

Rollentausch im Auszubildenden-Recruiting

Welche Betriebe durchsuchen gezielt Bewerberprofile?

Die klassische Rekrutierung von Auszubildenden, bei der Betriebe Ausbildungsstellen über verschiedene Medien anbieten und dann auf eingehende Bewerbungen warten, führt immer seltener zum Erfolg. Abhilfe verspricht ein umgekehrtes Vorgehen, bei dem Betriebe selbst Bewerberprofile in Online-Ausbildungsbörsen nach geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten durchsuchen. Der Beitrag beleuchtet, inwieweit dieses Vorgehen inzwischen zur betrieblichen Rekrutierungspraxis gehört.

Mangel an Ausbildungsplatzbewerbungen erfordert Neuerungen bei der Rekrutierung

Das Ausbildungsangebot ist veröffentlicht, sogar über unterschiedliche Kanäle, doch gehen kaum oder gar keine Bewerbungen ein. Mit dieser Erfahrung sieht sich ein größer werdender Kreis an Ausbildungsbetrieben konfrontiert (vgl. DIHK 2023), was – neben anderen Faktoren – die Anzahl unbesetzter Ausbildungsplätze (vgl. CHRIST u. a. 2023) weiter in die Höhe treibt.

Ratgeber empfehlen Betrieben immer öfter, das Rekrutierungsgeschehen umzudrehen; also nicht länger zu warten, bis sich ausbildungsinteressierte Jugendliche bei ihnen melden, sondern selbst auf Online-Plattformen in Bewerberprofilen nach geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten zu suchen.¹ Argumentiert wird, dass ein solches zum Active Sourcing und Reverse Recruiting gehörendes Vorgehen (vgl. Infokasten) in besonderer Weise den Erwartungen und Bedürfnissen der jungen Generation nach persönlicher Ansprache und Wertschätzung entgegenkomme und daher gute Erfolgchancen verspreche.²

Sind Betriebe zum Rollentausch bereit?

Lassen sich Ausbildungsbetriebe auf ein derart verändertes Rollenverhältnis bei der Suche nach zukünftigen Auszubildenden ein? Erste Antworten auf diese Frage werden nachfolgend anhand von Daten des BIBB-Betriebspanels zu Qualifizierung und Kompetenzentwicklung 2022 (kurz: BIBB-Qualifizierungspanel; vgl. Infokasten) gesucht. Untersucht wird, inwieweit die Suche in Bewerberprofilen, die in Online-Ausbildungsbörsen hinterlegt sind, bereits Eingang in die betriebliche Rekrutierungspraxis gefunden hat und ob sich Zusammenhänge zu betriebli-

chen Strukturmerkmalen finden. Die in der Abbildung dargestellten Ergebnisse verdeutlichen, dass die besondere Variante der direkten Rekrutierung durchaus Bestandteil der Praxis ist. Gut jeder fünfte Ausbildungsbetrieb, der für das Ausbildungsjahr 2021/2022 Ausbildungsplätze angeboten hat, gab an, zur Besetzung der Stellen (auch) selbst Bewerberprofile auf entsprechenden Ausbildungsbörsen im Internet nach passenden Kandidatinnen und Kandidaten durchsucht zu haben.

Zwischen Betrieben bestehen allerdings einige Unterschiede, inwieweit diese Umkehr im Auszubildenden-Recruiting vollzogen wurde. Das geht aus der nach Strukturmerkmalen differenzierten Betrachtung hervor (vgl. Abb.). Während rund jeder vierte Klein-, Mittel- und Großbetrieb Bewerberprofile nach potenziellen Auszubildenden durchsuchte, waren Kleinstbetriebe diesbezüglich etwas zurückhaltender. Von ihnen ist bislang noch nicht einmal jeder fünfte Betrieb diesen Schritt gegangen. Noch größer sind die Unterschiede zwischen Betrieben unterschiedlicher Branchen-

Active Sourcing und Reverse Recruiting

Active Sourcing und Reverse Recruiting sind vergleichsweise neue Rekrutierungstrends. Beim Active Sourcing schicken Betriebe vom Profil her geeignet erscheinenden jungen Menschen das Ausbildungsangebot zu. Sind diese interessiert, folgt der normale Bewerbungsprozess. Reverse Recruiting geht einen Schritt weiter. Hier bewerben sich die Betriebe als zukünftiger Ausbildungsbetrieb bei potenziellen Auszubildenden, bieten ihnen also direkt die Ausbildungsstelle an. Active Sourcing und Reverse Recruiting lassen sich damit auch als besondere Formen direkter Rekrutierungswege verstehen. Inzwischen bieten viele Online-Ausbildungsbörsen sowohl die Suche nach Ausbildungsstellen als auch die Suche nach potenziellen Auszubildenden an (z. B. www.azubis-im-profil.de, www.azubi-plus.de).



SABINE MOHR
Dr., wiss. Mitarbeiterin im
BIBB
mohr@bibb.de

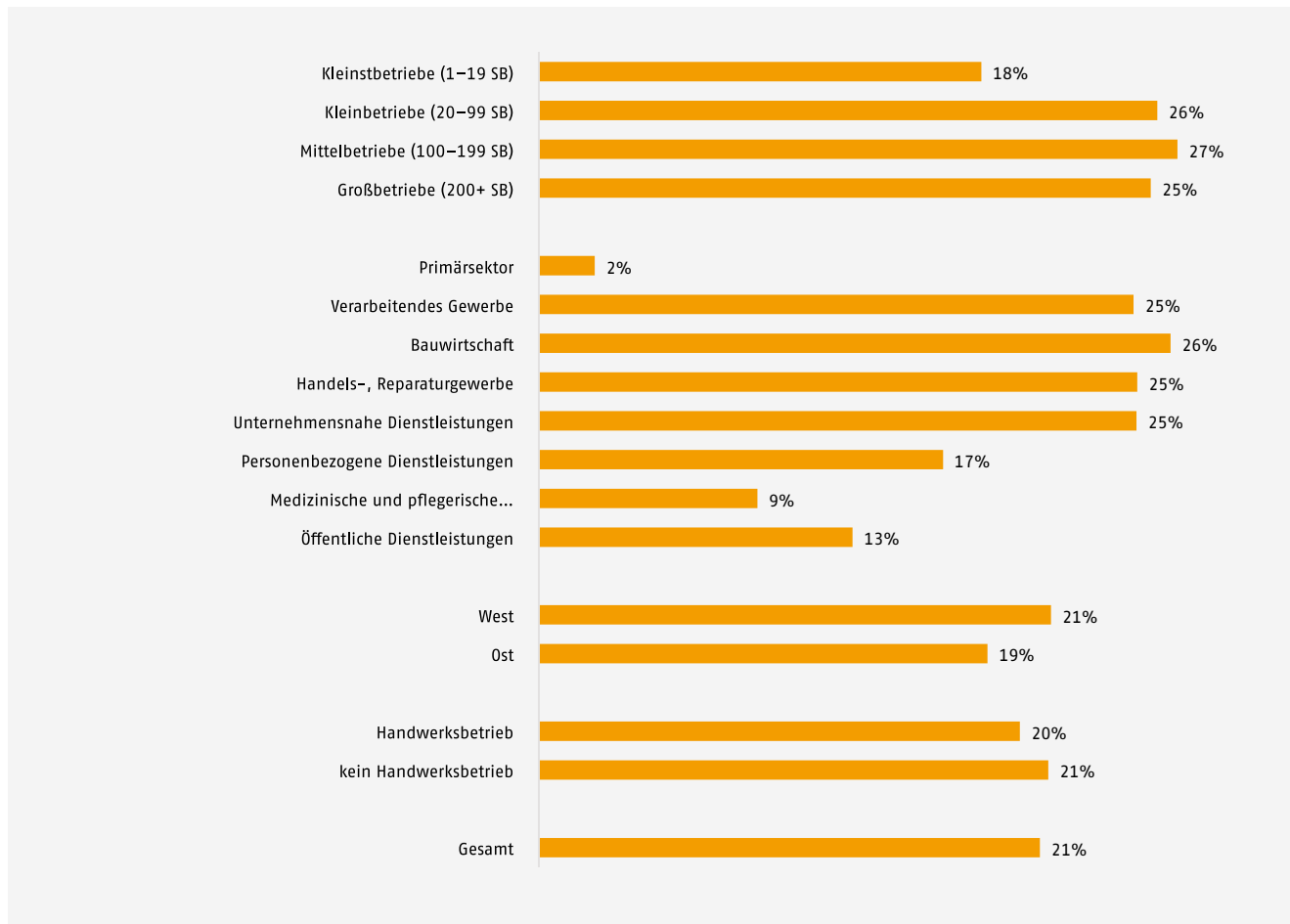
MARGIT EBBINGHAUS
Dr., wiss. Mitarbeiterin im BIBB
ebbinghaus@bibb.de

¹ Exemplarisch www.personalwirtschaft.de/wp-content/uploads/guides/recruiting-guide.pdf

² Vgl. Redaktion Personalwirtschaft: www.personalwirtschaft.de/news/recruiting/azubi-kandidaten-aktiv-ansprechen-102880/

Abbildung

Anteil der Ausbildungsbetriebe, die selbst Bewerberprofile nach potenziell geeigneten Auszubildenden durchsuchen



SB = sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Quelle: BIBB-Qualifizierungspanel 2022; gewichtete Daten, n = 1.681; nur Ausbildungsbetriebe mit Ausbildungsangeboten für 2021/2022

zugehörigkeit. Von den zum Primärsektor gehörenden Betrieben haben sich bislang kaum welche dem umgekehrten Vorgehen bei der Bewerbersuche zugewandt; im Schnitt nur ein Betrieb von fünfzig. Mit knapp einem Zehntel ist auch der Anteil der Betriebe im Bereich medizinische oder pflegerische Dienst-

leistungen vergleichsweise gering vertreten. Etwas öfter haben Betriebe, die öffentliche oder personenbezogene Dienstleistungen erbringen, diese noch recht innovative Option aufgegriffen. Am häufigsten jedoch machen sich Betriebe des verarbeitenden Gewerbes, der Bauwirtschaft, aus Handel und Re-

paratur sowie der unternehmensnahen Dienstleistungserbringung in Bewerberprofilen auf Online-Plattformen auf die Suche nach zukünftigen Auszubildenden. Bei jeweils einem Viertel dieser Betriebe ist das der Fall.

Das herkömmliche Vorgehen zur Rekrutierung wurde aber nicht ersetzt, sondern ergänzt. Denn kein einziger der befragten Ausbildungsbetriebe suchte *nur* in Bewerberprofilen, um neue Auszubildende zu gewinnen. Vielmehr wurden mindestens noch zwei andere herkömmliche Rekrutierungswege genutzt.³

BIBB-Qualifizierungspanel

Beim BIBB-Qualifizierungspanel handelt es sich um eine jährlich durchgeführte repräsentative Befragung von rund 4.000 Betrieben. In der Befragung 2022 wurden die in der Stichprobe enthaltenen Ausbildungsbetriebe mit Ausbildungsangeboten für das Ausbildungsjahr 2021/2022 u. a. danach gefragt, ob sie zur Besetzung dieser Angebote – neben der Nutzung anderer Rekrutierungswege (vgl. Ebbinghaus u. a. 2023) – auch selbst gezielt in Profilen, die ausbildungsinteressierte junge Menschen auf Ausbildungsplattformen hinterlegt haben, nach potenziellen Auszubildenden gesucht haben. Die Antworten von 1.681 Ausbildungsbetrieben auf diese Frage bilden die Grundlage der vorgestellten Befunde.

Mehr zum BIBB-Qualifizierungspanel ist zu erfahren unter www.bibb.de/qp

³ Der Befund bezieht sich auf die 15 insgesamt im BIBB-Qualifizierungspanel 2022 abgefragten Wege zur Rekrutierung zukünftiger Auszubildender. Damit kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Betriebe ggf. noch andere, nicht berücksichtigte Wege gehen.

Ein logistisches Regressionsmodell, in das neben den Strukturmerkmalen noch die Anzahl anderer genutzter Rekrutierungswege sowie zwei Merkmale zum Ausbildungsmarkt am Betriebsstandort als erklärende Größen eingegangen, bestätigt den Zusammenhang zwischen der Branchenzugehörigkeit und dem Rückgriff auf die von jungen Menschen auf Ausbildungsplattformen hinterlegten Bewerberprofile. Der sich deskriptiv andeutende Zusammenhang mit der Betriebsgröße konnte hingegen nicht abgesichert werden. Dafür zeigte sich allerdings, dass Betriebe sich umso eher der eigenen Suche in Bewerberprofilen zugewandt haben, je mehr Rekrutierungswege sie insgesamt für die Besetzung ihrer Ausbildungsstellen nutzen (vgl. electronic supplement).

Fazit

Vor dem Hintergrund nachlassender Nachfrage nach Ausbildungsstellen

und steigender Zahlen unbesetzter Ausbildungsplätze stellt sich die Frage, über welche Wege Betriebe ihr Ausbildungsangebot bewerben und wie sie bei der Suche nach geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern vorgehen. Wie die vorgestellten Ergebnisse zeigen, nutzt jeder fünfte Betrieb die gezielte Suche nach zukünftigen Auszubildenden in Bewerberprofilen auf Online-Ausbildungsbörsen. Vor allem Betriebe aus Branchen mit größeren Besetzungsproblemen begeben sich selbst häufiger in die Rolle des Bewerbers, indem sie herkömmliche Rekrutierungswege um die betriebsseitige Suche nach passenden Kandidatinnen und Kandidaten in Bewerberprofilen ergänzen. Inwieweit sich dieser spezielle Trend der direkten Auszubildendenrekrutierung weiter fortsetzen wird, bleibt abzuwarten und dürfte auch davon abhängen, inwieweit er sich als erfolgreich erweist. ◀



Logistische Regression zu betrieblichen Strukturmerkmalen und Rekrutierungswegen im electronic supplement:
www.bwp-zeitschrift.de/e12171

LITERATUR

CHRIST, A.; SCHUSS, E.; MILDE, B.; GRANATH, R.-O.: Die Entwicklung des Ausbildungsmarktes im Jahr 2022. Analysen auf Basis der BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge und der Ausbildungsmarktstatistik der Bundesagentur für Arbeit zum Stichtag 30. September. Fassung vom 17.01.2023. Bonn 2023. URL: www.bibb.de/dokumente/pdf/ab11_beitrag_ausbildungsmarkt-2022.pdf

DIHK – DEUTSCHER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERTAG (Hrsg.): Ausbildung 2023. Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung. Berlin 2023. URL: www.dihk.de/de/themen-und-positionen/fachkraefte/aus-und-weiterbildung/ausbildung/ausbildungsumfrage-23

EBBINGHAUS, M.; GERHARDS, CH.; HEYER, PH.; MOHR, S.: Viel hilft viel?! – Welche Wege Betriebe nutzen, um Ausbildungsplatzbewerber/-innen zu finden und wie erfolgreich sie damit sind. BIBB Report 3/2023. URL: www.bibb.de/dienst/publikationen/de/19359

(Alle Links: Stand 17.01.2024)

Anzeige

Wie finden Ausbildungsbetriebe geeignete Ausbildungsplatzbewerber/-innen?



Auf dem Ausbildungsmarkt wird es für Betriebe zunehmend eng. Die Anzahl ausbildungssuchender Jugendlicher ist seit Jahren rückläufig, was es für mehr und mehr Betriebe zu einer Herausforderung werden lässt, die angebotenen Ausbildungsplätze zu besetzen. Das wirft die Frage auf, wie Betriebe vorgehen, um Ausbildungsplatzbewerber/-innen zu gewinnen. Zur Beantwortung dieser Frage nimmt der BIBB Report die von Betrieben genutzten Rekrutierungswege in den Blick. Es zeigt sich, dass sowohl die Anzahl als auch die Art genutzter Rekrutierungswege damit zusammenhängen, ob Betriebe viele Bewerbungen erhalten und alle Ausbildungsplätze besetzen können.

M. EBBINGHAUS, C. GERHARDS, P. HEYER, S. MOHR: Viel hilft viel?! – Welche Wege Betriebe nutzen, um Ausbildungsplatzbewerber/-innen zu finden und wie erfolgreich sie damit sind (BIBB Report 3/2023). Bonn 2023.

Kostenloser Download: www.bibb.de/dienst/publikationen/de/19359