

**Masterfragebogen für die jährlichen Erhebungskonvois
zum Thema „Employer Branding und Recruiting in der Erstausbildung“
- Teil 1: Einflussfaktoren -**



Stand: 27. Februar 2012

Struktur:

- | | |
|--|---------------|
| • Strategie (mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding) | Frage 1 - 28 |
| • Planung | Frage 29 - 35 |
| • Ansprache (incl. Selbstselektion) und Bewerbungseingang | Frage 36 - 44 |
| • Vorselektion | Frage 45 - 62 |
| • Persönliche Selektion | Frage 63 - 71 |
| • Bindung bis zum Eintritt | Frage 72 - 75 |

Vorbemerkungen:

- Die gelb hinterlegten Fragen (mit den rot markierten Nummern) sind bitte aus Gründen einer aussagefähigen Auswertung möglichst von allen teilnehmenden Unternehmen auszufüllen (Nukleus).
- Fragen mit Abweichungen in den Antwortoptionen zwischen D, CH und A sind farblich gekennzeichnet: rot für CH, grün für D grün und blau für A.
- Fragen, die b.a.w. nicht mehr integriert werden bzw. jene, die im Filter dargestellt werden, sind mit grauer Schrift gekennzeichnet.
- Bitte nutzen Sie die Hilfetexte und Definitionen zur einheitlichen Verständlichkeit über den Info-Button.

- Bitte beziehen Sie alle Informationen, die Sie in die Fragebögen eingeben, auf dieselbe Basis (Gesamtunternehmen, Gesamtunternehmen incl. Niederlassungen, ausgewählte Tochtergesellschaften, Standorte, etc.) und vermeiden Sie somit, dass sich beispielsweise die Anzahl Auszubildender auf das gesamte Unternehmen beziehen und die Vollkosten nur auf einen Teilbereich. Die für Sie ermittelten Kennzahlen wären damit falsch und liefern Ihnen keinerlei Entscheidungsgrundlage.
- Schüler, die eine Ausbildung anstreben, werden als potenzielle Auszubildende bezeichnet. Die in der Schweiz und in Österreich verwendeten Begriffe - Lernende und Lehrlinge – werden unter dem im Folgenden verwendeten Begriff „Auszubildende“ subsumiert.
- Erstauszubildende sind Menschen, die nach ihrem schulischen Abschluss eine Berufsausbildung starten. Ausbildungen im Laufe des Berufslebens sind darin nicht enthalten.

Strategie mit Schwerpunkt Employer Attraction & Branding

1. Kerninhalte der Strategie für die Erstausbildung

- Strategie vorhanden mit folgenden Kerninhalten:
 - Strategie ist abgeleitet aus der Unternehmensstrategie
 - Strategie ist abgeleitet aus der Personalstrategie
 - Strategie versteht Ausbildung auch als gesellschaftliche Verantwortung
 - Strategie richtet Einstellungen am Bedarf (gem. Personalplanung) aus
 - Strategie beinhaltet die Erzielung einer Ausbildungsquote
Kommentar: Höhe der Quote in %
 - Strategie beinhaltet Aussagen zur Entwicklung der Übernahmen (befristet/unbefristet)
Kommentar: prozentuale Verteilung (wenn möglich nach Berufen)
 - Strategie macht Aussagen zur Effizienz der Ausbildung
Kommentar: Kosten, Zeiten, Qualität
 - Strategie macht Aussagen zur internen Besetzungsquote von Führungspositionen
 - Sonstiges:
Kommentar:
- keine Strategie vorhanden

2. Dokumentation der Strategie für die Erstausbildung

- Dokumentation vorhanden:
 - Strategiepapier
 - Strategiepapier mit (Jahres-)Zielen und Maßnahmen
 - Strategiepapier mit (Jahres-)Zielen, Maßnahmen und Messgrößen
Kommentar: die 3 wichtigsten Messgrößen
- keine Dokumentation vorhanden

3. Beobachtbare Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt, die für Ihr Unternehmen relevant sind

- demographischer Wandel
- Entwicklung der Qualität der Schulbildung (Ausbildungsreife)
- Globalisierung des Arbeitsmarktes
- konjunkturelle Schwankungen
- Wandel der Schulsysteme
- Trend zu Gymnasium/Universität anstelle Sekundarstufe
- Trend zu Gymnasium
- sonstige Entwicklungen: Kommentar:

4. Bereiche, in denen Mängel bzgl. der Ausbildungsreife heutiger Schulabgänger existieren

- mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen
- elementare Rechenfertigkeiten
- Leistungsbereitschaft und Motivation
- Disziplin
- Belastbarkeit
- Umgangsformen
- Interesse und Aufgeschlossenheit
- Sonstiges
- **Keine Mängel, Leistung ist wieder in -> Neokonservatismus**

5. Eingeleitete Maßnahmen gegen die mangelnde Ausbildungsreife

- Angebote für betriebliche Einstiegsqualifizierungen (EQ)
- Angebote für betriebliche Praxisphasen für Jugendliche, die bei einem Bildungsträger ausgebildet werden
- Angebote für langfristige Schülerpraktika zum Lernen im Betrieb (z.B. Praxisklassen)
- Angebote für Lehrerpraktika
- Eigenes Angebot von Nachhilfe im Unternehmen
- Einsatz ehrenamtlicher Mentoren/Paten
- Nutzung ausbildungsbegleitender Hilfen der Agentur für Arbeit (z.B. für Nachhilfe)
- Sonstiges

6. Notwendige Voraussetzungen, um mehr Ausbildungsplätze mit lernschwächeren Jugendlichen zu besetzen

- Bereitstellung von Fördermitteln
- öffentlich finanzierte Unterstützungsleistungen während der Ausbildung (z.B. sozialpädagogische Betreuung)
- bessere Information über Stärken und Schwächen des Jugendlichen (über Schulzeugnisse hinaus; z.B. über eine zusätzliche Bescheinigung, eine Potenzialanalyse, etc.)
- Weitere Voraussetzungen: Kommentar:

7. Berufsgruppen, in denen Schlüsselprofile in Ihrem Unternehmen existieren

- kaufmännische Berufe
- IT-Berufe
- technische-gewerbliche Berufe
- **Detailhandel und Service**
- Metallberufe
- Verkehrs- und Logistikberufe
- Naturwissenschaftliche und Laborberufe
- **Gesundheit und Soziales**
- **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**
- **Gesundheit und Soziales**
- **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**
- **Studiengang Bachelor of Science**
- **Studiengang Bachelor of Arts**
- **sonstige Bachelor Studiengänge**
- sonstige Berufe

8. Jobprofile, die entlang identifizierter Berufsgruppen Schlüsselprofilen zuordenbar sind

- Kaufleute für Dialogmarketing
- Wirtschaftsinformatiker
- Kfz-Mechatroniker
- Frontprofile/Verkäufer in den kaufmännischen Ausbildungsberufen
- Frontprofile/Verkäufer in den kaufmännischen Ausbildungsberufen
- Sonstige: Kommentar:

9. Wie viel Prozent der Erstauszubildenden sind Schlüsselprofilen zuordenbar?

- 2008
- 2009
- 2010
- 2011 (Schätzung)
- 2012 (Schätzung)
- 2013 (Schätzung)

10. Gründe für Schlüsselprofile in Ihrem Unternehmen

- Lage des Unternehmensstandortes
- mangelnde Bekanntheit als Arbeitgeber für bestimmte Berufe (für welche Berufe)?
Kommentar:
- mangelnde Bekanntheit der hervorragenden Arbeitsbedingungen
- unattraktive Arbeitsbedingungen
- unattraktive Branche
- abgelehnte Vertragsangebote
- Ausbildung wurde nicht angetreten
- keine bzw. zu wenig Bewerbungen
- keine bzw. zu wenig geeignete Bewerbungen
- (zu) hohe Ansprüche an die Bewerber
- Sonstige Gründe: Kommentar:

11. Maßnahmen zur Gewinnung von mehr geeigneten Auszubildenden (speziell bei Schlüsselprofilen)

- Initiierung von und Teilnahme an Informationsveranstaltungen zu relevanten Berufsfeldern
- Marketing und Recruiting im Verbund mit anderen Unternehmen
- Angebot für lernschwächere Bewerber (z.B. Einstiegsqualifizierungen, innerbetriebliche Nachqualifizierung)
- Angebot von Auslandsaufenthalten in der Ausbildung
- Erschließung neuer Bewerbergruppen (z.B. Studienabbrecher)
- Hochschulpartnerschaften (z.B. Angebot von dualen Studiengängen)
- Schulpartnerschaften
- Senkung der Anforderungen an die Vorbildung von Bewerbern
- zielgruppenspezifischeres Ausbildungsmarketing
- andere Vorgehensweisen: Kommentar:

12. Staatliche Fördermöglichkeiten auf Bundes- oder Landesebene bzw. bereits existierende Initiativen, die Ihnen bekannt sind oder von Ihrem Unternehmen genutzt werden

Kommentar:

13. Erwartungen der Schüler an Ihr Unternehmen (die fünf Wichtigsten hervorheben)

- gutes Arbeitsklima mit netten Kollegen und Vorgesetzten
- hohe Arbeitsplatzsicherheit (Krisensicherheit und Zukunftsperspektive des Unternehmens)
- zeitnahe Aufstiegsmöglichkeiten (nach der Ausbildung)
- leistungsgerechte Bezahlung nach der Ausbildung mit guten Neben- und Sozialleistungen (Weihnachtsgeld, Urlaubsgeld, 13. Monatslohn, Weihnachtsgeld, Urlaubsgeld)
- intensive Betreuung (während der Ausbildung)
- hohe Übernahmechancen (nach der Ausbildung)
- ausgeglichenes Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben
- gute Fortbildungsmöglichkeiten (z.B. Studienunterstützung / Berufsmaturität / Abendmatura)
- eingebundener Auslandseinsatz (nach und während der Ausbildung)
- selbstständiges Arbeiten
- attraktive Produkte oder Dienstleistungen
- vielseitige und interessante Tätigkeiten
- attraktive Branche (z.B. Chemiebranche, Automobilbranche)
- interessante betriebliche Freizeitangebote (z.B. betriebliche Sportgruppen)
- leistungsorientiertes Unternehmen
- modernes, innovatives (erfinderisches) Unternehmen
- konservative Unternehmenswerte
- tolerante Unternehmenswerte
- flexible Arbeitszeiten
- Fairness gegenüber Konkurrenten
- verantwortungsbewusstes Handeln des Unternehmens in Bezug auf Umwelt und soziale Verantwortung
- international tätig
- Weitere

14. Wettbewerber Ihres Unternehmens bei der Rekrutierung von Auszubildenden

- Nennung der 3-5 derzeit wichtigsten Wettbewerber
- wesentliche Gründe für deren Attraktivität

15. Leitidee Ihres Unternehmens im Rahmen der Erstausbildung

- Ausbildungsqualität
- Begeisterung
- Förderung der Eigenverantwortung
- Vertrauen
- Gesellschaftliche Verantwortung
- Gesundheitsbewusstsein / -förderung
- Innovationsförderung
- Integrität
- Internationalität
- Karrierebewusstsein
- Nachhaltigkeit
- Offenheit

- Ökologiebewusstsein
- Wertschätzung
- Teamorientierung
- Leistungsorientierung
- Sonstige:

16. Besonderheiten, Stärken und Einzigartigkeiten Ihres Unternehmens im Vergleich mit Wettbewerbern (Unique Employment Proposition) – die 5 wichtigsten Merkmale!

- Arbeitsatmosphäre
- Aufgabenspektrum
- Auslandsentsendung
- Azubiprojekte
- Berufseinführungswoche
- Betreuung durch Ausbilder, Führungskräfte, etc.
- Eigenständigkeit (z.B. bei der Praxisphasensuche)
- Einbindung und Umgang im Unternehmen
- Förderprogramme, interne Schulungen und Weiterbildungen (Lernplattform und –module)
- Freizeitprogramme
- Prüfungsvorbereitung
- Sozialpraktika und -engagement
- Work Life Balance
- Zertifizierungen (Sprache, Vertrieb, etc.)
- Sonstiges

Kommentar:

17. Messung der Arbeitgeberattraktivität

- Bravo-Studie
Kommentar:
- Schülerbarometer des Trendence-Instituts
Kommentar: Rang insgesamt und Rang für relevante Branche
- Shell-Studie
Kommentar:
- STRIM Schülerbefragung
Kommentar:
- UNICUM-Befragung
Kommentar:
- unternehmensinterne Befragung
Kommentar:
- Sonstiges
Kommentar: Rang insgesamt und Rang für relevante Branche

18. Gründe für Abweichungen der Eigenwahrnehmung von der Fremdwahrnehmung
Kommentar:

19. Aktuelle Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität
Kommentar:

20. Kernbotschaft resp. Nutzen einer Ausbildung in Ihrem Unternehmen (Employer Brand Promise, Employee Value Proposition)

Kommentar schreiben:

z.B. Rolle der Rationalität und der Emotionalität

z.B. Rolle von Textmaterial und bildhaftem Material

z.B. Abdeckungsgrad der Kernbotschaft mit den Inhalten der Karrierewebseiten in %

21. Persönliche und kulturelle Passung seitens Bewerber und Ihrem Unternehmen (Cultural Fit)

Kommentar schreiben: AGG

22. Strategische Geschäftsfeldanalyse nach Berufsfeldern, Zielgruppen, Bedürfnissen, Kanälen, etc.

- Strat. GFA vorhanden
Nennung der wesentlichen Geschäftsfelder incl. deren Merkmale
- Strat. GFA geplant oder im Aufbau
Wenn möglich: Nennung der wesentlichen Geschäftsfelder incl. deren Merkmale
- Strat. GFA nicht vorhanden

23. Organisatorische Einordnung der Rekrutierung von Auszubildenden

- im Rekrutierungsbereich
- in der Personalentwicklung/im Talent Management
- eigene organisatorische Einheit
- eingebunden in einen Shared Service Ansatz
 - ja
 - nein
 - falls nein: ist dieser geplant? wenn ja, wann?

24. Rollen im Rekrutierungsprozess von Auszubildenden

- Call Center Agenten
Wenn „ja“: bitte nennen Sie im Kommentar den prozentualen Anteil der Rolle an den Gesamt-VZK im Rekrutierungsprozess
- Psychologen
Wenn „ja“: bitte nennen Sie im Kommentar den prozentualen Anteil der Rolle an den Gesamt-VZK im Rekrutierungsprozess
- Sachbearbeiter Personal
Wenn „ja“: bitte nennen Sie im Kommentar den prozentualen Anteil der Rolle an den Gesamt-VZK im Rekrutierungsprozess
Kommentar: fachlicher Schwerpunkt
- Sachbearbeiter Fachabteilung
Wenn „ja“: bitte nennen Sie im Kommentar den prozentualen Anteil der Rolle an den Gesamt-VZK im Rekrutierungsprozess
Kommentar: fachlicher Schwerpunkt
- Weitere Rollen:
Wenn „ja“: bitte nennen Sie im Kommentar den prozentualen Anteil der Rolle an den Gesamt-VZK im Rekrutierungsprozess
Kommentar:

25. Einsatz von eRecruiting Systemen

- Systemeinsatz im Rahmen der Planung und des Marketings
- Systemeinsatz im Rahmen der Entgegennahme der Online-Bewerbungen
 - ja
 - nein
 - Falls „ja“: Angabe des Systems
 - AUBI-plus
 - azubister
 - Beesite Onlinebewerbung
 - Bewerber Navigator (U-Form Verlag)
 - PeopleSoft
 - Refline
 - rexx
 - SAP eRecruiting
 - Website/Onlineformular des Unternehmens
 - Spezielle Website/Microsite für Bewerbungsprozess
 - Sonstige Systeme
 - Kommentar:
- Systemeinsatz im Rahmen der Eignungsdiagnostik
 - ja
 - nein
 - Falls „ja“: Angabe des Systems
 - Hogrefe Testsystem
 - Multicheck Junior
 - Pilodata Jobmatcher
 - OPTA2 (U-Form Verlag)
 - Sonstige Systeme:
 - Kommentar:

26. Genutzte Funktionalitäten des eRecruiting Systems

- Erfassung der Bewerberdaten
- Integration von Online-Tests
- elektronische Bewerberverwaltung
- Selektionsmöglichkeiten der Bewerber
- Integration der Bewerbungsdaten in eine elektronische Personalakte
- Übernahme der Bewerbungsdaten in ein ERP-System

27. Ausrichtung der Ausbildungsabteilung

- Cost Center
 - Revenue Center
 - Profit Center
 - Mischform
- Kommentar:

28. Projekte, die zurzeit in Ihrem Unternehmen durchgeführt werden

- Entwicklung innovativer Employer Branding Maßnahmen
- Entwicklung neuer Berufsfelder
- Aufbau Ausbildungscontrolling
- Aufbau Kosten- und Leistungstransparenz
- Verlagerung bündelungsfähiger Leistungen an Dienstleister
- Qualitative Verbesserung der Ausbildung
- Sonstiges: Kommentar

Planung

29. Anzahl der geplanten und der tatsächlich getätigten Einstellungen von Erstauszubildenden (August/September)

- 2006: geplant: ____; getätigt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____
- 2007: geplant: ____; getätigt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____
- 2008: geplant: ____; getätigt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____
- 2009: geplant: ____; getätigt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____
- 2010: geplant: ____; getätigt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____
- 2011: geplant: ____;

30. Quantitative Entwicklung in den nächsten Jahren

- 2012: insgesamt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____
- 2013: insgesamt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____
- 2014: insgesamt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____
- 2015: insgesamt: ____; davon IHK-Berufe: ____; davon BA-Studiengänge: ____

31. Verteilung der Einstellungen

- Berufsausbildung in Schlüsselprofilen: 2010 und 2015 (Schätzung)
- zusätzlich bedarfsorientierte Berufsausbildung: 2010 und 2015 (Schätzung)
- zusätzlich gesellschaftspolitisch orientierte Berufsausbildung: 2010 und 2015 (Schätzung)

32. Budgetentwicklung in den letzten Jahren bis heute

- stark angestiegen
- moderat gestiegen
- konstant
- leicht gesunken
- stark gekürzt
- Gründe für diese Entwicklung:
Kommentar:

33. Marketingplan und –budget

- ja
- nein
- wenn „ja“: Höhe des prozentualen Anteils am Gesamtbudget der Ausbildung
- absehbare Entwicklung:
Kommentar:

34. Branche des Unternehmens

- Banken/Versicherungen
- Gesundheitswesen
- Chemie/Pharma
- Metall/Maschinenbau
- Automobil-/Automobilzulieferindustrie
- Software/Telekommunikation/EDV
- Elektro/Energie/Verkehr
- Dienstleistung/Beratung
- Handel
- Nahrung/Konsumgüter
- Bau-/Bauzulieferindustrie

35. Anzahl Mitarbeiter im Unternehmen

- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013

Ansprache und Bewerbungseingang

36. Marketingmaßnahmen zur Imagepositionierung

Printmedien:

- Anzeigen in Tages-/Regionalzeitungen
Kommentar: wo? (z.B. Schülerzeitungen)
- Artikel in ausgewählten Zeitschriften
Kommentar: welche Zeitschriften?
- Ausbildungsbroschüre
- Firmenzeitschrift
- Plakate
- Sonstiges: Kommentarfeld

Online:

- Internetanzeigen
Kommentar: wo?
- Website des Unternehmens
- Newsroom auf der Corporate Website
- Social Plugins auf der Website
- Performancemarketing (SEM, Videowerbung, Bannerschaltungen, etc.)
- Social Media Marketing – Maßnahmen

WO:

- Facebook
- Google+

- Twitter
- Xing
- LinkedIn

WIE:

- Unternehmensseite/Fanseite
- Gruppe
- Werbebanner
- Blog
- YouTube-Kanal
- Eigenes Forum
- Aktivitäten in Foren Dritter
- Podcasts
- QR-Code
- Online-Gewinnspiele
- Slideshare
- Sonstiges: Kommentarfeld

Veranstaltungen:

- Auftritte bei Schulen
- Bewerbungstrainings im Unternehmen oder in Schulen
- **Girls Day / Boys Day / Tochter-, Sohntag / Girls Day, Boys Day**
- Messen
Kommentar: welche Messen?
- Schnuppertage/Betriebserkundungen
- Tage der offenen Tür
- Sonstiges: Kommentarfeld

Sonstiges:

- Ausbildungsfilm
- Schulpartnerschaften
- Sponsoring (Kultur, Sport)
- Sonstiges: Kommentarfeld
- Verzahnung von Online- und Offlinemaßnahmen
 - Kommentarfeld: Wie?

37. Marketingmaßnahmen zur Ansprache potenzieller Bewerber

- **Printmedien:**
 - Anzeigen in Tages-/Regionalzeitungen
 - Ausbildungsbroschüren
 - Aushänge in Schulen
 - Flyer
 - Anzeigen/Artikel in Berufsplaner/ Karriereführer/ Studienführer
 - Poster, Plakate
 - Artikel in ausgewählten Zeitschriften (z.B. Bravo, Sportzeitschriften, Oberstufenzeitungen, Beruf aktuell)
 - Werbung auf Kassenbons

- Firmenzeitschrift
 - Sonstiges: Kommentarfeld
 - **Online:**
 - Jobbörsen
 - Performancemarketing (SEM, Videowerbung, Bannerschaltungen, etc.)
 - Ausbildungsfilm
 - Sonstiges: Kommentarfeld
 - Website des Unternehmens
 - Newsroom auf der Corporate Website
 - Social Media Marketing – Maßnahmen
 - WO:
 - Facebook
 - Google+
 - Twitter
 - Xing
 - LinkedIn
 - WOMIT:
 - Unternehmensseite/Fanseite
 - Gruppe
 - Werbeanzeigen
 - Stellenbörse
 - WIE:
 - Einblicke in den Unternehmensalltag geben
 - Pressemitteilungen verbreiten
 - Stellenangebote veröffentlichen
 - Dialog mit Interessenten führen
 - Bewerbungstipps geben
 - Sonstiges: Kommentarfeld
 - Blog
 - YouTube-Kanal
 - Eigenes Forum
 - Aktivitäten in Foren Dritter
 - Podcasts
 - QR-Code
 - Slideshare
 - Online-Gewinnspiele
 - Sonstiges: Kommentarfeld
- **Eventgestaltung**
 - Teilnahme an (Berufsfindungs-)Messen
 - Auftritte bei Bildungsträgern/Schulen
 - Branchenpräsentationen (bei Arbeitsamt/IHK)
 - **Girls Day / Boys Day / Tochter-, Sohntag / Girls Day, Boys Day**
 - Tage der offenen Tür (Vertreter des Arbeitsamtes einladen), Nacht der Azubis

- Schnuppertage/Schnupperpraktika
 - Bewerbertrainings für interessierte Schüler
 - Sonstiges: Kommentarfeld
 - **Schulmarketing**
 - Patenschaften
 - Betriebsbesichtigungen für Schulklassen
 - (Berufsschul-)lehrer ins Unternehmen einladen
 - Schulmedium „Berufsstart“
 - Sonstiges: Kommentarfeld
 - **Azubis als Multiplikatoren**
 - Azubis werben Azubis
 - Azubis berichten von der Ausbildung via Facebook, YouTube o.ä.
 - Auftritte von Azubis in (ihren ehemaligen) Schulen
 - Sonstiges: Kommentarfeld
38. Beobachtung der Online-Kommunikation bzw. der Online-Kommunikationsmaßnahmen
- Professionelles Social Media Monitoring Tool
 - Eigenständiges Monitoring über kostenlose Tools (z.B. Google-Suche, Google Alerts, Boardreader, Twittersuche etc.)
 - Externe Dienstleister (Agentur)
39. Wie gut sind ihre Bewerber über die Ausbildungsgänge und ihr Unternehmen informiert?
(Skala von Sehr gut bis überhaupt nicht gut)
40. Marketingmaßnahmen, die speziell auf die Ansprache und die Gewinnung von Schlüsselprofilen ausgerichtet sind
- Kommentar:

41. Einsatz von Berufsorientierungsspielen bzw. Tests zur Selbstselektion

- ja
- nein
- geplant
- Kommentar: Beschreibung der relevanten Zielgruppe bzw. Berufsfelder

42. Veränderung der Bewerberqualität seit Einsatz der Spiele bzw. Tests

- deutlich verbessert
- geringfügig verbessert
- unverändert
- verschlechtert

43. Art der Tests (Eigenentwicklung oder Kauf)

- Eigenentwicklung
Kommentar: geschätzte Entwicklungskosten und -dauer
- Individuelle Erstellung eines Drittanbieters
Kommentar: Anbieter und Preisrahmen
- Standardtest eines Drittanbieters (z.B. Agentur für Arbeit)
Kommentar: Anbieter und Preisrahmen

44. a) Zulassung von Papierbewerbungen

- ja
- nein
- nur für bestimmte Berufsfelder
Kommentar:

b) Zulassung von Email-Bewerbungen

- ja
- nein
- nur für bestimmte Berufsfelder
Kommentar:

45. Digitalisierung bzw. Überstellung in ein eRecruitingsystem

- einfaches Scannen der Unterlagen
- Überführung in einen strukturierten Datensatz
- andere Alternative
Kommentar:

46. Verlagerung der Bewerbungseingangsbearbeitung zu externem Dienstleister

- vollständig oder in Teilen bereits geschehen
Kommentar: komplett bzw. welche Teile? Seit wann? Erfahrungen?
- innerhalb der nächsten Monate geplant
Kommentar: komplett bzw. welche Teile?
- nicht geplant

Vorselektion

47. Orientierungsphase: Beschreibung und Kriterien der ersten Vorselektion (Prioritäten vergeben!)

- vollständige und aussagefähige Unterlagen
- Fehlerfreiheit der Unterlagen (Rechtschreibung/Grammatik)
- Qualität und Umfang des Anschreibens
- Vorkenntnisse und Praxiserfahrungen im Ausbildungsberuf
- berufsspezifische Schulnoten
- Entwicklung der Noten über die letzten drei Zeugnisse hinweg
- wichtigste Fächernoten
 - Mathematik
 - Deutsch
 - Fremdsprache
 - Sonstige:
Kommentar:
- Anzahl unentsuldigter Fehlstunden und -tage
Kommentar:
- Arbeits- und Sozialverhalten
- Hobbies
- besondere Leistungen/Engagement
- **Resultat bei Eignungs- und Kompetenzanalysen (z.B. Multicheck Junior)**
- **Alter und Wohnort**
- **Alter und Wohnort**
- Sonstiges
Kommentar 1 (allgemein):
Kommentar 2 (Gewichtung der Kriterien):

48. Orientierungsphase: Ausnahmeregelungen zu diesen Kriterien

- Gesamteindruck und Motivation zum Ausbildungsberuf
- erste berufliche Erfahrungen durch Praktika
- Hobbies, die ausbildungsbezogen sind
- Kinder von Mitarbeitern
- Kinder von Kunden
- VIP´s (nach betriebsinterner Definition)
- berufsvorbereitende Maßnahmen (z.B. Einstiegsqualifizierung - EQ)
- Schwerbehinderteneigenschaft
- Eigenbewerber im Rahmen der Verbundausbildung
- Sonstige
Kommentar:

49. Orientierungsphase: Zuordnung von Bewerbern (Matching auf Stellenprofile in ähnlichen Berufen oder in anderen Regionen)

- manuell
- systemgestützt
- wenn systemgestützt „ja“:
 - Name des eingesetzten Tools
Kommentar:

- Für das Matching verantwortliche Organisationseinheit

Kommentar:

50. Orientierungsphase: Handhabung der ersten Vorselektion für unterschiedliche **IHK- und Bachelor-Berufe** / **Ausbildungsberufe** / **Ausbildungsberufe**

Kommentar:

51. Orientierungsphase: Umfang, Dauer sowie Ziel (im Sinne der zu prüfenden Kompetenzen) der ersten Vorselektion

Kommentar:

52. Orientierungsphase: Anteil der Negativselektion in der ersten Vorselektion (Filter)

- insgesamt betrachtet
- nach relevanten Berufsgruppen:
 - kaufmännische Berufe
 - **Detailhandel und Service**
 - IT-Berufe
 - technisch-gewerbliche Berufe
 - **Gesundheit und Soziales**
 - **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**
 - **Gesundheit und Soziales**
 - **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**
 - Metallberufe
 - Verkehrs- und Logistikberufe
 - naturwissenschaftliche Berufe
 - **Studiengang Bachelor of Science**
 - **Studiengang Bachelor of Arts**
 - **sonstige Bachelor-Studiengänge**
 - sonstige Berufe

Kommentar:

53. Konkretisierungsphase: Einsatz von Telefoninterviews

- ja
- nein
- wenn ja, welche Inhalte?

Kommentar:

54. Konkretisierungsphase: Einsatz von eAssessment-Verfahren

- ja
- nein
- wenn ja:
 - Einbindung welcher Berufsgruppen
 - kaufmännische Berufe
 - **Detailhandel und Service**
 - **Gesundheit und Soziales**
 - **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**
 - IT-Berufe
 - technisch-gewerbliche Berufe
 - **Gesundheit und Soziales**

- Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
 - Metallberufe
 - Verkehrs- und Logistikberufe
 - naturwissenschaftliche-/Laborberufe
 - Studiengang Bachelor of Science
 - Studiengang Bachelor of Arts
 - sonstige Bachelor-Studiengänge
 - sonstige Berufe
- Akzeptanz des Verfahren in einzelnen Berufsgruppen
Kommentar:
 - Variieren der Test nach Berufsgruppe
Kommentar:

55. Konkretisierungsphase: Umfang der eingesetzten eAssessment-Verfahren

- Biografieorientierte Verfahren (z.B. Abgleich von Personenmerkmalen mit Stellenanforderungen)
 - Konstruktorientierte Verfahren
 - Interessenstest
 - kognitiver Test / Intelligenztest
 - Kundenorientierungstest
 - Leistungsmotivationstest
 - Persönlichkeitstest (genaue Erläuterung im Hilfetext)
 - Situationstest / Arbeitsprobe
 - Sozialkompetenztest
 - weitere Tests
Kommentar:
 - simulationsorientierte Verfahren
 - computerbasierte Postkorbaufgaben
 - Online Assessment Center
 - PC-gestützte Simulationen von komplexen betriebswirtschaftlichen Prozessen
 - videobasierter Test
 - weitere Tests
Kommentar:
56. Konkretisierungsphase: Dauer und Ziele (im Sinne der zu prüfenden Kompetenzen) der zweiten Vorselektion
Kommentar:
57. Konkretisierungsphase: Akzeptanz seitens der Bewerber hinsichtlich Einfachheit, Erläuterungen, allg. Verständlichkeit, Layout, Zeitaufwand, persönlicher Ansprache und Eignung sowie Gesamteindruck
- sehr hoch bzw. hoch
 - unverändert im Vergleich zu „klassischen“ Verfahren
 - niedrig bzw. sehr niedrig
 - Gründe für festgestellte Abweichungen
Kommentar:

58. Konkretisierungsphase: messbare Auswirkungen von eAssessment-Verfahren

- Anzahl geeigneter Kandidaten (Grundquote) für Folgeverfahren
- Kosteneinsparung
 - in der zweiten Vorselektion
 - in der persönlichen Selektion (Folgeverfahren)
- Zeiteinsparung
 - in der zweiten Vorselektion
 - in der persönlichen Selektion (Folgeverfahren)
- Flexibilität
 - in der zweiten Vorselektion
 - in der persönlichen Selektion (Folgeverfahren)
- Organisationsaufwand
 - in der zweiten Vorselektion
 - in der persönlichen Selektion (Folgeverfahren)
- Informationsgrad über die Eignung der Bewerber
 - ja
 - nein
- sonstige Auswirkungen

Kommentar:

59. Konkretisierungsphase: Art der Tests (Eigenentwicklung oder Kauf)

- Eigenentwicklung
Kommentar: geschätzte Entwicklungskosten und -dauer
- individuelle Erstellung eines Drittanbieters
Kommentar: Anbieter und Preisrahmen
- Standardtest eines Drittanbieters
Kommentar: Anbieter und Preisrahmen

60. Konkretisierungsphase: Ort der Durchführung

- nur im Unternehmen
- nur beim Bewerber zu Hause
- Beide Varianten
- Gründe für die gewählte Variante

Kommentar:

61. Konkretisierungsphase: Anteil der Negativselektion in der zweiten Vorselektion (Filter)

- insgesamt betrachtet
- nach relevanten Berufsgruppen:
 - kaufmännische Berufe
 - **Detailhandel und Service**
 - IT-Berufe
 - technisch-gewerbliche Berufe
 - **Gesundheit und Soziales**
 - **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**
 - **Gesundheit und Soziales**
 - **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**

- Metallberufe
- Verkehrs- und Logistikberufe
- naturwissenschaftliche Berufe
- Studiengang Bachelor of Science
- Studiengang Bachelor of Arts
- sonstige Bachelor-Studiengänge
- sonstige Berufe

Kommentar:

62. Motivatoren für eine externe Verlagerung bündelungsfähiger Leistungen mit hohem Mengenaufkommen

- gleichmäßige/-bleibende oder sogar verbesserte Qualität der Ausführung
- geringerer Personalaufwand im eigenen Unternehmen
- Variabilisierung bisher fixer Kosten
- Einsatz der vorhandenen Mitarbeiterkapazitäten für höherwertige (Spezialisten-)Aufgaben
- Sonstiges

Kommentar:

63. Bündelungsfähige Leistungen, die grundsätzlich auslagerungsfähig sind

- Ausbildungsmonitoring und -controlling
- Gesprächsorganisation
- Vertragserstellung
- Vorselektion, Orientierungsphase (incl. Eingangsbearbeitung und Telefonhotline)
- Vorselektion, Konkretisierungsphase
- Zufriedenheitsbefragung
- Sonstiges

64. Aktueller Status zur Verlagerung

- eine Verlagerung der o.g. Leistungen ist vollständig / in Teilen bereits geschehen
Kommentar: seit wann? Erfahrungen? IT-Einbindung (Zugriffsrechte, Systemschnittstellen)?
- eine Verlagerung der o.g. Leistungen ist innerhalb der nächsten Monate geplant
Kommentar: komplett? Welche Teile?
- eine Verlagerung der o.g. Leistungen ist nicht geplant

Persönliche Selektion (Präzisierungsphase)

65. Nennung der Endauswahlverfahren, Stufe 1

- Assessment Center (Bewerbertag, Rollenspiele)
- Eignungstests
- fachspezifische Fragebögen/Tests
- Intelligenztests
- Online-basierte simulationsorientierte Verfahren
- persönliches, strukturiertes bzw. multimodales Interview (je nach Ausbildung unterschiedliche Schwierigkeitsgrade) bzw. Vorstellungsgespräch
 - Einzelinterview/-gespräch
 - Gruppeninterview/-gespräch
- Psychometrische Tests
- Telefoninterview
- Probearbeitstage/Schnuppertage
- Probearbeitstage/Schnuppertage
- Sonstige Tests

Kommentar:

66. Handhabung dieser Endauswahlverfahren, Stufe 1, für unterschiedliche **IHK- und Bachelor-Berufe** / **Ausbildungsberufen** / **Ausbildungsberufen**

Kommentar:

67. Umfang, Dauer sowie Ziel (im Sinne der zu prüfenden Kompetenzen) der genannten Endauswahlverfahren dieser Stufe

Kommentar:

68. Anteil positiv selektierter Bewerber beim erstgenannten Endauswahlverfahren (Filter)

- insgesamt betrachtet:
- nach relevanten Berufsgruppen:
 - kaufmännische Berufe
 - **Detailhandel und Service**
 - IT-Berufe
 - technisch-gewerbliche Berufe
 - **Gesundheit und Soziales**
 - **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**
 - **Gesundheit und Soziales**
 - **Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)**
 - Metallberufe
 - Verkehrs- und Logistikberufe
 - naturwissenschaftliche Berufe
 - **Studiengang Bachelor of Science**
 - **Studiengang Bachelor of Arts**
 - **sonstige Bachelor-Studiengänge**
 - sonstige Berufe

Kommentar:

69. Nennung der Endauswahlverfahren, Stufe 2

- Assessment Center (Bewerbertag, Rollenspiele)
 - Eignungstests
 - fachspezifische Fragebögen/Tests
 - Intelligenztests
 - Online-basierte simulationsorientierte Verfahren
 - persönliches, strukturiertes bzw. multimodales Interview (je nach Ausbildung unterschiedliche Schwierigkeitsgrade) bzw. Vorstellungsgespräch
 - Einzelinterview/-gespräch
 - Gruppeninterview/-gespräch
 - Psychometrische Tests
 - Telefoninterview
 - Sonstige Tests
- Kommentar:

70. Unterschiedliche Handhabung dieser Endauswahlverfahren, Stufe 2, in den unterschiedlichen [IHK- und Bachelor-Berufen](#) / [Ausbildungsberufen](#) / [Ausbildungsberufen](#)

Kommentar:

71. Umfang, Dauer sowie Ziel (im Sinne der zu prüfenden Kompetenzen) der genannten Endauswahlverfahren dieser Stufe

Kommentar:

72. Anteil positiv selektierter Bewerber beim zweitgenannten Endauswahlverfahren (Filter)

- insgesamt betrachtet:
- nach relevanten Berufsgruppen:
 - kaufmännische Berufe
 - [Detailhandel und Service](#)
 - IT-Berufe
 - technisch-gewerbliche Berufe
 - [Gesundheit und Soziales](#)
 - [Beauty \(Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in\)](#)
 - [Gesundheit und Soziales](#)
 - [Beauty \(Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in\)](#)
 - Metallberufe
 - Verkehrs- und Logistikberufe
 - naturwissenschaftliche Berufe
 - [Studiengang Bachelor of Science](#)
 - [Studiengang Bachelor of Arts](#)
 - [sonstige Bachelor-Studiengänge](#)
 - sonstige Berufe

Kommentar:

73. Bewerbungskomponenten (im Rahmen des gesamten Selektionsprozesses) mit hohem Stellenwert

- Ergebnis der Assessment Center
- Ergebnis der Vorselektion in der Konkretisierungsphase
- Foto des Bewerbers
- Gestaltung des Anschreibens mit Lebenslauf
- persönlicher Eindruck im Bewerbungsgespräch
- Schulnoten
- **Resultate aus Eignungs- und Kompetenzanalysen (z.B. Multicheck Junior)**
- Sonstige Komponenten: Kommentar:

Bindung bis zum Eintritt

74. Bindungsmaßnahmen zur Reduzierung der Abspringerquote

- feierliche Vertragsunterzeichnung mit Eltern
 - Grüße zum Geburtstag, zu Weihnachten, etc.
 - Informationsveranstaltung über Arbeitgeber und Daten/Fakten zur Ausbildung
 - Informationsveranstaltung über Übernahme- und Karrierechancen
 - Kennlerntag
 - Kommunikation mit aktuellen Azubis
 - Patenschaften mit älteren Azubis
 - schnelle Reaktionszeiten nach Durchführung der Endauswahlverfahren
 - schnelle Reaktions-/Durchlaufzeit im gesamten Prozess (Bewerbungseingang bis Vertrag)
 - Zugriff auf eLearning-Pakete
 - Zusenden der Mitarbeiterzeitschrift
 - Veranstaltungen von Exkursionen mit zukünftigen Azubis
 - sonstige Maßnahmen
- Kommentar:

75. Auswirkungen dieser Maßnahmen

- keine messbaren Veränderungen
 - Reduzierung der Abspringerquote in Prozent
- Kommentar:

76. Zufriedenheitsbefragung der Bewerber

- ja
- nein
- falls ja:
 - Zeitpunkt der Befragung
 - im Rahmen des Onlinetests
 - bei Absage durch Unternehmen
 - bei Absage durch Bewerber
 - bei Einstellung
 - SonstigeKommentar:
 - Inhalte der Befragung
 - Aufmerksamkeit auf das Unternehmen durch welche Kanäle
 - Zufriedenheit mit dem Prozess
 - Identifikation mit dem Unternehmen
 - Reaktionszeiten des Unternehmens
 - Grad der Zufriedenheit abgelehnter Bewerber
 - mit dem Bewerbungsprozess (sehr) zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)
 - mit dem Bewerbungsprozess eingeschränkt zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)
 - mit dem Bewerbungsprozess nicht zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)
 - Grad der Zufriedenheit abgesprungener Bewerber
 - mit dem Bewerbungsprozess (sehr) zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)
 - mit dem Bewerbungsprozess eingeschränkt zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)
 - mit dem Bewerbungsprozess nicht zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)
 - Grad der Zufriedenheit von Bewerbern, die ein Vertragsangebot erhielten
 - mit dem Bewerbungsprozess (sehr) zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)
 - mit dem Bewerbungsprozess eingeschränkt zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)
 - mit dem Bewerbungsprozess nicht zufrieden
Kommentar (Prozentangabe)

77. Zufriedenheitsbefragung der Auszubildenden (in Bezug auf den Rekrutierungsprozess)

- ja
- nein
- falls ja:
 - Art der Befragung (schriftlich/mündlich, interne/externe Durchführung, strukturiert/unstrukturiert)
 - Inhalte der Befragung
 - Zufriedenheit mit Unternehmensinformationen vor der Bewerbung
 - Informationslieferant (Agentur für Arbeit, Fachzeitschrift, Tageszeitung, etc.)
 - Zufriedenheit mit dem gewählten Ausbildungsberuf
 - Zufriedenheit mit Einführungsveranstaltungen, -seminaren, etc.
 - Zufriedenheit mit Patenmodell
 - Zufriedenheit mit Lehrgesprächen, Beurteilungen und Abschlussgesprächen
 - Zufriedenheit mit dem Lernzielplan, aufgelisteten Tätigkeiten und der Ausbildungsdauer in einzelnen Abteilungen
 - Zufriedenheit mit Zielerreichung und Aufgabenbearbeitung
 - Zufriedenheit mit den Ausbildungsbeauftragten
 - Zufriedenheit mit der Unternehmenskultur, Informationen über das Betriebsgeschehen und den Zukunftsaussichten
 - Zufriedenheit mit Karrierechancen und Weiterbildungsmöglichkeiten
 - Sonstige Inhalte
 - Kommentar:
- Entwicklung der Messwerte/Indizes während der letzten drei Jahre beschreiben
- Kommentar: