

# RECRUITING

Die optimale Suche & Einstellung  
neuer Auszubildenden



## INHALTSVERZEICHNIS

1. WAS IST RECRUITING?	2
2. RECRUITING INSTRUMENTE	3
3. DIGITALES RECRUITING	4
4. OFFLINE RECRUITING	5
5. CHECKLISTE	6

## 1. WAS IST RECRUITING?

Recruiting oder Rekrutierung bezeichnet das Suchen und Finden qualifizierter Arbeitskräfte oder in unserem Fall neuer Auszubildenden. Dabei sucht man nach dem am besten geeigneten Azubi für die vakante Ausbildungsstelle im eigenen Betrieb. Hierbei gilt, dass der zeitliche und finanzielle Aufwand möglichst überschaubar bleibt. Eine Übersicht zu dem Rekrutierungsprozess sehen Sie hier:

### RECRUITING



Der dargestellte Prozess kann für digitales und auch analoges Recruiting angewandt werden.

Bei der Rekrutierung unterscheidet man zwischen internen und externen Maßnahmen. Bei internen Maßnahmen möchte ein Unternehmen z. B. eine vakante Position intern besetzen und veröffentlicht daher die Stellenausschreibungen intern. Bei der externen Rekrutierung hingegen, sucht das Unternehmen außerhalb nach neuen Mitarbeitern oder wie in unserem Fall nach neuen Auszubildenden. Hierbei gibt es zwei verschiedene Möglichkeiten:

- **Passives Recruiting**  
Hierfür bearbeitet man z. B. Initiativbewerbungen, die zuvor gesammelt wurden, um bei Bedarf darauf zuzugreifen. Auch Employer Branding ist bei diesem Schritt wichtig. Durch die Stärkung der Arbeitgebermarke erhält ein Unternehmen mehr (Initiativ-) Bewerbungen.
- **Aktives Recruiting**  
Dies ist der Recruiting-Klassiker. Anhand von Stellenausschreibungen (digital oder analog) oder Recruiting-Veranstaltungen, wie z. B. Girls' & Boys' Days

oder Azubimessen, kann das Unternehmen die passenden Kandidat:innen finden.

## 2. RECRUITING INSTRUMENTE

- **Azubibörsen**

Jobbörsen sind die „ältesten“ Instrumente des digitalen Recruitings. Es gibt bereits über 1.500 Online-Jobbörsen plus die althergebrachte Möglichkeit, über Zeitungen oder Print-Publikationen Stellenanzeigen auszuschreiben. Auch bei der Rekrutierung von Azubis können spezielle Online-Börsen dabei helfen, Ihre Stellenausschreibungen zu verbreiten. Welche Methode für Sie am besten geeignet ist, hängt z. B. von dem regionalen Umfeld (in ländlichen Regionen funktionieren z. B. häufig Zeitungsanzeigen besser), von Ihrem Budget und von Ihrer Zielgruppe ab.

Die Initiative AutoBerufe hat auf [www.wasmitautos.com/betriebefinder](http://www.wasmitautos.com/betriebefinder) den **Betriebefinder** ins Leben gerufen. Mit diesem neuen Tool haben Sie die Möglichkeit, schnell und einfach von potentiellen Azubis gefunden zu werden. Der Betriebefinder ermöglicht es Schülern, einen passenden Ausbildungsbetrieb in der Nähe oder der Stadt ihrer Wahl zu finden. All das, mit nur einem Klick! Sie gelangen direkt zur Adresse, der Website (falls vorhanden) und den Kontaktinformationen des Ausbildungsbetriebes.

- **Unternehmenswebsite und / oder Karriereseite**

Websites sind heutzutage das Wichtigste, wenn es darum geht, neue Auszubildenden zu finden. Diese suchen im Internet nach Informationen zu Ausbildungsberufen, zu Ausbildungsbetrieben, Karrieremöglichkeiten, offenen Ausbildungsstellen und Bewerbungsmöglichkeiten. Am besten und schnellsten zu finden sind diese auf Ihrer eigenen Website oder der Karriereseite. Mehr als 90 % der Bewerbungen und der tatsächlichen Einstellungen von Kandidat:innen erfolgen über die unternehmenseigene Karriereseite. Daher sollte direkt auf Ihrer Startseite sichtbar sein, dass Sie ausbilden!

- **Social und Mobile Recruiting**

Diese Instrumente gewinnen immer mehr an Beliebtheit und Bedeutung. Mittlerweile suchen 90 % der Bewerber:innen nach einem neuen Job über ihr Handy oder Tablet. Außerdem ist die Nutzung von sozialen Netzwerken kostenlos und bietet somit die Möglichkeit, ohne zusätzliche Kosten auf sich aufmerksam zu machen. Beachten Sie dabei, die unterschiedlichen Kommunikationsarten der Social Media Plattformen. Auf Facebook und Instagram ist die Kommunikation eher locker. Dies sollte auch besonders im Hinblick auf die Generation der potentiellen Auszubildenden (Generation Z) beachtet werden.

- **Ausbildungsmessen**

Hierbei handelt es sich ebenfalls um eine klassische Methode, die Schüler:innen die Möglichkeit gibt, das Unternehmen schnell kennenzulernen und Einblicke zu erhalten. Hier kann man die begehrten Talente der Zukunft treffen und für den eigenen Betrieb interessieren und bestenfalls gewinnen. Insbesondere durch die Pandemie gibt es mittlerweile einige Messen in digitaler Form, eine weitere Möglichkeit, junge Menschen auf mein Ausbildungsunternehmen aufmerksam zu machen.

- **Ausbildungs-Events**

Neben den klassischen Ausbildungsmessen gibt es viele weitere Möglichkeiten, um als Ausbildungsunternehmen junge Leute anzusprechen. Girls' oder Boys Day, Nacht der Ausbildung, Azubi-Speed-Dating usw. Nutzen Sie solche Veranstaltungen unbedingt, wenn diese in Ihrer Region angeboten werden. Zum einen werden Sie als Ausbildungsbetrieb und Arbeitgeber in der Öffentlichkeit wahrgenommen, Sie erreichen neben den jungen Leuten auch die Eltern und Berater, zum anderen sollten Sie immer dort auftreten, wo Ihr Wettbewerb ist, um Flagge zu zeigen.

- **Bewerbermanagementsystem**

Mit Hilfe eines Bewerbermanagementsystems kann man Recruiting-Prozesse erleichtern und behält den Überblick. Sie können damit z. B. Stellenausschreibungen auf Ihrer Website und Facebook gleichzeitig veröffentlichen oder verwalten und Online-Bewerbungsformulare bereitstellen.

### 3. DIGITALES RECRUITING

Digitales oder auch E-Recruiting ist die **digitale Form** der Gewinnung qualifizierter (Nachwuchs-) Fachkräfte, wie man sie auch offline kennt. Im digitalen Raum erreichen Sie wesentlich mehr Menschen in der relevanten Zielgruppe, schaffen mehr Aufmerksamkeit und Bekanntheit und erzielen damit mehr Bewerbungen. Denn die meisten Bewerber:innen halten sich jeden Tag, viele Stunden im Internet und in den sozialen Medien auf.

Außerdem können Sie Ihre Stellenanzeigen und Bewerbungsaufrufe ganz einfach in den sozialen Medien oder auf Ihrer eigenen Website verbreiten. Dies spart Zeit und Kosten, denn es ist günstiger als herkömmliche Vertriebskanäle, wie z. B. Zeitschriften, TV- oder Radiowerbung.

Um optimal mit dem digitalen Recruiting zu starten, sollten Sie als Erstes eine eigene Unternehmenswebsite haben. Diese ist eine Grundvoraussetzung für den weiteren Verlauf. Im besten Fall haben Sie außerdem eine Karrierewebsite bzw. einen Karrierebereich auf Ihrer Unternehmensseite, z. B. Karriere & Jobs. Es ist wichtig, dass User mit wenigen Klicks zu dieser Rubrik kommen und die gesuchten

Informationen finden. Direkt auf Ihrer Startseite sollte ein Hinweis zu sehen sein „Wir bilden aus!“.

Doch nicht nur die Website ist von großer Bedeutung für das digitale Recruiting, sondern auch Profile auf Social Media Plattformen, wie z. B. Instagram oder Facebook. Hierfür finden Sie unter folgendem Link Anleitungen, die Ihnen bei der Erstellung der Profile und der Inhalte helfen können <https://www.autoberufe.de/fuer-ausbilder-betriebe/vor-der-ausbildung/nachwuchswerbung/>

In den sozialen Medien sollten Sie ein Unternehmensprofil anlegen, um dort mit der Generation Z zu kommunizieren. Dort können Sie über Ihr Unternehmen, die Produkte, die Ausbildungsberufe, Ausbildungsplätze und Karrieremöglichkeiten informieren. Nutzen Sie die Kanäle ebenfalls, um sich als Arbeitgeber:in und Ausbildungsbetrieb vorzustellen und zu präsentieren. Sie können viele Einblicke in den Betriebsalltag geben, um die junge Generation von sich und Ihrem Betrieb zu überzeugen.

## 4. OFFLINE RECRUITING

Beim Offline Recruiting liegt der Fokus auf dem **persönlichen Kontakt** mit den relevanten Zielgruppen, z. B. den Bewerber:innen, Eltern, Lehrern. Dazu gehören:

- **Zusammenarbeit mit Schulen**

Suchen Sie den Kontakt mit den Lehrenden allgemeinbildender Schulen als wichtige Multiplikatoren. Viele Lehrkräfte freuen sich über Unterstützung für einen praxisorientierten Unterricht. So können Sie beispielsweise mit Ihren Azubis die Ausbildungsberufe in der Schule vorstellen. Oder Sie laden eine Schulklasse zu einer Betriebserkundung ein. Besonders wichtig sind auch angebotene Betriebspraktika, die den Jugendlichen die Möglichkeit auf einen Ausbildungsplatz eröffnen. Bei einer längeren Zusammenarbeit können Lehrende eine wichtige Rolle spielen, um Sie auch bei der Auswahl der geeigneten Auszubildenden zu unterstützen.

- **Betriebspraktika**

Bei einem Betriebspraktikum erleben die Jugendlichen unmittelbar, was den von ihnen ausgewählten Beruf wirklich ausmacht. Sie als Arbeitgeber:in können so mögliche neue Auszubildende kennenlernen. Ein Betriebspraktikum schafft die Grundlage für eine erfolgreiche Ausbildung, denn:

Auszubildende, die bereits während eines Praktikums sowohl ihr Tätigkeitsfeld, als auch das Umfeld kennenlernen konnten, brechen ihre Ausbildung wesentlich seltener vorzeitig ab.

- **Berufswahlmessen**

Ausbildungsmessen auf lokaler und regionaler Ebene eignen sich ideal, um Schüler konkret auf die Ausbildungsberufe in Ihrem Betrieb aufmerksam zu machen. Sie gewinnen nicht nur einen ersten Eindruck von den möglichen Auszubildenden, sondern können darüber hinaus auf Eltern und Lehrkräfte aktiv zugehen. Unsere Ausbildungsflyer und Broschüren unterstützen Sie dabei.

**Tipp:** Hier lohnt sich auch die Zusammenarbeit mit Innungen oder anderen Handwerksbetrieben. So schaffen etwa mit einem Gemeinschaftsstand den Anlaufpunkt für ein breites Zielpublikum. Auch die Einbindung aktueller Azubis in die Vorbereitung und Durchführung kommt gut bei Berufsinteressenten an.

- **Tag der offenen Tür**

Nutzen Sie den Tag der offenen Tür, um Kunden und Besucher:innen Ihren Betrieb näher vorzustellen. Weisen Sie explizit auf Ihre Ausbildungsberufe hin.

- **Girls' & Boys' Day**

An diesem Tag haben Unternehmen die Möglichkeit, junge Schüler:innen in ihre Betriebe einzuladen, damit sich diese ein Bild über technische Berufe machen können.

## 5. CHECKLISTE

- ✓ Identifikation der zu besetzenden Ausbildungsstelle/n.
- ✓ Stellenausschreibung der Ausbildungsberufe vorbereiten (unbedingt Ansprechpartner:innen angeben).
- ✓ Ausbildungsberufe, die ausgebildet werden, vorstellen.
- ✓ Aktuelle Azubis mit in den Prozess einbinden.
- ✓ Infomaterial nach Bedarf erstellen.
- ✓ Veröffentlichung und Werbung der Ausbildungsberufe (auf Social Media, auf der Karriereseite, etc.).
- ✓ Hashtags verwenden auf Social Media Kanälen verwenden, z. B.  
#kfzmechatroniker #kfzmechatronikerin #automobilkaufmann #automobilkauffrau  
#wasmitautos #autoberufe.
- ✓ #wasmitautos-Team um Unterstützung bei der Verbreitung bitten ( liken, reposten, teilen). 😊

- ✓ #wasmitautos Willkommens-Pakete oder Giveaways anbieten.
- ✓ Werbung für Betriebspraktika (frühzeitig und immer wieder).
- ✓ Informieren, ob Messen / Girls' & Boys' Day in nächster Zeit stattfinden → Vorbereitung.
- ✓ Nach möglichen Schulen für Kooperationen suchen.
- ✓ Eingehende Bewerbungen bearbeiten und weitere Schritte planen.
- ✓ Bewerbungsgespräche organisieren.
- ✓ Bewerbungsgespräche führen → Kandidat:innen während dieser Zeit immer informiert halten.
- ✓ Gewünschte Kandidat:innen auswählen.
- ✓ Nächster Schritt: Onboarding.

**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](http://www.autoberufe.de)

[information@autoberufe.de](mailto:information@autoberufe.de)

[www.wasmitautos.com](http://www.wasmitautos.com)

[hello@wasmitautos.com](mailto:hello@wasmitautos.com)

---

*Erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.*