

Editorial



Liebe Leserinnen und Leser,

zunächst wünsche ich Ihnen viel Gesundheit für das neue Jahr sowie private und berufliche Zufriedenheit. Ich hoffe, dass Sie gut in 2017 gestartet sind.

Zur ersten Ausgabe unserer AUBI-news heiße ich Sie herzlich willkommen. Mit dieser Kundenzeitung bieten wir Ihnen aktuelle Informationen zur betrieblichen Ausbildung.

Der Ausbildungsmarkt ist stark umkämpft: Akademisierung, Digitalisierung, Technisierung nehmen zu, die Ausbildungsreife vieler Jugendlicher ab. Wie Sie vor diesem Hintergrund dennoch geeignete Auszubildende gewinnen können, indem Sie beispielsweise auf ausgewählte Bewerbergruppen setzen, ist eines der Themen dieser Ausgabe.

Im „War for Talents“ stehen wir Ihnen tatkräftig und zuverlässig zur Seite. Seit 1997 unterstützen wir engagierte Ausbildungsbetriebe als Dienstleister für Recruiting, Zertifizierung und Qualifizierung. Unser Dienstleistungsgedanke besteht nicht nur auf dem Papier, sondern wird tagtäglich von unseren Mitarbeitern gelebt, wie die jüngste Jobbörsencheck-Studie 2016 zeigt.

Vielen Dank an alle Unternehmen, die uns bewertet und uns eine Weiterempfehlungsquote von 94 % beschert haben! Dies bekräftigt uns darin, dass wir den richtigen Weg gehen und gibt uns positiven Antrieb, weiterzumachen!

Und nun wünsche ich Ihnen viel Spaß bei der Lektüre! ■


Herzlichst Ihr Heiko Köstring
Geschäftsführer AUBI-plus GmbH

Vertrauenswürdigkeit – das Kapital eines guten Arbeitgebers



2



3

3 Gründe für Lehrlingsmangel – was Ausbildungsbetriebe tun können

Finanzielle Unterstützung – Tipps für Ihre Azubis



6



Foto: Pixabay



Azubi 4.0 – Ausbildung und ihre zukünftigen Herausforderungen

In unserer heutigen Welt ist der digitale und technische Fortschritt in allen Bereichen des Lebens spürbar. Unsere Kinder wachsen ganz selbstverständlich mit modernen Technologien auf, was ihnen zu Recht den Spitznamen „Digital Natives“ einbringt.

Unternehmen entwickeln immer leistungsfähigere und komplexere Systeme, Maschinen und Programme, mit denen der Mensch seine Arbeit (vermeintlich) einfacher und schneller verrichten kann. Diese Entwicklung macht auch vor der betrieblichen Ausbildung nicht halt: Welche Anforderungen stellt das digitale Zeitalter an ausbildende Unternehmen, Berufsschulen und an Jugendliche?

Dass die digitalen Medien längst in die Berufswelt eingezogen sind, lässt sich an vielen Beispielen erkennen. So auch bei Berufen, die z. B. mit dem klassischen Handwerk in Verbindung zu bringen sind. Einige Dachdecker beispielsweise arbeiten bereits mit Drohnen, die über

Baustellen und Gebäuden Bildaufnahmen und Videos machen, welche schnell und sofort am PC auszuwerten sind. Es müssen also nicht mehr zwangsläufig Leiter oder Gerüst bemüht werden, um sich einen Überblick zu verschaffen. Der Umgang mit entsprechenden Technologien wird in der Ausbildung zum Dachdecker immer wichtiger.

Ausbildungsordnungen müssen mit der Zeit gehen

Grundlage der Lehrpläne in den Berufsschulen sowie der Ausbildungspläne in den Lehrbetrieben sind die Ausbildungsordnungen, die regelmäßig vom Bundes-

institut für Berufsbildung (BiBB) auf den Prüfstand gestellt und bei Bedarf modernisiert werden. Neue Ausbildungsordnungen werden zunächst erprobt, bevor sie in Dauerrecht überführt werden. Dieser Prozess dauert seine Zeit, denn auch die Lehrer in den Berufsschulen sowie die Ausbilder in den Betrieben müssen neue Kompetenzen erwerben, um mit dem raschen Wandel der Technologie Schritt zu halten und ihre Schützlinge adäquat ausbilden zu können. Dazu kommt die Ausstattung mit dem entsprechenden Equipment, die in Berufsschulen und kleineren Betrieben häufig nicht gegeben ist. Deswegen hat es sich das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

auf die Fahne geschrieben, vor allem kleineren und mittelständischen Unternehmen zur Seite zu stehen und allgemein für das wirtschaftlich wichtige Thema empfindsam zu machen und zu unterstützen.

In vielen größeren Unternehmen ist das Equipment schon da

Die Nutzung neuer, digitaler Medien ist bei größeren Unternehmen bereits gut vorangeschritten, lassen sich diese doch in vielerlei Hinsicht gewinnbringend für das Unternehmen einsetzen. Produkte und Dienstleistungen werden über digitale Kanäle international vertrieben und von crossmedialen Marketingkampagnen begleitet. Geht ein Unternehmen mit den von ihm eingesetzten Medien mit der Zeit, kann das ein Signal von Modernität und Aktualität nach außen senden - nicht nur gegenüber Kunden, sondern auch gegen-

über Bewerbern. Die Ausbildung bzw. das Unternehmen gewinnt an Attraktivität für die Jugendlichen.

Digitale Medien lassen sich jedoch nicht nur zur Gewinnung von Kunden und Bewerbern einsetzen, sondern auch in der Aus- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter. Dennoch wird die Möglichkeit des digitalen Lernens in den meisten Unternehmen kaum ausgeschöpft. Den Betrieben ist die Anschaffung und Wartung der Endgeräte und der Software zu aufwendig und kostenintensiv. Darüber hinaus sehen viele eine negative Kosten-Nutzen-Bilanz bei der Entwicklung betriebsspezifischer Lernprogramme. Aber: Mittels e-Learning lassen sich mehrere Personen gleichzeitig erreichen. Das Lernen ist in den Arbeitsprozess integrierbar und flexibel gestaltbar. Darüber hinaus lassen sich per Video und Co. selbst abstraktere Inhalte gut veranschaulichen. Ganz ne-

benbei ist diese Art des Lernens für viele Jugendliche anziehend und kann den Ausschlag geben, für welchen Ausbildungsbetrieb sie sich entscheiden.

Zur Grundbildung gehört mehr als Lesen, Schreiben und Rechnen

Natürlich hängt der Lernerfolg auch von dem Azubi selbst bzw. von dessen Bereitschaft und Vorkenntnissen ab. Die generelle Handhabung digitaler Medien wird Jugendlichen zwar zugesprochen, jedoch scheint es bei der spezifischen Befähigung, die junge Menschen für einen Beruf mitbringen sollten, grundsätzlichen Nachholbedarf zu geben. In Zukunft werden andere Kompetenzen von jungen Menschen erwartet als es heute der Fall ist. So gewinnen Problemlösungs- und Prozesskompetenzen sowie IT-Kenntnisse und Medienkompetenzen immer mehr an Bedeutung.

Berufe im Wandel der Zeit

Durch aktuelle Bemühungen des BMBF und des BIBB soll das Bewusstsein für den „Azubi 4.0“ vorangetrieben und Unternehmen dazu animiert werden, sich mit der Thematik intensiver zu befassen. Gewissermaßen bevor aus der Thematik eine Problematik für das Unternehmen im Einzelnen und für die Wirtschaft im Gesamten zu werden droht. Der Einfluss der Digitalisierung auf die betriebliche Ausbildung ist bereits enorm und wird auch noch in Zukunft kontinuierlich an Bedeutung gewinnen. So analysiert eine gemeinsame Forschungsinitiative derzeit die aktuellen Anforderungen an einige Berufe, die die Digitalisierung mit sich bringt. Dies wird zwangsläufig zur Folge haben, dass etablierte Berufsbilder angepasst werden müssen und gegebenenfalls sogar ganz neue daraus hervorgehen werden. ■

Vertrauenswürdigkeit - das Kapital eines guten Arbeitgebers

Wenn es darum geht, einen geeigneten Arbeitsplatz zu finden, müssen sich Bewerber mit einer Vielzahl von Informationen auseinandersetzen. Auf Karriereseiten stoßen sie auf bunte Fotos; in den Stellenausschreibungen winken ihnen tolle Angebote, wie zum Beispiel Sonderleistungen und Aufstiegsperspektiven. Aber worauf kommt es wirklich an? Was wünschen sich angehende Auszubildende und Fachkräfte von ihrem Arbeitgeber? Vor allem Vertrauenswürdigkeit und Ehrlichkeit.

Ob eine Person oder eine Institution vertrauenswürdig ist, können wir meist erst dann beurteilen, wenn wir sie besser kennen. Bei dem Antritt einer Arbeitsstelle kaufen wir also in den meisten

Fällen die Katze im Sack. Anhand welcher Kriterien ist es möglich, bereits im Voraus einzuschätzen, ob die Versprechen eines Arbeitgebers Hand und Fuß haben? Juniorprofessorin für Orga-

nizational Behavior Dr. Anja Iseke, die sich mit dem Vertrauen in Organisationen beschäftigt, nennt zum Beispiel faire und transparente Auswahlverfahren und Investitionen in Mit-

arbeiter als Indizien für ein vertrauenswürdiges Unternehmen. Es geht darum, nach außen hin ein authentisches Bild zu vermitteln und sich bei Bewerbern bekannt zu machen.

Vielfalt als Chance in der Berufsausbildung

2. Deutsches Ausbildungsforum diskutiert Umgang mit heterogenen Auszubildendengruppen.



Das Deutsche Ausbildungsforum geht in die zweite Runde: Es findet vom 15. bis 16. März 2017 auf dem Gelände der Zeche Zollverein in Essen statt. Wie Gewinnung, Integration und berufliches Lernen von Auszubildenden individueller und besser gestaltet werden können, sind die zentralen Fragen des Praktikergipfels.

Die Auszubildenden von heute unterscheiden sich stark in Vorbildung, Sprachfertigkeit, sozio-kulturellem Hintergrund und Alter. Diese Heterogenität stellt Ausbilder vor große Herausforderungen, nicht nur im Umgang mit

den jungen Menschen, sondern auch bei der Integration und individuellen Förderung von Auszubildenden.

Wie Lösungen aussehen können, zeigen unter anderem Praxisbeispiele der High-tech-Unternehmen Trumpf und Phoenix Contact Deutschland. Volker Grigo, Leiter Talentmanagement bei thyssenkrupp Steel Europe, berichtet von seinen Erfahrungen bei der Integration von jungen Flüchtlingen.

Weitere Schwerpunktthemen sind die Attraktivität der dualen Ausbildung und die Bewerbergewinnung. Neben Vorträgen und Praxisberichten bietet die Veranstaltung verschiedene interaktive Angebote zum Mitmachen und dient als Plattform für die kollegiale Beratung unter Ausbildern. Abendlicher Höhepunkt des Forums ist die feierliche Auszeichnung der besten Ausbildungsbetriebe, die im Jahr 2016



mit dem Gütesiegel „BEST PLACE TO LEARN“ ausgezeichnet worden sind. Das Deutsche Ausbildungsforum richtet sich an Ausbildungs- und Personalverantwortliche, Ausbildungsbeauftragte sowie an Mitarbeiter aus dem Bereich Ausbildungs- und Personalmarketing. ■

■ Weiterführende Informationen und Anmeldung unter <https://www.bestplacetolearn.de/deutsches-ausbildungsforum/> Als persönliche Ansprechpartnerin steht Ihnen Frau Julia Ritzau unter 05744 5070-16 gerne zur Verfügung.

Imagewerbung - authentisch!

Mit falschen Informationen zu werben, kann zwar auf den ersten Blick unentdeckt bleiben, wird jedoch spätestens im Laufe der Zeit auffallen und zu einer hohen Absprungrate der Mitarbeiter führen. Bewertungsportale, wie zum Beispiel kununu, werden häufig herangezogen, wenn es darum geht, möglichst authentische Informationen über Arbeitgeber zu erhalten. Um den Bewertungsportalen einen Schritt voraus zu sein, können Arbeitgeber die Stimmen ihrer Mitarbeiter selbst publik machen, indem sie zum Beispiel Interviews auf ihrer Homepage einbinden, echte Fotos aus dem Unternehmen zeigen und Auszubildende auf Ausbildungsmessen zu Wort kommen lassen, um ihre Erfahrungen im Unternehmen mit zukünftigen Bewerbern zu teilen. Auch Siegel, die die Güte von Arbeitgebern und Ausbildungsbetrieben bescheinigen, sind eine Möglichkeit, in der Öffentlichkeit zu glänzen. Die Zertifizierungsverfahren laufen je nach Anbieter unterschiedlich ab. Eine Mitarbeiterbefragung von aktuellen und ehemaligen Azubis sowie Ausbildungsverantwortlichen ist beispielsweise Grundlage der Evaluation bei BEST PLACE TO LEARN, Deutschlands Gütesiegel für die betriebliche Ausbildung.

Mitarbeiter dauerhaft binden

Wenn das Vertrauen eines Bewerbers einmal gewonnen ist, geht es darum, es zu stabilisieren. In einer Befragung des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales im Jahr 2015 wurden die Sicherheit des Beschäftigungsverhältnisses, ein unbefristetes Arbeitsverhältnis und die Zusammenarbeit mit netten Kollegen als wichtigste Kriterien der Arbeitsqualität eingestuft. Zudem ergab sich eine besonders hohe positive Korrelation

(Korrelationskoeffizient 0,58) zwischen dem Faktor „Vertrauen und Gerechtigkeit“ und dem Faktor „Arbeitszufriedenheit“. Eine hohe negative Korrelation (Korrelationseffizient -0,41) wurde zwischen Vertrauen und Gerechtigkeit und der Aufgabe oder dem Wechsel der Arbeitsstelle verzeichnet. Kurz gesagt: Je mehr Vertrauen und Gerechtigkeit nach Einschätzung des Mitarbeiters in einem Unternehmen herrscht, desto zufriedener ist er. Je weniger Vertrauen und Gerechtigkeit, desto eher gibt er seinen Arbeitsplatz auf. Bei der Frage, ob die Beschäftigten den Informationen, die von der Führung kommen, vertrauen können, wurde ein Mittelwert von 73,7 (Höchstpunktzahl: 100) gemessen. Die Einschätzung, ob die Führung auf die gute Arbeit der Mitarbeiter vertraut, liegt bei 85,1. Auffällig ist, dass die gemessenen Werte in mittleren bis großen Betrieben fast 20 Punkte unter den Werten in sehr kleinen Betrieben liegen (69,6 zu 86,1 Punkten). Weitere Schwankungen treten bei unterschiedlichen Wochenarbeitszeiten und in verschiedenen Branchen auf. Der niedrigste Wert wurde in der Branche Kreditwirtschaft/ Werbung/ Medien gemessen.

Wie lassen sich diese Werte steigern, sprich wie können Arbeitgeber das Maß an Vertrauen und Gerechtigkeit im Betrieb erhöhen und aufrechterhalten? Angefangen bei der Stellenausschreibung sollten keine Ziele formuliert werden, die nicht oder nur sehr schwer zu erreichen sind. Vermögenswirksame Leistungen und geldwerte Vorteile wie zum Beispiel verbilligte Mitgliedschaften und Jobtickets für öffentliche Verkehrsmittel sind zwar „nice to have“, doch locken sie wirklich Mitarbeiter an? Arbeitgeber sollten sich stattdessen die Fragen stellen: Wann fand der letzte Betriebsausflug statt? Wie und wo plane ich die diesjährige Weihnachtsfeier? Nutze ich Feedbackmaßnahmen,

um die Arbeit meiner Mitarbeiter zu honorieren anstatt sie nur zu kontrollieren? Was genau meine ich, wenn ich von „Entwicklungsmöglichkeiten“ oder „Perspektiven“ in den Stellenausschreibungen spreche?

Besonderheit: Generation Z

Insbesondere der Generation Z, die sich nun auf den Arbeitsmarkt stürzt, sind Geld, Karriere und Statussymbole nicht mehr so wichtig. Stattdessen wünschen sich die Jugendlichen sinnvolle Aufgaben, regelmäßiges Feedback während der Ausbildung, eine Förderung ihrer Persönlichkeit, den Einklang von Berufs- und Privatleben und eine Übernahme-Perspektive nach der Ausbildung. Sie bevorzugen Struktur im Berufsalltag, zum Beispiel durch ein Modell mit festen Arbeitszeiten. Sie möchten einen festen Ansprechpartner im Betrieb haben, der ihnen „echte“ Aufgaben zuteilt. Die Chance auf Übernahme ist bereits ein Entscheidungsfaktor in der Wahl des Ausbildungsbetriebes. Unter individuellen Entwicklungsmöglichkeiten stellt sich die Generation Z nicht in erster Linie Aufstiegschancen vor, wie sie gerne in Ausschreibungen versprochen werden,

sondern die Möglichkeit, sich nach seinen persönlichen Fähigkeiten und Interessen weiterzubilden und eigene Ideen einzubringen, zum Beispiel in Form von Projektarbeiten oder Ideenwerkstätten im Betrieb. Ob jung oder alt, in der Ausbildung oder danach - Mitarbeiter wünschen sich einen Arbeitgeber, auf dessen Informationen sie sich verlassen können, sowohl vor ihrer Anstellung als auch im Berufsalltag. Ein gutes Gehalt ist ihnen nicht so wichtig wie der Zusammenhalt unter den Kollegen und ein guter Draht zur Geschäftsführung. Transparenz, Fairness und Vertrauen auf beiden Seiten sind die Geheimnisse und zugleich das Kapital eines guten Arbeitgebers. ■

■ Weiterführende Informationen unter <http://www.mawi-westfalen.de/interview-werte-in-der-wirtschaft/>
<http://www.bmas.de/DE/Service/Medien/Publikationen/Forschungsberichte/Forschungsberichte-Arbeitsmarkt/forschungsbericht-fb-456.html>



3 Gründe für Lehrlingsmangel – was Ausbildungsbetriebe tun können

Vor gerade einmal fünf Monaten hat vielerorts das neue Ausbildungsjahr begonnen. Doch nicht in allen Betrieben: Laut der letzten Unternehmensumfrage des Deutschen Industrie- und Handelstages (DIHK) konnte nahezu ein Drittel der teilnehmenden Unternehmen seine freien Lehrstellen nicht vollzählig besetzen. Im Kampf um geeignete Kandidaten müssen Unternehmen tief in die Trickkiste greifen.

Aufgrund des demografischen Wandels gibt es weniger Schulabgänger. An vielen Schulen, insbesondere an Gymnasien, kommt die Berufsorientierung zu kurz. Viele Schulabgänger (und auch deren Eltern) ziehen ein Studium einer Berufsausbildung vor. Von einer akademischen Laufbahn versprechen sie sich eine bessere Karriere und ein höheres Einkommen als von einem Lehrberuf, was jedoch nicht zwangsläufig der Fall ist. Doch es gibt noch weitere Gründe, warum Lehrstellen unbesetzt bleiben.

1. Bewerber sind nicht geeignet

Viele Ausbildungsbetriebe klagen über mangelnde Ausbildungsreife bei den Jugendlichen. Die Kenntnisse in Deutsch, Mathe und anderen Schulfächern reich-

ten häufig nicht aus; auch Denkvormögen, körperliche Verfassung, soziale Fähigkeiten und Berufswahlreife wiesen bei vielen Kandidaten Schwächen auf.

Statt weiter nach den perfekten Bewerbern zu suchen und freie Ausbildungsplätze im Zweifelsfall unbesetzt zu lassen, gehen einige Betriebe bereits andere Wege und machen Abstriche bei ihren Anforderungsprofilen: Wurden sonst Bewerber mit Realschulabschluss bevorzugt, geben sie jetzt auch Hauptschülern eine Chance. Mit Nachhilfe in relevanten Schulfächern und der Begleitung durch Sozialpädagogen werden Defizite ausgebügelt. Für Betriebe, die kein eigenes Förderprogramm auf die Beine stellen können oder wollen, stehen Angebote der Agenturen für Arbeit wie die aus-



WANTED

Altenpfleger/in

Drogist/in

Erzieher/in

Tischler/in

Verkäufer/in

Mechatroniker/in

bildungsbegleitenden Hilfen (abH) und die Assistierte Ausbildung (AsA) zur Verfügung.

2. Azubis treten nicht an

Es gibt mehr freie Lehrstellen als Schulabgänger. Diese Verschiebung des Ausbildungsmarktes hin zu einem Bewerbermarkt nutzen viele Jugendliche aus und schließen gleich mehrere Ausbildungsverträge ab. Erst auf den letzten Drücker entscheiden sie sich für oder gegen eine Stelle und die betroffenen Lehrbetriebe haben kaum eine Chance, die nicht angetretenen Ausbildungsplätze nachzubesetzen. Mit geeigneten Bindungselementen können Personaler die Zeit zwischen Vertragsabschluss und Ausbildungsbeginn gestalten und so beeinflussen, dass sich der Bewerber für den eigenen Ausbildungsbetrieb entscheidet. Möglichkeiten dazu gibt es viele: Eine Betriebsbesichtigung für die zukünftigen Azubis und ihre Eltern, Anprobe und Aushändigung von Arbeitskleidung wie

beispielsweise Sicherheitsschuhe, ein Kennenlern-Nachmittag für die neuen und alten Azubis und Mentoren, ein (elektronischer) Gruß zu Weihnachten oder zum Geburtstag und vieles mehr.

3. Ausbildungsbetriebe bekommen erst gar keine Bewerbungen

Besonders betroffen von Besetzungsschwierigkeiten sind kleine und mittlere Unternehmen, da ihre Ressourcen für das Azubi-Marketing häufig begrenzt sind und sie keine umfassenden Ausbildungs-Kampagnen fahren können wie große Konzerne. Doch mit ein wenig Kreativität gewinnen auch KMUs die Aufmerksamkeit der Jugendlichen. In vielen Regionen Deutschlands gibt es Ausbildungsoffensiven, in denen sich Schulen, Betriebe, Kammern, Wirtschaftsinitiativen und andere Organisationen miteinander vernetzen. Sie verfolgen das Ziel, die betriebliche Ausbildung in der Region attraktiver zu machen. Gerade in ländlichen

Regionen kann so einem Abwandern der jungen Menschen entgegengewirkt werden. Knapp 70 Ausbildungsoffensiven in allen möglichen Regionen Deutschlands und darüber hinaus hat AUBI-plus bereits ins Leben gerufen. Zu dem Netzwerk gehören u.a. über 2.000 lokale Partnerschulen, welche die AUBI-plus-Suchmaschine auf ihrer Schulwebsite eingebunden haben und/oder die zur Verfügung gestellten Medien zur Berufsorientierung im Unterricht nutzen. Auch Werbepartnerschaften und andere Schulveranstaltungen zählen zu dem Angebot von AUBI-plus. Durch diesen Kontakt zu den lokalen Schulen werden die freien Ausbildungsplätze der in der Region ansässigen Unternehmen direkt an die Abschlussklassen herangebracht. Eine weitere Möglichkeit, Schülerinnen und Schüler für den eigenen Ausbildungsbetrieb zu interessieren, ist das Angebot von Praktikumsplätzen und Ferienarbeiten. AUBI-plus unterstützt diese Maßnahmen der beruflichen Orientierung und bietet interessierten

Ausbildungsbetrieben die Möglichkeit, freie Praktikumsplätze kostenlos im Portal www.aubi-plus.de auszuschriften. Daneben können auch Zusatzleistungen der ausbildenden Unternehmen dazu beitragen, den „War for Talents“ für sich zu entscheiden. Eine Monatskarte für Bus und Bahn, Tankgutscheine, vergünstigtes Mittagessen in der Kantine, Mitgliedschaft im Fitnessstudio, zusätzliche Urlaubstage – das spricht sich herum und steigert die Attraktivität als Arbeitgeber. Ein weiteres – wenn nicht sogar das wichtigste – Kriterium bei der Entscheidung für oder gegen einen Betrieb ist jedoch die Ausbildungsqualität an sich. Die heutige Generation Z will gleichermaßen gefördert und gefordert werden. ■

■ Weitere Informationen unter <http://www.dihk.de/themenfelder/aus-und-weiterbildung/ausbildung/ausbildungspolitik/umfragen-und-prognosen/dihk-ausbildungsumfrage>

Teilzeitausbildung – Eine gute Alternative für Ihren Betrieb

Neue Nachwuchskräfte zu finden wird für viele Ausbildungsbetriebe immer schwieriger. Trotzdem weichen nur wenige Unternehmen von ihrem etablierten Ausbildungsprogramm ab. Dabei bietet gerade das flexiblere Ausbildungsmodell, die Ausbildung in Teilzeit, viele Vorteile für Unternehmen, die Schwierigkeiten bei der Besetzung ihrer Lehrstellen haben.

In Kombination mit dem passenden Auszubildendenmarketing lassen sich durch das Angebot einer Teilzeitausbildung auch bei allgemeiner Bewerberknappheit geeignete Kandidaten gewinnen.

Wieso eine Teilzeitausbildung?

Eine Teilzeitausbildung hat nicht nur für die Auszubildenden Vorteile, sondern bietet auch dem Unternehmen neue Chancen. Gerade in der heutigen Zeit, in der es schwer ist, qualifizierte Nachwuchskräfte zu finden, ist die Teilzeitausbildung eine gute Möglichkeit, um motivierte und verantwortungsbewusste junge Menschen anzusprechen, denen es aus den unterschiedlichsten Gründen nicht möglich ist, eine Ausbildung in Vollzeit zu absolvieren. Neben dem Gewinn von dankbaren Auszubildenden, die für eine längere Zeit an das Unternehmen gebunden werden, bedeutet das Angebot einer Ausbildung in Teilzeit auch eine enorme Steigerung des Images nach außen, denn eine Flexibilisierung für den Arbeitnehmer bedeutet ein hohes Maß an

Familienfreundlichkeit und Vereinbarkeit der Ausbildung mit persönlichen Belangen.

Für wen bietet sich eine Ausbildung in Teilzeit an?

Eine Teilzeitausbildung ist für verschiedene Personengruppen interessant. Insbesondere junge Mütter oder Väter werden von diesem Angebot angesprochen, um neben der Betreuung ihrer Kinder trotzdem den für das Arbeitsleben dringend erforderlichen Ausbildungsabschluss zu erlangen. Auch junge Menschen, die sich um einen pflegebedürftigen Angehörigen kümmern müssen, können von der Teilzeitausbildung profitieren. Zudem bietet sich das Modell für erkrankte Personen oder Personen mit Behinderung an, die eine Ausbildung in Vollzeit körperlich nicht schaffen.

Wie funktioniert eine Teilzeitausbildung?

Bei einer Teilzeitausbildung wird in Absprache zwischen Betrieb und Azubi die tägliche oder wöchentliche Arbeitszeit



Insbesondere für junge Mütter ist eine Teilzeitausbildung eine gute Möglichkeit, neben der Erziehungsaufgabe einen Berufsabschluss zu erlangen.

Foto: Pixabay

herabgesetzt. In der Regel liegt diese dann zwischen 20 und 35 Stunden in der Woche, inklusive Berufsschulunterricht. Eine Ausbildung in Teilzeit muss nicht direkt eine Verlängerung der Ausbildungszeit mit sich bringen. Liegt die wöchentliche Ausbildungszeit über 25 Stunden, kann die Ausbildung in der regulären Dauer absolviert werden, solange das Ausbildungsziel erreicht wird. Liegt sie darunter, muss sie ggf. um ein halbes oder ein ganzes Jahr verlängert werden. Weitere Gründe für eine Verlängerung sind beispielsweise Krankheit oder Behinderung des Azubis sowie schwe-

re Mängel in der Ausbildung. Das Ziel einer Verlängerung ist immer, den Auszubildenden doch noch zu einem erfolgreichen Abschluss zu führen. Den Antrag auf Verlängerung muss der Azubi selbst bei der zuständigen Kammer stellen. Das Angebot einer Teilzeitausbildung sollte für Personaler also eine Überlegung wert sein. Gerade in Zeiten von Azubi-Mangel kann es durchaus eine Lösung sein, auf ausgewählte Bewerbergruppen wie beispielsweise junge Mütter zu setzen und diese mit Hilfe von Rekrutierungsstrategien gezielt anzusprechen. ■

Azubi-Marketing: 3 Tipps für die Zeit zwischen Vertragsabschluss und Ausbildungsbeginn

Mit den Halbjahreszeugnissen im Januar beginnt in vielen Ausbildungsbetrieben die Bewerbungsphase für das Ausbildungsjahr 2017/18. Bewerbungen werden gesichtet, Vorstellungsgespräche mit den zukünftigen Auszubildenden geführt und Einstellungstests durchgeführt. Lesen Sie hier, wie Sie Azubi-Marketing nutzen können, um Ihre zukünftigen Auszubildenden an den Betrieb zu binden.

Nach der Bewerbungsphase werden die Ausbildungsverträge von dem Ausbildungsbetrieb und dem zukünftigen Auszubildenden unterschrieben. Durch geeignete Bindungselemente im Azubi-Marketing stellen Ausbilder sicher, dass die zukünftigen Auszubildenden auch zum Ausbildungsbeginn antreten.

Zwischen dem Vertragsabschluss und dem Ausbildungsbeginn vergehen oft mehrere Monate, die Sie als Ausbilder sinnvoll nutzen sollten. Die Bindung der zukünftigen Auszubildenden an Ihr Unternehmen beginnt bereits mit der Aushändigung des Ausbildungsvertrages, um einem vorzeitigen Ausbildungsabbruch vorzubeugen. Die Überbrückungsphase kann mithilfe verschiedener Bindungselemente durch Sie und Ihren Ausbildungsbetrieb gestaltet werden. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele, wie Sie die zukünftigen Auszubildenden vor dem Ausbildungsstart einbinden.

1. Bleiben Sie in Kontakt

In Zeiten der Digitalisierung nimmt die Kommunikation einen hohen Stellenwert ein. Dabei können Sie den Kontakt zum Auszubildenden durch Telefonate und E-Mails aufrechterhalten. Informieren Sie den Auszubildenden über Neuerungen im Ausbildungsbetrieb und laden Sie ihn zu Betriebsversammlungen ein, in denen zum Beispiel neue Produkte oder Dienstleistungen vorgestellt werden. Falls Sie im Unternehmen ein Intranet verwenden,

sollten Sie den Auszubildenden einen Zugang ermöglichen, um vor dem Ausbildungsstart bereits ein Gemeinschaftsgefühl bei dem Jugendlichen zu wecken.

2. Laden Sie zu Azubiveranstaltungen ein

Um die Integration der neuen Auszubildenden in den Ausbildungsbetrieb zu vereinfachen, bieten sich sogenannte Azubiveranstaltungen an. Alle Auszubildenden und deren Mentoren/Paten nehmen an einem gemeinsamen Treffen teil, das Sie durch unterschiedliche Aktivitäten gestalten können. Häufig werden verschiedene Parcours gewählt, in denen Aufgaben als Team gelöst werden müssen.

Sie zielen vor allem auf das gegenseitige Kennenlernen ab und stärken das Gemeinschaftsgefühl. Zudem können sich die Auszubildenden untereinander über die Ausbildungen und deren Inhalte austauschen.

3. Öffnen Sie Ihre Türen

Die letzte McDonalds-Ausbildungsstudie 2015 zeigt, dass heutige Jugendliche hohe Erwartungen an ihre zukünftigen beruflichen Tätigkeiten haben: Neben dem Spaßfaktor suchen sie einen sicheren Arbeitsplatz, ein gutes Betriebsklima und einen Beruf, der den eigenen Fähigkeiten und Neigungen entspricht. Bieten Sie Ihren Auszubildenden in spe Schnup-



Nutzen Sie die Zeit zwischen Vertragsabschluss und Ausbildungsbeginn, um neue Auszubildende an den Betrieb zu binden.

Foto: Pixabay

perage während der Ferien an, sodass sie einen realitätsnahen Einblick in den Ausbildungsalltag in Ihrem Haus erhalten. Aufkommende Fragen und Problemstellungen können Sie so vorab mit dem Jugendlichen klären und beheben. Des Weiteren bekommen Sie als Ausbilder bereits eine erste Einschätzung der fachlichen und sozialen Fähigkeiten des Auszubildenden.

Falls Sie in der Überbrückungsphase Aktionstage wie einen „Tag der offenen Tür“ anbieten, können Sie neben den Auszubildenden auch deren Eltern und weitere Interessenten in Ihr Unternehmen einladen. So haben auch die Eltern die Möglichkeit, den zukünftigen Arbeitsplatz ihres Kindes kennenzulernen.

Aus den beschriebenen Bindungselementen können Sie entweder alle für Ihr Azubi-Marketing verwenden oder auch nur einzelne Maßnahmen ergreifen. Entscheiden Sie selbst, welche Elemente mit Ihrer Philosophie übereinstimmen und zu einem zukünftigen Erfolg beitragen. Nutzen Sie die Zeit zwischen Vertragsabschluss und Ausbildungsbeginn, um neue Auszubildende an den Betrieb zu binden. ■

■ Weitere Informationen unter http://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/IfD/sonstige_pdfs/McDonald_s_Ausbildungsstudie_2015.pdf

Was tun bei Azubi-Mangel?

Schulabgänger sind knapp. Und diejenigen, die sich statt eines Studiums doch für eine Berufsausbildung entscheiden, sind vermeintlich nicht ausreichend qualifiziert genug. Unternehmen reagieren und setzen auf ausgewählte Bewerbergruppen.

Abitur mit guten Noten in Deutsch, Mathe und anderen relevanten Fächern, erste Einblicke in die Berufswelt durch Schülerpraktika oder Ferienarbeiten, Engagement im Sportverein oder der Kirchengemeinde - von solchen Bewerbern können Personaler nur träumen. Was tun, wenn die Bewerbung des Idealkandidaten ausbleibt? Die freie Stelle unbesetzt lassen? Auf mehr Glück im nächsten Ausbildungsjahr hoffen? Mit ein wenig Geschick können Personaler auch in Dürreperioden ihre freien Ausbildungsplätze besetzen.

Lernschwächere Bewerber zu loyalen Mitarbeitern aufbauen

Zunächst sollten Personaler ihr Anforderungsprofil auf den Prüfstand stellen. Muss es wirklich ein Realschulabschluss sein? Oder reicht auch ein Hauptschulabschluss? Welche Schulnoten sind zwingend notwendig? Manchmal liegt eine schlechte Note nicht an dem Fach an sich, sondern einfach daran, dass der Schüler ein Problem mit dem Lehrer hatte.



Viele Schulabgänger gelten als nicht ausbildungsreif

Bild: © Franz Pfluegl / Fotolia.com

Ausbilder, die Abstriche bei ihrem Anforderungsprofil machen und lernschwächeren Bewerbern eine Chance geben, ernten als Lohn loyale Mitarbeiter. Mit der Herausforderung, lernschwache Lehrlinge zu integrieren und zum Ausbildungsabschluss zu führen, stehen die Ausbildungsbetriebe zudem nicht alleine dar: Es gibt Hilfsangebote der Agenturen für Arbeit wie die ausbildungsbegleitenden Hilfen (abH) und die Assistierte Ausbildung (AsA).

Studienabbrecher sind motiviert und vorgebildet

Der Trend geht zu immer höheren Schulabschlüssen in Verbindung mit der anschließenden Aufnahme eines Studiums, so aktuelle Studien wie der Berufsbildungsbericht 2016. Seit 2013 nehmen sogar mehr Jugendliche ein Studium als eine Berufsausbildung auf. Doch nicht für jeden ist eine akademische Laufbahn die richtige Wahl: Regelmäßig brechen 28% der Bachelor-Studenten ihr Studium ab, wie das Deutsche Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW) ermittelt hat. Für Ausbildungsbe-

triebe sind Studienabbrecher interessante Kandidaten zur Besetzung ihrer freien Lehrstellen. Die Aussteiger haben für sich bereits erkannt, dass ein theorieelastiges Studium nichts für sie ist und suchen nun gezielt den Praxisbezug. Hochmotiviert starten sie in die Ausbildung. Abitur bzw. Fachhochschulreife sowie die erworbenen Kenntnisse aus dem Studium ermöglichen zudem in den meisten Fällen, die Ausbildung zu verkürzen. In Einzelfällen können mehrere Verkürzungsgründe so kombiniert werden, dass eine Regelbildungszeit von beispielsweise 3 Jahren auf 1,5 Jahre verkürzt werden kann.

In Branchen wie dem Handel gibt es bereits spezielle Abiturientenprogramme wie die Aus- bzw. Weiterbildung zum Handelsfachwirt. Auch das Programm JOBSTARTER plus des Bundesministeriums für Bildung und Forschung sowie Netzwerke aus Hochschulen, Betrieben, Wirtschaftsinitiativen, Industrie-, Handels- und Handwerkskammern leisten mit ihren regionalen Ausbildungsstellen einen wichtigen Beitrag, Studienabbrecher und Ausbildungsbetriebe zusammenzuführen. Die erste lokale Ausbil-

dungsoffensive von AUBI-plus wurde vor 10 Jahren in der Region Emsland gegründet; inzwischen ist die Zahl der Offensiven auf knapp 70 gestiegen.

Überlebenskünstler mit wertvollen Erfahrungen

Quereinsteiger haben meist schon die ein oder andere Station in ihrem Berufsleben durchlaufen. In ihren Lebensläufen finden sich Studiengänge und Berufsausbildungen mit oder ohne Abschluss, Nebenjobs und vieles mehr. Auf den ersten Blick ist es für Personalierer nicht gerade verlockend, solch einen sprunghaften Kandidaten einzustellen, besteht doch die Gefahr, dass er das Unternehmen schnell wieder verlässt. Doch der zweite Blick kann sich lohnen: Quereinsteiger bringen oft Kenntnisse und Fertigkeiten aus den unterschiedlichsten Bereichen mit. Im Vergleich zu jugendlichen Schulabgängern sind sie älter und damit meist auch reifer. Häufig sind sie dankbar, eine zweite (oder auch dritte) Chance zu bekommen, bei der sie sich beweisen können und entwickeln sich im Nachhinein zu loyalen Mitarbeitern.

Jungen Müttern finanzielle Unabhängigkeit geben

Mädchen, die noch in der Schulzeit schwanger werden, bleibt es oft verwehrt, im Anschluss einen Ausbildungsplatz zu finden. Dabei zeichnen sich junge Mütter durch gefragte Eigenschaften aus: Sie tragen die Verantwortung für ein Kind und sind daher zumeist reifer und verantwortungsbewusster als gleichaltrige Mädchen. Und wer es schafft, auch mit Kind seinen Schulabschluss zu machen, der muss einen starken Willen haben, belastbar sein und sich selbst gut organisieren können. Betriebe, die von diesen Eigenschaften profitieren wollen, können Bewerberinnen mit Kind eine Ausbildung in Teilzeit anbieten. Die wöchentliche Ausbildungszeit wird auf 20 bis 35 Stunden reduziert und der Ausbildungsplan entsprechend angepasst. Je nach Einzelfall kann die Ausbildungszeit um 6 oder 12 Monate verlängert werden. Der organisatorische Aufwand lohnt sich: Die Ausbildungsbetriebe gewinnen loyale Mitarbeiterinnen und steigern ganz nebenbei ihren Ruf als familienfreundliches Unternehmen. ■



TIPPS
für Ihre
Azubis

Finanzielle Unterstützung

Mit einer Ausbildung endlich das erste eigene Geld verdienen – das reizt die Jugendlichen, nach der Schule eine Lehre aufzunehmen. In vielen Fällen wird jedoch schnell klar: Die Ausbildungsvergütung reicht vorne und hinten nicht. An vielen Stellen gibt es jedoch finanzielle Unterstützung, um doch noch über die Runden zu kommen.

Wie viel ein Jugendlicher tatsächlich in der Ausbildung verdient, hängt zunächst einmal von dem erlernten Beruf ab. Angehende Immobilienkaufleute werden beispielsweise mit 805 € im ersten, 915 € im zweiten und 1.025 € im dritten Ausbildungsjahr vergütet. Dass die Ausbildungsvergütung von Jahr zu Jahr steigt, ist in § 17 Berufsbildungsgesetz (BBiG) geregelt. Anders sieht es bei schulischen Ausbildungen wie z. B. zum Physiotherapeuten aus: An den entsprechenden Berufsfachschulen wird ein Schulgeld erhoben. Hinzu kommen oftmals noch zusätzliche Kosten für Anmeldung, Lernmittel und Prüfungen. Lehrjahre sind keine Herrenjahre. Das gilt auch für den Geldbeutel. Bis ein Jugendlicher finanziell auf eigenen Beinen stehen kann, sind die Eltern unterhaltspflichtig, selbst wenn Sohn oder Tochter bereits volljährig sind. Um die Zeit der Ausbildung finanziell zu stemmen, haben Azubis und deren Eltern folgende Möglichkeiten:

Kindergeld auch für Volljährige

Zuerst sollten die Familien dafür sorgen, dass sie weiterhin Kindergeld beziehen. Dieses steht Familien bis zum 25. Lebensjahr ihres Kindes zu, sofern sich dieses in Erstausbildung oder -studium befindet. Unter bestimmten Voraussetzungen gibt es auch für eine Zweitausbildung bzw. -studium Kinder-

geld. Die 190 bis 221 €, je nachdem, ob es sich um das erste, zweite, dritte oder vierte Geschwisterkind in der Familie handelt, helfen vielen schon weiter! Wenn die Eltern aus Unwissenheit keinen Kindergeldantrag nach dem 18. Geburtstag gestellt haben, kann der Betrag bis zu 4 Jahre rückwirkend erstattet werden.

Berufsausbildungsbeihilfe (BAB)

Azubis, die während ihrer Ausbildung nicht mehr in ihrem Elternhaus wohnen, können Berufsausbildungsbeihilfe (BAB) beantragen. Der Betrag wird individuell berechnet und muss nicht zurückgezahlt werden. Die Hilfe gilt für Ausbildungen in einem anerkannten Ausbildungsberuf sowie für berufsvorbereitende Bildungsmaßnahmen. Sobald alle nötigen Papiere beisammen sind, sollte der Antrag gestellt werden, denn die Beihilfe wird erst ab dem Monat der Antragsstellung gezahlt, nicht jedoch rückwirkend. Bei Berufsausbildungen beträgt der Bewilligungszeitraum 18 Monate. Danach muss der Antrag erneut gestellt werden.

Fahrtkostenzuschuss vom Ausbildungsbetrieb

Zwischen Wohnort, Berufsschule und Ausbildungsbetrieb können schon die ein oder anderen Kilometer Fahrweg zusammenkommen. Gesetzlich dazu verpflich-

tet, diese Fahrtkosten zu übernehmen, sind die Ausbildungsbetriebe nicht. Doch nachfragen lohnt sich: Viele zahlen auf freiwilliger Basis einen Fahrtkostenzuschuss; in größeren Städten erhalten Mitarbeiter die sogenannten Jobtickets für den öffentlichen Nahverkehr zu vergünstigten Preisen. Auch hier gibt es Ausnahmen: Finden Teile der Ausbildung an einem anderen Ort als dem vertraglich vereinbarten Ausbildungsort statt, muss der Betrieb die Fahrtkosten dorthin erstatten. Beispiele sind Einsätze in einer anderen Filiale und die Teilnahme an auswärts stattfindenden Lehrgängen. Der schulische Teil der Ausbildung findet normalerweise an der zum Ausbildungsbetrieb nächst gelegenen Berufsschule statt. Schickt der Betrieb seine Azubis jedoch zu einer weiter entfernten Berufsschule, muss er für die Fahrtkosten aufkommen.

Schüler-BAföG

Jugendliche, die eine schulische Ausbildung absolvieren und auf finanzielle Hilfe angewiesen sind, können Schüler-BAföG beantragen. Diese Zahlung hängt von dem Einkommen der Eltern ab. Es kann also sein, dass man keine finanzielle Unterstützung bekommt, wenn das Einkommen der Eltern den zulässigen Höchstsatz überschreitet. Holt man einen Schulabschluss

nach und ist bereits volljährig oder kann eine abgeschlossene Berufsausbildung vorweisen, kann man unabhängig von den Eltern mit Schüler-BAföG gefördert werden.

Nebenjob

Reicht das Geld dann immer noch nicht aus, bleibt noch die Möglichkeit, einen Nebenjob aufzunehmen. Darüber muss der Arbeitgeber auf jeden Fall informiert werden. In einigen Fällen kann dieser den Nebenjob sogar verbieten, wenn beispielsweise bei der direkten Konkurrenz gejobbt wird oder die Ausbildungsleistungen unter der Nebentätigkeit leiden.

Bei der Suche nach einem Nebenjob sollten junge Erwachsene unbedingt das Arbeitszeitgesetz im Hinterkopf haben, denn dieses sieht eine wöchentliche Arbeitszeit von 48 Stunden vor (6 Arbeitstage à 8 Stunden). Wer also eine 40-Stunden-Woche von Montag bis Freitag hat, dem bleibt für einen Nebenjob in der

Regel nur der Samstag. An Urlaubstagen darf nicht gearbeitet werden, da Urlaub schließlich der persönlichen Erholung dienen soll. ■



Foto: Pixabay

Studienabbruch - Neuorientierung nach der Exmatrikulation

Wer sein Abitur gemacht hat, geht studieren. Das stimmt zwar nicht immer, allerdings ist es meist die Regel. Die Erwartungen an ein Studium sind groß - der Leistungsdruck und die finanzielle Last auch.

In Deutschland ist die Studienabbruchquote hoch, bei Bachelorstudenten liegt der Schnitt bei 28 %, das ist mehr als jeder vierte. Gründe dafür gibt es viele: Falsche Vorstellungen vom Studium, familiäre oder finanzielle Probleme, zu starker Leistungsdruck oder einfach die Erkenntnis, dass es nicht das ist, was man will, um nur ein paar zu nennen.

Zunächst besteht der vermeintliche „Makel“ im Lebenslauf. Aber welche Perspektiven haben junge Menschen nach einem Studienabbruch?

Erstmal gut nachdenken

Ein Studienabbruch sollte gut überlegt sein. Es lohnt sich, Beratungsangebote von der Hochschule in Anspruch zu nehmen und mit vertrauten Personen über sein Vorhaben zu sprechen. Falls es doch nur eine vorübergehende Phase ist, heißt es: Zähne zusammenbeißen und durchhalten. Wenn nicht, dann sollten die kommenden Schritte gut geplant sein, schließlich muss der Lebensunterhalt weiter abgesichert sein. Wichtig ist, dass Abbrecher ihre berufliche (Neu-)Orientierung ernst nehmen. Um neue Ansätze oder Impulse zu bekommen, kann z. B. ein Praktikum, Work & Travel im Ausland, Sprachreisen oder auch ein

freiwilliges soziales oder ökologisches Jahr gemacht werden.

Studieren ja, aber bitte das Richtige

Ein Studienabbruch muss nicht automatisch bedeuten, das Studentenleben an den Nagel zu hängen. Manchmal ist es einfach nicht das richtige Fach oder der richtige Ort. Ein Neuanfang mit anderem Lerninhalt und/oder an einer anderen Hochschule kann eine Option sein. Bisher erbrachte Leistungen sind dabei unter Umständen sogar anrechenbar.

Studieren gerne, aber bitte mit mehr Praxis

Wem von zu viel Theorie zwar der Kopf schwirrt und der Praxisbezug fehlt, wer aber dennoch gerne weiter studieren möchte, der kann Theorie und Praxis im Rahmen eines dualen Studiums kombinieren, an dessen Ende ein Bachelorabschluss winkt. Eine besondere Form des dualen Studiums ist das ausbildungsintegrierende duale Studium, bei dem der Absolvent zusätzlich zum akademischen Grad noch einen Berufsabschluss erwirbt. Beispielsweise beinhaltet ein ausbildungsintegrierendes duales Studium im



Foto: Pixabay

technischen Bereich neben dem Bachelor of Engineering Maschinenbau noch den Berufsabschluss des Industriemechanikers. Die freien Plätze in Unternehmen sind sehr begehrt, weshalb sich Interessenten frühzeitig bewerben sollten.

Ausbildung als Alternative

Den Klassiker bildet die betriebliche Ausbildung als Alternative zum Studium. Zwar ist es nicht zwangsläufig notwendig, eine Ausbildung zu machen, da sich Studienabbrecher auch auf ganz normale Jobs bewerben und dann als ungelernte Fachkräfte arbeiten können. Jedoch verdienen ausgebildete Fachkräfte mehr und haben bessere Karrierechancen. Darüber hinaus ist die Gefahr von Arbeitslosigkeit bei Ungelernten höher. Bei der Suche nach dem richtigen Ausbildungsberuf und der passenden Lehrstelle lässt sich viel Unterstützung

finden. Das Studieren muss hierbei nicht völlig umsonst gewesen sein, denn häufig besteht die Möglichkeit, sich Qualifikationen anrechnen zu lassen und die Ausbildung zu verkürzen. Wer beispielsweise ein Studium der Betriebswirtschaftslehre abgebrochen hat und sich danach für eine Ausbildung zum Industriekaufmann oder einen anderen kaufmännischen Beruf entscheidet, der hat gute Chancen auf eine Verkürzung, da sich manche Ausbildungs- bzw. Studieninhalte ähneln. Aufgrund ihrer Vorbildung sind Studienabbrecher für viele Ausbildungsbetriebe interessante Bewerber.

Die eigene Firma

Mit einer guten Idee, Startkapital und/oder Investoren kann auch der Schritt in die Selbstständigkeit gewagt werden. Auch für diesen Bereich gibt es sehr viel Informationen an verschiedenen Stellen.

Für Sie in ganz Deutschland unterwegs: Das waren unsere Messepräsenzen 2016



AUBI-plus erweitert Portfolio

Gütesiegel BEST PLACE TO LEARN®
jetzt auch für Pflegeberufe



Die Ansprüche an eine effiziente medizinische Versorgung steigen, die Menschen werden immer älter. Diese Entwicklungen verlangen nach gut ausgebildeten Pflegefachkräften. Aber: Qualifiziertes Pflegepersonal ist bereits heute knapp. Selbst aktiv werden und qualitativ hochwertig ausbilden ist ein wirksames Mittel gegen den drohenden Pflegenotstand.

Wie andere Ausbildungsbetriebe auch stehen immer mehr Krankenhäuser und Einrichtungen der Altenpflege vor der Herausforderung, genügend geeignete Bewerber zu gewinnen. AUBI-plus hat jetzt unter der Marke BEST PLACE TO LEARN ein neues Gütesiegel für die Ausbildung in Pflegeberufen entwickelt. Das Siegel soll dazu beitragen, die Pflegeausbildung besser und attraktiver zu machen, um den Fachkräftenachwuchs zu sichern.

Bislang richtete sich das Zertifizierungsverfahren BEST PLACE TO LEARN ausschließlich an Ausbildungsbetriebe, die im Rahmen einer dualen Ausbildung bzw. eines dualen Studiums ausbilden; schulische Ausbildungsgänge wie Gesundheits- und Krankenpfleger/in, Kinderkrankenpfleger/in und Altenpfleger/in blieben außen vor. In dem neu konzipierten Zertifizierungsverfahren für den Pflegebereich bewerten neben Praxisanleitern, Auszubildenden und ehemaligen Azubis auch Lehrkräfte der Pflegefachschulen verschiedene Qualitätskriterien der Ausbildung.

Interessierte Kliniken und Altenpflegeeinrichtungen können ab sofort ihre hervorragende Ausbildungsqualität unter Beweis stellen und sich als BEST PLACE TO LEARN zertifizieren lassen. Zu den ersten Pilotkunden gehören mehrere Kliniken, die ihre Pflegefachkräfte in Kooperation mit dem Bildungszentrum für Gesundheit Mathildenhöhe in Darmstadt ausbilden. ■

■ Weitere Informationen unter <https://www.bestplacetolearn.de/audit-pflegeberufe/>

AUBI-plus legt Grundstein für neues Bürohaus

Neubau bietet Platz für weitere Arbeitsplätze



Bild: AUBI-plus GmbH

Am 15. Dezember haben wir im Beisein zahlreicher geladener Gäste den Grundstein für unser neues Bürogebäude gelegt. Der dreigeschossige Bau entsteht im Gewerbepark Am Wiehen in Hüllhorst und soll Ende 2017 bezogen werden.

Transparenz, Offenheit und Miteinander sind die Werte, die wir bei AUBI-plus tagtäglich leben. In unserem neuen Gebäude werden diese Werte nun noch erlebbarer werden.

„Die Investition in den Neubau ist ein klares Bekenntnis zum Standort Hüllhorst sowie zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen“, lobte Bürgermeister Bernd Rührup in der Feierstunde. ■

■ Weitere Informationen unter <https://www.aubi-plus.de/blog/aubi-plus-legt-grundstein-fuer-neues-buerohaus-2757/>

AUBI-plus holt Gold

Karriereportal für junge Menschen zählt zu den besten Jobbörsen



Bild: AUBI-plus GmbH

Personaler und Bewerber haben regelmäßig die Qual der Wahl, wenn sie Vakanzen ausschreiben oder nach freien Stellen suchen. Mit ihrer Jobbörsencheck-Studie 2016 zeigt die Rating-Agentur PROFILO den Interessensgruppen die Jobportale mit der höchsten Zufriedenheit und Weiterempfehlung auf. Im Berufsfeld „Aus- und Weiterbildung“ wurden wir als Testsieger ausgezeichnet.

Das Gütesiegel zeigt uns, dass wir den richtigen Weg gehen und bestätigt uns, weiter zu machen. Wir bedanken uns bei allen Kunden, die uns bewertet haben. ■

■ Weitere Informationen unter <https://www.aubi-plus.de/blog/aubi-plus-holt-gold-2672/>

AUBI-plus kooperiert mit whatchado

Bewegtbild unterstützt junge Menschen bei der Berufsorientierung

„Und was machst du so?“ Um sich beruflich zu orientieren, suchen Angehörige der Generation Z authentische Informationen, denen sie Glauben schenken können. Andere Jugendliche im gleichen Alter sind dabei eine vertrauenswürdige Informationsquelle. Wir freuen uns daher sehr, dass wir die Berufsorientierungsplattform whatchado als neuen Kooperationspartner gewinnen konnten!

Neben Angaben zu berufstypischen Tätigkeiten, betrieblichen und schulischen Ausbildungsinhalten, Voraus-

setzungen, Zukunftschancen, Gehaltsangaben uvm. sind nun auch die Videostories von whatchado in unserem Berufs-Lexikon verfügbar. Dabei handelt es sich um Erfahrungsberichte im Videoformat, in denen Azubis authentische Einblicke in ihren Beruf geben – eine wertvolle Ergänzung zu unserem bisherigen Informationsangebot. ■

■ Weitere Informationen unter <https://www.aubi-plus.de/blog/aubi-plus-kooperiert-mit-whatchado-2715/>

Impressum

Herausgeber:

AUBI-plus GmbH
Hauptstraße 1
32609 Hüllhorst

E-Mail: info@aubi-plus.de
Telefon: +49 (0) 5744 - 5070 - 0
www.aubi-plus.de

Erscheinungsweise: 2 x im Jahr

Ausbildungsfotos:

Soweit nicht anders angegeben, © Ahrens + Steinbach Projekte