



GUTE UND MOTIVIERTE AUSZUBILDENDE GEWINNEN

Eine Ausbildung von künftigen Fachkräften im eigenen Haus bietet Unternehmen viele Vorteile: Die Fähigkeiten von selbst ausgebildeten Fachkräften sind optimal auf den Betrieb zugeschnitten. In der Regel sind sie sehr loyal und arbeiten bereits während der Ausbildung produktiv mit.

Auf diese Weise bringen sie neue Ideen ein und halten die Belegschaft jung. Außerdem ist der Aufwand einer Ausbildung für Unternehmen moderat. Mit der Ausbildungsberatung der Kammern steht ein kompetenter Ansprechpartner mit Rat und Tat zur Verfügung.

Das Reservoir an Schulabgängern wird jedoch zunehmend kleiner und so werden gerade gut qualifizierte und motivierte Ausbildungskandidaten immer knapper. Um im Wettbewerb gegen die Arbeitgeberkonkurrenz zu bestehen, hilft ein solides Ausbildungsmarketing.

Dieser Leitfaden zeigt, was bis zum Ausbildungsbeginn alles zu beachten ist und geht der Frage nach, wie sich diese Zielgruppe am besten werben lässt. Unsere Handlungsempfehlungen können dabei helfen:

- » Motivierte und qualifizierte Auszubildende zu finden
- » Fachkräfte kostengünstig zu gewinnen, die passgenau qualifiziert sind
- » Eine ausgewogene Mischung aus Alt und Jung im Betrieb herzustellen
- » Das Ansehen und die Sympathie in der Öffentlichkeit zu steigern

Der Leitfaden zeigt auf, wie es möglich ist, in acht Schritten gute und motivierte Auszubildende zu gewinnen. Die Reihenfolge ist eine Empfehlung, die Schritte können aber auch variabel miteinander verknüpft werden:

1. Kontakt zur Kammer und die passende Ausbildung

Für eine erfolgreiche Ausbildung im Haus ist ein enger Kontakt zur zuständigen Kammer wichtig. Jede Kammer hat eine Ausbildungsberatung. Hier beantworten kompetente Ansprechpartner schnell und kostenlos alle Fragen rund um die Berufsausbildung.

Ein früher Kontakt zu dieser Stelle ist auch deshalb wichtig, weil die Kammer in vielen Bereichen beteiligt werden muss: von der Zulassung des Betriebs und der Ausbilder bis hin zur Abschlussprüfung. Die zuständige Kammer lässt sich am schnellsten über die Homepage der Zentralverbände finden:

- » Industrie- und Handelskammern: www.dihk.de -> Der Weg zu Ihrer IHK
- » Handwerkskammern: www.zdh.de

Der passende Ausbildungsberuf

Welche Ausbildungsberufe sind im Betrieb möglich? In welchem Ausbildungsberuf werden die Fähigkeiten vermittelt, die benötigt werden? Antworten auf diese Fragen lassen sich zum einen im Online-Angebot der Arbeitsagentur finden. Zum anderen stehen auch für diese Frage die Ausbildungsberater der zuständigen Kammer zur Verfügung.

2. Die Ausbildungsordnung beschaffen

Die Ausbildungsordnung ist die Grundlage jeder Ausbildung. Sie ist verbindlich, liegt für jeden anerkannten Ausbildungsberuf vor und regelt mindestens folgende Inhalte (§ 5 BBiG und § 26 HwO):

- » Dauer der Ausbildung
- » Bezeichnung des Ausbildungsberufes
- » Berufsbild (Überblick über Kenntnisse und Fähigkeiten, die erworben werden)
- » Ausbildungsrahmenplan (nähere Beschreibung des Berufsbilds und grober zeitlicher Ablauf)
- » Prüfungsanforderungen (Inhalte der Zwischen- und Abschlussprüfung beziehungsweise der Gesellenprüfung)

Aus ihr lässt sich auch ersehen, ob der Betrieb und die Ausbilder geeignet sind. Zudem kann auf dieser Basis ein betrieblicher Ausbildungsplan erstellt werden.

Die aktuelle Ausbildungsordnung erhalten Sie sowohl bei der zuständigen Kammer, als auch über das Internetangebot des Bundesinstituts für Berufsbildung www.bibb.de.

3. Eignung von Betrieb und Ausbilder prüfen

Nur wenn sowohl der Betrieb als auch der Ausbilder geeignet sind, kann ein Unternehmen ausbilden. Ob das der Fall ist, kann anhand des Berufsbildes und des Ausbildungsrahmenplans (aus der Ausbildungsordnung) festgestellt werden. Hier können potenzielle Ausbilder klären, ob sie alle für den Beruf erforderlichen Kenntnisse und Fertigkeiten im Betrieb vermitteln können.

Ist das nicht der Fall, so gilt ein Betrieb nur dann als geeignet, wenn der Mangel durch Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte ausgeglichen wird (vgl. § 22 Abs. 2 BBiG, § 23 Abs. 2 HwO). Diese Maßnahmen müssen jedoch im Ausbildungsvertrag ausdrücklich geregelt werden.

Eignung des Betriebs

Für die Eignung des Betriebs sind folgende Punkte besonders wichtig:

- » Art und Umfang der Produktion, des Sortiments und der Dienstleistungen sowie die Produktions- und Arbeitsverfahren
- » Ausstattung mit notwendigen Werkzeugen, Maschinen, Apparaten und Geräten, Pflege- und Wartungseinrichtungen
- » Bürotechnische Einrichtungen, Büroorganisationsmittel und sonstige Hilfsmittel
- » Arbeitsplatz für den Auszubildenden, an dem er unabhängig von den normalen Bedingungen des Arbeitsablaufes ausgebildet werden kann
- » Ausreichender Schutz gegen die Gefährdung von Leben, Gesundheit und sittlicher Haltung
- » Angemessenes Verhältnis von Ausbildern und Auszubildenden

Als angemessenes Verhältnis der Zahl der Auszubildenden zur Zahl der Fachkräfte gilt (§§ 22 Abs. 1 Nr. 2 BBiG, 23 Abs. 1 Nr. 2 HwO):

1 bis 2 Fachkräfte	=	1 Auszubildender
3 bis 5 Fachkräfte	=	2 Auszubildende
6 bis 8 Fachkräfte	=	3 Auszubildende
je weitere 3 Fachkräfte	=	1 weiterer Auszubildender

Die Relation von Ausbildern und Fachkräften zu Auszubildenden kann auch über- bzw. unterschritten werden, allerdings nur sofern die Ausbildung dadurch nicht gefährdet wird.

Eignung des Ausbilders

Neben dem Betrieb muss auch der Ausbilder geeignet sein. Dazu ist zunächst einmal die Unterscheidung zwischen dem Auszubildenden und einem Ausbilder wichtig: Auszubildender ist, wer mit den Auszubildenden den Ausbildungsvertrag schließt, also in der Regel das Unternehmen.

Ausbilder ist derjenige, der die Ausbildung persönlich verantwortlich durchführt. In Kleinbetrieben werden diese beiden Funktionen meist von einer Person wahrgenommen. Daneben kann sich ein Ausbildungsbetrieb auch sogenannter Ausbildungsgehilfen bedienen. Diese führen die Ausbildung zwar faktisch durch, übernehmen aber keine Verantwortung dafür.

Voraussetzungen des Ausbilders

Der Ausbilder muss sowohl persönlich als auch fachlich geeignet sein.

Persönliche Eignungsvoraussetzungen

- » Volljährigkeit
- » Kein gesetzliches oder richterliches Verbot, Kinder oder Jugendliche zu beschäftigen
- » Keine schweren Gesetzesverstöße gegen das Berufsbildungsgesetz

Fachliche Eignungsvoraussetzungen

- » Berufliche Fertigkeiten und Kenntnisse
- » Arbeitspädagogische Kenntnisse

Nachweis fachlicher Voraussetzungen

Für den Nachweis der fachlichen Kenntnisse im engeren Sinne benötigt der Ausbilder neben der praktischen Erfahrung eine Abschlussprüfung in einem Ausbildungsberuf, eine Prüfung an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Schule oder einen Abschluss einer deutschen Hochschule. Die Abschlussprüfung muss im gleichen Ausbildungsberuf oder in einem verwandten Beruf abgelegt worden sein.

Zum Nachweis der Qualifikation zur Berufsausbildung wurde die Ausbilder-Eignungs-Verordnung (AEVO) erlassen. Bis zum 31. Juli 2009 ist sie außer Kraft gesetzt worden. Das ermöglicht den zuständigen Stellen, dass auch ohne eine formelle Prüfung die Ausbildereignung anerkannt werden kann. Die in der AEVO geregelten materiellen Anforderungen bleiben dabei jedoch in Kraft.

Das bedeutet, dass der Ausbilder auch weiterhin in Grundfragen der Berufsausbildung, Planung und Durchführung der Ausbildung mit methodischen und didaktischen Mitteln, in psychologischen und arbeitsmedizinischen Grundfragen sowie in Rechtsgrundlagen der Berufsausbildung geschult sein muss.

Die AEVO wird nach einer Novellierung 2009 wieder in Kraft treten. Für ausbildende Betriebe gilt jedoch Bestandschutz. Das heißt: sie können auch weiterhin ausbilden, wenn sie bis zum erneuten Inkrafttreten erfolgreich ausgebildet haben.

Wer in einem der 41 zulassungspflichtigen Handwerksberufen ausbilden will, muss die Handwerksmeisterprüfung bestanden haben. Die übrigen 53 Handwerke sind zulassungsfrei. Eine Übersicht der zulassungspflichtigen und zulassungsfreien Handwerksberufe ist in den Anlagen zur Handwerksordnung erfasst. Diese können beispielsweise abgerufen werden unter:

www.hwk-potsdam.de

Anlage A zu dem Gesetz zur Ordnung des Handwerks (Handwerksordnung) und

Anlage B zu dem Gesetz zur Ordnung des Handwerks (Handwerksordnung) Abschnitt 1

4. Den betrieblichen Ausbildungsplan erstellen

Die Ausbildungsordnung kann den Ausbildungsverlauf im Betrieb nicht in allen Einzelheiten regeln. Sie gibt nur die Lernziele und gewisse Zeitspannen vor. Deshalb muss sich jeder ausbildende Betrieb entscheiden, wie er die Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt und wie er diese sachlich und zeitlich am besten gliedert.

Bei der Planung sollten die lehrgangsgebundenen und schulgebundenen Ausbildungsabschnitte sowie Urlaubszeiten und Probezeit berücksichtigt werden. Beispiele betrieblicher Ausbildungspläne gibt es unter: www.ausbildernetz.de, www.dsb.de und www.zibb.de.

5. Geeignete Auszubildende werben

Es gibt verschieden Möglichkeiten, um die Auszubildenden auf das Unternehmen aufmerksam zu machen. Die folgende Abbildung bietet eine Übersicht über die häufigsten Wege des Ausbildungsmarketings.

Praktika und Ferienjobs

Zu den besten Wegen, Auszubildende für das Unternehmen zu gewinnen, gehören Praktika und Ferienjobs. Der junge Mensch kann feststellen, ob das Unternehmen und die Tätigkeiten seinen Vorstellungen entsprechen.

Viele Schüler, die während ihres Praktikums gut betreut wurden, können sich vorstellen, auch später in dem Unternehmen zu arbeiten. Und auch der Betrieb profitiert von einem Praktikum. Er erhält einen wesentlich besseren Eindruck als es Schulnoten ermöglichen:

- » Passt der Auszubildende menschlich in den Betrieb?
- » Ist er hilfsbereit, pünktlich und ehrlich?
- » Kann er gut mit Kunden umgehen?
- » Lernt er schnell und ist handwerklich geschickt?
- » Gehören Selbständigkeit und Engagement zu seinen Stärken?

Mit folgender Checkliste lässt sich überprüfen, ob die wichtigsten Aspekte eines Betriebspraktikums berücksichtigt wurden.

Betriebsbesichtigungen und Tage der offenen Tür

Auch Betriebsbesichtigungen und Tage der offenen Tür sind gut geeignet, um junge Menschen für eine Ausbildung zu interessieren. Potenzielle Auszubildende können sich unverbindlich informieren und bekommen ein klares Bild des Betriebs. Wenn derzeitige oder frühere Auszubildende integriert und Produkte vorgestellt werden, wirkt ein Betrieb besonders glaubwürdig. Darüber hinaus geben die Mitarbeiter dem mitunter anonymen Unternehmen ein Gesicht. In Zusammenarbeit mit regionalen Schulen können auch Schulklassen zu einer Exkursion eingeladen werden. In jedem Fall sollte Informationsmaterial mit den wichtigsten Informationen ausliegen:

- » Allgemeine Informationen zum Betrieb
- » Beschreibung der Ausbildungsberufe mitsamt den dazugehörigen Tätigkeiten
- » Wichtige Termine (z.B.: Berufsinfobörsen, Bewerbungsfristen oder Teilnahme am Girls Day)
- » Ansprechpartner

Individuelle Ausbildungsangebote

Um junge Menschen für eine Ausbildung zu gewinnen, können auch verschiedene Formen der Berufsausbildung angeboten werden, die dem Leistungsstand der (potenziellen) Auszubildenden entsprechen. Mit individuellen Ausbildungsangeboten für leistungsstärkere und leistungsschwächere Jugendliche kann das Reservoir an zukünftigen Fachkräften deutlich besser ausgeschöpft werden.

Inhalte des Ausbildungsmarketings

Unabhängig davon, für welche Maßnahme man sich entscheidet, die Inhalte des Ausbildungsmarketings sind wichtig: Potenzielle Auszubildende sollten möglichst umfassend über den Betrieb und den Ausbildungsplatz informiert werden. Da die meisten Schulabgänger über keine oder bestenfalls geringe Erfahrungen im Arbeitsleben verfügen, sollten sie aufgeklärt werden über:

- » Den Betrieb, die Produkte und das Betriebsklima
- » Die Ausbildungsberufe und die damit verbundenen Tätigkeiten
- » Den Arbeitsalltag konkret
- » Die Eignungsvoraussetzungen
- » Die Übernahmewahrscheinlichkeit und die betrieblichen Entwicklungsmöglichkeiten

Hier gilt es, eine Balance zwischen seriösen Angaben und einer möglichst anschaulichen Darstellung zu finden. Erfahrungsberichte von Beschäftigten oder ehemaligen Auszubildenden sind sicher spannender als bloßer Fachjargon. Wichtig ist, dass die jungen Menschen den Betrieb und die Ausbildungssituation unmittelbar erleben können.

6. Den Auszubildenden anmelden

Schließlich muss der Auszubildende an verschiedenen Stellen angemeldet werden:

- » Berufsschule:
Der Auszubildende muss an der Berufsschule angemeldet werden.
- » Ausbildungsabteilung:
Der Antrag auf Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse, der Ausbildungsvertrag (gegebenenfalls mit Gesundheitszeugnis) und der betriebliche Ausbildungsplan müssen spätestens 4 Wochen nach Beginn der Ausbildung bei der Ausbildungsabteilung beziehungsweise der Innung der zuständigen Kammer abgegeben werden.
- » Krankenkasse:
Auch die Anmeldung für die Kranken-, Renten-, Pflege- und Arbeitslosenversicherung muss binnen zwei Wochen nach Ausbildungsbeginn bei der zuständigen Krankenkasse erfolgen.
- » Finanzamt:
Wie bei den übrigen Beschäftigten auch, müssen Lohnsteuer, Solidaritätszuschlag und gegebenenfalls weitere Steuern an das Finanzamt abgeführt werden.

7. Erfolgskontrolle des Ausbildungsmarketings

Wie beim allgemeinen Personalmarketing auch, sollte überprüft werden, wie wirksam die Maßnahmen tatsächlich waren. So lässt sich der Erfolg der Investitionen sichtbar machen und die darauf folgenden Maßnahmen können effizienter gestaltet werden.

Kennzahlen und andere Methoden

Die Methoden der Erfolgskontrolle entsprechen weitestgehend denen des allgemeinen Personalmarketings. Insbesondere bieten sich einfach zu messende und gut darstellbare Kennzahlen an:

- » Zahl der Initiativbewerbungen pro Jahr
- » Zahl der Bewerbungen auf ausgeschriebene Ausbildungsplätze
- » Zahl der Bewerbungen auf ausgeschriebene Ausbildungsplätze, die qualitativ befriedigend waren
- » Zahl der Ausbildungsplätze, die erst während der Nachvermittlung besetzt wurden
- » Zahl der Ausbildungsplätze, die unbesetzt blieben

Zudem gibt es weitere Möglichkeiten, den Erfolg zu messen:

- » Befragung von Unternehmensvertretern nach der Resonanz auf einzelne Maßnahmen, zum Beispiel zum Tag der offenen Tür
- » Befragung von Praktikanten zu ihren positiven und negativen Eindrücken
- » Analyse der Karriereseite im Internet: Zahl der Besucher, Zahl der Bewerber im Verhältnis zu den tatsächlichen Bewerbungen

Die J. Schmalz GmbH aus Glatten, Anbieter von Vakuumtechnologie in der Automatisierungs-, Handhabungs- und Aufspanntechnik, beschäftigt weltweit rund 600 Mitarbeiter. Rund 450 Mitarbeiter arbeiten am Hauptsitz in Glatten.

Der Bedarf an qualifizierten Facharbeitern und Ingenieuren ist für ein innovatives Unternehmen auf Expansionskurs besonders hoch. Allein in den letzten 10 Jahren hat die J. Schmalz GmbH ihre Beschäftigtenzahl fast verdreifacht. Für ein mittelständisches Unternehmen abseits eines großen Ballungszentrums ist das Werben einer derart hohen Anzahl an neuen Mitarbeitern mit gefragtem Kompetenzprofil eine besondere Herausforderung, die Konkurrenz zu Großunternehmen ist erheblich. Während ein Global Player beispielsweise in der Lage ist, junge Studenten direkt von der Hochschule für sich zu gewinnen, ist dies für ein mittleres Unternehmen meist nur in Einzelfällen zu leisten. Zwar legt die J. Schmalz GmbH Wert darauf, einen Teil der offenen Stellen mit externen Kandidaten zu besetzen, um neues Know-how zu integrieren. Einen großen Teil der benötigten Fachkräfte bildet der Spezialist für Vakuumtechnologie jedoch selbst aus. Infolge dessen ist die Ausbildungsquote mit 14 Prozent in insgesamt 15 Ausbildungsberufen besonders hoch. Damit geht auch der Vorteil einher, dass die neuen Mitarbeiter perfekt auf das Unternehmen zugeschnitten sind.

Da das Reservoir an guten und motivierten Schulabgängern begrenzt ist, greift das Unternehmen zu verschiedenen Maßnahmen des Ausbildungsmarketings und sorgt für eine hohe Ausbildungsqualität. Im Rahmen verschiedener Angebote zeigt der Mittelständler Präsenz an Schulen, ermöglicht jungen Menschen einen frühzeitigen Einblick in das Unternehmen und bietet dem individuellen Leistungsstand entsprechende Ausbildungsangebote. Im Vordergrund stehen die Ziele, einen Beitrag zur Berufsorientierung zu leisten, die schulische Ausbildung qualitativ aufzuwerten und ein wechselseitiges Kennenlernen von Unternehmen und Schülern zu ermöglichen.

- » Im Rahmen von Schulpartnerschaften gestalten Unternehmensvertreter Unterrichtseinheiten mit und ermöglichen ganzen Schulklassen Exkursionen in den Betrieb. Schüler finden hier Antworten auf die Fragen: „Um was für ein Unternehmen handelt es sich bei der J. Schmalz GmbH?“, „Welche Produkte werden hergestellt?“, „Welche Erwartungen hat das Unternehmen an seine zukünftigen Auszubildenden?“ und „Welche Ziele hat die Berufsausbildung zum Beruf X?“.

- » Auch unterschiedliche Projekte bringen junge Menschen und die J. Schmalz GmbH zusammen: angefangen bei dem Tag der offenen Tür über den sozialen Tag und den Technologietag Kunststoff bis hin zum Projekt „Mitmachen Ehrensache“ und dem Girls Day. Allen gemein ist der Anspruch, Jugendlichen die eher technisch geprägten Berufe im Unternehmen näherzubringen. Ein besonderes Anliegen des Personalleiters Martin Helbling ist es, junge Menschen unabhängig vom Geschlecht für das Unternehmen zu begeistern: „Viele Unternehmen schrecken davor zurück, junge Frauen auszubilden, weil sie einen kindesbedingten Arbeitsausfall befürchten. Aber warum sollen denn nicht auch junge Frauen eine Ausbildung in einem technischen oder gewerblichen Beruf beginnen, wenn sie zu uns passen? Nur wenn alle gleiche Chancen haben, können wir das Erwerbstätigenpotenzial optimal ausschöpfen.“ Entsprechend ist aktuell jeder zweite neue DH-Student eine junge Frau.
- » Um sozial schwächeren Jugendlichen eine Berufsausbildung zu ermöglichen, kooperiert das Unternehmen mit anderen Betrieben aus der Region. Dieses Jahr beginnt zum dritten Mal ein Ausbildungsgang zum Metallfeinbearbeiter, der sich speziell an junge Menschen mit einer nachgewiesenen Lernschwäche richtet. Die Auszubildenden aus dem ersten Ausbildungsgang befinden sich derzeit im dritten Lehrjahr. Nach Abschluss der Ausbildung wird eine Übernahme angestrebt.
- » Besonders motivierte und gut vorgebildete Jugendliche erreicht das Unternehmen über das Angebot von dualen Studiengängen in den Bereichen Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen, Informatik und mittelständische Wirtschaft. Hier wechseln die Studenten im Dreimonatsrhythmus zwischen dem Studium an der staatlichen Hochschule und der praktischen Arbeit bei Schmalz. Sie erhalten die Möglichkeit zu einem Auslandsaufenthalt in einer Niederlassung und können bereits nach drei Jahren den Bachelor-Titel erwerben. Der J. Schmalz GmbH stehen auf diese Weise zahlreiche Nachwuchskräfte zur Verfügung, die den Betrieb gut kennen und gleichzeitig aktuelles Fachwissen ins Unternehmen tragen.
- » Eine Schlüsselposition beim Ausbildungsmarketing nimmt das Angebot von Praktika, Ferienjobs und die Möglichkeit, das Freie Ökologische Jahr im Unternehmen zu absolvieren, ein. Hier lassen sich wertvolle Kontakte knüpfen, Betrieb und Schüler können gleichermaßen prüfen, ob sie zueinander passen. Nach einer schriftlichen Bewerbung und einem kurzen Gespräch begleiten die jungen Menschen einen Auszubildenden oder DH-Studenten für mindestens eine Woche und werden von diesem intensiv betreut. Am Ende erhält der Jugendliche eine Bescheinigung, die er für künftige Bewerbungen nutzen kann, und ein individuelles Feedback in einem Abschlussgespräch. In diesem Rahmen wird besprochen, was gelernt wurde, ob der Jugendliche zufrieden war und wie die J. Schmalz GmbH seine Leistung einschätzt. Diejenigen, die von sich überzeugt haben, werden im Sinne einer Kontaktpflege zum nächsten Berufsinformationstag eingeladen.

Die genannten Maßnahmen stellen die eine Seite dar, um junge Menschen für das Unternehmen zu interessieren. Eine hohe Ausbildungsqualität ist die andere Seite. Nicht nur, dass eine gute Ausbildung die beste Werbung ist, darüber hinaus trägt sie dazu bei, dass die Jugendlichen ihre Potenziale bestmöglich entfalten. Auf die Frage, worauf es bei der Ausbildung selbst ankommt, entgegnet Martin Helbling: „Es geht in erster Linie um zwei Dinge, um hohe Eigenverantwortlichkeit und um Selbständigkeit. Bei uns steht das Prinzip `Fordern und Fördern` im Mittelpunkt.“ Damit die Auszubildenden in verschiedenen Teams aktiv und verantwortlich mitarbeiten können, werden sie nicht nur intensiv betreut. Alle neuen Auszubildenden verbringen die ersten drei bis vier Wochen gemeinsam in der Ausbildungswerkstatt, in der sie sich kennenlernen können und viele Grundlagen mit auf den Weg bekommen. Sie erhalten einen Einblick in das Unternehmen und die Produktpalette, werden in die internen Prozesse eingeführt und lernen, sich angemessen zu verhalten. Der obligatorische Kennenlerntag für neue Auszubildende ist eins der vielen Azubi-Projekte, die die Auszubildenden bei Schmalz eigenverantwortlich bearbeiten.

Der Erfolg des Engagements bei der J. Schmalz GmbH wird schnell deutlich. Der Grundsatz „Wir bilden aus, weil wir die Leute brauchen“ findet seinen Ausdruck in einer Übernahmequote von 80 bis 90 Prozent. Auch angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Lage bemüht sich der Anbieter von Vakuumtechnologie, möglichst viele Ausbildungsabsolventen zu übernehmen.



9. Links zum Thema

- » **www.dihk.de**

Die Dachorganisation der deutschen Industrie- und Handelskammern bietet ein breites Spektrum an Hinweisen zum Thema Berufsausbildung. Man kann sich insbesondere über Ausbildungsberufe und -prüfungen informieren. Zudem lassen sich verschiedene Musterverträge herunterladen.
- » **www.ihk-lehrstellenboerse.de**

Hierbei handelt es sich um eine Plattform, wo interessierte Unternehmen nach geeigneten Auszubildenden in den Bereichen Industrie, Handel und Dienstleistungen suchen sowie ihre Ausbildungsangebote umfassend präsentieren können.
- » **www.zdh.de**

Auf der Homepage des Zentralverbands des deutschen Handwerks finden sich umfangreiche Informationen zur Ausbildung im Handwerk. Insbesondere werden Informationen zu Ausbildungsberufen, Zusatzqualifikationen und zum Thema Berufsschule zur Verfügung gestellt. Auch eine Übersicht über die regionalen Lehrstellenbörsen der Handwerkskammern ist vorhanden.
- » **www.arbeitsagentur.de**

Auf den Seiten der Arbeitsagentur finden sich viele hilfreiche Informationen rund um das Thema Berufsausbildung: angefangen bei allgemeinen Informationen und Hinweisen zur Gestaltung von Praktika über Angebote zur Vermittlung von Auszubildenden bis hin zu Informationen zu finanziellen Hilfen.
- » **www.bibb.de**

Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) ist das anerkannte Kompetenzzentrum zur Erforschung und Weiterentwicklung der beruflichen Aus- und Weiterbildung in Deutschland. Es ist es seit mehr als 35 Jahren für die Politik, die Wissenschaft und die Praxis beruflicher Bildung tätig. Es finden sich umfassende Informationen zum Thema: angefangen bei Ausbildungsordnungen und Hintergrundinformationen über Antworten auf häufige Fragen bis hin zu Fördermöglichkeiten und Praxisbeispielen.
- » **www.ausbildung-plus.de**

Diese Homepage bietet einen Überblick über Ausbildungsangebote mit Zusatzqualifikation, duale Studiengänge sowie Informationen rund um die Berufsausbildung.

