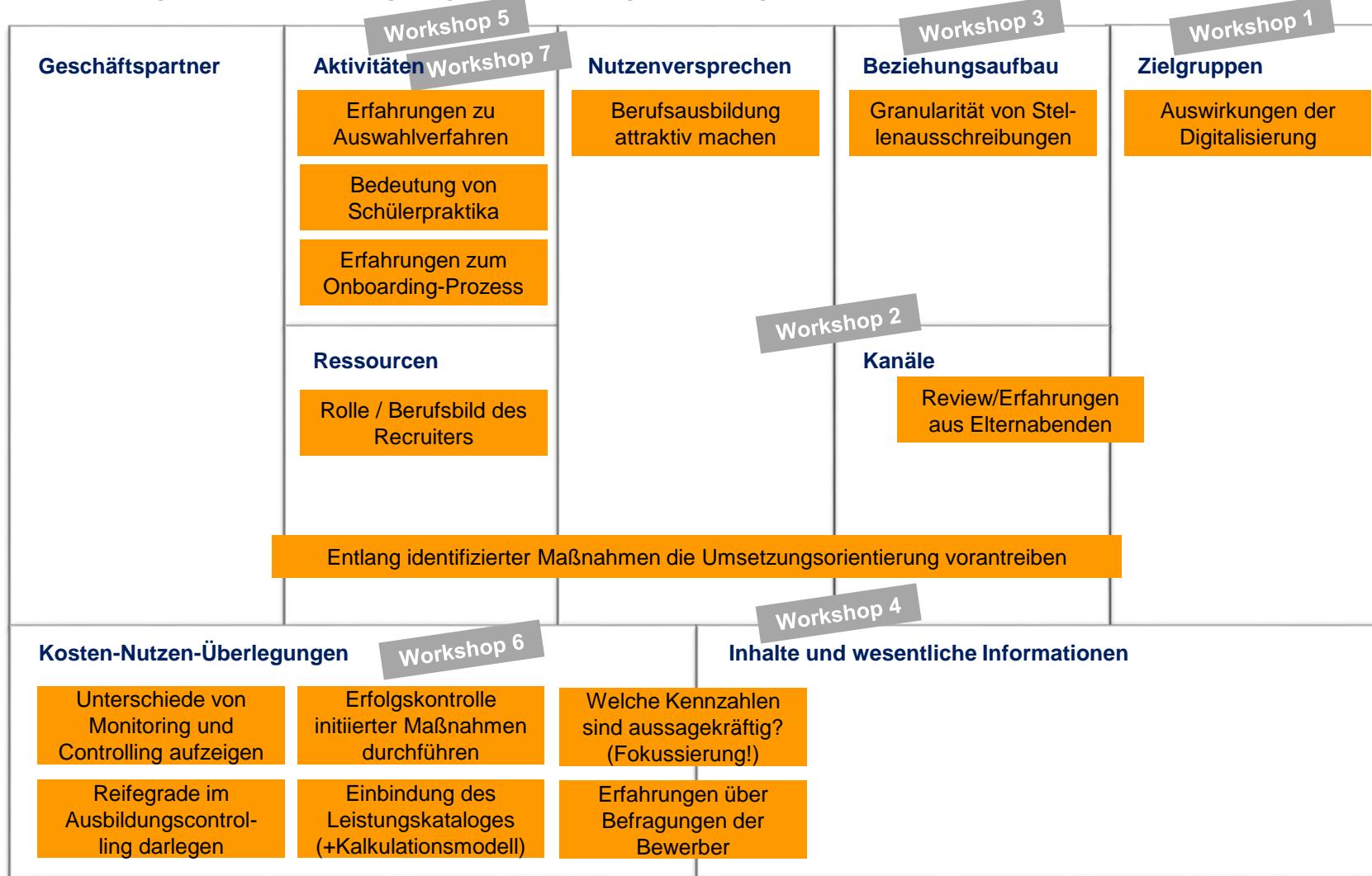


Inhaltsverzeichnis

▶ Einführung in die Fachtagung	3
▶ Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding	5
▶ Planung	16
▶ Ansprache incl. Selbstselektion und Bewerbungseingang	19
▶ Vorselektion	30
▶ Persönliche Selektion	35
▶ Selektionsprozess	39
▶ Bindung bis zum Eintritt	40
▶ Onboarding	43
▶ Kapazitäten	45
▶ Mengen	47
▶ Kosten	54
▶ Zeiten	61
▶ Qualität und Risiko	64
▶ Grunddaten und Daten der Ausbaustufe 2 und 3	69
▶ Kontakt	71

Einführung in die Fachtagung: Erwartungshaltungen und Workshops



Einführung in die Fachtagung: Berufsbild des Recruiters

F54

Exportieren ▾

Wie würden Sie die wichtigsten Ihrer Recruiter beschreiben

Beantwortet: 6 Übersprungen: 2

- Beantwortungen (6)
- Textanalyse
- Meine Kategorien (0)

Kategorisieren als... ▾

Anzeigen von 6 Beantwortungen

- Qualitative Selektion
23.05.2017 14:44 [Beantwortungen von Befragten anzeigen](#) [Kategorisie](#)
- Den richtigen Mann, die richtige Frau auf die richtige Stelle bringen.
08.05.2017 07:46 [Beantwortungen von Befragten anzeigen](#) [Kategorisie](#)
- Vorauswahlverfahren
03.05.2017 10:28 [Beantwortungen von Befragten anzeigen](#) [Kategorisie](#)
- Gespräche
27.04.2017 16:13 [Beantwortungen von Befragten anzeigen](#) [Kategorisie](#)
- Interviewer
21.04.2017 17:34 [Beantwortungen von Befragten anzeigen](#) [Kategorisie](#)
- Gespräche führen
19.04.2017 09:49 [Beantwortungen von Befragten anzeigen](#) [Kategorisie](#)



Quick-Check Recruiter¹

	1	2	3	4	5
Controlling					
Employer Branding					
Interessentenbeziehungen					
Karriereseite					
Suchmaschinenoptimierung					
Web-Analytics					
Social Media					
Kampagnenmanagement					
Bewerbermanagement					

Punktzahl²: _____

¹ Skala von 1-5 bedeutet: „1“ kaum ausgeprägt, „2“ unterdurchschnittlich ausgeprägt, „3“ durchschnittlich ausgeprägt, „4“ überdurchschnittlich ausgeprägt, „5“ sehr stark ausgeprägt

² 35-45 Punkte: Herzlichen Glückwunsch; 24-34 Punkte: Sie sind auf einem guten Weg; 0-23 Punkte: Schade, buchen Sie direkt einen Termin bei Herrn Mayer ☺

Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

Strategische Ausrichtung in der Berufsausbildung: Strategieentwicklung

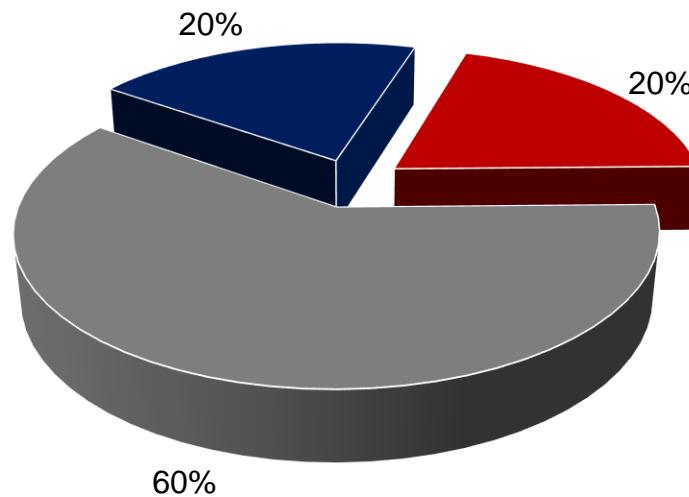
- ▶ Alle Unternehmen leiten ihre Strategie aus der Personalstrategie ab und verstehen Ausbildung auch als gesellschaftliche Verantwortung.
- ▶ Gut 80 Prozent richten Einstellungen zudem am Bedarf – gem. Personalplanung – und an der Unternehmensstrategie aus.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

Strategische Ausrichtung in der Berufsausbildung: Strategieformulierung

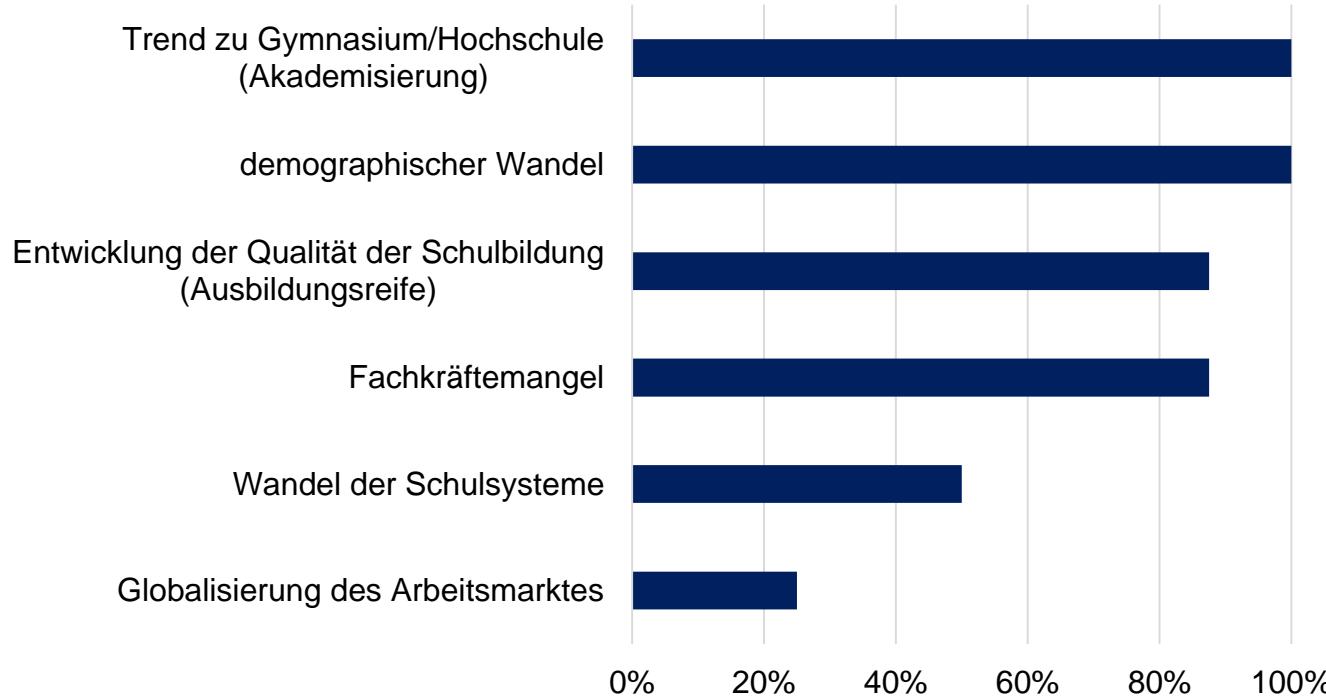
- ▶ Von den befragten Unternehmen, die eine Strategie entwickelt haben, ist der Anteil der Unternehmen, die diese Strategie auch kontrollierbar bzw. messbar dokumentiert haben, mit rund 20 Prozent recht überschaubar.
- ▶ Umgekehrt belassen es nur noch knapp 1/5 der befragten Unternehmen bei einem reinen Dokument ohne Operationalisierung.



- Strategiepapier
- Strategiepapier mit (Jahres-)Zielen und Maßnahmen
- Strategiepapier mit (Jahres-)Zielen, Maßnahmen und Messgrößen

Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding relevante Entwicklungen auf dem Ausbildungsmarkt

- ▶ Der demographische Wandel sowie der Trend zur Akademisierung sind nach Einschätzung der befragten Unternehmen die dringendsten Probleme bei der Gewinnung von Auszubildenden.
- ▶ Mit knapp 90 Prozent ist auch die Ausbildungsreife sowie der stetig zunehmende Fachkräftemangel eine hochrelevante Entwicklung auf dem Ausbildungsmarkt.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

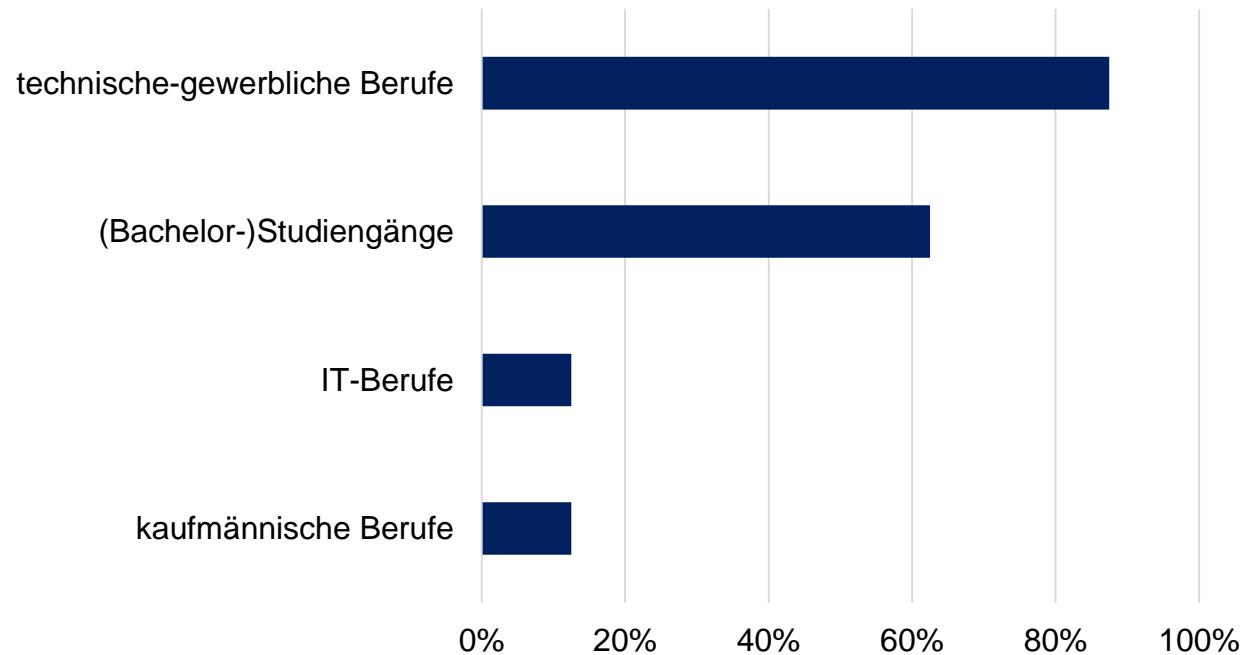
Mängel bzgl. der Ausbildungsreife

- ▶ Den größten Mangel in der Ausbildungsreife sehen die befragten Unternehmen in der ungenügenden Berufsorientierung sowie im mündlichen und schriftlichen Ausdrucksvermögen der Bewerber.
- ▶ Es folgen elementare Rechenfertigkeiten, Umgangsformen und Belastbarkeit.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding Schlüssel-/Mangelprofile (1/2)

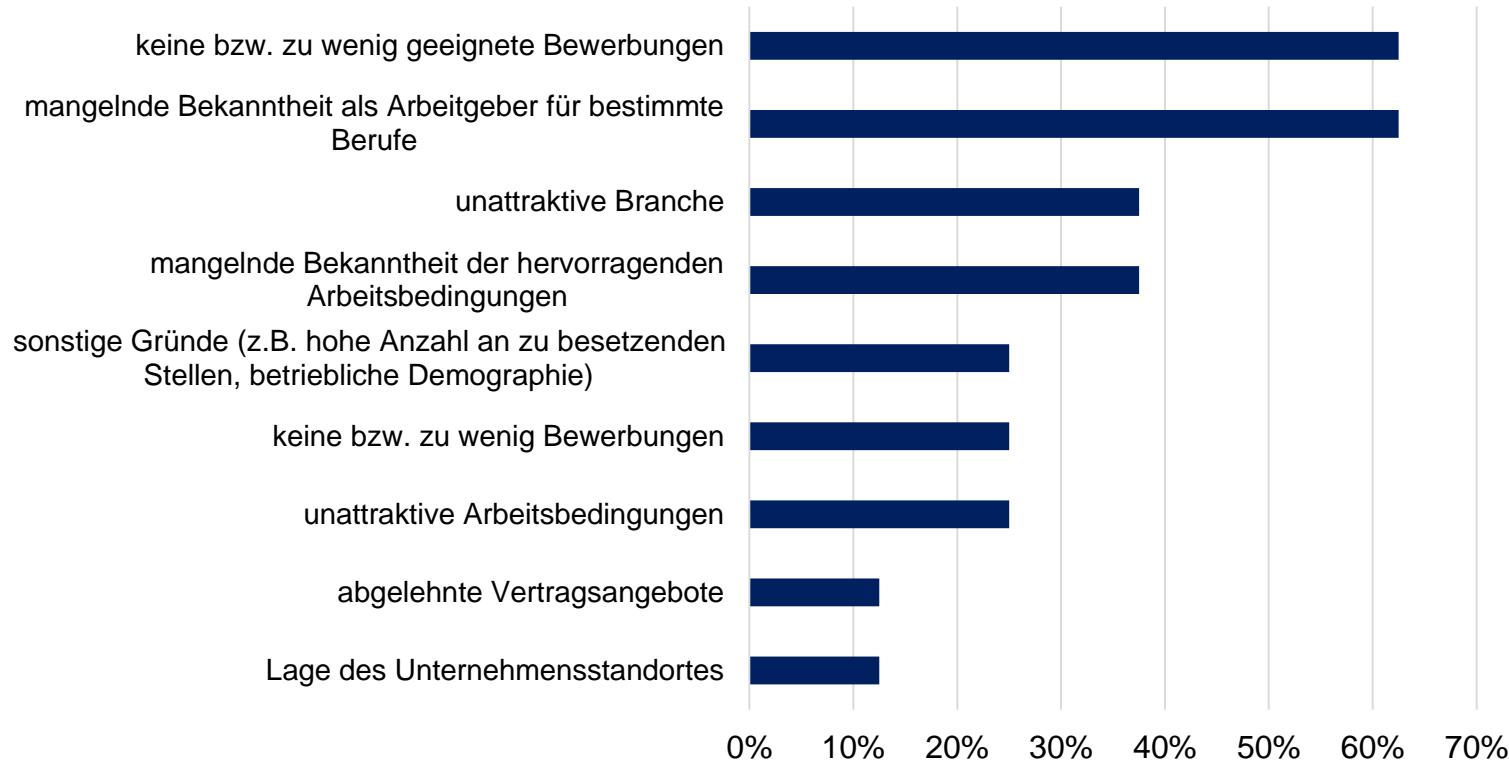
- ▶ Die befragten Unternehmen identifizieren als Berufsgruppen mit Schlüsselprofilen in ihrem Unternehmen mit jeweils knapp 90 Prozent die technisch-gewerblichen Berufe.
- ▶ Verschiedene (Bachelor-)Studiengänge folgen mit gut 60 Prozent.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

Schlüssel-/Mangelprofile (2/2)

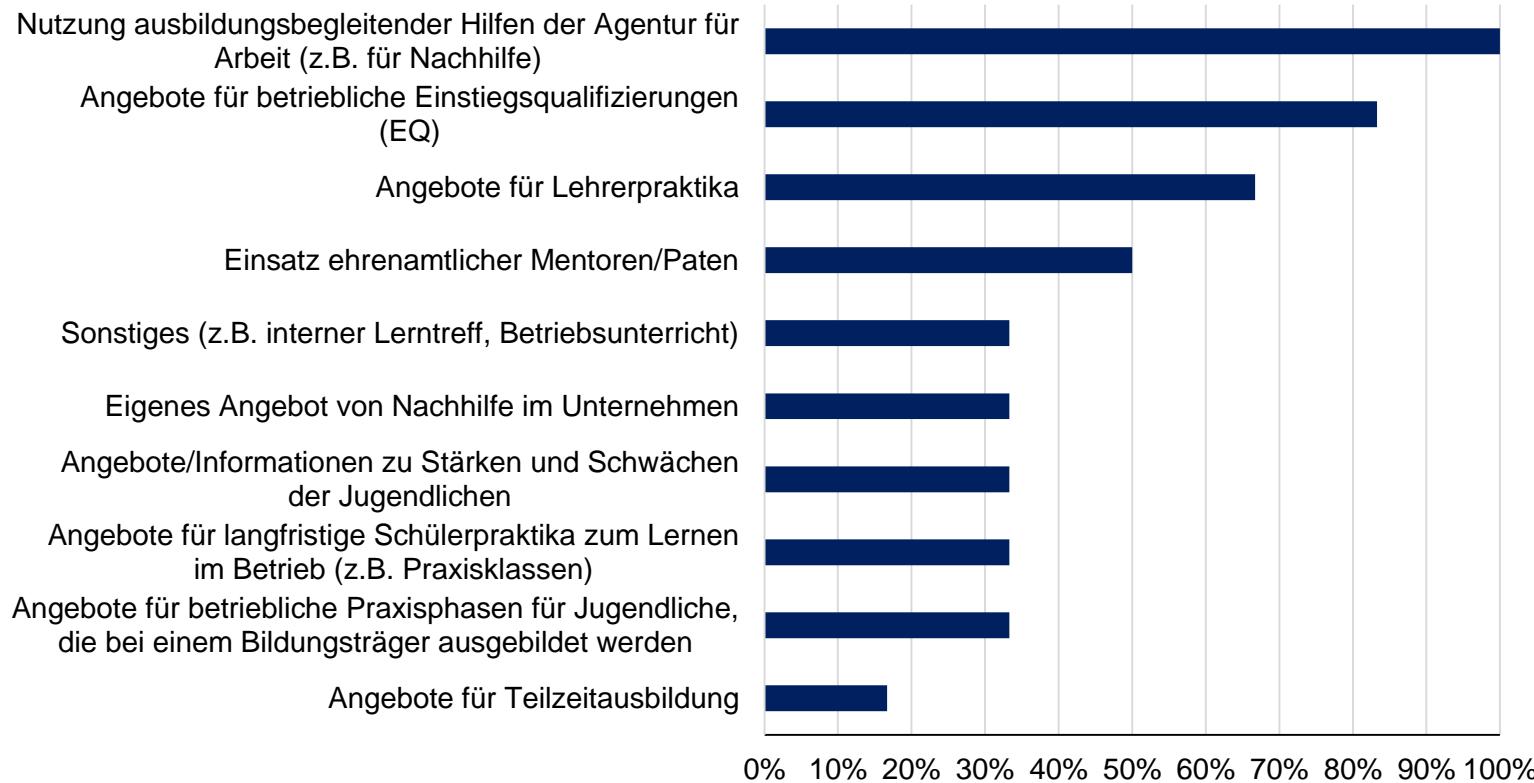
- ▶ Als Gründe für Schlüssel-/Mangelprofile werden an erster Stelle keine bzw. zu wenig geeignete Bewerbungen genannt, sowie mangelnde Bekanntheit als Arbeitgeber für bestimmte Berufe.
- ▶ Es folgen mit recht großen Abstand die unattraktive Branche sowie die mangelnde Bekanntheit der hervorragenden Arbeitsbedingungen.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

Maßnahmen zur Gewinnung geeigneter Auszubildender (speziell bei Schlüssel-/Mangelprofilen)

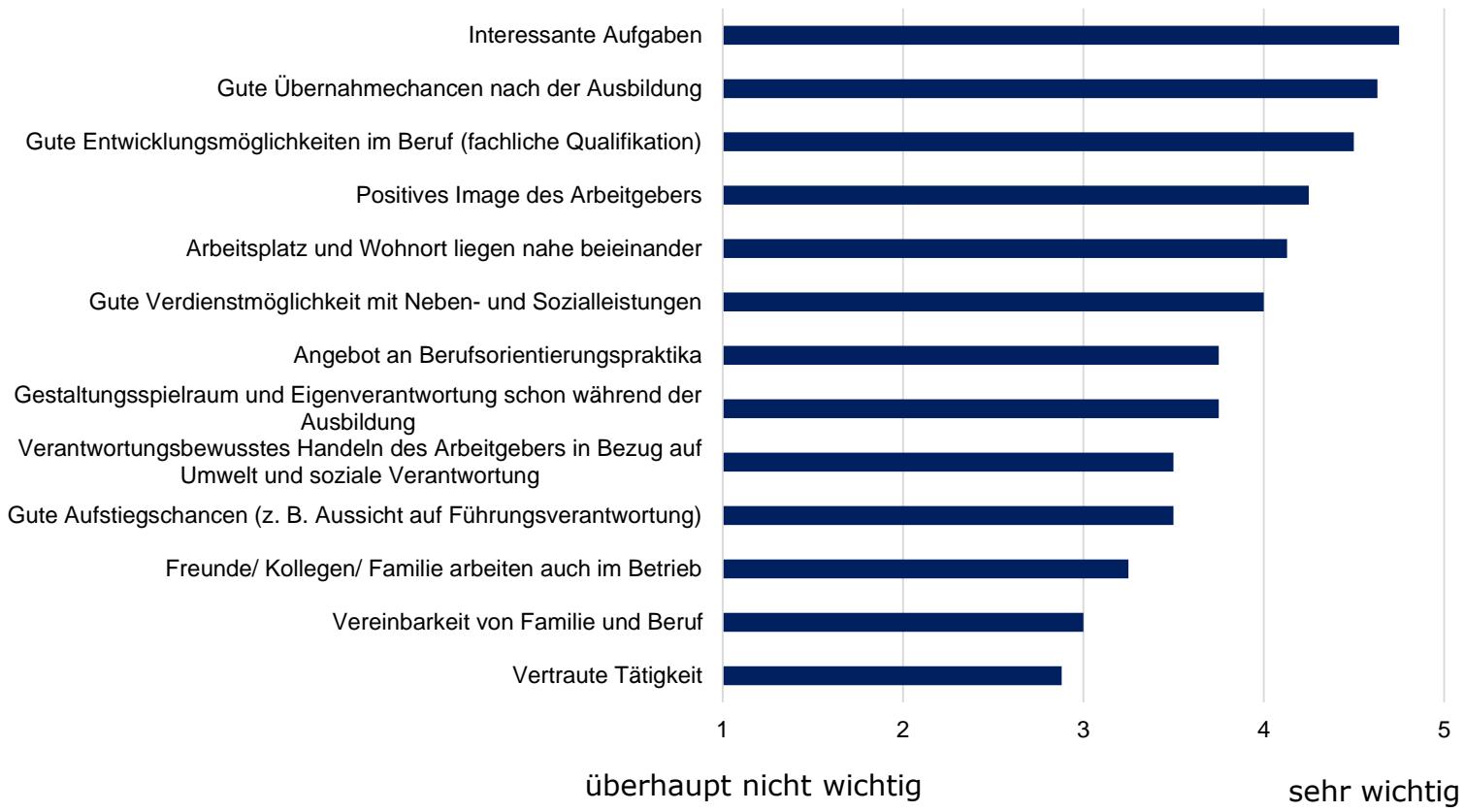
- ▶ Vier Maßnahmen stehen derzeit mit Blick auf Schlüssel-/Mangelprofile in den befragten Unternehmen im Vordergrund.
- ▶ Sechs weitere Maßnahmen scheinen derzeit eine eher untergeordnete Rolle zu spielen.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

Erwartungen der Schüler an das Unternehmen

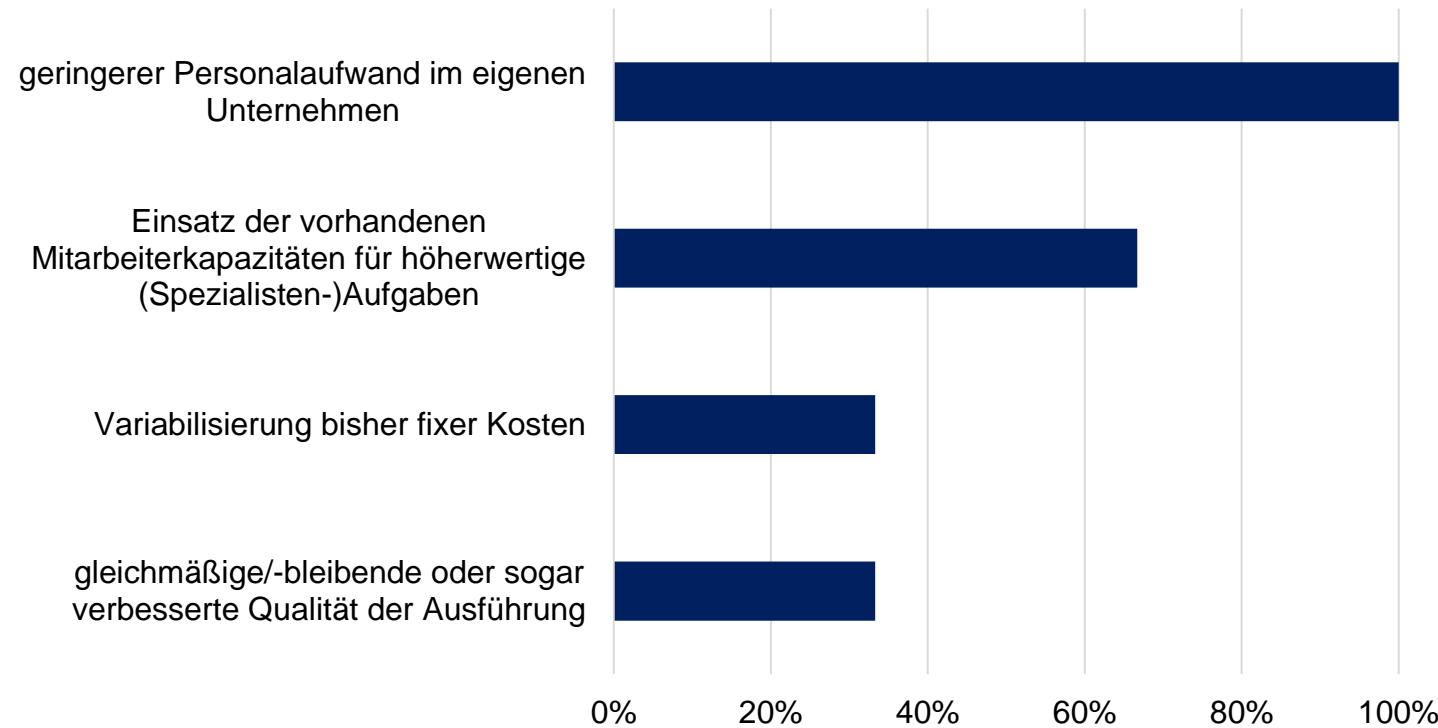
- Die drei höchsten Ausprägungen haben nach Ansicht der befragten Unternehmen die Angabe „interessante Aufgabe“, „gute Übernahmehancen nach der Ausbildung“, sowie „gute Entwicklungsmöglichkeiten im Beruf“.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

Strategische Ausrichtung in der Berufsausbildung: Prozessoutsourcing

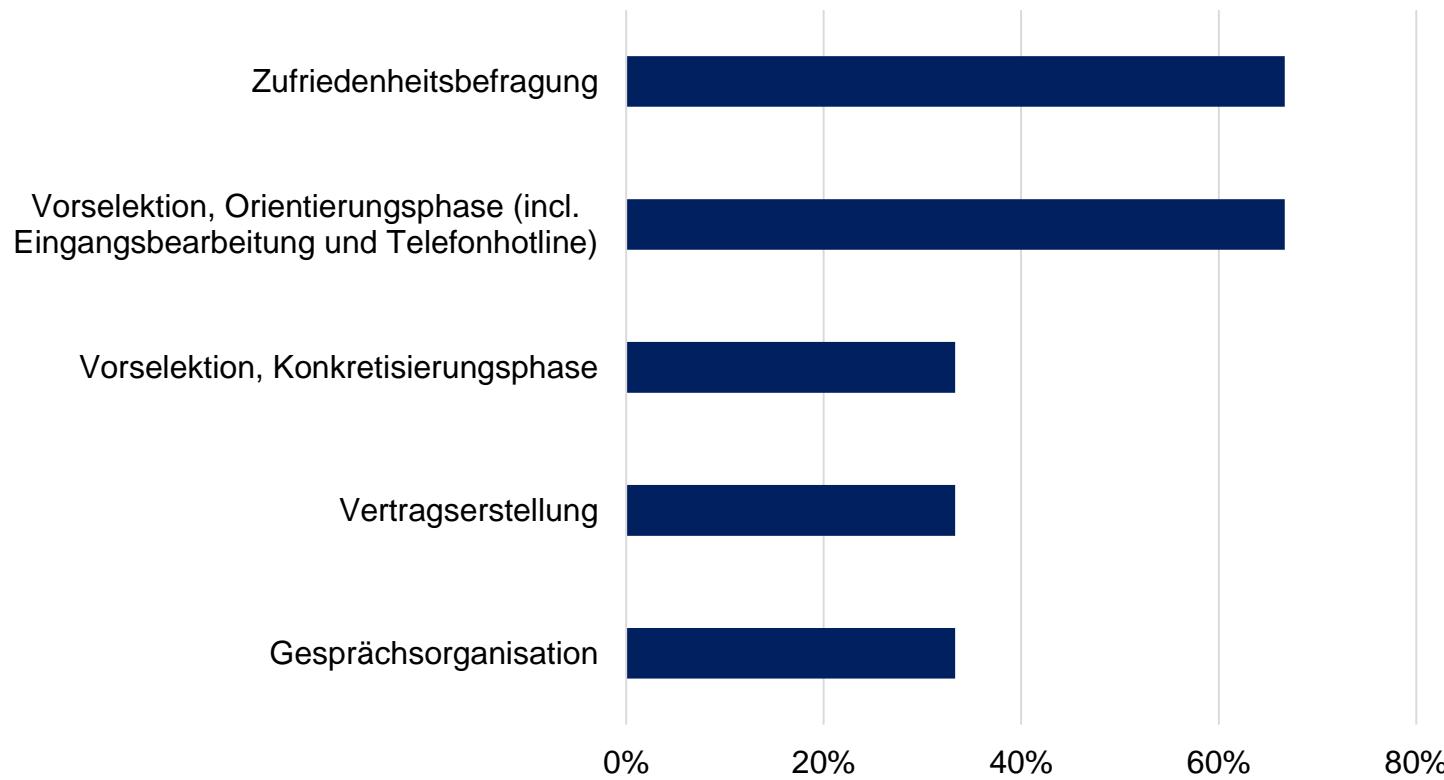
- ▶ Für knapp 40 Prozent der befragten Unternehmen spielt das Thema Prozessoutsourcing eine Rolle.
- ▶ Dieser Wert wird im Wesentlichen mit einem geringeren Personalaufwand im eigenen Unternehmen sowie einer Neuallokation vorhandener Kapazitäten begründet.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

Strategische Ausrichtung in der Berufsausbildung: Prozessoutsourcing

- ▶ Folgerichtig sehen die befragten Unternehmen die Durchführung von Zufriedenheitsbefragungen sowie die Vorselektion als grundsätzlich auslagerungs- und bündelungsfähige Leistungen an.



Thema: Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

Aktuelle Projekte

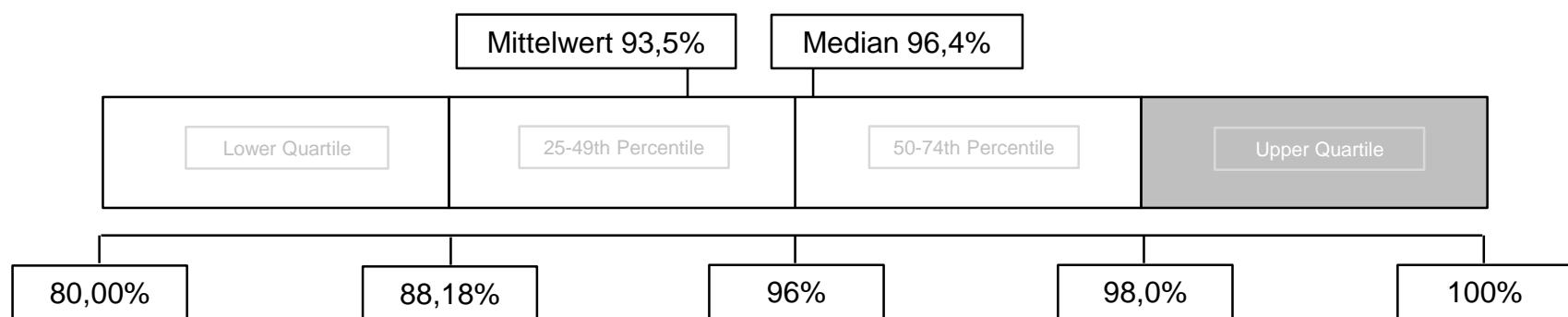
- ▶ Der Aufbau eines Ausbildungscontrollings steht bei den befragten Unternehmen derzeit im Vordergrund. Die von der STRIM im Fragebogen Outputgrößen aufgenommenen Metriken bilden dafür die Ausbaustufe 1.
- ▶ Die Entwicklung neuer Berufsfelder und innovativer Employer Branding Maßnahmen folgen auf den Plätzen 2 und 3.



Thema: Planung

Anzahl Einstellungen pro Planstelle – Erfüllungsquote 2016

- Gerade noch 43 Prozent der befragten Unternehmen erreichen eine Erfüllungsquote von 100 Prozent.
- Bei den Einstellungen pro Planstelle liegt der Mittelwert in diesem Jahr deshalb bei 93,5 Prozent, der Median bei 96,4 Prozent.

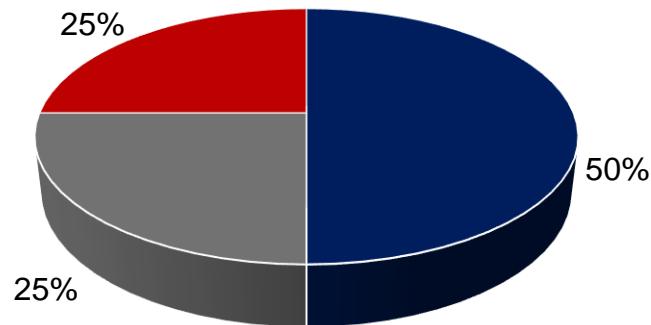


Thema: Planung

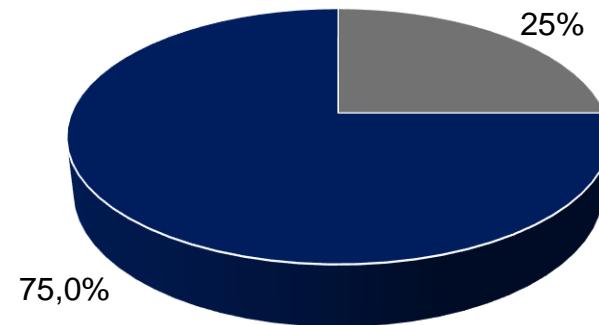
Budgetentwicklung sowie Marketingplan und -budget

- ▶ Bei 50 Prozent der befragten Unternehmen ist das Budget im letzten Jahr moderat gestiegen, bei 25 Prozent konstant geblieben und bei ebenfalls 25 Prozent leicht gesunken.
- ▶ Ein Marketingplan besteht bei 75 Prozent der befragten Unternehmen.

Budgetentwicklung



Marketingplan

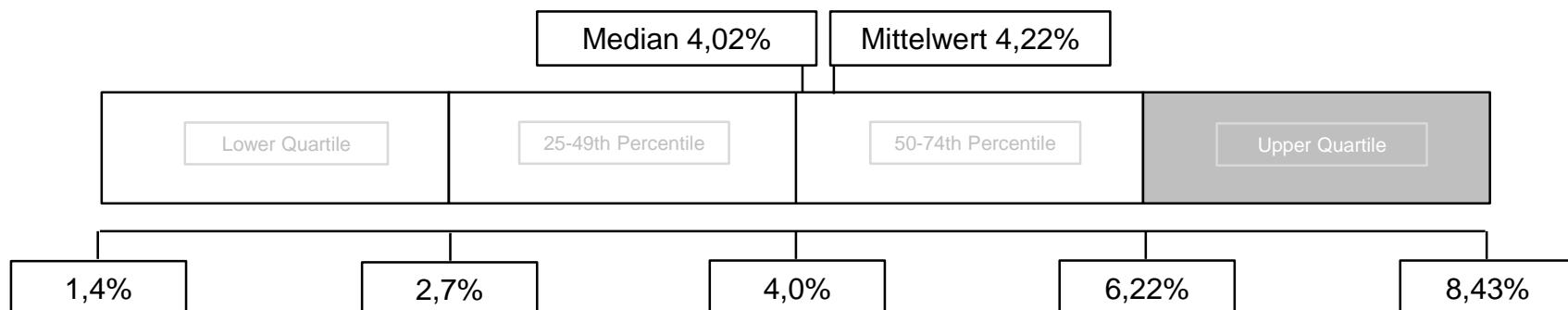


■ moderat gestiegen ■ konstant ■ leicht gesunken

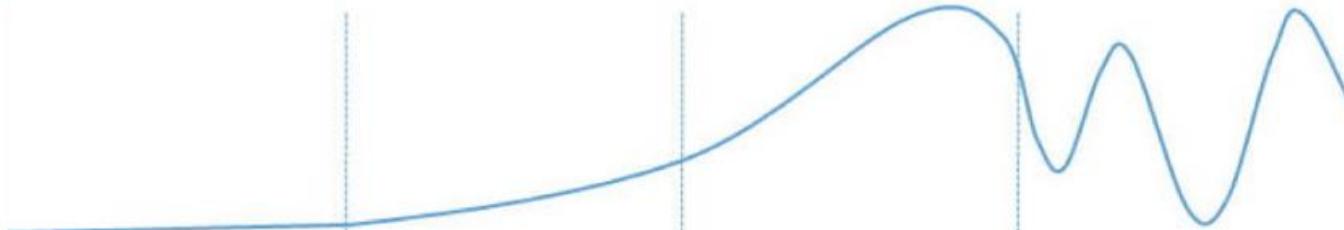
■ nein ■ ja

Thema: Planung Ausbildungsquoten 2016

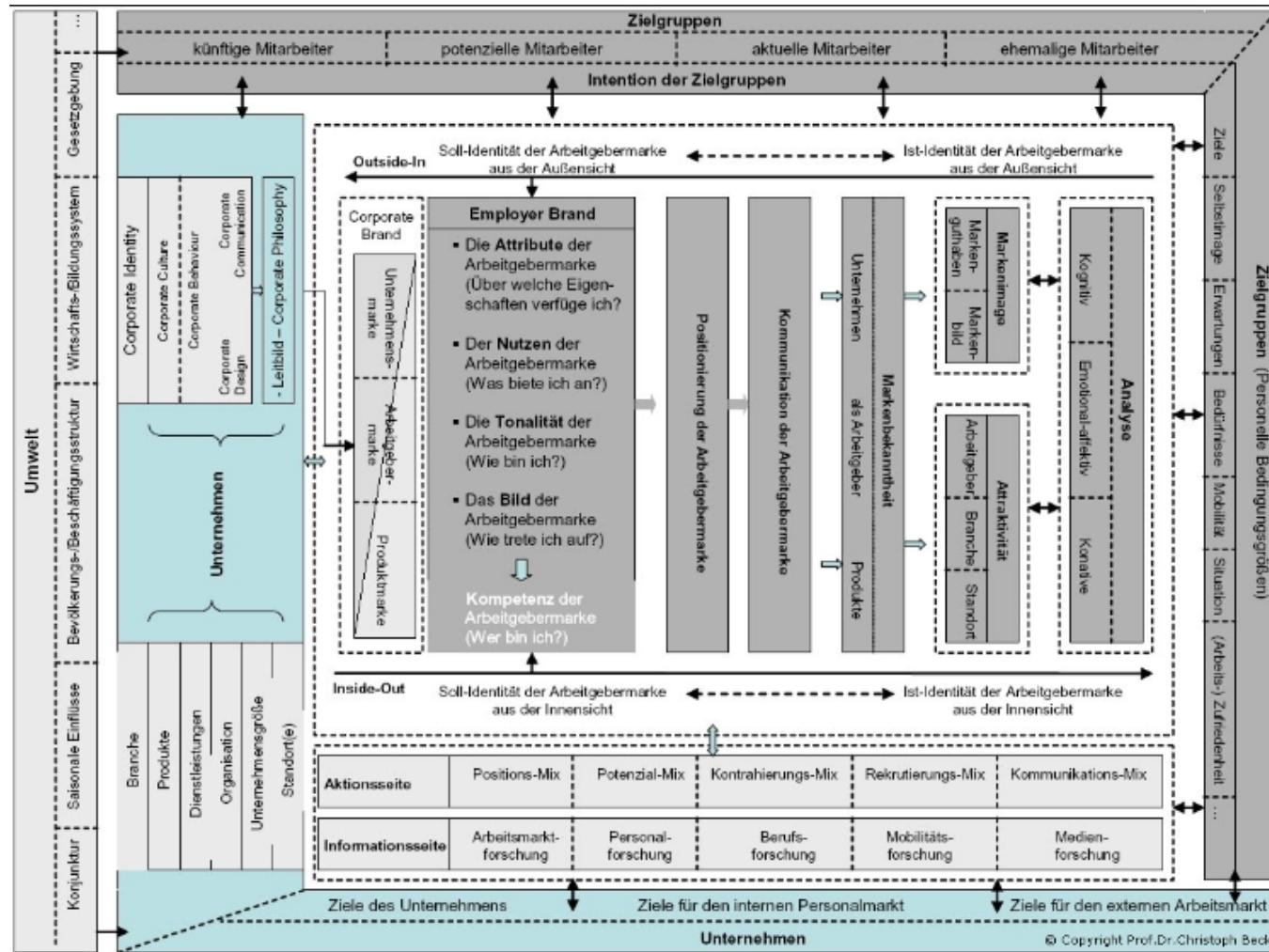
- ▶ Aus der Datenanalyse wurden für 2016 Ausbildungsquoten zwischen 1,4 Prozent und rund 8,4 Prozent ermittelt.
- ▶ Nur noch wenige Unternehmen setzen sich die noch vor wenigen Jahren relevante Messlatte in Höhe von 7 Prozent.



Thema: Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang Das Präferenz-Modell

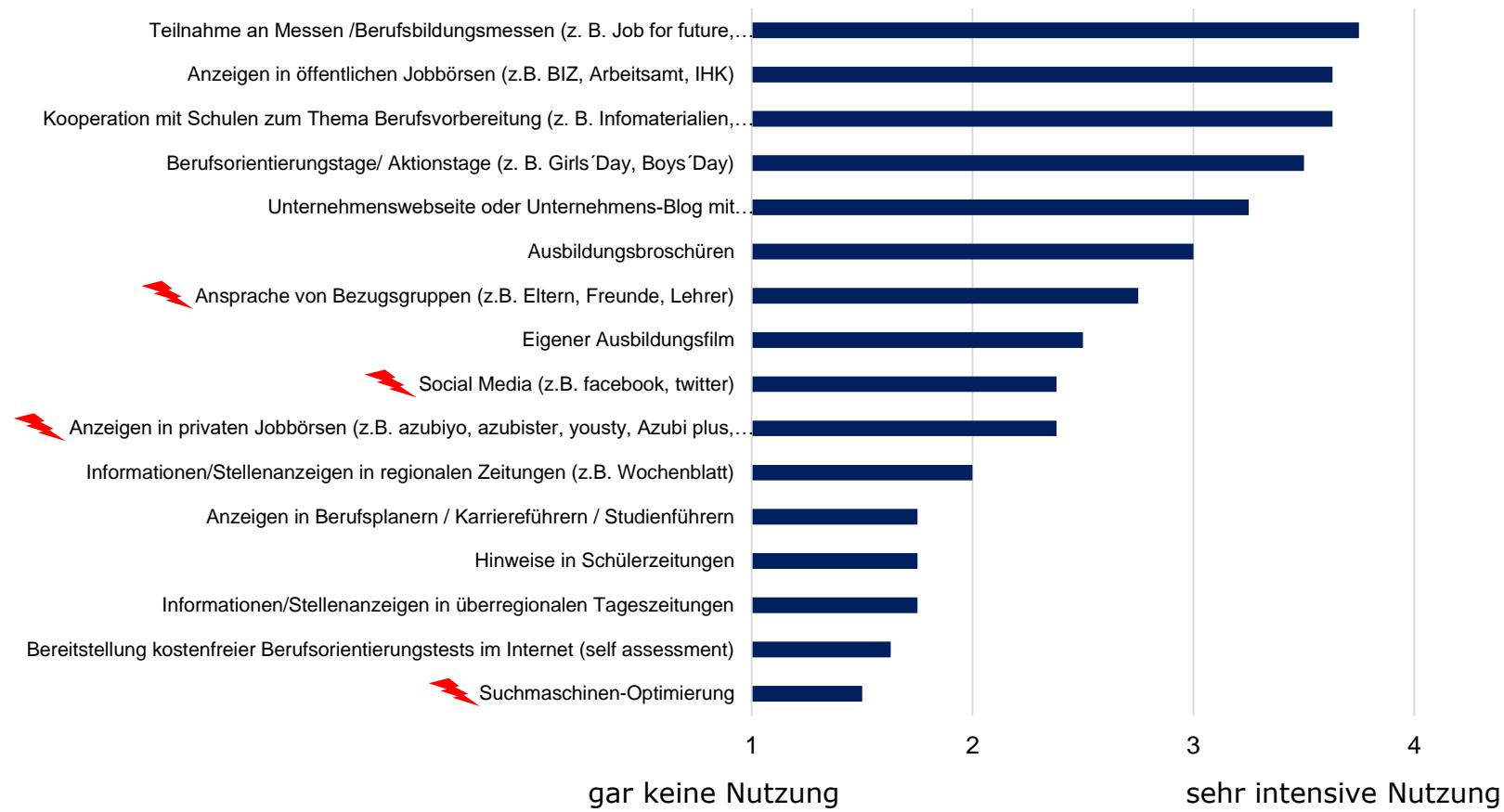
Präferenzphase	Assoziation	Orientierung	Passung	Bindung
Zielgruppe	Extern			Intern
Ansprache	Emotional			Rational
Bewerber-Involvement				
Beispiele für Lösungen	<ul style="list-style-type: none"> • Presse- und Öffentlichkeitsarbeit • Arbeitgeber-Rankings • Personalmarketing-broschüre • Recruiting-Messen • Sponsoring 	<ul style="list-style-type: none"> • Recruiting Website • Praktikantenprogramm • Mitarbeiterwerben Mitarbeiter • Stellenanzeigen • Social Networks • Fachvorträge 	<ul style="list-style-type: none"> • Online Assessment • Inhouse Workshop • Interview • Betreuung nach erfolgtem Angebot • Talentpool • Blog 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiterzeitung • Intranet • Newsletter • E-Magazin • Mentoring-Konzept • Mitarbeiterbefragung

Thema: Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang Ganzheitlicher Bezugsrahmen „Employer Branding“



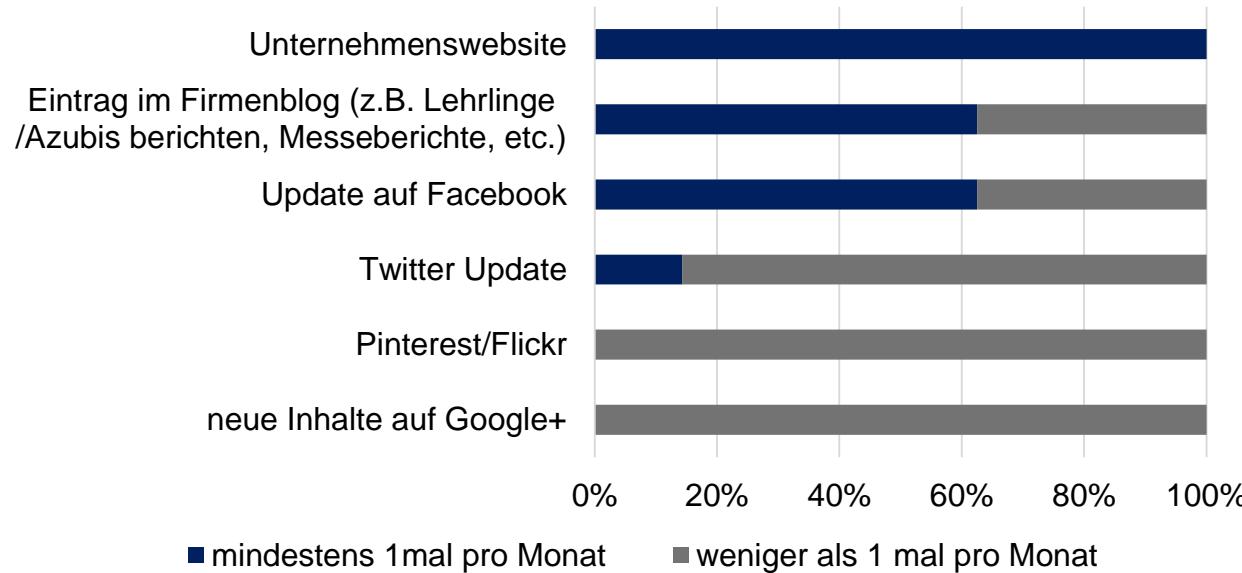
Thema: Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang Marketingmaßnahmen zur Ansprache potenzieller Bewerber

- Am intensivsten werden Messen, Anzeigen in öffentlichen Jobbörsen, sowie Kooperationen mit Schulen zum Thema Berufsvorbereitung genutzt.



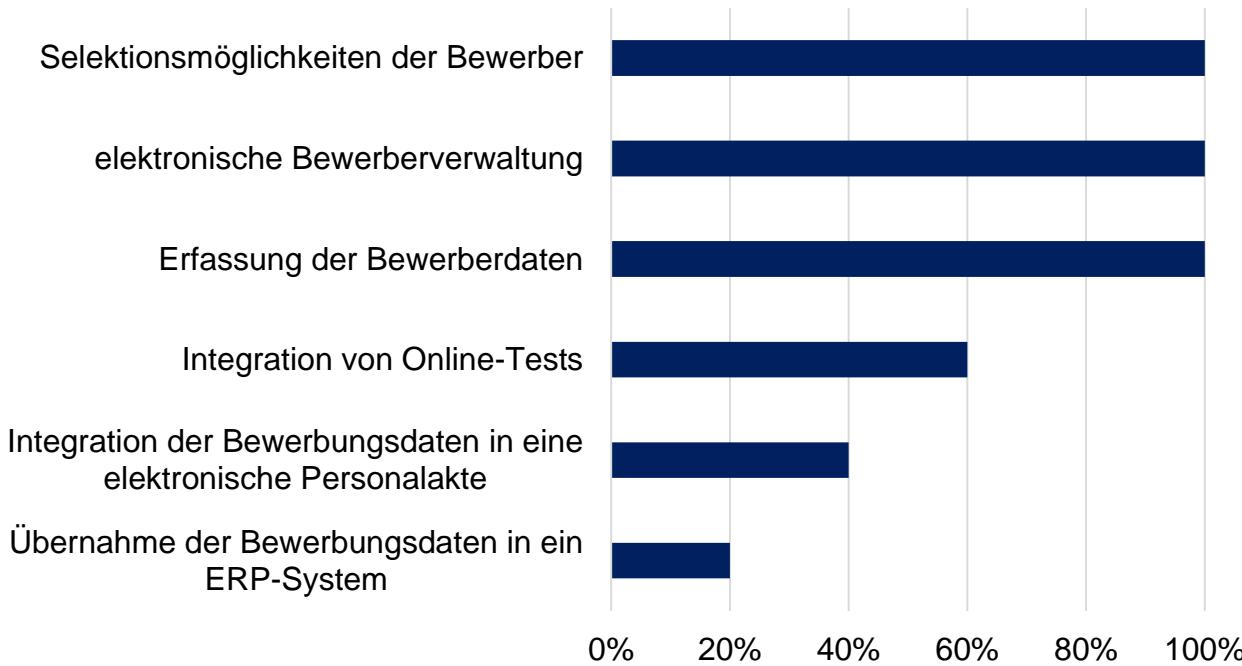
Thema: Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang Social Media Netzwerke und Plattformen zur Ansprache potenzieller Bewerber

- ▶ Alle befragten Unternehmen haben eine separate Rubrik „Ausbildung“ auf ihrer Karriere-Seite.
- ▶ Mindestens ein Mal pro Monat werden auf den Unternehmenswebseiten aller befragten Unternehmen neue Inhalte publiziert.
- ▶ Bei gut 60 Prozent der befragten Unternehmen gibt es auch wenigstens einmal im Monat Einträge auf dem Firmenblock oder Updates auf Facebook.
- ▶ Pinterest, Flickr und Google+ werden überhaupt nicht zur Ansprache genutzt.



Thema: Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang Einsatz von eRecruiting Systemen

- ▶ Gut 60 Prozent der befragten Unternehmen setzen ein eRecruiting System ein.
- ▶ Alle Unternehmen, die ein solches System im Einsatz haben, nutzen dieses, um Online-Bewerbungen entgegenzunehmen. 60 Prozent der eRecruiting-System-Nutzer verwenden das System auch für die Eignungsdiagnostik.
- ▶ Die genutzten Funktionalitäten der eRecruiting-Systeme sind die folgenden:



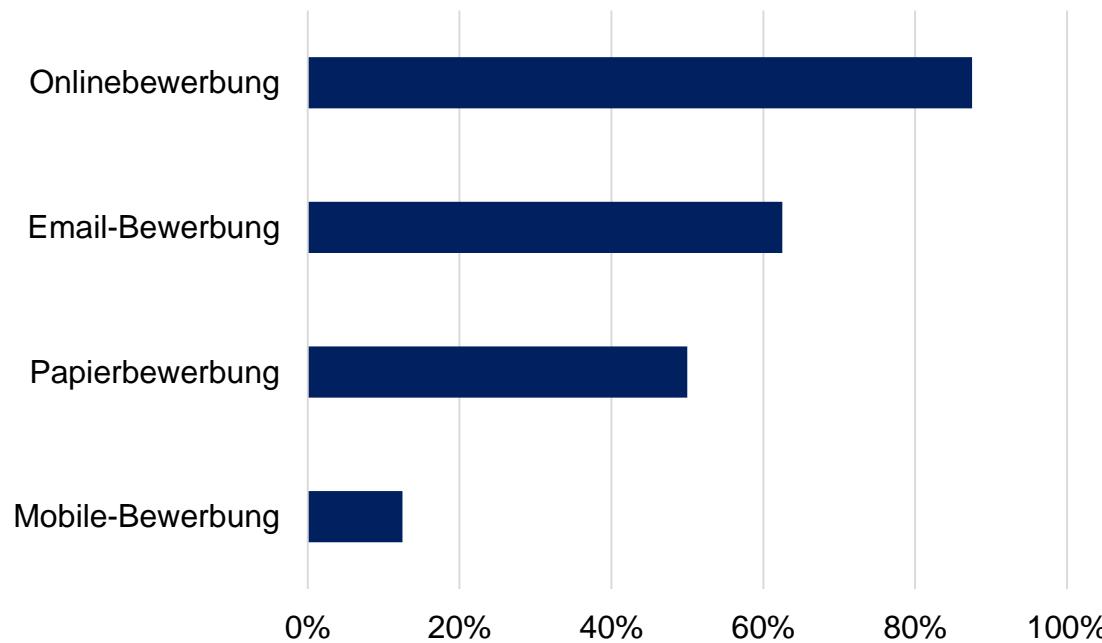
Thema: Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang Einsatz von eRecruiting Systemen

- Die 40 Prozent der befragten Unternehmen, die kein eRecruiting System nutzen, nennen folgende Argumente:



Thema: Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang Bewerbungseingang

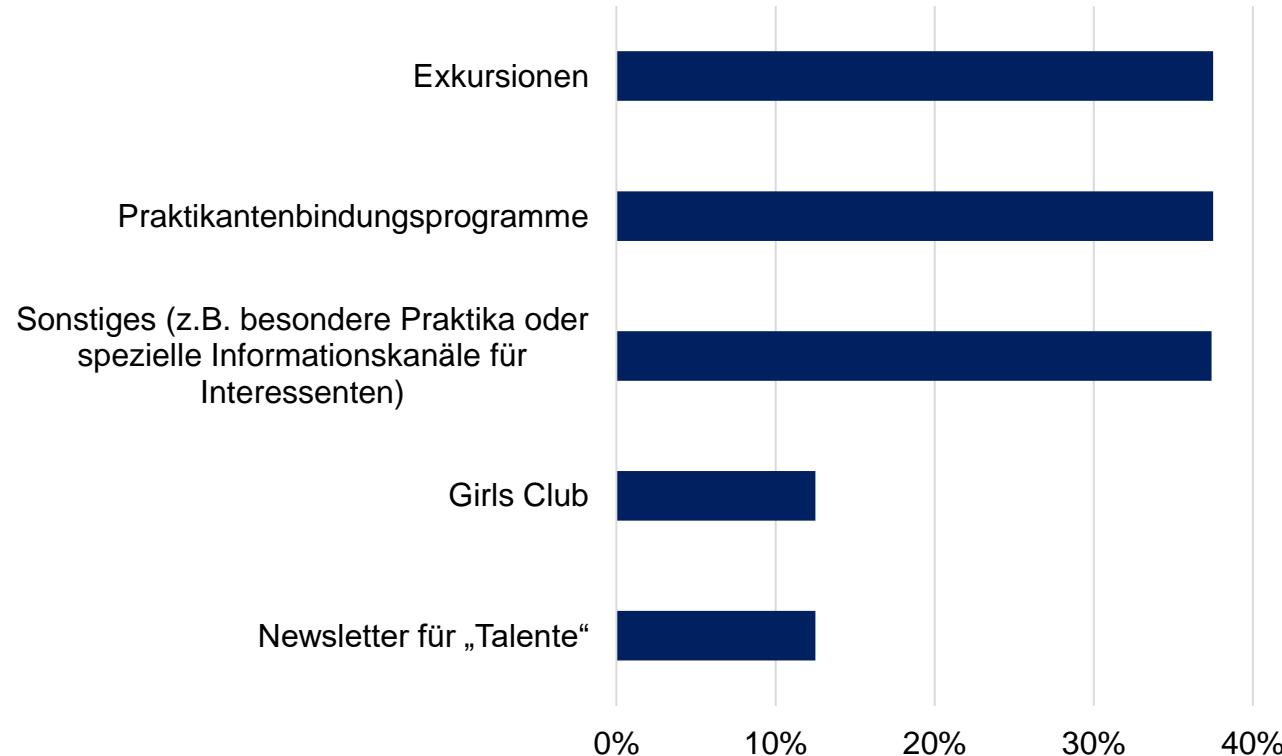
- ▶ Bei den befragten Unternehmen gehen die überwiegende Anzahl der Bewerbungen als Onlinebewerbung und - etwas nachgelagert - als Email-Bewerbung ein. Die Papierbewerbung ist mit rund 50 Prozent rückläufig und die Mobile-Bewerbung mit knapp 13 Prozent noch nicht nennenswert ausgeprägt.
- ▶ Papier-, Email- und Mobile-Bewerbungen werden bei den Unternehmen, welche diese zulassen, durch Einscannen und Eingabe der persönlichen Daten in das Bewerbermanagementsystem überführt.



Thema: Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang

Active Sourcing – aktive Bindung geeigneter Schülerinnen und Schüler

- ▶ Gut 60 Prozent der befragten Unternehmen haben Verfahren zur Bindung geeigneter Jugendlicher im Einsatz.
- ▶ Dabei werden bei knapp 40 Prozent der befragten Unternehmen vor allem Exkursionen und Praktikantenbindungsprogramme zur Bindung eingesetzt.



Thema: Vorselektion

Selektionskriterien

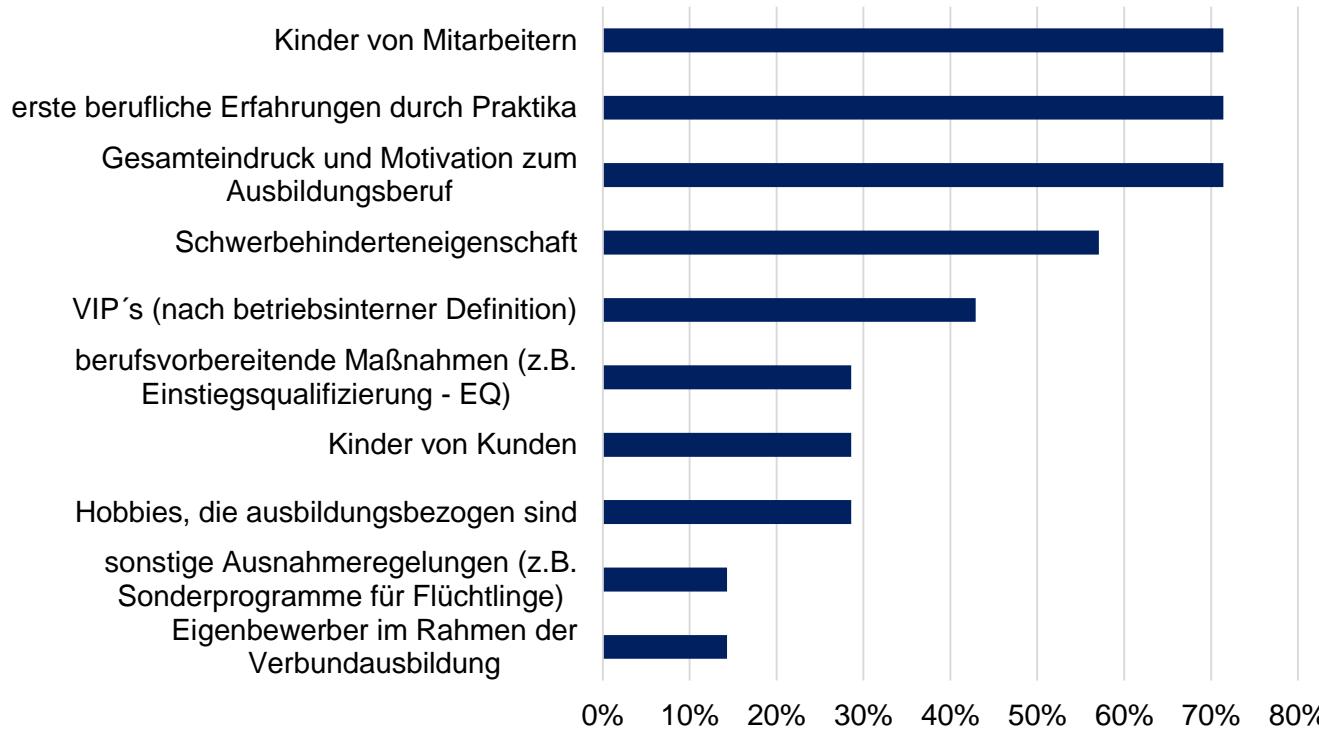
- Die vollständigen und aussagefähigen Unterlagen sind das wichtigste Kriterium für die befragten Unternehmen; gefolgt von der Anzahl unentschuldigter Fehlstunden und –tage in der Schule.



Thema: Vorselektion

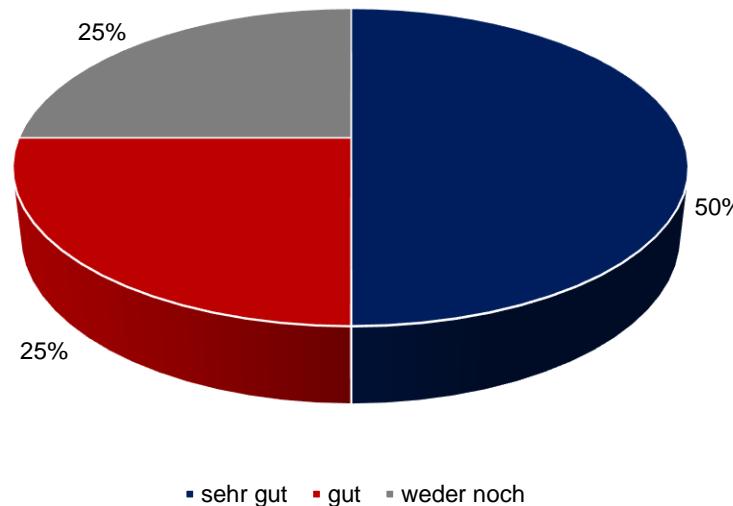
Ausnahmen zu den vorgenannten Selektionskriterien

- ▶ Bei gut 70 Prozent der befragten Unternehmen werden die Bewerbungen von Mitarbeiterkindern bevorzugt berücksichtigt.
- ▶ Berufsrelevante Praktika, der Gesamteindruck der Bewerbung und die vermittelte Motivation zum Ausbildungsberuf sind ebenfalls häufig Gründe für Ausnahmen der genannten Selektionskriterien.



Thema: Vorselektion Auswahlverfahren

- ▶ **Telefoninterviews** werden lediglich von 25 Prozent der befragten Unternehmen eingesetzt.
- ▶ **eAssessment-Verfahren** - individuelle Erstellung von Drittanbietern oder Standardtests von Drittanbietern - kommen bei knapp 40 Prozent der befragten Unternehmen zum Einsatz. Sie werden überwiegend bei den technisch-gewerblichen Berufen sowie bei den Bachelor-Studiengängen (100 Prozent) eingesetzt und nachgelagert bei den kaufmännischen und den IT-Berufen (75 Prozent)
- ▶ Die Akzeptanz der eAssessment-Verfahren wird von den einsetzenden Unternehmen wie folgt beurteilt:

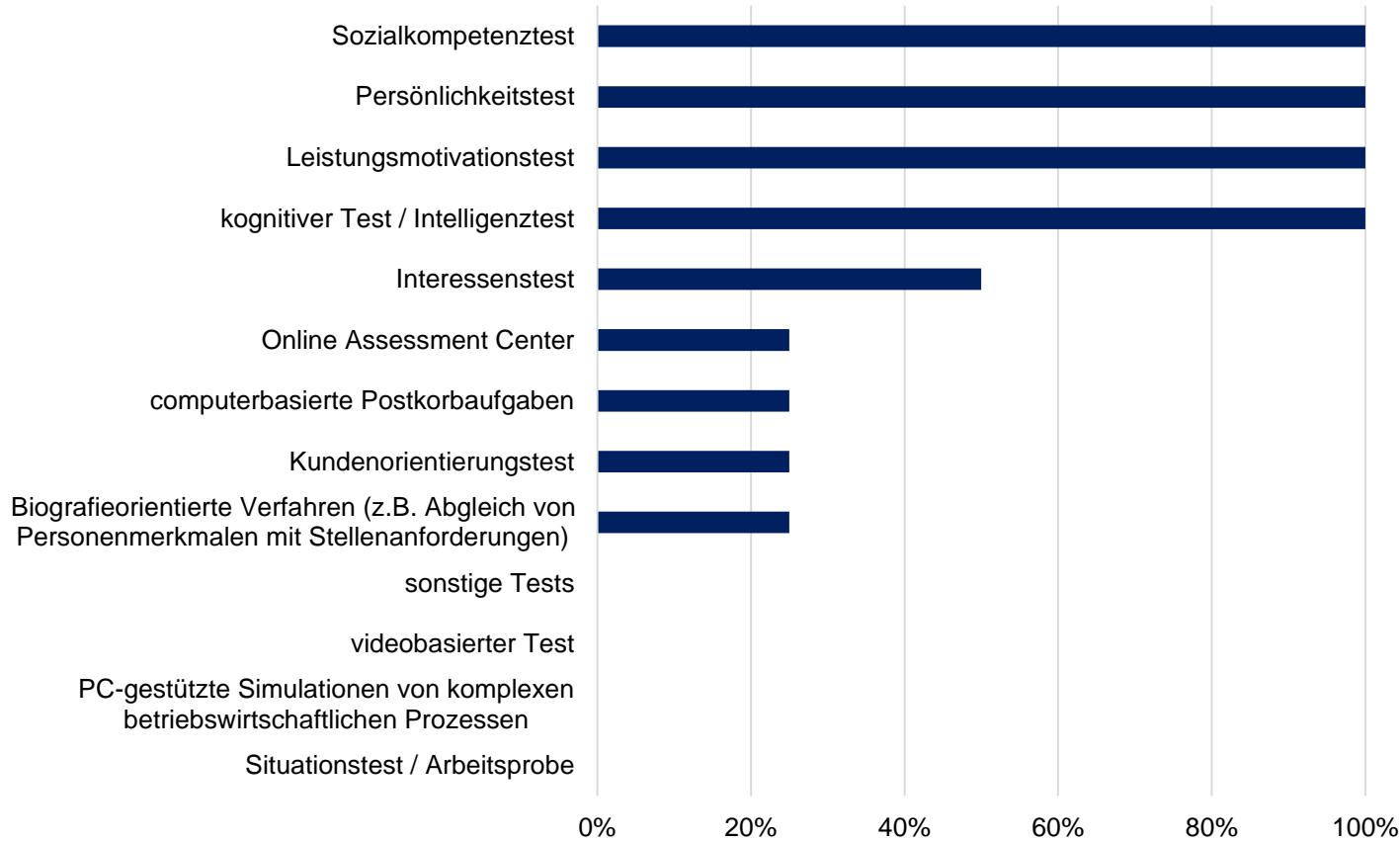


- ▶ 50 Prozent der Unternehmen, die eAssessment-Verfahren einsetzen, verwenden für alle Berufsgruppen dasselbe Verfahren. Die andere Hälfte verwendet unterschiedliche Tests nach Berufsgruppe.

Thema: Vorselektion

Umfang der eAssessment-Verfahren

- Sozialkompetenztests, Persönlichkeitstests, Leistungsmotivationstests und Intelligenztests kommen bei allen Unternehmen, welche eAssessment-Verfahren einsetzen, zur Anwendung.



Thema: Vorselektion

Auswirkung der eAssessment-Verfahren

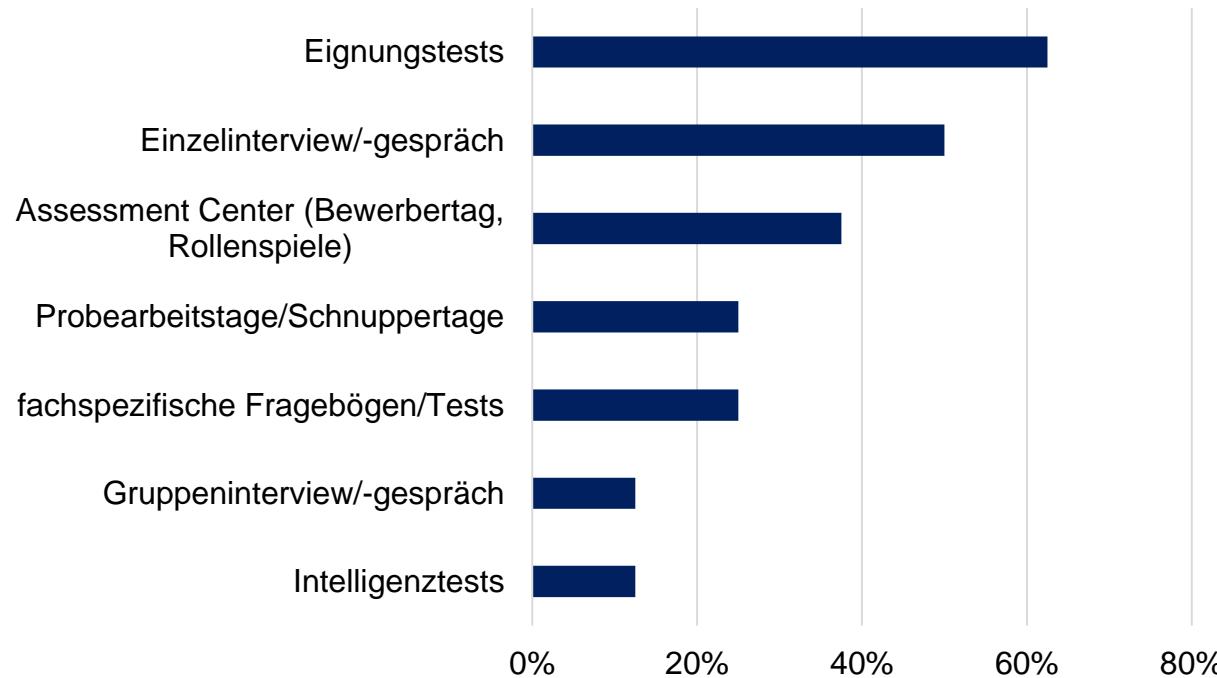
- ▶ Knapp 80 Prozent der befragten Unternehmen, die ein eAssessment-Verfahren einsetzen, geben an damit eine bessere Grundquote für die Folgeverfahren zu erzielen.



Thema: Persönliche Selektion

Auswahlverfahren

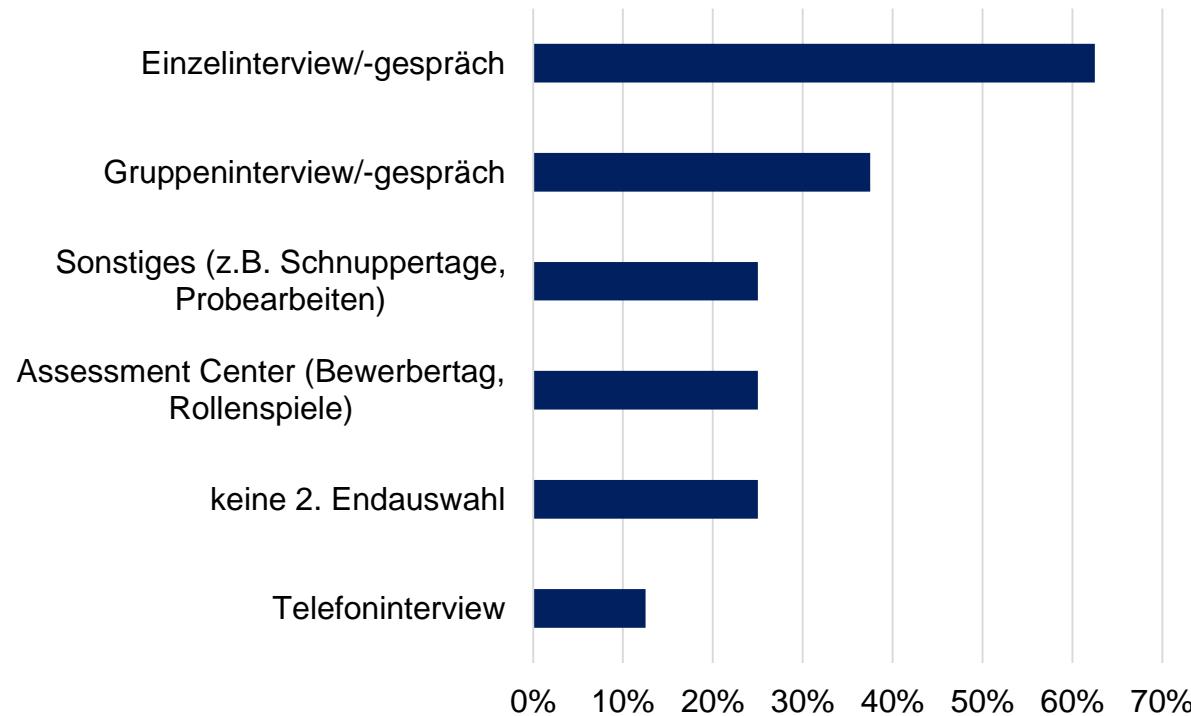
- ▶ In der Stufe 1 der Auswahlverfahren standen bis ins Jahr 2014 Einzelinterviews/-gespräche im Vordergrund; seitdem sind es Eignungstests.
- ▶ Daneben gibt es eine Reihe weiterer Auswahlverfahren, die in den befragten Unternehmen - teilweise abhängig von Ausbildungsberufen - zusätzlich bzw. ergänzend eingesetzt werden.



Thema: Persönliche Selektion

Auswahlverfahren

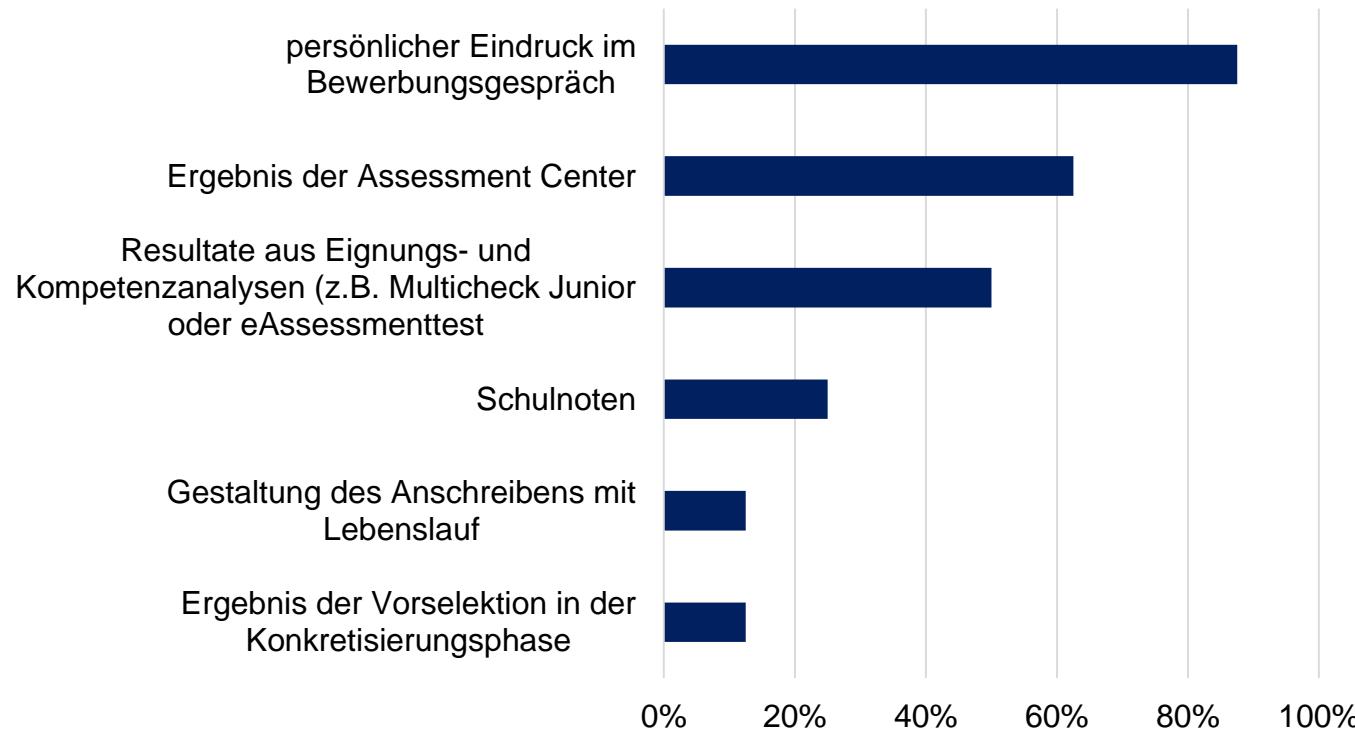
- ▶ In Stufe 2 der Auswahlverfahren werden bei mehr als 60 Prozent der befragten Unternehmen Einzelinterviews/-gespräche geführt.
- ▶ Hier gab es in den letzten 10 Jahren naheliegender Weise keine Veränderungen: Positivselektion resp. persönliche Selektion funktioniert nur mittels Gespräch



Thema: Persönliche Selektion

Auswahlverfahren

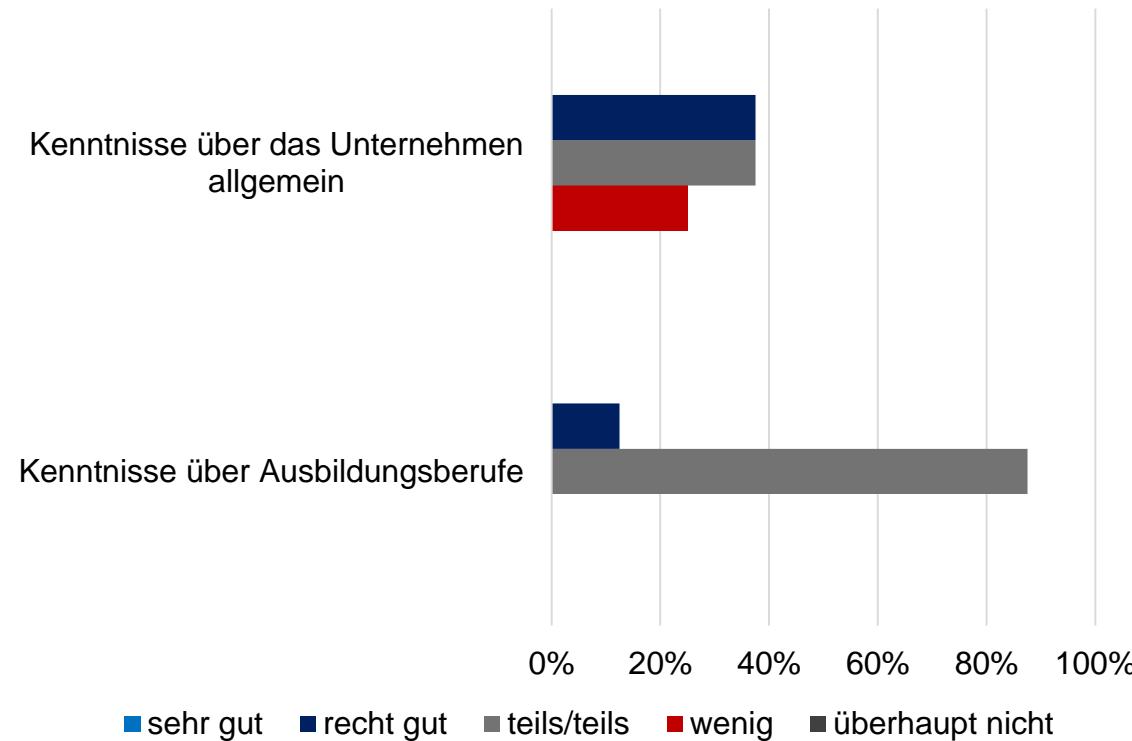
- ▶ Erfreulicherweise – dies wird noch zahlreichen Studien gestützt – ist die Relevanz von Schulnoten seit ca. 3-4 Jahren deutlich rückläufig.
- ▶ Im Vordergrund steht vermehrt der persönliche Eindruck im Bewerbungsgespräch.
- ▶ Auch die Ergebnisse der Assessment-Center - als Bestandteil der Konkretisierungsphase - haben eine hohe Bedeutung.



Thema: Persönliche Selektion

Auswahlverfahren

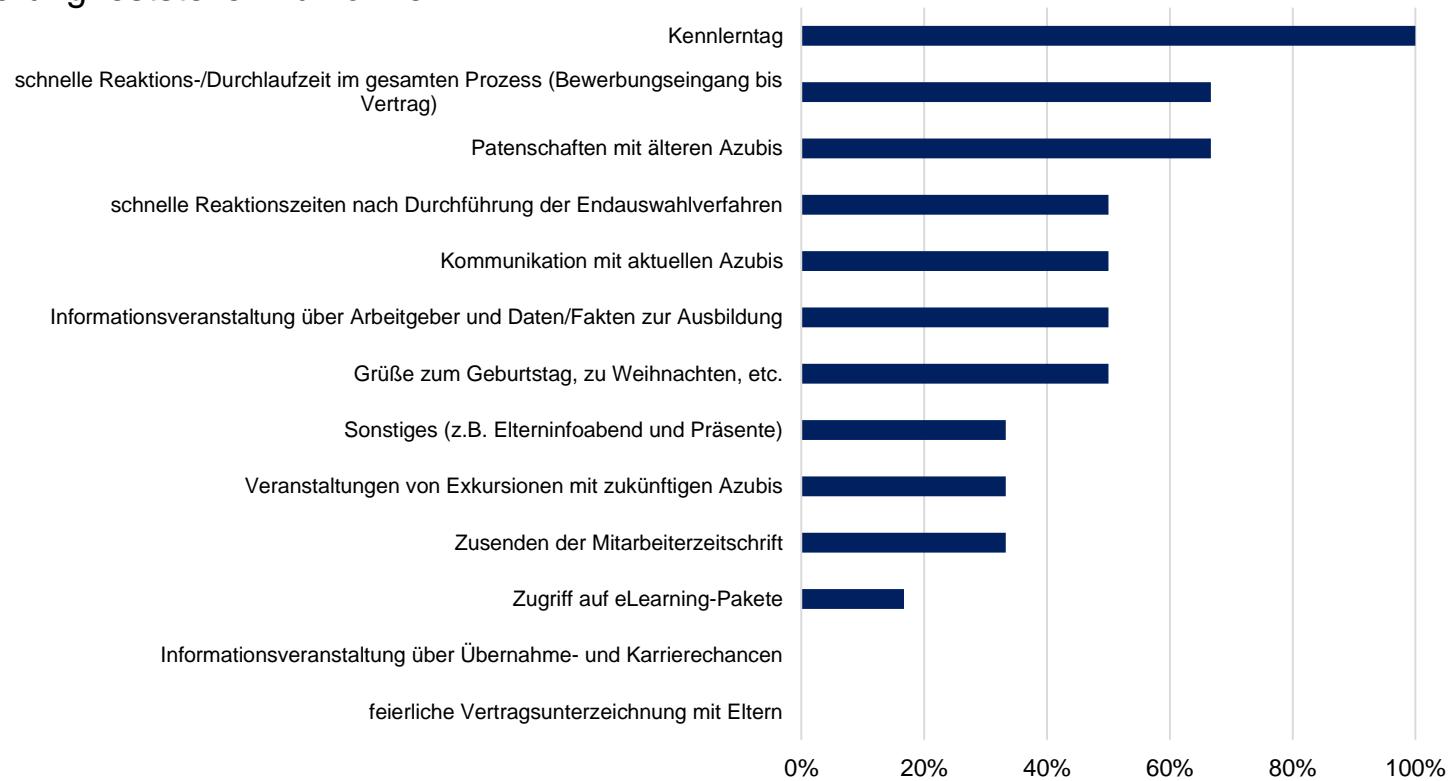
- ▶ Es ist deutlich erkennbar, dass der Informationsstand der Bewerber beim Vorstellungsgespräch nicht wirklich überzeugend ist. Keines der teilnehmenden Unternehmen hat den Eindruck, dass die Bewerber sehr gut informiert sind. Nur wenige geben an, dass die Kenntnisse recht gut seien.
- ▶ Dies verdeutlicht die Problematik der Berufsorientierung der deutschen Jugendlichen eindrucksvoll.



Thema: Bindung bis zum Eintritt

Maßnahmen

- Das Bindungsthema ist von ausbildenden Unternehmen erkannt und wird bei 75 Prozent der befragten Unternehmen mit aktiven Maßnahmen begleitet. Ca. 60 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass diese Maßnahmen eine deutliche Reduzierung der Abspringerquote mit sich bringen, 20 Prozent sehen eine leichte Reduzierung dieser Quote, und 20 Prozent geben an, keine messbare Veränderung feststellen zu können.



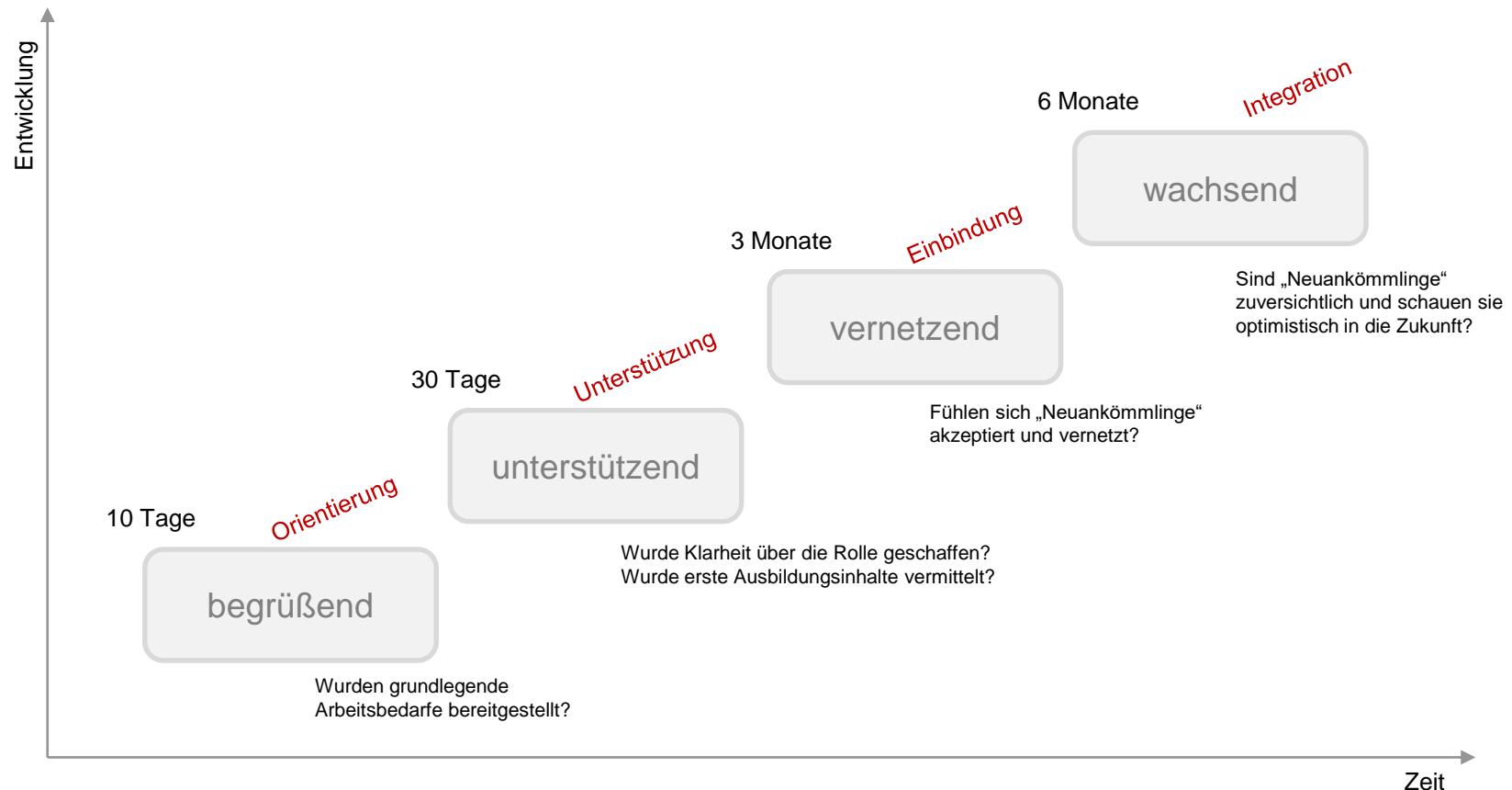
Thema: Bindung bis zum Eintritt

Zufriedenheitsbefragung der Bewerber und der Auszubildenden

- ▶ 25 Prozent der teilnehmenden Unternehmen führen eine Zufriedenheitsbefragung bezüglich des Rekrutierungsprozesses bei ihren Bewerbern durch. Dies geschieht nach dem Eignungstest bzw. zum Zeitpunkt der Einstellung.
- ▶ Inhalte der Befragungen sind die genutzten Kanäle, durch die Bewerber auf das Unternehmen aufmerksam wurden, die Zufriedenheit mit dem Rekrutierungsprozess, die Identifikation mit dem Unternehmen, sowie die Reaktionszeit des Unternehmens.
- ▶ Befragungen bei Auszubildenden werden von lediglich knapp 30 Prozent der befragten Unternehmen durchgeführt.

Thema: Onboarding

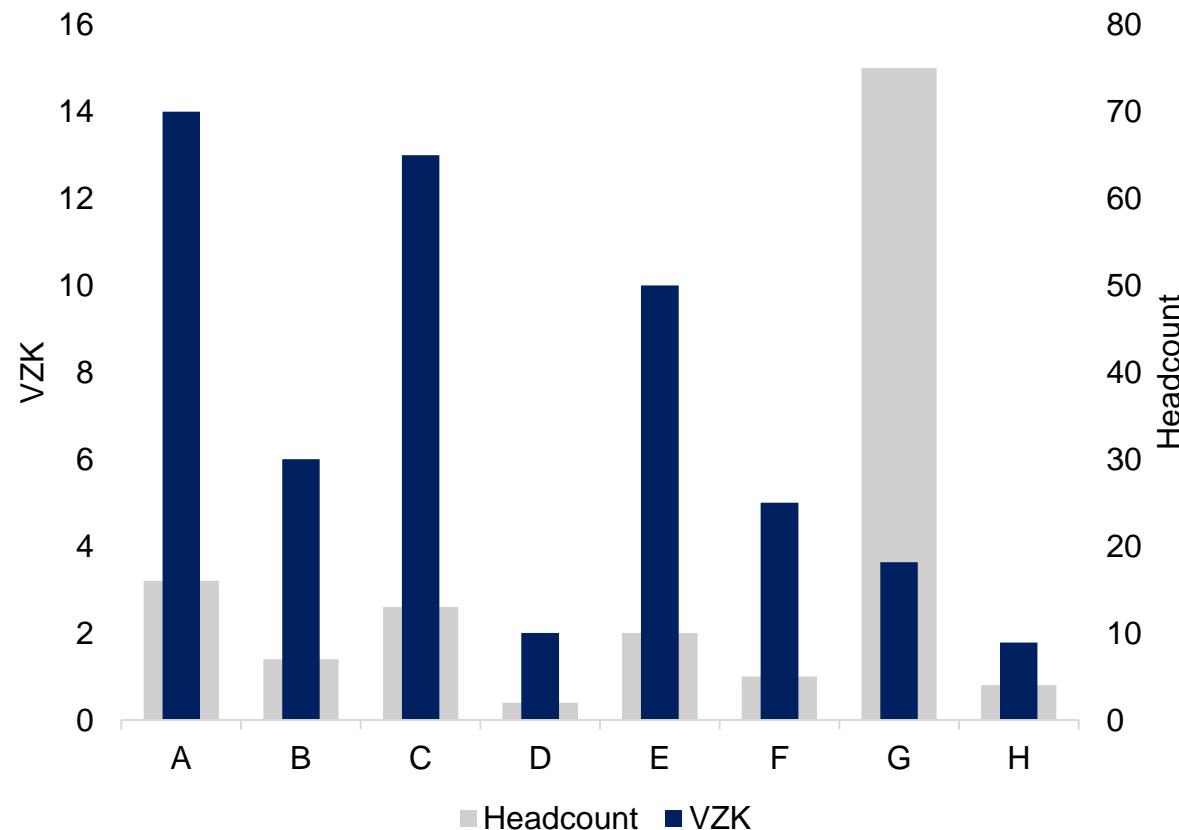
Erkenntnisse aus der Onboarding-Forschung (Issoon, Harriott)



Thema: Kapazitäten

Headcount und VZK

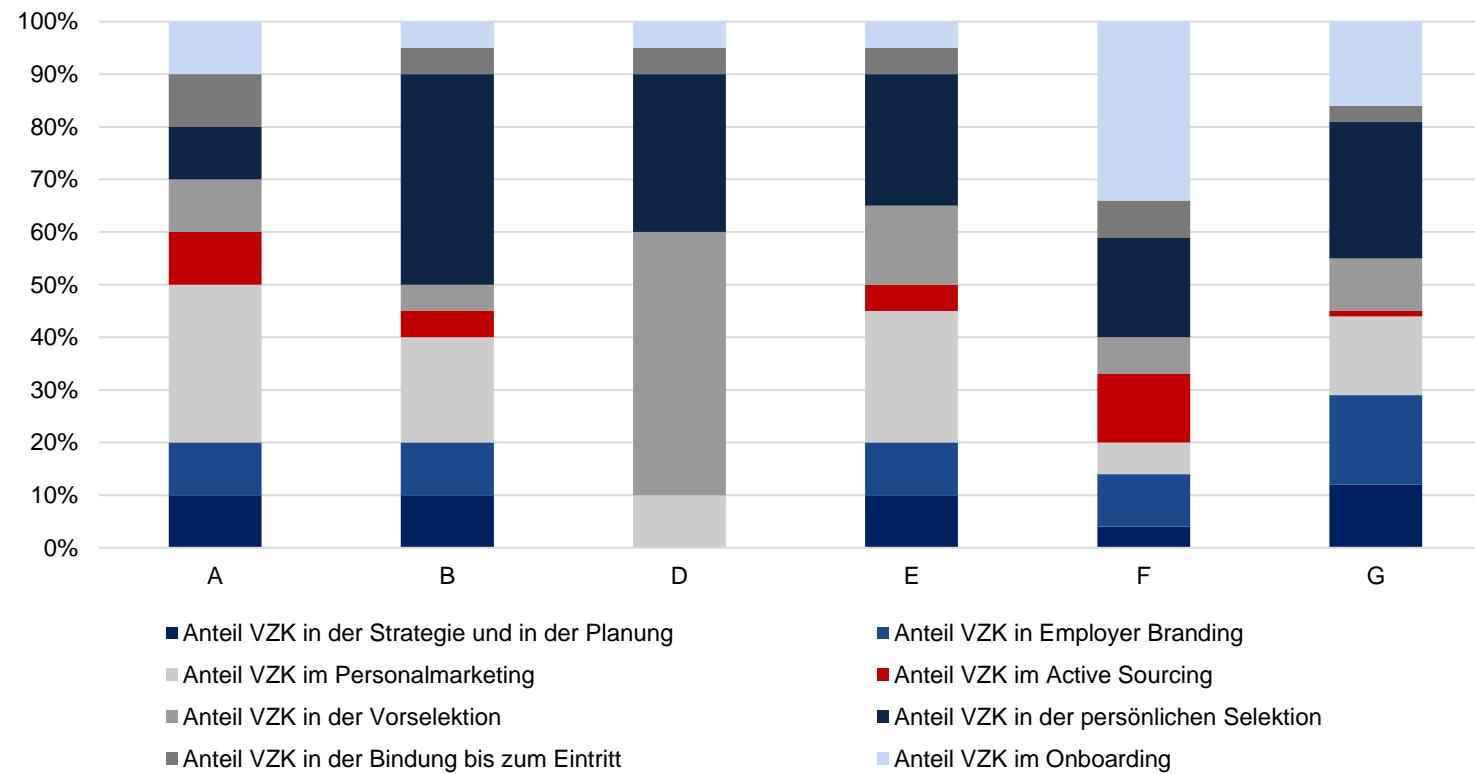
- Diese Gegenüberstellung gibt Aufschluss über die aktuelle Kombination von Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigen sowie von direkt Verantwortlichen und am Prozess Beteiligten (i.d.R. Führungskräfte).



Thema: Kapazitäten

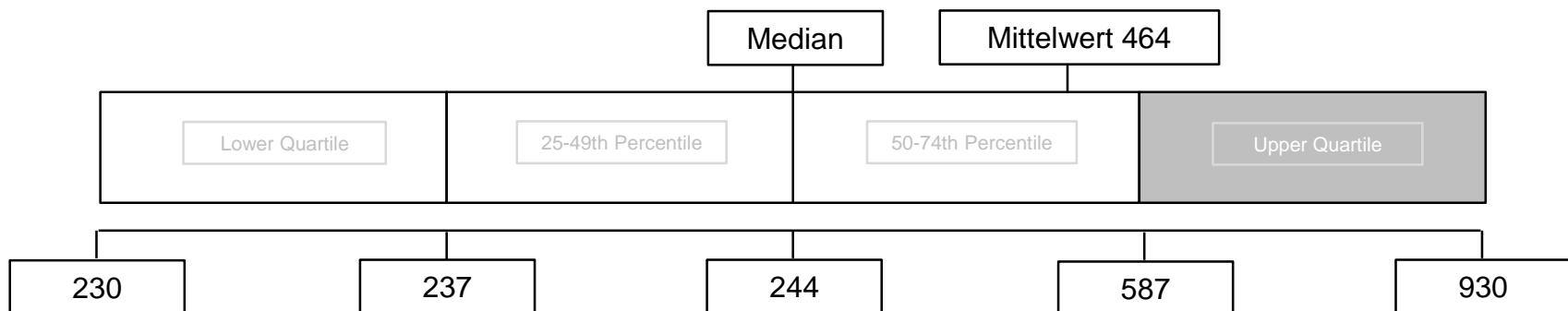
Verteilung der VZK entlang der Teilprozesse

- ▶ Nach unseren Untersuchungen deutet ein personalintensiver Teilprozess in der persönlichen Selektion auf Optimierungspotenzial in den vorgelagerten Teilprozessen hin.
- ▶ Einige der befragten Unternehmen haben die persönliche Selektion schon deutlich verschlankt und reinvestieren die Kapazitäten im Marketing, im Active Sourcing und im Onboarding.



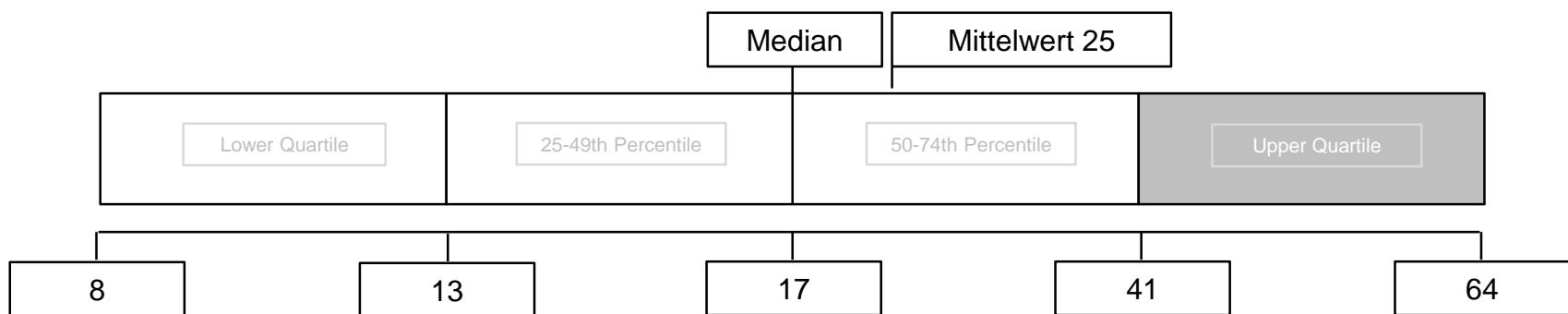
Thema: Mengen Bewerbungen pro VZK

- ▶ Der Mittelwert beträgt bei den befragten Unternehmen 464 Bewerbungen pro VZK, der Median 244 Bewerbungen pro VZK.
- ▶ Im Jahr 2010 lag der Mittelwert noch bei 1.068, im Jahr 2014 bei 943.
- ▶ Mehrere Faktoren sind für diese Entwicklung verantwortlich.



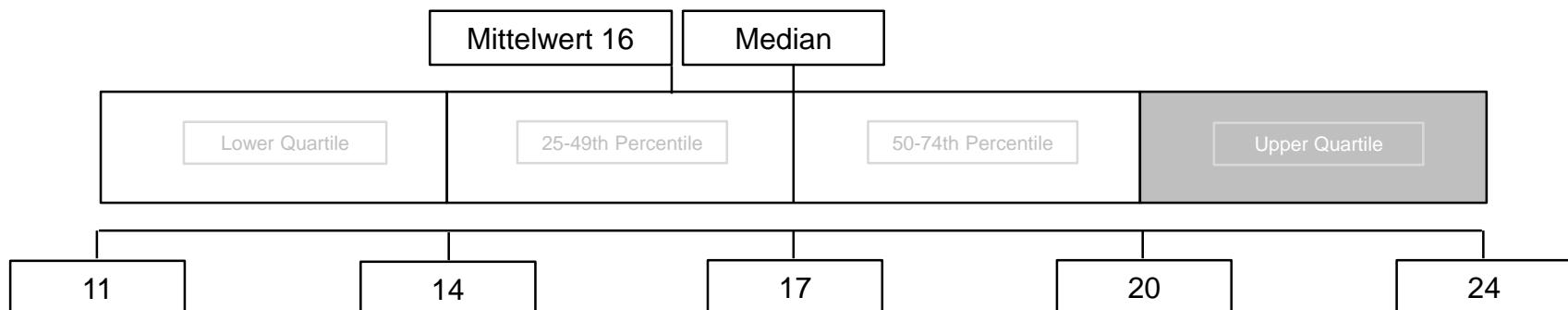
Thema: Mengen Einstellungen pro VZK

- ▶ Im Durchschnitt tätigt eine VZK 25 Einstellungen. Der Median liegt bei 17 Einstellungen.
- ▶ Eine Analyse dieser Kennzahl ist auf dieser übergeordneten Ebene insofern schwierig, als diese abhängig von Berufsfeldern, Regionen, Branchen, etc. sehr unterschiedlich ist.



Thema: Mengen Bewerbungen pro Einstellung

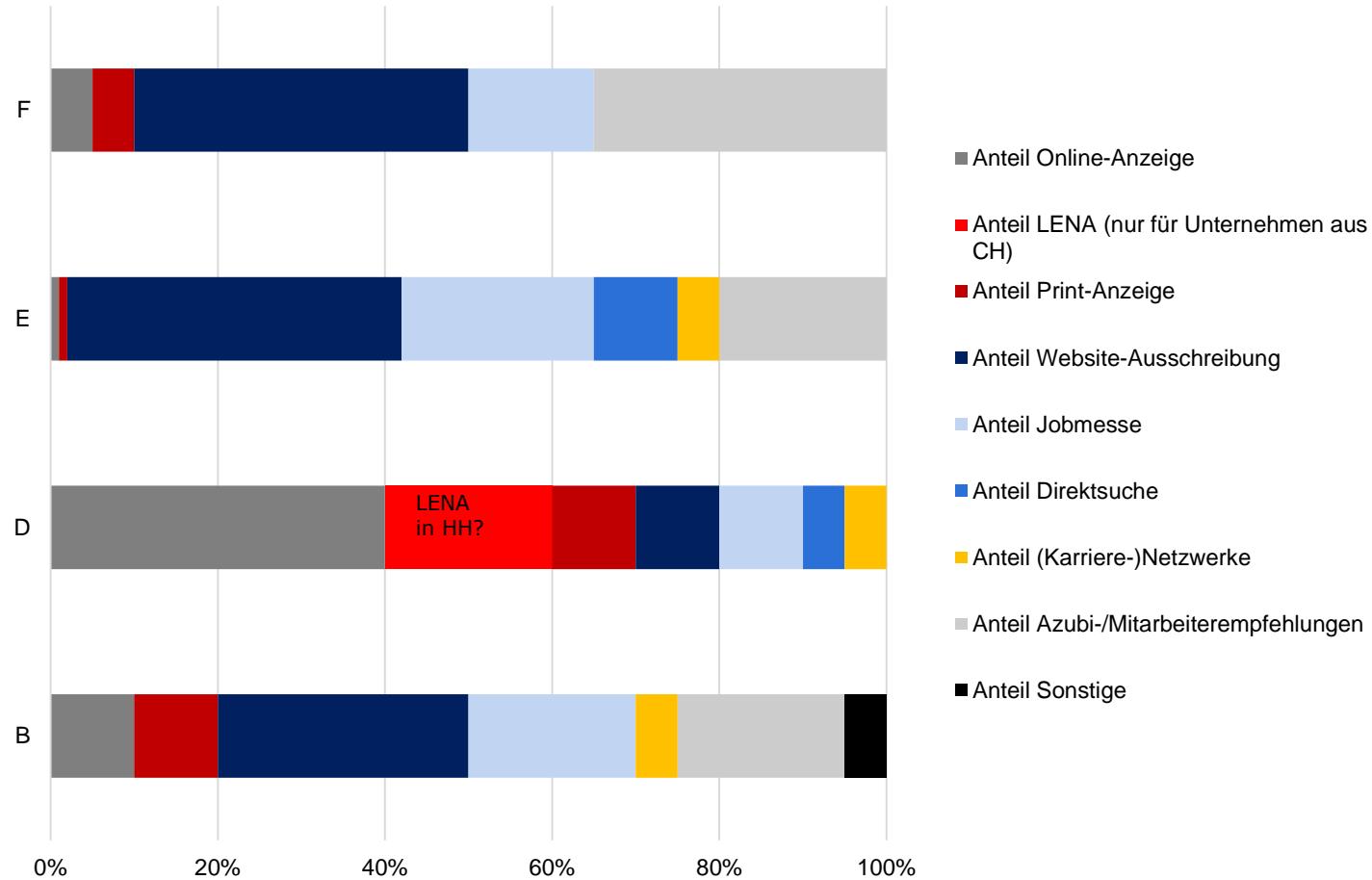
- ▶ Im Durchschnitt erhalten die befragten Unternehmen 16 Bewerbungen pro Einstellung. Der Median liegt bei 17 Bewerbungen pro Einstellung.
- ▶ Das Upper Quartile liegt zwischen 20 und 24 Bewerbungen pro Einstellung.



Thema: Mengen

Verteilung der Bewerbungen nach Rekrutierungs-Kanal

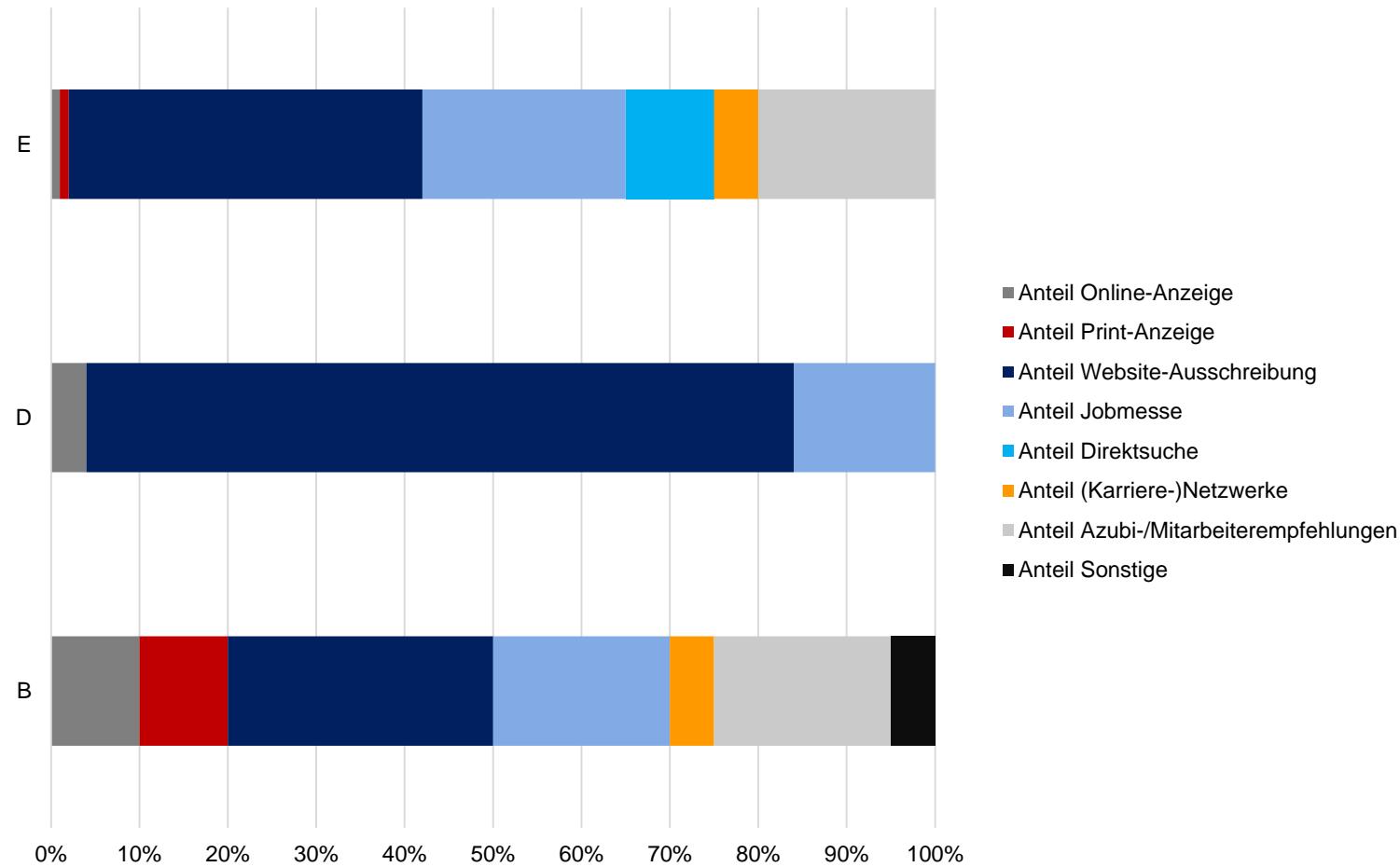
- Leider können nur wenige Unternehmen hierzu Angaben machen.



Thema: Mengen

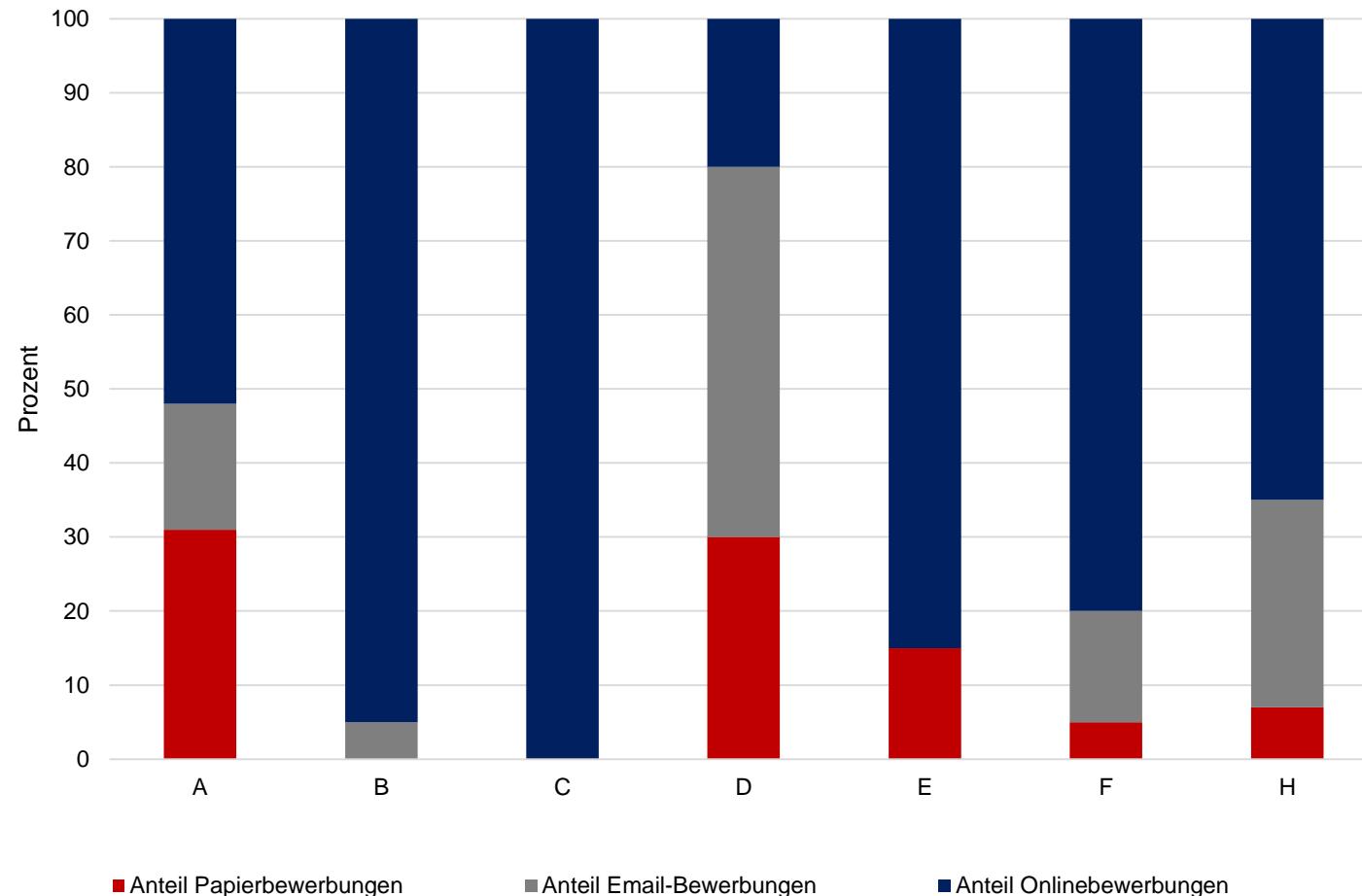
Verteilung der Einstellungen nach Rekrutierungs-Kanal

- Leider können nur wenige Unternehmen hierzu Angaben machen.



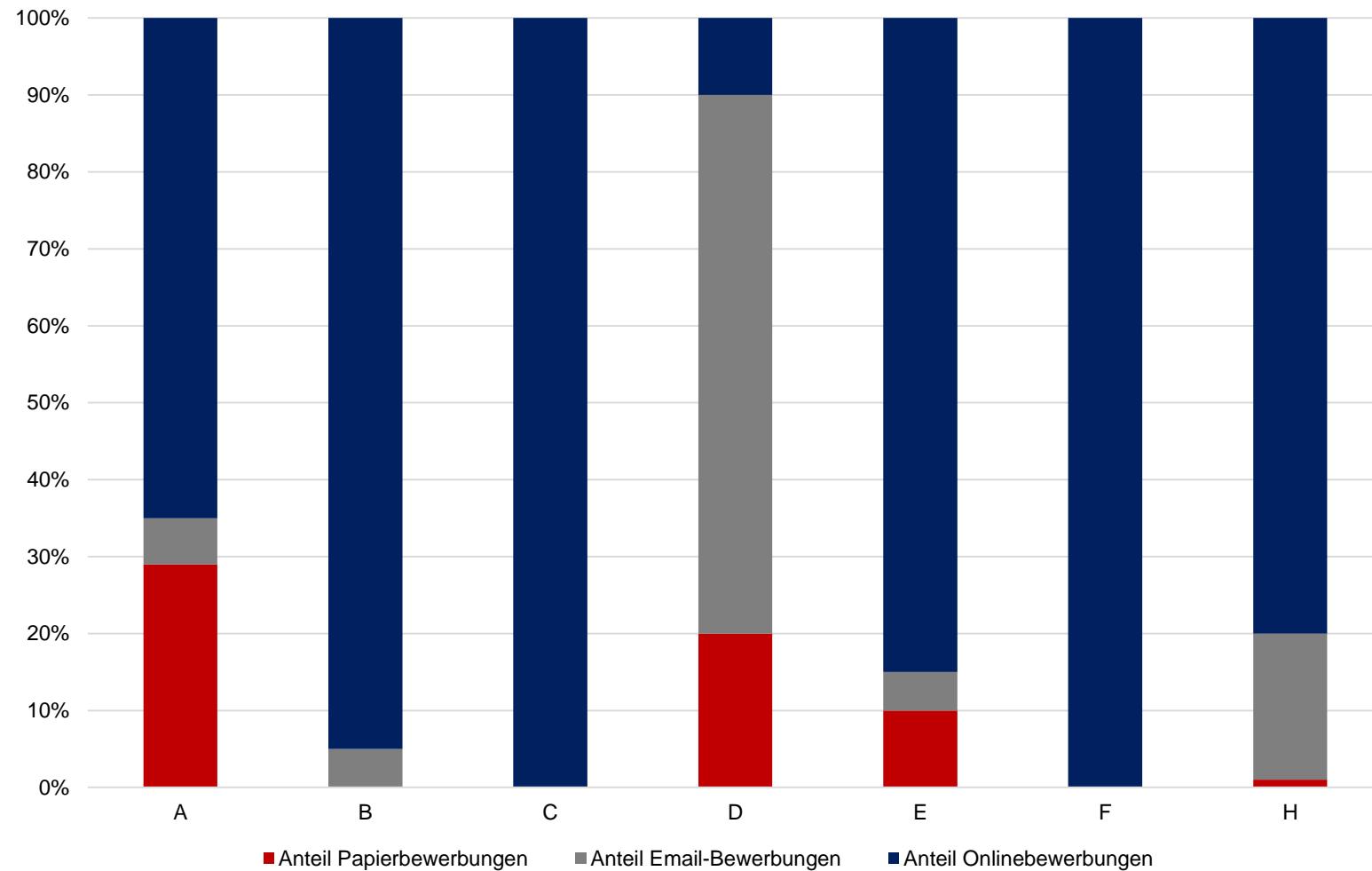
Thema: Mengen

Verteilung der Bewerbungen nach Bewerbungs-Kanal



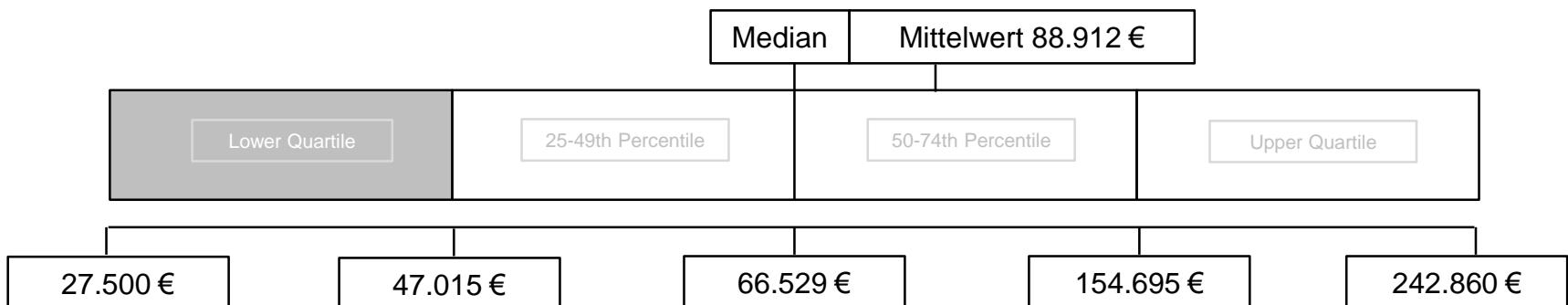
Thema: Mengen

Verteilung aller Einstellungen nach Bewerbungs-Kanal



Thema: Kosten Gesamtkosten pro VZK

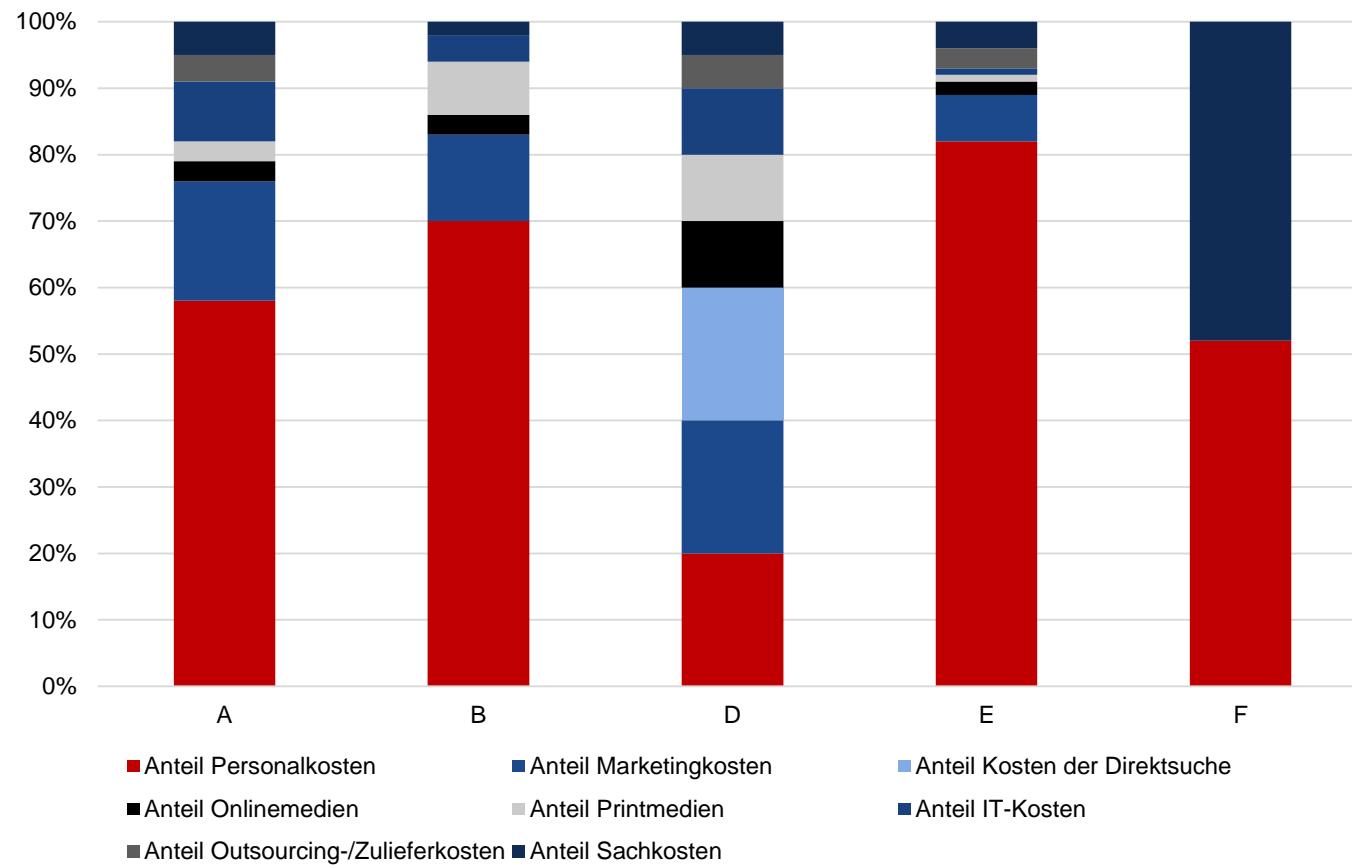
- ▶ Diese Kennzahl besitzt nur in Verbindung mit anderen Kennzahlen Steuerungsrelevanz. Ein hoher Outsourcinganteil kann beispielsweise diese Kennzahl sehr stark verzerrn.
- ▶ Der Median beträgt 66.529 Euro, der Mittelwert 88.912 Euro.
- ▶ Wie bereits in den Vorjahren ist die Bandbreite zwischen den befragten Unternehmungen sehr groß, was auf die Fülle an Einflussfaktoren zurückzuführen ist.



Thema: Kosten

Verteilung der Gesamtkosten entlang wesentlicher Kostenarten

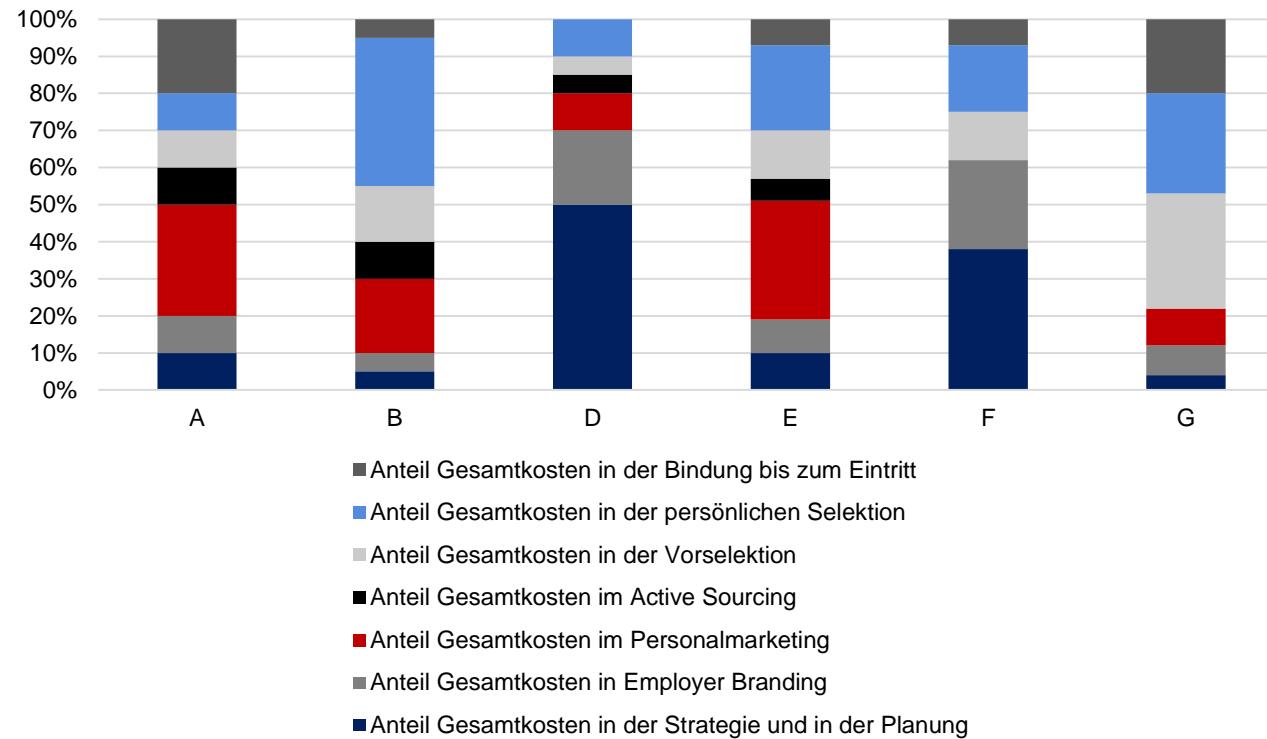
- Wie in den Vorjahren auch und wie speziell den Produktivitätskennzahlen zu entnehmen sind die eingesetzten VZK mehrheitlich die wesentlichen Kostentreiber.



Thema: Kosten

Verteilung der Gesamtkosten entlang wesentlicher Kostenarten

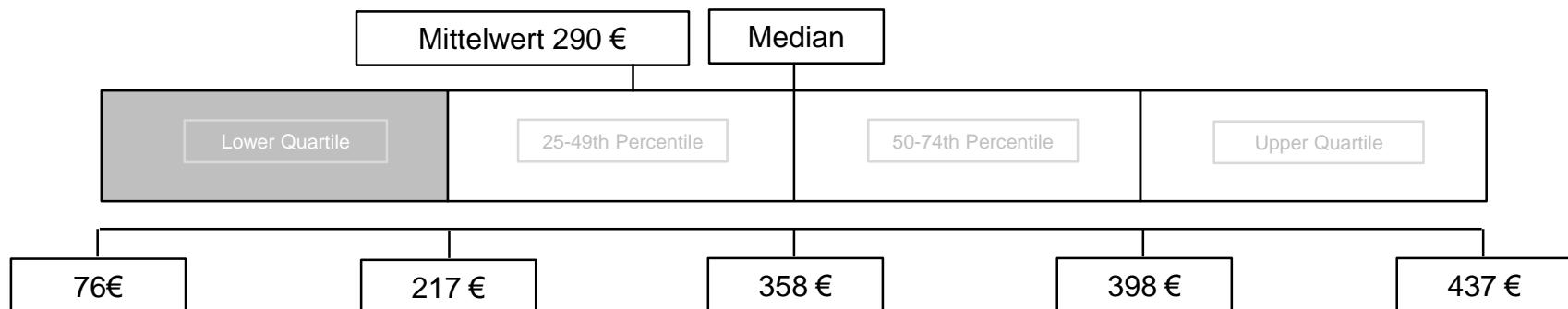
- ▶ Diese in im Jahr 2014 neu aufgenommene Auswertung nach Kostenarten ist eine zusätzliche Information, um Kostenstrukturanalysen möglichst detailliert zu erstellen und somit vorhandene Budgets bestmöglich zu nutzen.
- ▶ Hierdurch kann die Nachhaltigkeit der Berufsausbildung besser sichergestellt werden; d.h. diese weitestgehend von der aktuellen wirtschaftlichen Lage (des Unternehmens) zu entkoppeln.



Thema: Kosten

Gesamtkosten pro Bewerbung

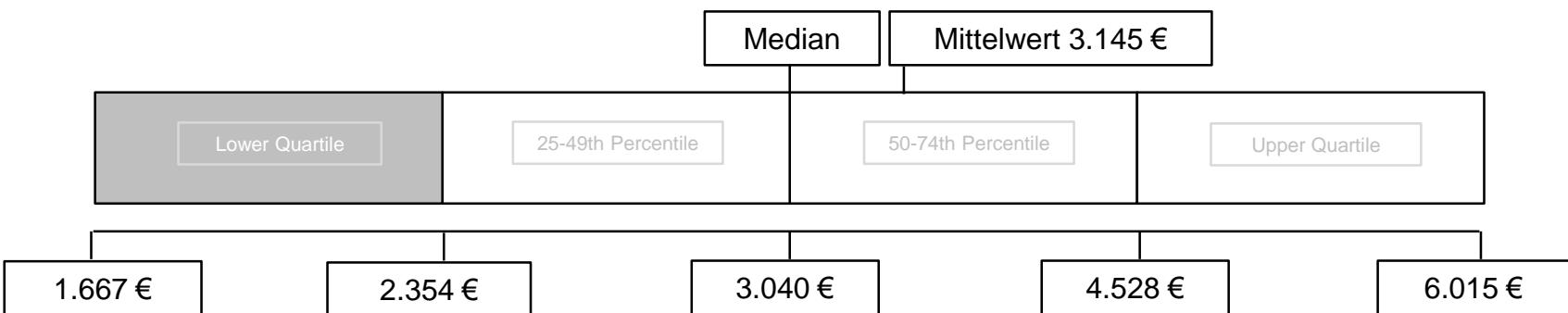
- Die Gesamtkosten pro Bewerbung stellen eine wichtige Kenngröße dar. Bei den befragten Unternehmen beträgt der Median 358 Euro, der Mittelwert 290 Euro.



Thema: Kosten

Gesamtkosten pro Einstellung

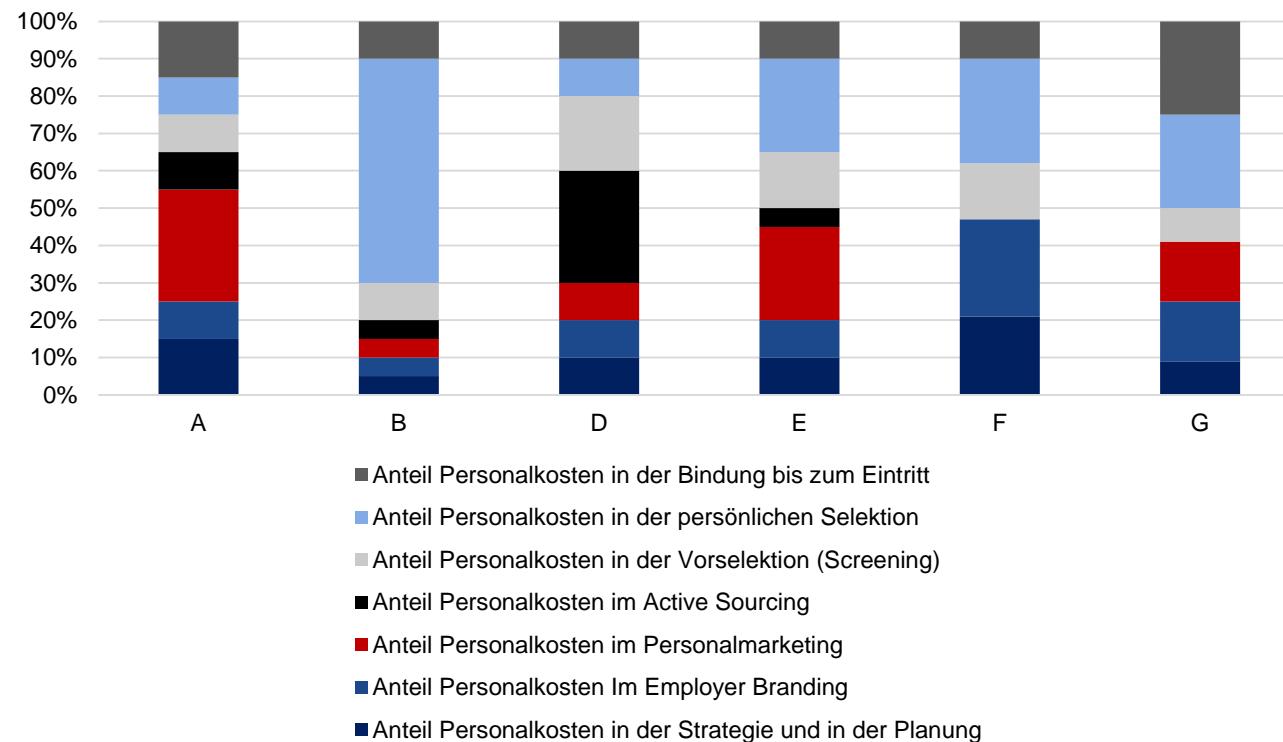
- Bei der Einstellung von Auszubildenden weist der Median einen Wert in Höhe von 3.040 Euro auf, der Mittelwert beträgt 3.145 Euro.



Thema: Kosten

Verteilung der Personalkosten nach Teilprozessen

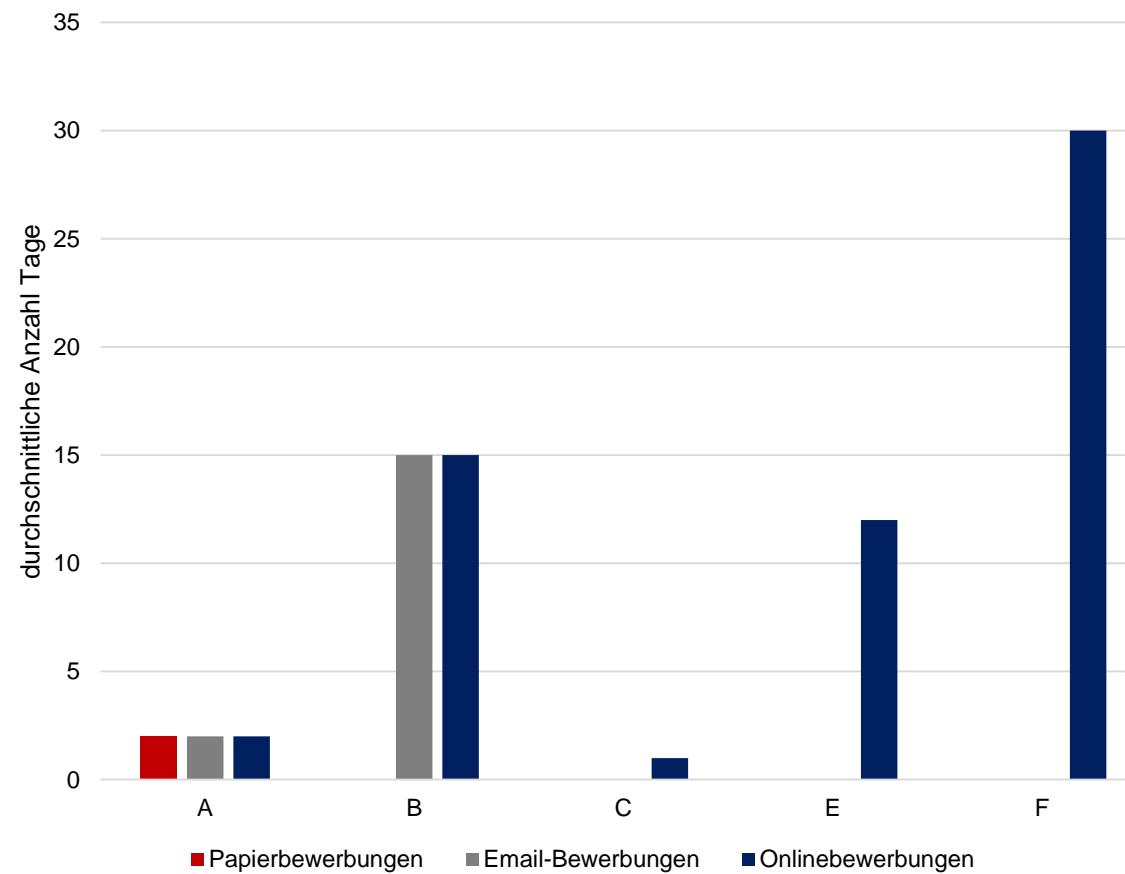
- Da die Personalintensität in der Berufsausbildung bei den befragten Unternehmungen vergleichsweise hoch ist gelten dieselben Aussagen, die bereits zum Thema „Verteilung der VZK entlang der Teilprozesse“ gemacht wurden.



Thema: Zeiten

Reaktionszeit für die verschiedenen Bewerbungskanäle

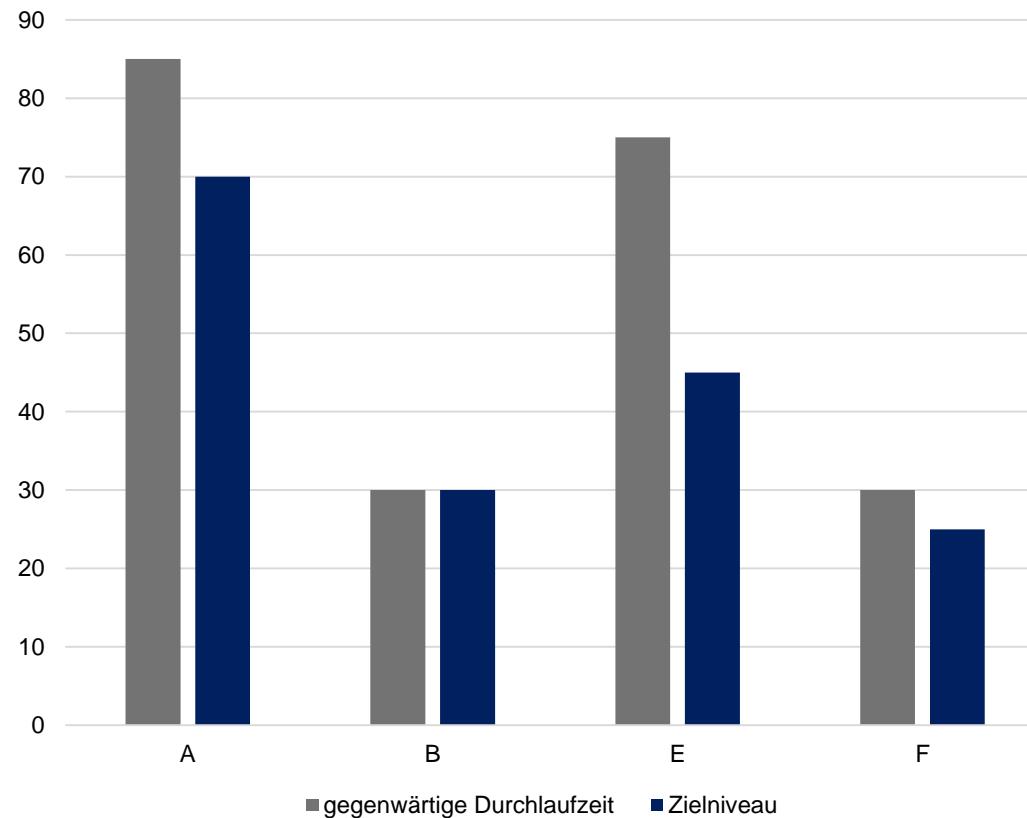
- Die durchschnittliche Reaktionszeit (Bewerbungseingang bis Abschluss der Vorselektion) liegt bei den befragten Unternehmen zwischen 2 und 30 Tagen.



Thema: Zeiten

Durchlaufzeit von Abschluss der Vorselektion bis zum Vertragsversand

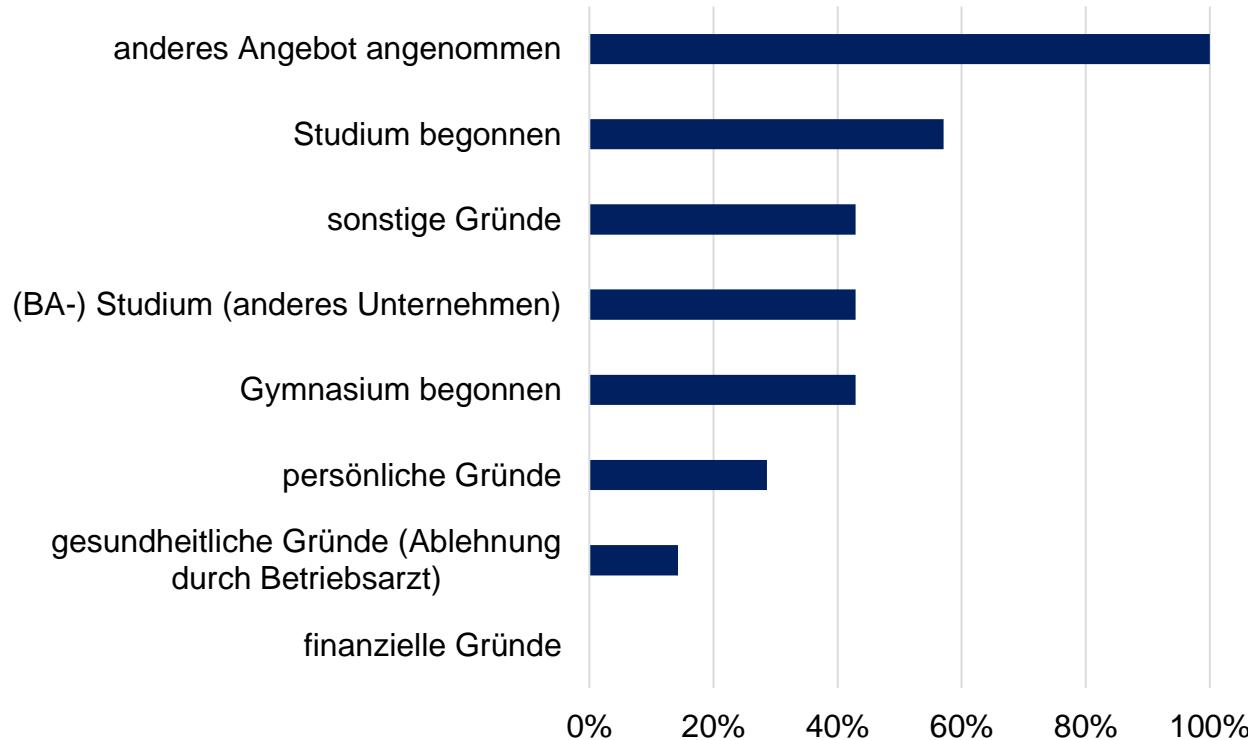
- ▶ Diese Durchlaufzeit liegt zwischen 30 und 85 Tagen, also bis zu 12 Wochen.
- ▶ Schnelle Durchlaufzeiten sind wichtig, um guten Bewerbern rechtzeitig Interesse zu signalisieren und sie dadurch zu binden.



Thema: Qualität und Risiko

Absagegründe für ein Ausbildungsplatzangebot

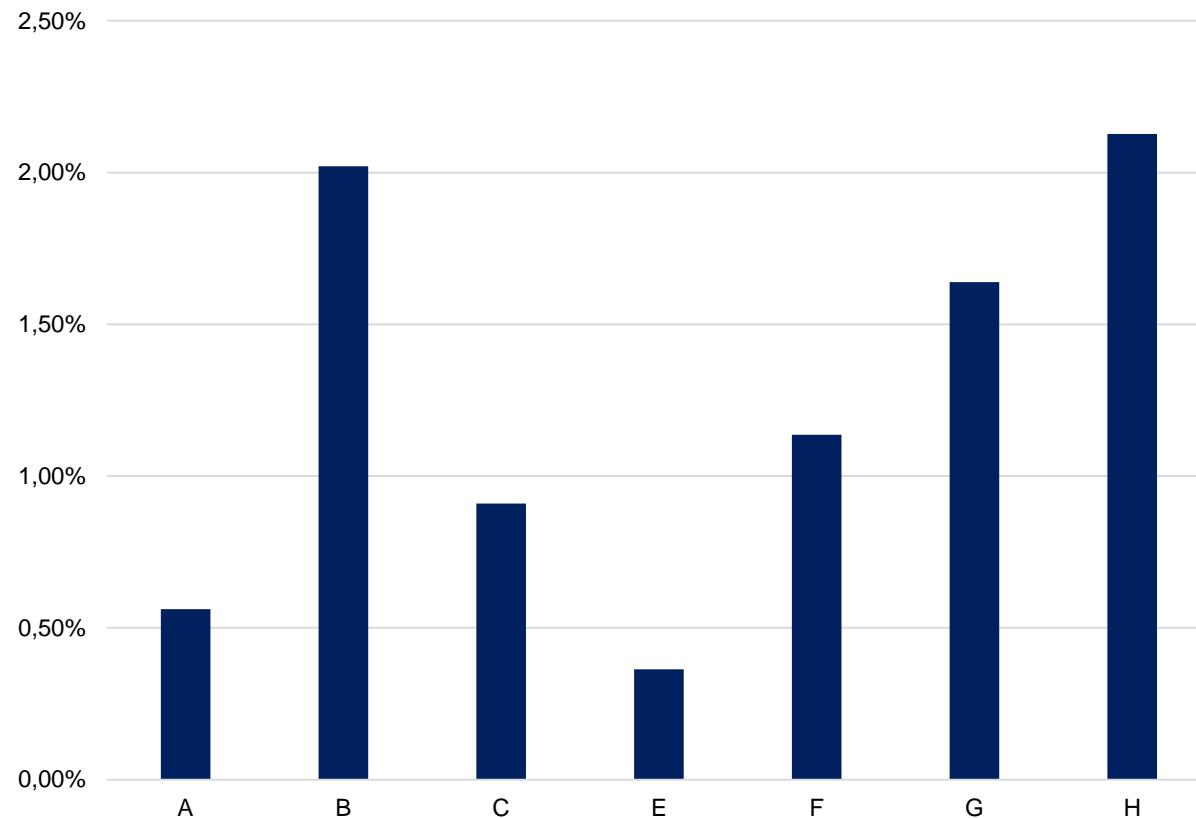
- ▶ Mit 100 Prozent ist ein „anderes Angebot angenommen“ nach wie vor der meistgenannte Absagegrund, gefolgt von „Studium begonnen“ und „sonstige Gründe“.
- ▶ Finanzielle Gründe spielen offensichtlich keine Rolle.



Thema: Qualität und Risiko

Ausbildungsabbrücher während der Probezeit

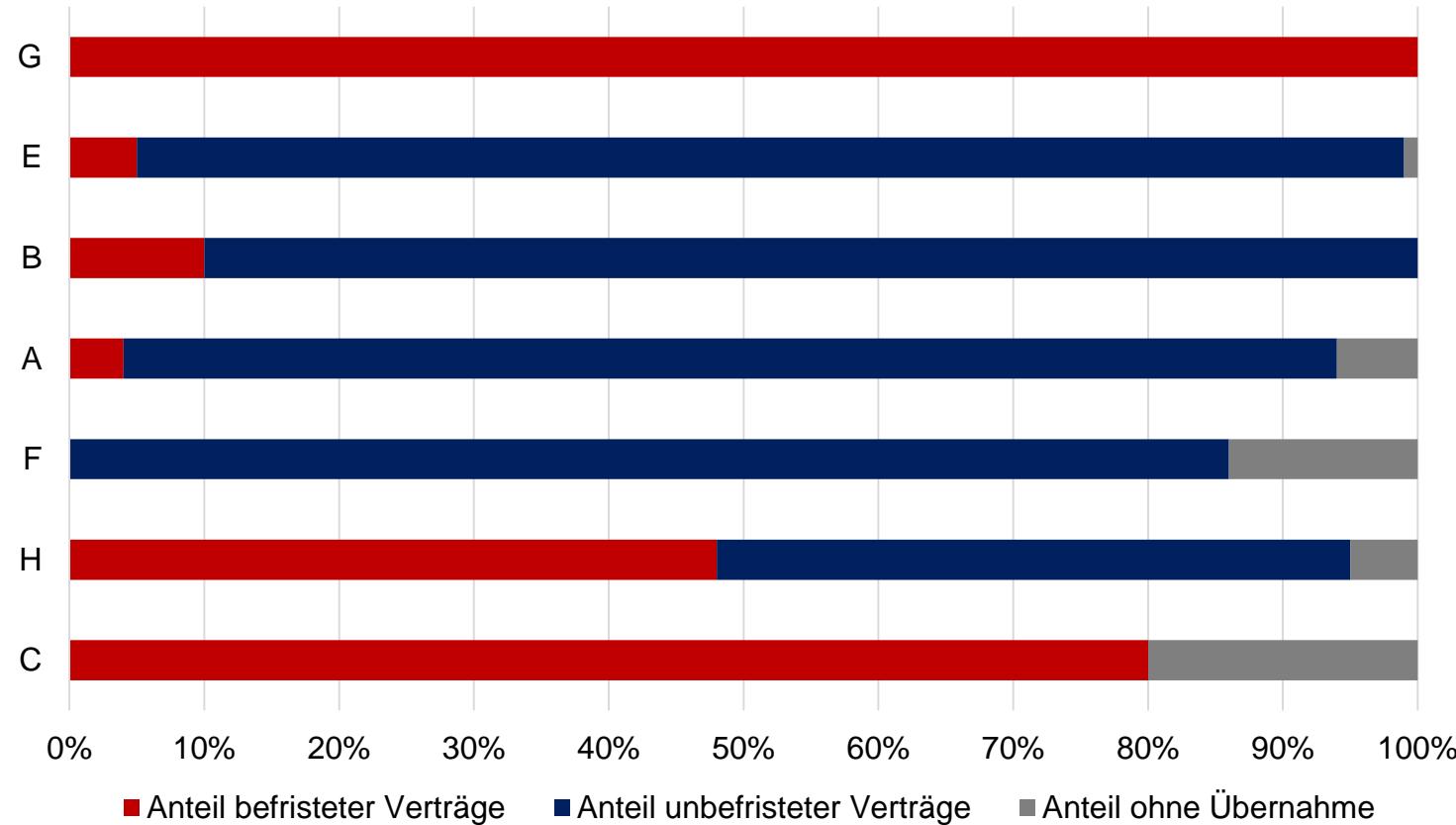
- Die Anzahl der Abbrecher während der Probezeit liegt bei den befragten Unternehmen zwischen 1 und 5 Auszubildenden absolut und prozentual zwischen 0,5% und 2,13%



Thema: Qualität und Risiko

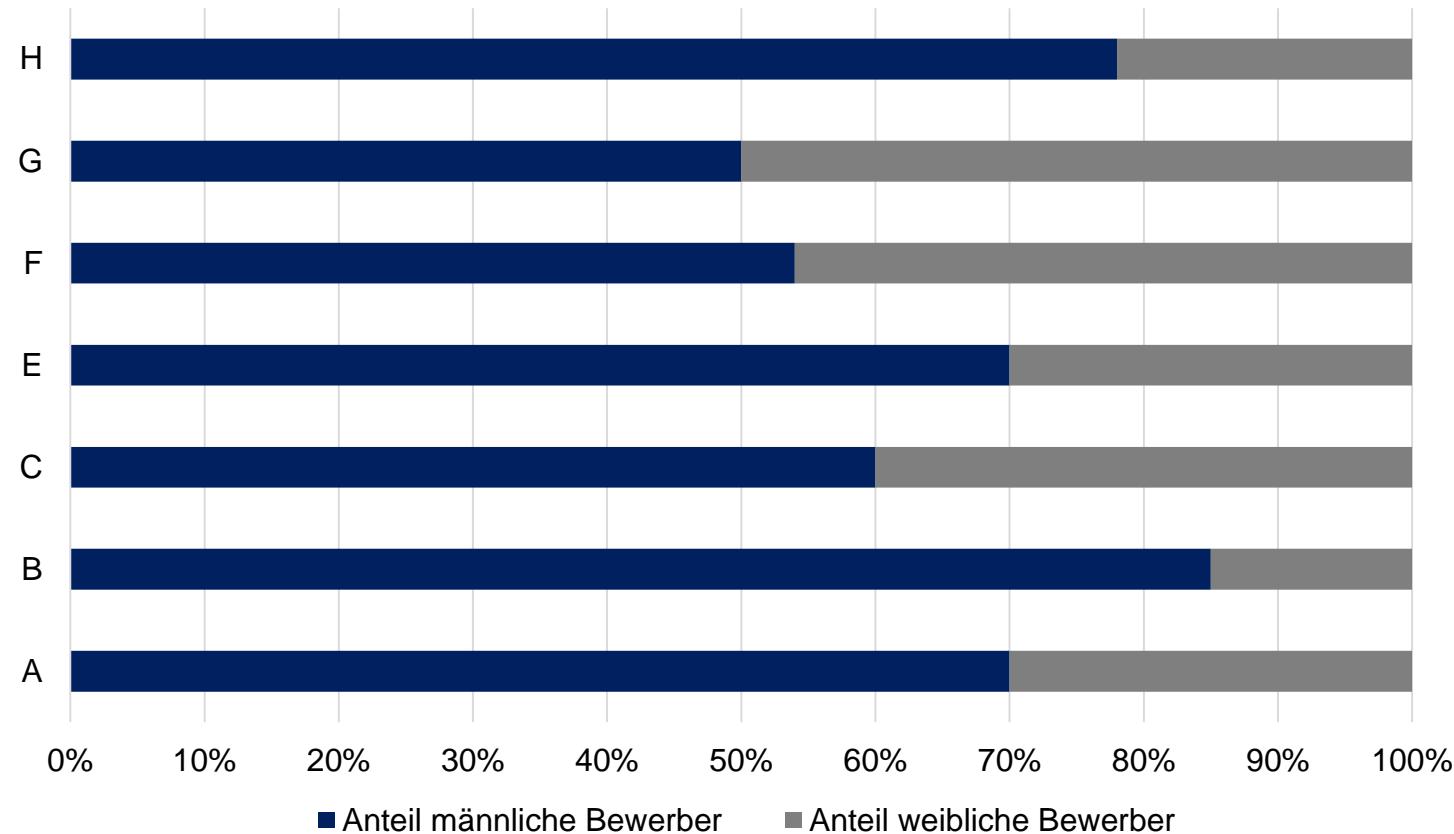
Anzahl übernommener Auszubildender nach Ausbildungsabschluss

- Von 100 Prozent mit befristetem Vertragsanteil bis 90 Prozent mit unbefristetem Vertragsanteil sind sehr unterschiedliche Anteile an befristeten und unbefristeten Übernahmen bei den befragten Unternehmen zu finden.

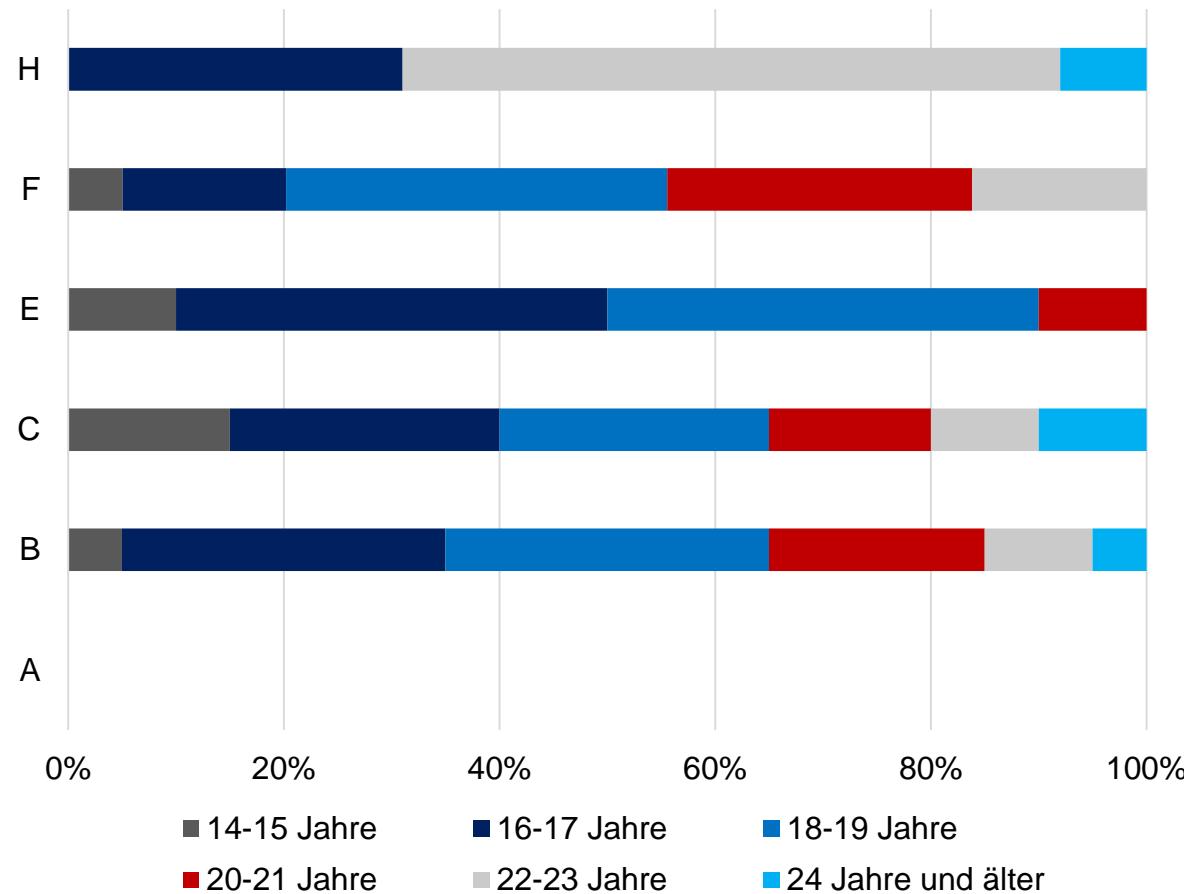


Thema: Grunddaten Geschlecht der Bewerber

- Über alle befragten Unternehmen hinweg gesehen fällt auf, dass der Anteil männlicher Bewerber leicht überwiegt.



Thema: Grunddaten Altersstruktur der Bewerber



Ihre Ansprechpartner

Herr Dr. Volker Mayer

Frau Christiane Mayer

<http://www.strimgroup.com>

<http://www.strimgroup.com/veranstaltungen/fachtagungen>

<http://www.strimgroup.com/veranstaltungsbefragungen>

<http://www.strimgroup.com/blog>

<http://www.strimgroup.com/kontakt>



STRIMgroup AG

Gütschstrasse 22

CH-8122 Binz (bei Zürich)

Telefon: +41 (0)43 366 05 58



STRIMacademy

Morgenröte 8a

D-68305 Mannheim

Telefon: +49 (0)621 4236 018

DR. VOLKER MAYER (ed.)

STRIMgroup

"Practical and sustainable vocational training is an important key for entrepreneurial and economic success. Learning from the best without neglecting diversity and differences. This book makes a significant contribution in this field. Congratulations, and I highly recommend the book."

Dr. Christian Abegglen, President of the St. Gallen Business School

"In the second machine age we need to make sure that experiential learning and tacit knowledge become better engrained in our education system. The "dual system" as lived in Germany, Switzerland and Austria, which entails vocational training for experience-based skills, will become an essential tool to counterbalance the job loss of tasks built on algorithmic knowledge. This book provides formidable insights into the opportunities and challenges of vocational training."

Prof. Dr. Antoinette Weibel, University of St. Gallen

"This is one of the most comprehensive books on vocational training. A must read for all those who want guidance on how to introduce, strengthen or modernize vocational training in order to help young people in the transition from school to work."

Jun.-Prof. Dr. Melanie Arntz, Centre for European Economic Research, Mannheim

"The dual vocational training system is without a doubt a German success model and guarantor for the strength of the German economy. It combines both practical learning within a company and theoretical learning at vocational school. This book describes the strengths of the model and encourages professionals in other countries to use it to their advantage. I hope the book and the users of the dual vocational training system in other countries are successful!"

Prof. Dr. Stephan Fischer, Pforzheim University of Applied Sciences

"The German vocational training system is and will remain a successful model despite the need for some adjustments. It combines processes of competency development within and beyond an occupational field. The result: Superbly educated professionals, who are masters of their trade and able to keep up with the developments in their field."

Prof. Dr. Sascha Armutat, University of Applied Sciences Bielefeld

DR. VOLKER MAYER (ed.)

STRIMgroup

**Spotlight on Vocational Training
Development of Personal Skills and Organizational Capabilities**

STRIMgroup

