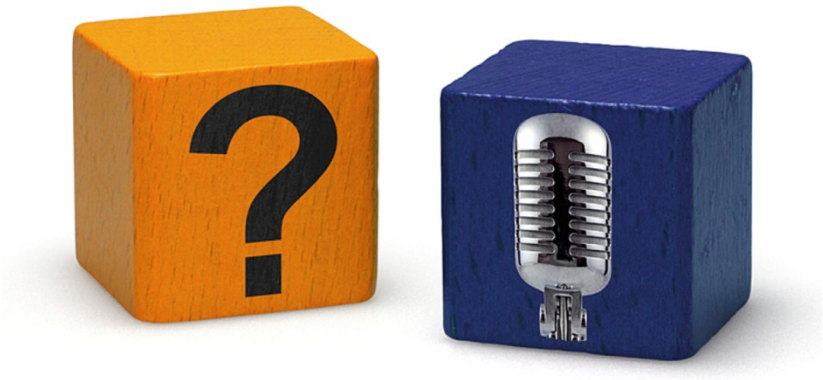
smart. valid. preferred.

Die cut-e Azubi-Studie 2013/14

Wie finden Sie Ihre Auszubildenden?
Wie machen es andere Unternehmen?
Wie sieht die zukünftige Entwicklung aus?
Und wie können Sie Ihre Azubi-Auswahl optimieren?

Diese Fragen haben wir Unternehmen unterschiedlicher Größen gestellt. Lesen Sie hier die Antworten und Handlungsempfehlungen für eine bessere Azubi-Auswahl.



© *cut-e* Group Hamburg 2013 – Alle Rechte vorbehalten. Die Daten und Erkenntnisse aus dieser Studie dürfen frei verwendet werden unter der Bedingung, dass jede Nutzung eindeutig der *cut-e* Azubi-Studie 2013 zugeordnet werden kann und sowohl das Unternehmen *cut-e* sowie diese Studie korrekt anerkannt und unmittelbar zitiert werden.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 3
Über die teilnehmenden Unternehmen 4
Zufriedenheit mit der Quantität und Qualität der Bewerber 7
Wie erfolgreich ist die momentane Ansprache der Bewerber? 9
Erwartungen hinsichtlich der zukünftigen Quantität und Qualität der Bewerber 11
Einsatz der Instrumente: welche, wofür, wann? Warum kein Einsatz? 13
Über cut-e und unsere Erfahrung mit Azubi-Projekten 19

cut-e: die Experten für Online Assessment

- *cut-e* ist international Marktführer in der Erstellung und Implementierung von webbasierten Tests und Fragebögen für die Personalauswahl und -entwicklung.
- *cut-e* unterstützt Unternehmen dabei, genau die Menschen mit den Fähigkeiten und der kulturellen Passung zu identifizieren, die zum Unternehmenserfolg beitragen.
- *cut-e* führt jährlich über 4 Mio. Online Assessments in über 70 Ländern und 40 Sprachen durch.

Einleitung

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

dieses Jahr haben wir wieder Ausbilder, Recruiter und Personaler befragt – und zwar zu ihrer Zufriedenheit mit den Bewerbern, Auswahlprozessen und -instrumenten sowie zu ihren Prognosen für die nächsten 5 Jahre. Im Jahr 2009 haben wir in einer entsprechenden Studie diese Fragen schon einmal gestellt.

Die Kernbotschaften dieser Studie
Es wird zunehmend schwieriger, Ausbildungsplätze erfolgreich zu besetzen. Dr. Achim Preuss, Gründer und Geschäftsführer der *cut-e* GmbH, erklärt: „Für diesen Trend ist zum einen der demografische Wandel verantwortlich, der zu weniger Bewerbern auf dem Ausbildungsmarkt führt. Zum anderen gibt es durch das Bologna-Abkommen einen enormen Zuwachs an Bachelor-Studiengängen in Deutschland, für die sich immer mehr Schulabgänger entscheiden. Somit reduziert sich der größte Pool an potenziellen Bewerbern."

Dieser Trend bringt zwei entscheidende Konsequenzen mit sich:
- Es entstehen höhere Kosten für das Sourcing.
- Fehlentscheidungen wiegen schwerer, da die Nachbesetzung schwieriger und teuer ist.

Die gute Nachricht: Unternehmen können mit entsprechenden Maßnahmen gegenwirken. Unsere Studie zeigt, dass es durchaus noch Bereiche gibt, in denen Unternehmen Optimierungsmöglichkeiten haben:
- Prozessoptimierung durch
  - automatisierte Abläufe (schnellere Prozesse)
  - alternatives und kreatives Sourcing (Guerilla-Marketing)
  - Benchmarking
- Optimierung der Auswahlentscheidungen durch klügere Verfahren
  - Talent Analytics: wirklich verstehen, welches die erfolgsrelevanten Kandidateninformationen sind, und das Auswahlverfahren entsprechend aufbauen und optimieren.

Online Assessment, also der Einsatz von eignungsdiagnostischen Instrumenten per Internet bei der (Vor-)Auswahl von Auszubildenden, ist der Schlüssel zu den beiden Optimierungsmöglichkeiten. Unsere Studie zeigt, wo in welchen Bereichen welche Optimierung vorgenommen werden kann.

Lesen Sie hier, was 241 Fachleute aus deutschen Unternehmen auf unsere Fragen geantwortet haben, was sich geändert hat und welche Trends es gibt.

Vielen Dank an alle Befragten, dass sie sich die Zeit genommen haben, an dieser Umfrage teilzunehmen.

Andreas Lohff / Dr. Achim Preuss
Gründer und Geschäftsführer der *cut-e* Gruppe

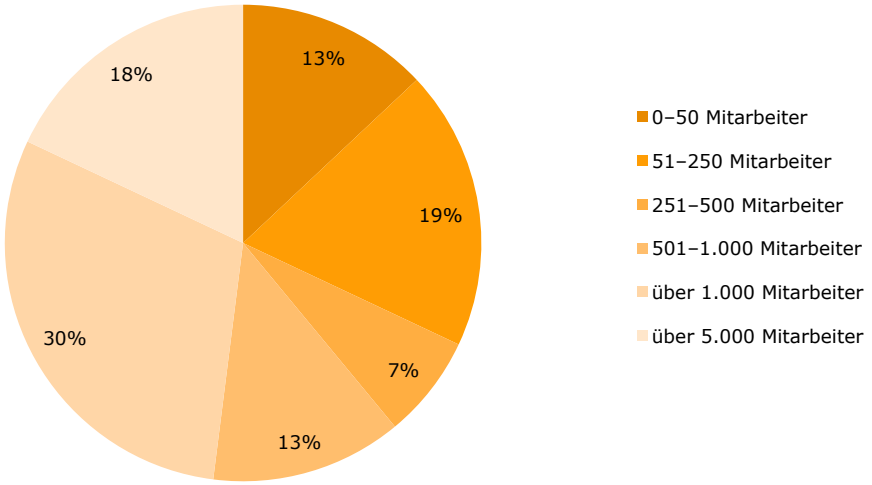
Wollen Sie wissen, was Sie verbessern können?

Bei Interesse an einer Analyse innerhalb Ihres Unternehmens melden Sie sich bitte unter azubi-auswahl@cut-e.de oder schauen Sie auf www.cut-e.de/azubi-auswahl

Über die teilnehmenden Unternehmen

Diese Umfrage wurde online im Sommer 2013 durchgeführt. Es wurden über 1.500 Personalfachkräfte mit dem Fachgebiet Azubi-Auswahl zur Teilnahme eingeladen. 241 Personen haben geantwortet und von diesen haben 182 den Fragebogen komplett ausgefüllt. Eine Teilnahmequote von 16 Prozent zeigt, dass Unternehmen das Thema Azubi-Auswahl ernst nehmen und an Optimierungen interessiert sind.

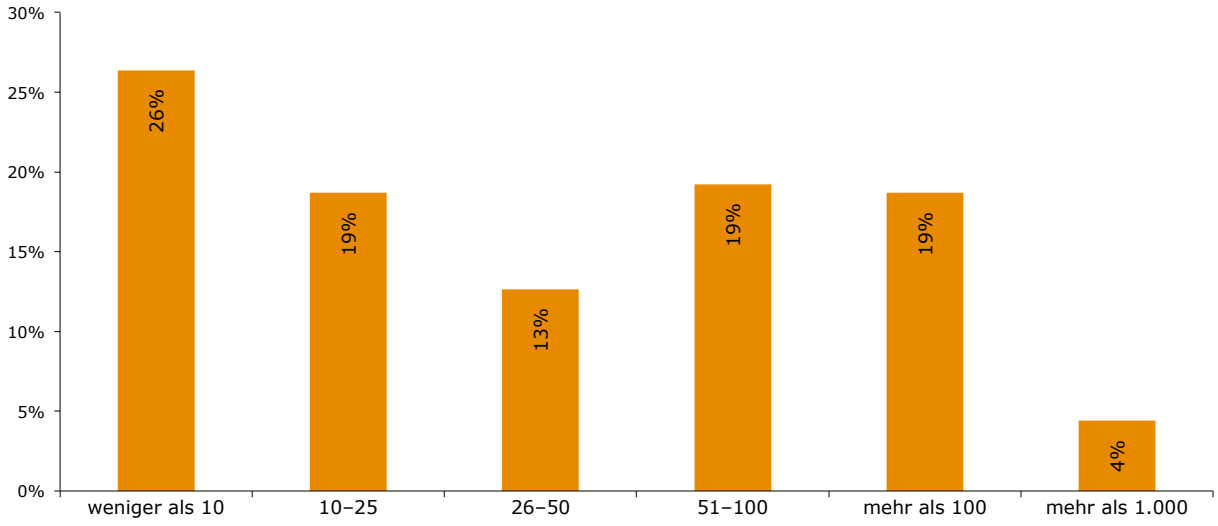
Wie groß ist das Unternehmen, in dem Sie arbeiten?



Die Studienteilnehmer kommen aus Unternehmen unterschiedlicher Größenordnungen und sind überwiegend in ähnlichen Gewichtungen repräsentiert. Den größten Bereich stellen hier die Unternehmen mit 1.000 bis 5.000 Mitarbeitern dar, also der erweiterte Mittelstand.

Wir wollten wissen, wie wichtig die Themen Ausbildung und duales Studium in deutschen Unternehmen sind.

Wie viele Auszubildende bildet Ihr Unternehmen aus?

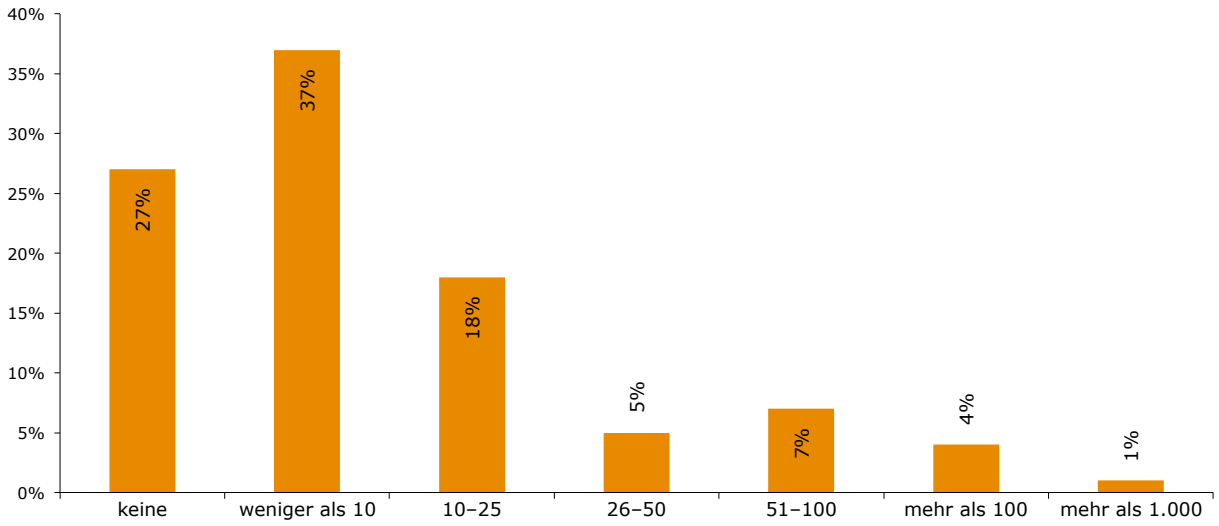


Die Grafik zeigt eine relative Ausgeglichenheit der Azubi-Zahlen in den Unternehmen. Es gibt eine geringere Anzahl an sehr großen Unternehmen – hier durch die geringeren Angaben bei „mehr als 1.000 Auszubildende" gespiegelt.
Ansonsten sind die Zahlen ähnlich verteilt, nämlich jeweils um die 20 Prozent.

„Die meisten Unternehmen können noch eine Menge tun,, um Kosten einzusparen und bessere Entscheidungen zu treffen."

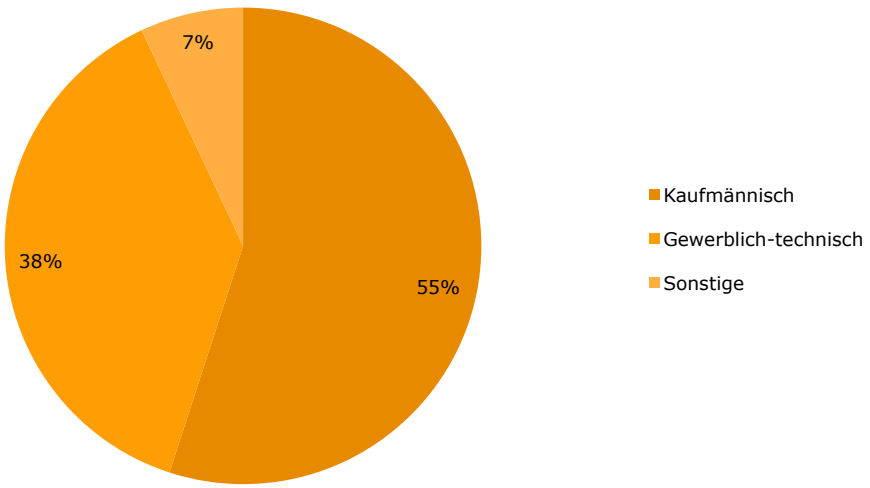
Dazu Stefan Häussermann, Managing Consultant bei der *cut-e* GmbH: „Das Thema Auszubildende geht alle Unternehmen etwas an. Das Potenzial zu optimieren, ob durch bessere Entscheidungen oder Prozess-verschlankung, würde Unternehmen helfen – unabhängig davon, ob sie weniger als 10 oder mehr als 1.000 Azubis im Jahr einstellen. Die meisten Unternehmen können noch eine Menge tun, um Kosten einzusparen und bessere Entscheidungen zu treffen."

Wie viele dual Studierende bildet Ihr Unternehmen zurzeit aus?



Klassische Ausbildungen sind noch geläufiger als duale Studiengänge. Hier sehen wir, dass rund ein Viertel der Unternehmen gar keine dualen Studiengänge anbietet. Dies hängt auch mit der Unternehmensgröße zusammen: Größere Unternehmen bilden mehr dual Studierende aus als kleinere.

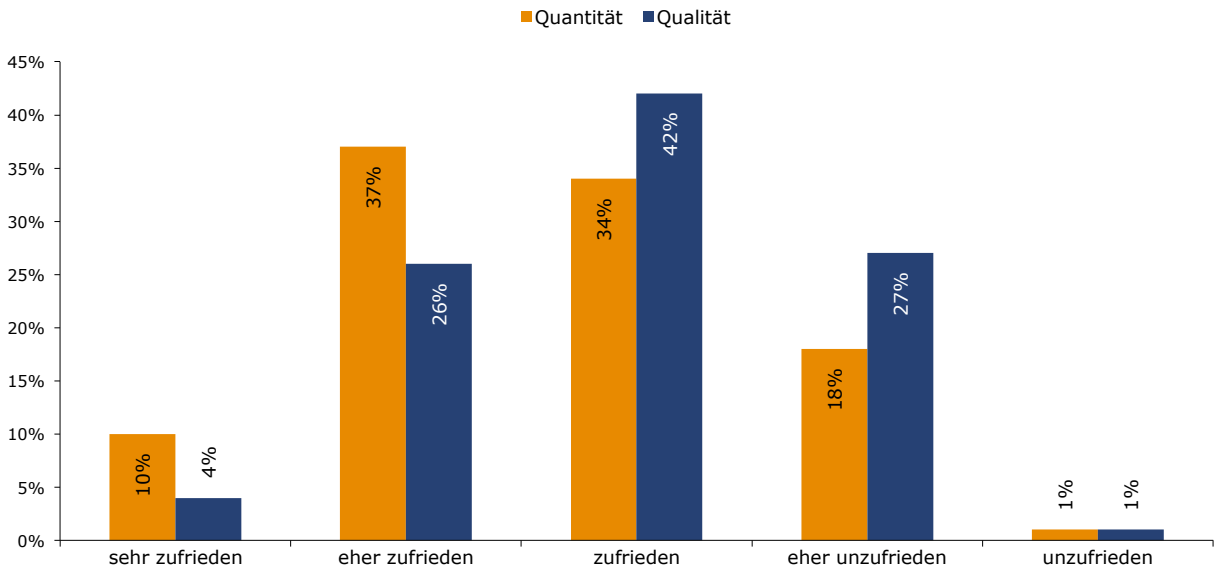
In welchen Bereichen bildet Ihr Unternehmen aus?
Mehrfachantworten bei dieser Frage möglich



Katharina Lochner, Senior Consultant bei der *cut-e* Gruppe in Hamburg, meint: „Dieses Ergebnis spiegelt ein Stück weit auch die Dienstleistungsgesellschaft in Deutschland wider: Ausbildung findet zu einem großen Teil in kaufmännischen Bereichen statt. Aber auch der Industriestandort Deutschland wird durch einen großen Anteil an gewerblich-technischen Ausbildungen repräsentiert."

Zufriedenheit mit der Quantität und Qualität der Bewerber

Wie zufrieden sind Sie mit der Quantität und der Qualität Ihrer Bewerbungen?



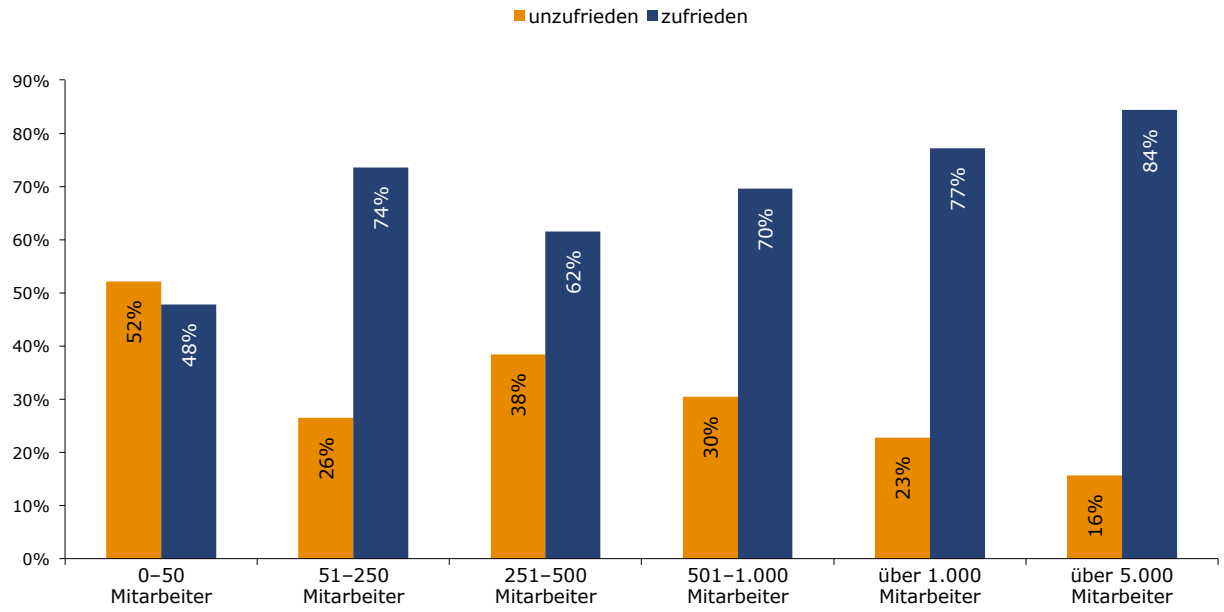
Diese Antworten zeigen, dass es weniger Zufriedenheit mit der Qualität als mit der Quantität gibt. Aber so richtig zufrieden ist nur eine Minderheit, folglich gibt es einen großen Optimierungsbedarf. Richtig unzufrieden sind aber auch nur sehr wenige – woran könnte das liegen? Gibt es nicht genügend Interesse, am Status quo etwas zu ändern, oder gehen die Unternehmen davon aus, dass sich der gegenwärtige Zustand gar nicht verändern lässt?

Interessant ist der Unterschied zwischen den Ergebnissen von Quantität und Qualität bei „eher zufrieden" und „zufrieden". Die Quantität der Bewerbungen scheint für die Unternehmen in Ordnung zu sein, aber es sind weniger qualitativ gute Bewerbungen dabei, als sie es gern hätten (siehe auch: „eher unzufrieden" mit der Qualität ist höher als „eher unzufrieden" mit der Quantität).

So richtig zufrieden ist nur eine Minderheit, folglich gibt es einen großen Optimierungsbedarf.

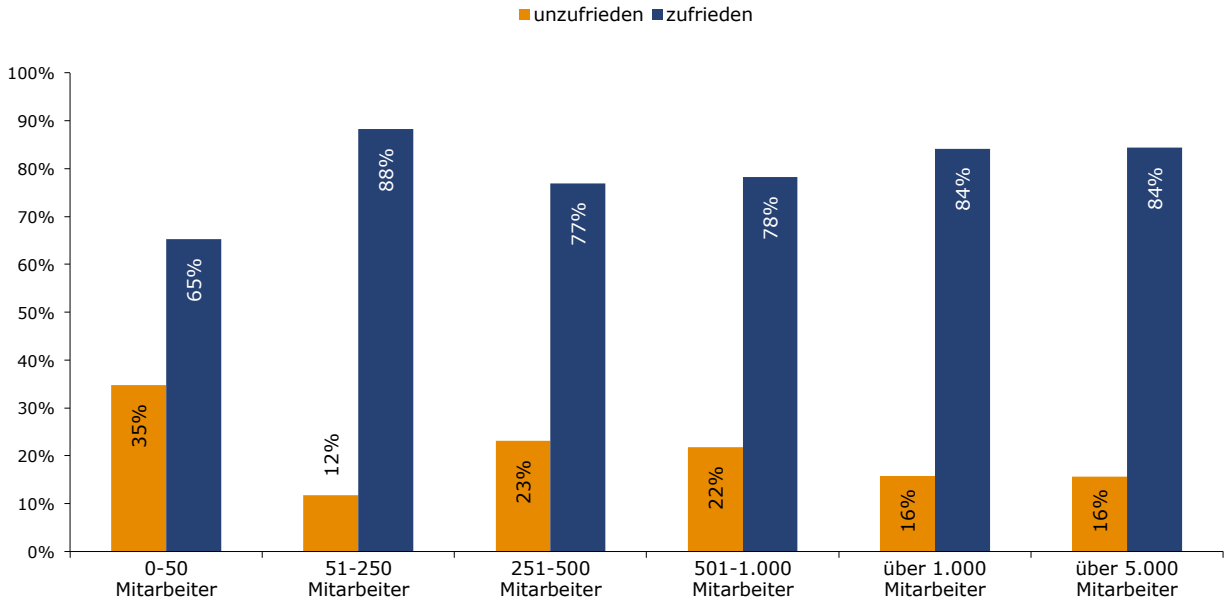
Stefan Häussermann zu diesem Ergebnis: „Laut Kommentaren der Ausbilder hat in den letzten Jahren sowohl die Quantität als auch die Qualität der Bewerbungen abgenommen, das müsste sich dann ja in einem Trend widerspiegeln."

Unternehmensgröße und Zufriedenheit hinsichtlich der Qualität der Bewerber



Diese Grafik zeigt, dass es je nach Unternehmensgröße Unterschiede im Hinblick auf die Zufriedenheit mit der Qualität der Bewerber gibt. Nur die kleinsten Unternehmen, also solche mit weniger als 50 Mitarbeitern, sind unzufrieden mit der Qualität der Bewerber. Für Unternehmen mit zwischen 251 und 500 Mitarbeitern stellt es die größte Herausforderung dar, die gewünschte Qualität an Bewerbern zu bekommen. Ansonsten gilt, dass größere Unternehmen viel zufriedener als unzufriedener sind mit der Qualität.

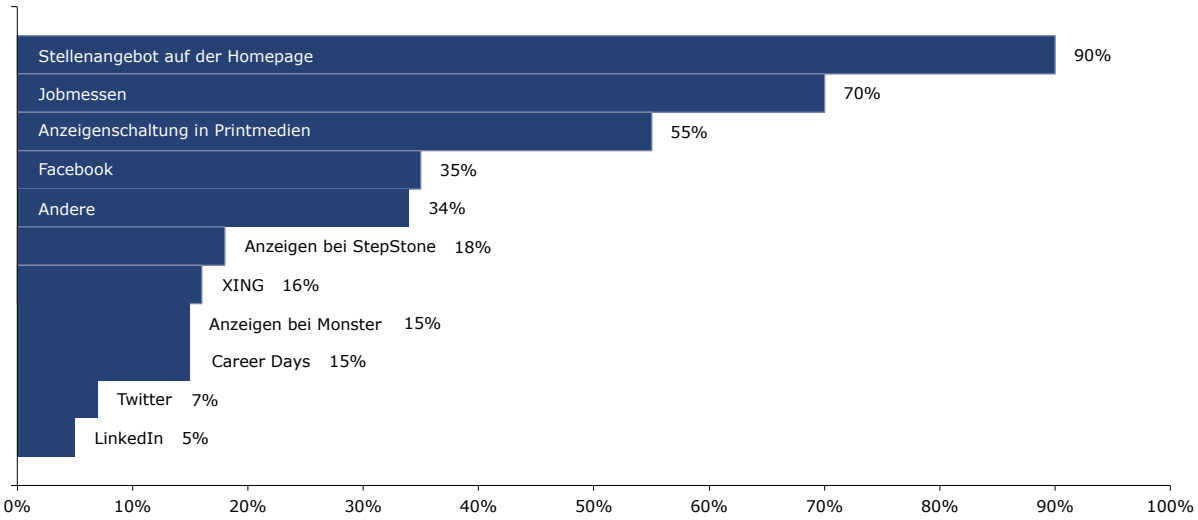
Unternehmensgröße und Zufriedenheit hinsichtlich der Quantität der Bewerber



Bezüglich der Quantität sind alle Unternehmen eher zufrieden als unzufrieden. Hier sind es auch wieder die Unternehmen mit zwischen 251 und 500 Mitarbeitern, für die es am schwierigsten ist, die gewünschte Quantität zu erreichen. Ein möglicher Grund könnte sein, dass diese Unternehmen regional in Konkurrenz zu einer Branchengröße oder einer bekannten Marke stehen und es deswegen schwerer haben, viele Bewerber für sich zu gewinnen.

Wie erfolgreich ist die momentane Ansprache der Bewerber?

Wie sprechen Sie Ihre potenziellen Bewerber an?
Mehrfachantworten bei dieser Frage möglich



Bei den Antworten auf die Frage, wie Unternehmen ihre Auszubildenden ansprechen, zeigt sich, dass neben den Stellenangebot auf der Firmenhomepage die klassischen Methoden wie Jobmessen und Anzeigenschaltung in Printmedien noch dominieren. Dies scheint auch unabhängig von der Größe des Unternehmens zu sein.

Stellenangebot auf der Firmen-Homepage liegt bei den Methoden weit vorn. Voraussetzung für den Erfolg einer solchen Anzeige ist allerdings, dass potenzielle Bewerber das Unternehmen auch kennen und gezielt auf den Websites suchen. Anscheinend gehen die Unternehmen davon aus, dass die Bewerber nicht nach Vakanzen, sondern nach einem potenziellen Arbeitgeber suchen. Dies trifft sicherlich auf Bewerber zu, die vor allem einen lokalen Arbeitgeber suchen. Für Unternehmen, die einen geringeren Bekanntheitsgrad haben, kann diese Methode allerdings die Suche nach geeigneten Bewerbern erschweren. Möglicherweise ist dies auch der Grund, warum Firmen mit 251 bis 500 Mitarbeitern unzufrieden mit der Qualität und Quantität ihrer Bewerbungen sind.

Auch die persönliche Ansprache ist für die Unternehmen wichtig (Jobmessen). In den Freitextantworten zu dieser Frage zeigt sich, dass potenzielle Bewerber durch Direktansprache gewonnen werden sollen, wie zum Beispiel durch:

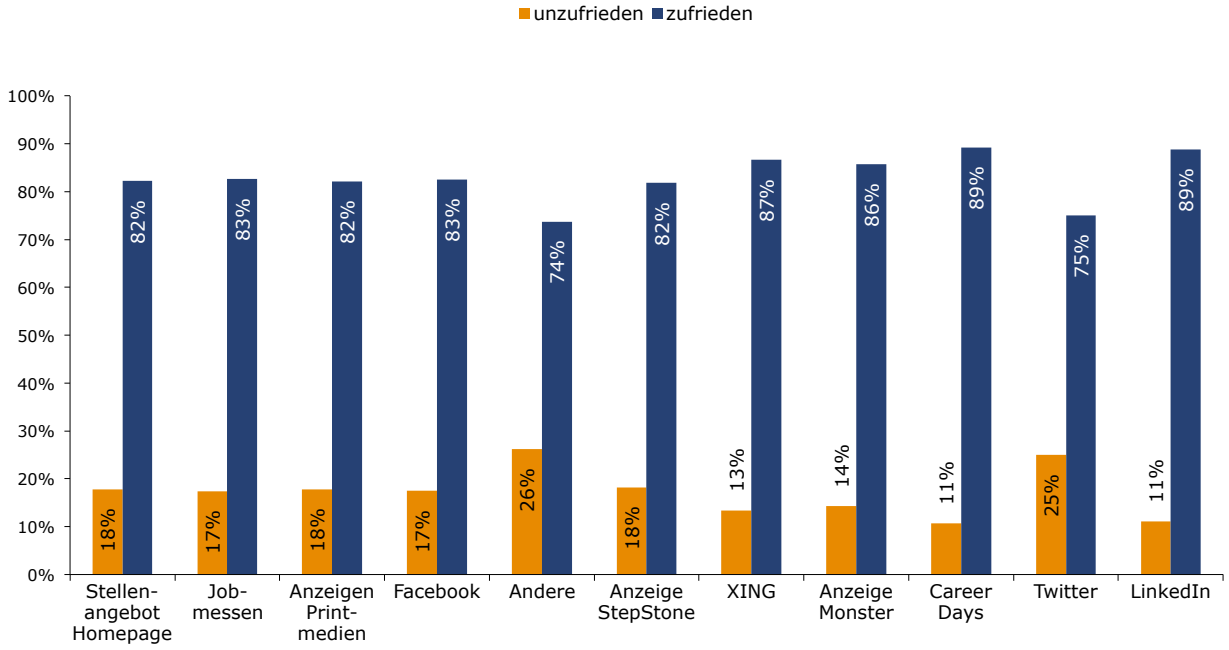
- „Nacht der Ausbildung" (potenzielle Azubis können sich in einem ungezwungenen Rahmen mit Auszubildenden austauschen, Ausbilder sind nur „Beiwerk")
- Ausschreibungen an Schulen
- Berufsorientierungsveranstaltungen in Schulen, Tag der Ausbildung im Unternehmen, Betriebspraktika, Zukunftstag, Schnuppertage, interne Bewerbertage
- Besuche in Schulen
- Eigener Ausbildungstag
- Kooperationen mit Schulen
- Praktika, Kooperation Schule–Wirtschaft
- Infoveranstaltungen für Schulabgänger; sonstige Schulveranstaltungen
- Schulaushänge und Schulbesuche

Sonstige Kanäle (Freitextantworten) umfassen die Agentur für Arbeit und die Lehrstellenbörse der Industrie- und Handelskammern.

Allgemeine Online-Jobbörsen wie Monster oder StepStone sind weniger beliebt, stattdessen wurden bei den Freitextantworten andere Börsen und Portale genannt, wie z. B.: azubiyo.de, IHK-Lehrstellenbörse, Meinestadt.de, YouTube, aubi-plus.de, Lehrlingsinfo.at

Immer mehr Unternehmen richten sich in ihrer Ansprache nach einer jungen Zielgruppe aus, die internetaffin ist. Facebook und andere Social Media passen da eher ins Bild.

Zufriedenheit bezüglich Qualität und Quantität der Bewerbungen hinsichtlich der Medien

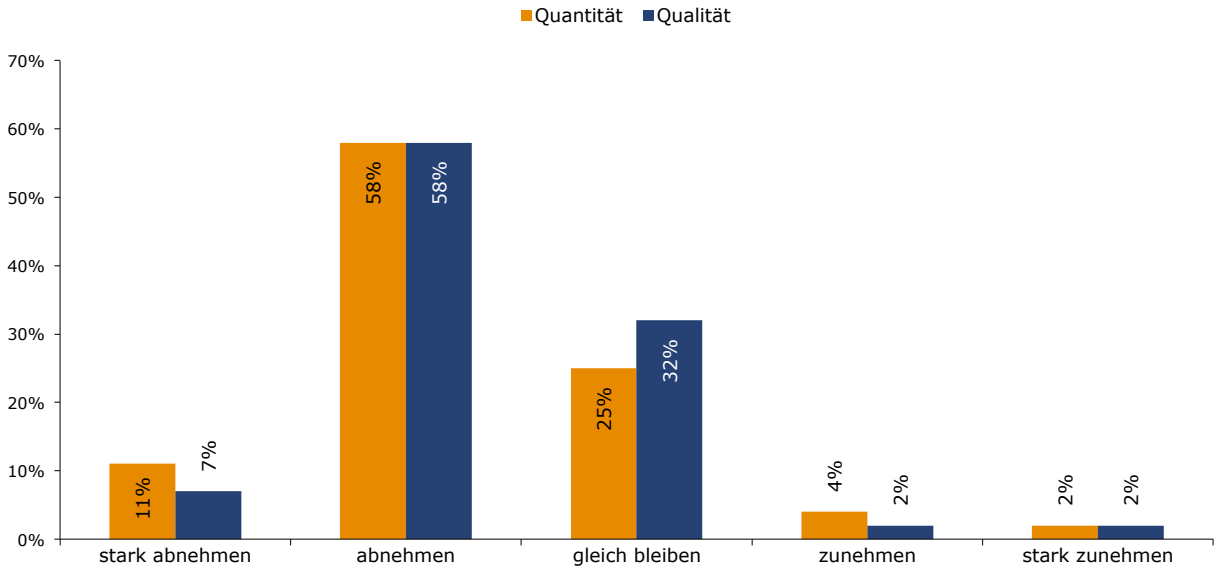


Die Zufriedenheit bezüglich der Quantität sowie der Qualität der Bewerber ist vor allem bei Anzeigenschaltungen in Printmedien und auf der eigenen Homepage am höchsten. Ebenso hoch bewertet wird die Direktansprache, also die Rekrutierung auf Jobmessen und durch Aktivitäten im Bereich Schulmarketing. Diese kombiniert mit passenden Social-Media-Aktivitäten generieren eine zufriedenstellende Quantität und Qualität an Bewerbungen.

Interessant ist aber auch, dass genau diese Methoden gleichzeitig die höchste Unzufriedenheit hervorrufen. Könnte der Grund dafür darin liegen, dass die erzielten Ergebnisse mehr oder weniger zufriedenstellend sind, dass aber die Erwartungen insgesamt nicht in auszureichendem Maße erfüllt werden? Wie dem auch sei, durch den vermehrten Einsatz von Online Assessment kann genauer, besser und schneller ausgewählt werden und somit das Potenzial an Bewerbungen optimaler ausgeschöpft werden.

Erwartungen hinsichtlich der zukünftigen Quantität und Qualität der Bewerber

Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Quantität und Qualität Ihrer Bewerbungen in den nächsten 5 Jahren verhalten?



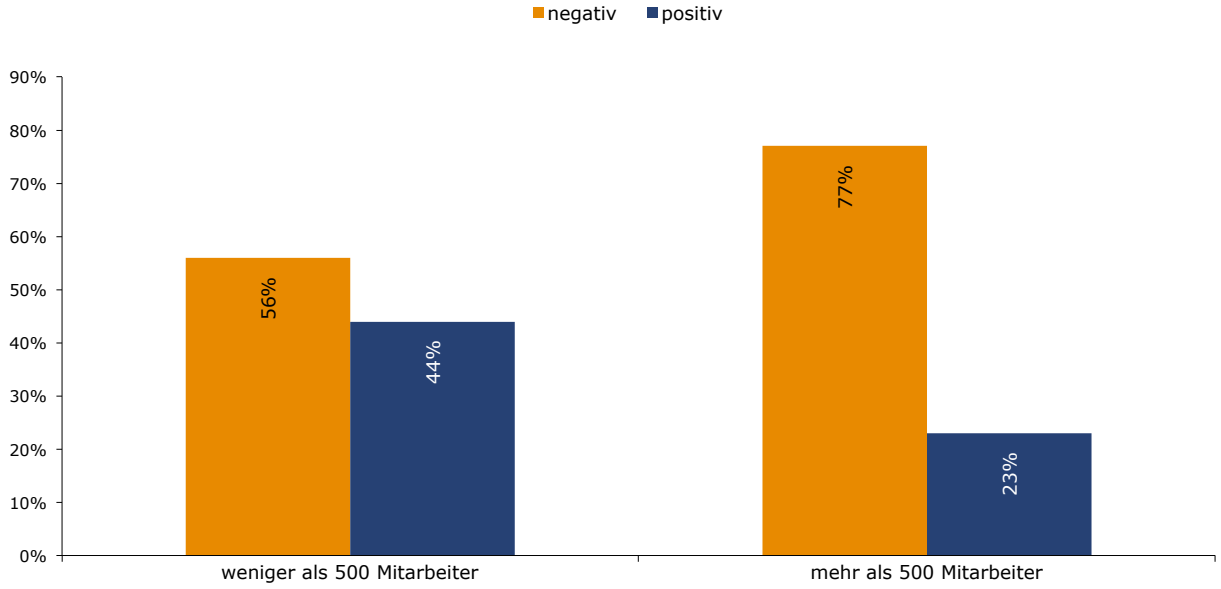
Insgesamt sind die Erwartungen deutlich und durchgehend negativ – zwischen 65 und 69 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass die Qualität sowie die Quantität der Bewerbungen in den nächsten 5 Jahren abnehmen bzw. stark abnehmen wird. Nur 25 bis 32 Prozent meinen, sie wird ungefähr gleich bleiben.

Dies steht in direktem Widerspruch zu der vermeintlichen jetzigen Zufriedenheit mit den Bewerbungen. Unternehmen sollten sich also für die Zukunft rüsten.

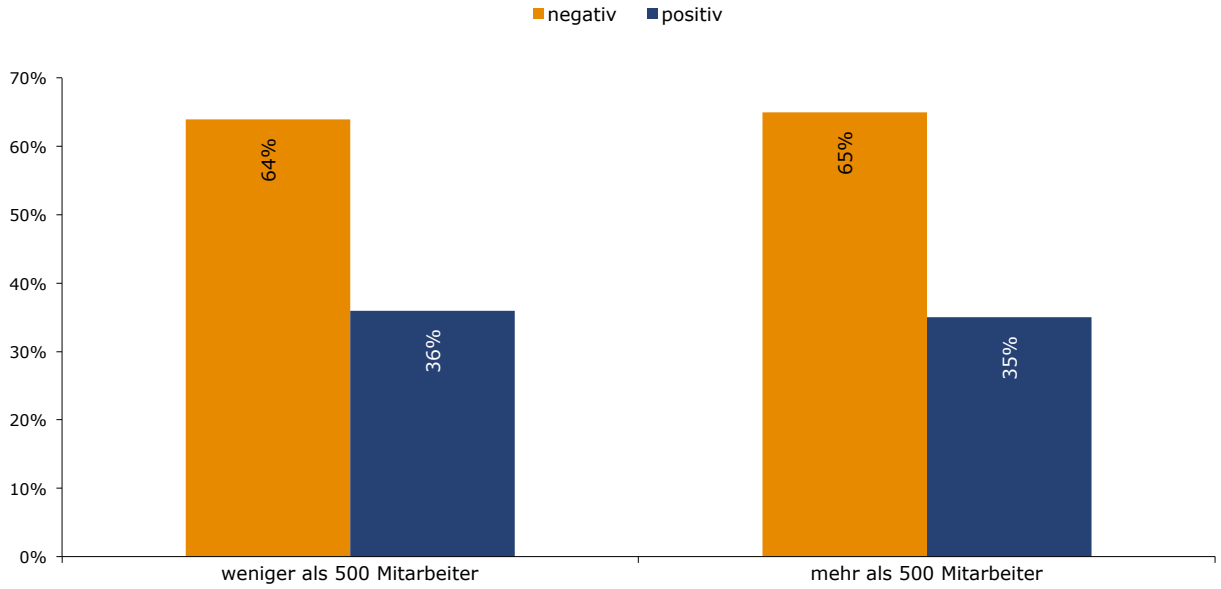
Zwischen 65 und 69 Prozent der Befragten sagen aus, dass die Qualität sowie die Quantität der Bewerbungen in den nächsten 5 Jahren abnehmen oder stark abnehmen wird. Unternehmen sollten sich also für die Zukunft rüsten.

Katharina Lochner: „Offensichtlich haben die Unternehmen große Befürchtungen, dass sowohl die Qualität als auch die Quantität der Bewerbungen abnimmt. Das zeigt sich auch darin, dass viele Unternehmen große Anstrengungen leisten, um potenzielle Azubis frühzeitig zu binden, beispielsweise indem sie schon während der Schulzeit die Schüler ins Unternehmen holen, zu Schnuppertagen oder Praktika o. Ä., oder indem sie sehr viel in Sachen Employer Branding tun, siehe z. B. Siemens. Auch Girls Days bei technisch ausgerichteten Unternehmen fallen in diesen Bereich. Die Befürchtung, zu wenig Bewerber zu haben, zeigt sich auch darin, dass Unternehmen derzeit Azubis beispielsweise aus Spanien holen. Umso verwunderlicher ist dann aber, dass sie Jobanzeigen in so großem Maße auf ihre Homepage stellen."

Unternehmensgröße und Erwartung hinsichtlich der zukünftigen Quantität der Bewerber



Unternehmensgröße und Erwartung hinsichtlich der zukünftigen Qualität der Bewerber

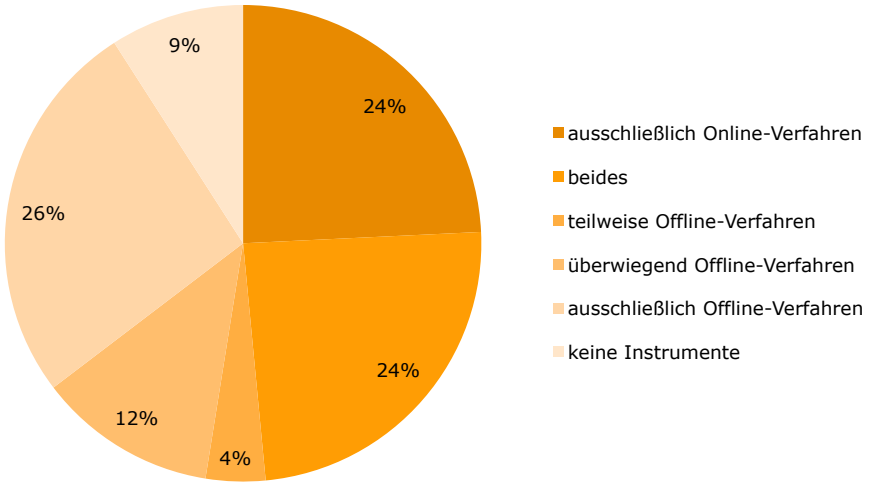


Größere Unternehmen erwarten eher eine negative Entwicklung der Quantität und Qualität der Bewerber als kleinere Unternehmen.

Bei den kleineren Unternehmen halten sich in Bezug auf die Quantität die negative und die positive Erwartung in etwa die Waage, während bei den größeren die negativen Erwartungen deutlich überwiegen. Dies spiegelt die zukünftige Entwicklung wider, dass es weniger junge Menschen geben wird, die sich bewerben könnten, was natürlich die größeren Unternehmen mit ihrem höheren Bedarf mehr treffen wird als die kleineren. Dass die Qualität zurückgehen wird, befürchten beide wiederum gleichermaßen.

Einsatz der Instrumente: welche, wofür, wann? Warum kein Einsatz?

Nutzen Sie für die (Vor-)Auswahl von Auszubildenden Online- oder Offline-Verfahren?



Diese Grafik macht deutlich, dass über 25 Prozent der Firmen ausschließlich Offline-Verfahren anwenden. Gekoppelt mit den 12 Prozent, die angeben, dass sie überwiegend Offline-Verfahren anwenden, kommen wir zu einem ähnlichen Ergebnis wie bereits im Assessment Barometer 2012/2013. An dieser Umfrage nahmen 2.500 internationale Personalverantwortliche teil. Von den 219 deutschen Teilnehmern gaben 35 Prozent an, dass sie ausschließlich Offline-Verfahren benutzten, 27 Prozent wendeten Online-Verfahren an und 38 Prozent beides.

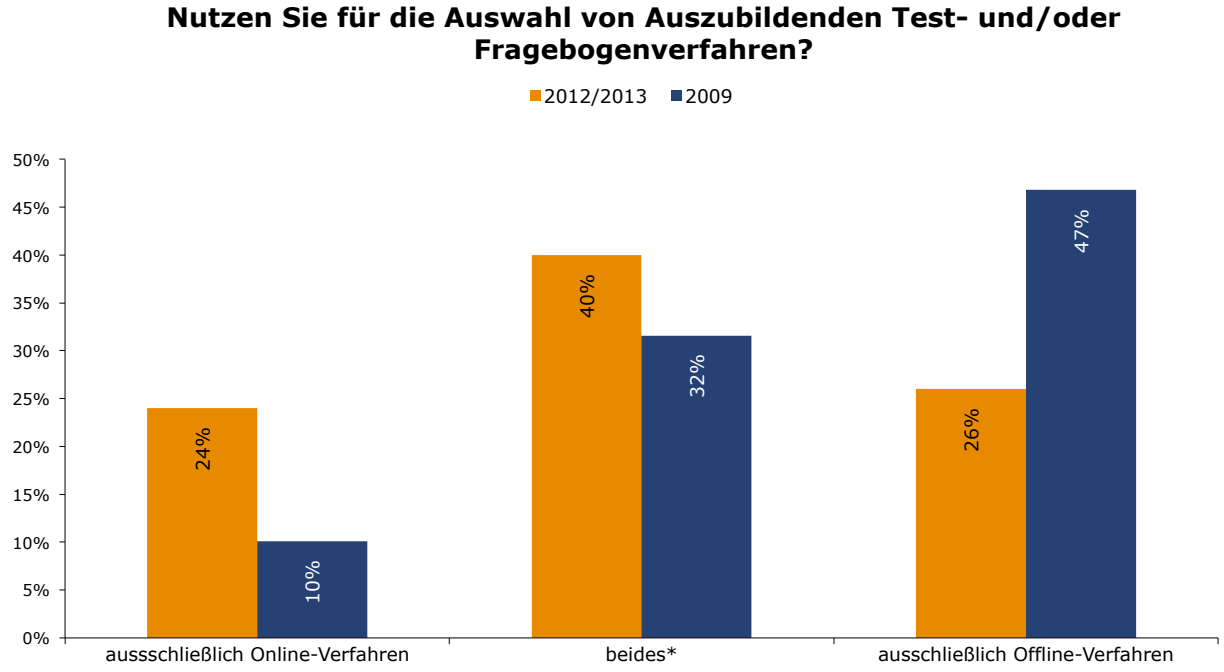
Der größte Bedarf für eine Prozessoptimierung ergibt sich bei den Unternehmen, die geantwortet haben, dass sie ausschließlich Offline-Verfahren verwenden, und bei den 8 Prozent der Unternehmen, die angeben, dass sie keine Instrumente für die (Vor-)Auswahl einsetzen.

Unternehmen, die keine Instrumente zur (Vor-)Auswahl einsetzen, gehen ein größeres Risiko ein, eine Fehlentscheidung zu treffen, und haben weniger hilfreiche Informationen, die als Entscheidungsgrundlage dienen können. Zusätzlich fehlt es Ihnen an Prozesseffizienz und sie können nicht früh genug in der Auswahl unterscheiden zwischen passenden und unpassenden Bewerbern. Bis sie ihren Prozess abgeschlossen haben, sind die Top-Bewerber längst außer Sichtweite und von anderen Unternehmen aufgenommen worden.

Unternehmen, die keine Instrumente zur (Vor-)Auswahl einsetzen, gehen ein größeres Risiko ein, eine Fehlentscheidung zu treffen, und haben weniger hilfreiche Informationen, die als Entscheidungsgrundlage dienen können.

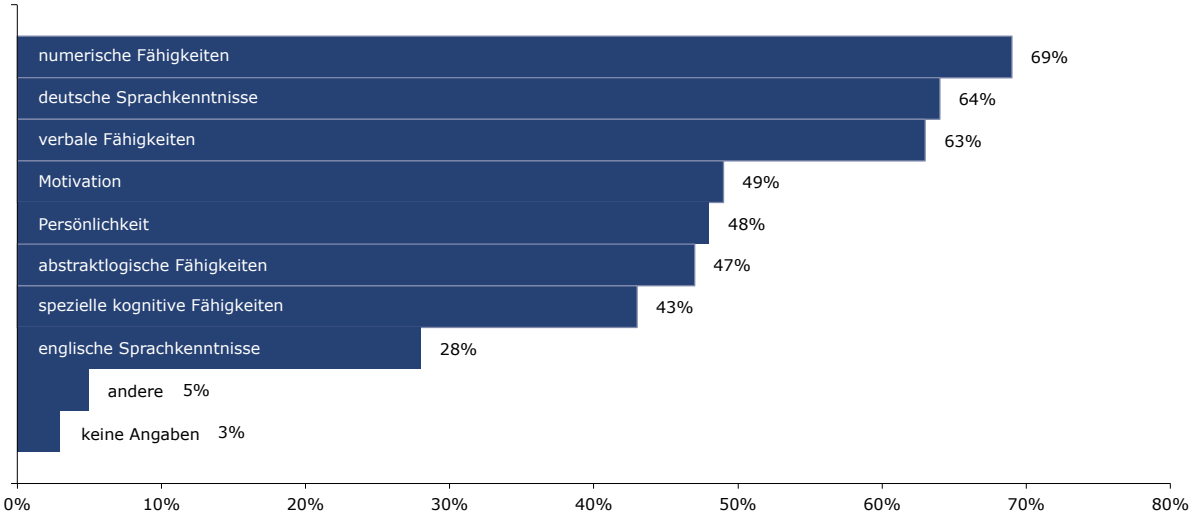
Die Kombination von Online- und Offline-Verfahren macht dann Sinn, wenn die Unternehmen prüfen wollen, ob Bewerber auch ehrlich waren, wie im sogenannten „Retest"-Verfahren.

Vergleich zu 2009
Der Vergleich mit den Umfragewerten von 2009 zeigt keine überraschenden Ergebnisse, bestätigt jedoch den Trend hin zu Online-Verfahren. 2009 gaben knapp 90 Prozent aller Befragten an, für die Auswahl von Auszubildenden Test- und/oder Fragebogenverfahren zu nutzen. Fast 60 Prozent dieser Teilnehmer gaben aber gleichzeitig an, dass im Unternehmen ausschließlich papierbasierte Verfahren zum Einsatz kämen. Nur 10 Prozent erklärten, sie nutzten ausschließlich Online-Verfahren.



* Werte in 2012/2013 inkl. *teilweise Offline-* und *überwiegend Offline-Verfahren*

Was wird mit den Instrumenten, die Sie einsetzen, abgefragt?
Mehrfachantworten bei dieser Frage möglich



Mehr als 30 Prozent der Unternehmen, die Instrumente einsetzen, verzichten dabei auf numerische und verbale Fähigkeitstests – das könnte man fast als fahrlässig bezeichnen! Seit Jahren zeigt die Forschung, dass Fähigkeitstests, vor allem numerische und verbale Fähigkeitstests, sich hervorragend zur Vorhersage des langfristigen beruflichen Erfolgs eignen. Es gibt kaum Instrumente, die bei vergleichbarem Aufwand so viel Wert für das Treffen von Personalentscheidungen bieten. Vor allem bei der (Vor-)Auswahl bieten sie eine effiziente und valide Unterstützung.

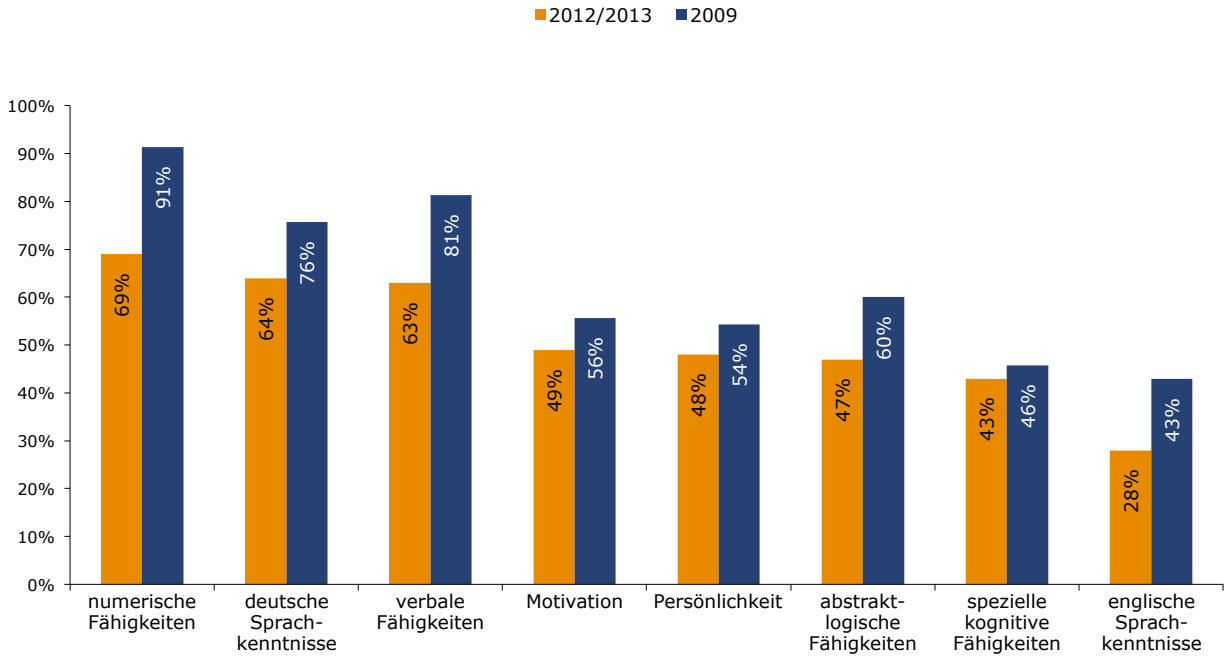
Mehr als 30 % der Unternehmen, die Instrumente einsetzen, verzichten auf numerische und verbale Fähigkeitstests – das könnte man fast als fahrlässig bezeichnen!

Stefan Häussermann: „Dass Fragebögen zur Persönlichkeit eher weiter hinten rangieren, macht im Prinzip Sinn, da die Azubis sich im Reifeprozess befinden und ihre Persönlichkeit noch stärkeren Schwankungen unterliegt. Daher sollte bei der Azubi-Auswahl verstärkt auf kognitive Fähigkeiten geachtet werden. Außerdem eignen sich die hierbei erzielten Testergebnisse auch besser zur standardisierten Vorauswahl, weil sie ein klareres und aussagekräftigeres Kriterium darstellen als ein Persönlichkeitsprofil mit 15 Variablen. Fragebögen zur Persönlichkeit wären allerdings eine ideale Ergänzung zu den Fähigkeitstests, vor allem als Basis für ein Vorstellungsgespräch."

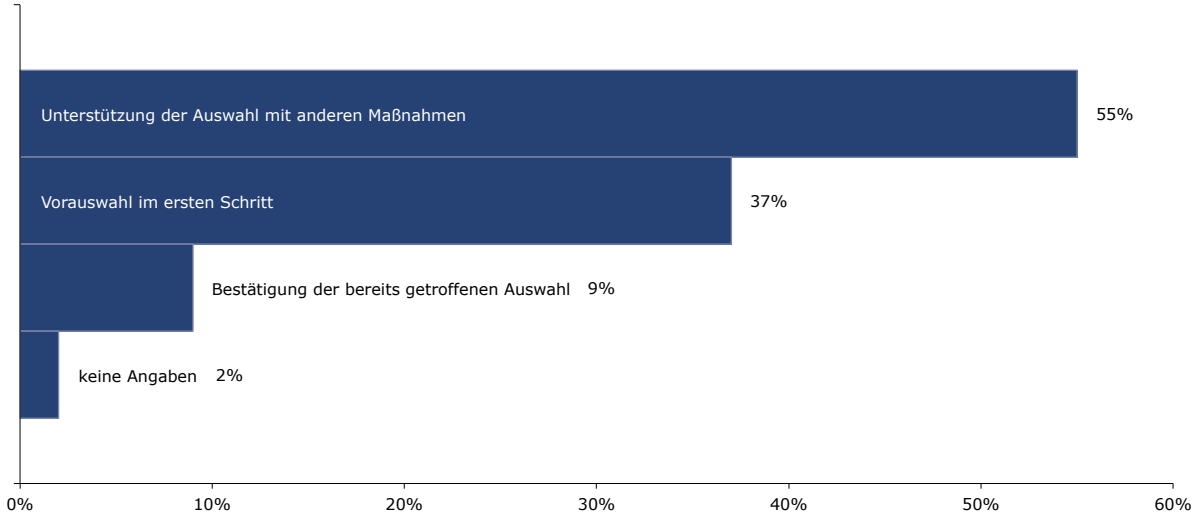
Vergleich zu 2009
Die Top-drei-Bereiche, die mit Eignungsdiagnostik erfasst werden haben, sich seit 2009 nicht verändert – allerdings stehen die deutschen Sprachkenntnisse jetzt an zweiter Stelle. Dies könnte beispielsweise an der zunehmenden Internationalisierung auch im Azubi-Bereich liegen.

Auf die Frage, was mit den eingesetzten Instrumenten abgefragt wird, wurden an erster Stelle numerische Fähigkeiten (91 Prozent) genannt, gefolgt von verbalen Fähigkeiten (81 Prozent). Auf Platz drei platzierten sich die deutschen Sprachkenntnisse (76 Prozent). Persönlichkeit und Motivation werden von mehr als der Hälfte aller Befragten ebenfalls abgefragt.

Was wird mit den Instrumenten, die Sie einsetzen, abgefragt?

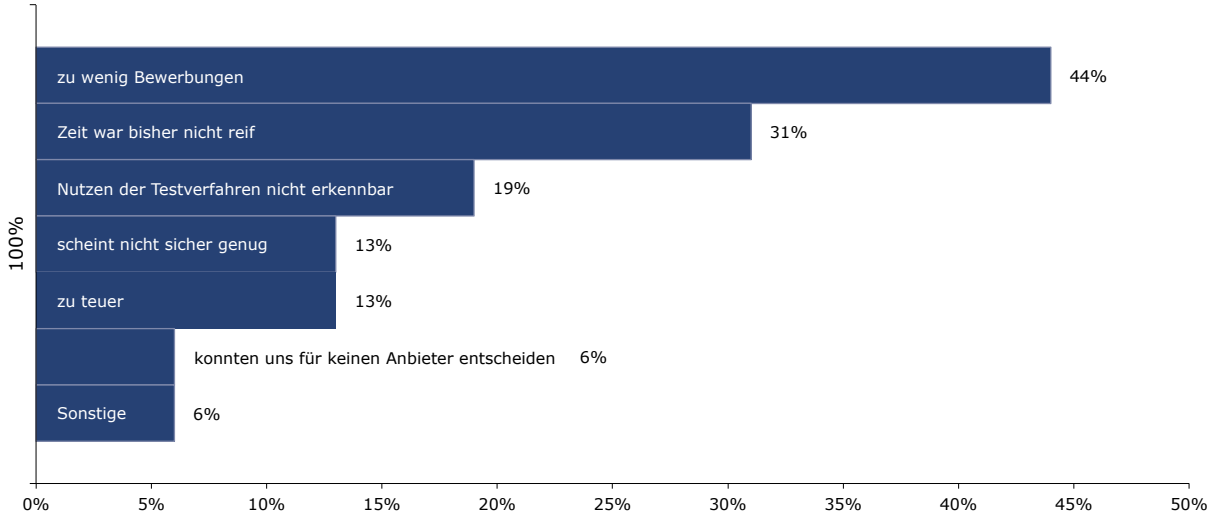


Wann im Auswahlprozess nutzen Sie diese Instrumente?
Mehrfachantworten bei dieser Frage möglich



Auch hier sehen wir enormes Optimierungspotenzial. Es ist erstaunlich, dass nicht mehr Unternehmen Tests zur Vorauswahl einsetzen, hier scheinen Zeugnisnoten für die Unternehmen immer noch ausschlaggebender zu sein.

Aus welchem Grund nutzen Sie keine solchen Instrumente?
Mehrfachantworten bei dieser Frage möglich



Dieses Diagramm zeigt den Prozentsatz bezogen auf diejenigen Antworten, die keine Instrumente einsetzen.

„Zu wenig Bewerbungen" kann nur dann ein Argument sein, wenn es KEINE Bewerbungen gibt. Sonst geht es immer zulasten der Qualität bei der Auswahl. Instrumente dienen der Prozessoptimierung (Effizienz) und der Entscheidungsoptimierung (Qualität).

„Zu wenig Bewerbungen" kann nur dann ein Argument sein, wenn es KEINE Bewerbungen gibt. Sonst geht es immer zulasten der Qualität bei der Auswahl.

Je weniger Bewerbungen man hat, desto wichtiger wird die Entscheidungsabsicherung. Diese wichtige Kernbotschaft müssen wir in den deutschen Markt tragen. Somit können Unternehmen auch in Zeiten mangelnder Qualität und Quantität von Bewerbungen ihre Ausbildungsplätze mit den richtigen Potenzialträgern besetzen.

Über cut-e und unsere Erfahrung mit Azubi-Projekten

Online-Fähigkeitstests von cut-e zur (Vor-)Auswahl von Azubis
Seit Jahren zeigt die Forschung, dass Fähigkeitstests sich hervorragend zur Vorhersage des langfristigen beruflichen Erfolgs eignen. Es gibt kaum Instrumente, die bei vergleichbar geringem Aufwand so viel Wert für das Treffen von Auswahlentscheidungen bieten.

Deshalb hat *cut-e* Fähigkeitstests speziell für die Auswahl von Auszubildenden entwickelt. Diese Testverfahren werden online durchgeführt und sind so ausgestattet, dass Verfälschbarkeit oder Manipulation praktisch keine Rolle spielen. Daher eignen sie sich ausgezeichnet zur effizienten Vorauswahl im Rahmen des Online-Recruitments.

Folgende Fähigkeiten werden mithilfe der Fähigkeitstests von *cut-e* beispielsweise erfasst:
- zahlenlogisches Denken
- Rechenfertigkeit
- sprachlogisches Denken
- logisches Schlussfolgern
- Regelerkennung
- Lernleistung
- Multitasking-Fähigkeit
- Kurzzeitgedächtnis
- räumliches Denken
- mechanisch-technisches Verständnis
- deutsche Sprachkenntnisse/Rechtschreibung
- englische Sprachkenntnisse

Online-Persönlichkeitsfragebogen zur Kompetenzmessung von Azubis
shapes basic ist ein Fragebogen, mit dem Sie die wichtigen Persönlichkeitsmerkmale, Einstellungen und Motive Ihrer Bewerber erfassen können. Der adaptive Online-Fragebogen dauert in der Bearbeitung lediglich zehn Minuten und liefert eine zuverlässige Entscheidungsgrundlage für die Auswahl von Auszubildenden.

Wollen Sie noch mehr für Ihre zukünftigen Azubis tun?
Mit dem *berufsnavi* hat *cut-e* eine Plattform entwickelt, auf der Schulabgänger mithilfe von Online-Tests sowie Motivations- und Interessensfragebögen herausfinden können, welcher Ausbildungsberuf am besten zu ihnen passt. Nach Bearbeitung der verschiedenen Instrumente werden die passenden Studiengänge oder die geeigneten Ausbildungsplätze angezeigt. Das dauert nicht lange und die Bearbeitung macht außerdem noch Spaß.

Die Einbindung eines für Ihr Unternehmen maßgeschneiderten *berufsnavis* auf der Karriereseite Ihrer Website bietet Ihnen die Möglichkeit, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren, bestimmte Ausbildungsberufe bekannter zu machen oder Ihren Kandidatenpool zu erweitern.

Nahtlose Integration in bestehende Systeme
Alle Verfahren, die *cut-e* anbietet, lassen sich nahtlos in Ihre bestehenden Bewerbermanagement-, Assessment- oder HR-Systeme (z. B. rexx oder SAP) integrieren. Auch die Anpassung an Ihr Corporate Design ist für uns eine Selbstverständlichkeit.

Tests und Fragebögen von cut-e: in über 40 Sprachen verfügbar
Um die Vergleichbarkeit und Fairness auch für solche Bewerber zu garantieren, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, stehen unsere Verfahren übrigens in über 40 Sprachen zur Verfügung.

In welcher Situation Sie sich bei der Auswahl von Auszubildenden auch immer befinden: *cut-e* unterstützt Sie dabei, die besten Kandidaten zu finden. Denn wenn Sie frühzeitig die Fähigkeiten und Qualifikationen von Bewerbern erkennen, die wichtig für den Ausbildungserfolg sind, besetzen Sie nicht nur Ihre Ausbildungsplätze mit den passenden jungen Menschen, sondern stellen im Idealfall sogar kompetente und angesehene Fachkräfte oder Manager von morgen ein. Und auch die Kandidaten, die Sie nicht einstellen können, bekommen einen guten Eindruck von Ihrem Unternehmen, wenn sie einen modernen und fairen Auswahlprozess erleben.

Kunden, die bei ihrer Azubi-Auswahl den Lösungen von cut-e vertrauen (Auszug):
Amprion, Carlsberg, Deloitte, Dortmunder Stadtwerke, Open Grid, Paul Hartmann, R+V, Santander Bank, Siemens, Sparda Bank, Stadt Düsseldorf, Stadt Frankfurt, Still, Volkswagen, Wüstenrot & Württembergische u. v. m.

Kontaktieren Sie uns
cut-e GmbH
Kleiner Burstah 12
20457 Hamburg

Telefon: 040.32503890
E-Mail: info.germany@cut-e.com

cut-e: smart. valid. preferred.