

Die Ausbilder

Erfolgreich ausbilden in kleinen und mittleren Unternehmen

GOGREEN

Der CO₂-neutrale Versand
mit der Deutschen Post

EDITORIAL

- S. 2 Suchmaschinenmarketing und Co.
Optimierungsmöglichkeiten für das Recruiting von Auszubildenden
- S. 5 Optimierung von Online-Bewerbungsformularen
Wie sie zu einer guten Erfahrung für Bewerber werden
- S. 9 Auswahlverfahren, Teil 3
Arbeitsproben und Praktika
- S. 12 Projekte für Auszubildende
Ziele und Umsetzungsbeispiele
- S. 15 9. Nationale Bestenehrung 2014
Die „Ausbilder-Redaktion“ war dabei
- S. 16 CHANCE – die Bildungs-, Job- und Gründermesse
Veranstaltung am 25. und 26.01.2015 in Gießen

Liebe Ausbilderin,
lieber Ausbilder,

am 22.12. haben Verhandlungsführer der Bundesregierung, Wirtschaft, Gewerkschaften und Länder eine neue Allianz für Aus- und Weiterbildung beschlossen. Zusammen mit DIHK, BDA, BDI, ZDH und BFB soll die duale Berufsausbildung in Deutschland wieder gestärkt werden. 20.000 Ausbildungsplätze mehr als 2014 sowie 500.000 Praktikumsplätze zur Berufsorientierung sollen von der Wirtschaft angeboten werden, um der sinkenden Zahl der abgeschlossenen Ausbildungsverträge entgegenzuwirken.

Wie Sie Jugendliche auf Ihr Ausbildungsunternehmen aufmerksam machen und auswählen, erfahren Sie u. a. in dieser Ausgabe.

Bitte schreiben Sie mir, wenn Sie Anregungen, Themenwünsche oder Kritik haben. Meine Emailadresse lautet: m.ortmann@kiehl.de. Ich freue mich auf den Austausch mit Ihnen!

Übrigens: Vor Kurzem wurde das Jugendwort 2014 gekürt – „Läuft bei dir!“ ist es geworden. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen, dass es auch 2015 bei Ihnen und mit Ihren Azubis „läuft“.

Herzliche Grüße,

Ihre

Ulrike Ortmann

kiehl

Kiehl ist eine Marke des NWB Verlags

Recruiting

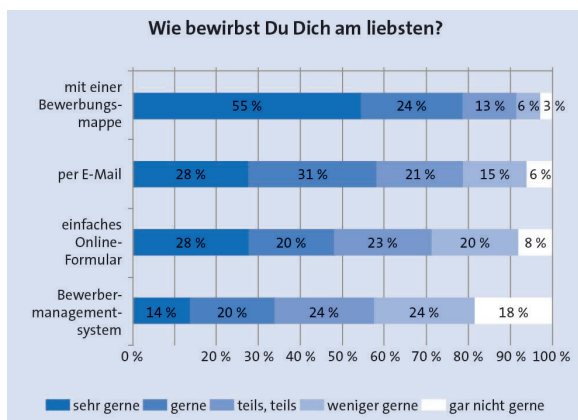
Optimierung von Online-Bewerbungsformularen

Studien zeigen, dass Online-Bewerbungen von Jahr zu Jahr mehr genutzt werden, während papierbasierte Bewerbungen insgesamt rückläufig sind (vgl. *Monster: Bewerbungspraxis 2014 S. 46*). Unternehmen folgen dem erkennbaren Online-Trend, denn auch sie können Vorteile dadurch generieren. Sie setzen deshalb zunehmend Online-Bewerbungsformulare ein. Im folgenden Beitrag erfahren Sie, wie man diese gestalten sollte, um bei Ausbildungsplatzbewerbern eine hohe Akzeptanz für Formularbewerbungen zu erreichen.

Akzeptanz und Stolpersteine von Online Bewerbungsformularen

Um den Bewerbungseingang zu kanalisieren, setzen Arbeitgeber gerne Formularbewerbungen ein. Der große Vorteil liegt für sie darin, dass die relevanten Informationen vom Bewerber selbst strukturiert eingegeben werden und direkt an die Datenbank des Bewerbermanagementsystems übergeben werden können.

Stellensuchende bewerben sich zwar gerne online, Formularbewerbungen sind aber nicht ihr bevorzugter Bewerbungsweg. Dies gilt für ältere Bewerber allgemein stärker als für die junge Generation, die auch noch gerne Bewerbungsmappen nutzt:



Quelle: U-Form Personalstudie: Azubi-Recruitingtrends 2013, Management Summary S. 16

Während sich ein noch recht hoher Anteil von den befragten Jugendlichen/Auszubildenden sehr gerne oder gerne über ein Online-Formular/Bewerbermanagementsystem bewirbt, favorisieren nur 13,2 % der Bewerber allgemein Formularbewerbungen. Fast jeder 10. Bewerber würde sogar auf eine Bewerbung verzichten, wäre sie nur über ein Formular möglich (vgl. *meta HR/stellenanzeigen.de: Candidate Experience Studie 2014 S. 23*).

Möchte man als Unternehmen also von den Vorteilen des Einsatzes eines Online-Bewerbungsformulars profitieren und den Anteil der Formularbewerbungen steigern, muss man die Akzeptanzprobleme kennen und an diesen Stellen

lenschrauben bei der Gestaltung des Online-Bewerbungsformulars drehen. Wenn man die Erfahrungen mit und Erwartungen an Bewerbungsverfahren aus Sicht der Bewerber genauer analysiert, werden folgende Akzeptanzprobleme deutlich:

Das Ausfüllen dauert zu lange

Bewerber bevorzugen eine kurze Bearbeitungszeit. Rund ein Drittel der Bewerber unter 25 Jahren hält max. 15 Minuten für das Ausfüllen eines Online-Bewerbungsformulars für angemessen, nur für 8,2 % sind mehr als 20 Minuten noch in Ordnung. (vgl. *CareerBuilder/Personalwirtschaft: Die 360-Grad Studie Recruiting 2014 S. 8*).

Info

Dass die Bearbeitungszeit grundsätzlich wichtig ist, zeigt auch dies: 46,9 % der Bewerber würde sich direkt mit ihrem Social-Media-Profil bewerben wollen (One-Click-Bewerbung), wenn es möglich wäre (vgl. *meta HR/stellenanzeigen.de: Candidate Experience Studie 2014 S. 24*). Für Ausbildungsplatzbewerber dürfte dies aber noch eine geringe Rolle spielen.

Die Bedienung ist zu kompliziert

Bewerber möchten sich gerne einfach und geräteunabhängig bewerben können (vgl. *Kelly Global Workforce Index Okt. 2014 S. 10*). Dem stehen viele Eingabeschritte, Verständnisprobleme oder Begrenzungen beim Ausfüllen entgegen. Auch technische Schwierigkeiten wie Ladezeiten, Speicherprobleme etc. erschweren das Handling.

Keine Gleichmacherei gewünscht

Bewerber möchten als Persönlichkeiten wahrgenommen werden. Wer aber Persönlichkeit und Authentizität z. B. durch Zusatzhinweise, ein Bewerbungsvideo, Arbeitsproben (z. B. im graphischen oder IT-Bereich) etc. zeigen möchten, stößt bei Formularbewerbungen rasch an Grenzen. Bewerber fühlen sich in Datenfelder gepresst, die keinen Raum für individuelle Erklärungen oder Hervorhebungen von Besonderheiten lassen.

Zuviel Unklarheit

Bewerber wünschen sich Transparenz über den Bewerbungs- und Auswahlprozess. Eine Formularbewerbung und ein damit verbundenes Bewerbermanagementsystem erscheinen vielen Kandidaten als Black-box: Daten rein und dann? Vorbehalte zur Datensicherheit sowie zur Datenspeicherung und -verwendung sind auch bei der jungen Generation – trotz aller Lockerheit im Umgang mit eigenen Daten – nicht selten.

Will man die Motivation für das Ausfüllen eines Online-Bewerbungsformulars steigern, sind also Bearbeitungsdauer, Bedienerfreundlichkeit, Individualisierbarkeit und Transparenz wesentliche Schlüssel für den Erfolg.

Stellschrauben für mehr Kandidatenorientierung bei Online-Bewerbungsformularen

Unternehmen, die die Akzeptanz von Online-Bewerbungsformularen steigern möchten, haben daher insbesondere folgende Möglichkeiten der Optimierung.

Eine schnelle Erreichbarkeit gewährleisten

Stellenanzeigen sollten direkt mit dem Online-Formular verbunden werden, unter Angabe der – möglichst kurzen – Internetadresse oder per Direktlink.



Tipp

Lange oder schwierige Internetadressen lassen sich durch einen sogenannten „url shortener“ kürzen; eine gute Alternative bieten auch QR-Codes.

Auf der **Internetseite des Unternehmens** und der **Karrierewebsite** sollte das Onlineformular über entsprechende Navigation, Buttons und Links gut sichtbar erreichbar sein.

Das Onlineformular sollte auf alle gängigen **Internetbrowser** optimiert werden, damit der Bewerber nicht auf einen anderen als den gewohnten Browser ausweichen muss. Dies gilt auch für die Anpassung auf unterschiedliche Geräte, Betriebssysteme und Bildschirmgrößen (z. B. Smartphone, Tablet). Das Formular muss immer gut lesbar und handhabbar bleiben.

Schließlich ist der Verzicht auf eine **Registrierung** hilfreich, damit Bewerber einen freien und zügigen Zugang zur Formularbewerbung haben.



Tipp

Wer Bewerbern die Möglichkeit geben möchte, später nochmals seine Daten ändern zu können, kann die optionale Registrierung ans Ende des Bewerbungsformulars legen oder in der Eingangsbestätigung individuelle Zu-

gangsdaten mitsenden, mit denen der Kandidat sich in sein Benutzerkonto einloggen kann.

Wichtige Informationen vorab bereitstellen

Damit ein Bewerber vor Start seines Bewerbungsprozesses weiß, was auf ihn zukommt, ist eine Vorabinformation zu folgenden Punkten sinnvoll:

- ▶ Umfang und voraussichtliche Dauer der Formularbearbeitung,
- ▶ Inhalte, die abgefragt werden,
- ▶ Einschränkungen, z. B. zu Dateiformaten oder Dateigrößen,
- ▶ Angaben zum weiteren Auswahlprozess,
- ▶ Datenschutzhinweise sowie
- ▶ Angaben zur weiteren Verwendung der Daten.



Tipp

Die Informationen sollten übersichtlich aufbereitet und anschaulich z. B. mit Infografiken, FAQ-Listen oder einem Video präsentiert werden.

Für eine hohe Benutzerfreundlichkeit sorgen

Für ein benutzerfreundliches Online-Formular gilt: weniger ist mehr. Daher ist von einem umfangreichen Standardformular für alle Bewerbergruppen abzuraten. Hilfreicher sind für einzelne Bewerbergruppen (z. B. speziell für Ausbildungsplatzbewerber) **zugeschnittene Formulare**, die nur die jeweils relevanten Angaben abfragen. So kann z. B. bei einem Ausbildungsplatzbewerber auf Angaben zur Berufs- oder Führungserfahrung verzichtet werden.

Außerdem ist eine **Gruppierung** der Formularfelder hilfreich. Typische Gliederungen sind z. B. Persönliche Angaben/Kontaktdaten, Schule/Ausbildung/Qualifikation, Kompetenzen, Praxiserfahrung, Anlagen/Unterlagen.

Zusätzlich sollten **Ausfüllhilfen** eingebaut werden. Darunter versteht man alle unterstützenden Maßnahmen, die Dateneingabe einfach und unkompliziert zu gestalten. Dazu zählen:

Ausfüllhilfe	Erklärung	Beispiel
Antwortlisten	Antwortalternativen z. B. als Drop-Down-Menü	Art des Schulabschlusses
Kommentare	Hinweise über/ neben dem Antwortfeld oder als Mouse-over	Fließende Sprachkenntnis = man kann sich problemlos verständigen und auch komplexe Texte lesen und verstehen
Eingabehilfe	Genaue Beschreibung von Formaten	Das Freitextfeld hat xxx Zeichen.
Fortschrittsanzeiger	Zeigt Eingabestatus an	Grafischer Balken oder Zahlenangabe x von y



Info

Eine besondere Form der Ausfüllhilfe ist das sogenannte **CV-Parsing**. Hier ermöglicht die Technik das automatische Auslesen von Informationen aus einem hochgeladenen Lebenslauf in die entsprechenden Formularfelder. Der Bewerber korrigiert bzw. ergänzt dann nur noch die Angaben im Online-Bewerbungsformular.

Häufig wirken auch **technische Begrenzungen als Stolpersteine** beim Ausfüllen von Online-Bewerbungsformularen. Daher gilt es, diese zu verringern:

- ▶ Einschränkungen in der **Syntax** erschweren das Ausfüllen. Umlaute, Sonderzeichen, aber auch Datumsformate sollten in beliebiger Form möglich sein.
- ▶ Eine geringe Zahl an **Pflichtfeldern**, die sich auf die absolut unverzichtbaren Informationen begrenzen, ist hilfreich.
- ▶ Der **Upload von Unterlagen** sollte in möglichst vielen Dateiformaten und ohne bzw. mit hoher Größenbegrenzung (5 MB aufwärts) möglich sein. Auch sollten Bewerber die Freiheit haben, Unterlagen als Gesamtbewerbung oder in Einzeldokumenten hochzuladen.

Daneben sollen Angebote zur Individualisierung gemacht werden. Dazu dienen z. B. **Freitext-Felder oder erweiterte Upload-Optionen**. Sie geben die Möglichkeit, Besonderheiten hervorzuheben, z. B. ein bestimmtes soziales Engagement, die Teilnahme an einem Persönlichkeitstest, Schülerwettbewerb etc.) oder Erklärungen mitzuliefern (z. B. für Lücken, Fehlzeiten, Schulwechsel etc.).

Eine weitere Möglichkeit der Individualisierung stellt das sogenannte **„Goldene Tor“** dar. Offen gestellte Fragen innerhalb des Bewerbungsformulars bieten Bewerbern die Chance auf Selbstpräsentation.



Beispiel

Beispielfragen für Ausbildungsplatzbewerber sind:

- ▶ Was ist das Interessante an dem Beruf xxx?
- ▶ Wie wird sich der Beruf xxx in den kommenden 10 Jahren verändern?
- ▶ Warum strebt man aktuell lieber eine Ausbildung als ein Studium an?

Kommunikation und Interaktion integrieren

Ein wichtiges Kommunikationsangebot stellt die gut sichtbare Angabe von **Kontaktdaten**, idealer Weise mit einem konkreten Ansprechpartner dar. So kann ein Bewerber, der eine Frage oder ein technisches Problem hat, schnell und einfach Kontakt aufnehmen.

Das Online-Formular sollte durch einen integrierten **Plausibilitätscheck** prüfen, ob z. B. alle Pflichtfelder ausgefüllt sind, noch etwas gespeichert werden muss etc. – und dann mit dem Bewerber „sprechen“, also entsprechende Hinweise einblenden. Eine persönlichere Atmosphäre wird durch die **direkte Ansprache des Kandidaten** innerhalb des Formulars erreicht.



Beispiel

Möglichkeiten der persönlichen Ansprache sind:

- ▶ Willkommen,
- ▶ Wünschen von Erfolg bei der Bewerbung,
- ▶ „Wasserstandsmeldung“, wie z. B.: Sie haben bereits 50 % geschafft,
- ▶ Danke-schön nach Abgabe der Bewerbung.

Zu guter Letzt: Eingang bestätigen

Nach Abgabe einer Bewerbung möchten Bewerber zeitnah eine Eingangsbestätigung erhalten. 35,7 % der bis 25-Jährigen erwarten eine Reaktion noch am gleichen Tag, 38,8 % spätestens nach 3 Tagen (vgl. *CareerBuilder/Personalwirtschaft: Die 360-Grad Studie Recruiting 2014, S. 9*).



Tipp

Ein Eingangsschreiben, das sich positiv abhebt, ist floskel- und füllwörterfrei in „Sprechdeutsch“ formuliert und enthält zusätzlich einen Hinweis auf das weitere Vorgehen möglichst mit einer verbindlichen Zeitangabe. 33,7 % der bis 25-Jährigen erwarten binnen einer Woche eine Einladung zu einem Gespräch oder eine Absage, 48 % nach

spätestens zwei Wochen (vgl. *CareerBuilder/Personalwirtschaft: Die 360-Grad Studie Recruiting 2014 S. 9*).

Und warum das alles?

Dass der Einsatz von Formularbewerbungen für Unternehmen durchaus sinnvoll sein kann, wurde anfangs bereits argumentiert.

Da das Online-Bewerbungsformular ein wichtiger Kontaktpunkt zwischen Unternehmen und Bewerber darstellt, prägt es aber auch wesentlich den Eindruck eines Bewerbers vom Unternehmen als (un)attraktiven Arbeitgeber. Es entscheidet aber nicht nur mit darüber, ob der einzelne Kandidat sich bewirbt. Bewerber – und das gilt insbesondere für die junge Generation – berichten sowohl in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis als auch in sozialen Netzwerken über ihre Erfahrungen und Eindrücke aus Bewerbungsprozessen.



Info

80,3 % tauschen sich privat aus, fast jeder Dritte unter 30 Jahren spricht über Bewerbungserfahrungen im Netz (vgl. *meta HR/stellenanzeigen.de: Candidate Experience Studie 2014 S. 31*).

In Bezug auf die Rekrutierung von Auszubildenden ist die bewerberorientierte Gestaltung der Online-Bewerbungsoption also auch ein wesentlicher Baustein im Azubi-Marketing.

Daher gilt: Die Optimierung des Online-Bewerbungsformulars ist ein gutes Investment in die Zukunft. Wer aktuell von einer Optimierung absehen will, sollte seinen Bewerbern in jedem Fall auch andere Optionen der Bewerbung, insbesondere eine E-Mail-Bewerbung anbieten oder ggf. ganz auf den Einsatz einer Formularbewerbung verzichten.

Über die Autorin

Dr. Ruth Böck ist Inhaberin von upo – Bausteine für Rekrutierungserfolg und unterstützt seit vielen Jahren Unternehmen dabei, ihr Recruiting erlebbar zu professionalisieren. Sie ist auch einer der Macher des Portals Rekrutierungserfolg.de und schreibt für den blog.rekrutierungserfolg.de.

