

Recruiting für das nächste Lehrjahr

5 Tipps für eine erfolgreiche Lehrlingsuche

Hüllhorst, 22. Oktober 2018 – Gerade erst vor wenigen Wochen hat ein neuer Jahrgang von Jugendlichen ihre Lehrlingsausbildung begonnen. Für die Betriebe besteht jedoch kein Grund, sich zurückzulehnen. Im Gegenteil: Schon jetzt stellt sich die Frage, wie die freien Lehrstellen im nächsten Jahr besetzt werden können. Der Artikel gibt fünf Tipps, was Unternehmen tun können, um Jugendliche auf ihre Lehrlingsausbildung aufmerksam zu machen.



Die Generation der Digital Natives sucht verstärkt im Internet nach freien Lehrstellen (Bild: janeb13 | Pixabay Public Domain)

1) Lehrstelle auf der Unternehmenswebsite inserieren

Wenn es darum geht, eine freie Lehrstelle zu finden, ist für die Digital Natives das Internet die erste Anlaufstelle. Den offenen Lehrplatz auf der eigenen Firmenwebsite auszu-schreiben, sollte für Unternehmen daher eine der ersten Maßnahmen im Lehrlings-Re-cruiting sein.



Tipp: Eine Veröffentlichung im Intranet und/oder ein Aushang am schwarzen Brett kann eine sinnvolle Ergänzung sein – gerade in gewerblichen Betrieben, in denen viele Mitarbeiter keinen Computer-Arbeitsplatz haben. Umso mehr Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten etc. wissen, dass Lehrlinge gesucht werden, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich dies herumspricht!

2) In Online-Lehrstellenbörsen ausschreiben

Lehrbetriebe, die in der Öffentlichkeit nur wenig bekannt sind, sollten noch einen Schritt weiter gehen und ihre freien Lehrplätze zusätzlich in Online-Jobbörsen ausschreiben. So erhöhen sie ihre Chancen, dass die freien Lehrstellen unabhängig von der eigenen Firmenwebsite gefunden werden. In Frage kommen dafür öffentliche Lehrstellenbörsen wie die der WKO und des AMS, aber auch private Jobbörsen wie das Ausbildungsportal aubi-plus.at, die sich auf die Zielgruppe Schülerinnen und Schüler spezialisiert haben.

3) Die eigenen Lehrlinge als Botschafter einsetzen

Auf schöne Worte fällt heutzutage kein Jugendlicher mehr herein. Stattdessen wollen die Jugendlichen ehrliche Informationen aus erster Hand, zum Beispiel von anderen Lehrlingen, die aus ihrem Arbeitsalltag berichten. „Wir empfehlen Unternehmen, in ihrem Lehrlingsmarketing Erfahrungsberichte von anderen Lehrlingen einzusetzen“, sagt Simon Blanke-Bohne vom Recruiting-Dienstleister AUBI-plus. Dies sei beispielsweise gut in Form von Interviews oder Videos möglich, aber auch in persönlichen Gesprächen.

4) Persönlichen Kontakt ermöglichen

Gelegenheiten, wie Lehrbetriebe in persönlichen Kontakt mit Schülerinnen und Schülern kommen können, gibt es viele. So können Unternehmen beispielsweise einen Tag der offenen Tür veranstalten und interessierte Jugendliche zu sich einladen, ggf. auch zusammen mit deren Eltern. Eine weitere Möglichkeit sind Schulveranstaltungen, bei denen Unternehmen aus der Region ihre jeweiligen Lehrlingsausbildungen vorstellen; dasselbe gilt für die Ausstellung auf Lehrlings-Messen.

Ist ein erster Kontakt geknüpft, kann sich daran eine Schnupperlehre anschließen – mit wichtigen Vorteilen für beide Seiten: Der Jugendliche kann für sich herausfinden, ob der angestrebte Lehrberuf tatsächlich seinen Vorstellungen entspricht. Und der Lehrbetrieb wiederum bekommt einen guten Eindruck, ob der Jugendliche für die Lehrlingsausbildung geeignet ist und kann dies bei der späteren Lehrlingsauswahl berücksichtigen.

5) Für Spaß und Unterhaltung sorgen

Anzeigen in der Tageszeitung, womöglich auch noch in schwarz-weiß, wirken eher öde und langweilig – und lösen gerade bei der jüngeren Zielgruppe keine Flut an Bewerbungen aus. Im Zeitalter der Digitalisierung sollten Lehrbetriebe eher auf andere Formate setzen, um auf ihre Lehrlingsausbildung aufmerksam zu machen.

So erfreuen sich beispielsweise Videos einer immer größeren Beliebtheit. Die Bandbreite reicht dabei von hochglänzenden Imagefilmen bis hin zu selbstgedrehten Handy-Videos. Auf der Berufsorientierungsplattform [whatchado](https://www.whatchado.de) sind beispielsweise rund 5.500 Erfahrungsberichte im Video-Format abrufbar, in denen die Interviewpartner ihren Werdegang schildern und Einblicke in ihren Beruf geben.

Und auch die virtuelle Realität hat längst Einzug ins Lehrlings-Recruiting gehalten: Dank der neuen VR-Technik bekommen potentielle Lehrlinge einen realen Eindruck von ihrem zukünftigen Arbeitsplatz und können beispielsweise schon vorab einen Rundgang durch die Büros, die Kantine und andere Räumlichkeiten machen.

Der Vorteil für die Lehrbetriebe: Der Einsatz neuer medialer Technologien im Recruiting führt dazu, dass das Unternehmen als attraktiv und modern angesehen wird – und dass sich mehr junge Leute bewerben.

591 Wörter / 4.512 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Wie Lehrbetriebe den Spieß umdrehen können: Aktiv suchen statt abwarten

Statt freie Lehrstellen auszuschreiben und auf Bewerbungseingänge zu warten, können Lehrbetriebe selbst aktiv werden. Die erste Anlaufstelle, um zu neuen Mitarbeitern bzw. Lehrlingen zu gelangen, ist auch hier das Internet. Die Personaler durchforsten dabei die gängigen Business-Plattformen, Social-Media-Kanäle und Bewerber-Datenbanken nach möglichen Kandidaten für ihre freien Stellen im Betrieb und nehmen Kontakt zu ihnen auf. „Active Sourcing“ lautet der Name dieser Suchmethode.



Viele Online-Jobbörsen bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, sich in einer Bewerberdatenbank einzutragen. Dabei gibt es allgemeine Stellenbörsen und solche, die auf bestimmte Berufsgruppen spezialisiert sind. Wer eine freie Lehrstelle sucht, sollte eine Jobbörse wählen, die auf die Lehrlingsausbildung spezialisiert ist. Um ihre Chancen zu erhöhen, von Lehrbetrieben gefunden zu werden, sollten lehrinteressierte Mädels und Burschen ihre Bewerberprofile möglichst ausführlich ausfüllen und auch dann Angaben machen, wenn diese nur optional abgefragt werden.

In der Lehrstellenbörse aubi-plus.at haben Jugendliche beispielsweise die Möglichkeit, neben den üblichen Daten und Dokumenten auch fünf persönliche Werte zu hinterlegen, wie beispielsweise Wertschätzung, Vielfalt, Offenheit, Verlässlichkeit und Qualität. Dieser sogenannte Cultural Fit ist für Betriebe neben Schulabschluss, Zeugnisnoten und ersten Erfahrungen durch Praktika und Nebenjobs ein wichtiges Kriterium bei der Lehrlingsauswahl – schließlich sind geteilte Wertvorstellungen Grundlage für eine erfolgreiche Lehrlingsausbildung.

204 Wörter / 1.653 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Über eine redaktionelle Berücksichtigung freuen wir uns. Belegexemplar erbeten.

Über AUBI-plus

AUBI-plus steht für Lehrlingsausbildung und mehr. Das Familienunternehmen mit Sitz in Deutschland wurde 1997 gegründet, hat derzeit 42 Beschäftigte und agiert in der HR-Branche. Der Zweck des Unternehmens besteht darin, Lehrbetriebe in den Fokus der jungen Menschen zu rücken, für Lehrbetriebe geeignete Lehrkräfte als Fachkräfte von morgen zu rekrutieren, Lehrbetriebe zu zertifizieren und ihnen das Gütesiegel BEST PLACE TO LEARN zu verleihen sowie Lehrlingsausbilder und Lehrlingsbeauftragte zu qualifizieren. Weiterhin ist die Gesellschaft Ausrichter des Deutschen Ausbildungsforums (DAF). Über das Lehrstellenportal aubi-plus.at vermittelt AUBI-plus jungen Menschen passende Lehrstellen und berät sie in der Berufsorientierungs- und Bewerbungsphase.



Pressekontakt

AUBI-plus GmbH

Heidi Becker

Weidehorst 116

D - 32609 Hüllhorst

+49 5744 5070-145

heidi.becker@aubi-plus.de

www.aubi-plus.de

Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird in dieser Pressemitteilung auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Bezeichnungen gelten für alle Geschlechter.