

## PRESSEMITTEILUNG

### Duale Ausbildung: Was junge Menschen wollen

Webinar präsentiert wichtigste Ergebnisse  
der Studie Azubi-Recruiting Trends 2020

Hüllhorst/Solingen, 9. September 2020 – u-form Testsysteme hat die aktuelle Studie „Azubi-Recruiting Trends 2020“ veröffentlicht. Untersucht wurden verschiedene Aspekte des Azubi-Recruitings und der betrieblichen Ausbildung. Die Studienergebnisse zeigen u. a., dass es beim Ausbildungsmarketing noch Luft nach oben gibt. AUBI-plus ist wiederholt Studienpartner. Zusammen mit u-form präsentiert der Ausbildungsoptimierer jetzt ausgewählte Studienergebnisse in einem Webinar und gibt Empfehlungen, wie Unternehmen ihre Ausbildungsarbeit qualitativ weiterentwickeln können.

Insgesamt hat die Studie „Azubi-Recruiting Trends 2020“ zwölf verschiedene Aspekte der dualen Ausbildung untersucht, von der Bedeutung von Praktika über das Ausbildungsmarketing bis hin zur Gestaltung der betrieblichen Ausbildung im Unternehmen. AUBI-plus ist seit 2019 Studienpartner; in der 2020er-Studie begleitet und analysiert das Unternehmen u. a. das Thema „Digital unterstütztes Lernen“.

**Berufsorientierung: Praktika werden eher zur Berufswahl genutzt, weniger zum Kennenlernen des Betriebes**

86 Prozent der befragten Schüler und Azubis haben bereits ein Schulpraktikum gemacht oder haben dies noch vor. Rund 73 Prozent wählen das Praktikum danach aus, ob sie den Beruf kennenlernen können, für den sie sich

interessieren. Nur für 30 Prozent war das Kennenlernen des Betriebes bei der Wahl des Praktikumsplatzes wichtig.

Andere Praktikumsarten wie freiwillige Ferienpraktika werden von den Ausbildungsbetrieben zwar angeboten (62 %), von den jungen Menschen aber wenig genutzt (28 %). Gründe dafür können sein, dass die Werbung für Praktika zu wenig von der Zielgruppe wahrgenommen wird und/oder die angebotenen Zeiträume nicht zu den Vorstellungen der Schülerinnen und Schüler passen.



Was junge Menschen wollen und wie Ausbildungsbetriebe ihre Ausbildungsarbeit optimieren können, zeigt die Studie Azubi-Recruiting Trends 2020 ([Foto erstellt von pressfoto - de.freepik.com](https://www.pressfoto.de/freepik.com))

**Ausbildungsmarketing: Mit ansprechenden Stellenanzeigen und Online-Werbung Bewerber gewinnen**

In Stellenanzeigen für freie Ausbildungsplätze sind für Schülerinnen und Schüler die Beschreibung des Ausbildungsberufes (90 %), die Anforderungen an die Bewerberinnen und Bewerber (90 %), die Perspektiven nach der Ausbildung

(88 %) und die Beschreibung des Ausbildungsbetriebes (87 %) wichtig oder sehr wichtig. Unternehmen sollten ihre Ausbildungsangebote also dahingehend prüfen, ob die genannten Informationsbedarfe gut abgedeckt werden und der jeweilige Ausbildungsberuf klar beschrieben wird.

Bei der Wahl des Ausbildungsbetriebes sind der gute Ruf als Ausbildungsbetrieb (68 %), die Übernahmequote (63 %), die Wohnortnähe (50 %) und eine überdurchschnittlich hohe Ausbildungsvergütung (48 %) die ausschlaggebenden Kriterien. Deshalb sollten auch diese Informationen Bestandteil der Bewerberkommunikation sein.

Gefragt nach den Werbekanälen, über die man sie am besten erreichen kann, haben Internet-Werbung (66 %), Werbung in Social-Media-Kanälen (64 %) sowie Messen und Veranstaltungen (53 %) bei den Jugendlichen die Nase vorn. Über Anzeigen in Printmedien wird nur rund jeder fünfte Jugendliche (22 %) erreicht; gleichzeitig nutzen 55 Prozent der Ausbildungsbetriebe diesen Werbekanal. Bei der Auswahl von Werbeformen und -formaten zur Azubi-Gewinnung sollten Ausbildungsbetriebe daher unbedingt das Nutzerverhalten der jungen Menschen im Blick haben.

### **Gestaltung der betrieblichen Ausbildung: Erst jeder zweite Ausbildungsbetrieb setzt digitale Lernformen in der Ausbildung ein**

„Die Studienergebnisse haben uns überrascht“, so AUBI-plus-Geschäftsführer Dieter Sicking. Drei Viertel der befragten jungen Menschen (74 %) möchten gerne in ihrer Ausbildung digital unterstützt lernen. Doch erst jeder zweite Ausbildungsbetrieb (55 %) setzt digitale Lernformen in der Ausbildung ein. Eine große Diskrepanz zeigt sich dabei zwischen den Lernpräferenzen der jungen Menschen und den E-Learning-Angeboten der Betriebe: Mehr als jeder zweite Jugendliche (56 %) wünscht sich mobile Apps, mit denen er unterwegs und



zwischendurch lernen kann, doch nur jeder fünfte Betrieb (20 %) bietet diese an.

### **Live-Webinar am 30.09.2020 von 14:00 bis 16:00 Uhr**

Wer mehr über die Studie erfahren möchte, ist herzlich zum Live-Webinar „Azubi-Recruiting Trends 2020“ eingeladen. Die Referenten Felicia Ulrich (u-form Testsysteme) und Dieter Sicking (AUBI-plus) präsentieren die wichtigsten Studienergebnisse und geben den Teilnehmern wertvolle Tipps und Handlungsempfehlungen, wie sie das Azubi-Recruiting und die Ausbildung im Unternehmen zeitgemäß gestalten können. Die Teilnahme ist kostenfrei; Interessierte können sich ab sofort unter [aubi-plus.de/veranstaltungen/webinar-azubi-recruiting-trends-2020/](https://aubi-plus.de/veranstaltungen/webinar-azubi-recruiting-trends-2020/) anmelden.

### **Über die Studie „Azubi-Recruiting Trends“**

Die doppelperspektivische Studie „Azubi-Recruiting Trends“ ist die größte ihrer Art in Deutschland und wird seit 2013 jährlich von u-form Testsysteme herausgegeben. Wissenschaftlich begleitet wird die Studie von Prof. Dr. Christoph Beck von der Hochschule Koblenz. AUBI-plus ist seit 2019 Studienpartner. An der aktuellen Studie haben 5.754 Schüler, Bewerber und Azubis sowie 2.001 Ausbildungsverantwortliche teilgenommen.

*644 Wörter / 5.015 Zeichen (inkl. Leerzeichen)*

*Über eine redaktionelle Berücksichtigung freuen wir uns. Belegexemplar erbeten.*

### **Über AUBI-plus**

Wir von AUBI-plus sind echte Fans der dualen Ausbildung. Wir begeistern unsere Kunden, indem wir als Ausbildungsoptimierer ihre betriebliche Ausbildung erfolgreicher machen.



Wir gewinnen für Ausbildungsbetriebe Azubis, zertifizieren Ausbildungsbetriebe mit dem Gütesiegel BEST PLACE TO LEARN®, qualifizieren Ausbilder\*innen und ausbildende Fachkräfte und veranstalten Konferenzen, wie z. B. das Deutsche Ausbildungsforum (DAF) in Berlin.

Außerdem betreiben wir mit [aubi-plus.de](http://aubi-plus.de) eines der führenden Ausbildungsportale im deutschsprachigen Raum, vermitteln jungen Menschen passende Ausbildungsstellen und beraten sie in der Berufsorientierungs- und Bewerbungsphase.

Den Hauptsitz hat unser Familienunternehmen seit 1997 im ostwestfälischen Hüllhorst.

### **Über die u-form Gruppe**

Der U-Form-Verlag bietet Materialien zur Vorbereitung auf IHK-Prüfungen. Das Solinger Familienunternehmen ist seit über 70 Jahren Partner der Industrie- und Handelskammern. Die u-form Testsysteme GmbH & Co. KG wurden 2007 aus dem Verlag ausgegliedert. Unternehmen profitieren von über 30 verschiedenen praxisnahen und tätigkeitsbezogenen Einstellungstests des Unternehmens. Mit opta3 bietet es eine moderne Plattform für Online-Einstellungstests und in Form des „Bewerbernavigators“ ein elektronisches Bewerbermanagementsystem. Beide Lösungen sind passgenau auf den Bedarf von ausbildenden Organisationen zugeschnitten. Mit dem „Azubi-Navigator“ bietet u-form seit 2017 ein einzigartiges, cloudbasiertes Ausbildungsmanagement, um die duale Ausbildung zu optimieren. Ausbildungsverantwortliche werden dadurch entlastet. Sie können Lernerfolge ihrer Auszubildenden steuern und sie punktgenau auf Klausuren und Prüfungen vorbereiten. u-form fördert Austausch und Wissen zum Thema Rekrutierung von Auszubildenden, zum Beispiel durch die regelmäßig erscheinende Studie „Azubi-Recruiting Trends“. Die Inhaberin Felicia Ullrich hat sich in den vergangenen Jahren bundesweit als Keynotespeakerin zu Ausbildungsthemen einen Namen gemacht. Zu den



Kunden von u-form Testsysteme zählen namhafte Unternehmen wie Dräger, Festo, Ford, Henkel, Merck, Obi und TUI.

### **Pressekontakt**

AUBI-plus GmbH

Heidi Becker

Weidehorst 116

D - 32609 Hüllhorst

+49 5744 5070-145

heidi.becker@aubi-plus.de

[www.aubi-plus.de](http://www.aubi-plus.de) | [www.best-place-to-learn.de](http://www.best-place-to-learn.de) | [www.deutsches-ausbildungsforum.de](http://www.deutsches-ausbildungsforum.de)

*Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird in dieser Pressemitteilung auf geschlechtsspezifische Sprachformen verzichtet. Sämtliche personenbezogene Bezeichnungen gelten für alle Geschlechter.*