

Presseinformation

Zertifizierte Betriebe haben bessere Chancen bei Azubis

Jugendliche wollen Ausbildungsplätze mit hoher Qualität und Zukunftsperspektive

Köln, 12. Mai 2016; Arbeitgeber mit Employer Branding-Siegel haben einen klaren Vorteil auf dem Ausbildungsmarkt – das ist die zentrale Erkenntnis einer bundesweiten Umfrage, die meinstadt.de mit der Zeppelin Universität (ZU) in Friedrichshafen durchgeführt hat. Untersucht wurde die Auswirkung von Zertifizierungen in Form von Auszeichnungen und Siegeln speziell für Ausbildungsbetriebe auf die Ausbildungsplatzwahl. Die Umfrage gibt Einblick, wie Arbeitgeber Auszubildende mithilfe einheitlicher Qualitätsmaßstäbe noch besser von sich überzeugen können.

Bei der Umfrage wurde jugendlichen Ausbildungssuchenden per Zufallsprinzip eine Stellenanzeige gezeigt – mit und ohne Siegel. Während die Anzeige mit Zertifizierungssiegel bei den Befragten auf erhöhtes Interesse stieß, war das Interesse bei der Anzeige ohne Siegel signifikant geringer. Noch relevanter fallen die Ergebnisse in Bezug auf die Bereitschaft aus, sich bei einem Betrieb zu bewerben. 56 Prozent der Teilnehmer, die eine Anzeige mit Siegel sahen, konnten sich eine Bewerbung vorstellen. Dies ist eine um 16 Prozent höhere Bereitschaft als bei den Ausbildungssuchenden, die eine Anzeige ohne Siegel gesehen hatten. Besonders wichtig war das Siegel zudem für Jugendliche, die sich in zwei und mehr Monaten bewerben wollten. Jobsuchende reagieren somit nicht nur kurz- sondern auch mittelfristig positiv auf Zertifizierungssiegel.

Höheres Ansehen durch Zertifizierung

Eine weitere Erkenntnis aus der Umfrage: Bewerber haben (insgesamt) höhere Erwartungen an einen Arbeitgeber mit Zertifizierungssiegel. 62 Prozent der Befragten gingen bei der Stellenanzeige mit Siegel davon aus, dass sie bei diesem Arbeitgeber eine angenehme Arbeitsatmosphäre erwartet. Bei Befragten, die eine Stellenanzeige ohne Siegel sahen, waren es nur 54 Prozent. Eine Zukunftsperspektive im Unternehmen erwartetet in der ersten Gruppe (mit Siegel) über ein Drittel (34 Prozent), in der Zweiten (ohne Siegel) war es nur knapp ein Viertel (24 Prozent). Diesen Zahlen zufolge haben Zertifizierungssiegel nicht nur einen Einfluss auf die Bewerbung, sondern auch auf das Ansehen eines Unternehmens.

Employer Branding immer wichtiger

Der Wettbewerb um Auszubildende auf dem deutschen Arbeitsmarkt wird zunehmend härter. Allein 2015 blieben 37.100 Stellen unbesetzt – laut Bundesministerium für Bildung und Forschung ein neuer Höchstwert im langjährigen Vergleich. Die Umfrageergebnisse belegen: Auf einem umkämpften Markt wird es immer wichtiger, wie sich Unternehmen als Marke präsentieren und in den Dialog mit potenziellen Auszubildenden treten. Zertifizierungssiegel bieten eine Möglichkeit, positiv wahrgenommen zu werden. Unternehmen profitieren wesentlich davon, sich als Ausbildungsbetrieb zertifizieren zu lassen. Sie sollten ein Siegel im Sinne eines effektiven Employer Branding kontinuierlich und deutlich wahrnehmbar kommunizieren. Bestenfalls wird es in der gesamten Kommunikation aufgegriffen, mindestens aber in der Stellenanzeige. Zudem sollte das Siegel auf einem gut gepflegten Profil in einer Stellenbörse oder auf dem eigenen Unternehmensauftritt erscheinen.

Über die Studie

Anfang 2016 befragte meinstadt.de im Rahmen der Abschlussarbeit von Christopher Bombik an der Zeppelin Universität (in Kooperation mit Univ.-Prof. Dr. Arnd Florack, Universität Wien und MA

Maximilian Lude, ZU - Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen) 159
Ausbildungssuchende hinsichtlich ihrer Ansprüche und Sorgen bzgl. der Ausbildungsplatzwahl
sowie der Relevanz von Siegeln bei dieser.

Über meinestadt.de

meinestadt.de ist mit über 178 Mio. Seitenaufrufen monatlich die erste Anlaufstelle für regionale Informationen in Deutschland. Als führender Anbieter für die lokale Lehrstellen- und Jobsuche bietet das Portal den größten regionalen Stellenmarkt für jede der über 11.000 Städte und Gemeinden in Deutschland. Stellensuchende können sowohl online als auch mobil über die Apps jederzeit auf die Angebote zugreifen. Der Stellenmarkt erreicht auf allen Kanälen eine breite Zielgruppe – von der Fachkraft über Ausbildungssuchende bis zum Minijobber. Egal ob zu Hause, unterwegs im Café oder in der Bahn: meinestadt.de ist vor Ort.

Die meinestadt.de GmbH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Axel Springer Digital Classifieds.

Pressekontakt:

consense communications gmbh (GPRA)

Sabine Götz

Wredestr. 7

80335 München

Telefon: +49. 89. 23 00 26-40

Email: presse@meinestadt.de