

Beschäftigungsfähigkeit Jugendlicher

Der Bewerbungsprozess für Ausbildungsplätze

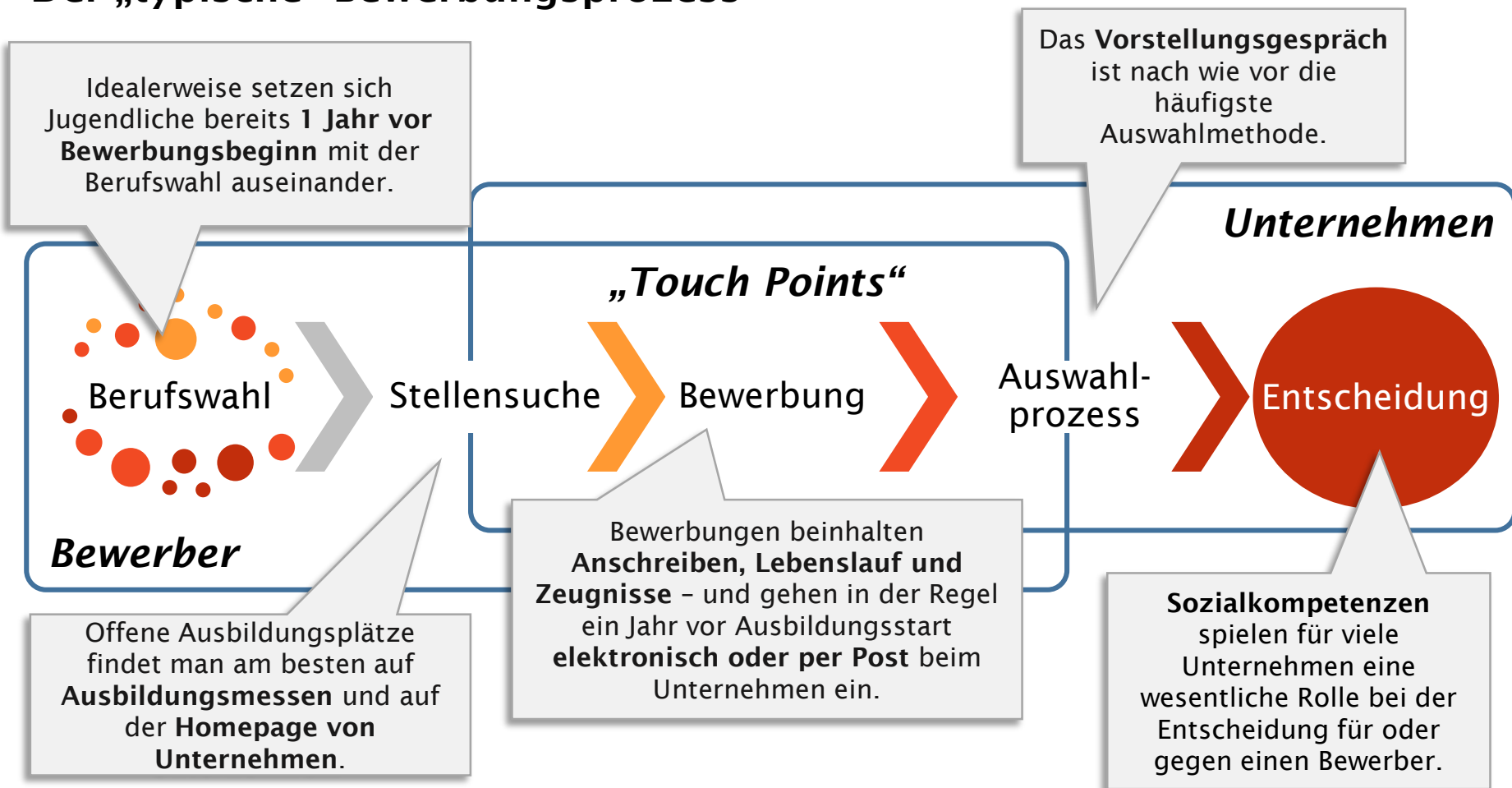
Umfrage im Rahmen einer Studienarbeit
 der Studiengänge Betriebswirtschaftslehre (Bachelor) & Human Resource Management (Master)

Betreuung: Prof. Dr. Carina Braun

OTH Regensburg, September 2017



Der „typische“ Bewerbungsprozess



Wesentliche Erkenntnisse



Jugendliche setzen sich bei der **Berufswahl** zu wenig mit ihren **Interessen und Fähigkeiten** auseinander.



Motivation, Lern- und Leistungsbereitschaft sind ein Muss.



Bewerbungen haben häufig **Rechtschreibfehler oder eine mangelnde äußere Form!**



Ein gelungenes **Anschreiben** ist wichtig!



Viele Unternehmensvertreter **recherchieren online über die Bewerber!**



Das **Verhalten des Bewerbers im Netz** kann zu einer **Absage** führen!



Bewerber **informieren** sich vor Vorstellungsgesprächen zu wenig über **Beruf und Unternehmen!**



Blickkontakt im Bewerbungsgespräch ist wichtig!

Einleitung

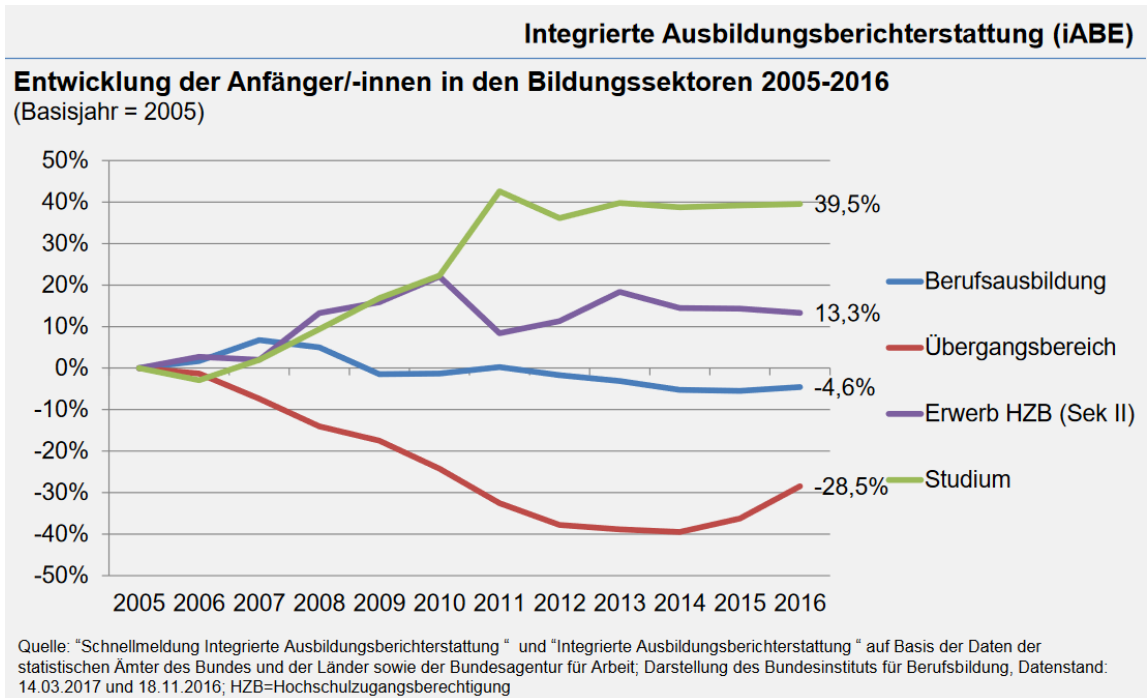
Theorie und Methodik

Ergebnisse

Quellenangaben

Informationen zu Autorinnen und Autoren

Ausbildung in Deutschland



Bildquelle: <https://www.bibb.de/de/11566.php> (letzter Zugriff: 07.09.2017)

Diese vielfach als „**Akademisierungstrend**“ bezeichnete Entwicklung hat im Jahr 2016 dazu geführt, dass mehr als 43.000 Ausbildungsplätze unbesetzt blieben (Quelle: BMBF, Berufsbildungsbericht 2017).

Im Jahr 2005 lag die Zahl der Anfänger einer Berufsausbildung bei 739.168 Personen – deutlich über der Zahl der Jugendlichen, die sich 2005 für ein Studium entschieden (366.242 Personen).

Im Jahr 2016, gut zehn Jahre später, zeigt sich ein anderes Bild. 705.407 Personen fingen im vergangenen Jahr eine Berufsausbildung an – dies entspricht einem Rückgang um 4,6% seit 2005. Die Zahl der Jugendlichen, die ein Studium begonnen haben, lag 2016 hingegen bei 511.020 Personen – ein Zuwachs um fast 40% seit 2005. (Quelle: BMBF, Berufsbildungsbericht 2017).

Beschäftigungsfähigkeit Jugendlicher

Für Unternehmen führt der Akademisierungstrend zu einer zunehmenden Erschwernis bei der Rekrutierung von Auszubildenden. Mit Blick auf eine **hohe Studienabbruchquote** (2014: 29% bei Bachelor-Studierenden; Quelle: DZHW) sehen viele Unternehmen die Rekrutierung von Abbrechern als Chance, den betrieblichen Bedarf an Auszubildenden zu decken. Doch nur wenige Abbrecher ziehen die verspätete Aufnahme einer Ausbildung nach Abbruch des Studiums in Betracht. (Quelle: Bibb, Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2016). Es gilt deshalb, frühzeitig den Schülerinnen und Schülern die Berufsausbildung als attraktive Option aufzuzeigen.

Als Hauptgrund, warum offene Ausbildungsplätze in Unternehmen unbesetzt bleiben, nennen Unternehmen aber nicht nur die fehlenden Bewerbungen – vielmehr sehen sich Unternehmen vor allem mit **nicht geeigneten Bewerbungen** konfrontiert (2017: 68%; Statista, 2017). Initiativen, die die Qualität der Bewerber und ihrer Bewerbungen erhöhen, unterstützen Jugendliche und Unternehmen dabei, zusammenzufinden und haben deshalb gesellschaftliche, bildungs- und wirtschaftspolitische Relevanz.

Transparenz für Bewerberinnen und Bewerber, Schulen und Unterstützer

Mit der vorliegenden Studie erhalten vor allem **Schülerinnen und Schüler** wertvolle Hinweise zum Bewerbungsverfahren, zu Auswahlkriterien, der Erwartungshaltung der Unternehmen und möglichen Stolpersteinen im Prozess. Das erhöht ihre Beschäftigungsfähigkeit, ihren Bewerbungserfolg und ihr Interesse an einer Ausbildung. Transparenz über den Prozess mindert Unsicherheit vor und das Risiko des Scheiterns in einem (meist noch unbekanntem) Bewerbungsprozess.

Schulen und anderen Begleitern bei der Berufsorientierung und Bewerbung (z.B. Agentur für Arbeit) liefert die Studie ebenso wertvolle Hinweise zur Verbesserung der Bewerberqualität sowie der Ausbildungs- und Beschäftigungsfähigkeit Jugendlicher.

Einleitung

Theorie und Methodik

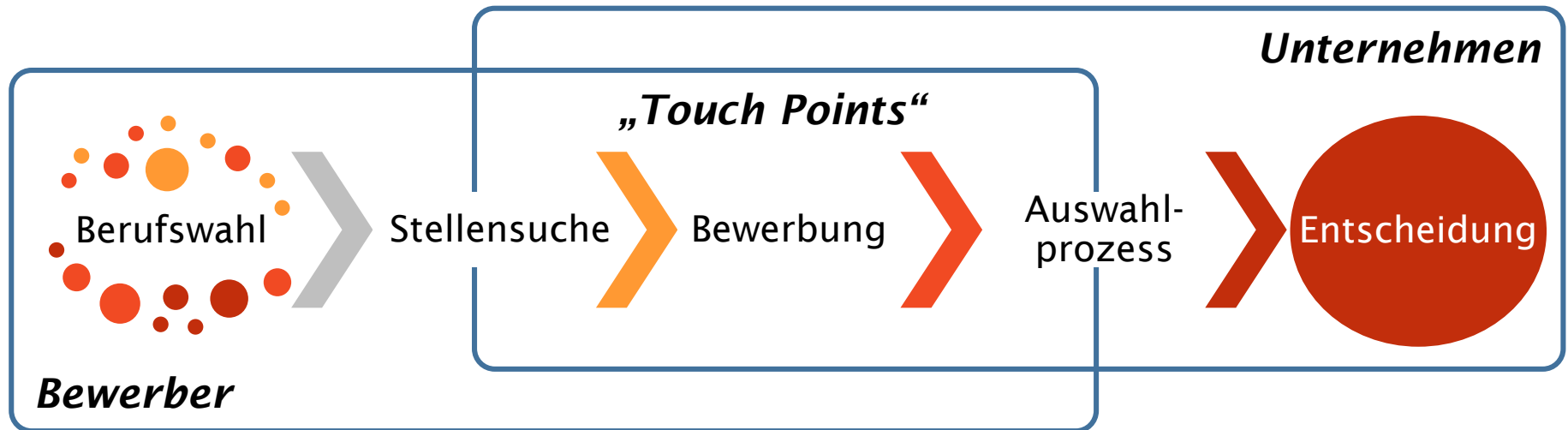
Ergebnisse

Quellenangaben

Informationen zu Autorinnen und Autoren

Theorie des Bewerbungsprozesses

Ausgangspunkt ist die Berufswahl der sich bewerbenden Jugendlichen. Sie ist Grundlage für die Suche nach möglicherweise passenden Ausbildungsstellen, auf die sich die Jugendlichen bewerben. Unternehmen starten auf Basis der eingegangenen Bewerbungen den Auswahlprozess, bevor sie sich für einen Kandidaten entscheiden. Berührungspunkte, sog. „Touch Points“, zwischen Bewerber und Unternehmen sind die Stellensuche, die Bewerbung und der Auswahlprozess.



Inhalt

- Zur Befragung der Unternehmen über den aktuellen Bewerbungsprozess für angehende Auszubildende wurde ein **Fragebogen** mit 35 Fragen konstruiert.
- Der **Aufbau** des Fragebogens orientierte sich vorrangig am Bewerbungsprozess und umfasste auch Einschätzungen der Unternehmen bzgl. der Kandidaten und des Erfolgs ihrer Auswahlprozesse.
- Die meisten Items waren **geschlossene Fragen**, die entlang einer Ratingskala zu beantworten waren. Bei Fragen, deren Antworten durch die Antwortoptionen möglicherweise nicht vollständig abgedeckt waren, wurden zusätzlich **offene Textfelder** angeboten. So sollten auch Aspekte generiert werden, die sich in der bestehenden Literatur vielleicht noch nicht finden.
- Am Ende des Fragebogens standen zwei **offene Fragen** nach „bis zu drei Eigenschaften“, die einen Bewerber um einen Ausbildungsplatz nach Ansicht des Studienteilnehmers zu einem attraktiven / unattraktiven Kandidaten machen. Auf diese Weise sollten unbekannte oder unerwartete Aspekte speziell in Bezug auf die Bewerberpersönlichkeit und/oder das -verhalten aufgedeckt werden können.
- Zur Erfassung möglicher Strukturunterschiede in den Ergebnissen wurden **organisations- und personenbezogene Merkmale** erhoben. Organisationsbezogene Merkmale zu den Unternehmen erlauben, später Unterschiede in den Antworten mit Blick auf Branche oder Größe zu generieren; als personenbezogene Merkmale wurden das Alter und das Geschlecht der Studienteilnehmer erfasst, um bei späteren Analysen für mögliche Verzerrungen aufgrund dieser Merkmale zu kontrollieren.

Ablauf

- Der Fragebogen wurde im Mai 2017 **erstellt** und anschließend von zehn Personen auf Verständlichkeit und Dauer der Bearbeitung **getestet**. Erforderliche Anpassungen wurden eingearbeitet.
- Die **Befragung** fand im Zeitraum 22.05.2017 bis 07.06.2017 statt. Hierfür wurden 1.148 Personen aus den privaten und beruflichen Netzwerken der Autoren sowie der Hochschule (z.B. Alumni und regelmäßige externe Gäste des betriebswirtschaftlichen Schwerpunkts Personalmanagement) der Link zu einer Online-Befragung (umfrageonline.com) gesendet und nach Erläuterung des Studienhintergrunds um Teilnahme gebeten.
- Ein **Reminder** wurde zwei Tage vor Ende der Befragung versandt.
- Ergänzend wurde der BefragungslinK in mehreren **Xing-Gruppen**, die sich mit Ausbildung und / oder Personalmanagement beschäftigen, veröffentlicht.

Einleitung

Theorie und Methodik

Ergebnisse

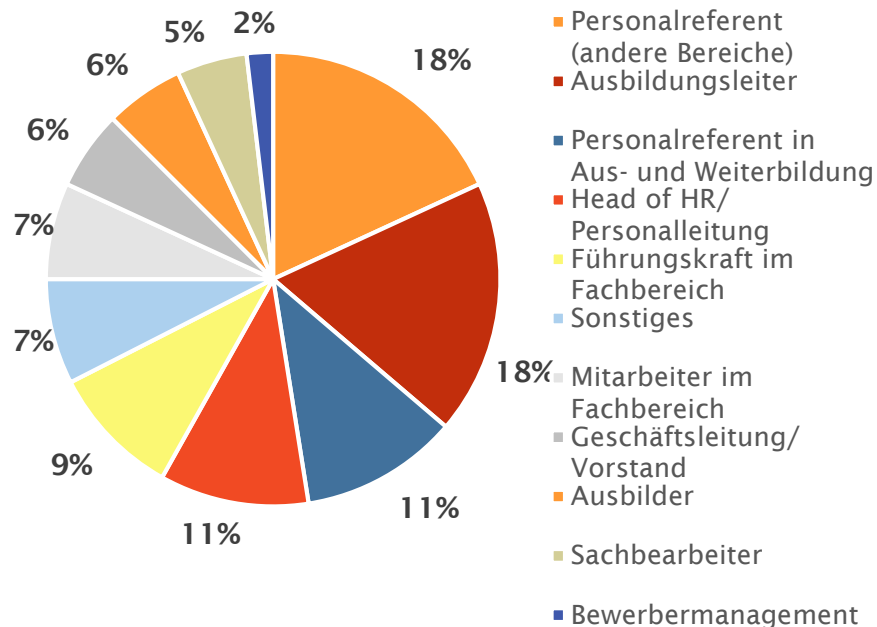
Quellenangaben

Informationen zu Autorinnen und Autoren

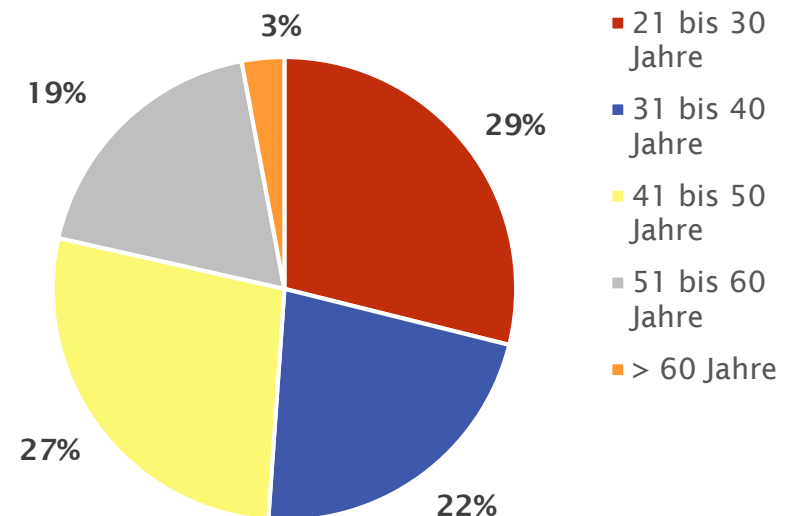
Studienteilnehmer – personenbezogene Merkmale

Die Mehrheit der Studienteilnehmer entstammt dem Personalbereich von Unternehmen. Sie decken nahezu zu gleichen Teilen die Altersklassen von 21 bis 60 Jahren ab und verteilen sich gleichmäßig auf Frauen und Männer. 74% der Befragten stammen aus Bayern, was sich durch das Netzwerk der Hochschule begründet.

Positionen der Studienteilnehmer



Alter der Studienteilnehmer

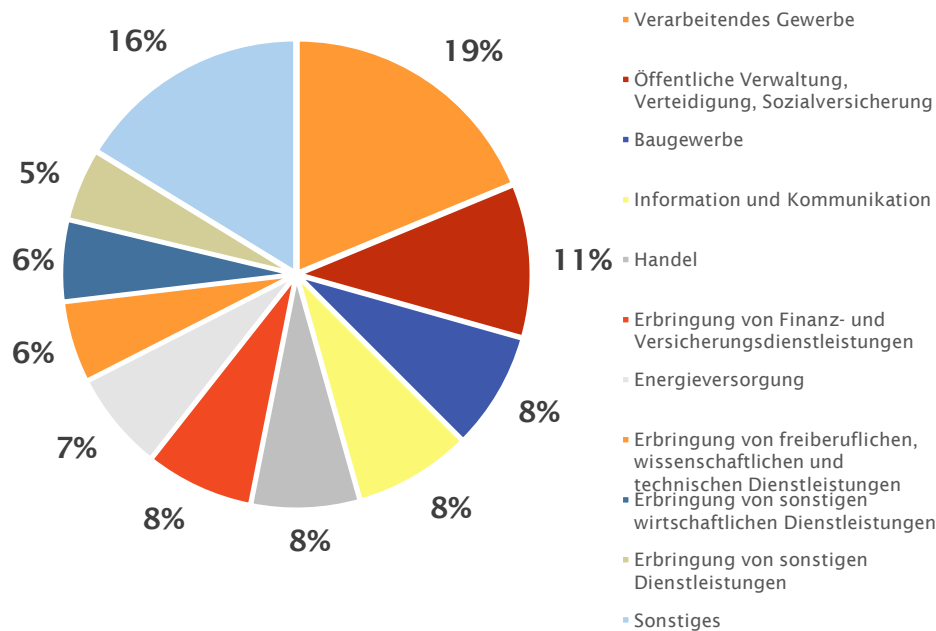


Positionen: N=160; Alter: N=135; Geschlecht: N=135.

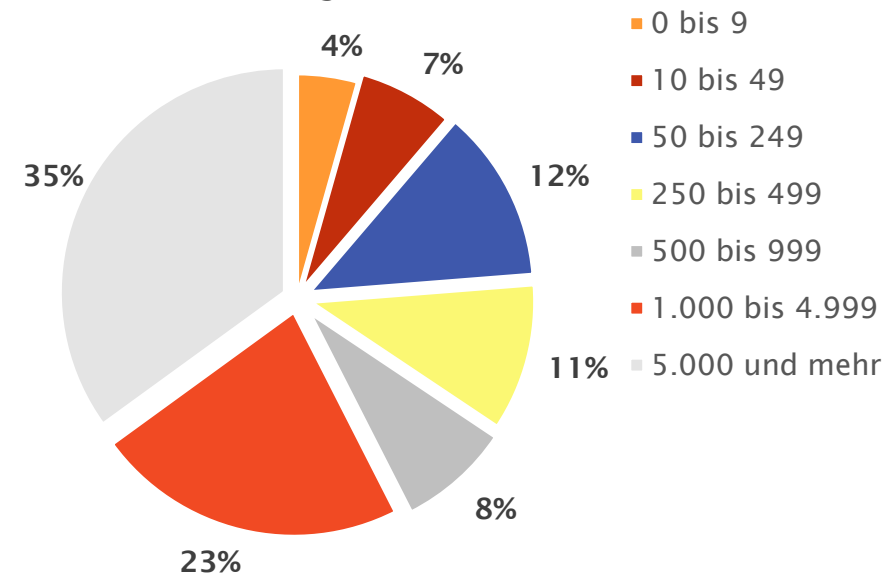
Studienteilnehmer – organisationsbezogene Merkmale

Die Studienteilnehmer verteilen sich auf verschiedene Branchen. Hinsichtlich der Unternehmensgröße repräsentieren die Studienteilnehmer mehrheitlich Großunternehmen (61%: 500 oder mehr Mitarbeiter).

Branchen der Studienteilnehmer*



Unternehmensgröße

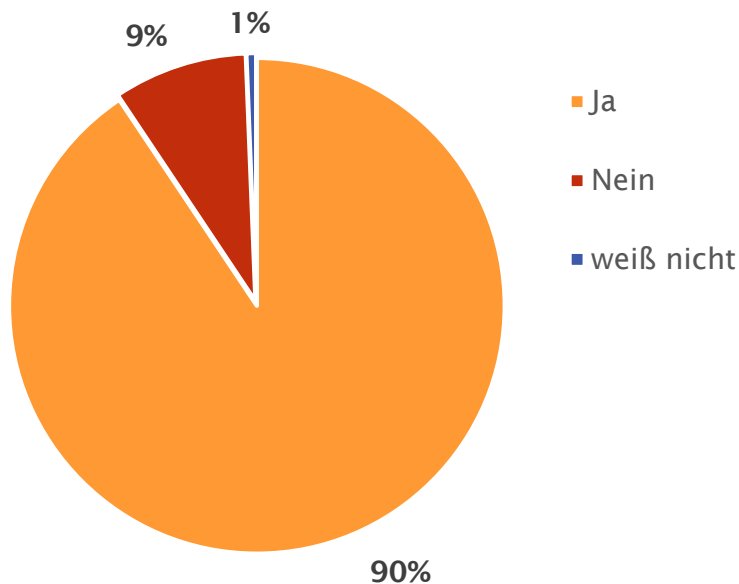


*Branchen, die zu weniger als 5% an der Gesamtstichprobe vertreten waren, wurden zusammengefasst. Branchen: N=160; Größe: N=160

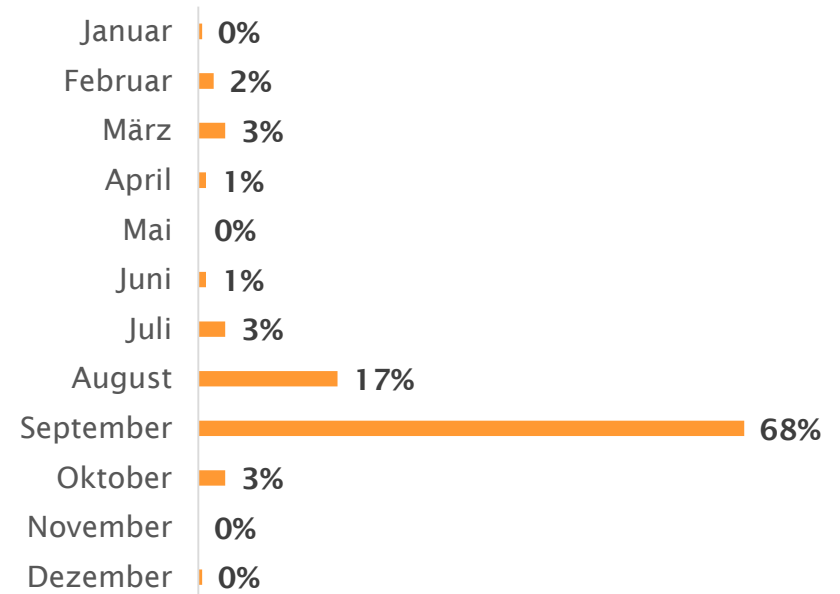
Ausbildungen bei den Studienteilnehmern

90% der Befragten beschäftigen derzeit Auszubildende. Der gängige Startmonat für Ausbildungen ist September, gefolgt von August. Alle anderen Monate im Jahr kommen nur selten als Startmonat in Betracht.

Anteil der Studienteilnehmer, die derzeit Auszubildende beschäftigen



Mögliche Startmonate der Unternehmen

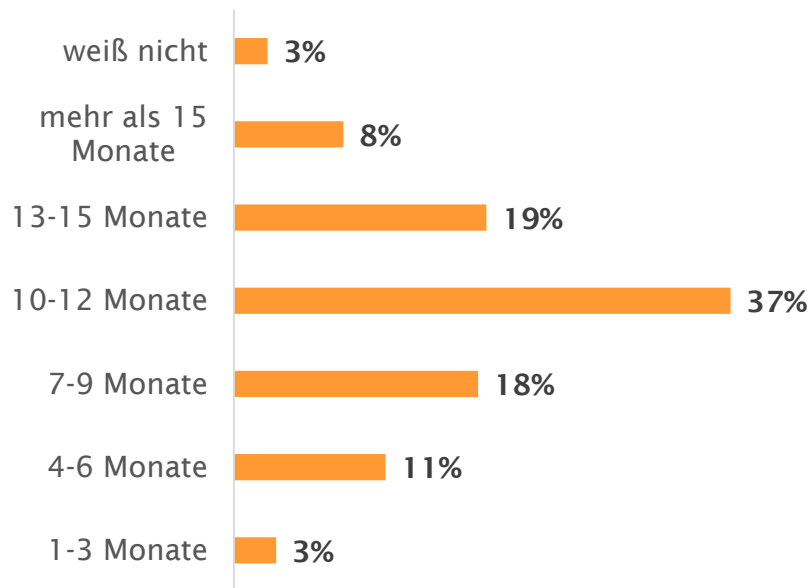


Beschäftigung von Azubis: N=160; Startmonate: N=156, Mehrfachnennung möglich.

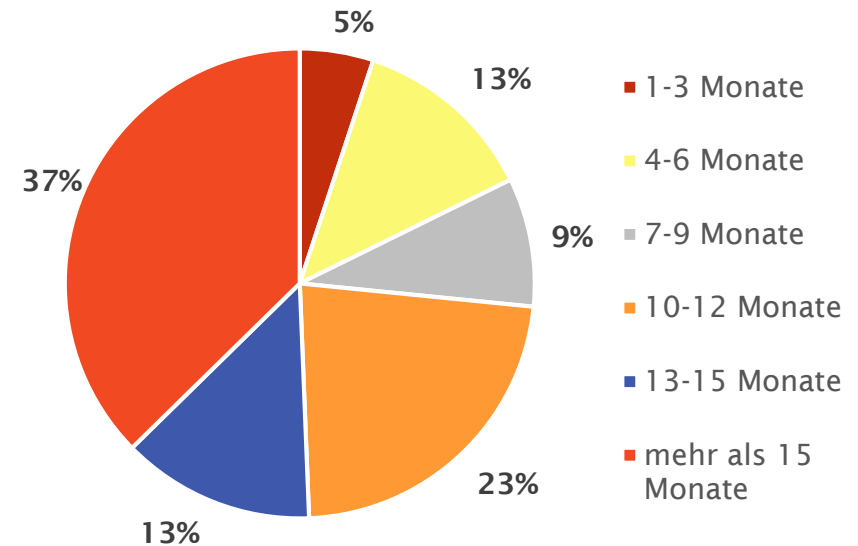
Bewerbung und Vorbereitung der Jugendlichen

Die Studienteilnehmer wurden befragt, wie viele Monate vor Ausbildungsstart die Bewerbungen der Jugendlichen eingehen sollten. Über 80% der Befragten möchten sieben oder mehr Monate vor Start Bewerbungen erhalten. Mehr als 70% der Studienteilnehmer geben außerdem an, dass sich die Jugendlichen mindestens zehn Monate vor der Bewerbung über deren Berufswahl Gedanken machen sollen. 50% empfehlen sogar eine Auseinandersetzung mit der Berufswahl mindestens 13 Monate vor einem möglichen Ausbildungsbeginn.

Bewerbungszeitraum



Vorbereitung auf Berufswahl

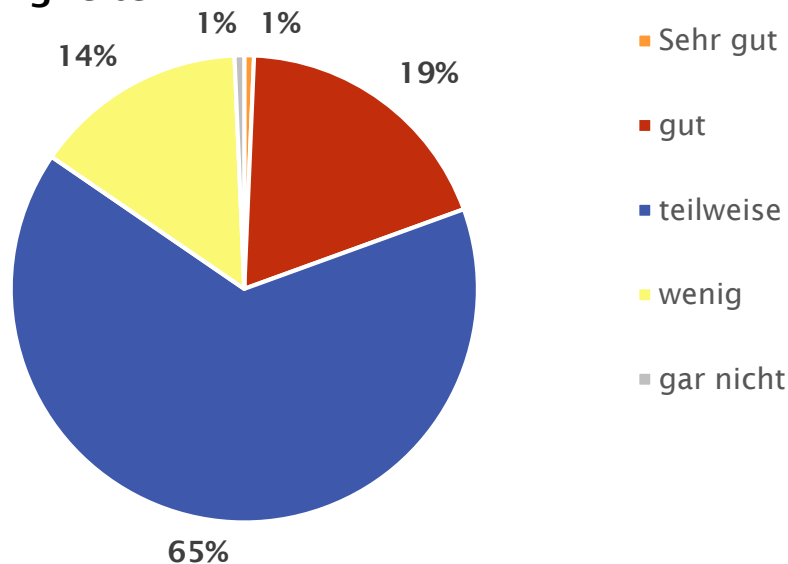


Bewerbungszeitraum: N=158; Zeitpunkt Berufswahl: N=158.

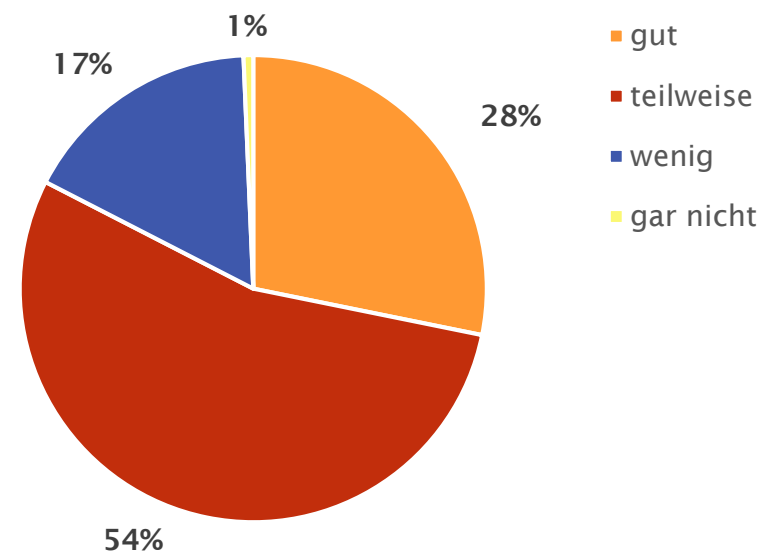
Vorbereitung der Jugendlichen

Nur 20% der Befragten äußern den Eindruck, dass sich die Jugendlichen im Zuge der Berufswahl (sehr) gut mit den eigenen Fähigkeiten und Interessen auseinandergesetzt haben, um eine passende Ausbildung zu wählen. Nach Ansicht der Studienteilnehmer haben sich Jugendliche außerdem zum Großteil (72%) nur teilweise oder wenig über das Berufsbild informiert. Kein Studienteilnehmer attestierte Jugendlichen eine sehr gute Information über den gewählten Beruf.

Passung der Berufswahl zu Fähigkeiten



Information über Ausbildungsberuf



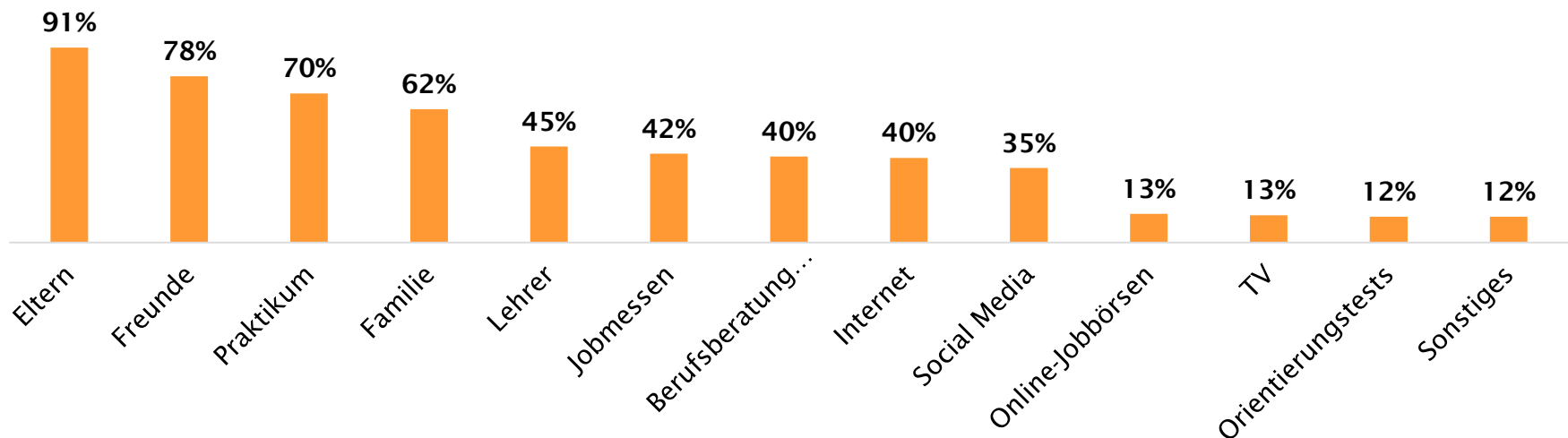
Fähigkeiten: N=149; Information über Beruf: N=149.

Einflüsse auf die Berufsentscheidung Jugendlicher

Die Befragten nehmen wahr, dass die Jugendlichen bei der Berufswahl von vielen Personen und Medien beeinflusst werden. Eltern (18%) bzw. die Familie (12%) und Freunde der Jugendlichen (16%) spielen erwartungsgemäß eine besonders große Rolle. Ebenso wichtig sind erste Erfahrungen, die im Rahmen eines Praktikums gemacht wurden (14%).

Medien wie das Internet (8%), Social Media (7%), Blogs (7%) oder auch die Zeitung (1%) spielen eine untergeordnete Rolle. Auch Orientierungstests werden als weniger einflussreich wahrgenommen (12%).

Einflüsse auf die Berufsentscheidung*

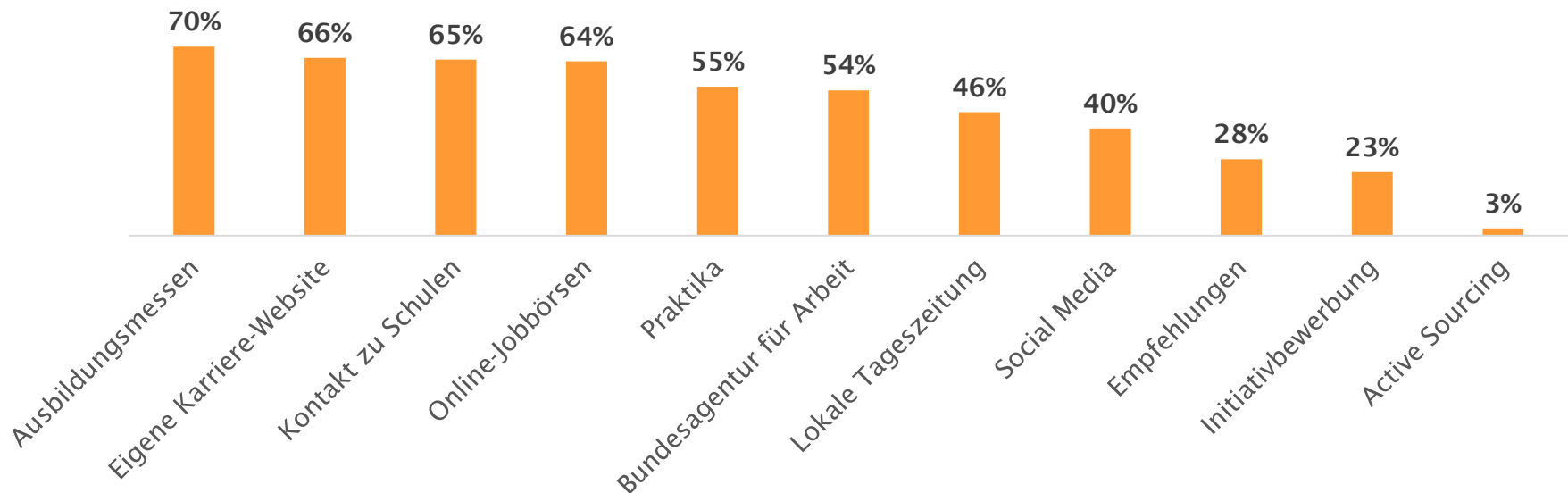


*Einflüsse, die zu weniger als 10% an der Gesamtstichprobe vertreten waren, wurden zusammengefasst.
Einflüsse: N=149; Mehrfachnennung möglich.

Genutzte Rekrutierungskanäle der Befragten

Unternehmen rekrutieren vorrangig über Ausbildungsmessen, die eigene Karriere-Website, durch den direkten Kontakt zu Schulen und über Online-Jobbörsen. Auffällig ist, dass bei der Rekrutierung für Ausbildungen die klassischen Kanäle wie eine Veröffentlichung über die Bundesagentur der Arbeit (54%) oder die lokale Tageszeitung (46%) noch immer eine große Rolle spielen. Zusätzlich wurde in einem freien Textfeld mehrfach die IHK als weiterer wichtiger Kanal genannt, um Auszubildende zu rekrutieren.

Platzierung von Stellenanzeigen



Rekrutierungskanäle: N=149; Mehrfachnennung möglich.

Relevanz von Anforderungen

	Muss	Wünschens- wert	Nicht relevant
Erste Praktikumserfahrung	11%	79%	10%
Gute Schulnoten	30%	67%	3%
Leistungsbereitschaft	87%	12%	1%
Motivation	91%	8%	1%
Lernbereitschaft	91%	8%	1%
Umgangsformen	64%	35%	1%
Sozialkompetenz ¹	65%	34%	1%
Sprachkompetenz ²	36%	62%	2%
Allgemeinbildung	22%	72%	6%
EDV-Kenntnisse	28%	66%	6%
Selbstständigkeit	31%	65%	4%
Gepflegtes Äußeres	43%	49%	8%
Logisches Denken	39%	55%	6%
Pünktlichkeit	74%	24%	2%
Lt. Stellenanzeige erforderlicher Schulabschluss	59%	36%	6%
Außerschulisches Engagement	3%	67%	30%

Für mehr als 85% der Studienteilnehmer sind Motivation, Lernbereitschaft und Leistungsbereitschaft Muss-Kriterien für Auszubildende. Auch Pünktlichkeit, soziale Kompetenzen und angemessene Umgangsformen werden von den Studienteilnehmer mehrheitlich als erforderlich hervorgehoben.

Erste Praktikumserfahrungen und eine gute Allgemeinbildung sind von Seiten der Studienteilnehmer überwiegend nur wünschenswert und keinesfalls „Pflicht“. Auch gute Schulnoten werden eher als wünschenswert denn als Muss eingestuft.

Außerschulisches Engagement wird zwar von 67% als wünschenswert eingestuft, ist aber für 30% der Studienteilnehmer nicht relevant.

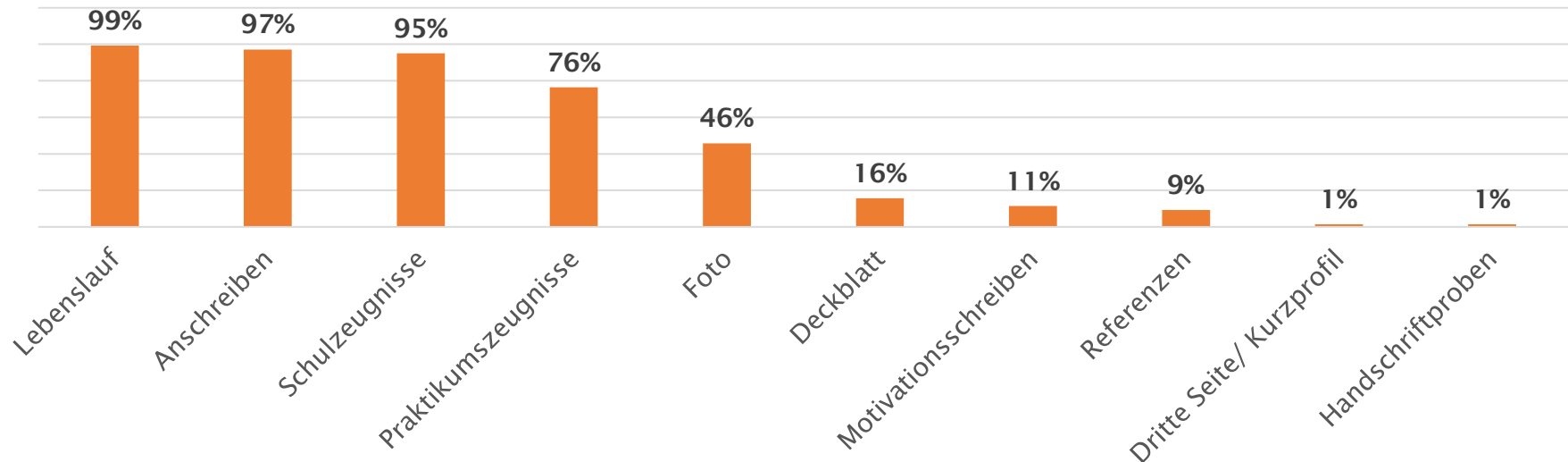
¹ Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, etc.; ² Kommunikationsfähigkeit, Ausdrucksvermögen etc.; Relevanz von Anforderungen: N=144.

Bewerbungsunterlagen

Die von den Unternehmen geforderten Bewerbungsunterlagen für Ausbildungsstellen entsprechen den klassischen Inhalten: Anschreiben, Lebenslauf, Schul- sowie Praktikumszeugnisse. Obwohl nach den Grundsätzen des AGG (Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz) kein Foto gefordert werden darf, geben 46% Studienteilnehmer an, dass die Bewerbung ein Foto des Bewerbers beinhalten soll.

Ein Deckblatt, Handschriftproben, Referenzen oder ein Kurzprofil sind nicht erforderlich.

Bewerbungsunterlagen

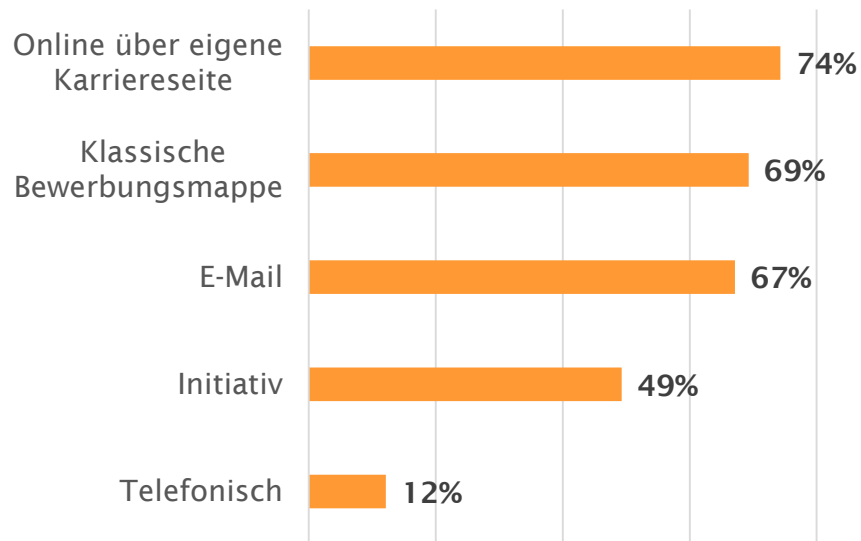


Bewerbungsunterlagen: N=140, Mehrfachnennung möglich.

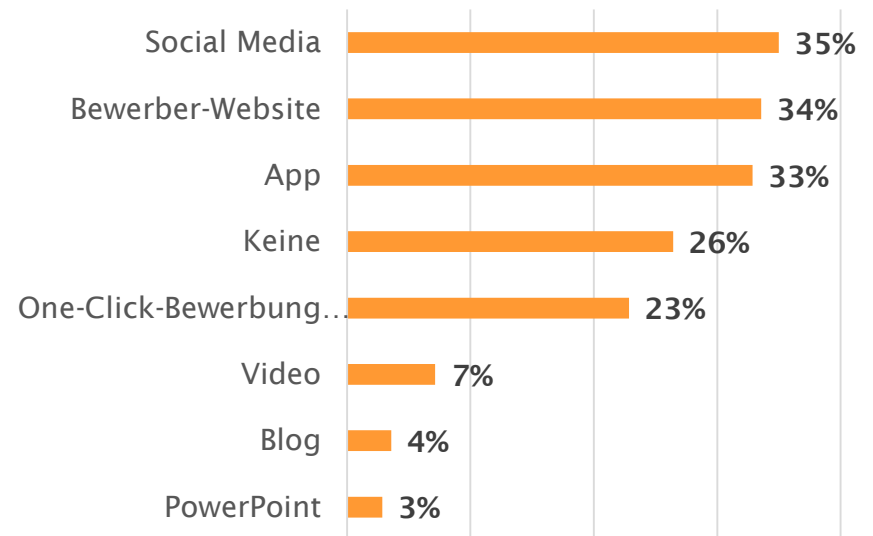
Bewerbungsmöglichkeiten

Jugendliche haben verschiedene Möglichkeiten, sich auf offene Ausbildungsstellen zu bewerben. Die Unternehmen der Studienteilnehmer nehmen Bewerbungen vor allem Online über die Karriere-Seite des Unternehmens (27%), per E-Mail (25%) oder per Post als klassische Bewerbungsmappe (25%) an. Zukünftig können sich jeweils circa ein Drittel der Befragten vorstellen, dass die Jugendlichen sich per App, Social Media oder über Bewerber-Websites bewerben. Auch die One-Click-Bewerbung scheint vermehrt vorstellbar. Knapp ein Drittel gibt allerdings auch an, dass für sie keine der „neuen“ Bewerbungsformen zukünftig vorstellbar ist.

Möglichkeiten der Bewerbung



Zukünftige Formen der Bewerbung



Bewerbungsmöglichkeiten: N=140; Zukünftige Formen der Bewerbung: N=140; jeweils Mehrfachnennung möglich.

Häufige Fehlerquellen der Jugendlichen bei Bewerbungen

66% der Befragten bemängeln, dass Bewerbungen sehr oft oder oft Rechtschreibfehler beinhalten. Mehr als 40% kritisieren außerdem eine häufig mangelnde äußere Form von Bewerbungen.

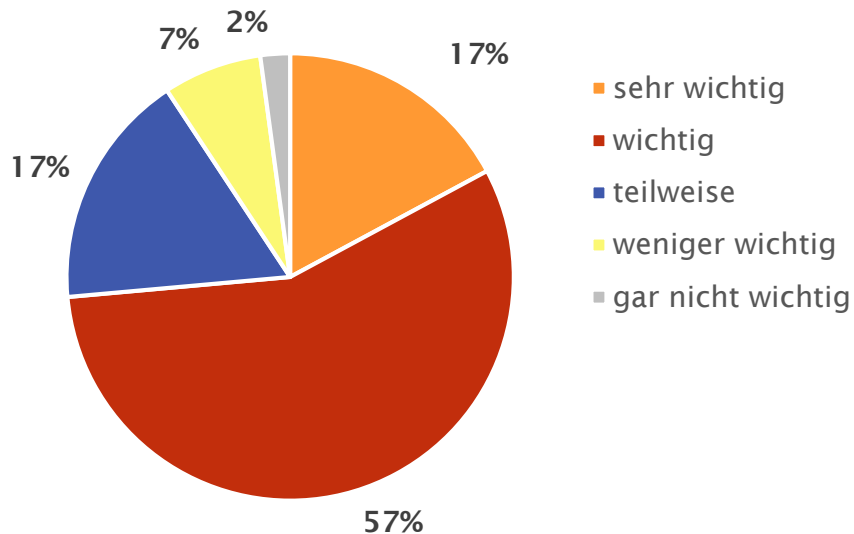
	sehr oft	oft	teilweise	weniger oft	gar nicht	nicht beurteilbar
Rechtschreibfehler	23%	43%	27%	3%	0%	4%
Mangelnde äußere Form	9%	32%	34%	18%	1%	5%
Fehlende Unterschrift	8%	14%	29%	27%	11%	11%
Fehlende Angaben	8%	22%	44%	18%	3%	5%
Schlechte Formatierung	6%	23%	34%	31%	0%	6%
Falscher Dateityp (bei Online-Bewerbung)	6%	8%	26%	35%	9%	16%
Unprofessionelles Foto	6%	19%	34%	30%	5%	6%
Falsche Anrede/ falsches Unternehmen	2%	9%	43%	32%	7%	6%
Fehlende Anlagen	4%	19%	36%	33%	3%	6%

Häufige Fehlerquellen: N=140.

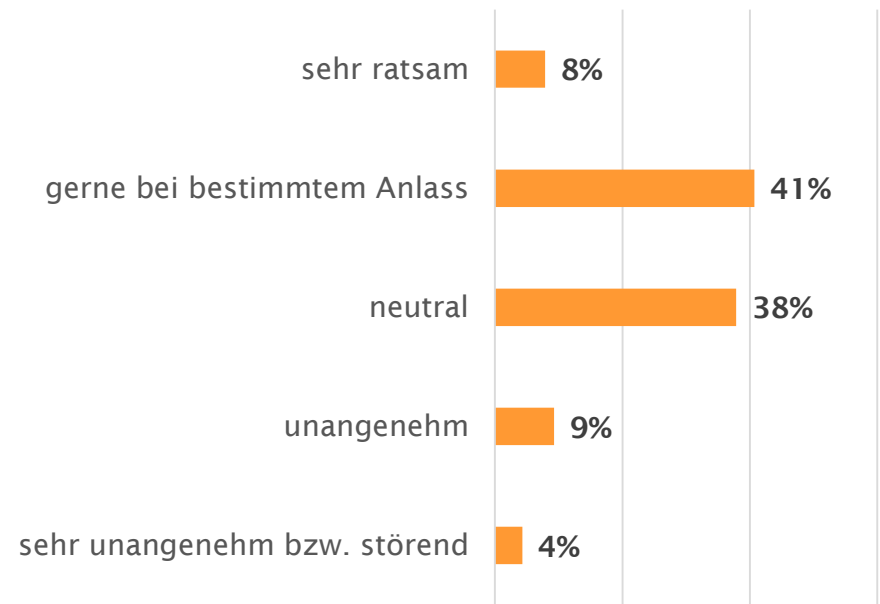
Anschreiben und telefonische Kontaktaufnahme

74% der Befragten geben an, dass ein gelungenes Anschreiben sehr wichtig oder wichtig bei der Vorauswahl der Bewerber ist. Eine telefonische Kontaktaufnahme durch die Bewerber kann für die Mehrheit gerne erfolgen, wenn es einen bestimmten Anlass gibt. 38% stehen telefonischer Kontaktaufnahme neutral gegenüber. Lediglich 13% der Studienteilnehmer empfinden diese als unangenehm oder sehr störend.

Bedeutung des Anschreibens in der Vorauswahl



Bewertung telefonischer Kontaktaufnahme

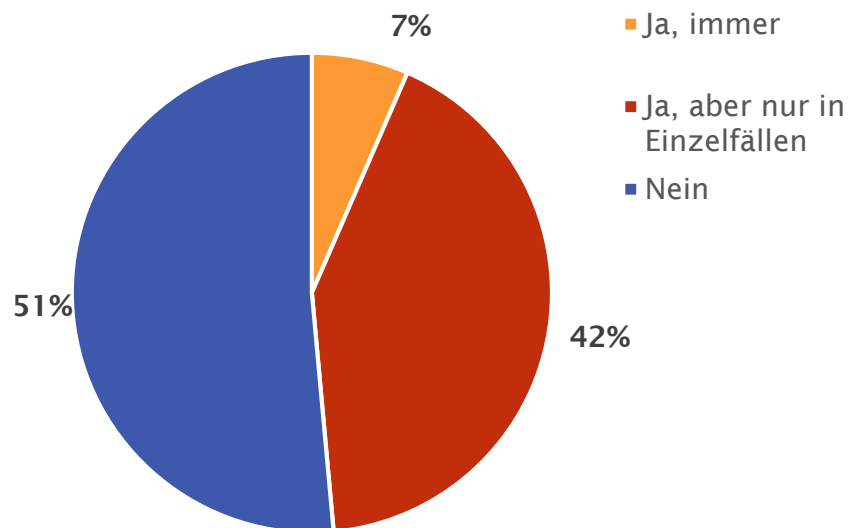


Bedeutung des Anschreibens: N=140; Telefonische Kontaktaufnahme: N=140.

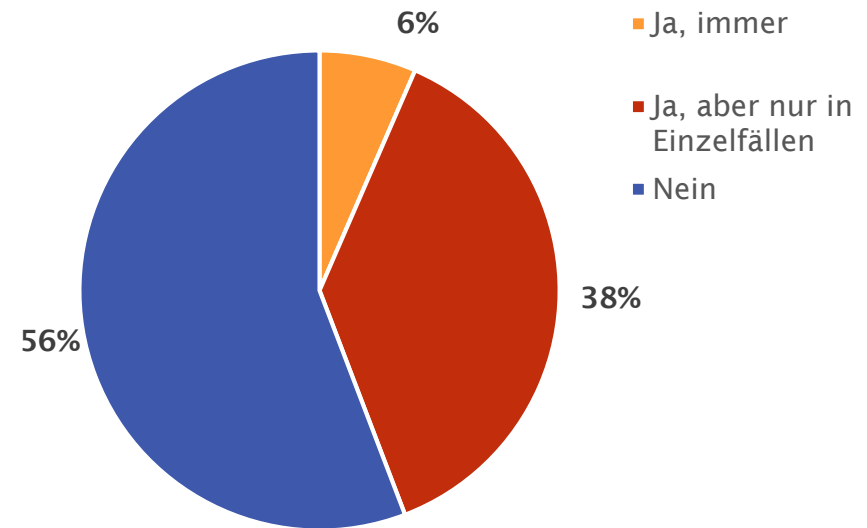
Internetrecherche durch die Unternehmen

Die Umfrage macht deutlich, dass Jugendliche für Ausbildungsstellen nicht nur anhand ihrer Bewerbungsunterlagen ausgewählt werden. Knapp 50% der Studienteilnehmer geben zu, auch Social Media-Profile der Bewerber zu überprüfen. 7% der Teilnehmer tun dies immer, die Mehrheit (42%) in Einzelfällen. Ähnlich verhält es sich mit einer namentlichen Google-Recherche: 7% geben an, stets den Namen des Bewerbers in Google zu suchen, 38% recherchieren nach Bewerbern in Einzelfällen.

Überprüfung Social Media



Google-Suche

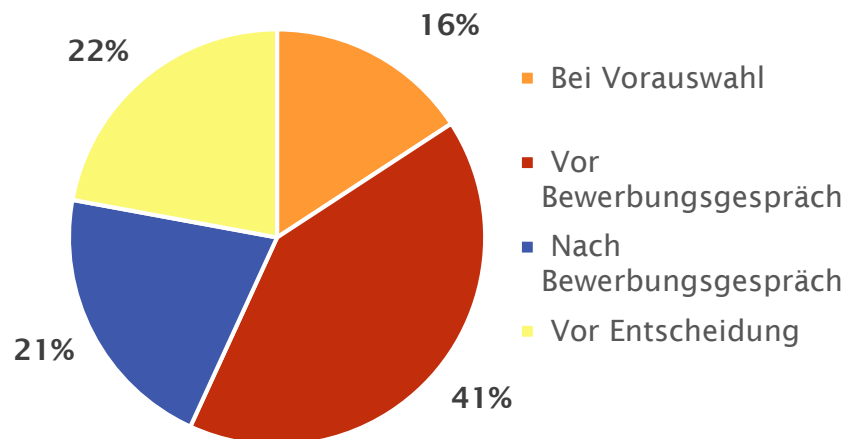


Überprüfung Social Media: N=138; Google-Suche: N=138.

Internetrecherche durch die Unternehmen

Studienteilnehmer, die vorher angegeben hatten, Kandidaten online zu überprüfen, wurden zusätzlich gefragt, zu welchem Zeitpunkt sie sich über die Bewerber informieren. Mehr als die Hälfte recherchieren über die Jugendlichen bereits bei Vorauswahl bzw. vor dem Bewerbungsgespräch. 20% der Studienteilnehmer geben außerdem an, dass sie aufgrund der Online-Recherche bereits Bewerber abgelehnt haben - und dies aus verschiedenen Gründen: Die häufigsten Ablehnungsgründe sind unangemessene Posts und das Niveau, gefolgt von Fotos.

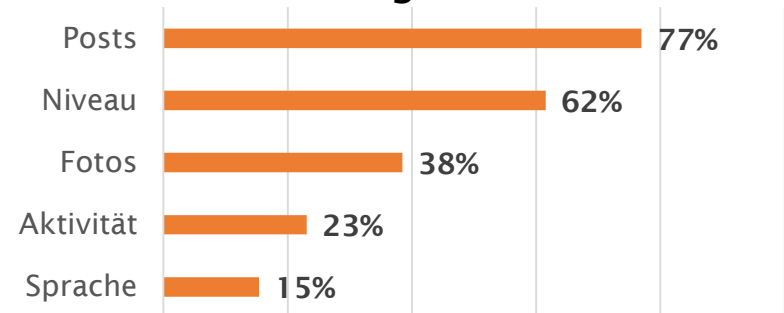
Zeitpunkt der Online-Suche



Ablehnung aufgrund Online-Auftritt



Gründe für Ablehnung



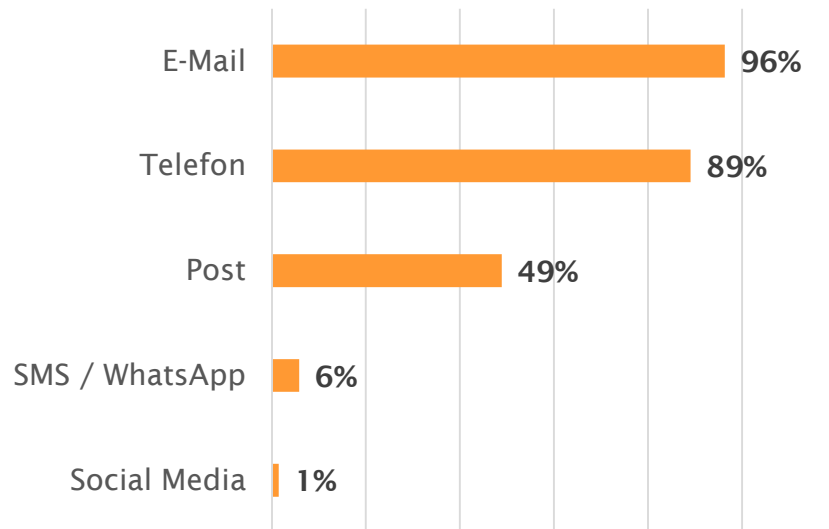
Zeitpunkt der Online-Suche: N=69; Ablehnung aufgrund Online-Auftritt: N=71; Gründe für Ablehnung: N=13, Mehrfachnennung möglich.

Kommunikation und Auswahl

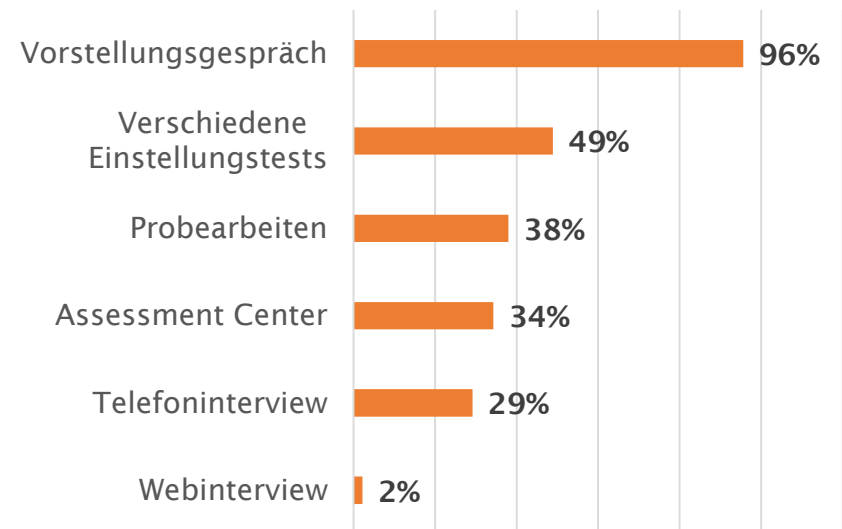
Die Kommunikation mit den Bewerbern im weiteren Bewerbungsprozess erfolgt in fast allen Fällen per E-Mail und Telefon. Schriftverkehr per Post kommt seltener vor.

Fast jedes Unternehmen (96%) nutzt Vorstellungsgespräche zur konkreten Bewerberauswahl. Knapp 50% kombinieren verschiedene Einstellungstests. 38% der Befragten geben an, Probearbeiten durchzuführen; 34% geben an, für die Auswahl künftiger Auszubildender Assessment Center zu nutzen.

Kommunikation mit Bewerbern



Auswahlinstrumente



Kommunikation: N=137; Auswahlinstrumente: N=137; jeweils Mehrfachnennung möglich.

Häufige Fehlerquellen der Jugendlichen im persönlichen Gespräch

	sehr oft	oft	teilweise	weniger oft	gar nicht	nicht beurteilbar
Unpünktlichkeit	1%	4%	20%	56%	14%	4%
Unangemessenes Erscheinungsbild	2%	5%	31%	52%	7%	3%
Handynutzung im Gespräch	2%	1%	4%	19%	69%	4%
Schlechte Umgangsformen	1%	2%	27%	53%	14%	3%
Schlechte Körperhaltung	3%	13%	50%	25%	2%	7%
Aussagen unglaubwürdig/ nicht nachvollziehbar	3%	11%	47%	31%	5%	4%
Mangelndes Interesse	2%	12%	43%	34%	5%	4%
Übermäßige Nervosität	9%	39%	36%	13%	0%	3%
Fehlende Vorbereitung auf Standardfragen	8%	36%	42%	11%	0%	3%
Fehlendes Wissen über Unternehmen	13%	34%	37%	11%	1%	4%
Fehlendes Wissen über Berufsbild	12%	27%	42%	15%	1%	3%
Störende Hintergrundgeräusche (bei Telefoninterview)	1%	1%	11%	20%	18%	49%

Die meisten Studienteilnehmer (47%) kritisieren das (sehr) oft fehlende Wissen von Bewerbern über das Unternehmen, bei dem sie gerne arbeiten möchten.

43% nehmen oft oder sehr oft wahr, dass sich Bewerber unzureichend auf Standardfragen vorbereitet haben.

Auch übermäßige Nervosität wird (sehr) oft wahrgenommen (47%).

Häufige Fehlerquellen im persönlichen Gespräch: N=137.

Erforderliche Kompetenzen angehender Auszubildender

	Wichtig	Neutral	Nicht wichtig
Zusammen arbeiten	89%	11%	0%
Teamfähig sein	93%	7%	0%
Einfühlungsvermögen zeigen	42%	57%	1%
Sich an Zielen und Ergebnissen orientieren	66%	33%	1%
Vertrauen aufbauen und glaubwürdig sein	82%	18%	1%
Lernen wollen und Disziplin zeigen	94%	6%	0%
Kommunizieren und überzeugen	68%	32%	0%
Entscheidungen treffen	34%	60%	7%
Initiative ergreifen und querdenken	58%	39%	2%
Verantwortung übernehmen und mutig sein	54%	43%	3%
Zeit managen	64%	32%	4%
Aus Misserfolgen lernen	88%	11%	1%
Offen und tolerant sein	80%	20%	1%
Mit Konflikten umgehen	77%	23%	1%

Erforderliche Kompetenzen: N=137.

Angehende Auszubildende müssen vor allem eine hohe Lernkompetenz aufweisen. Dazu gehört, Lernen zu wollen und Disziplin zu zeigen, aber auch aus Misserfolgen zu lernen (wichtig für 94% bzw. 88% der Teilnehmer).

Für knapp 90% der Studienteilnehmer ist es außerdem wichtig, dass Auszubildende mit anderen zusammenarbeiten können und teamfähig sind.

Offenheit und Toleranz sind für 80% der Studienteilnehmer wichtige Kompetenzen von angehenden Auszubildenden – mehr als 75% heben außerdem hervor, dass Konfliktfähigkeit eine wichtige Kompetenz ist.

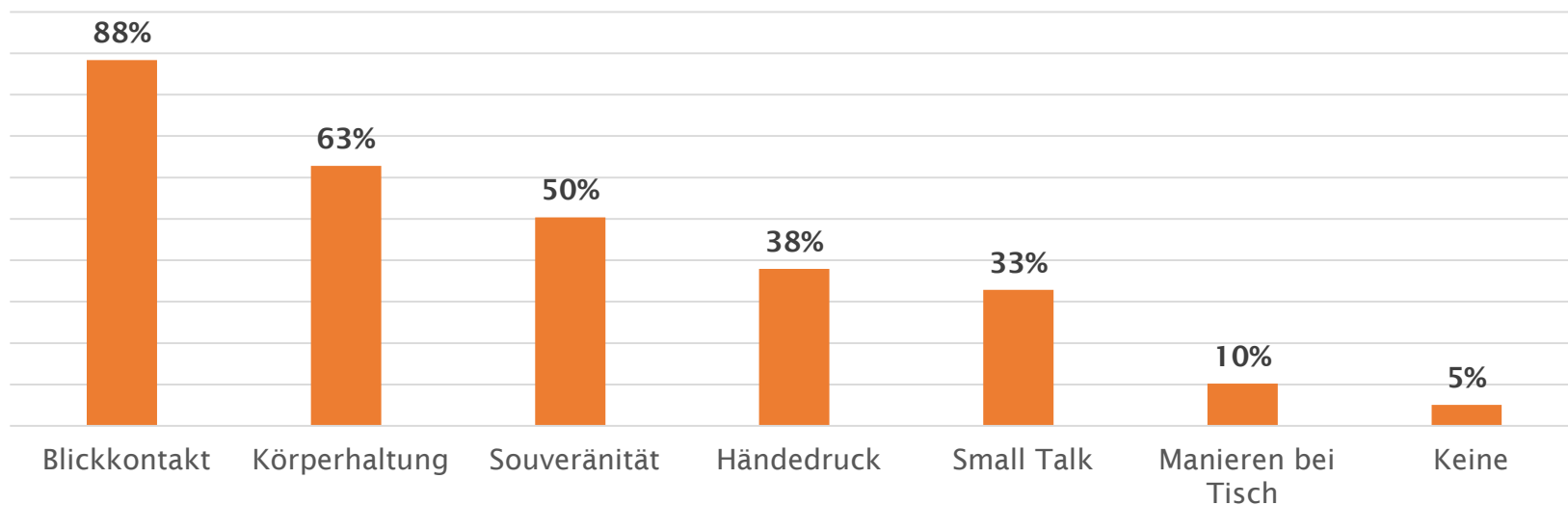
Auf die Frage, welche Kompetenzen in 3-5 Jahren relevant sind, ergeben sich keine nennenswerten Verschiebungen zur aktuellen Einschätzung.

Weitere wichtige Kriterien, die die Bewerberauswahl beeinflussen

Bei der Kandidatenbewertung legen die Studienteilnehmer noch auf weitere Aspekte Wert: 88% achten auf Blickkontakt während des Gesprächs, 63% ist die Körperhaltung wichtig, mehr als 50% wollen, dass der Kandidat Souveränität ausstrahlt. Immerhin 38% bewerten auch den Händedruck als relevant.

Im offenen Textfeld werden vorrangig Aspekte des ersten Eindrucks bzw. des Gesamteindrucks (inkl. Umgangsformen, Erscheinungsbild und Authentizität) hervorgehoben.

Sonstige Kriterien zur Bewerberauswahl

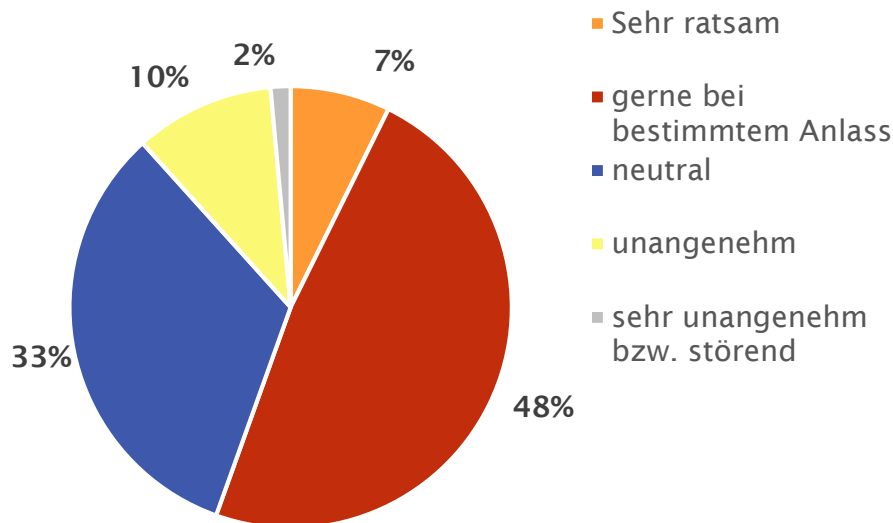


Wichtige Auswahlkriterien: N=137, Mehrfachnennung möglich.

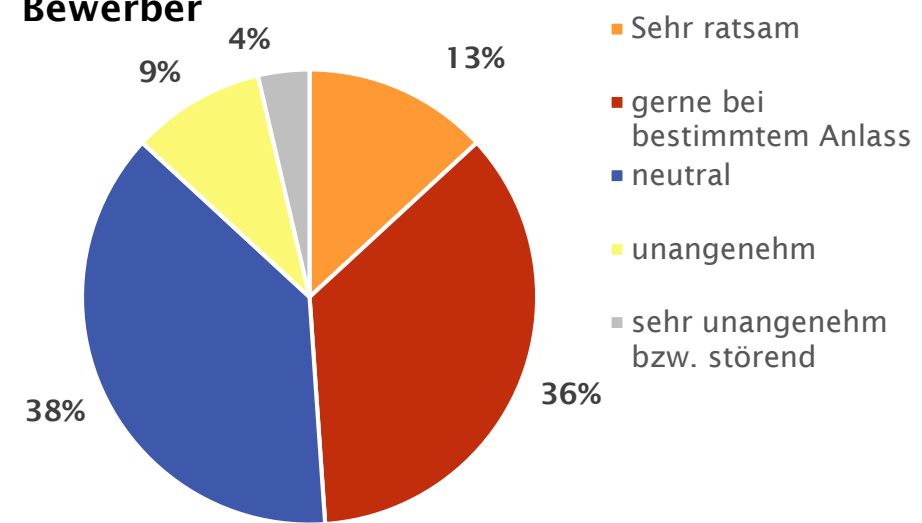
Bewerbungsstatus und Feedback

Die Mehrheit der Studienteilnehmer gibt an, dass die Nachfrage des Bewerbers zum Stand seiner Bewerbung ratsam ist (7%) und bei bestimmtem Anlass gerne gesehen wird (48%). Dass sich Bewerber am Ende des Prozesses aktiv Feedback einholen, wird nur von 13% der Studienteilnehmer als ratsam erachtet. Die meisten Befragten akzeptieren dies, sofern es einen Anlass gibt (36%), oder stehen einer Bitte um Feedback neutral gegenüber (38%). 13% der Studienteilnehmer stört ein aktives Einholen von Feedback – sie empfinden diese Kontaktaufnahme im fortgeschrittenen oder abgeschlossenen Bewerbungsprozess als (sehr) unangenehm und störend.

Nachfrage des Bewerbungsstatus



Einholung von Feedback durch Bewerber



Bewerbungsstatus: N=137; Einholung Feedback: N=137.

Kriterien, die Jugendliche haben bzw. nicht haben sollten

Die Studienteilnehmer hatten zum Ende des Fragebogens die Möglichkeit, „bis zu drei Eigenschaften“ zu nennen, die einen Bewerber um einen Ausbildungsplatz nach ihrer Ansicht zu einem attraktiven bzw. unattraktiven Kandidaten machen. Mehr als 110 Teilnehmer (73%) haben diese Option genutzt und mindestens eine positive bzw. negative Eigenschaft aufgeführt.

Auffällig sind die Relevanz einer erkennbaren Motivation, eine gute Vorbereitung auf die Bewerbung sowie die Umgangsformen.



In die Wortwolken wurden nur Kriterien aufgenommen, die mehrfach genannt wurden. Sinngleiche Nennungen wurden zusammengefasst. Einzelnennungen wurden nicht berücksichtigt. Die Größe der Wörter entspricht der Häufigkeit der Nennung.

Einleitung

Theorie und Methodik

Ergebnisse

Quellenangaben

Informationen zu Autorinnen und Autoren

Verwendete sowie weiterführende Literatur:

Achouri, Cyrus (2010): Recruiting und Placement; Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Hrsg., (2017): Berufsbildungsbericht 2017; Bonn: BMBF; Online verfügbar unter https://www.bmbf.de/pub/Berufsbildungsbericht_2017.pdf, letzter Zugriff am 05.09.2017.

Brüggemann, Tim / Deuer, Ernst (2015): Berufsorientierung aus Unternehmenssicht. Fachkräfterekrutierung am Übergang Schule – Beruf; Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag.

Bundesinstitut für Berufsbildung (Bibb) (2016), Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2016; Bonn: Bibb; Online verfügbar unter https://www.bibb.de/dokumente/pdf/bibb_datenreport_2016.pdf, letzter Zugriff am 05.09.2017.

Statista (2017): Warum konnten Ausbildungsplätze nicht besetzt werden? Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5058/umfrage/gruende-fuer-nichtbesetzung-von-ausbildungsplaetzen/>, letzter Zugriff am 05.09.2017.

Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung GmbH (DZHW), Hrsg., (2017): Zwischen Studierenerwartungen und Studienwirklichkeit, Hannover: DZHW; Online verfügbar unter http://www.dzhw.eu/pdf/pub_fh/fh-201701.pdf, letzter Zugriff am 05.09.2017.

Rösler, Hagen (2015): Ganzheitliches Bewerbercoaching. Ein Leitfaden für integrationsorientierte Beratungsfachkräfte. Wiesbaden: Springer Gabler.

Verhoeven, Tim, Hrsg., (2016): Candidate Experience. Ansätze für eine positiv erlebte Arbeitgebermarke im Bewerbungsprozess und darüber hinaus. Wiesbaden: Springer Gabler.

Bildquellen:

Bildquelle Titelfolie & Folie 3: Pixabay.

Bildquelle Folie 5: <https://www.bibb.de/de/11566.php>, letzter Zugriff am 05.09.2017.

Einleitung

Theorie und Methodik

Ergebnisse

Quellenangaben

Informationen zu Autorinnen und Autoren



Rabea König (Projektleitung)
2. Semester Human Resource
Management (Master)

Ausbildung zur Bankkauffrau (IHK),
Praxissemester im Transformations-
management (Ausland), Aktuell:
Praktikum im Kompetenzmanagement



Prof. Dr. Carina Braun
Professorin
für Betriebswirtschaftslehre und
Personalmanagement an der
OTH Regensburg



Franziska Forster
6. Semester Betriebswirtschaft,
Schwerpunkt Personalmanagement
(Bachelor)

Praxissemester mit dem Schwerpunkt
Personalentwicklung



Simone Jaschik
7. Semester Betriebswirtschaft,
Schwerpunkt Personalmanagement
(Bachelor)

Ausbildung zur Reiseverkehrskauffrau
Praktikum im Personalbereich



Franz-Josef Karmann
6. Semester Betriebswirtschaft,
Schwerpunkt Personalmanagement
(Bachelor)

Ausbildung zum Industriekaufmann,
anschließend fünfjährige
Festanstellung als Personal-
sachbearbeiter /Personalreferent



Monika Kraus
6. Semester Betriebswirtschaft,
Schwerpunkt Personalmanagement
(Bachelor)

Ausbildung zur Kauffrau im
Gesundheitswesen, anschließend
vierjährige Festanstellung
Praxissemester im Personal-
marketing und Rekrutierung



Michaela Radlbeck
6. Semester Betriebswirtschaft,
Schwerpunkt Personalmanagement
(Bachelor)

Ausbildung zur Bürokauffrau
Praxissemester im Recruiting &
Employer Branding
Aktuell: SHK im Zentrum für
Weiterbildung und
Wissensmanagement



Hannah Steffel
6. Semester Betriebswirtschaft,
Schwerpunkt Personalmanagement
(Bachelor)

Ausbildung zur staatlich anerkannten
Erzieherin mit anschließender
dreijähriger Berufserfahrung
Aktuell: Bereich Personal-
dienstleistungen