

3.2 Azubi-Rekrutierungsinstrumente auf einen Blick

Die folgende Übersicht stellt alle Instrumente der Auszubildenden-Rekrutierung vor, die in den nachfolgenden Kapiteln ausführlich behandelt werden.

Rekrutierungsinstrument	Vorteile
Instrumente Rekrutierungsphase 2 „Akquisition“	
Azubi-Karrierewebsite* (Kap. 3.4.1.1)	<i>Instrument von fast unbegrenzter Reichweite; wirbt immer und überall für Ausbildung und freie Ausbildungsplätze. Eine Top-Informationsquelle von Jugendlichen.</i>
Ausbildungsblog (Kap. 3.4.1.2)	<i>Online-Medium, das authentische Einblicke in den Ausbildungsalltag vermittelt.</i>
Stellenausschreibungen* (Kap. 3.4.1.3)	<i>Informieren die Öffentlichkeit effektiv über freie Ausbildungsplätze.</i>
Ausbildungsbroschüre/Ausbildungsflyer* (Kap. 3.4.1.4)	<i>Medium, mit dem Unternehmen immer und in jeder Situation die wichtigsten Informationen zur Hand haben und weitergeben können.</i>
Weitere Werbematerialien (Kap. 3.4.1.5)	<i>Effektives Mittel, um sich als Ausbildungsbetrieb einer Öffentlichkeit bekannt zu machen.</i>
Medienbeiträge (Kap. 3.4.1.6)	<i>Instrument für Unternehmen, die Besonderes tun und darüber berichten wollen.</i>
Soziale Medien (Kap. 3.4.1.7)	<i>Frisches Medium, um mit jungen Zielgruppen in Kontakt zu kommen.</i>
Telefon-Hotline (Kap. 3.4.1.8)	<i>Möglichkeit, unkompliziert und zu fast jeder Tageszeit für Fragen zur Verfügung zu stehen.</i>
Ausbildungskampagnen (Kap. 3.4.1.9)	<i>Kostengünstige Möglichkeit, noch effektiver für Ausbildung zu werben.</i>
Wettbewerbe (Kap. 3.4.1.10)	<i>Instrument für ausgezeichnete Ausbildungsbetriebe, die mit ihrem guten Ruf verstärkt werben möchten.</i>
Tag des offenen Unternehmens (Kap. 3.4.2.1)	<i>Instrument für Unternehmen, die Besonderes tun und darüber berichten wollen.</i>
Betriebsbesichtigungen (Kap. 3.4.2.2)	<i>Ressourcenschonendere Alternative zum Tag des offenen Unternehmens.</i>
Vorträge & Seminare (Kap. 3.4.2.3)	<i>Ergänzendes Instrument, um sich Zielgruppen gegenüber bekannt zu machen.</i>
Unterricht an Schulen (Kap. 3.4.2.4)	<i>Ergänzendes Instrument, um Interesse an Ausbildungsberufen zu wecken und in direkten Kontakt zu Zielgruppen zu treten.</i>
Ausbildungsmessen (Kap. 3.4.2.5)	<i>Möglichkeit, als Ausbildungsbetrieb in die Öffentlichkeit zu treten und mit Zielgruppen in direkten Kontakt zu kommen.</i>
Berufsorientierungstage (Kap. 3.4.2.6)	<i>Kostengünstige Plattform, um Zielgruppen Ausbildungsberufe nahezubringen.</i>

GRAFIK 9

Alle Rekrutierungsinstrumente und zentrale Vorteile

*Besonders wichtige Rekrutierungsinstrumente

GRAFIK 9 (FORTS.)

Alle Rekrutierungsinstrumente und zentrale Vorteile

*Besonders wichtige Rekrutierungsinstrumente

Rekrutierungsinstrument	Vorteile
Instrumente Rekrutierungsphase 2 „Akquisition“	
Betriebspraktika* (Kap. 3.4.3.1)	Das effektivste Instrument, um Zielgruppen gründliche Einblicke in Ausbildungsberufe zu vermitteln und diese zugleich auf Eignung zu prüfen. Steht an der Spitze der als hilfreich eingeschätzten Berufsorientierungsmöglichkeiten von Jugendlichen.
Schnuppertage (Kap. 3.4.3.2)	Ressourcenschonendere Alternative zum Betriebspraktikum.
Projektwochen (Kap. 3.4.3.3)	Ideal, um Ausbildung von jungen Menschen bewerben zu lassen.
Ausbildungsbotschafter/-innen (Kap. 3.4.4.1)	Medium, mit dem Unternehmen immer und in jeder Situation die wichtigsten Informationen zur Hand haben und weitergeben können.
Schülermentoring (Kap. 3.4.4.2)	Instrument, das besonders intensiven Kontakt zu Zielgruppen pflegt und gezielt der Berufsvorbereitung dient.
Schulkooperationen* (Kap. 3.4.5.1)	Öffnen weit die Türen zu Zielgruppen; sind die Basis für den Einsatz zahlreicher Rekrutierungsinstrumente, die auf die Teilnahme einer größeren Anzahl von Jugendlichen angewiesen sind.
Netzwerke (Kap. 3.4.5.2)	Möglichkeit, von anderen Akteuren Unterstützung bei der Azubi-Rekrutierung zu erhalten.
Mitarbeiterempfehlungsprogramme (Kap. 3.4.5.3)	Kostengünstiges Instrument zur direkten Anwerbung von Zielgruppen.
Instrumente Rekrutierungsphase 2 „Auswahl“	
Anforderungsprofil* (Kap. 3.5.1)	Unabdingbar für die Eignungsbewertung von Bewerber/-innen. Voraussetzung für den erfolgreichen Einsatz aller Auswahlinstrumente.
Schriftliche Bewerbungsunterlagen* (Kap. 3.5.2)	Bewährtes Instrument, um eine Vorauswahl unter Bewerber/-innen zu treffen.
Azubi-Speed-Dating (Kap. 3.5.3)	Modernes und ressourcenschonendes Tool, das eine rasche Vorauswahl, ggf. auch Endauswahl von Bewerber/-innen erlaubt.
Last-Minute-Ausbildungsbörse (Kap. 3.5.4)	Ressourcenschonendes Instrument zur Vorauswahl, das zum Einsatz kommt, wenn es (fast) zu spät scheint.
Vorstellungsgespräch* (Kap. 3.5.5)	Bewährtes Instrument, wenn es um die Endauswahl von Bewerber/-innen geht.
Standardisierte Tests (Kap. 3.5.6)	Instrument für die Überprüfung berufsrelevanter Kompetenzen.
Assessment Center (Kap. 3.5.7)	Instrument für die Überprüfung berufsrelevanter Kompetenzen. Hat hohen Praxisbezug.
Arbeitsproben (Kap. 3.5.8)	Ressourcenschonendes Tool für die Überprüfung berufsrelevanter Kompetenzen. Hat hohen Praxisbezug.
Probetage (Kap. 3.5.9)	Instrument für die Überprüfung berufsrelevanter Kompetenzen. Hat hohen Praxisbezug.

Rekrutierungsinstrument	Vorteile
-------------------------	----------

GRAFIK 9 (FORTS.)

Alle Rekrutierungsinstrumente und zentrale Vorteile

*Besonders wichtige Rekrutierungsinstrumente

Instrumente Rekrutierungsphase 4 „Rund um den Vertragsabschluss“

Vertragsabschluss* (Kap. 3.6.1)	Die rechtliche Voraussetzung für das Zustandekommen des Ausbildungsverhältnisses.
Willkommensveranstaltungen (Kap. 3.6.2)	Instrument, um zukünftige Auszubildende frühzeitig ins Unternehmen zu integrieren.
Unternehmensinterne Veranstaltungen (Kap. 3.6.3)	Instrument, um zukünftige Auszubildende frühzeitig ins Unternehmen zu integrieren.
Unternehmensinterne Kommunikation (Kap. 3.6.4)	Niedrigschwellige Möglichkeit, um zukünftige Auszubildende frühzeitig ins Unternehmen zu integrieren.

Instrumente Rekrutierungsphase 5 „Integration in den ersten Monaten“

Einarbeitungsplan* (Kap. 3.7.1)	Voraussetzung für den strukturierten Ausbildungsstart.
Ausbildungsmappe (Kap. 3.7.2)	Wirkungsvolles Tool, um neuen Auszubildenden Orientierung am Ausbildungsstart zu geben.
Willkommenstag* (Kap. 3.7.3)	Instrument, um neue Auszubildende im Unternehmen willkommen zu heißen und ihnen Orientierung zu geben.
Einführungsworkshops (Kap. 3.7.4)	Instrument, um Auszubildenden den Ausbildungsstart zu erleichtern.
Teambuilding-Aktivitäten (Kap. 3.7.5)	Instrument, um neuen Auszubildenden die Integration ins Unternehmen zu erleichtern.
Ausbildungspatenschaften (Kap. 3.7.6)	Instrument, um Auszubildende am Ausbildungsstart optimal einzuführen und zu begleiten.
Feedbackgespräche (Kap. 3.7.7)	Wirkungsvolles Instrument, um gegenseitige Erwartungen abzugleichen und die Auswahlentscheidung zu finalisieren.

Instrumente für weitere Zielgruppen

Elternabende* (Kap. 3.8.1)	Instrument, um Eltern (potenzieller) Auszubildender für betriebliche Ausbildung und den eigenen Ausbildungsbetrieb zu gewinnen.
Projektstage & Praktika für Lehrer/-innen (Kap. 3.8.2)	Instrument, um Lehrer/-innen für betriebliche Ausbildung zu gewinnen.