld und Status orientierte Karriere.

Vor diesem Hintergrund steht in Frage, inwieweit die traditionelle Fixierung auf Karriereargumente tatsächlich die Herzen der Azubi-Bewerberzielgruppen erreicht. Doch nicht nur Sinnhunger prägt die aktuelle Azubi-Generation, sondern auch ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein. Schon im vergangenen Jahr konnten wir feststellen, dass Azubis sich im Verhältnis zu möglichen Ausbildungsbetrieben nicht mehr als Bittsteller betrachten, sondern als selbstbewusste Kunden. Dieser Trend hat sich auch in diesem Jahr bestätigt: 69 Prozent der Befragten sehen sich mit den Ausbildungsbetrieben auf „Augenhöhe“. Das hat Folgen für die Erwartungshaltung und das Verhalten gegenüber den Ausbildungsbetrieben und ist die Ursache für eine grundlegende Verschiebung auf dem Talentmarkt für Auszubildende: Azubis haben heute die Wahl. Die Hälfte der Azubi-Teilnehmer bekamen schon einen Ausbildungsplatz angeboten, aber immerhin 44 Prozent gleich mehrere, durchschnittlich waren es bei dieser Gruppe fast drei Angebote pro Person.

### Azubi-Kollege kommt nicht?

Aus anderen Talentmärkten mit einem Überschuss an Angeboten ist das Problem der geringen Vertragstreue bekannt: Kandidaten unterschreiben mehrere Verträge parallel, treten die Positionen dann aber nicht an. Derzeit ist das nach unserer Erkenntnis bei den Azubis noch kein Massenphänomen, aber immerhin haben laut eigener Angabe fast 7 Prozent der Azubi-Teilnehmer schon einmal einen Ausbildungsvertrag unterschrieben, dann die Ausbildung aber nicht angetreten.

Die Zahl ist gering, insbesondere angesichts der doch recht langen Zeit, die zwischen der Unterschrift unter einem Ausbildungsvertrag und dem Ausbildungsbeginn vergeht.

Nach Auskunft der befragten Ausbildungsbetriebe waren das 2013 im Durchschnitt etwas mehr als sechs Monate, wobei in einzelnen Betrieben auch deutlich mehr Zeit verstrich – zum Teil bis zu einem Jahr.

Das bedeutet, Azubis haben viel Zeit, um sich noch einmal Gedanken über ihre Wahl der Ausbildung zu machen – und sich von der eigenen Entscheidung zu distanzieren. Für viele Azubis ist das angesichts der aktuellen Lage auf dem Ausbildungsmarkt zu viel Zeit. Sie beginnen, ihre eigene Entscheidung in Zweifel zu ziehen und sich nach besseren Alternativen umzusehen.

Unternehmen steuern jetzt schon dagegen. In der wackligen Phase halten 23 Prozent der befragten Ausbildungsbetriebe regelmäßigen Kontakt zu den Azubis, sporadisch tun das immerhin 46 Prozent. Die meisten Betriebe pflegen den Kontakt in dieser Phase derzeit per E-Mail. Hier bietet es sich an, die Onboarding-Maßnahmen zu intensivieren und Informationen, wie das Welcome-Package oder die Mitarbeiterzeitung nach Hause, sowie Weihnachts- oder Geburtstagsgrüße, durch persönliche Kontakte, also Patenschafts- und Mentorenprogramme oder Teamtreffen vor Ausbildungsbeginn, zu ergänzen.

Das erhöht nicht nur die Bindung, sondern beschleunigt die Integration von Azubis.

### Realistischer Blick auf Anforderungen

Azubis und Azubi-Bewerber schätzen die Anforderungen der Betriebe an die Kompetenzen von Azubis recht realistisch ein. Das zeigt ein Blick auf die Soft-Skills (siehe Grafik 1). Haben Azubis Bedenken dagegen, im Bewerbungsverfahren solche und andere Kompetenzen testen zu lassen? Diese Frage können wir klar verneinen. 81 Prozent finden Tests bei einem Auswahlverfahren „sehr gut“ bis „eher gut“. Da bei Schülern nur wenige auswahlrelevante Daten vorliegen, ist es bei Azubi-Bewerbern besonders sinnvoll Tests einzusetzen.

Schon jetzt machen Dreiviertel der befragten Betriebe davon Gebrauch. Im Vergleich zu den Vorjahren hat sich dieser Trend zum Test verstärkt.

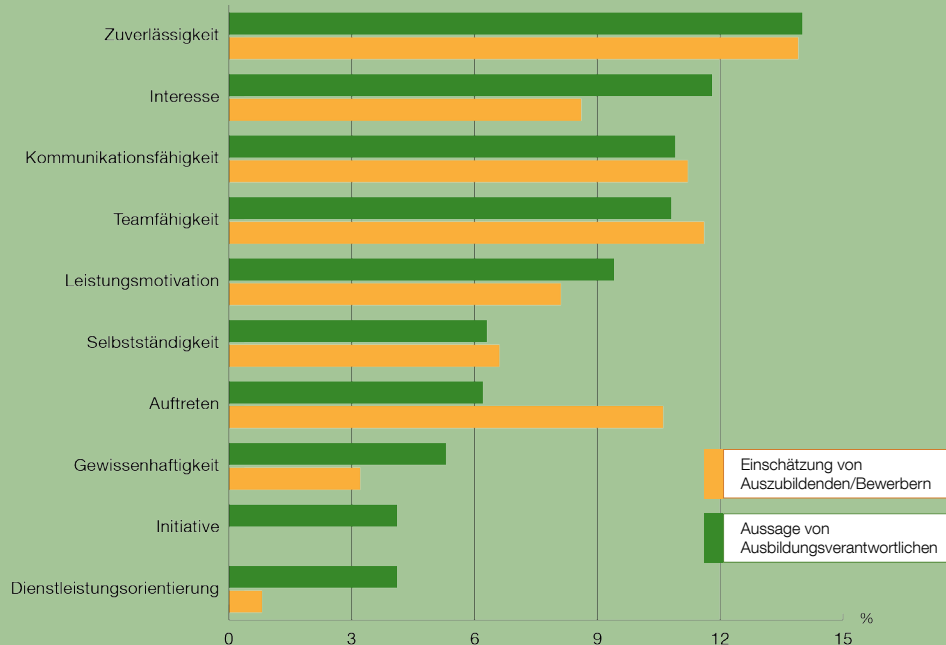
Künftig könnte der Gebrauch von Tests sogar noch stärker zunehmen. Denn während Unternehmensorganisationen vor einigen Jahren noch Bewerber mit unzureichendem Wunschprofil vorselektieren konnten, können sie es sich nun eigentlich nicht mehr leisten, Potenziale zu übersehen – auch in bislang eher vernachlässigten Bewerber-Teilzielgruppen.

### Ausschöpfung von Talentreservoirs

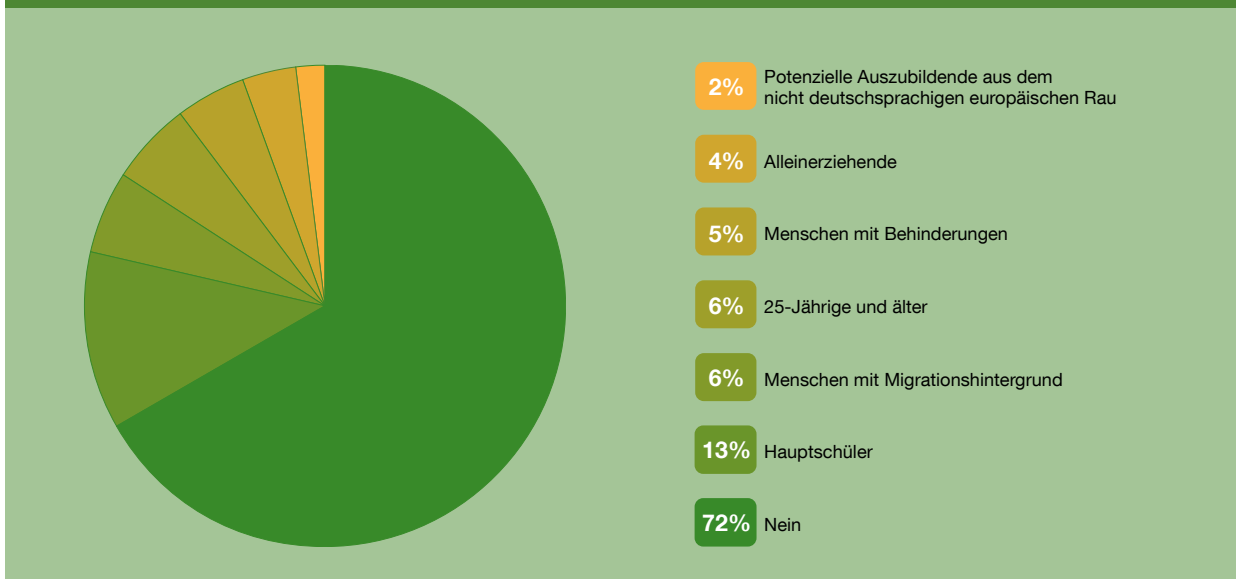
Es gilt, diese Talentreservoirs an versteckten Kompetenz- und Potenzialträgern besser auszuschöpfen.

Passen sich Ausbildungsbetriebe hier der veränderten Situation auf dem Azubi-Bewerbermarkt an, indem sie zum Beispiel gezielt bislang eher vernachlässigte Bewerbersegmente adressieren – wie zum Beispiel Hauptschüler, Menschen mit Migrationshintergrund und ältere Bewerber, die noch eine Ausbildung machen möchten? [☞](#)

**Grafik 1: Ein Blick auf die Top 10 der Soft-Skills von Bewerbern und Auszubildenden**



Grafik 2: Bewerbersegmente, die eine Ausbildung machen wollen



Unsere Umfrage zeigt, dass eine solche Strategie aktuell den Weg einer Minderheit der Ausbildungsbetriebe darstellt, rund 28 Prozent sprechen solche Bewerbergruppen gezielt an (siehe Grafik 2).

### Lokale Rekrutierungsstrategie und Mobilität von Azubi-Bewerbern

Azubi-Recruiting ist für die meisten Ausbildungsbetriebe eher ein lokales Geschäft: Rund 54 Prozent der befragten Unternehmen rekrutieren „lokal“ oder in der „näheren Umgebung“, 30 Prozent „regional“ (unter 100 km). 14 Prozent suchen in ganz Deutschland Auszubildende und knapp unter drei Prozent international. Die jeweilige Rekrutierungsstrategie hängt natürlich stark von der Größe des Unternehmens und der Zahl an Standorten ab.

Ausbildungsbetriebe mit nur einem Standort rekrutieren eben lokal oder höchstens regional. Von diesem limitierenden Faktor abgesehen gelten Azubi-Bewerber aufgrund des geringen Alters als besonders wenig mobile Bewerberzielgruppe. Stimmt das?

Tatsächlich erhielt in der Azubi-Umfrage auf die Frage „Was waren deine wesentlichen Gründe, dich schließlich für deinen Ausbildungsplatz zu entscheiden?“ (Antwort im Freitext) die „Entfernung zum Wohnort“ die meisten Nennungen (rund 100). 48 Prozent der befragten Azubis würden für ihre Ausbildung keine längeren Fahrzeiten in Kauf nehmen. Aber etwa 30 Prozent nähmen sie in Kauf und immerhin 22 Prozent könnten sich sogar vorstellen, für eine Ausbildung umzuziehen. Es lässt sich annehmen, dass aus strukturschwächeren Regionen mit wenigen Ausbildungsangeboten mehr potenzielle Auszubildende gewillt sind wegzuziehen als aus strukturell starken Regionen.

### Azubis und Social Media – nach wie vor geringe Nutzung

Wie passen das Medienverhalten von Azubi-Bewerbern und die Kommunikationspraxis der Betriebe zueinander? Intensiv genutzt für die Recherche nach Ausbildungsstellen (Skala von 1 bis 4) werden Karriere- und Ausbildungsseiten der Unternehmen (2,7), die Bundesagentur für Arbeit (2,7) und Ratschläge von

Eltern und Lehrern (2,5). Social Media spielen hier kaum eine Rolle (1,6). Dieses Ergebnis fällt umso mehr auf, als dass unsere Azubi-Studie intensiv über Social Media-Plattformen beworben wurde, wir also von einer Social Media-affinen Teilnehmergruppe ausgehen können. Zudem hat sich hier das Ergebnis aus dem Vorjahr bestätigt, derzeit nutzen Bewerber eben Social Media noch nicht intensiv, um nach passenden Ausbildungsplätzen zu suchen.

Als Gründe für die geringe Nutzung geben die befragten Azubis in dem entsprechenden Kommentarfeld vor allem an, dass sie im Zusammenhang mit der Ausbildungssuche noch nie über Netzwerke wie Facebook nachgedacht haben oder dass ihnen Facebook zu „unseriös“ beziehungsweise zu „persönlich“ sei. Ein Grund ist im Angebotsverhalten der Ausbildungsbetriebe zu finden. Diese nutzen intensiv Karriere- und Ausbildungsseiten sowie die Agentur für Arbeit (jeweils 3,1). Social Media rangiert dagegen auch hier auf den hinteren Rängen (1,8). Die gezielte Ansprache von Multiplikatoren wie Eltern und Lehrern wird geringer priorisiert (2,1) als bei den Bewerberzielgruppen.

Welche Schlüsse lassen sich daraus ziehen? Ausbildungsbetriebe sollten Sekundärzielgruppen wie Eltern und Lehrer gezielt adressieren, zum Beispiel durch Lehrerfortbildungen zu Bewerbungsthemen, Tage der offenen Tür für Eltern oder gezielte (lokale) PR. Wenn vielfach behauptet wird, Social Media sei die „Zukunft“ im Ausbildungsmarketing, so sollten Ausbildungsbetriebe das durchaus wörtlich nehmen und sich für die Gegenwart dazu nicht allzu viele Sorgen machen. Denn aktuell spielen sie im Unterschied zu Karriereseiten im Netz noch keine große Rolle.

Mit anderen Worten: gute Karriereseiten sind aktuell im Ausbildungsmarketing Pflicht, Social Media ist Kür. Unternehmen sollten im Internet vorrangig auf Qualität und Aktualität auf der eigenen Karriereseite setzen und dort gut strukturierte, aussagekräftige und regelmäßig aktualisierte Inhalte bereitstellen.

Zudem wäre es sinnvoll, den von Social Media mitgeprägten Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe entsprechend dort interaktive Elemente wie Blogs und Feedbacksowie Dialogmöglichkeiten zu integrieren. Interessierte Bewerber können dann auf der Website Azubis aus dem Unternehmen über Kultur und Miteinander im Betrieb fragen. Ausbildungsbetriebe sollten sich zudem genau überlegen, ob die in ihrer Kommunikation gewählten Themen den Interessen der Bewerber entsprechen.

### Attraktivitätstreiber und Kommunikation der Ausbildungsbetriebe

„Worauf legst du bei deinem Ausbildungsbetrieb wert?“ „Jobsicherheit“ landet dabei auf einer Skala von 1-4 mit 3,6 bei den Azubis ganz vorne, dicht gefolgt von Betriebsklima und Übernahmemöglichkeiten sowie langfristige Weiterbildungsmöglichkeiten.

Ausbildungsberufe und Arbeitsinhalte sowie das Betriebsklima sind mit über 3 auch die führenden Aspekte in der Kommunikation der Ausbildungsbetriebe und passen gut zu den Prioritäten der Azubis.

Die Themen „Jobsicherheit“ (2,7) und „langfristige Weiterbildungsmöglichkeiten“ (2,8) werden jedoch von den Unternehmen in der Kommunikation zu schwach priorisiert. ➔



Anzeige

## Testverfahren -

### Von der Zielgruppe gemocht, von der Wissenschaft bestätigt

#### Studien zeigen:

- Zwei Drittel aller Bewerber finden Tests gut bis sehr gut
- Berufsnah Testverfahren erhöhen Akzeptanz und Augenscheinvalidität
- Testverfahren sind valider als Schulnoten bei der Vorhersage von Ausbildungserfolg
- Über 80 Prozent der Ausbildungsbetriebe vertrauen auf Tests

Erleben Sie jetzt in der Praxis, was die Theorie zeigt. Testen Sie die aktuellen und berufsnahen Testverfahren von u-form:e, als Papierversion oder integriert in ein modernes Online-Testsystem:

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



Treffsicher die passenden Talente finden!

Auch ihre Bewerbungsprozesse könnten viele Unternehmen verbessern. Deren Qualität prägt die Wahrnehmung eines Ausbildungsbetriebs stark mit.

Die befragten Azubis machen dort vorrangig Mängel bei der Transparenz aus. Die im Freitext gegebenen Antworten auf die Frage „Wie transparent ist der Bewerbungsprozess?“ bezogen sich fast

ausnahmslos auf Erfahrungen mit nicht beantworteten Bewerbungen.

Dazu die Stimme eines Teilnehmers: „Meist bekommt man gar keine Rückmeldung von den Firmen über den Status der Bewerbung. Man weiß nicht ob sie angekommen ist, gelesen wurde oder sonst irgendetwas. Es fehlen einfach Informationen.“ ■



**Felicia Ullrich**

Geschäftsführerin,  
u-form Testsysteme



**Prof. Dr. Daniela Stephanie Eisele,**

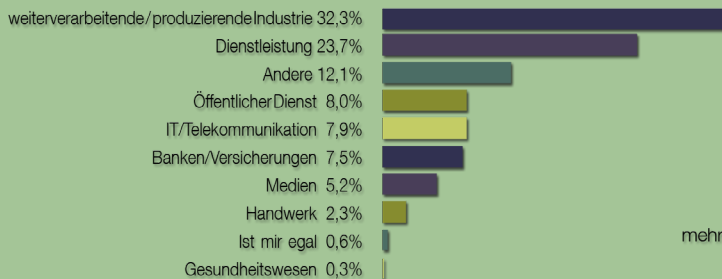
Professorin für Strategy & Corporate Management,  
Hamburg School of Business

Grafik 3: Auszug aus den Ergebnissen der Personalstudie „Azubi-Recruiting Trends 2014“

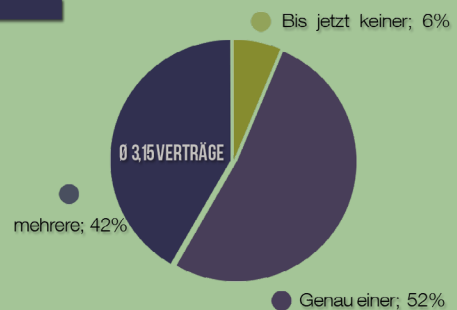
# PERSONALSTUDIE AZUBI RECRUITING TRENDS 2014

Die „Personalstudie 2014 -Azubi -Recruiting Trends 2014“ der u-form Testsysteme GmbH & Co. KG in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Daniela Eisele von der HSBA Hamburg School of Business Administration und der Yousty Media AG.

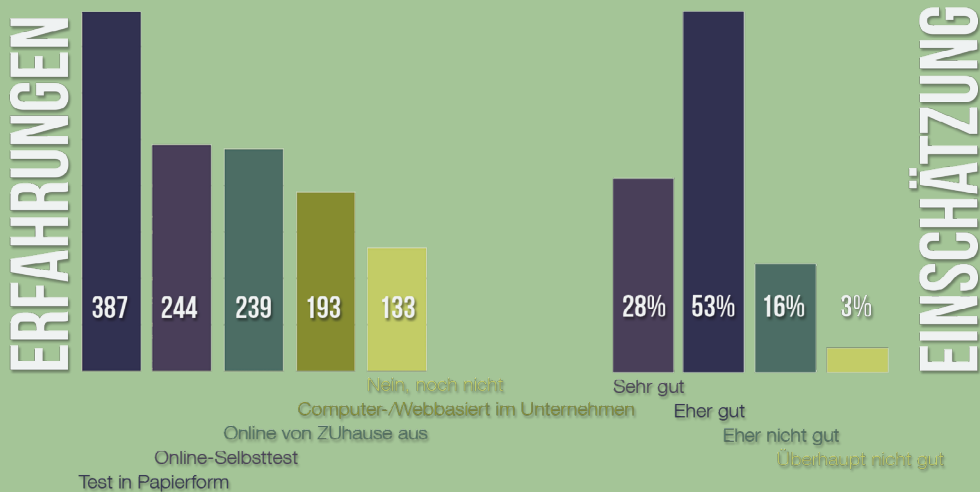
## Branchenpräferenzen bei der Ausbildungswahl

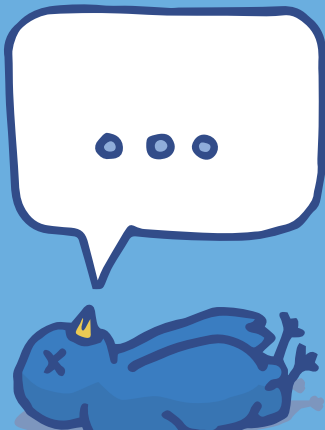


## Angebotene Ausbildungsverträge



## Tests in Bewerbungsverfahren





## Social Media ist tot. Es lebe Social Media.

Eine eigene Ausbildungsseite auf Facebook galt jahrelang als absolutes Muss für Ausbildungsbetriebe. Doch die damit verbundenen Hoffnungen haben sich nicht erfüllt. Dennoch bleibt Social Media als Kommunikationsform für Ausbildungsbetriebe unverzichtbar.

### Social Media ist tot

Wie einfach doch Azubi-Recruiting hätte sein können: Schnell mal eine Ausbildungsseite auf Facebook geöffnet, dort ein paar Botschaften abgesetzt und schon strömen passende Azubis in Scharen in den Ausbildungsbetrieb.

Doch ist den vollmundigen Versprechungen der hauptberuflichen Social Media-Prediger in Personalmarketing und -Recruiting mittlerweile Ernüchterung gewichen. Auffallend mehren sich seit einigen Jahren kritische Fachzeitschriften- und Blogbeiträge zum Thema Facebook in Personalmarketing und Recruiting. Ihr Fazit: Unglaublich wirksam ist das Ganze in der bisher praktizierten Form nicht, Investitionen (vor allem Arbeitszeit) und Ergebnisse stehen in keinem guten Verhältnis.

### Was schief gelaufen ist: Fixierung auf den „Kanal“

Den hochtrabenden Visionen lag vor allem ein Missverständnis zugrunde: die Fixierung auf die Idee eines „Kanals“. Social Media ist eben kein „Kanal“, sondern eine Kommunikationsform, bei der Internethelfer Wissen, Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen und Informationen persönlich austauschen. Jahrelang aber startete man auf die Facebook-Seite von Ausbildungsbetrieben wie die Schlange aufs Kaninchen. Es galt, sich diesen „Kanal“ für das „Azubi-Marketing“ zu erschließen. Social Media braucht aber keine Werbebotschaften, sondern relevante Inhalte in Form überzeugender persönlicher Geschichten, Gesichter und Dialoge. Die meisten bisherigen Ansätze zum Azubi-Marketing auf Facebook haben sich zum einen nicht weit genug vom klassischen „Personalmarketing“ entfernt.


### Social Media-Soloauftritte: für die große Mehrheit mäßig spannend

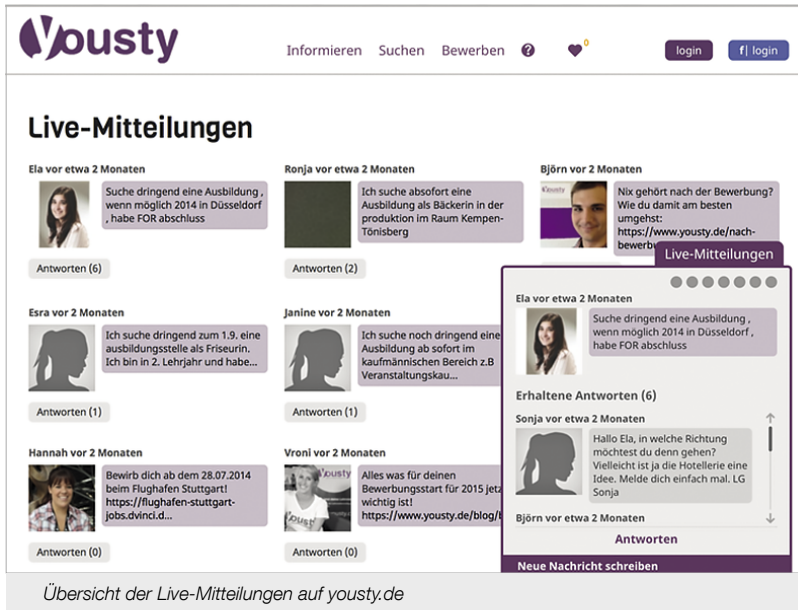
Zum anderen ist die Frage, welchen Wert Social Media Schülerinnen

und Schülern für die Suche nach einem Ausbildungsplatz liefern kann. Der wichtigste Mehrwert ist nach unserer Überzeugung „Orientierung“. Die meisten potenziellen Auszubildenden (rund 80 Prozent) wissen noch nicht genau was sie wollen. Die anderen gehen gezielt auf Branchen und Betriebe zu, sind also aus der Perspektive des Azubi-Marketings nicht das Problem. Aus dieser Perspektive sind Social Media-Plattformen, auf denen sich ein einziger Ausbildungsbetrieb darstellt, für 80 Prozent der potenziellen Bewerber mäßig spannend.

### Es lebe Social Media: Plattformen mit breiterem Angebot

Wer sich für das Thema „Azubi-Marketing“ interessiert und sich umschauen möchte, braucht eine gewisse Bandbreite. In Deutschland gibt es laut aktuellem Berufsbildungsbericht derzeit rund 330 anerkannte Ausbildungsberufe und 448.000 Ausbildungsbetriebe.

Da hilft die einzelne Ausbildungsseite auf Facebook wenig weiter. Denn es geht darum, Optionen auszuloten. 



Übersicht der Live-Mitteilungen auf yousty.de

Austausch auf Augenhöhe. Wenn Schülerinnen und Schüler sich im Internet über Ausbildungsthemen informieren, bauen Ausbildungsbetriebe mögliche Hürden ab, wenn sie die eigenen Azubis mit potenziellen Azubis sprechen lassen.

Denn die möglichen Azubis von morgen erkennen sich in diesen Botschaftern am ehesten wieder. Azubi-Bewerber brauchen solche Dialog-Partner auf Augenhöhe, denn sie haben die größte Glaubwürdigkeit. Dazu braucht es real existierende Personen. Das heißt Inhalte, hinter denen ein Gesicht steht, das dem eigenen Gesicht ähnelt. Im Unterschied zum Testimonial ist das jemand, der zu sehen und zu greifen ist, mit dem ich mich als interessierter Schüler direkt austauschen kann.

**Heiße Phase im Azubi-Marketing: 365 Tage im Jahr**

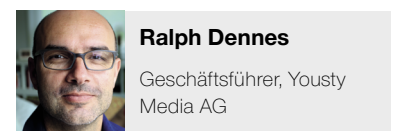
Diesen Dialog müssen Unternehmen kontinuierlich führen, nicht nur in den „heißen Monaten“ – und Ausbildungstalente dadurch aufspüren und anziehen, dass sie ihnen Angebote zur Orientierung machen. Mit anderen Worten: Die Azubi-Kommunikation im Internet braucht eine Umstellung auf 365 Tage als „heiße Phase“. Denn auf die 80 Prozent der Orientierung Suchenden kommt es letztlich an, sie brauchen Unterstützung bei der Auswahl.

Schülerinnen und Schüler werden in der Regel nicht als „Fans“ eines Ausbildungsbetriebs geboren, die nur noch in Bewerber „konvertiert“ werden müssen. Sie möchten Möglichkeiten und Optionen, Alternativen entdecken und die Vor- und Nachteile von Ausbildungsberufen und -betrieben abwägen. Dazu brauchen sie spezifische Plattformen, die die Angebote verschiedener Ausbildungsbetriebe und Branchen auf einer Plattform zugänglich machen.

**Aktiv auf Ausbildungstalente zugehen**

Solche Seiten funktionieren aber nur dann, wenn sie sich im Unterschied zu Online-Jobbörsen vom Prinzip „Schalten und Beten“ ab- und der oben beschriebenen Kommunikationsform „Social Media“ zuwenden. Das heißt, aktiv und zeitgemäß auf mögliche Ausbildungs-Talente zugehen. An die Stelle von einseitiger Beschallung treten der Dialog und der

Bei ihnen können Ausbildungsunternehmen Punkte machen – auch mit unbekannteren Ausbildungsberufen und Standorten. Dazu müssen sie mit Fotos, Videos und Dialogmöglichkeiten Transparenz ins Thema bringen und Azubis dort abholen, wo sie sich bewegen – zunehmend auch auf dem Smartphone oder Tablet. ■



**Ralph Dennes**

Geschäftsführer, Yousty Media AG



## Für Sie gefunden:

„Liste der wichtigsten  
Social-Media und  
Marketing-Studien 2014“,  
SMI socialmedia institut

Auf der Seite des socialmedia instituts finden Sie eine sehr umfassende Übersicht über verschiedene spannende Studien zu Marketing, Recruiting und Social-Media Themen.

So finden Sie im Juni 2014 unter „Alles andere ist Quatsch“ verschiedene Untersuchungen dazu, warum der in manchen Medien schon beschworene Tod von Facebook so schnell offensichtlich doch noch nicht eintritt.

Gleich zweimal erfahren Sie mehr darüber, wie Ihre Zielgruppe tickt. Im Juli in der Studie „Millennials an Social Media“ und im April in der Studie „Social Media Nutzung der 14- bis 19-Jährigen“.

Immer wieder spannend und nett zu lesen, ist die Studie „Social Media Recruiting 2014“ und die dazu gehörigen Blogs.

Da die Liste regelmäßig ergänzt wird, lohnt es, ab und zu mal einen Blick hineinzuworfen um zu schauen, ob es interessante neue Erkenntnisse für Ihre Arbeit gibt. Viel Spaß beim Stöbern. ■

### Gucken lohnt sich:

[www.socialmedia-institute.com/  
liste-der-wichtigsten-social-me-  
dia-und-marketing-studien-2014](http://www.socialmedia-institute.com/liste-der-wichtigsten-social-media-und-marketing-studien-2014)



Tschüss a-recruiter.de, **Willkommen testsysteme.de**

Wir sind umgezogen – Kommen Sie uns besuchen!

### Mit [www.testsysteme.de](http://www.testsysteme.de) haben wir jetzt die URL, die wirklich zu uns passt.

Mit unserer neu gestalteten Homepage, finden Sie jetzt die Informationen, die Sie brauchen um uns und unser Angebot noch besser kennenzulernen. Erfahren Sie mehr über:

- **Die Tests** für Berufsanfänger
- **Das Testsystem** opta3
- **Das Bewerbermanagement** bewerbernavigator
- **Die Workshops** wie die A-Recruiter Tage

Mit den neuen „Call to Action“ Elementen, können Sie sich jetzt noch schneller von unseren Produkten überzeugen. Für alle Fragen, Anregungen für Kritik und Lob stehen wir Ihnen natürlich auch persönlich zur Verfügung.



Treffsicher die passenden  
Talente finden!

u-form Testsysteme GmbH & Co. KG | Tel.: 0212 260498-0 | [testsysteme.de](http://testsysteme.de)



## Was die Generation Y bewegt und wie wir sie erfolgreich ansprechen

Ferihan Steiner gibt wertvolle Tipps für den Umgang zwischen den Generationen

Die Generation Y mit ihrer neuen Lebenseinstellung, insbesondere im Hinblick auf Work-Life-Balance und flexibles Arbeiten, stellt viele Personalierer vor unbekannte Herausforderungen. Und doch ist es gerade diese Generation, die in Zeiten des Fachkräftemangels zum Führungsnachwuchs von morgen ausgebildet werden soll. Ferihan Steiner, Expertin für Personalentwicklung und Organisationsentwicklung erklärt, worauf es im Umgang mit der Generation Y ankommt und wie sich Missverständnisse zwischen den Generationen vermeiden lassen.



*Welche Tipps geben Sie Personalern und Ausbildern im Umgang mit der neuen Generation Arbeitnehmer?*

Die Ausbildungsverantwortlichen müssen authentisch sein und die Denke der Azubis verstehen.

Meines Erachtens müssen sie selbstverständlich anlernen und gut erklären können, Fehler zulassen, aber in hohem Maße auch bereit sein, von den Jungen zu lernen.

Gefragt ist ein Umgang auf Augenhöhe, natürlich mit dem nötigen Respekt.

*Die Mitarbeiterführung im Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren stark gewandelt. Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die erfolgreiche Führung jüngerer Mitarbeiter?*

Auch, wenn der berufliche Erfahrungsschatz beim Nachwuchs naturgemäß noch nicht so groß ist, jeder startet einmal in das Berufsleben und bringt unterschiedliche Kompetenzen, Stärken und Vorlieben mit. Diese gilt es zu identifizieren und zu fördern, denn nur in dem, was uns Spaß macht, sind wir gut.

In meinen Augen ist das Management gut beraten, wenn die personalverantwortlichen Führungskräfte die Mitarbeiter fordern und fördern.

*Frau Steiner, die Generation Y und ihr Auftreten im Berufsalltag spielen für viele Personalierer und Ausbilder zunehmend eine Rolle. Wie erleben Sie die neue Generation?*

Durch meine Seminare stehe ich im engen Kontakt und ständigem fachlichen Austausch mit vielen Partnern aus den Personalabteilungen meiner Kunden. Meine Wahrnehmung der Generation Y deckt sich mit vielen Erfahrungen auf Kundenseite.

Ich erlebe die Jugendlichen der sogenannten Generation Y als selbstbewusst und überzeugend, dabei können sie aber auch arrogant und

respektlos wirken. Das „Y“ kommt ursprünglich aus dem Englischen und ist nichts anderes als eine umgangssprachliche Abkürzung für „Warum“. Die Jugendlichen hinterfragen alles und jeden, nicht zuletzt dadurch sind sie aber sehr gebildet und selbstbestimmt.

Die Tonalität dieser Zielgruppe zu treffen, bedeutet für die Wettbewerbsfähigkeit der Firmen eine ganze Menge.

Nur, wenn ich als Unternehmen diese kritische potenzielle Mitarbeiterschaft durch einen authentischen Auftritt überzeugen kann, werde ich am Markt bestehen.

Dazu gehört auch, sich frischen Input durch die Jungen zu holen und gleichzeitig, die Älteren im Boot zu behalten.

Gut durchmischte Teams sind erwießenermaßen für alle Beteiligten förderlich.

Die Demografie wird uns schneller einholen, als uns lieb ist. Der junge Nachwuchs begegnet uns zunehmend selbstbewusster und auf Augenhöhe. Es gilt, die guten und motivierten (Nachwuchs-) Kräfte zu halten, damit diese lange an der Wettbewerbsfähigkeit und Innovationstätigkeit der Unternehmen mitgestalten können.

#### *Was bedeutet das für eine erfolgreiche Azubi-Rekrutierung?*

Ich muss potenzielle Azubis früh abholen. Wenn sie dann im Unternehmen sind, muss ich sie binden und vor allen Dingen auch halten. Im Internet tummeln sich alle, deshalb müssen Unternehmen sich dort professionell und authentisch präsentieren. Entscheider sollten auch die Bewertungsportale im Auge behalten und die Resonanz dort im Unternehmen spiegeln.

Was zeichnet uns aus? Was können wir bieten? Das sind Fragen, auf die (potenzielle) Azubis Antworten haben möchten, wenn sie sich für einen Ausbildungsplatz entscheiden.

#### *Das war schon sehr viel Input. Wie und wo können sich interessierte Personaler und Ausbilder tiefergehend mit dem Thema beschäftigen?*

Grundsätzlich sollten sie immer aktuelle Themen und Trends im Auge behalten, auch, wenn es oft schwer fällt, sich Zeit für nicht-operative Dinge freizuschaffen. Ich empfehle immer, regelmäßig selbst Seminare und Veranstaltungen zu besuchen.

Viele Experten, die Seminare geben, bringen einen reichen Erfahrungsschatz mit und vermitteln diesen sehr gut. In offenen Weiterbildungsveranstaltungen ergibt sich auch immer ein neues Netzwerk, aus dem sich neue Erkenntnisse ziehen lassen. Die Teilnehmer haben das gleiche Thema, kommen aber aus verschiedenen Branchen, da ist der Blick über den Tellerrand garantiert.

*Sie haben nicht nur einen Blick für die Personalverantwortlichen, sondern auch für die Azubis. Künftig werden Sie im Rahmen des U-Form Seminarangebots verschiedene Seminare für Azubis anbieten. Wie wird das aussehen?*

Viele Konflikte zwischen den Generationen entstehen aufgrund von Missverständnissen und falschen Erwartungen auf beiden Seiten. Hier gilt es, auch die Azubis an die Hand zu nehmen und ihnen Tipps und Tricks für einen erfolgreichen Berufsstart aufzuzeigen.

Gemeinsam mit dem U-Form Verlag habe ich ein spezielles Angebot für Azubis entwickelt, das vom Business-Knigge für Berufstarter bis zum Lern- und Zeitmanagement für eine erfolgreiche Abschlussprüfung reicht.

*Vielen Dank für das Gespräch.*



**Ferihan Steiner**

Geschäftsführerin,  
Ferihan Steiner Consulting  
Training, Coaching,  
Personalentwicklung.

## A-Recruiter Tage 2015 –

### Das exklusive Forum für erfolgreiches Azubi-Recruiting

Das Azubi-Recruiting steht im Mittelpunkt. Dazu intensive Workshops und spannende Vorträge – das sind die A-Recruiter Tage. Fröhliches Lachen, viel Spaß, Unerwartetes und intensives Netzwerken – das macht dieses Format einzigartig. Seien Sie dabei, wenn es heißt „A-Recruiter Tage reloaded“

Wir fanden, im „verflixten“ 7ten Jahr wird es jetzt Zeit für etwas Neues. Für mehr Praxis, noch mehr Austausch und eine neue Location.

**Wie, wo und was? Lassen Sie sich überraschen. Merken Sie sich schon jetzt für einen der begehrten Plätze vor.**



**Vera Lorenz**

0212 260498-55,  
lorenz@testsysteme.de



u-form Testsysteme GmbH & Co. KG |  
Tel.: 0212 260498-0 | testsysteme.de



## Mach dein ZINQ

Innovative Ausbildungsinitiative sichert qualifizierte Fachkräfte

2001 machte das Familienunternehmen Voigt & Schweitzer aus Gelsenkirchen „Nägel mit Köpfen“ und beschloss, den Fachkräftemangel im Bereich der Feuerverzinkungsindustrie eigenständig zu beseitigen. Das war der Ausgangspunkt für die Entwicklung einer bemerkenswerten Ausbildungsinitiative: „Mach dein ZINQ“. 2013 gewannen die „ZINQler“ dafür den ersten Preis in der Kategorie „Industrie, Handel, Dienstleistung“ beim Ausbildungs-Ass der Wirtschafts-Junioren. Das A-Recruiter Magazin sprach mit Ausbildungsleiter Marius Mann.

*Herr Mann, herzlichen Glückwunsch zur Auszeichnung „Ausbildungs-Ass 2013“!*

*Was bedeutet Ihnen dieser Preis?*

Wir haben uns spontan für den Preis beworben, umso schöner ist es, dass wir gleich den ersten Platz belegt haben. So etwas ist natürlich eine schöne Bestätigung für die geleistete Arbeit und Ansporn, mit voller Kraft weiterzumachen. Die Nachwuchsproblematik wird sich weiter verschärfen, da darf man nicht müde werden. Es ist auch immer interessant, auf so einer Veranstaltung zu sehen, was

andere Unternehmen machen und sein Netzwerk auszubauen.

Darüber hinaus war die Preisverleihung auch eine besondere Auszeichnung für unsere Azubis selbst. Einige durften ja mit zur Preisverleihung nach Berlin, das war ein tolles Erlebnis.

*Wie genau kam es zur Ausbildungsinitiative „Mach dein ZINQ“?*

Wie in vielen Industrieunternehmen bestand unsere Belegschaft vor 2001 zu einem großen Teil aus angelernten Kräften. Viele davon kamen aus ganz anderen Bereichen,

hatten zum Beispiel vorher Metzger oder Bäcker gelernt.

Nach und nach wurden aber auch bei uns die Kundenansprüche höher. Die Produktionsprozesse ändern sich und die Qualifikations- und Kompetenzenanforderungen im Bereich der Produktion nehmen zu.

Rückverfolgbarkeit, Nullfehlerproduktion, neue Technologien, neue Verfahrensabläufe – all dies geht nicht mehr, ohne spezifische Fachkenntnisse.

So entwickelte sich die Idee, eigene Fachkräfte im Unternehmen auszubilden.

Wir mussten dann aber schnell feststellen, dass es überhaupt keine geeignete Ausbildung im Bereich des Feuerverzinkens gab.

Der Grundstein von „Mach dein ZINQ“ war also, dass wir gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium und den zuständigen Fachverbänden im Jahr 2001 den neuen Lehrberuf „Verfahrensmechaniker/in für Beschichtungstechnik mit Schwerpunkt Feuerverzinken“ (Verfahrensmechaniker ZINQ) aus der Taufe gehoben haben.

*Sie haben deutschlandweit 25 Standorte. Wie bekommt man da eine völlig neue Ausbildung koordiniert?*

Die ersten Auszubildenden starteten erst einmal nur an unseren Standorten in NRW. Von 2001 bis 2010 haben wir auch immer nur eine Ausbildungsstufe gehabt.

2012 sind wir zu dem Entschluss gekommen, jedes Jahr einen vollen Jahrgang Verfahrensmechaniker ZINQ auszubilden, also die Anzahl der Auszubildenden zu verdreifachen.

Zudem rekrutieren wir weiterhin an allen Standorten in Deutschland, aber der theoretische Unterricht wird im Block an der Berufsschule Gelsenkirchen zentralisiert. Nur so war sichergestellt, dass alle Azubis mit dem gleichen Wissensstand abschließen. Das war die logische Weiterentwicklung unserer „Mach dein ZINQ“-Ausbildungsinitiative.

*Wie hat sich „Mach dein ZINQ“ bis heute entwickelt?*

Seit 2012 bilden wir jedes Jahr bis zu 25 künftige Verfahrensmechaniker ZINQ aus. Dabei können alle 25 Standorte in Deutschland mitmachen, die theoretischen Einheiten finden zentralisiert in Gelsenkirchen statt.

Damit belegen wir in jedem Jahr eine eigene Berufsschulklasse nur mit unseren Azubis. Um alle Auszubildenden optimal unterzubringen, haben wir hierzu das „Mach dein ZINQ“-Haus in Gelsenkirchen eröffnet. Die Kooperation mit einem Jugendwohnhaus ermöglicht es uns, alle Azubis während der theoretischen Ausbildungsblöcke unterbringen zu können.

Neben den klassischen Ausbildungsinhalten absolvieren unsere Azubis auch externe Praktika bei Kooperationspartnern und Kunden, um ein besseres Verständnis dafür zu bekommen, was aus ihrer Arbeit wird bzw. in anderen Unternehmen produziert wird.

Darüber hinaus bieten wir berufsbegleitende Studiengänge und die Meisterausbildung an. Im kaufmännischen Bereich testen wir gerade die Möglichkeiten eines dualen Studiums. Wenn wir einen passenden Studiengang finden, wäre das auch im gewerblichen Bereich vorstellbar. Es geht letztlich nicht nur darum, Talente für das Unternehmen zu gewinnen, sondern diese auch zu fördern, um sie zu halten.

*Wie machen Sie auf das Angebot aufmerksam?*

Im Bereich Recruiting haben wir zunächst auf das persönliche



Quelle: Jens Schicke/WJD  
Erster Preis in der Kategorie „Industrie, Handel, Dienstleistung“

Seit 2011 haben wir darüber hinaus weiterführende Ausbildungsangebote im Rahmen von „Mach dein ZINQ“ eingeführt.

So können besonders gute Azubis im Rahmen des „4. Lehrjahres“ ein Traineeprogramm belegen. Hier werden sie mit Kursen zu Fach- und Führungskompetenzen, aber auch mit Präsentations- und Rhetoriktraining auf künftige Führungsaufgaben vorbereitet.

Netzwerk gesetzt. Das heißt, wir haben Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten auf das Angebot aufmerksam gemacht, mit der Bitte, im Freundes- und Bekanntenkreis aktiv zu werben.

Darüber hinaus arbeiten wir natürlich mit der Agentur für Arbeit und der IHK zusammen und sind auf zahlreichen Messen regional an unseren Standorten vertreten.



Nach und nach reifte dann der Gedanke, dass wir die Jugendlichen direkt dort ansprechen müssen, wo sie sich aufhalten: im Internet. Wir haben die verschiedenen Möglichkeiten, wie Facebook, Twitter,

Themen für den Blog aufzuspüren. Viele haben sich auch schwer getan, die richtige Ausdrucksweise zu finden. Oft waren die Einträge fast ein wenig steif.

Die Übernahmequote lag in den letzten fünf Jahren bei im Bundesvergleich überdurchschnittlichen 70 Prozent und 10 Prozent der ehemaligen gewerblichen Azubis sind mittlerweile in Führungspositionen in der Produktion tätig.



Beteiligte Auszubildende an der Ausbildungsinitiative „Mach dein ZINQ“

Den Erfolg der Kampagne bemessen wir zudem anhand der Entwicklung der Bewerberzahlen. Im vergangenen Jahr haben sich über 800 Bewerber auf unsere Lehrstellen beworben.

Logisch, dass wir die Kampagne weiterführen, zumal wir als einzelnes Unternehmen weit über 50% der gewerblichen Auszubildenden unserer gesamten Branche stellen. Dies ist in Deutschland, so wie ich das sehe, einmalig.

Natürlich hat der Blockunterricht in Gelsenkirchen positive und negative Aspekte. Heimweh ist gerade bei den jüngeren Jahrgängen ein Thema. Als Ansprechpartner wird man da schnell auch mal zum Ersatzvater und hat in diesen Zeiten eigentlich einen 24-Stunden-Arbeitstag. Aber es ist auch toll, die Jugendlichen in ihrer Entwicklung beobachten zu können.

Die Standort-Ausbilder haben so die Möglichkeit, auch die Azubis der anderen Standorte kennenzulernen. Und wer schon in seiner Lehrzeit mobil war, wechselt später auch flexibler zu einem anderen Standort, wenn sich dort bessere Karriereperspektiven ergeben.

Wir sehen uns gut aufgestellt, aber man darf nicht müde werden.

YouTube oder die eigene Webseite durchgespielt und sind zu dem Entschluss gekommen, einen eigenen Azubi-Blog einzurichten. Seit April 2012 finden Interessierte alle Informationen zu unserer Ausbildung unter: [www.MachdeinZINQ.com](http://www.MachdeinZINQ.com). Das Besondere an dem Angebot ist, das es von unseren eigenen Azubis zur Verfügung gestellt wird.

So wird die Hemmschwelle, sich zu bewerben, gesenkt und unser Unternehmen bekommt „ein Gesicht“. Mit nahezu gleichaltrigen Auszubildenden können sich potenzielle Bewerber schnell identifizieren und dementsprechend auch offen kommunizieren.

Mittlerweile gehen die Azubis viel lockerer damit um, schreiben häufig auch über persönliche Erfahrungen. Es war und ist für mich natürlich auch spannend, die Entwicklung der Azubis in diesem Bereich zu beobachten.

Die Azubis, die sich aktiv in den Blog einbringen, lernen dabei eine Menge neben der eigentlichen Ausbildung. Der Blog ist mittlerweile das eigene „Ding“ der Auszubildenden bei Voigt & Schweitzer und die Auszubildenden, die als Team für die Webseite verantwortlich sind, sind nach außen und nach innen eine gewichtige Stimme, die wahrgenommen wird.

*Wie ist die Idee bei den Azubis selbst angekommen?*

Unsere Auszubildenden waren sofort angetan, auch weil wir mit diesem Ansatz nicht nur in unserer Branche Neuland betreten haben. Am Anfang war es für die Azubis nicht leicht, die passenden

*Sehen Sie sich mit „Mach dein ZINQ“ für die Zukunft gut aufgestellt?*

Wir sind auf einem sehr guten Weg. Die Zahlen sprechen für sich. Pro Jahr starten in der gewerblichen Ausbildung 16 - 25 Azubis deutschlandweit.

*Vielen Dank für das Gespräch.*



**Marius Mann**

Personalentwicklung  
mit Schwerpunkt  
Ausbildung,  
Voigt & Schweitzer  
GmbH & Co. KG



## RECRUITING

### 24 **Wachstum durch Ausbildung**

HBS Elektrobau rekrutiert Nachwuchskräfte im europäischen Ausland

### 28 **Azubi-Experience – Schau mal was Du klickst**

Warum und wie Ausbildungsverantwortliche ihre Bewerbungsprozesse einmal durch die Kandidatenbrille betrachten sollten.

### 32 **MARKTPLATZ**

### 36 **Eine Ausbildung, die „haften“ bleibt**

3M fördert Azubis schon frühzeitig in der Karriereplanung

### 40 **Potenziale entdecken und motivierte Fachkräfte gewinnen**

Stadtwerke Düsseldorf bilden erfolgreich lernschwache Schüler aus

### 42 **Ausbildung mit „Blick über den Tellerrand“**

Solvay kooperiert bei der Ausbildung mit regionalen Partnerunternehmen

### 44 **Auf der Suche nach wachsenden Persönlichkeiten**

Landgard nutzt Einstellungstest für den ersten „Bewerber-Check“

### 46 **WUSSTEN SIE SCHON?**

## Wachstum durch Ausbildung

HBS Elektrobau rekrutiert Nachwuchskräfte im europäischen Ausland

Schon früh haben die Geschäftsführer der HBS Elektrobau GmbH erkannt, dass der Bedarf an Fachkräften künftig nicht mehr allein aus der Region gedeckt werden kann. Im August 2012 starteten deshalb die ersten Auszubildenden aus Rumänien, Ungarn, Bulgarien und Spanien ihre Ausbildung zum Industrieelektriker beim Oettersdorfer Familienunternehmen. Für dieses Engagement gab es die Auszeichnung als Ausbildungs-Ass 2013 in der Kategorie Handwerk. Das A-Recruiter Magazin sprach mit Ausbildungsleiter Frank Walter.



*Herr Walter, zunächst einmal herzlichen Glückwunsch zum 1. Platz beim Ausbildungs-Ass. Ist man stolz auf so eine Auszeichnung?*

Für uns ist das ganz klar mehr als ein Stückchen Papier. Auf der einen Seite ist so eine Auszeichnung immer positive PR für das Unternehmen. Auf der anderen Seite ist es eine schöne Belohnung für die harte Arbeit, die wir in die Ausbildung unserer jungen Mitarbeiter stecken.

Auch die Azubis freuen sich über so eine Auszeichnung. Unsere beiden Besten, ein deutscher und ein rumänischer Auszubildender, durften mit nach Berlin. Alle anderen haben als Dankeschön von der Geschäftsleitung ein kleines Geschenk bekommen.

Wir sind ja bereits 2009 ausgezeichnet worden, seitdem hat sich unser Ausbildungskonzept noch einmal richtig weiterentwickelt.

Da ist es eine gute Bestätigung, dass diese Entwicklung gewürdigt wird und es sich lohnt, immer wieder neue Wege zu gehen.

*Wie kam es zu der Idee, Auszubildende aus dem Ausland zu rekrutieren?*

Unsere Geschäftsleitung hat schon früh erkannt, dass der Fachkräftemangel künftig weiter zunehmen wird.



Von Beginn an war unsere Strategie, diesem durch eigene Ausbildungsangebote entgegenzuwirken. „Wachstum durch Ausbildung“ war für einige Zeit auch unser Leitmotiv.

Als reiner Montagebetrieb – unsere Mitarbeiter sind vorwiegend national, aber auch international unterwegs – haben wir schon früh damit begonnen, den Azubis lukrative Ausbildungsangebote zu machen.

Das fing mit einer überdurchschnittlichen Vergütung, Bonusssystemen für besonders gute Leistungen und Übernahmegarantien an. Dazu haben wir ein eigenes Ausbildungszentrum mit Lehrwerkstatt an unserem Hauptstandort geschaffen. Hier werden alle Azubis im praktischen Unterricht optimal auf die Arbeit auf der Baustelle vorbereitet.

Wir haben aber festgestellt, dass es in der Region nicht genug Nachwuchs gibt, um unseren Bedarf an Fachkräften zu decken.

Es gab dann die Idee, unsere Kontakte und Netzwerke im europäischen Ausland zu nutzen, um sich an die Rekrutierung ausländischer Jugendlicher zu wagen. Uns ging es dabei nicht darum, Fachkräfte aus dem Ausland abzuwerben.

Stattdessen haben wir von Beginn an gezielt Jugendliche angesprochen, die in ihrer Heimat keine Möglichkeit zu einer adäquaten Ausbildung gehabt hätten.

### Wie läuft so eine Rekrutierung im Ausland ab?


Das ist unterschiedlich – je nachdem, mit wem wir im Ausland zusammenarbeiten. Ganz wichtig ist, dass man sich im Ausland als Unternehmen seriös präsentiert. Wir haben uns Kooperationspartner auf Schulebene gesucht und dann gezielt in der Region für unser Ausbildungsangebot geworben. In Ungarn arbeiten wir beispielsweise mit einer Sprachschule zusammen, in Rumänien mit einer Berufsschule. Den Erstvertrag schließen wir dann direkt im Ausland mit den Bewerbern ab. Dieser beinhaltet einen Deutschkurs über 360 Stunden, um auf das Sprachniveau A2 zu kommen und ein garantiertes Probearbeiten an unserem Hauptstandort inklusive Transport und Unterkunft.

In Deutschland führen wir dann ein Vorstellungsgespräch in deutsch, um zu testen, wie gut die Sprachkenntnisse in der Praxis sind. Wenn das Probearbeiten auch erfolgreich war, bekommen die Bewerber einen Ausbildungsvertrag.

### Kann man schon sagen, was die größten Herausforderungen sind?

Ein richtiges Fazit kann man noch nicht ziehen. Die ausländischen Azubis machen alle die zweijährige Ausbildung zum Industrieelektriker für Betriebstechnik. Die ersten werden also jetzt im Sommer fertig. Dann muss man abwarten, wer erfolgreich durch die Prüfung kommt und wer dann auch im Unternehmen bleibt.

Die Vorarbeit vor dem Start im August 2012 hat gut ein Jahr in Anspruch genommen. Und der Anfang war durchaus anstrengend. Es gab keine Erfahrungswerte und auch keine Unternehmen in der Umgebung, mit denen wir uns austauschen konnten. Wir waren hier Vorreiter. Für uns Ausbilder war das sozusagen „Learning by doing“.

Die ausländischen Azubis müssen zwar alle volljährig – also mindestens 18 Jahre sein, dennoch hat man zu Beginn als Kontaktperson einen 24-Stunden-Job. Es geht ja nicht nur um die Berufsausbildung, die Azubis sollen ja auch so schnell wie möglich integriert werden. Man geht gemeinsam zu Behörden und Banken, schließt Versicherungen ab und erklärt, wo man was am besten einkauft. 

Anzeige



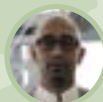
u-form Testsysteme GmbH & Co. KG

## 我們的測試系統還談到中國

### Sie verstehen nur Chinesisch?

Kein Problem! Das Online-Testsystem opta3 ist mehrsprachig und spricht neben Englisch auch Chinesisch.

Wo immer Sie Ihre Auszubildenden rekrutieren, wir unterstützen Sie dabei – in vielen Sprachen der Welt.



#### Anand Ronghe

Englisch, Hindi, 0212 260498-11,  
ronghe@testsysteme.de



#### Shen Lu

Chinesisch, 0212 260498-42,  
lu@testsysteme.de



#### Milko Dimitrov

Russisch, 0212 260498-49,  
dimitrov@testsysteme.de



#### Carina Reddmann

Englisch, 0212 260498-22,  
reddmann@testsysteme.de



#### Kristina Jurcic

Kroatisch, 0212 260498-31,  
jurcic@testsysteme.de



#### Cornelius Scheffel

Java, PHP, 0212 260498-13,  
scheffel@testsysteme.de



Ausländische Auszubildende im Oettersdorfer Familienunternehmen

Und fährt auch mal abends los, um aufzusperren, weil jemand seinen Schlüssel vergessen hat.

### Wie klappt die Integration vor Ort?

Mittlerweile sehr gut. Es war aber zunächst einiges an Vorarbeit innerhalb der bestehenden Belegschaft nötig. Wir haben versucht, hier so transparent wie möglich zu arbeiten. Wir haben erklärt, warum wir diesen Weg gehen. Wir haben auch Ängste genommen, wie zum Beispiel die vor Sprachbarrieren oder kulturellen Unterschieden.

Mittlerweile sind die ausländischen Azubis sehr gut integriert. Viele Mitarbeiter sagen selbst, dass sie vom kulturellen Austausch profitieren. Es gab auch schon Lob, dass viele ausländische Azubis häufig großen Respekt vor Älteren und Vorgesetzten haben und

man sie deshalb sehr gerne auf die Baustellen mitnimmt.

Wir versuchen aber auch, die Azubis abseits der Arbeit zu integrieren. Wir kooperieren hier mit Fußball- und Sportvereinen und veranstalten auch Azubi-Grillabende, was bei allen Beteiligten gut ankommt. Ich denke, nur wer sich schon während der Ausbildung hier wohlfühlt, bleibt auch nach der Ausbildung bei uns.

### Gibt es besondere Unterstützung für die ausländischen Azubis?

Alle Azubis, die nicht aus der Region kommen, können in unserem extra errichteten Wohnheim unterkommen. Hier gibt es kleine Wohnungen, die voll möbliert sind, inklusive Internet und TV mit ausländischen Programmen schon ab 130,- € im Monat. Darüber hinaus unterstützen wir auch bei der Organisation und Finanzierung von Heimfahrten.

Für beide Maßnahmen haben wir äußerst faire Finanzierungsmöglichkeiten gefunden. Die Azubis können diese Unterstützung entweder im Rahmen eines Darlehens in Anspruch nehmen. Das Darlehen kann dann zu sehr günstigen Konditionen innerhalb von vier Jahren nach der Ausbildung „abgearbeitet“ werden. Oder die Jugendlichen verrechnen Unterkunft und/oder Heimfahrten mit ihrem Lehrlingsgehalt. Natürlich wird keiner gezwungen, aufgrund des Darlehens nach der Ausbildung bei uns zu bleiben. Es besteht jederzeit die Möglichkeit, dieses im Rahmen von kleinen Raten abzubezahlen.

### Sehen Sie sich mit diesen Maßnahmen für die Zukunft gerüstet?

Wir sind auf einem guten Weg. Als Montagebetrieb müssen wir immer sehen, dass wir attraktive Rahmenbedingungen schaffen, sodass möglichst alle Mitarbeiter trotz der vielen Reisen lange bei uns bleiben. Das gilt für ausländische Mitarbeiter genauso wie für unsere deutschen Angestellten. Wir werben natürlich auch nach wie vor aktiv um den deutschen Nachwuch, sei es auf Ausbildungsmessen, via Facebook oder auf Bandenwerbung an den regionalen Fußballplätzen. Dazu haben wir in den letzten Jahren viele Kooperationen mit Schulen in der Umgebung aufgebaut.

Der Gang ins Ausland hat sich aber auf jeden Fall auch gelohnt. Der interkulturelle Austausch ist für alle Mitarbeiter wertvoll. Wir lernen jeden Tag etwas Neues und es bleibt immer spannend.

### Vielen Dank für das Gespräch.



**Frank Walter**

Elektronikermeister und  
Ausbildungsleiter, HBS  
Elektrobau GmbH



## Fachkraft für Lagerlogistik

dm-drogerie markt GmbH + Co. KG Verteilzentrum  
Weilerswist

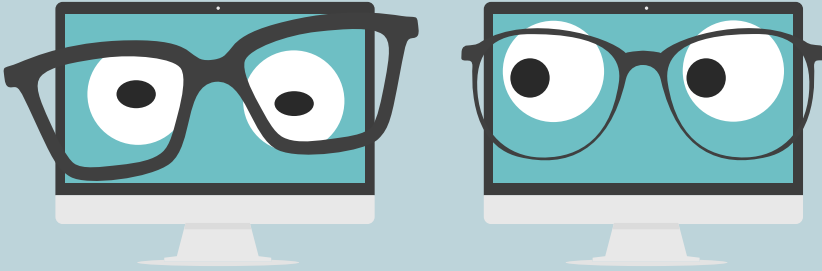
### Peter Pikos

*Ich habe hier im Kombi-VZ zuerst als normaler Angestellter gearbeitet. Das hat mir schon sehr gut gefallen. Um beruflich weiter zu kommen, habe ich mich dann entschieden, die Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik zu machen. Die Ausbildung ist sehr anspruchsvoll und abwechslungsreich, man wird von dm als Mensch ernst genommen, es herrscht hier eine sehr gute Atmosphäre, familiär. Die Ausbildung ist wirklich perfekt.*

*Die Ausbildung will ich mit sehr guten Noten abschließen, später möchte ich z. B. gerne als Gruppenleiter oder im Leitstand arbeiten.*

# Azubi-Experience – Schau mal was Du klickst

Warum und wie Ausbildungsverantwortliche ihre Bewerbungsprozesse einmal durch die Kandidatenbrille betrachten sollten.



Bewerbermanagement-Prozesse im Azubi-Recruiting stammen meist noch aus der Zeit des Kandidatenüberhangs auf den Ausbildungsmärkten. Sie sind daher vor allem an der Effizienz des Prozesses ausgerichtet, worunter verstanden wurde, dass Recruiter möglichst wenig Arbeit mit der Bearbeitung von Bewerbungen haben. Heute sollte ein anderes Leitprinzip die Prozesse bestimmen: Es gilt, keinen geeigneten Azubi-Bewerber zu verlieren. Ausbildungsverantwortliche müssen deshalb das eigene Bewerbungsverfahren konsequent durch die Kandidatenbrille betrachten.

In kandidatenorientierten Märkten sind gute Recruitingprozesse ein Muss für Arbeitgeber. Wenn es im Umgang mit Bewerbungen und Bewerbern hakt, führt das zu schlechten Ergebnissen im Hinblick auf die Qualität von Einstellungen und die Dauer der Verfahren. Zudem beschädigen Mängel im Prozess das Image des Ausbildungsbetriebs. Eine mühevoll entwickelte und professionell kommunizierte Marke wird schnell durch abschreckende Monsterformulare,

steife Korrespondenz oder ein unsympathisches Auftreten von Azubi-Recruitern beschädigt. Die Qualität der Prozesse aber bemisst sich im Ausbildungsmarketing sehr stark an deren Wahrnehmung durch die Zielgruppe. Unter Personalexperten werden die Zusammenhänge zwischen Bewerbungsprozessen und Wahrnehmung von Arbeitgebern seit einigen Jahren unter dem Stichwort „Candidate Experience“ oder „Recruiting Experience“ diskutiert. Für Ausbildungsbetriebe lohnt es sich aus meiner Sicht, den Blick genauer als bislang auf diese „Azubi-Experience“ zu richten.

## Warum gerade Sie?

Aus vielen Gesprächen, Workshops und Seminaren mit Ausbildungsverantwortlichen weiß ich, dass Ausbildungsbetriebe meist gar nicht wissen, wie ihr Bewerbungsverfahren bei den Bewerbern aufschlägt. Sie kennen die eigenen Prozesse kaum aus Kandidatensicht. Einen guten Einstieg zum Thema „Azubi-Experience“ bietet daher die „Eigenbewerbung“.

Schlüpfen Sie einmal in die Rolle eines Schülers und bewerben Sie sich über Ihr eigenes Online-Bewerbungssystem. Halten Sie dabei Merkwürdigkeiten und die Dauer des Verfahrens fest.

Viele Azubi-Bewerber sind zum Beispiel mit der Komplexität und der Sprache der Formulare völlig überfordert. Wenn Sie selbst schon Schwierigkeiten haben, Ihr eigenes Formular zu handhaben, ist das ein Alarmzeichen. Sehen Sie sich selbst auch noch einmal Ihre gesamte Bewerberkommunikation unter diesem Blickwinkel an: von den Stellenanzeigen über Zwischenbescheide bis hin zu den Absageschreiben und fragen Sie sich danach, ob sie wirklich zielgruppengerecht gestaltet sind.

Dieser Selbstversuch sollte natürlich dadurch ergänzt werden, dass Sie sich zum Gesamtverfahren kontinuierlich Feedback von den Bewerbern selbst einholen. Im Folgenden möchten wir uns einzelne Elemente im Prozess genauer ansehen und dabei Hinweise auf mögliche Fallgruben geben.

## Stellenangebote: zielgruppengerechte Sprache statt Fachchinesisch


Es fängt damit an, dass konkrete Stellenangebote für Ausbildungen auf vielen Karriereseiten für Azubis schlecht zu finden sind. Müssen Sie mühevoll danach suchen? Brauchen Sie acht Klicks bis zur Anzeige? Dann sollten Sie Ihren Azubi-Bewerbern den Einstieg in die Bewerbung erleichtern, denn auf langen Wegen zu den entscheidenden Inhalten verlieren Sie gute Bewerber.

Auf jeder Karriereseite für Azubis braucht es daher wie bei Amazon einen Ein-Klick-Zugang zu den konkreten Ausbildungsangeboten. Sind Ihre Azubi-Stellenanzeigen so getextet, dass sie die wichtigsten Fragen der Bewerber für die Zielgruppe verständlich und ansprechend beantworten? Wir sind in der Vergangenheit immer wieder auf Beispiele von Stellenanzeigen gestoßen, deren Sprache nicht zielgruppengerecht war. Schüler sind keine Fachkräfte oder Hochschulabsolventen. Begriffe, die ihrem Ausbildungsniveau oder

ihrer Lebenswirklichkeit nicht entsprechen, verstehen sie nicht. Besonders häufig finden sich solche Sprachelemente aus dem Fachchinesischen im Unternehmensporträt, das meist nicht an die Zielgruppe der künftigen Auszubildenden angepasst wird. Wie alle Menschen schätzen auch Azubis eine Ansprache auf Augenhöhe. Fachchinesisch wirkt da eher arrogant. So können technisch interessierte Hauptschüler, die in der Anzeige eines Zementherstellers angesprochen werden, kaum etwas mit dem Begriff „Zuschlagsstoffe“ anfangen.

Realschüler und Abiturienten werden die „ophtalmologische Diagnose- und Operationstechnologie“ in der Anzeige eines Herstellers medizinischer Geräte kaum mit „Augenheilkunde“ in Verbindung bringen.

#### **Formulare: stärker an Azubis anpassen**

Häufig gibt es Brüche im Design zwischen der Azubi-Karrierewebsite und den Bewerbungsformularen. 

Anzeige



## Anpassungsfähig, flexibel, wandelbar – **E-Recruiting mit dem Bewerbernavigator**

### **Weniger Aufwand**

Individueller Bewerbungsworkflow, Online-Erfassung der Bewerberdaten, Schnittstelle zur Bundesagentur für Arbeit und zu anderen HR-Systemen, Vertragsausdruck

### **Schnellere Ergebnisse**

Individuelles Online-Bewerbungsformular, Dokumentenverwaltung, Einladung auf Knopfdruck, selektiver Zugriff, Filterfunktion

### **Bessere Auszubildende**

Integrierte Online-, Leistungs- und Persönlichkeitstests für verschiedene Berufsgruppen, Bewerber-ranking, Matchingfunktion

### **Überschaubare Kosten**

Abrechnung auf Basis der Nutzung des Systems, kein Installationsaufwand, kostenlose Updates, keine IT-Kosten

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



Treffsicher die passenden Talente finden!  
Das führende Testsystem für erfolgreiches Azubi-Recruiting

Die Fallhöhe ist groß: Hier schickes Design, im Bewerbungsverfahren graue Formularoptik. Achten Sie darauf, dass Ihre Bewerber im Kontakt mit dem Ausbildungsbetrieb ein positives Erlebnis aus einem Guss haben. Für die Formulare sind eine ansprechende Anmutung und Nutzeroberfläche empfehlenswert, die den Nutzergewohnheiten der Bewerber Rechnung trägt, die intuitiv erlernbare Systeme im App-Stil gewohnt sind. Zudem setzt sich das Thema „geringe Passung“ bei den Online-Bewerbungsformularen fort. In vielen Unternehmen bekommen alle Bewerberzielgruppen dasselbe Formular und werden deshalb mit Fragen beglückt, die einfach nicht zu ihnen passen. Dabei bieten gute Bewerbermanagementsysteme heute die Möglichkeit, die Formularlogik dynamisch an die Zielgruppe anzupassen. Ausbildungsbetriebe sollten sich genau fragen, welche Informationen sie tatsächlich benötigen und die Abfrage auf diese Informationen beschränken. Dabei gilt es auch, zwischen einzelnen Ausbildungen zu differenzieren.

Die Frage nach dem Führerschein ist für viele Ausbildungsgänge irrelevant, bei Fachlageristen kann sie durchaus interessant sein. Formulare und Nutzerführung sind derzeit

in vielen Ausbildungsbetrieben noch unverständlich formuliert und aufgebaut. Wichtig in diesem Zusammenhang sind auch möglichst flexible Uploadmöglichkeiten, sie sparen den Azubis Zeit. A propos Zeit: Nach 10 bis 15 Minuten sollte ein Azubi-Bewerber mit seiner Bewerbung fertig sein, sonst verlieren Ausbildungsbetriebe gute Bewerber an den Prozess.

### Antwortmanagement und Auswahl: weg vom kumulativen Verfahren

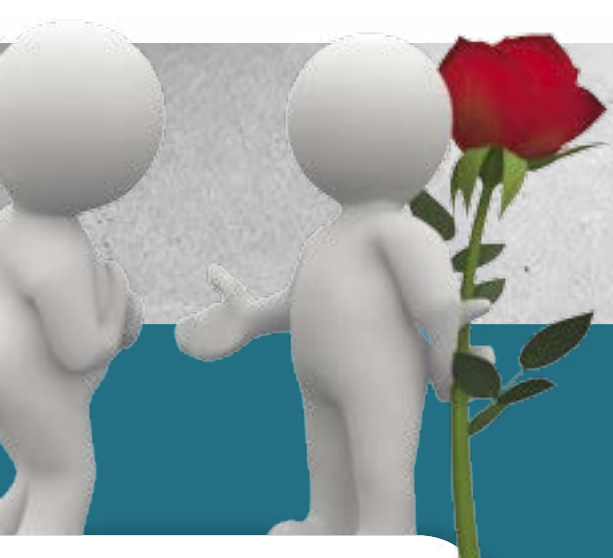
Damit das nicht passiert, ist ein lückenloses und schnelles Antwortmanagement notwendig. Derzeit hören noch zu viele Azubi-Bewerber nie wieder etwas von ihrer Bewerbung. Dank moderner Bewerbermanagementsysteme können alle Bewerber dabei eigentlich heute nach 10 Minuten eine erste Eingangsbestätigung erhalten. Ausbildungsbetriebe sollten sich zudem intern auf Service Level einigen, auf die sie ihre Prozesse ausrichten. Einen ersten verbindlichen Zwischenbescheid („Komme ich weiter oder nicht?“) erwarten Azubi-Bewerber heute nach einer Woche. Das Problem: Früher haben Ausbildungsbetriebe immer erst gesammelt und dann den Berg an

Azubi-Bewerbungen abgearbeitet, sodass sie das Gefühl haben konnten, sich aus der Masse tatsächlich die „Besten“ im Vergleich ausgesucht zu haben. Diese Sammel Leidenschaft ist aus meiner Sicht heute nicht mehr zeitgemäß, zumal die Bewerbermasse in vielen Fällen schlichtweg ausbleibt.

Betriebe müssten definieren, welcher Bewerber passt und dafür Kriterien definieren, die vom Bewerbervolumen unabhängig funktionieren. Sie können Bewerber dann recht schnell einen Online-Test machen lassen. Betriebe müssen sich heute für einen „guten Bewerber“ sofort entscheiden und nicht wochenlang auf „bessere Bewerber“ warten.

### Bewerberkommunikation: professionell getextete Standards

Noch immer sind nachlässig getextete, wenig freundliche und im Behördenstil formulierte Standardschreiben in der Azubi-Bewerberkommunikation die Regel. Dabei liefert ein gutes Bewerbermanagementsystem heute mit Hilfe einer Agentur getextete professionelle Vorlagen mit – zum Beispiel freundlich formulierte Absageschreiben.



Anzeige

## Rekrutieren heißt umwerben

### Das u-form:e Konzept für gutes Azubi-Marketing

Sie suchen Ideen, Anregungen, ein kritisches Auge oder einen externen Experten? Ob Workshop, Vortrag oder Ideenwerkstatt – wir unterstützen Sie gerne. Sprechen Sie mich an:



u-form Testsysteme GmbH & Co. KG



Felicia Ullrich

0212 260498-27,  
f.ullrich@testsysteme.de

Auch der Umgang mit abgelehnten Bewerbern ist wichtig, denn die sind einflussreiche Multiplikatoren. Gerade den Absageschreiben wird daher aktuell große Aufmerksamkeit gewidmet.

Dank des AGG werden aktuell vielfach nur noch blutleere Standard-schreiben à la „Vielen Dank für Ihre Bewerbung. Leider können wir Sie nicht berücksichtigen. Alles Gute, auf Wiedersehen“ verschickt. Das ist schade, denn Azubi-Bewerber sind für eine ehrliche, freundlich formulierte Rückmeldung durchaus dankbar. Umgekehrt hat es in der Vergangenheit auch Versuche gegeben, aus dem Absageschreiben eine Imagebroschüre oder ein Motivationsseminar zu machen. Sätze wie „aufgrund Ihrer hervorragenden Qualifikation werden Sie sicherlich bald einen geeigneten Ausbildungsplatz finden“ sollten Ausbildungsbetriebe darauf hin überdenken, ob sie tatsächlich auch zu einem Hauptschüler mit schlechtem Notendurchschnitt passen, der schon 20 Absagen erhalten hat.

### Behavioural Branding – Verhalten der Recruiter

Überhaupt ist es eine gute Idee, sich bei allem, was Sie tun, in die Lage der Bewerber zu versetzen. Das berührt auch unseren letzten Punkt. Gute Recruitingprozesse sind eine Frage der Kultur und der Einstellung gegenüber den Azubi-Bewerbern. Eine wertschätzende Haltung zeigt sich nicht nur in Texten, Prozessen und Formularen, sondern auch im Verhalten von allen, die zu Bewerbern Kontakt haben. Auch dieser Faktor formt Ausbildungsstellen, was gelegentlich als „Behavioural Branding“, also verhaltensbedingte Markenbildung bezeichnet wird. Zeigen Sie im Gespräch echtes Interesse an den Bewerbern oder reden Sie vorrangig über sich selbst und den Ausbildungsbetrieb?

Sind Bewerbungsgespräche und andere Auswahlroutinen so organisiert, dass sich die Bewerber tatsächlich als Gäste fühlen? Oft sind es die kleinen Dinge, die hier das wichtige Signal aussenden, dass Sie Ihre Azubi-Bewerber nicht als Bittsteller betrachten, sondern als geschätzte Gesprächspartner, wie etwa das herzliche Willkommen beim Auswahltag oder die servierten Getränke und Brötchen.

Viele Ausbildungsverantwortliche haben noch zu stark den Gedanken im Kopf „wir selektieren“. Behandeln Sie Ihre Azubi-Bewerber eher so, wie Sie in einem guten Hotel als Gast behandelt werden möchten. Das spricht sich herum. ■



**Felicia Ullrich**

Geschäftsführerin,  
u-form Testsysteme



Anzeige

## Persönliche Stärken messen Die neue Kompetenzfeststellung

### Effizient

Kombiniert soziale Kompetenzen und Leistungsmerkmale in einem Testverfahren.

### Maßgeschneidert

Individuell auf die Anforderungen Ihres Unternehmens und die des Berufsbildes zugeschnitten.

### Umfassend

Wählen Sie aus mehr als 50 verschiedenen Leistungs- und Persönlichkeitsmerkmalen des u-form:e Testpools.

### Valide

Besonders zur Vorauswahl von Bewerbern geeignet, da die Selektion auf Basis von Schulnoten durch ein valides Testverfahren erfolgt.



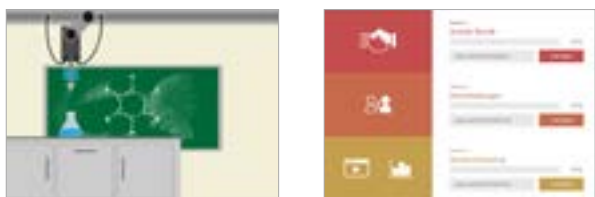
Treffsicher die passenden  
Talente finden!

## „WISSEN WAS“ MIT SELF-ASSESSMENTS



Vielen Schülern fällt es schwer, sich für den richtigen Beruf zu entscheiden. Einen Beruf, für den sie die richtige Begabung, Interesse und Leidenschaft mitbringen. Oft werden „nur“ die Berufe gewählt, die Jugendliche aus ihrem Lebensumfeld kennen, die gut klingen oder „hip“ sind. Viele spannende Berufe sind den Jugendlichen in ihrem bisherigen Leben noch nie begegnet. So wundert es auch nicht, dass sie es nicht in die Auswahl schaffen.

Self-Assessments bieten Schülern und Bewerbern hier Unterstützung. Anhand verschiedener, den Schülern vertrauter Situationen ermittelt das Verfahren spielerisch und kurzweilig, welche Berufe den Interessen der Jugendlichen entsprechen – und lässt Kandidaten so auch unbekannte Berufsbilder entdecken.



Eine Verlinkung mit Stellen- oder Praktikumsbörsen führt die Bewerber zum passenden Ausbildungsplatz. Für die IHK Mannheim haben die u-form Testsysteme gleich zwei Self-Assessments für Schüler der Klassen 7 und 9 entwickelt. Modifiziert und angepasst können diese Verfahren auch von Ausbildungsunternehmen z. B. auf der Karrierewebsite eingesetzt werden, um Bewerbern eine Orientierungshilfe zu geben und gezielt auf das Ausbildungsangebot hinzuweisen.

*Bei Fragen zu Self-Assessments steht Ihnen Felicia Ullrich gerne zur Verfügung.*



**Felicia Ullrich**

0212 260498-27,  
f.ullrich@testsysteme.de

## TABELLENKALKULATION VERSTEHEN



Der Umgang mit Tabellenkalkulationsprogrammen wie Excel ist heute in fast allen kaufmännischen Berufen nicht mehr wegzudenken. Aber nicht jeder Azubi entwickelt ein Verständnis für diese Programme. Die Wenigsten scheitern an der konkreten Anwendung, sondern viel mehr an dem Verständnis und der Eingabe der richtigen Formeln.

Die neue Testkategorie „Tabellenkalkulation“ testet, ob Bewerber Formeln richtig verstehen und interpretieren können. Zur Lösung der Aufgaben müssen sie nicht mit der Anwendung von Excel vertraut sein, vielmehr wird getestet, ob sie Zusammenhänge verstehen. Die neue Kategorie lässt sich einfach in jeden kaufmännischen oder gewerblich technischen u-form:e-Leistungstest integrieren.

*Bei Fragen zu dieser neuen Testskala oder dem u-form:e-Testpool steht Ihnen unsere Testlektorin Alexandra Ritgens gerne zur Verfügung.*



**Alexandra Ritgens**

0212 260498-0,  
ritgens@testsysteme.de



---

## KURZ UND GUT



Unternehmen die ein Testverfahren zur Vor- und Erstselektion von Bewerbern einsetzen, möchten schon im ersten Schritt möglichst viele valide Informationen über die Bewerber erhalten. Je mehr Informationen, desto sicherer können sie entscheiden, welche Bewerber in die engere Wahl kommen sollen.

Lange Testverfahren sind wiederum aus Sicht der Bewerber wenig attraktiv. Eine Brücke schlagen hier die neuen Kurzversionen der u-form:e Leistungstests. In nur 60 Minuten werden valide und reliabel wichtige Leistungsmerkmale erfasst. Die Verfahren sind mit einer normierten Auswertung oder als Leistungsstandmessung lieferbar. Die neuen Kurzversionen gibt es für die Kaufmännischen Tests der Schwierigkeitsstufe I und II, eine Version für die gewerblich/technischen Berufe ist in Arbeit.

*Bei Interesse schaltet Ihnen Frau Reddmann gerne eine kostenlose Demo-Version eines Kurztests frei.*



**Carina Reddmann**

0212 260498-22,  
reddmann@testsysteme.de

---

## POTENZIALE ERKENNEN



In Zeiten rückläufiger Schulabgänger und dem damit verschärften Wettbewerb um die besten Bewerber macht es Sinn, den Blick auf die vermeintlich „zweitbesten“ Bewerber zu richten. Gerade die „hidden stars“ sind oft mittelfristig sehr motivierte und loyale Mitarbeiter. Für Betriebe lohnt sich daher ein Blick auf die Bewerber, die in der bisher gängigen Auswahllogik aussortiert wurden.

Als Auswahlkriterien kommen drei verschiedene Merkmale in Frage: Persönlichkeitsmerkmale (z.B. Leistungsmotivation oder Initiative), allgemeine kognitive Kompetenzen (z.B. Intelligenz und Lernfähigkeit) und spezifische Kompetenzen für einzelne Berufsprofile (z.B. naturwissenschaftliche Kenntnisse).

Mit dem neuen Lernpotenzialtest bieten wir Ihnen ein Testverfahren zur Ermittlung der Lernfähigkeit. Mit der neuen Kurz-Version des Potenzialtests, kurz „PTK“, erfassen Sie wichtige Persönlichkeitsmerkmale, die Ihnen das persönliche Potenzial Ihrer Bewerber aufzeigt. Erfasst werden Flexibilität, Ergebnis- und Prozessorientierung, Leistungsmotivation, emotionale Stabilität und Selbstreflexion. Diese Persönlichkeitsmerkmale lassen sich um allgemein kognitive und spezifisch kognitive Kompetenzen ergänzen.

*Unter [www.testsysteme.de/angebot](http://www.testsysteme.de/angebot) können Sie sich kostenlos für eine Demo-Version des PTK oder des Lernpotenzialtests freischalten.*

## SOZIALE KOMPETENZ UND LEISTUNGSMERKMALE KOMBINIEREN



Schon im September 2013 forderten DGFP und HR Alliance in einer gemeinsamen Pressemitteilung zur dualen Berufsausbildung dazu auf, Azubis stärker als bislang „stärken- und potenzialorientiert“ auszuwählen.

Denn wenn nach Papierform die vermeintlich schlechteren aber ausbildungsfähigen Bewerber von den wirklich ungeeigneten getrennt werden sollen, ist die Auswahl anhand von klassischen Bewerbungsunterlagen und Schulnoten wenig sinnvoll.

Mit der neuen Kompetenzfeststellung bieten Ihnen die u-form Testsysteme ein Verfahren, das persönliche und soziale Kompetenzen und Leistungsmerkmale in einem Testverfahren und einer Auswertung kombiniert. Die zu erfassenden Kompetenzen orientieren sich am jeweiligen Berufsbild und an den individuellen Anforderungen der Unternehmen.

Zur Auswahl stehen über 50 verschiedene Leistungs- und Persönlichkeitsmerkmale. Die Auswertung erfolgt auf Basis von Normwerten. Das Verfahren ist speziell für die Vorauswahl von Bewerbern durch eine Testung von zu Hause aus konzipiert.

*Bei Fragen zu diesem neuen Testverfahren steht Ihnen Felicia Ullrich gerne zur Verfügung.*



**Felicia Ullrich**

0212 260498-27,  
f.ullrich@testsysteme.de

## BEWERBER ONLINE PERSÖNLICH ANSPRECHEN



Online-Tests sind technokratisch und unpersönlich? Wie individuell Online-Tests sein können, zeigt die neueste Funktionalität des Online-Testsystems opta3.

So wird der Bewerber bei der Testanweisung persönlich begrüßt und mit Namen angesprochen. Die Testenden haben zusätzlich die Möglichkeit mit individuellen Formulierungen und Grußformeln den Bewerbern viel Glück für den Test zu wünschen.

*Mehr unter [www.testsysteme.de/blog](http://www.testsysteme.de/blog)*

## TESTEN OHNE FRUST



Beim Branched Testing bearbeiten nicht alle Bewerber die gleichen Aufgaben, sondern vielmehr bestimmt das Leistungsniveau der Bewerber die zu bearbeitenden Aufgaben. Konnte ein Bewerber eine Aufgabe lösen, erhält er die nächst schwerere Aufgabe. Wurde die Aufgabe falsch oder nicht gelöst, erhält er eine leichtere Aufgabe. So kann mit wenigen Aufgaben schnell der Leistungsstand gemessen werden. Frust, wegen zu vielen unlösbaren Aufgaben, bleibt Bewerbern erspart.

Die adaptive Leistungsstandmessung Rechnen, kurz „ALR“, nutzt diese neue Art des Testens und ermittelt in maximal 25 Minuten den Leistungsstand Ihrer Bewerber in den Bereichen Grundrechenarten, Prozentsatz und Dreisatz.

*Unter [www.testsysteme.de/angebot](http://www.testsysteme.de/angebot) können Sie sich kostenlos für eine Demo-Version des ALR freischalten lassen.*



## Drogist

dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

### Paul Tavasán

*Der gute Ruf von dm und ein Schulpraktikum führten dazu, dass ich mich für eine Ausbildung beworben habe. Die Ausbildung ist sehr gut, es gefällt mir, dass die Leistung, die man erbringt, wahrgenommen und anerkannt wird. Man wird immer weiter gefördert und lernt Neues. Bei dm kann jeder selbstständig arbeiten.*

*Faszinierend finde ich die Arbeit mit Kunden, das ist immer spannend und wird nie langweilig.*

*Als nächsten Schritt möchte ich gerne den „Handelsfachwirt“ machen. Ich möchte mich noch weiterentwickeln und eine Führungsposition erreichen und später zum Beispiel Filialleiter werden.*



## Eine Ausbildung, die „haften“ bleibt

3M fördert Azubis schon frühzeitig in der Karriereplanung

Gerade erst hat die 3M Deutschland GmbH am „Check-In Day Berufswelt“ teilgenommen. 150 Schülerinnen und Schüler aus dem Umkreis Neuss haben die Chance genutzt und sind zum Tag der offenen Tür am Standort Neuss erschienen. 3M nutzt diese Gelegenheiten, um sich den künftigen Berufsanfängern als innovativer Arbeitgeber zu präsentieren. Innovationsfreude erwartet 3M auch von seinen deutschlandweit 6.200 Mitarbeitern. Dafür werden bereits in der Ausbildung die individuellen Stärken der künftigen Fachkräfte gefördert und gefordert.

Wer kennt sie nicht, die kleinen bunten Klebezettel!? Das Post-It ist aber nur eines von weltweit über 50.000 Produkten der 3M Company.

Mehr als 25.000 Patente hält das innovative Unternehmen mit Stammsitz im amerikanischen St. Paul, Minnesota.

In Deutschland ist die 3M Gruppe an insgesamt 18 Standorten vertreten. Um auch künftig die Vorreiterrolle als Innovator zu festigen und auszubauen setzt das Unternehmen voll auf die individuellen Stärken der Mitarbeiter.

„Die Talente unserer Mitarbeiter sind das Fundament des Unternehmens, deshalb achten wir bereits bei unseren Azubis darauf, Menschen mit Persönlichkeit einzustellen und Potenziale von Beginn an zu fördern“, erklärt Diana Klömpken, Ausbildungs koordinatin der 3M Deutschland GmbH.

Derzeit bietet das Unternehmen 16 Ausbildungen im kaufmännischen und gewerblich-technischen Bereich sowie drei duale Studiengänge an. Um auf das Ausbildungsangebot aufmerksam zu machen, werden verstärkt die Möglichkeiten von Standort-spezifischen Ausbildungsmessen genutzt.

Aber auch im Internet ist 3M sehr aktiv. Neben den eigenen Karriereseiten, wird das Ausbildungsangebot auch auf verschiedenen Ausbildungs-Plattformen vorgestellt. In Kürze erscheint ein Azubi-Blog, in dem die jungen Nachwuchskräfte selbst zu Wort kommen. „Die Idee dazu kam aus dem Kreis unserer Azubis und ist in der Projektgruppe „Social Media“ entstanden“, so Diana Klömpken.

Projektgruppen sind ein Baustein, um die individuellen Stärken der Azubis bereits in der Ausbildung zu fördern. „Einmal im Quartal haben wir einen Workshop. Dort kann jeder seine Wünsche für das kommende Jahr äußern. Daraus sind mittlerweile sieben Projektgruppen entstanden, innerhalb derer die Azubis selbst versuchen, diese umzusetzen“, erklärt die Ausbildungskoordinatorin.


Häufig entdecken die jungen Nachwuchskräfte gerade innerhalb dieser Projekte bisher unbekannte Stärken. „In jungen Jahren weiß man ja häufig noch gar nicht genau, was einem liegt, woran man Spaß hat und worin man richtig gut ist. Wir versuchen, die Azubis auf vielfältige Weise darin zu unterstützen, ihre Stärken zu entdecken und dann auch weiter zu entwickeln.“

### Eigeninitiative und Stärkenförderung stehen an erster Stelle

Eigeninitiative und Mitgestaltung ist aber auch während der eigentlichen Ausbildung erwünscht. Im gewerblich-technischen Bereich werden die Azubis in der unternehmenseigenen

Ausbildungswerkstatt in allen Grundfertigkeiten geschult, bevor sie anschließend die verschiedenen Produktionsstufen kennenlernen. Im kaufmännischen Bereich durchlaufen die Azubis innerhalb ihrer Ausbildungszeit vier bis fünf Abteilungen und entscheiden sich danach für die Abteilung, in der sie ihre Projektarbeit entwickeln und schreiben.

„Wir ermuntern unsere Azubis, ihre Ausbildung aktiv mitzugestalten. Dazu gehört – insbesondere im kaufmännischen Bereich – dass wir auf die Wünsche der Azubis in Bezug auf die zu durchlaufenden Abteilungen eingehen“, so Klömpken. So kann es auch schon einmal vorkommen, dass Auszubildende einen Teil ihrer Ausbildung in eher fachfremden Bereichen, wie der Forschungsabteilung, verbringen.

Der eine oder andere hat dabei auch ganz neue Talente und Interessen entdeckt. Neben der eigentlichen Ausbildung werden die Nachwuchskräfte frühzeitig in abteilungsübergreifende Tätigkeiten eingebunden. Bereits während der obligatorischen Einführungswoche zu Beginn der Ausbildung gibt es die Chance, Standort-übergreifend zu netzwerken. 



Workshoporientierte Bildung von Projektgruppen für die Umsetzung neuer Ideen bei 3M

Nicht jeder Test passt zu jedem Bewerber –

## Aber unsere Testverfahren zu Ihren Anforderungen

### u-form:e Leistungstests

Ermitteln zuverlässig und schnell die für einen Beruf erforderlichen Fertigkeiten

### Logik- und Intelligenztests

Erfassen Leistungsfaktoren und soziale Kompetenzen in einem Testverfahren und auf Basis von Normwerten

### Persönlichkeitstests

Messen die fluide Intelligenz, die einen hohen Einfluss auf Lernen und problemlösendes Denken hat

### Potenzialtests

Testen nicht den aktuellen Wissensstand, sondern erfassen das Potenzial, was in Ihren Bewerbern steckt.

### Self-Assessments

Dienen Bewerbern und Schülern zur Berufsorientierung und erfassen Neigungen und Kompetenzen

Treffsicher die passenden Talente finden!



u-form Testsysteme GmbH & Co. KG |  
Tel.: 0212 260498-0 | testsysteme.de

Organisiert wird die Woche von den Lehrlingen aus dem 1. Lehrjahr. „Wir haben grundsätzlich immer viele Veranstaltungen und Events an den einzelnen Standorten. Auch hier bekommen die Azubis die Möglichkeit, sich einzubringen und teilzunehmen“, erklärt Klömpken. Zu den Ausbildungsmessen werden ebenfalls regelmäßig Auszubildende aller Fachrichtungen mitgenommen.

Frühzeitig wird bei 3M der Fokus auf die Zeit nach der Ausbildung gelegt. „Wir bilden bedarfsgerecht aus. Unser Ziel ist es, allen Azubis Perspektiven aufzuzeigen“, erzählt Klömpken. Im kaufmännischen Bereich ist es keine Seltenheit, dass die Auszubildenden im letzten Lehrjahr bereits in einen weiterführenden Job wechseln. Die guten Zukunftsperspektiven kommen bei den jungen Menschen an. Azubis, die nach der Ausbildung ein Studium anschließen, bleiben oft im Rahmen eines Werkstudentenjobs im Unternehmen.

**Online-Test als effektives Auswahl-Tool**

Im Zuge des beginnenden Nachwuchsmangels merkt auch 3M, dass die Auswahl an passenden Bewerbern schwieriger wird.

„Gerade im gewerblich-technischen Bereich, beispielsweise bei der Fachkraft für Lagerlogistik, haben wir Schwierigkeiten, genügend Bewerber zu finden“, erklärt Diana Klömpken.

Als gute Auswahlhilfe haben sich die Online-Tests aus dem Hause U-Form etabliert. Die Tests werden von den Bewerbern am heimischen PC absolviert.

„Das kommt auch bei den Bewerbern extrem gut an, weil sie es toll finden, dass wir ihnen das Vertrauen schenken“, berichtet Klömpken von den Feedbackgesprächen. Dazu lässt sich das komplette Bewerbungsverfahren durch die zeitlich flexiblen Online-Tests sehr straff strukturieren. „Wir werden dieses Jahr erstmals den Online-Bewerbungszeitraum auf den 1. - 30. September für Ausbildungsbeginn im darauffolgenden Jahr begrenzen. Passende Bewerber können dann Anfang Oktober einen Onlinetest absolvieren, so dass wir nach den Herbstferien mit den Vorstellungsgesprächen beginnen können“, erklärt Klömpken.

Sporadisch testet 3M bei diesen Gesprächen nach. Häufig spiegelt sich im Testergebnis allerdings der erste Eindruck von den Zeugnissen wieder.

Diana Klömpken betont aber: „Noten sind bei uns nicht alles, unsere künftigen Mitarbeiter sollen Lust haben, Neues zu lernen und auszuprobieren, Eigeninitiative und Persönlichkeit mitbringen und einfach Spaß am Job haben.“ ■



„Check-In Day Berufswelt“ - Tag der offenen Tür am 3M Standort in Neuss



## Chemikantin

INEOS Köln GmbH

### Jasmina Alisic

*Ich habe mich schon in der Schule sehr für Chemie und Technik interessiert. Mir ist es wichtig im Team zu arbeiten und das gefällt mir bei Ineos besonders gut. Natürlich finde ich es auch sehr wichtig, dass ich eine gute Ausbildung bekomme.*

*In diesem Unternehmen ist die Zukunftsperspektive sehr gut und die Chance, dass ich hier einen Vertrag bekomme, ist höher als in anderen Unternehmen.*



## Potenziale entdecken und motivierte Fachkräfte gewinnen

Stadtwerke Düsseldorf bilden erfolgreich lernschwache Schüler aus

Es gibt viele Gründe für schlechte Schulnoten. Dass es sich lohnt, auch lernschwachen Schülern eine Chance in der Praxis zu geben, beweisen die Stadtwerke Düsseldorf bereits seit einigen Jahren. Bisher verließ sich Heinz-Gerd Nüchter, Teamleiter der technischen und kaufmännischen Ausbildung, bei der Einschätzung des Potenzials seiner Bewerber allein auf ein zweiwöchiges Betriebspraktikum. Seit Beginn des Jahres setzen er und sein Mitarbeiter, Ausbildungsmeister Markus Frentzen, zusätzlich den Lernpotenzialtest von u-form:e ein. Das A-Recruiter Magazin sprach mit Nüchter über die gesammelten Erfahrungen und versteckte Potenziale in Zeiten des Fachkräftemangels.

*Herr Nüchter, wie kam es zu der Idee, auch lernschwachen Schülern eine Chance auf eine Ausbildung zu geben?*

Die Stadtwerke Düsseldorf haben als kommunaler Dienstleister eine soziale Verantwortung, der wir auch im Ausbildungsbereich gerecht werden möchten. Durch den Impuls des Arbeitsdirektors der Stadtwerke Düsseldorf Hr. Rainer Pennekamp haben wir vor über 10 Jahren beschlossen, auch lernschwachen Schülern eine Chance auf dem Ausbildungsmarkt zu geben.

*Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, wer einen Ausbildungsplatz bekommt?*

Die potenziellen Kandidaten werden uns häufig von der AWO oder der Jugendberufshilfe Düsseldorf vermittelt. Meist handelt es sich um Jugendliche, die keinen oder einen sehr schlechten Schulabschluss haben, sich aber in den Berufsqualifizierungsmaßnahmen positiv bewährt haben.

Wir bieten den Jugendlichen dann ein zweiwöchiges Praktikum an, nach dem wir entscheiden, ob sie für eine Ausbildung in Frage kommen.

Zusätzlich absolvieren die Bewerber seit diesem Jahr im Rahmen des Praktikums den Lernpotenzialtest von u-form:e, damit wir uns ein differenzierteres Bild von der

Leistungsfähigkeit des Bewerbers machen können.

Verläuft das Verfahren erfolgreich, bieten wir den Jugendlichen eine zweijährige Ausbildung zur Fachkraft Metalltechnik (bis 2013 „Teilzeurichter“) an.

*Wie sind Ihre bisherigen Erfahrungen?*

Wir haben eigentlich nur positive Erfahrungen gemacht. Wir haben so gut wie keinen Abbruch der Ausbildung. Im Gegenteil, bereits zweimal konnten wir den bundesweit besten Auszubildenden des jeweiligen Abschlussjahrgangs stellen.



Beim ersten Mal war es ein Auszubildender mit türkischer Nationalität, der in der Schule mit Sprachschwierigkeiten zu kämpfen hatte und dann seine Ausbildung bei uns mit der Note „sehr gut“ abgeschlossen hat. Das zweite Mal war es eine junge Frau, die einen Hauptschulabschluss hatte und dann durchgestartet ist. Mittlerweile lernt sie in einer Anschlussausbildung Mechatronikerin und geht abends zur Meisterschule. Das sind natürlich Erfolgsgeschichten, die bestätigen, dass auch lernschwache Schüler eine Chance in der Praxis verdient haben. Ich sage immer: Es ist schön, dass diese jungen Menschen die Chance bekommen und zeigen können, was in ihnen steckt.

*Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Einsatz des Lernpotenzialtests von u-form:e gemacht?*

Bisher haben alle Bewerber den Test problemlos absolviert. Das spricht auf jeden Fall für die einfache Verständlichkeit des Verfahrens. Die Ergebnisse des Tests haben in allen Fällen die praktischen Eindrücke der Bewerber bestätigt.

Uns gibt der Test eine objektive Bestätigung der während des Praktikums gesammelten Eindrücke. Darüber hinaus können wir anhand des Testes nachvollziehen, in welchen Bereichen der Bewerber Stärken und Schwächen hat. Sollte dies für die Ausbildung relevant sein, kann gezielt darauf eingegangen werden.

*Sehen Sie in der Ausbildung lernschwacher Schüler auch eine Maßnahme, um dem drohenden Fachkräftemangel zu begegnen?*

Wir merken, dass die guten Schüler mittlerweile häufig mehr als ein Ausbildungsangebot haben. Als kommunales Versorgungsunternehmen stehen wir in einem harten Wettkampf mit unseren Mitbewerbern und merken mittlerweile, dass die Zahl qualifizierter Bewerber abnimmt.

Wir bringen viel Eigeninitiative in das Azubi-Recruiting ein, sind auf Ausbildungsmessen vertreten, bieten Bewerbungstrainings in den Schulen an, unterstützen durch Sponsoring und haben mit unseren Azubis zuletzt sogar an einem Seifenkistenrennen teilgenommen.

Ohnehin bieten wir auch während der Ausbildung viele zusätzliche Angebote an, beispielsweise Persönlichkeitstrainings, Azubi-Ausflüge oder spezielle Projektarbeiten, wie das Bauen der Seifenkiste für das Rennen.

Die Erfahrung, die wir bisher mit der Ausbildung lernschwacher Schüler gesammelt haben, bestätigt uns aber darin, dass man heute nicht zwangsläufig nach den gängigen Einstellungskriterien gehen kann, sondern auch andere Wege einschlagen sollte. Alle Azubis, die wir übernommen haben, haben sich zu qualifizierten Facharbeitern entwickelt, auch die ehemals als lernschwach eingestuft Jugendlichen. Viele von ihnen sind während der praktischen Ausbildung sogar richtiggehend aufgeblüht.

*Vielen Dank für das Gespräch.*



**Heinz-Gerd Nüchter**

Teamleiter der technischen und kaufmännischen Ausbildung, Stadtwerke Düsseldorf



Anzeige

## Potenziale ohne Vorurteile ermitteln: Der neue Lernpotenzialtest

Gehen Sie den Begabungen Ihrer Bewerber auf den Grund. Unser neuer Lernpotenzialtest erfasst Gedächtnisleistung und Lernfähigkeit Ihrer Bewerber.

**Spracharm, schnell und zielgruppengerecht.**

 [testsysteme.de/lernpotenzial](https://testsysteme.de/lernpotenzial)  
 0212 260498-0

Treffsicher die passenden Talente finden!



u-form Testsysteme GmbH & Co. KG |  
Tel.: 0212 260498-0 | [testsysteme.de](https://testsysteme.de)



## Ausbildung mit „Blick über den Tellerrand“

Solvay kooperiert bei der Ausbildung mit regionalen Partnerunternehmen

Kreativität in der Ausbildung in Zeiten des Fachkräftemangels stellt das Chemieunternehmen Solvay am Standort Rheinberg unter Beweis. Als das Unternehmen vor einigen Jahren merkte, dass es zur Deckung des eigenen Fachkräftebedarfs mehr Nachwuchs ausbilden muss, dafür aber gar keine Ausbilderkapazitäten hatte, gingen die Verantwortlichen einen neuen Weg. Man schloss sich mit zwei Partnerfirmen in der Region zusammen und bildet seither gemeinsam Nachwuchskräfte aus.

Die Zusammenarbeit ist in vielen Jahren gewachsen und hat sich durch die Austauschplattform des Ausbildergesprächskreises der Unternehmerschaft Krefeld entwickelt. „Vor zehn Jahren wurde in den meisten Unternehmen im Bereich Ausbildung ja noch gekürzt, Azubis wurden nicht weiterbeschäftigt, Mitarbeiter im Bereich Ausbildung reduziert“, erinnert sich Guido Rademacher, Deputy

HR Manager für den Solvay-Standort Rheinberg. „Wir haben dann irgendwann festgestellt, dass wir gerne Industriemechaniker ausbilden möchten, aber bestimmte Ausbildungsteile, wie die Pneumatik- und E-Pneumatiklehrgänge nicht anbieten können“, so Rademacher.

Im Gespräch mit seinem Ausbilderkollegen aus der Firma Lemken, einem metallverarbeitendem Unternehmen in Alpen, stellte sich dann heraus, dass dieser ganz ähnliche Probleme hatte. Lemken wollte gerne Mechatroniker ausbilden, konnte aber den elektrischen Part der Ausbildung nicht anbieten. „Und dann haben wir den ersten Versuch gestartet, uns gegenseitig zu unterstützen. Wir haben die elektronische Grundausbildung der Lemken-Mechatroniker übernommen und Lemken hat den mechanischen Part für unsere Industriemechaniker übernommen“, erklärt Rademacher.

### Kooperation schafft zusätzliche Ausbildungsplätze

Als drittes Unternehmen schloss sich die Firma Sasol (heute: Ineos) in Moers der Kooperation an. Ins Gehege kommen sich die Partner dabei nicht. „Wir stehen in keinem konkurrierenden Wettbewerb und wir sind auf einem ähnlichen Größenniveau“, nennt Rademacher die Erfolgsfaktoren für eine gelungene Zusammenarbeit.

Mittlerweile hat sich das Projekt zu einer sehr erfolgreichen Ausbildungsinitiative entwickelt, die in den einzelnen Unternehmen zusätzliche Ausbildungsplätze geschaffen hat. Bis zu einem Jahr wechseln die Azubis innerhalb ihrer Ausbildung den Betrieb, um praktische Grundlagen, wie die Lehrgänge Hydraulik, Pneumatik oder Elektronik im jeweiligen Schwerpunktbetrieb zu lernen. Alle Betriebseinsätze finden aber im eigentlichen Ausbildungsbetrieb statt.

Einen Mehrwert haben dabei nicht nur die Unternehmen, sondern auch die Auszubildenden. Denn bereits während der Ausbildung können sie einmal über den Tellerrand blicken und einen Eindruck von der unterschiedlichen Arbeitsweise in anderen Produktionen gewinnen.

### Ein eigener regionaler Arbeitsmarkt

Im Bereich Azubi-Recruiting hat sich zwischen den drei Kooperationsunternehmen bereits ein eigener Arbeits- und Vermittlungsmarkt entwickelt. „Wir sind grundsätzlich in der glücklichen Lage, dass wir aufgrund unserer etwas ländlichen Lage noch alle Ausbildungsplätze gut besetzen können“, erklärt Guido Rademacher. Dennoch tauscht er sich regelmäßig mit seinen Kollegen bei Lemken und Sasol/Ineos aus. Häufig bewerben sich potenzielle Auszubildende bei zweien oder allen drei Unternehmen, einfach aufgrund der räumlichen Nähe. „Hier gleichen wir schon ab und überlegen gemeinsam, welcher Kandidat, wo am besten passen könnte. Es wird nicht passieren, dass ein Kandidat von allen Firmen eine Zusage bekommt.“

Andersherum kann man sich so auch im Notfall aushelfen, „Es ist schon vorgekommen, dass Bewerber kurzfristig abspringen, weil sie vielleicht doch einen Studienplatz bekommen haben, da haben wir uns dann auch schon gegenseitig einen Ersatzkandidaten vermittelt.“ In dem Fall profitieren am Ende alle: Die Unternehmen, weil sie alle Stellen auch kurzfristig besetzen können und die Kandidaten, weil sie trotz Absage in einem Unternehmen doch noch im anderen unterkommen.

Von Vorteil kann die Kooperation auch nach der Ausbildung sein. „Grundsätzlich bilden wir bedarfsgerecht aus, das heißt, jeder der will, bekommt nach der Ausbildung eine Anschlussstelle.

Seit 2005 haben wir alle Azubis, die bleiben wollten, auch übernommen. Im letzten Jahr war es aber so, dass ein Partnerunternehmen aufgrund von Sparmaßnahmen nicht alle Azubis übernehmen konnte. Da wir noch zusätzlichen Bedarf hatten, haben die Azubis nach der Lehre dann bei uns angefangen,“ zeigt sich Rademacher erfreut über den erfolgreichen Mini-Arbeitsmarkt in der Region.

der klassischen „Drahtbiegeübung“ auch die Feinmotorik unserer Bewerber – das ginge zu Hause am Bildschirm nicht.“ Darüber hinaus nutzen die Ausbilder die Testtage als erstes Vorstellungsgespräch. Maximal 20 Bewerber werden pro Test eingeladen. „Häufig haben die Bewerber dann das Gefühl in der Gruppe unterzugehen, die Ausbilder können sich aber bei 20 Personen sehr wohl einen guten ersten Eindruck von je-



Beschäftigung eines Auszubildenden in einem Kooperationsbetrieb

### Einstellung mit Papiertest

Bei aller Innovationsfreude im Bereich des Azubi-Recruitings laufen die Einstellungstest bei Solvay im Übrigen noch ganz klassisch mit Papier und Bleistift ab. „Wir testen mithilfe des bewährten Papiertests aus dem Hause u-form bei uns im Unternehmen“, erläutert Rademacher. Das hat für ihn und sein Ausbilderteam ganz pragmatische Hintergründe. „Zum einen kommt der Großteil unserer Bewerber aus der Region, da lässt sich ein Test vor Ort gut umsetzen.

Zum anderen testen wir nicht nur theoretisches Wissen, sondern mit

dem einzelnen Bewerber machen“, so Rademacher. Diese Eindrücke fließen neben den Testergebnissen mit in die Entscheidung ein, wer später zu einem zweiten Vorstellungsgespräch eingeladen wird. „Da unsere Azubis in kleinen Teams arbeiten, hat sich das persönliche Vorgehen bewährt, da wir so immer einen umfassenderen Eindruck gewinnen, wer gut ins Team passen könnte – bisher lagen wir meistens richtig.“ ■



**Guido Rademacher**

Personal- und  
Ausbildungswesen,  
Solvay Chemicals GmbH

## Auf der Suche nach wachsenden Persönlichkeiten

Landgard nutzt Einstellungstest für den ersten „Bewerber-Check“

Die Ausbildung junger Nachwuchskräfte hat bei Landgard einen hohen Stellenwert. Ziel der deutschlandweit führenden Vermarktungsorganisation für Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse ist es, den Auszubildenden eine Perspektive zu bieten und sie als Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Dazu ist es essenziell, schon bei der Auswahl der Auszubildenden auf die Eigenschaften zu achten, die für einen erfolgreichen Berufsstart bei Landgard wichtig sind, beispielsweise Leidenschaft für „grüne Produkte“ und eine selbstständige Arbeitsweise. Um sich ein möglichst umfassendes Bild von den potenziellen Auszubildenden zu machen, setzt Landgard bei der Bewerberauswahl auf u-form Papiertests, die am Hauptsitz in Straelen-Herongen durchgeführt werden. Wir sprachen mit Ausbildungsbetreuerin Johanna Vennekel.

*Frau Vennekel, was muss ein Bewerber mitbringen, um Azubi bei Landgard zu werden?*

Wir suchen Auszubildende mit Persönlichkeit, die eine „Hands-on“-Mentalität mitbringen. In einer Branche mit lebenden Produkten kann es auch einmal stressig werden, und dann müssen unsere Azubis Eigeninitiative beweisen und einen Plan B entwickeln können. Natürlich sollte auch eine Affinität zu unseren Produkten vorhanden sein

und der Bewerber Spaß am Kundenkontakt haben.

*Im Auswahlprozess setzen Sie trotz des Trends zu Digitalisierung weiterhin auf u-form Papiertests. Warum testen Sie so vor Ort im eigenen Unternehmen?*

Zum einen bekommen wir pro Jahr im Schnitt rund 120 Bewerbungen auf zehn freie Ausbildungsstellen, ein den Gesprächen

vorgeschalteter Test ist für uns daher sehr hilfreich.

Da wir hauptsächlich in unserer Zentrale ausbilden, kommt der Großteil der Bewerber aus der Region und ein Inhouse-Test lässt sich sehr gut durchführen.

Zum anderen nutzen wir den Test, um einen ersten Eindruck von den Bewerbern zu bekommen.



Häufig nehmen die Bewerber die Testsituation gar nicht als Teil des Bewerbungsverfahrens wahr. So haben wir die Chance, einen sehr natürlichen Eindruck vom Bewerber zu bekommen, der nicht von der typischen Stress-Situation im Bewerbungsgespräch geprägt ist.

### *Wie läuft das Bewerbungsverfahren als Ganzes ab?*

Nach der Bewerbungssichtung bekommen die aussichtsreichsten Kandidaten eine Einladung zum Test. Bei diesem Vor-Ort-Termin bekommen viele Bewerber auch zum ersten Mal einen Eindruck von der Größe unseres Hauptsitzes. Das ist vielen nicht bewusst, obwohl sie aus der Region kommen, weil wir nicht im Endkundengeschäft aktiv sind.

Vertreter der Personalabteilung begrüßen die Bewerber und machen sich einen ersten Eindruck von den Kandidaten. Der Test selbst wird von einem bestehenden Auszubildenden beaufsichtigt, der zu dieser Zeit in der Personalabteilung eingesetzt ist. Er oder sie hat dabei auch die Aufgabe, zu beobachten, wie sich der Kandidat verhält, ob er gestresst ist und ob er bei manchen Fragen besondere Probleme hat.

Wir haben generell keine Mindestpunktzahl, ab der wir automatisch zum Vorstellungsgespräch einladen. Wir werten den Test aus und gleichen unsere persönlichen Eindrücke vom Bewerber mit den Testergebnissen ab. Danach entscheiden wir aufgrund des Gesamteindrucks, wen wir zum zweiten Gespräch einladen. Hier findet dann zunächst eine 10-15 minütige Selbstpräsentation statt, bevor wir noch ein strukturiertes Interview führen.

Meist entscheiden wir direkt danach, wen wir einstellen. Für einige Berufe vereinbaren wir gegebenenfalls noch ein kurzes Praktikum.



Landgard nutzt erfolgreich die kaufmännische Testreihe der u-form Testsysteme.

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



### *Wie kam es zu der Idee, dass die Azubis den Einstellungstest beaufsichtigen?*

Die Einbindung der Auszubildenden in den Auswahlprozess ist extrem motivierend für beide Seiten. Für unsere bestehenden Azubis ist die Teilnahme am Einstellungstest eine besondere Aufgabe, die über das normale Ausbildungsspektrum hinausgeht. Solche besonderen Aufgaben sind fester Bestandteil des Ausbildungskonzepts bei Landgard. Wir leben die Philosophie „Wachsen Sie über sich hinaus“.

Das gilt speziell auch für unsere Auszubildenden. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, dass unser Nachwuchs mehr lernt, als der IHK-Rahmenlehrplan vorgibt. Unsere Branche ist sehr bodenständig, stark saisonal geprägt und witterungsabhängig.

Deshalb brauchen wir kommunikative, wache Mitarbeiter, die anpacken und Eigeninitiative zeigen – auch in für sie ungewohnten Situationen.

Für die Testkandidaten ist die Beaufsichtigung durch jemanden, der den Auswahlprozess erfolgreich gemeistert hat, ein toller Anreiz, und es wirkt auch beruhigend, da die Situation dadurch nicht wie eine echte „Prüfungssituation“ wirkt – obwohl sie es natürlich ist.

### *Bekommen Sie noch genug Nachwuchs oder bemerken Sie bereits einen Mangel an Bewerbern?*

Wir haben in den letzten Jahren bemerkt, dass es schwieriger wird. Wo früher eine Bewerbung abgelehnt wurde, weil Rechtschreibfehler gemacht wurden oder der Name in der Anrede falsch war, schaut man heute doch noch einmal, ob man den Bewerber nicht trotzdem einlädt. Man muss auch jenseits von Zeugnisnoten suchen und mehrere Bewerber einladen, um sich einen persönlichen Eindruck zu machen.

Teilweise fehlen bei den Bewerbern auch die klassischen Umgangsformen, die im beruflichen Alltag wichtig sind. Wir veranstalten deshalb mit unserem Programm „Fit für die Ausbildung“ eine Art Knigge-Seminar direkt zum Ausbildungsstart.

Ich merke auch, dass wir mehr Feedback während der Probezeit geben müssen und den Azubis mitteilen müssen, was wir erwarten und wie der weitere Weg aussieht. Insgesamt wird es also nicht leichter. Wir haben als einer der größten Arbeitgeber am Niederrhein derzeit aber noch das Glück, dass sehr viele Bewerbungen aus der Region über Mund-zu-Mund Propaganda oder über die eigenen Mitarbeiter eingehen. Das macht die Auswahl der Auszubildenden in vielerlei Hinsicht einfacher.

### *Vielen Dank für das Gespräch.*



**Johanna Vennekel**

Ausbildungsbetreuerin,  
Landgard eG

## SCHNITTSTELLE FÜR GROSSE, MEHR SYSTEM FÜR ALLE



Mit der Umstellung des Online-Testsystems von der Version opta2 auf opta3 bieten wir Ihnen optional einen weiteren neuen Service an. opta+ bietet neben der Excel- und der Webschnittstelle eine weitere Schnittstellenoption und die Möglichkeit, Bewerber direkt aus dem Testsystem einzuladen.

opta+ wurde vor allem für die Kunden konzipiert, die ein anderes Bewerbermanagement-System nutzen, das keine oder nur eine kostspielige Anbindung an das Testsystem ermöglicht oder für Kunden, die bisher kein Bewerbermanagement-System einsetzen. Opta+ nimmt Ihnen noch mehr bürokratischen Aufwand ab, damit Sie Zeit gewinnen, sich intensiv um die guten Bewerber zu kümmern.

*Fragen zu opta+ beantwortet Ihnen gerne Felicia Ullrich.*



**Felicia Ullrich**

0212 260498-27,  
f.ullrich@testsysteme.de

## WAS DIE HOTLINE SO HÖRT



Vom ersten Online-Test im Jahr 2002 an steht unsere Hotline unseren Kunden und Bewerbern mit Rat und Tat zur Seite. Durchschnittlich 250mal wird dieser Service pro Monat genutzt – mit sinkender Tendenz. Denn durch die Hotline haben wir viel gelernt und das System kontinuierlich verbessern können.

Das keiner mehr anruft – ein unrealistisches Ziel. Denn das häufigste Problem ist, dass Bewerber die TAN falsch abschreiben oder eintippen. Und das kann auch das System nicht lösen.

Lustige Fragen gibt es auch, wie die nach dem „Popoblocker“ – gemeint ist der Popupblocker. Übrigens ein Problem, das wir lösen konnten. Denn die neue Teststartseite [www.testen.io](http://www.testen.io) funktioniert mit oder ohne „Popoblocker“.

*Unsere Hotline erreichen Sie montags bis freitags von 8:00 bis 18:00 Uhr unter der Telefonnummer 0212 260498-698*

## MOBIL IST IM KOMMEN



Mit 53,5 Prozent verzeichneten Tablet-PCs 2013 die stärkste Wachstumsrate unter den mobilen Endgeräten. Surfen auf dem Tablet liegt im Trend. Wobei viele Nutzer ihr Tablet gar nicht unbedingt mobil nutzen, sondern lieber gemütlich zu Hause auf dem Sofa.

Ein Trend, dem auch wir selbstverständlich Rechnung getragen haben. Bereits seit 2013 bieten wir mit [www.testen.io](http://www.testen.io) eine mobilfähige Testversion an. Probieren Sie es doch einfach mal aus.

*Frau Reddmann schaltet Ihnen gerne einen kostenlosen Demo-Account frei.*



**Carina Reddmann**

0212 260498-22,  
reddmann@testsysteme.de

## SICHERER GEHT'S NICHT



Opta3 bietet Ihnen Cloud-Computing der neusten Generation. Das auch als Software as a Service (SaaS) bezeichnete Cloud-Computing bietet viele Vorteile, weil wir uns für Sie um Wartung und Updates kümmern, Sie ohne Verwaltungsaufwand immer auf der neusten Version arbeiten können und keine Rechnerkapazitäten zur Verfügung stellen müssen.

Aber wie ist das mit dem Schutz der persönlichen Daten, wenn diese auf den Testsysteme-Servern liegen? Sicherheit hat für uns oberste Priorität. Daher betreiben wir opta3 nur verschlüsselt, auf deutschen Servern und mit einem ausgeklügelten Sicherheitskonzept.

Und Kunden, denen das nicht genügt, testen anonym nur auf Basis der TAN, die im HR-System des Kunden dem Bewerber zugeordnet wird. So liegen keine personenbezogene Daten auf unseren Rechnern.

*Sie haben Fragen zum Datenschutz? Unser IT Geschäftsführer Cornelius Scheffel beantwortet Ihnen diese gerne.*



**Cornelius Scheffel**

0212 260498-13,  
scheffel@testsysteme.de

## EIN TESTSYSTEM IN ZAHLEN



Im Bewerberjahr 2013/2014 sind über 100.000 Tests im Testsystem opta3 durchgeführt worden. Seit der Implementierung des Systems 2005 wurden über 34 Millionen Antworten gegeben. Mehr als 400 Unternehmen vertrauen bei der Auswahl Ihrer künftigen Azubis auf das Testsystem opta3. In Spitzenzeiten laufen über 3.000 Einstellungstests an einem Tag – eine Zahl, die das System nur müde lächeln lässt.

Im u-form:e Testpool finden sich über 11.200 Fragen mit rund 38.000 Items. Für das System stecken über 250.000 Programmzeilen in mehr als 5.000 Dateien die auf über 20 virtuellen Servern betrieben werden. Übrigens betreiben wir unser System nur auf deutschen Servern, die sicher in einem Hochleistungszentrum in Düsseldorf stehen.

*Sie möchten live erleben, was bei 250.000 Programmzeilen heraus gekommen ist? Lernen Sie unser Testsystem jetzt kennen! Frau Reddmann schaltet Ihnen gerne einen kostenlosen Demo-Account frei.*



**Carina Reddmann**

0212 260498-22,  
reddmann@testsysteme.de

## Seien Sie stets up to date!



### Das u-form:e UPDATE

- Aktuelle Trends rund um das Thema Azubi-Recruiting
- maximal monatlich
- mit einem Augenzwinkern

Jetzt anmelden unter [testsysteme.de/update](http://testsysteme.de/update)







## AUSBILDUNG

### **50 Die bestmögliche Ausbildung für die Mitarbeiter von morgen**

„Initiative für Ausbildung“ entwickelt erfolgreiches Konzept

### **53 “If a child can’t learn the way we teach, maybe we should teach the way they learn.”**

Eine Studie beschäftigte sich kürzlich mit der Frage, welche Lernmethoden erfolgreich sind

### **55 Lernpakte schließen statt aussortieren**

Mit Selbstlernkursen und Lernpakten schulschwache Azubis fit für die Ausbildung machen

### **57 Leichter Einstieg ins selbstgesteuerte Lernen**

Interview mit Norbert Enste, Ausbilder am Standort Arnsberg bei der Westnetz GmbH



## Die bestmögliche Ausbildung für die Mitarbeiter von morgen

„Initiative für Ausbildung“ entwickelt erfolgreiches Konzept

Was macht eigentlich eine gute Ausbildung aus? Diese Frage stellen sich nicht nur künftige Azubis, sondern auch Verantwortliche in Unternehmen. Albrecht Bühler hat 12 Kriterien für eine gute Ausbildung entwickelt und auf dieser Grundlage 2010 die „Initiative für Ausbildung“ in der Grünen Branche geschaffen. Ziel der Initiative ist es, die bestmögliche Ausbildung in den teilnehmenden Unternehmen umzusetzen und diese gleichzeitig erfolgreich nach außen zu kommunizieren. Dabei steht der Mensch immer im Mittelpunkt.

Der demografische Wandel zwingt viele Unternehmen dazu, umzudenken. Früher gab es einen Überschuss an potenziellen Auszubildenden.

Bereits heute können sich die wirklich guten Schulabgänger ihren Ausbildungsbetrieb unter mehreren Angeboten auswählen. Diese Situation wird sich in den nächsten Jahren weiter verschärfen.

Für Unternehmen ist es deshalb essenziell, eine Arbeitgebermarke für gute Ausbildung aufzubauen und diese auch in der Zielgruppe zu kommunizieren. Wie definiert sich aber gute Ausbildung und was beinhaltet ein effektives Ausbildungskonzept?

### 12 Kriterien einer guten Ausbildung

Albrecht Bühler ist studierter Sozialpädagoge. Nach seinem Studium schloss er zusätzlich eine

Ausbildung zum Landschaftsgärtner und Baumpfleger ab. Seit 30 Jahren ist er selbstständig in diesem Bereich tätig und bildet erfolgreich junge Menschen zum Landschaftsgärtner aus. Für diese Ausbildung wurden er, seine Ausbilder und die Azubis bereits mit Preisen ausgezeichnet. „Das Thema, was Menschen brauchen, um an ihrem Arbeitsplatz glücklich zu sein, war mir immer ein Anliegen.“

Wir haben uns dann gefragt, was unsere Ausbildung eigentlich erfolgreich macht und daraus entstanden die 12 Kriterien“, erklärt Bühler die Hintergründe seiner Initiative.

2010 startete Bühler gemeinsam mit 36 führenden Unternehmen der Grünen Branche die „Initiative für Ausbildung“.

Unternehmen, die sich verpflichten, die 12 Kriterien einer guten Ausbildung in ihrem Betrieb umzusetzen, erhalten das Ausbildungssiegel „Top-Ausbildungsbetrieb Landschaftsgärtner“. Das Konzept der Initiative orientiert sich an den drei Werten Einfachheit, Glaubwürdigkeit und Offenheit.

Die 12 Kriterien beschreiben dabei verständlich und transparent in den Worten der Zielgruppe „Schulabgänger“, wie das Ausbildungskonzept aussieht und umgesetzt wird (siehe Box 1). Sie fußen auf Grundwerten, die sich künftige Azubis von einem Arbeitgeber erhoffen, wie Sicherheit, Vertrauen, Team, Herausforderung und Entwicklung.

„Wir unterstützen die teilnehmenden Unternehmen dabei, eine Arbeitgebermarke für gute Ausbildung aufzubauen, mit der sie nicht nur die Qualität ihrer Ausbildung und deren Ergebnisse, sondern auch ihre Position am Recruitingmarkt verbessern“, erläutert Bühler.

Die Idee der Initiative schlug ein, bis heute nehmen 80 Betriebe teil, Tendenz steigend. Das Konzept der 12 Kriterien gibt es mittlerweile auch für die Ausbildungsbereiche Altenpfleger/in und Erzieher/in.

### Die Ausbildung bekommt im Unternehmen einen hohen Stellenwert

Aus der Idee ist dabei in den letzten vier Jahren ein lebendiger Organismus geworden. Die „Initiative für Ausbildung“ bietet eine Reihe von Veranstaltungen und Seminaren für Ausbilder an. Der fachliche Austausch der Unternehmen und Ausbilder wird durch die regelmäßigen Treffen aktiv gefördert. Auch die Azubis selbst kommen im Rahmen der Austauschangebote nicht zu kurz. So finden regelmäßige Fremdpraktika bei anderen Betrieben der Initiative während der Ausbildung statt.

## Die 12 Kriterien einer guten Ausbildung

Grundlage des Ausbildungsversprechens aller teilnehmenden Betriebe ist der ernsthafte Entschluss: Wir wollen nicht nur ein guter, sondern ein TOP-Ausbildungsbetrieb sein. Damit dieser Anspruch auch überprüft werden kann, gibt es die 12 Kriterien, auf deren Einhaltung sich alle Azubis verlassen können:

### Die Basis

1. Es gibt eine feste Ansprechperson für die Azubis im Betrieb.
2. Die Azubis werden tarifgerecht bezahlt. Der Betrieb führt ein Stundenkonto.
3. Der Betrieb stellt eine vorbildliche Ausstattung mit wetterfester Kleidung, persönlicher Schutzausrüstung und Azubi-Werkzeugkiste zur Verfügung.

### Der Weg

4. Ausbildender und Chef/in nehmen sich Zeit für regelmäßige Azubi-Gespräche. Der Ausbildungsplan wird zweimal jährlich intensiv besprochen.
5. Der Einsatz von Feedbackbögen für Azubis erleichtert es, Lob und Kritik mitzuteilen und daraus zu lernen.

### Das Team

6. Gemeinsame Aktivitäten für die Azubis werden angeboten. Azubi-Tage oder Fachexkursionen fördern die Teambildung.
7. Die Azubis lernen in einem zweiwöchigen Azubi-Austausch auch andere Partnerbetriebe kennen.

### Selbstständigkeit wecken

8. Die Azubis erhalten eigene Verantwortungsbereiche im Bereich Werkstatt, Hof, Außenanlagen, die sie selbstständig betreuen.
9. Eine Azubi-Baustelle oder ein besonderes Azubi-Projekt im 3. Lehrjahr bietet die Chance, selbstständiges Arbeiten zu erproben.

### Entwicklung fördern

10. Der Betrieb fördert die fachliche Entwicklung aktiv durch zusätzliche Lernangebote und praktische Übungen.
11. Regelmäßige Pflanzentests fördern das Pflanzenwissen der Azubis und tragen zu guten Prüfungsergebnissen bei.
12. Die Ausbilder nehmen jährlich an Fortbildungsangeboten der Initiative oder des VGL teil.

### Weitere Informationen und Materialien unter:

[www.initiative-fuer-ausbildung.de](http://www.initiative-fuer-ausbildung.de)



Einblicke in die Bereiche eines Kooperationsbetriebes



Seminare und Veranstaltungen der „Initiative für Ausbildung“

„Azubis freuen sich über die Chance, auch einmal Einblicke in andere Arbeitsbereiche oder Unternehmensphilosophien zu erhalten“, so Albrecht Bühler.

Der Erfolg der Initiative spiegelt sich in den Ergebnissen wider: „Die teilnehmenden Unternehmen bekommen eine Systematik für gute Ausbildung, die sich leicht in den Alltag integrieren lässt. Das kommt starken und schwachen Azubis zu Gute. Unsere Unternehmen haben durchweg bessere Abschlussergebnisse der Azubis und eine geringere Abbrecher- und Durchfallquote.“

Darüber hinaus haben sich bei vielen Unternehmen der Initiative die Bewerberzahlen erhöht und die Qualität der Bewerber verbessert. Gute Ausbildung spricht sich herum. Die schönste Bestätigung für den Erfolg der Initiative kommt daher von den Azubis selbst.

„Eines der größten Komplimente war die Aussage einer Auszubildenden: Wer bei euch landet, hat ein tolles Los gezogen“, erzählt Bühler nicht ohne ein wenig Stolz in der Stimme.

### Glückliche Mitarbeiter sind die beste Zukunftsinvestition

Dass gerade im Bereich Mitarbeiterbindung noch viel Luft nach oben ist, zeigt der aktuelle „Engagement Index 2013“ der Beratungsfirma Gallup. Hiernach haben 17 % der Beschäftigten in Deutschland keine emotionale Beziehung zu ihrem Arbeitgeber und schlimmer noch, innerlich bereits gekündigt. 67 % der Befragten leisten lediglich Dienst nach Vorschrift. Nur 16 % sind bereit, sich freiwillig für die Ziele ihrer Firma einzusetzen.

„Viele Unternehmen haben nach wie vor nicht erkannt, dass Mitarbeiter der zentrale Faktor für nachhaltigen

Erfolg sind. Zufriedene Mitarbeiter identifizieren sich mit dem Betrieb und leisten deutlich mehr. Mitarbeiterbindung fängt hier bereits in der Ausbildung an“, verweist Bühler auf Synergieeffekte, die immer noch zu sehr vernachlässigt werden. Aus seiner Erfahrung werden gute Ausbildungsbetriebe in der Regel auch interessanter für ausgebildete Arbeitnehmer. „Denn wer gut ausbildet, kann in der Regel auch kein schlechter Arbeitgeber sein.“

„Wer die Ausbildung in den Mittelpunkt stellt und aktiv in sein Human-Ressource-Management investiert, hat derzeit die besten Chancen, den Markt für sich zu erobern.“ Dafür rät Bühler allen Unternehmen, ihre Angebote verständlich und transparent nach außen zu kommunizieren und dabei alle möglichen Kanäle zu nutzen: „Eine gut strukturierte Internetpräsenz ist essenziell.“

Darüber ist Facebook gerade im Azubi-Recruiting eine gute Möglichkeit. Aber auch die Jobbörse und der Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit sollten genutzt werden. Gefunden zu werden ist das neue Finden, und das wird für Arbeitgeber in der Zukunft immer wichtiger.“

Potenziellen Auszubildenden sollten vor allem die Perspektiven im Unternehmen aufgezeigt werden. Wer Auszubildende in der Regel übernimmt, sollte dies auch sagen. „Das mag für das Unternehmen selbstverständlich sein, für den potenziellen Azubi ist das aber ein wichtiges Statement“, so Bühler, der sich sicher ist: „Es gibt richtig viel Spielraum für Unternehmen, um sich unter den vorderen 20 % der Top-Ausbildungsbetriebe zu positionieren.“ ■



#### Albrecht Bühler

Albrecht Bühler Teamwork,  
0711 3650500  
albrecht@buehler-teamwork.de  
www.buehler-teamwork.de

## “If a child can't learn the way we teach, maybe we should teach the way they learn.”

Eine Studie beschäftigte sich kürzlich mit der Frage, welche Lernmethoden erfolgreich sind und fand nun heraus, dass viele der beliebtesten Methoden gleichzeitig auch die uneffektivsten sind.

In dieser großangelegten Meta-Studie aus dem Jahr 2013 haben amerikanische Wissenschaftler rund um John Dunlosky der Kent State University die zehn am meisten verwendeten Lernmethoden genauer unter die Lupe genommen – mit erstaunlichem Ergebnis: Wer wirklich etwas lernen möchte, sollte als allererstes den Textmarker wegwerfen! Und die Schulbücher am besten gleich hinterher...!

Gibt es wirklich einfache Lernmethoden die Auszubildende, Schüler und Studenten nutzen könnten, um ihr eigenes Lernen entscheidend zu verbessern? Was wäre wenn uneffektives, zeitaufwendiges

Lernen gegen eine effiziente Methode ausgetauscht würde? Warum nutzen bis heute so viele Lernende ineffektive Techniken?


Seit über 100 Jahren entwickeln Psychologen überall auf der Welt neue Lernmethoden und evaluieren ihre Effizienz.

Dennoch werden viele der nachweislich besonders effizienten Techniken seitens der Lernenden besonders wenig benutzt.

John Dunlosky vom Department of Psychology der Kent State University begründet dies in der großen Anzahl verfügbarerer Methoden. Für Lehrende sei es vor allem aus

Zeitgründen schlichtweg unmöglich, aus dem riesigen Angebot die effizienten Methoden herauszufiltern, um diese dann an ihre Schüler entsprechend weiterzugeben.

Die Methoden Zusammenfassen, Unterstreichen/Anmarkern und Wiederholendes Lesen schnitten aufgrund ihrer sehr geringen Effektivität besonders schlecht ab. Bemerkenswerterweise werden gerade diese Techniken am häufigsten genutzt.

Was sind sie denn nun, die Garantien für effizientes Lernen und nicht zuletzt auch die erfolgreiche Prüfung? 



Wie gelangen die Worte aus den Lehrbüchern am besten in die Köpfe der Lernenden und bleiben auch da – weit über die Prüfung hinaus?

Die Studie kommt ganz eindeutig zu folgendem Ergebnis: Zielführend effektiv und die mit Abstand effizienteste Lernmethode sind schriftliche und mündliche Selbst-Test z.B. in Form von Probeklausuren, Prüfungsfragen oder der Eigenabfrage mit Hilfe von Karteikarten. Um

langfristig im Gedächtnis verankert zu werden, sollte der Lernstoff darüber hinaus über einen längeren Zeitraum immer wieder in kurzen Einheiten wiederholt werden.

Genau nach diesem Prinzip arbeiten beispielweise die U-Form Prüfungstrainer und Lernkarten, die bereits für zahlreiche IHK-Ausbildungsberufe angeboten werden.

Die Selbst-Tests zeigen Schwachstellen auf und helfen sie gezielt zu

beheben, heißt es in der Studie. Den größten Vorteil dieser Lernmethode liegt laut den Wissenschaftlern darin, dass sie wichtiges Feedback zum Stand des eigenen Lernens liefern.

What you learn, becomes part of what you are!“ ■



**Pamela Gevelhoff**

Marketing,  
U-Form Verlag

Anzeige

## Maßgeschneidert, erfolgreich und sicher: die U-Form Prüfungsvorbereitung

### Den Überblick bekommen

- IHK-Prüfungskataloge

### Das Wissen testen

- Original IHK-Prüfungen
- U-Form Lösungserläuterungen

### Wissen testen & erweitern

- Prüfungstrainer
- Lernkarten/Lernsoftware
- Clevere Tipps
- All Inclusive Pakete



[www.u-form.de](http://www.u-form.de)



Die Prüfungsvorbereitung  
für die kaufmännische Zwischen- und Abschlussprüfung

# Lernpakete schließen statt aussortieren

Mit Selbstlernkursen und Lernpaketen schulschwache Azubis fit für die Ausbildung machen.

Wenn nach den üblichen Auswahlverfahren dauerhaft keine „geeigneten Bewerber“ übrig bleiben, sollten Ausbildungsbetriebe ihre Kriterien überdenken und die Aufmerksamkeit stärker als bislang schulschwachen Bewerbern zuwenden. Bringen Azubi-Bewerber Lernfähig- und willigkeit, Interesse am Beruf und Leistungsmotivation mit? Passen sie einfach gut zum Betrieb?

Nutzen Sie dieses Potenzial, auch wenn die Schulnoten zu wünschen übrig lassen. Defizite in Mathe oder Deutsch können Betriebe in der langen Zeit zwischen der Unterschrift unter dem Ausbildungsvertrag und Ausbildungsantritt korrigieren. Selbstlernkurse bieten dafür eine gute Möglichkeit.

Der Studie Azubi-Recruiting Trends 2014 zufolge vergehen derzeit im Durchschnitt zwischen der Vertragsunterschrift durch die angehenden Azubis und dem Antritt der Ausbildung mehr als ein halbes Jahr. Diese Zeit können Betriebe nutzen, um schulschwächere Auszubildende „nachzuschulen“ und im Auswahlverfahren durch Tests festgestellte, konkrete Defizite korrigieren. Selbstlernkurse bieten dafür eine effektive und organisatorisch leicht umsetzbare Möglichkeit.

Speziell für den Bedarf von älteren Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die für eine berufliche Ausbildung oder Weiterbildung eine Auffrischung ihrer Schulkenntnisse in Mathematik, Algebra und Deutsch benötigen, sind die LernEs-Hefte entwickelt worden. Entwickelt wurden sie von der Bfz-Essen GmbH, mit über 100 Mitarbeitern und über 700 Teilnehmerinnen und Teilnehmern eines der führenden Qualifizierungsunternehmen für Erwachsene in Nordrhein-Westfalen.



## Lernen in kleinen Schritten

Die Hefte führen die Lernenden in kleinen Schritten an den Stoff heran und üben kleine Wissenshäppchen praktisch ein. Erfolge werden dadurch belohnt, dass die Lerner den nächsten Lernschritt gehen dürfen.

Besondere Vorkenntnisse sind nicht notwendig. Die angehenden Azubis können sich so für den Ausbildungserfolg wichtiges Basiswissen selbstständig aneignen und sich für Ausbildung und Berufsschule fit machen. Das Lernen wird dadurch einfacher gemacht, dass die Aufgaben und Beispiele der Berufswelt entnommen sind, Bezüge zur späteren Ausbildung sind durchgängig erkennbar, was

die Lernmotivation deutlich erhöht.

Den Stoff eignen sich die Lernenden mit gedruckten Heften an, denn Übung macht den Lernerfolg aus. Am Bildschirm kann man einen Bruch schlecht selbst kürzen, den Ansatz eines Dreisatzes kann man dort nicht aufschreiben und eine Gleichung nicht schrittweise lösen. Auch das Trainieren von Rechtschreibung setzt am besten handschriftliche Übungen voraus.

Die Nutzer geben die Lösungen im Internet ein und erhalten eine unmittelbare Erfolgskontrolle. Bei Fehlern wird gezeigt, was falsch ist: Dazu wird die richtige Lösung erklärt und begründet – und in Mathematik auch vorgerechnet.

## Lernpakete mit angehenden Azubis schließen

Der Ausbildungsbetrieb kann je nach den festgestellten Defiziten einen Kurs wählen, der genau die Themen behandelt, die der Auszubildende beim Test nicht oder nur fehlerhaft behandelt hat. Die ausgewählten Kurse werden direkt an die Auszubildenden verschickt. Die Lernhefte müssen die Auszubildenden in einer festgelegten Zeit bearbeiten. Über den Bearbeitungs- und Lernstand werden die Ausbilderinnen und Ausbilder schriftlich informiert.

Mit Hilfe der Kurse können Ausbildungsbetriebe also mit sehr geringem Betreuungsaufwand spezielle, nach Zeit und Lerninhalten definierte „Lernpakete“ mit den angehenden Azubis schließen und deren Erfolg kontrollieren.

Dank der zielgruppengerechten Didaktik eignen sich die Hefte besonders für Lerner mit einer eher schwierigen Schulvita. „Viele von ihnen machen tatsächlich zum ersten Mal in ihrem Leben die Erfahrung, dass zum Beispiel Bruch-, Dreisatz- oder Prozentrechnen tatsächlich erlernbar ist“,

sagt Michael Loef, Abteilungsleiter von LernEs: „Über 90 Prozent der Teilnehmer bringen die Selbstlernkurse zu Ende, die Durchschnittsnote beim Feedback der Lerner liegt bei 1,7.“ Bislang wurden sechs Millionen LernEs-Hefte verkauft. Im Einsatz für die Qualifizierung von angehenden Azubis sind die Hefte zum Beispiel bei BASF, RWE und bei den Stadtwerken Mainz. ■



**Michael Loef**

Prokurist  
Bfz-Essen GmbH

Anzeige

NEU!



Motivieren statt frustrieren – verstehen statt vergessen:

## Das neue „Easy Up“-Lernkonzept

Nicht jedem wurde die Begeisterung für das Rechnen in die Wiege gelegt. Vielen Bewerbern und Azubis fehlen heute grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Rechnen und Mathematik.

Mit dem „**Easy-Up**“-Lernkonzept machen wir Ihre Azubis fit für die Ausbildung oder das duale Studium. So werden Lücken geschlossen, das Rechnen trainiert und der Leistungsstand regelmäßig erfasst.



Die Prüfungsvorbereitung

für die kaufmännische Zwischen- und Abschlussprüfung



# Leichter Einstieg ins selbstgesteuerte Lernen

Interview mit Norbert Enste, Ausbilder am Standort Arnberg bei der Westnetz GmbH, dem Verteilnetzbetreiber der RWE Deutschland und dort hauptverantwortlich für die Qualifizierungsinitiative „Ich pack’ das!“. Mit der Initiative macht der RWE-Konzern rund 100 Jugendliche pro Jahr im Rahmen einer EQ fit für die Ausbildung.

*Welche Lernerfahrungen haben die Jugendlichen gemacht, die an der Qualifizierungsinitiative teilnehmen?*

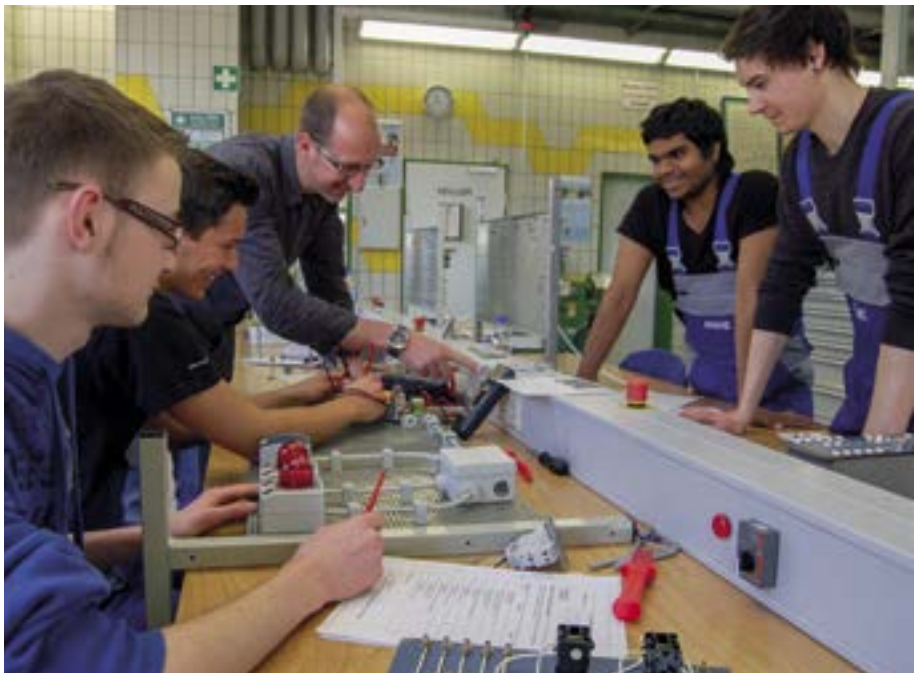
Die sind häufig schulumüde und haben die Schule mit eher mäßigen Noten abgeschlossen, wodurch Schwierigkeiten entstehen, einen Ausbildungsplatz zu finden. Unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind Hauptschüler, die unter anderem keine positiven Lernerfahrungen gemacht haben und es zum Teil nicht gewohnt sind, regelmäßig alleine und zuhause zu lernen. Hausaufgaben zu machen, war bislang nicht ihr Ding und wenn dann geschah das oft flüchtig im Bus oder in der U-Bahn.

*Wie setzen Sie die LernEs-Hefte ein?*

In der Qualifizierungsinitiative liegt das Hauptaugenmerk auf dem Praktischen, wir begleiten aber auch das theoretische Lernen. Das findet in der Regel in der Berufsschule statt, wir unterstützen das seit 2007 zusätzlich mit den Heften, um Grundlagen in Deutsch und Mathe aufzufrischen, damit die Jugendlichen bei Ausbildungsantritt in der Berufsschule nicht hinterherhinken. Wir testen dazu die Qualifikationen der Jugendlichen und schnüren individuelle Lernpakete. Praktisch sieht das dann so aus, dass ich den Programmteilnehmern zum Beispiel am Donnerstag zwei Hefte in die Hand drücke und die Lernfortschritte dann am Montag kontrolliere.

*Wie kommen die Hefte an?*

Das selbstgesteuerte Lernen zuhause sind unsere Jugendlichen nicht gewohnt, das ist für sie neu.



Deshalb besteht ein wichtiger Effekt der Hefte darin, dass die angehenden Azubis das Lernen lernen, was mit dem LernEs-Material super funktioniert. Denn die Hefte setzen nur sehr wenige Vorkenntnisse voraus, bauen Lernerfolge über ganz kleine Zwischenschritte auf und brauchen daher nur ein Minimum an Selbstorganisation. Solche positiven Lernerfahrungen sind wichtig, um die Jugendlichen nicht zu frustrieren. Ich sehe dann die Lernerfolge, kann Fortschritte gut überblicken und gegebenenfalls nachsteuern.

*Sie haben mittlerweile sieben Jahre Erfahrung mit den Heften: Für welche Ausbildungszwecke eigenen sie sich?*

Am sinnvollsten ist aus meiner persönlichen Sicht der Einsatz vor oder direkt zu Ausbildungsbeginn,

zur individuellen Lernstandskontrolle, aber auch zur intensiven Korrektur von Schulversäumnissen.

Das heißt für Ausbildungsbetriebe: Erst testen sie, dann schnüren sie ein individuelles Lernpaket, das angehende Azubis zum Start ihrer Ausbildung abarbeiten müssen. Aus meiner Erfahrung können die Hefte einen guten Ausbildungsstart bei schwächeren Kandidaten sinnvoll vorbereiten.

*Vielen Dank für das Gespräch.*



**Norbert Enste**

Ausbilder,  
Westnetz GmbH

---

14.–16. Oktober 2014  
Köln

**Zukunft Personal**  
Europas größte Fachmesse für Personalmanagement

15. Oktober 2014  
9:30 Uhr, Forum 9

Sie finden uns: Halle 3.2, Stand C 30  
Vortrag „Gezielte Azubi-Ansprache oder eher Ziel verfehlt? Highlights der Studie Azubi-Recruiting Trends 2014“  
[www.zukunft-personal.de](http://www.zukunft-personal.de)

---

22. Oktober 2014  
Kassel

**Ideenwerkstatt Ausbildung**  
Landeskampagne Duales Studium Hessen  
Wir gestalten mit: Werkstatt  
Empfehlungsmarketing

---

23.–24. Oktober 2014  
Stuttgart

**DGFP Jahrestagung Berufsausbildung**  
Unser Vortrag: Studie „Azubi-Recruiting Trends 2014“

---

28. Oktober 2014  
Esslingen

**Seminar Festo Didactic „Social Networking Lebenswelten von Auszubildenden“**  
Referentin Felicia Ullrich  
[www.festo-didactic.com](http://www.festo-didactic.com)

---

3. November 2014  
Saarbrücken

**Veranstaltung Ausbildungsmarketing**  
Kostenloser Workshop für Mitgliedsbetriebe der IHK Saarland.  
Referentin Felicia Ullrich  
[www.ihk.saarland.de](http://www.ihk.saarland.de)

---

11.–12. November 2014  
Köln

**Tagung der gewerblich-technischen Ausbildungsleiter**  
„Mit Ausbildung ganz oben“  
Wir gestalten mit: Workshop F2  
Ausbildungsmarketing  
[www.kwb-berufsbildung.de](http://www.kwb-berufsbildung.de)

---

18. November 2014  
IHK Göppingen

**Tag der Bildungspartnerschaft**  
Impulsvortrag Ausbildungsmarketing,  
Referentin Felicia Ullrich  
[www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de)

---

21. Januar 2015  
Husum

**Prüfertag IHK Flensburg**  
Wir gestalten mit: Workshop „Generation Y – eine neue Ausbildung für eine neue Generation?“

---

---

24.–25. Juni 2015  
Wuppertal

**A-Recruiter Tage 2015 - neuer Ort, neues Format!**  
Das exklusive Forum für  
Ausbildungsverantwortliche

Praxisnahe Vorträge, abwechslungsreiche Workshops und viel Zeit zum Netzwerken  
[www.testsysteme.de/arecruiterstage](http://www.testsysteme.de/arecruiterstage)

---

---

## A-RECRUITER TAGE 2015 NEUES FORMAT, NEUE LOCATION

Das exklusive Forum für Ausbildungsverantwortliche geht 2015 in die siebte Runde. Für uns war es an der Zeit, Konzept und Örtlichkeit der A-Recruiter Tage einen Facelift zu verpassen.

Die Idee des intensiven Netzwerkers zwischen Ausbildungsverantwortlichen bleibt bestehen – sie bekommt sogar mehr Raum. Das Konzept für 2015 steht unter dem Motto „Von Praktikern für Praktiker“. Als Tagungsort haben wir den heiligen Berg in Wuppertal gewählt – ein modernes Tagungszentrum mit guter verkehrstechnischer Anbindung.

Auf ein attraktives Abendprogramm dürfen sich die Teilnehmer auch 2015 wieder freuen.

Unter [www.testsysteme.de/arecruiterstage](http://www.testsysteme.de/arecruiterstage) können Sie sich für einen der begehrten Plätze vormerken lassen

---

## SIE WOLLEN MEHR?

Sie möchten mehr Informationen oder haben Fragen zu einer der Veranstaltungen? Sie suchen eine Referentin für eine ähnliche Veranstaltung oder Unterstützung bei der Organisation?

*Kein Problem, Carina Reddmann hilft Ihnen gerne weiter.*

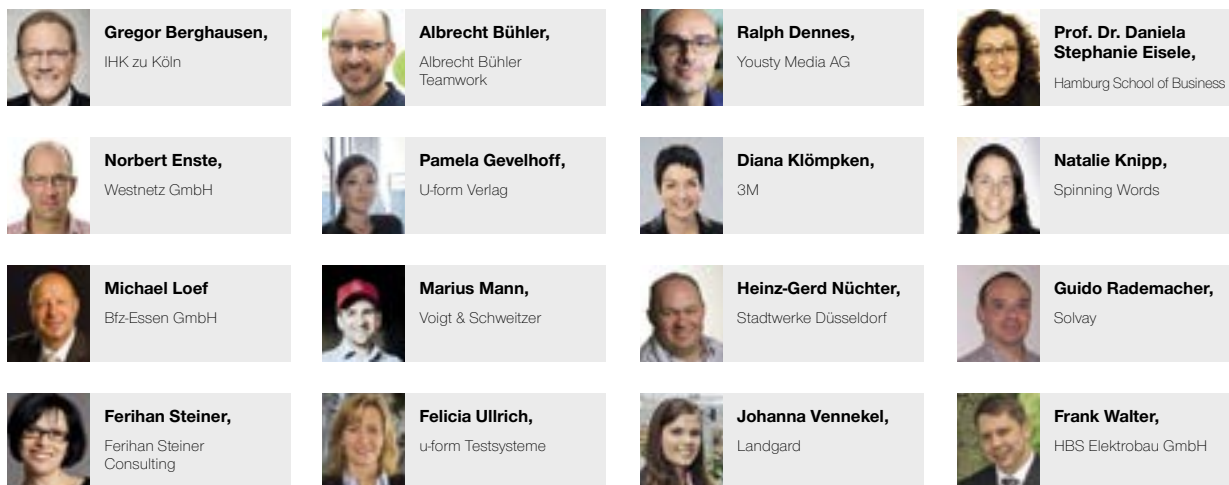


**Carina Reddmann**

0212 260498-22,  
[reddmann@testsysteme.de](mailto:reddmann@testsysteme.de)

# DANK & KONTAKT

Wir bedanken uns bei allen Mitwirkenden dieses Magazins:



## BILDNACHWEIS

- |    |  |    |  |    |  |
|----|--|----|--|----|--|
| 1  | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 22 | © danny wandelt photographer               | 42 | © Solvay Chemicals GmbH                    |
| 2  | © RichVintage Photography                  | 23 | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 43 | © Solvay Chemicals GmbH                    |
| 3  | © Yuri Arcurs - Fotolia                    | 24 | © HBS Elektrobau GmbH                      | 44 | © Landgard                                 |
| 4  | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 26 | © HBS Elektrobau GmbH                      | 46 | © Spectral-Design - Fotolia                |
| 4  | © Copyright:foto-grehl.de                  | 27 | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 46 | © javier brosch - Fotolia                  |
| 4  | © HBS Elektrobau GmbH                      | 29 | © Eric Isselée - Fotolia                   | 46 | © Karin & Uwe Annas - Fotolia              |
| 4  | © 3M Deutschland GmbH                      | 30 | © ioannis kounadeas - Fotolia              | 47 | © sommersby - Fotolia                      |
| 4  | © Landgard                                 | 31 | © RichVintage Photography                  | 48 | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de |
| 4  | © Albrecht Bühler Teamwork                 | 32 | © olly - Fotolia                           | 50 | © Albrecht Bühler Teamwork                 |
| 4  | © Westnetz GmbH                            | 32 | © mirpic - Fotolia                         | 51 | © Albrecht Bühler Teamwork                 |
| 5  | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 34 | © RichVintage Photography                  | 52 | © Albrecht Bühler Teamwork                 |
| 6  | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 35 | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 53 | © Maria.P. - Fotolia                       |
| 7  | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 36 | © 3M Deutschland GmbH                      | 53 | © andresinfinite - Fotolia                 |
| 7  | © Steinbach Fotografie                     | 37 | © 3M Deutschland GmbH                      | 55 | © Kalinovsky Dmitry,2014,+375297500400     |
| 8  | © Christian Ahrens, www.christianahrens.de | 37 | © RichVintage Photography                  | 57 | © Westnetz GmbH                            |
| 10 | © alphaspirt - Fotolia                     | 38 | © 3M Deutschland GmbH                      | 60 | © rangizz - Fotolia                        |
| 13 | © RichVintage Photography                  | 39 | © Steinbach Fotografie                     |    |  |
| 20 | © Copyright:foto-grehl.de                  | 40 | © Stadtwerke Düsseldorf                    |    |  |
| 21 | © Jens Schicke/WJD                         | 41 | © RichVintage Photography                  |    |  |

### Impressum/Herausgeber



u-form Testsysteme GmbH & Co. KG  
Cronenberger Straße 58 | 42651 Solingen  
Telefon: 0212 260498-0 | Fax: 0212 260498-43  
E-Mail: info@testsysteme.de | Internet: www.testsysteme.de



Schonen Sie lieber Ihre Nerven –

**Entscheiden Sie sich direkt für die passenden Bewerber –  
mit den berufsnahen Testverfahren von u-form:e.**

Mit den u-form:e Leistungstests erfassen Sie die für das jeweilige Berufsbild notwendigen Kenntnisse und Fertigkeiten. Sie erhalten schnell ein aussagekräftiges Stärken-Schwächen-Profil Ihrer Bewerber. Abrunden lässt sich das Profil mit dem speziell für Berufsanfänger entwickelten Persönlichkeitstest zur Ermittlung persönlicher und sozialer Kompetenzen.

**Aktualität**

Die regelmäßige Überarbeitung der Tests trägt inhaltlichen Entwicklungen Rechnung und vermeidet die Verbreitung der Inhalte.

**Akzeptanz**

Durch den starken Praxisbezug der Aufgaben und die berufsspezifischen Inhalte finden die Tests eine hohe Akzeptanz.

**Online/Offline**

Die Tests sind als klassische Papierversion oder integriert in ein innovatives Online-Testsystem lieferbar.

**Objektiv & sicher**

Die Tests werden wissenschaftlich begleitet und regelmäßig auf die entsprechenden Gütekriterien überprüft.

[www.testsysteme.de/online-tests](http://www.testsysteme.de/online-tests)



Treffsicher die passenden Talente finden!  
Das führende Testsystem für erfolgreiches Azubi-Recruiting