

BEWERBUNGSAUFRUF & -PROZESS

Bewerbungsaufrufe teilen und den
Bewerbungsprozess optimal gestalten

INHALTSVERZEICHNIS

1. DER BEWERBUNGSAUFRUF	2
2. DER BEWERBUNGSPROZESS / DIE BEWERBERAUSWAHL	4
3. DAS VORSTELLUNGS- ODER BEWERBUNGSGESPRÄCH	5
4. CHECKLISTE	5

1. Der Bewerbungsaufruf

Der Bewerbungsaufruf ist essentiell, um die junge Generation auf Ihren Betrieb bzw. auf Ihre Ausbildungsstellen aufmerksam zu machen. Hier sind natürlich die **sozialen Netzwerke und Ihre eigene Website** sehr wichtig, um junge Menschen in ihrer Lebenswelt abzuholen.

Denn ihre Zielgruppe – die Generation Z – sucht online und in den sozialen Medien nach Ausbildungsberufen und Ausbildungsbetrieben. Doch nicht nur in den klassischen sozialen Medien oder auf Ihrer Website ist es möglich, Bewerbungsaufrufe zu veröffentlichen. Sie können dies sogar auf eBay Kleinanzeigen tun, denn auch dort suchen junge Leute nach Arbeitgebern und Ausbildungsbetrieben.

Zusätzlich dazu sind Messen, Berufsinformationstage, Schulvorträge, Girls Day, Nacht der Ausbildung oder Tage der offenen Tür dazu ebenfalls geeignet - dies natürlich sobald die Covid-19-Pandemie dies wieder zulässt.

Im **Bewerbungsaufruf** sollten auf jeden Fall folgende Informationen enthalten sein:

- Berufsbezeichnung
- Startzeitpunkt der Ausbildung
- Ausbildungsdauer
- Standort
- Ausbildungsinhalte
- Erwartungen an Bewerber:innen
- Steckbrief Betrieb – „Wer sind wir?“
- Alle Schritte des Bewerbungsprozesses
- „Wie bewerbe ich mich?“ (Online / Post, persönlich etc.)
- Ansprechpartner
- Angabe der Anzahl an freien Plätze
- Zeitpunkt, zu dem mit einer Antwort gerechnet werden kann

Aktuelle Studien zeigen, dass Bewerber:innen genau diese Informationen suchen und die Qualität des Ausbildungsbetriebs daran messen.

TIPPS:

- Sie können ein Video z. B. für Instagram oder Facebook drehen. Videos bekommen meist mehr Aufmerksamkeit als Bilder mit Text. Eine kurze Vorstellung Ihres Betriebes und der Ausbildungsstelle sowie der Aufruf zur Bewerbung reichen, um Neugierde zu wecken. Dabei muss es sich nicht um eine aufwändige Produktion handeln. Eine gute Aufnahme mit dem Smartphone reicht völlig aus. Achten Sie auf Beleuchtung und Ton. Binden Sie Ihre aktuellen Auszubildenden in den Videodreh ein und lassen sie zu Wort kommen.
- Aber auch mit einem Bild, das die jungen Talente anspricht und neugierig auf die Ausbildung bei Ihnen macht, können Sie sehr gut auf Ihre Ausbildungsstellen aufmerksam machen und zur Bewerbung aufrufen. Denken Sie an einen kurzen, prägnanten Text und an relevante Hashtags, wie z. B. #ausbildung2021, #wirsuchendich, #kfzmechatroniker, #kfzmechatronikerin, #automobilkauffrau, #automobilkaufmann, #wasmitautos, #autoberufe, #automeyer, #wirbildenaus. Stichwort Augenhöhe: Bewerber:innen erwarten keine Jugendsprache oder dass sich der Betrieb verbiegt. Sie wollen in ihrer Berufssuche ernst genommen werden und suchen authentische und ehrliche Informationen zu Berufsbild und Ausbildungsbetrieb. Nutzen Sie ein junges Gesicht, wie z. B. eine:n Azubi im zweiten oder dritten Lehrjahr, um den Arbeitsalltag und die Aufgaben zu beschreiben. Hierbei muss beachtet werden, dass bei Azubis unter 18 Jahren eine Einverständniserklärung der Erziehungsberechtigten nötig ist. Auch die Ausbilder:innen können sich in dem Video vorstellen, den Beruf beschreiben und ihre Wünsche an die zukünftigen Azubis äußern.
- Geben Sie immer Ansprechpartner:innen bei Ihren Bewerbungsaufrufen an. In der Beschreibung können dann relevante Informationen eingefügt werden oder Sie verweisen auf Ihre Homepage, auf der alle wichtigen Details aufgeführt sind.
- Mit einem eigenen Unterpunkt auf Ihrer Website wie z. B. **Wir bilden aus** oder **Ausbildung bei uns** sprechen Sie direkt interessierte Bewerber:innen an und schaffen Übersichtlichkeit. Neben dem Aufzeigen der Ausbildungsberufe, in denen Sie ausbilden, können Sie in dieser Rubrik auch die Karrieremöglichkeiten aufzeigen und offene Ausbildungsstellen veröffentlichen. Das generiert noch mehr Interessierte.
- Nutzen Sie Schlagwörter, die auch einfach über die gängigen Suchmaschinen, wie Google gefunden können (z. B. Kfz-Mechatroniker, Kfz-Mechatronikerin, Kfz-Ausbildung).

- In dem Zeitraum, in dem Ihr Betrieb aktiv nach Azubis sucht, kann auf der Startseite, oder mit einem Banner auf die aktuellen Ausbildungsstellen hingewiesen werden.
- Gerade in Zeiten von Covid-19 sollten Sie deutlich kommunizieren, dass Sie Auszubildende suchen. Junge Menschen sind aufgrund der schwierigen Lage sehr verunsichert, was die Ausbildungssuche und Bewerbungen angeht. Berufsorientierungsunterricht und Praktika haben in den vergangenen Monaten meist nicht stattgefunden, der Kontakt zu den Lehrer:innen und Berater:innen fehlte. Mit einer klaren Kommunikation und transparenten Informationen punkten Sie als Ausbildungsbetrieb und Arbeitgeber:in!

2. Der Bewerbungsprozess / Die Bewerberauswahl

BEWERBUNGSPROZESS aus der Sicht der Betriebe

Der Bewerbungsprozess fängt immer mit dem Employer Branding an, d. h. dem Aufbau und der Kommunikation Ihrer Arbeitgebermarke. Damit legen Sie die Grundlage für den Bewerbungsaufruf.

Nach der Verbreitung des Bewerbungsaufrufes auf den für Ihre Zielgruppe passenden Kommunikationskanälen, sollten nach und nach Bewerbungen von Interessent:innen eingehen. Diese müssen anschließend von Ihnen bearbeitet werden. Hier fängt der Auswahlprozess der Bewerber:innen an.

Wenn Ihnen Bewerbungen zusagen, können Sie den betreffenden Personen vor einem Vorstellungsgespräch einen Link für einen Auswahltest zusenden oder einen Testtermin vereinbaren.

Die Kommunikation zu den ausgewählten Personen kann, wie gewohnt, per E-Mail oder Telefon erfolgen. Auch WhatsApp eignet sich als Kommunikationskanal, insbesondere wenn Sie diesen schon nutzen.



Bereiten Sie einen Auswahltest gut vor, in welchem die für Sie entscheidenden Kriterien abgefragt werden. Ein Link hierzu kann an ausgewählte Bewerber:innen versendet werden. Nach dem Auswahlverfahren und Ihren Gesprächen mit allen Bewerber:innen, müssen Sie eine Entscheidung treffen. Achten Sie darauf, Bewerber:innen auf dem Laufenden zu halten und auch Status-Updates zu den Bewerbungen zu geben, wie z. B. „in 2 Wochen findet das Auswahlverfahren statt“.

Doch wie suche ich die für das Unternehmen passenden Bewerber:innen am besten aus? Einen Leitfaden zur Bewerberauswahl finden Sie in unserem Shop und einige Formulare und Dateien unter: <https://www.autoberufe.de/fuer-ausbilder-betriebe/vor-der-ausbildung/bewerbungsaufruf-prozess/>

3. Das Vorstellungs– oder Bewerbungsgespräch

Dieses findet normalerweise direkt im Betrieb statt, doch aufgrund der aktuellen Situation wird dies derzeit oft virtuell durchgeführt, z. B. als Telefon- oder Video-Interview. Dafür können Sie entsprechende Tools, wie z. B. Teams, Skype oder Zoom nutzen.

Bereiten Sie das Gespräch gut vor und geben Sie den Bewerber:innen vorab alle nötigen Informationen.

Ein Video-Gespräch kommt dem persönlichen Gespräch sehr nahe. Dafür brauchen Sie zusätzlich zur Internetverbindung eine Webcam sowie ein Mikrofon. Anbieter, über deren Plattformen Sie die Gespräche führen können, sind beispielsweise Skype, Zoom oder auch Google Meet. Diese Applikationen sind kostenlos verfügbar. Sie entscheiden über das Tool, welches Sie verwenden möchten. Teilen Sie dies den Bewerber:innen in der Einladung auch mit.

Unser Tipp: Auch wenn man es anders vermuten könnte, die Generation Z bevorzugt die persönlichen Vorstellungsgespräche im Betrieb. Denn hier lernen sie ihre Gesprächspartner:innen, zukünftigen Ausbilder:innen und den möglichen Arbeitsplatz direkt persönlich kennenlernt.

4. Checkliste

- ✓ Hinweis auf der Startseite der Betriebswebsite / Karriereseite → „Wir bilden trotz Corona aus!“.
- ✓ Rubrik *Karriere* auf der Homepage einrichten.
- ✓ Ausbildungsberufe vorstellen, die ausgebildet werden.
- ✓ Offene Ausbildungsstellen veröffentlichen.

- ✓ Bewerbungsprozess deutlich abbilden und erläutern.
- ✓ Bewerbungsgespräche entweder virtuell via Laptop/Computer abhalten, per Telefon führen oder ein persönliches Treffen organisieren.
- ✓ Stellenanzeigen auf Social Media posten und bei Jobportalen veröffentlichen.
- ✓ Aufruf zur Bewerbung über Videos/Postings auf Facebook oder Instagram.
- ✓ Betrieb, aktuelle Azubis und Ausbilder:innen in Videos/Postings vorstellen.
- ✓ Auf Augenhöhe mit den Bewerber:innen kommunizieren.
- ✓ Aktuelle Azubis in den Prozess miteinbeziehen.
- ✓ Unbedingt Kontaktpersonen angeben.
- ✓ #wasmitautos Willkommens-Pakete oder Give-aways anbieten.
- ✓ Hashtag #wasmitautos auf Social Media Kanälen verwenden.
- ✓ #wasmitautos-Team um Unterstützung (liken, reposten, teilen) bitten 😊.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an uns:

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V. (ZDK)
Initiative AutoBerufe – Zukunft durch Mobilität
Franz-Lohe-Straße 21
53129 Bonn

www.autoberufe.de

information@autoberufe.de

www.wasmitautos.com

hello@wasmitautos.com

Erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.