

Präsentation beim 11. Hessenweiten OloV-Treffen

Betriebliche Strategien in der Nachwuchssicherung

**Ergebnisse aus der Studie zur Auswahlpraxis
hessischer Ausbildungsbetriebe (Projekt „SAHA“)**

am 27. August 2013

Nina Westermann (INBAS GmbH)

Inhalt der Präsentation

1. Was ist SAHA und wozu dient es?
2. Ergebnisse der Befragung
3. Schlussfolgerungen
4. Fragen und Diskussion

Was ist SAHA und wozu dient es?

- SAHA - Studie zur Auswahlpraxis hessischer Ausbildungsbetriebe
- Bestandsaufnahme der Auswahl- und Einstellpraxis
- Ansatzpunkte für Verbesserungen aufzeigen
- Fokus auf kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU)
- Partner: INBAS, Verein für Bildungsinnovation (VBI), IG Metall

Was ist SAHA und wozu dient es?

SAHA ist eine empirische Untersuchung bestehend aus:

- Onlinebefragung von hessischen Ausbildungsbetrieben der M+E-Wirtschaft
- Experteninterviews in ausgewählten Betrieben
- internen und externen Workshops zur Bewertung und Vertiefung der Erkenntnisse sowie zur Entwicklung von Empfehlungen

Ergebnisse der Onlinebefragung

Wen haben wir befragt?

- hessische Ausbildungsbetriebe der Metall- und Elektrobranche
- Maschinenbau, Elektrobereich, Automobilzulieferer, Sanitär/Heizung/Klima
- Betriebsangehörige, die an der Auswahl- und Einstellung von Auszubildenden beteiligt sind
- 40 Großbetriebe - 56 KMU

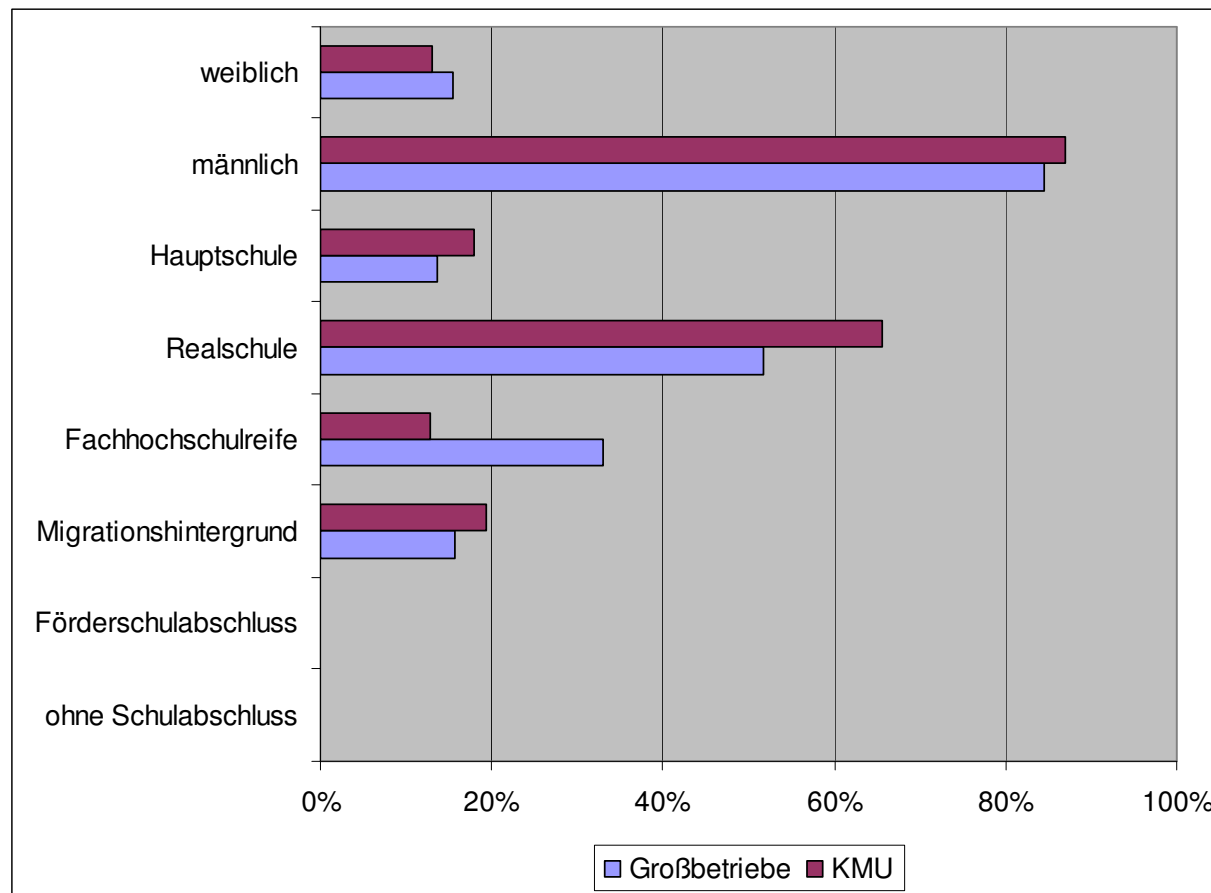
Ergebnisse der Onlinebefragung

Was haben wir gefragt?

- Ausgangslage der Betriebe
- Bewerbermarketing
- Auswahlgremium
- Auswahlkriterien und –verfahren für Auszubildende
- Einschätzung der zukünftigen Entwicklung

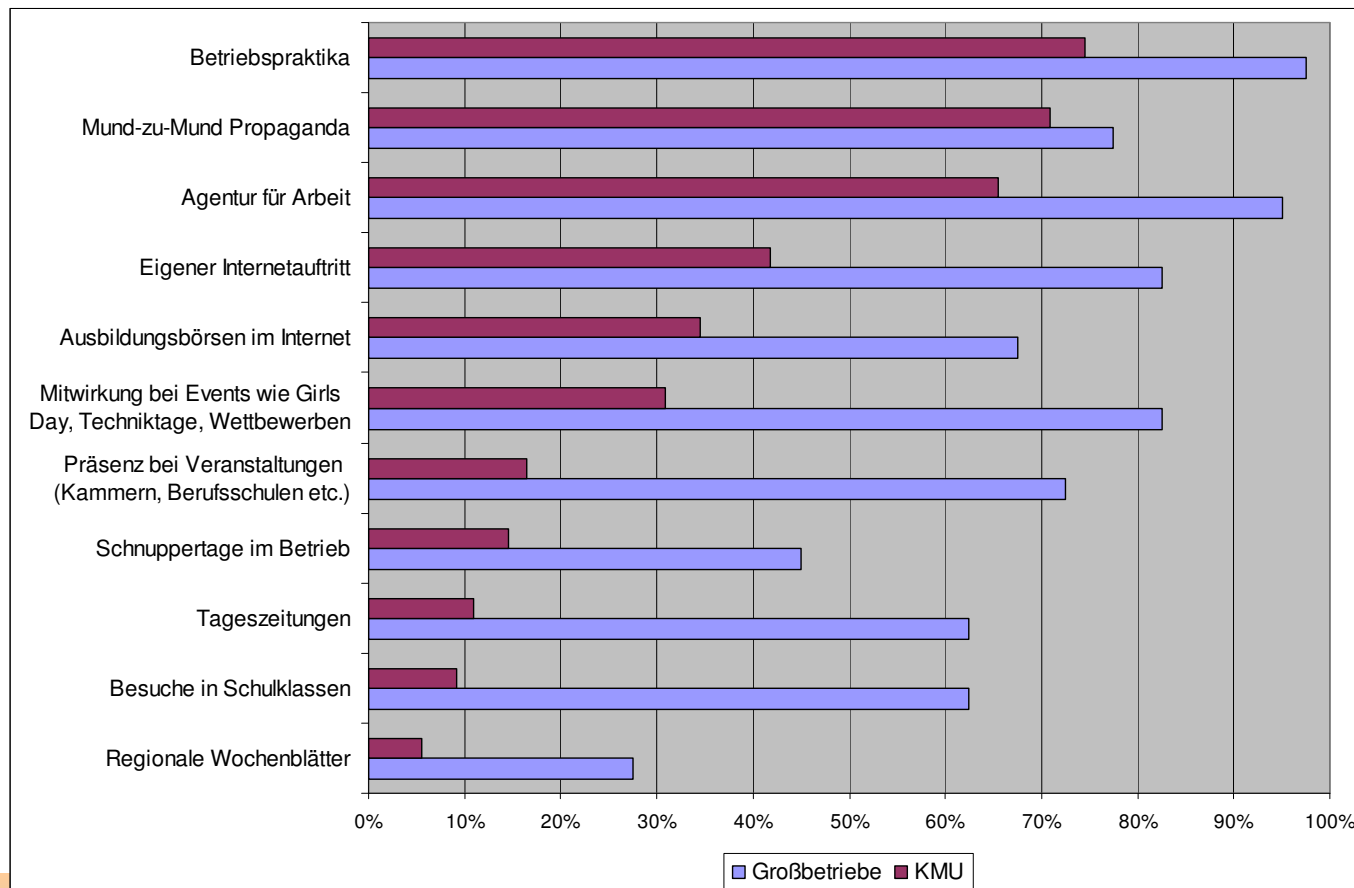
Ausgangslage der Betriebe

Wie viele Azubis beschäftigen Sie zurzeit (Vergleich Großbetriebe und KMU)?



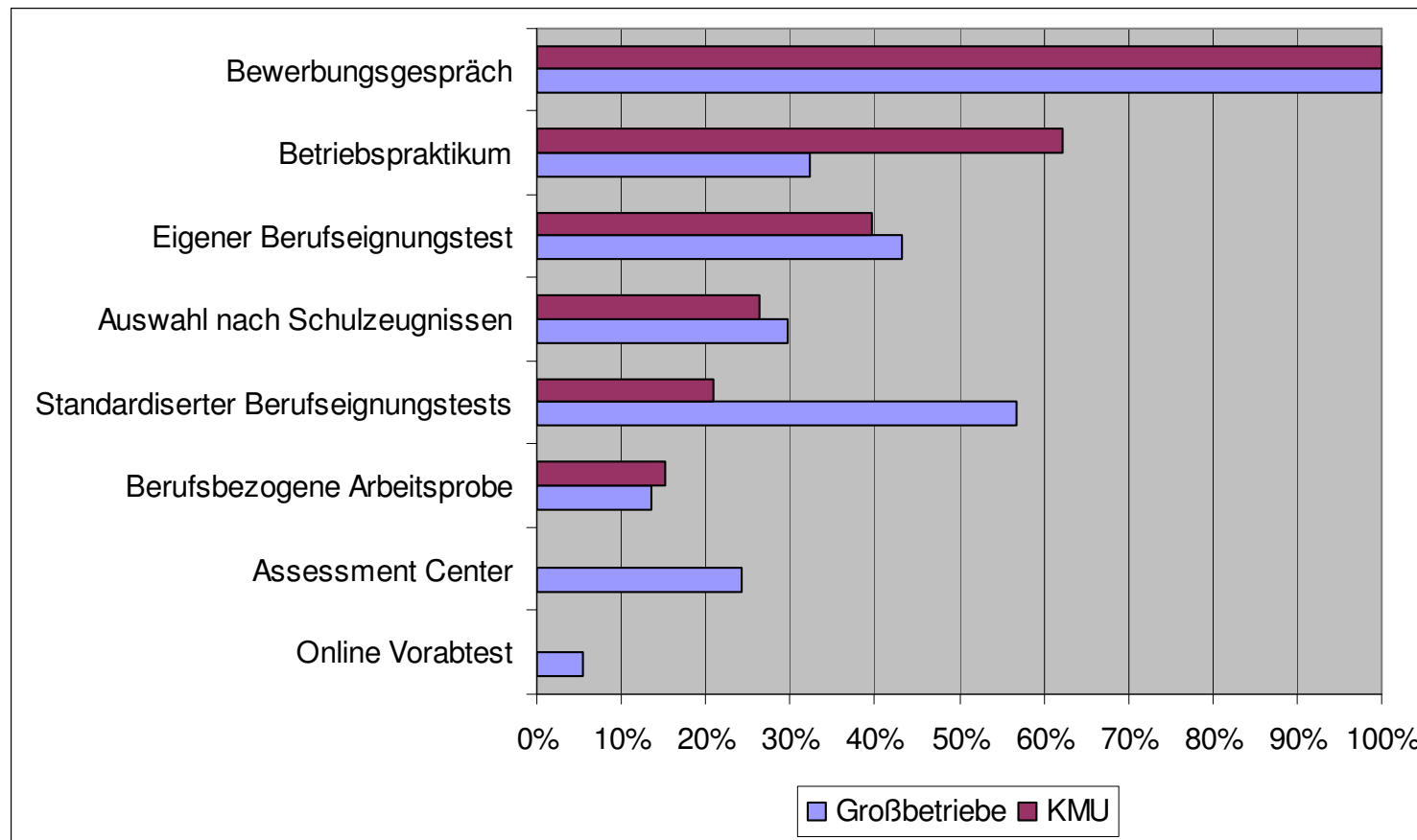
Bewerbermarketing

Auf welchen Wegen informiert Ihr Unternehmen über die von Ihnen angebotenen Ausbildungsgänge?



Auswahlverfahren

Welche Verfahren kommen bei der Auswahl von Bewerberinnen bzw. Bewerbern in Ihrem Unternehmen zum Einsatz?



Auswahlkriterien I

Welches sind die wichtigsten Kriterien im Auswahlprozess?

TOP 4 Kriterien

...bei der Sichtung der Bewerbungsunterlagen		...bei der letztendlichen Einstellung
Einzelnoten bestimmter Fächer	1	Leistungen während des Betriebspraktikums
Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen	2	Einzelnoten bestimmter Fächer
Form der Bewerbungsunterlagen	3	Ergebnis durchgeführter Tests
Schulabschluss	4	Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen

Auswahlkriterien 2

Bitte bewerten Sie die folgenden Auswahlkriterien nach ihrer Wichtigkeit
(1 = spielt keine Rolle bei der Auswahl bis 4 = sehr wichtig)

Persönlicher Eindruck im
Bewerbungsgespräch

Ergebnis
Einstellungstests

Einzelnoten
Form der Unterlagen
Inhalt der Unterlagen
Soziale Kompetenzen

Leistungen im Praktikum
Unentschuldigte Fehltage
Berufsbezogene Fachkenntnisse
Schulabschluss
Kopfnoten
Arbeitsproben

Notendurchschnitt
Schulform

Zusammenfassung der Ergebnisse

Marketingwege

- KMU nutzen deutlich weniger Marketingwege als Großbetriebe
- KMU suchen kaum den direkten Kontakt zu den Jugendlichen
- wenig Kooperation mit allgemeinbildenden Schulen, Schnuppertage im Betrieb, Girls Day etc.

Auswahlverfahren und –kriterien

- Vorauswahl findet vor allem aufgrund von Schulnoten bestimmter Fächer und des Gesamteindrucks der Bewerbungsunterlagen statt
- Motivationsschreiben spielt kaum eine Rolle
- sehr viele (auch kleine) Unternehmen vertrauen standardisierten bzw. eigenen Wissenstests
- unklare Aussagen zur Rolle von Betriebspraktika als Auswahlkriterium

Betriebsinterviews

Wen haben wir befragt?

- Betriebsangehörige die an der Auswahl- und Einstellung von Auszubildenden beteiligt sind
- Azubis
- insgesamt ca. 30 Interviews in 18 Betrieben

Zielsetzung:

- Vertiefung der Erkenntnisse aus der Onlinebefragung
- Motive für bisherige Auswahlkriterien finden
- Empfehlungen für Methoden, Werkzeuge, etc. für passgenauen Einstieg entwickeln

Betriebsinterviews

Kooperation mit Schulen

- vor allem im Rahmen von Schülerpraktika
- besonders kleine Betriebe gehen kaum aktiv auf Schulen zu
- Handwerk: Vorbehalte vor allem gegen Ausbildungsmessen etc. an Schulen

Ausbildungsmarketing im Internet

- Unternehmen zeigen Interesse an sozialen Netzwerken
- Potential wird gesehen bei der Selbstdarstellung, Präsentation des Ausbildungsberufs, der Branche, des Handwerks
- kein Unternehmen ist jedoch bereits aktiv geworden

Betriebsinterviews

Auswahlkriterien

- Wille bzw. Interesse am Berufsbild
- unentschuldigte Fehltage als KO-Kriterium
- Mathematik- und Deutschnoten

Auswahlverfahren

- Zeugnisse
- schriftliche Tests: Mathematik, Deutsch, Allgemeinwissen
- Probearbeiten

Strategische Empfehlungen für einen passgenauen Einstieg

1. Verbesserung des Ausbildungsmarketings

- Präsentation im Internet (eigene Webseite, soziale Netzwerke)
- Kooperation mit Schulen ausbauen

2. Differenzierte Auswahlverfahren

- Betriebspraktika als gezieltes Auswahlinstrument
- Kompetenzfeststellung vs. Wissensabfrage

3. Handlungskompetenz für Entscheider/innen

- Pädagogisches Selbstverständnis von Ausbilder/innen
- Vielfalt als Chance begreifen

4. Praxisnahe Umsetzung

- Maßnahmen zugeschnitten auf Betriebsgröße
- Anbindung an bestehende Strukturen (z.B. OloV)

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

westermann@inbas.com