

Studie des Forschungsinstituts für Berufsbildung im Handwerk (FBH) an der Universität zu Köln zum Thema Gewinnung von Auszubildenden (und Mitarbeiter:innen)

Liebe Hörer des Workers Cast von Jörg Mosler,

es war mir ein besonderes Vergnügen, mit Jörg unsere Ergebnisse unserer Studie zu diskutieren. Wie versprochen anbei die Ergebnisse der Studie in einer Kurzfassung. Ich bin überzeugt, dass sie Euch interessante Impulse geben können.

Herzliche Grüße,

Euer Rolf R. Reibold

Podcast-Interview online!

handwerk.
magazin

[handwerk magazin](#)

Aus diesen Gründen entscheiden sich Azubis für ihren Beruf: Interview mit Rolf Reibold - handwerk magazin

Vielen Unternehmern ist nicht klar, wonach sich junge Menschen für einen Beruf entscheiden. Antworten gibt Rolf Reibold im Workers Cast.



NEUER PODCAST ONLINE



**WARUM ENTSCHEIDEN SICH AZUBIS FÜR IHREN BERUF?
INTERVIEW MIT ROLF REIBOLD**

handwerk.
magazin

Wege ins Handwerk: 7 Erkenntnisse aus praxisorientierter Forschung, wie Sie mit Ihrem Betrieb Auszubildende anziehen

Viele Betriebe beklagen einen Mangel an Bewerber:innen für ihre Ausbildungsplätze. Das liegt zum Teil an demografischen Entwicklungen, zum Teil am Wunsch nach der Schule ein Studium aufzunehmen. Aber zum Teil – seien wir ehrlich – liegt es auch einfach daran, dass es noch nicht hinreichend gelingt, die attraktiven Aspekte einer Ausbildung deutlich zu machen. Wir haben im Forschungsinstitut für Berufsbildung im Handwerk an der Universität zu Köln (FBH) in einer Studie Auszubildende im Handwerk zu ihrer Berufswahlentscheidung befragt und kommen zu einigen spannenden Erkenntnissen, die Ihnen dabei helfen können mit Ihrem Betrieb und den angebotenen Ausbildungsplätzen attraktiver zu werden. Wenn Sie noch konkretere Hinweise zur Umsetzung der Erkenntnisse benötigen, kontaktieren Sie mich gerne unter rolf.reibold@uni-koeln.de:

1. Attraktiv sind Berufe dann, wenn sie den Motiven entsprechen. Dabei fällt auf, dass der Spaß am Beruf, die Sicherheit des Arbeitsplatzes und der Verdienst nach der Ausbildung die wichtigsten Entscheidungsfaktoren sind. Diese grundsätzliche Motivlage ist abgesehen von Menschen ohne Schulabschluss über alle Schulabschlüsse vergleichbar. Schlussfolgerung: Diese Aspekte müssen für das Ausbildungsmarketing hervorgehoben werden. Heben Sie den Spaß, die Sicherheit, die Verdienstmöglichkeiten hervor. Wenn Sie sich fragen, wie Sie dies konkret umsetzen können, kontaktieren Sie mich gerne.

	GAR NICHT WICHTIG 0	SEHR WICHTIG 10
Spaß am Beruf		9,00
keine Angst um meinen Arbeitsplatz haben		8,14
gutes Geld nach der Ausbildung verdienen		7,86
mit den Händen arbeiten		7,83
eigenverantwortlich arbeiten		7,65
sich im Betrieb untereinander kennen		7,49
gute Karriereöglichkeiten		7,37

Abbildung 1: Die "glorreichen 7" Entscheidungsfaktoren

2. Wenn man junge Menschen für die Handwerksberufe begeistern möchte, sollte man auch zeigen können, inwieweit sich die Ziele und Motive tatsächlich erreichen

lassen. Dabei bildet eine Befragung der Auszubildenden eine Momentaufnahme bei der z.B. Eigenständigkeit oder Selbstständigkeit teilweise noch nicht umgesetzt sein können. Insgesamt kann man sagen, dass insbesondere folgende Top 7 Aspekte als realisierbar eingeschätzt werden: körperliches Arbeiten, Nutzen für die Gesellschaft, mit Kolleg:innen zusammenarbeiten, Karrieremöglichkeiten, Spaß am Beruf, Zukunftsaussichten (Sicherheit), anderen Menschen helfen. Schlussfolgerung: In diesen Aspekten ist demnach schon jetzt mit guten Belegen Marketing möglich.

3. Für 30,56% der Auszubildenden war der Ausbildungsberuf eine Alternative, an die sie ursprünglich nicht gedacht hatten. Schlussfolgerung: Maßnahmen, die zu mehr Bekanntheit und Bewusstsein über Berufe führen, führen zum Umdenken. Es ist also nicht nur wichtig, aktuell bei Bedarf zu suchen, sondern generell sichtbar mit dem Beruf bzw. dem Betrieb zu sein. PR-Arbeit und Netzwerken (z.B. mit Schulen) wird damit immer wichtiger.

Die Erkenntnisse 4-6 beziehen sich konkret auf die Entscheidung eines Menschen für oder gegen einen Ausbildungsbetrieb und sind echte Geheimtipps, die den Unterschied zwischen erfolgreichen und erfolglosen Versuchen der Nachwuchsgewinnung ausmachen

4. Bei der Entscheidung für den Betrieb ist die „schnelle Reaktion auf die Bewerbung“ der wichtigste Faktor! Das bedeutet, es reicht nicht, irgendwann auf die Bewerbung zu reagieren. Wenn eine Bewerbung eingeht, sollte umgehend reagiert werden. Das setzt wiederum voraus, dass Sie als Inhaber:in die Zeit dafür haben oder den Bewerbungsprozess strukturiert und delegiert haben, so dass dies gelingt.
5. Außerdem spielen bei der Entscheidung für einen Betrieb weiche Faktoren wie „freundlicher Umgang im Team“, „wirkliches Interesse an den Auszubildenden“, die „Chemie“ eine ganz zentrale Rolle. Das bedeutet, dass Sie
 - eine solche Atmosphäre haben sollten,
 - im Rahmen des Einstellungsprozesses die Gelegenheit dazu geben müssen, diese positive Atmosphäre kennen zu lernen
 - und diese Gelegenheiten bewusst gestalten sollten.
6. „Gutes über den Betrieb gehört“ zu haben ist potenziellen Auszubildenden ebenfalls sehr wichtig. Schlussfolgerung: Betriebe mit guten Umgangsformen, in denen ein gutes Klima herrscht, haben Vorteile bei der Sicherung ihres Nachwuchses. Hierbei wird auch nochmals deutlich, wie wichtig Ausbildungsqualität ist. Denn: „Gutes über den Betrieb“ hört man nur dann, wenn

es auch „Gutes“ zu berichten gibt. Dann die eigenen Auszubildenden als Botschafter einzusetzen, scheint eine zielführende Strategie.

Dies knüpft unmittelbar an der Erkenntnis an, dass nicht nur die Rekrutierung sondern auch die Bindung der Auszubildenden wichtig ist.

7. 68,94 Prozent der Auszubildenden sind mit dem Ausbildungsbetrieb und dem Beruf zufrieden, nur 14,14 Prozent sind mit beidem unzufrieden. Schlussfolgerung: Zunächst ist positiv, diese Zufriedenheit hervorzuheben. Wenig überraschend ist, dass ein Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und der Bindung an das Handwerk besteht.

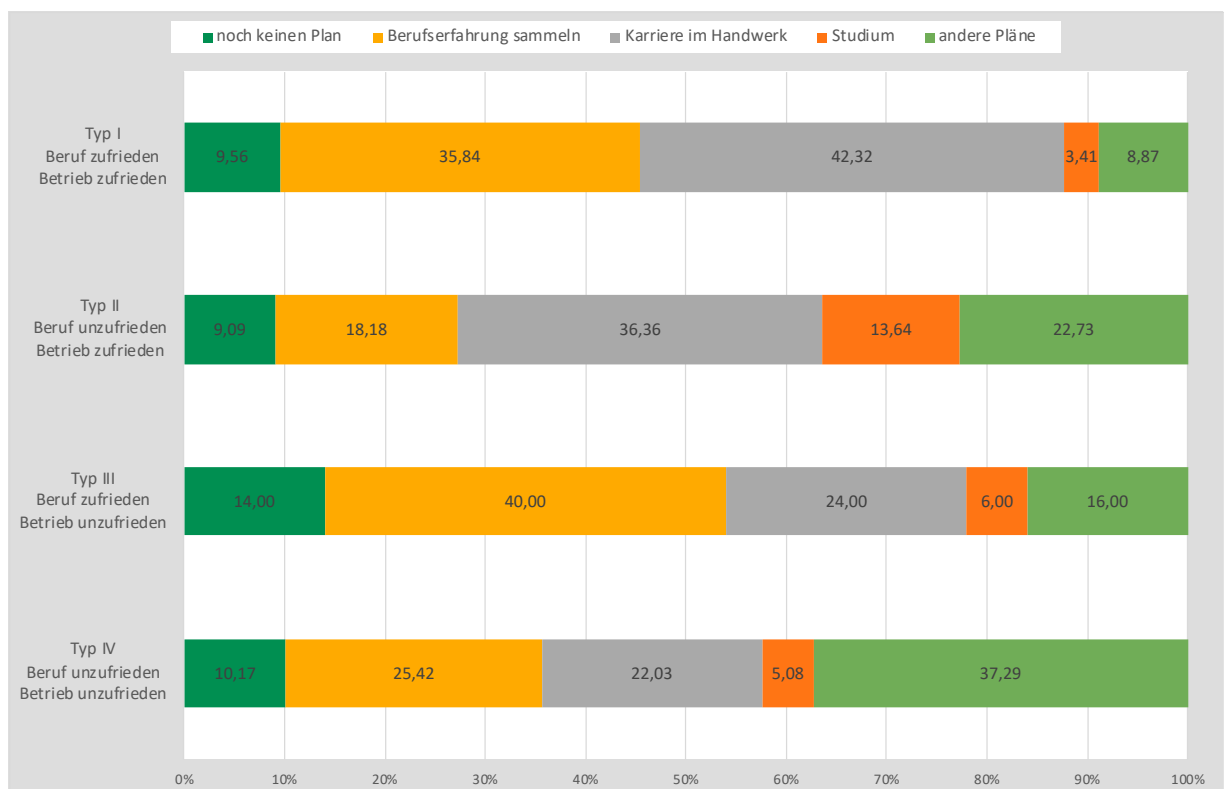


Abbildung 2: Pläne und Zufriedenheit

Schlussfolgerung: Eine gute Ausbildungsqualität und die Schaffung von Rahmenbedingungen, die Zufriedenheit auslösen, kann an dieser Stelle nochmals stark betont werden.

Diese Tipps sollen Ihnen dabei helfen, ein attraktiverer Ausbildungsbetrieb zu werden. Die komplette Studie können Sie kostenfrei bei mir erhalten: rolf.rehbold@uni-koeln.de.