

**Masterfragebogen für die jährlichen Erhebungskonvois  
zum Thema „Employer Branding und Recruiting in der Erstausbildung“  
- Teil 2: Outputgrößen -**



**Stand: 27. Februar 2012**

**Struktur:**

- |  |                |
|--|----------------|
| • Kapazitäten                                | Frage 1 - 4    |
| • Kosten                                     | Frage 5 - 9    |
| • Kommunikationsmaßnahmen (Social Media)     | Frage 10       |
| • Mengen                                     | Frage 10a - 18 |
| • Zeiten                                     | Frage 19 - 25  |
| • Qualität und Risiko                        | Frage 26 - 36  |
| • (Zusatz-)Nutzen                            | Frage 37 - 40  |
| • Weitere Daten für die Ausbaustufen 2 und 3 | Frage 41 - 44  |

**Vorbemerkungen:**

- Die gelb unterlegten 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 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.

- Es ist genau anzugeben, auf welche Mitarbeiterkapazitäten (VZK) sich welche Kosten beziehen. Falschangaben führen zu unbrauchbaren Analyseergebnissen.
- Schätzungen sind immer noch besser als gar keine Angaben; gerade bei dezentralen Kapazitäten und dezentral anfallenden Kosten und Mengen.
- Fokussierungen, z.B. auf die deutsche Zentrale, sind möglich. Aber dann sollten auch die entsprechenden Ausbildungszahlen sowie alle Angaben im Fragebogen Einflussgrößen sich ausschließlich auf diese Zentrale beziehen.

### **Kapazitäten**

#### **1. Anzahl Mitarbeiter Rekrutierung von Erstauszubildenden (in Headcount)**

Kommentar: Zahl ohne Nachkommastellen

#### **2. Anzahl Mitarbeiter Rekrutierung von Erstauszubildenden (in VZK=Vollzeitkräfte)**

Kommentar: Zahl mit zwei Nachkommastellen

- Anteil dezentral tätiger Mitarbeiter
  - Anteil zentral tätiger Mitarbeiter
3. Verteilung der VZK entlang der Organisation
- Anteil VZK in Corporate (Center) Functions
  - Anteil VZK in Shared Service Functions
  - Anteil VZK in Business (Specialist) Functions
  - Anteil VZK sonstige

Kommentar:

#### **4. Verteilung der VZK entlang der Teilprozesse**

- Anteil VZK in der Strategie und in der Planung
- Anteil VZK in der Ansprache und im Bewerbungseingang
- Anteil VZK in der Vorselektion (Screening)
- Anteil VZK in der persönlichen Selektion
- Anteil VZK in der Bindung bis zum Eintritt

### **Kosten**

#### **5. Gesamtkosten Rekrutierung von Erstauszubildenden**

6. Verteilung der Gesamtkosten entlang der Organisation
- Anteil Gesamtkosten in Corporate (Center) Functions
  - Anteil Gesamtkosten in Shared Service Functions
  - Anteil Gesamtkosten in Business (Specialist) Functions
  - Anteil Gesamtkosten Sonstige: Kommentar:

#### **7. Verteilung der Gesamtkosten entlang der Teilprozesse**

- Anteil Gesamtkosten in der Strategie und in der Planung
- Anteil Gesamtkosten in der Ansprache und im Bewerbungseingang
- Anteil Gesamtkosten in der Vorselektion (Screening)
- Anteil Gesamtkosten in der persönlichen Selektion
- Anteil Gesamtkosten in der Bindung bis zum Eintritt

#### 8. Verteilung der Gesamtkosten entlang wesentlicher Kostenarten

- Anteil Personalkosten
- Anteil Marketingkosten
  - davon für Schlüsselprofile
- Anteil Kosten der Direktsuche
- Anteil Mediakosten
  - Anteil Onlinemedien
  - Anteil Printmedien
- Anteil IT-Kosten
- Anteil Outsourcing-/Zulieferkosten
- Anteil Sachkosten

#### 9. Verteilung der Personalkosten nach Teilprozessen

- Anteil Personalkosten in der Strategie und in der Planung
- Anteil Personalkosten in der Ansprache und im Bewerbungseingang
- Anteil Personalkosten in der Vorselektion (Screening)
- Anteil Personalkosten in der persönlichen Selektion
- Anteil Personalkosten in der Bindung bis zum Eintritt

### Kommunikationsmaßnahmen (Social Media)

#### 10. Nutzung von Social Media (Facebook, Twitter, YouTube etc.) in der Kommunikationsarbeit

- **Wenn ja**
  - Wie viele Mitarbeiter sind für Social Media Kommunikationsmaßnahmen verantwortlich? (Kommentarfeld)
  - Welche Mitarbeiter (z.B. Marketing, Personal) sind für Social Media Kommunikationsmaßnahmen verantwortlich? (Kommentarfeld)
  - Wie viel Prozent der täglichen Zeit nimmt die Betreuung der Social Media Maßnahmen in Anspruch? (Kommentarfeld)
  - Wie viel Prozent des Budgets, das für Kommunikation generell zur Verfügung steht, wird für Social Media Maßnahmen aufgewendet? (Kommentarfeld)

### Mengen

#### 11. Verteilung der Planstellen nach Berufsgruppen

- Anteil kaufmännische Berufe
- Anteil IT-Berufe
- Anteil technisch-gewerbliche Berufe
- Anteil Detailhandel und Service
- Anteil Gesundheit und Soziales
- Anteil Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
- Anteil Gesundheit und Soziales
- Anteil Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
- Anteil Metallberufe
- Anteil Verkehrs- und Logistikberufe

- Anteil naturwissenschaftliche-/Laborberufe
  - Anteil Studiengang Bachelor of Science
  - Anteil Studiengang Bachelor of Arts
  - Anteil sonstige Bachelor-Studiengänge
  - Anteil sonstige Berufe
12. Gesamtanzahl Bewerbungen für Ausbildungsplätze (Filter)
13. Verteilung der Bewerbungen nach Berufsgruppen (Filter)
- Anteil kaufmännische Berufe
  - Anteil IT-Berufe
  - Anteil technisch-gewerbliche Berufe
  - Anteil Detailhandel und Service
  - Anteil Gesundheit und Soziales
  - Anteil Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - Anteil Gesundheit und Soziales
  - Anteil Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - Anteil Metallberufe
  - Anteil Verkehrs- und Logistikberufe
  - Anteil naturwissenschaftliche-/Laborberufe
  - Anteil Studiengang Bachelor of Science
  - Anteil Studiengang Bachelor of Arts
  - Anteil sonstige Bachelor-Studiengänge
  - Anteil sonstige Berufe
14. Gesamtanzahl der Initiativbewerbungen
15. Gesamtanzahl Bewerbungen nach Events  
Kommentar: welche Events?
- Anteil grundsätzlich geeigneter Bewerber
16. Verteilung der Bewerbungen nach Rekrutierungs-Kanal
- Anteil Online-Anzeige
  - Anteil LENA
  - Anteil Print-Anzeige
  - Anteil Website-Ausschreibung
  - Anteil Jobmesse
  - Anteil Direktsuche
  - Anteil (Karriere-)Netzwerke
  - Anteil Azubi-/Mitarbeiterempfehlungen
  - Anteil Sonstige
- Kommentar:
17. Verteilung der Bewerbungen nach Bewerbungs-Kanal
- Anteil Papierbewerbungen
  - Anteil Email-Bewerbungen
  - Anteil Onlinebewerbungen
18. Gesamtanzahl Bewerbungen, die in die Endauswahlverfahren übernommen wurden (Filter)

19. Verteilung der Bewerbungen, die in die Endauswahlverfahren übernommen wurden, nach Berufsgruppen (Filter)
  - Anteil kaufmännische Berufe
  - Anteil IT-Berufe
  - Anteil technisch-gewerbliche Berufe
  - Anteil Detailhandel und Service
  - Anteil Gesundheit und Soziales
  - Anteil Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - Anteil Gesundheit und Soziales
  - Anteil Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - Anteil Metallberufe
  - Anteil Verkehrs- und Logistikberufe
  - Anteil naturwissenschaftliche-/Laborberufe
  - Anteil Studiengang Bachelor of Science
  - Anteil Studiengang Bachelor of Arts
  - Anteil sonstige Bachelor-Studiengänge
  - Anteil sonstige Berufe
20. Gesamtanzahl Bewerbungen, die ein Vertragsangebot erhalten haben (Filter)
21. Verteilung der Bewerbungen, die ein Vertragsangebot erhalten haben, nach Berufsgruppen (Filter)
  - Anteil kaufmännische Berufe
  - Anteil IT-Berufe
  - Anteil technisch-gewerbliche Berufe
  - Anteil Detailhandel und Service
  - Anteil Gesundheit und Soziales
  - Anteil Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - Anteil Gesundheit und Soziales
  - Anteil Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - Anteil Metallberufe
  - Anteil Verkehrs- und Logistikberufe
  - Anteil naturwissenschaftliche-/Laborberufe
  - Anteil Studiengang Bachelor of Science
  - Anteil Studiengang Bachelor of Arts
  - Anteil sonstige Bachelor-Studiengänge
  - Anteil sonstige Berufe
22. Gesamtanzahl Einstellungen
  - Anteil Schwerbehinderter
23. Gesamtanzahl Einstellungen durch bestimmte Events  
Kommentar: welche Events?

#### 24. Verteilung der Einstellungen (Verträge) nach Rekrutierungs-Kanal

- Anteil Online-Anzeige
  - Anteil LENA
  - Anteil Print-Anzeige
  - Anteil Website-Ausschreibung
  - Anteil Jobmesse
  - Anteil Direktsuche
  - Anteil (Karriere-)Netzwerke
  - Anteil Azubi-/Mitarbeiterempfehlungen
  - Anteil Sonstige
- Kommentar:

#### 25. Verteilung der Einstellungen nach Bewerbungs-Kanal

- Anteil Papierbewerbungen
- Anteil Email-Bewerbungen
- Anteil Onlinebewerbungen

#### 26. Verteilung der Einstellungen nach Berufsgruppen (Filter)

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

## Zeiten

27. Reaktionszeit für Papierbewerbungen
  - gegenwärtige Reaktionszeit
  - Zielniveau
28. Reaktionszeit für Email-Bewerbungen
  - gegenwärtige Reaktionszeit
  - Zielniveau
29. Reaktionszeit für Online-Bewerbungen
  - gegenwärtige Reaktionszeit
  - Zielniveau
30. Durchschnittliche Durchlaufzeit (für jegliche Art der Bewerbung)
  - gegenwärtige Durchlaufzeit
  - Zielniveau
31. „Time to Accept“
  - TtA für kaufmännische Berufe
  - TtA für IT-Berufe
  - TtA für technisch-gewerbliche Berufe
  - TtA Detailhandel und Service
  - TtA Gesundheit und Soziales
  - TtA Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - TtA Gesundheit und Soziales
  - TtA Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - TtA für Metallberufe
  - TtA für Verkehrs- und Logistikberufe
  - TtA für naturwissenschaftliche-/Laborberufe
  - TtA für Studiengang Bachelor of Science
  - TtA für Studiengang Bachelor of Arts
  - TtA für sonstige Bachelor-Studiengänge
  - TtA für sonstige Berufe
32. „Time to Fill“ (von der Stellenausschreibung bis zum Vertragsrücklauf und damit zur Besetzung)
  - TtF für kaufmännische Berufe
  - TtF für IT-Berufe
  - TtF für technisch-gewerbliche Berufe
  - TtF Detailhandel und Service
  - TtF Gesundheit und Soziales
  - TtF Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - TtA Gesundheit und Soziales
  - TtA Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - TtF für Metallberufe
  - TtF für Verkehrs- und Logistikberufe
  - TtF für naturwissenschaftliche-/Laborberufe
  - TtF für Studiengang Bachelor of Science
  - TtF für Studiengang Bachelor of Arts

- TtF für sonstige Bachelor-Studiengänge
  - TtF für sonstige Berufe
33. „Time to Start“ (von der Stellenbesetzung bis zum ersten Ausbildungstag)
- TtS für kaufmännische Berufe
  - TtS für IT-Berufe
  - TtS für technisch-gewerbliche Berufe
  - TtS Detailhandel und Service
  - TtS Gesundheit und Soziales
  - TtS Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - TtA Gesundheit und Soziales
  - TtA Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - TtS für Metallberufe
  - TtS für Verkehrs- und Logistikberufe
  - TtS für naturwissenschaftliche-/Laborberufe
  - TtS für Studiengang Bachelor of Science
  - TtS für Studiengang Bachelor of Arts
  - TtS für sonstige Bachelor-Studiengänge
  - TtS für sonstige Berufe

### Qualität und Risiko

34. Anzahl Klicks auf Homepage mit Rekrutierungsinformationen im Monatsschnitt
35. Erfüllungsquote nach Regionen und Berufsgruppen  
(Matrix: Berufsgruppen/Regionen)
36. Absagegründe seitens der Auszubildenden für ein Ausbildungsplatzangebot
- anderes Angebot angenommen
  - Studium begonnen
  - **Gymnasium begonnen**
  - **Gymnasium begonnen**
  - **BA-Studium (anderes Unternehmen)**
  - persönliche Gründe
  - finanzielle Gründe
  - gesundheitliche Gründe (Ablehnung durch Betriebsarzt)
  - sonstige Gründe: Kommentar:
37. Gründe für die Entscheidung zur Übernahme der Auszubildenden im Jahr 2011
- Bindung an tarifvertragliche Bestimmungen
  - Die Entscheidung zur Übernahme hängt von der aktuellen wirtschaftlichen Lage ab
  - Unternehmen würde gerne mehr Auszubildende übernehmen, jedoch entscheiden sich einige Auszubildende für andere Unternehmen oder Bildungswege
  - Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten möchte sich das Unternehmen durch die Übernahme von Auszubildenden als attraktiver Arbeitgeber positionieren
  - Durch die Übernahme werden gut ausgebildete Fachkräfte für das Unternehmen gesichert
  - Reputation
  - Weiter Gründe: Kommentar:

38. Anzahl der Ausbildungsabbrecher während der Probezeit

- Anteil Schlüsselprofile

39. Anzahl übernommener Erstauszubildender nach Ausbildungsabschluss

- Anteil befristeter Verträge
- Verteilung der befristet übernommenen Erstauszubildenden nach Berufsgruppen  
Kommentar:
- Anteil unbefristeter Verträge
- Verteilung der unbefristet übernommenen Erstauszubildenden nach Berufsgruppen  
Kommentar:

40. Anzahl übernommener Erstauszubildender nach Probezeit (nach Ausbildungsabschluss)

- Anteil befristeter Verträge
- Verteilung der befristet übernommenen Erstauszubildenden nach Berufsgruppen  
Kommentar:
- Anteil unbefristeter Verträge
- Verteilung der unbefristet übernommenen Erstauszubildenden nach Berufsgruppen  
Kommentar:

41. Anteil der Schlüsselprofile an der Gesamtanzahl der Abbrecher

42. Anteil Ausbildungszeitverkürzer

43. Anzahl Erstauszubildender, die ihre Abschlussprüfung wiederholten

- 2007
- 2008
- 2009
- 2010

44. Notendurchschnitte und Beurteilungen

- Berufsschul-Abschluss; Kommentar:
- **IHK-Abschluss; Kommentar:**
- **Diplom-/Bachelorabschluss; Kommentar:**
- Beurteilung der Führungskräfte und Ausbilder; Kommentar:

45. Empfänger und Adressaten der ermittelten Kennzahlen

- Controllingabteilung
- Marketingabteilung
- Personalabteilung
- Unternehmensleitung
- Betriebsrat
- Sonstige  
Kommentar:

### (Zusatz-)Nutzen

46. Kosten pro einzustellender Fachkraft
47. Anzahl rekrutierter Fachkräfte
  - 2007
  - 2008
  - 2009
  - 2010
  - 2011(geplant)
  - 2012 (geplant)
48. Kosten für die Einarbeitung eines direkten Berufseinsteigers
49. Kosten für eine Zeitarbeitskraft

### Weitere Daten für die Ausbaustufen 2 und 3

50. Anzahl männlicher Bewerber
51. Anzahl weiblicher Bewerber
52. Anzahl Bewerber nach Alter:
  - 16 – 17 Jahre
  - 18 – 19 Jahre
  - 20 – 21 Jahre
  - 22 – 23 Jahre
  - 24 Jahre und älter
53. Kosten der Erhebung der Kriterien, welche die Arbeitgeberattraktivität ausmachen
54. Kosten der Erhebung der Werte, die den Arbeitgeber einzigartig machen
55. Kosten der Erhebung der Bedürfnisse der Bewerberzielgruppe / der Schüler (Generation Y)
56. Kosten der Ausbildung nach Berufsgruppen
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) für kaufmännische Berufe
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) IT-Berufe
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) technisch-gewerbliche Berufe
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Lernender) Detailhandel und Service
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Lernender) Gesundheit und Soziales
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Lernender) Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Lehrling) Gesundheit und Soziales
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Lehrling) Beauty (Coiffeur/Coiffeuse, Kosmetiker/in)
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) Metallberufe
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) Verkehrs- und Logistikberufe
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) naturwissenschaftliche-/Laborberufe
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) Studiengang Bachelor of Science
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) Studiengang Bachelor of Arts
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) sonstige Bachelor-Studiengänge
  - Ausbildungskosten (gesamt und pro Auszubildender) sonstige Berufe