



Fachkräfte von morgen gewinnen: Darauf kommt es an

Für viele Unternehmen wird es immer schwieriger, geeignete Nachwuchskräfte zu finden. Wer junge Menschen für eine Ausbildung gewinnen will, muss deshalb wissen, was ihnen wichtig ist und manchmal neue Wege gehen.

Vier statt fünf Tage arbeiten – und dabei keine Abstriche beim Gehalt machen. Zu schön, um wahr zu sein? Nicht unbedingt. Die Vier-Tage-Woche ist beim Sanitär- und Lüftungsbetrieb Alfred Keller in Überlingen am Bodensee ein Erfolgsmodell. Bei gleichem wöchentlichem Arbeitsumfang und gleichem Verdienst haben die Beschäftigten dort einen Tag mehr Freizeit. Die Arbeitszeit wird auf vier statt auf fünf Tage verteilt.

„Früher haben wir Freitag immer einen halben Tag gearbeitet. Jetzt können sich die Mitarbeitenden die Zeit für Hin- und Rückfahrt an dem Tag sparen“, erläutert Geschäftsführer Alfred Keller. „Wir haben uns zu dem neuen Modell intensiv ausgetauscht und gemeinsam entschieden, es auszuprobieren“, sagt Lara Keller, die als Prokuristin in dem Familienbetrieb arbeitet und die Bereiche Personal und Recht verantwortet. „Die Auszubildenden sind jetzt viel motivierter, da sie durch die Vier-Tage-Woche auch mehr Zeit für private Dinge haben“, ergänzt sie.

Bedürfnisse der Azubis erkennen

Besonders kleine und mittlere Unternehmen haben es oft schwer, angehende Fachkräfte für sich zu begeistern. Umso wichtiger ist es für sie, Rahmenbedingungen und Zusatzleistungen zu bieten, die den Bedürfnissen junger Menschen entsprechen.

Was einen Ausbildungsbetrieb attraktiv macht, zeigen aktuelle Befragungen recht deutlich: Besonders wichtig sind jungen Menschen ein gutes Betriebsklima, gute Verdienstmöglichkeiten nach der Ausbildung, spannende Aufgaben und gute Übernahmechancen. Auch eine attraktive Ausbildungsvergütung, ein einfacher Bewerbungsprozess und flexible Arbeitszeiten spielen eine wichtige Rolle.

Firmen können laut Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) ihre Attraktivität auf verschiedenen Ebenen steigern. Dies beginnt mit der Außenwirkung des Unternehmens: Betriebe sollten klar vermitteln, welche Rahmenbedingungen, Zusatzleistungen und Perspektiven sie Auszubildenden bieten. Dazu zählen etwa eine attraktive Ausbildungsvergütung, Fahrtkostenzuschüsse, zusätzliche Qualifizierungsmöglichkeiten und gute Übernahmechancen. Auch Kooperationen, Zertifizierungen oder besonderes gesellschaftliches Engagement können das Profil eines Ausbildungsbetriebs stärken. [3]

Entscheidend ist aber ebenso der Ausbildungsalltag. Ein wertschätzendes Betriebsklima, der Einsatz moderner Technik und Möglichkeiten zur Mitgestaltung können dazu beitragen, dass junge Menschen einen Betrieb als attraktiven Ausbildungsort wahrnehmen.

Attraktivität beginnt mit der Bewerbung

Bei all den möglichen Benefits wird ein anderer – vermeintlich unscheinbarer – Aspekt bei der Stellenausschreibung oft vernachlässigt: Keep it simple! Je einfacher der Bewerbungsprozess, desto eher sind junge Menschen bereit, es zu versuchen. Ein hürdenarmer, mobil optimierter Zugang kann Bewerbungen erleichtern und Abbrüche im Prozess verringern.

Gerade Ausbildungsinteressierte erwarten heute häufig, sich bequem vom Smartphone aus informieren und bewerben zu können. Deshalb sollten Betriebe ihre Stellenanzeigen, Karrierebereiche und Bewerbungswege auch aus Sicht der Zielgruppe prüfen: Sind die Informationen verständlich? Ist klar, welche Unterlagen benötigt werden? Funktioniert die Bewerbung mobil? Und ist der Aufwand angemessen?

Eine Möglichkeit ist die sogenannte One-Click-Bewerbung. Dabei werden Daten beispielsweise aus bestehenden Profilen übernommen, so dass Formulare und Dokumentenuploads teilweise entfallen. Solche vereinfachten Verfahren können vor allem bei mobilen Bewerbungen die Einstiegshürde senken.

Digitale Kanäle im Fokus

Beim Recruiting geht es auch darum, junge Menschen über die richtigen digitalen Kanäle anzusprechen. Das bedeutet allerdings nicht, dass Social Media automatisch der wichtigste Suchkanal für Ausbildungsplätze ist. In den Azubi-Recruiting-Trends 2024 gaben 83 Prozent der befragten jungen Menschen an, Google häufig oder sehr häufig für die Ausbildungsplatzsuche zu nutzen. Soziale Medien wurden deutlich seltener für die konkrete Suche eingesetzt. [4]

Dennoch spielen Plattformen wie Instagram und TikTok eine wichtige Rolle für Ausbildungsmarketing und Berufsorientierung. Viele Jugendliche wünschen sich dort Einblicke in den Ausbildungsalltag, Informationen zu Berufsbildern und authentische Eindrücke aus dem Betrieb. Laut Azubi-Recruiting-Trends 2024 halten 80 Prozent der befragten jungen Menschen Social Media für einen geeigneten Kanal zur Ansprache von Bewerberinnen und Bewerbern. Gleichzeitig nutzen viele Ausbildungsbetriebe diese Möglichkeiten noch zurückhaltend: 43 Prozent der Betriebe gaben an, Social-Media-Posts eher selten oder gar nicht zu verwenden, um ihre Ausbildungsangebote zu bewerben.

Innovative Ideen sind gefragt

Neben diesen Grundlagen können auch innovative Ansätze beim jüngeren Publikum gut ankommen. Eine Möglichkeit besteht darin, Virtual Reality zu nutzen, um Ausbildungsinteressierten einen anschaulichen Einblick in den Arbeits- und Ausbildungsalltag zu geben. Das bietet sich beispielsweise bei schwer zugänglichen oder erklärungsbedürftigen Arbeitsumgebungen wie Baustellen, Laboren oder Werkstätten an.

Auch flexible Arbeitszeitmodelle stoßen bei vielen jungen Menschen auf Interesse. Wo Ausbildungsinhalte und betriebliche Abläufe es zulassen, können beispielsweise Gleitzeit, mobile Ausbildungsanteile oder Vier-Tage-Modelle die Attraktivität eines Betriebs erhöhen. Wichtig ist dabei, dass solche Modelle zur Ausbildung passen und rechtlich sowie organisatorisch sauber umgesetzt werden. Das BIBB betont, dass die duale Berufsausbildung grundsätzlich weiterhin in Präsenz stattfindet, durch mobile Formen des Ausbildens und Lernens aber sinnvoll unterstützt werden kann. Einen generellen Anspruch auf mobile Ausbildung gibt es nicht. [6]

Eine weitere mögliche Zusatzleistung sind Mobilitätsangebote. Zuschüsse oder Tickets für den öffentlichen Nahverkehr können unter bestimmten Voraussetzungen steuerfrei gewährt werden. Für Fahrtkostenzuschüsse und Tankgutscheine gelten jeweils eigene steuerliche Regelungen. So können bestimmte Gutscheine als Sachbezug bis zur monatlichen 50-Euro-Freigrenze steuerfrei bleiben, sofern die gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt sind und die Leistung zusätzlich zum ohnehin geschuldeten Arbeitslohn erbracht wird. [7],[8]

Klassische Benefits wie Obstkorb und Getränke reichen heute meist nicht mehr aus, um ein Ausbildungsangebot überzeugend von anderen abzuheben. Zusätzliche Angebote zur Gesundheitsförderung können die Attraktivität eines Betriebs erhöhen – etwa bezuschusste Sportangebote oder Maßnahmen zur Förderung der psychischen Gesundheit, beispielsweise Workshops zu Resilienz und Stressmanagement.

Entscheidend ist am Ende nicht die möglichst lange Liste an Zusatzleistungen. Wichtig ist, dass die Angebote der Betriebe zu den tatsächlichen Bedürfnissen junger Menschen passen: ein gutes Betriebsklima, faire Vergütung, verlässliche Perspektiven, spannende Aufgaben, einfache Bewerbungswege und echte Wertschätzung im Ausbildungsalltag.

Was Ausbildungsbetriebe attraktiver macht

- ✓ Wertschätzendes Betriebsklima und gute Ausbildungsqualität
- ✓ Attraktive Vergütung und sinnvolle Zusatzleistungen
- ✓ Gute Übernahme- und Entwicklungsperspektiven
- ✓ Spannende Aufgaben und Möglichkeiten zur Mitgestaltung
- ✓ Einfacher, mobil optimierter Bewerbungsprozess
- ✓ Flexible Arbeitszeitmodelle – soweit Ausbildung und Betriebsabläufe es zulassen
- ✓ Authentische Einblicke über digitale Kanäle und soziale Medien
- ✓ Weiterbildungs- und Gesundheitsangebote