

Erfolgreich ausbilden – mit klarer Strategie in drei Handlungsfeldern

- Gewinnung und Bindung von Auszubildenden
- Ausbildungsbetreuung und Qualitätssteigerung
- Ausbildungsmanagement und Unternehmensstrategie



Erfolgreich ausbilden!

Drei strategische Handlungsfelder für Ausbilder:innen

Die aktuellen Ergebnisse des Berufsbildungsberichts zeigen: Die Ausbildungssituation bleibt stabil, aber ohne spürbaren Aufwärtstrend. Zwar ist die Nachfrage nach Ausbildungsplätzen leicht gestiegen, gleichzeitig gibt es jedoch weiterhin viele unversorgte Bewerber:innen und eine sinkende Zahl an außerbetrieblichen Ausbildungen. Die Passung zwischen Angebot und Nachfrage stellt nach wie vor eine zentrale Herausforderung dar. Für Ausbilder:innen bedeutet das: Es braucht gezielte Strategien, um junge Menschen für die Ausbildung zu gewinnen, sie gut zu begleiten und die Ausbildungsorganisation zukunftsfähig aufzustellen.

Im Folgenden stellen wir Ihnen drei zentrale Handlungsfelder vor, die Ausbilder:innen dabei unterstützen können, Ihre Ausbildungsarbeit wirksam und nachhaltig zu gestalten.

1. Strategien zur besseren Gewinnung und Bindung von Auszubildenden

Die Ansprache junger Menschen muss heute zielgerichtet, authentisch und vielfältig sein. Betriebe sollten ihre Ausbildungsangebote klar kommunizieren, digitale Kanäle nutzen und frühzeitig mit Schulen und Berufsorientierungsmaßnahmen kooperieren. Eine wertschätzende Unternehmenskultur, transparente Entwicklungsperspektiven und eine gute Betreuung tragen wesentlich dazu bei, Auszubildende langfristig zu binden.

Was können Sie tun?

- Aktiv werden bei der **frühen Azubi-Ansprache**: Besuch von Schulen, Schnupperangebote, Kooperation mit Berufsorientierungsprogrammen. Damit potenzielle Bewerber früh an das Unternehmen gebunden werden.
- **Qualität** der Ausbildung bewusst **herausstellen**: Gute Betreuung, moderne Ausstattung, klare Perspektiven nach der Lehre – das unterscheidet im Wettbewerb der Angebote.
- **Passung erhöhen**: Bewerberprofile (z. B. Interessen, persönliche Voraussetzungen) mit Ausbildungsinhalten und Unternehmenskultur abgleichen – statt einfach „irgendeinen“ Vertrag abzuschließen.
- **Differenzierung** nach Zielgruppen: Z. B. gezielt junge Menschen ohne starken Schulabschluss erreichen, alternative Zugänge ermöglichen (z. B.

Einstiegskurse, Förderprogramme) – die Statistik zeigt, dass gerade hier noch viele unversorgte Bewerber sind.

- **Kooperationen** mit Berufsschulen, Kammern, Multiplikator:innen pflegen: um gemeinsam Attraktivität und Sichtbarkeit zu erhöhen.



Was sollten Sie vermeiden?

- Statt „wir warten ab, bis Bewerbungen kommen“, besser „wir gehen **aktiv** auf Bewerber:innen zu und gestalten attraktive Einstiegsmöglichkeiten“.
- Statt „nur die standardmäßige Ausbildung anbieten“, besser „die Ausbildung mit **Weiterentwicklungsperspektiven** aufwerten und transparent kommunizieren“.
- Statt „nur auf schulische Leistung fokussieren“, besser „**Persönlichkeit, Motivation und Potenzial**“

stärker berücksichtigen“ – insbesondere bei Bewerbern mit niedrigem Schulabschluss.

- Statt „wir machen das schon immer so“, besser „wir **evaluieren** regelmäßig unsere Azubi-Gewinnung und -Betreuung und passen an“.

2. Strategien für die Ausbildungsbetreuung und Qualitätssteigerung

Eine qualitativ hochwertige Ausbildung lebt von guter Begleitung. Regelmäßige Feedbackgespräche, strukturierte Einarbeitungsphasen und individuelle Förderung sind zentrale Elemente. Auch die Qualifizierung der Ausbilder:innen selbst – etwa durch Schulungen zu pädagogischen und kommunikativen Kompetenzen – trägt zur Ausbildungsqualität bei.

Was können Sie tun?

- **Mentoring** und **Patenschaften** etablieren: Eine Azubi-Patin aus älteren Jahrgängen kann die Eingewöhnung fördern und Qualität der Ausbildung erhöhen.
- Regelmäßige **Feedback-** und **Entwicklungsgespräche** mit den Auszubildenden führen: damit Wünsche, Probleme oder Unzufriedenheit früh erkannt und behoben werden.
- **Modernisierung** der Ausbildungsinhalte: Digitalisierung, nachhaltige Themen, moderne Technik und interdisziplinäre Kompetenzen integrieren – damit Auszubildende sich in der Zukunft sehen.
- Transparente Kommunikation von **Karrierewegen**: z. B. Weiterbildung nach der Lehre, Übernahmechancen, ggf. duales Studium – das wirkt motivierend.

- **Ausbildungs-Marketing** intern und extern:
Erfolgreiche Azubis präsentieren, Unternehmens-
image als Ausbildungsbetrieb stärken.

Was sollten Sie vermeiden?

- Statt „wir lassen die Azubis einfach laufen“,
besser „wir begleiten **aktiv** mit **strukturierter**
Betreuung“.
- Statt „nur auf fachliche Kompetenzen schauen“,
besser „auch auf soziale, methodische und
digitale **Kompetenzen** achten“.
- Statt „Azubi-Betreuung ist Aufgabe der
Ausbilder:innen allein“, besser „Ausbildung als
Teamaufgabe im Unternehmen etablieren –
Führungskräfte, Kollegen, Ausbilder gemeinsam“.
- Statt „wir nehmen jeden Bewerber – Hauptsache
besetzen“, besser „wir schauen auf **Passung** und
Perspektive – damit Ausbildung und
Übernahmechancen realistisch sind“.

3. Strategien für das Ausbildungsmanagement und die Unternehmensstrategie

Ausbildung sollte als strategischer Bestandteil der Unternehmensentwicklung verstanden werden. Dazu gehört eine vorausschauende Planung, die Einbindung der Ausbildung in die Personalstrategie sowie die Nutzung digitaler Tools zur Organisation und Dokumentation. Ein professionelles Ausbildungsmanagement schafft nicht nur Effizienz, sondern stärkt auch die Position des Unternehmens als attraktiver Ausbildungsbetrieb.

Was können Sie tun?

- **Kennzahlenmonitoring** einführen:
z. B. Auszubildendenquote, Verweildauer, Abbrecherquote, Übernahmequote – damit Sie aktiv steuern können.

- Unternehmens- und Ausbildungskultur **verankern**: Ausbildung ist nicht nur Pflicht, sondern strategischer Teil der Fachkräfte-Sicherung.
- **Anreize** schaffen: z. B. Workshops, Zusatzqualifikationen, Auslandsaufenthalte, gemeinsame Projekte – damit die Ausbildung attraktiv wird.
- **Zielgruppenorientierung**: Fachkräftemangel in bestimmten Berufen/Regionen nutzen – gezielt Ausbilder*innen gewinnen, Kooperationen eingehen (z. B. mit Verbänden, Kammern).
- **Öffentlichkeitsarbeit** & Employer Branding: Erfolgreiche Ausbildungsbetriebe nutzen Social Media, Testimonials, Betriebsrundgänge, um sichtbar zu werden.

Was sollten Sie vermeiden?

- Statt „Ausbildung ist ein notwendiges Übel“, besser „Ausbildung ist **strategischer Wettbewerbsvorteil**“.
- Statt „wir nehmen nur Standardberufe“, besser „wir **prüfen** alternative oder moderne **Berufe/Qualifikationen** – ggf. mit Schwerpunkt Digitalisierung oder Nachhaltigkeit“.
- Statt „wir machen Ausbildung isoliert“, besser „wir **vernetzen** Ausbildung mit Betrieb, Berufsschule, Region, Zukunftsthemen“.

Lesetipp der wirAUSBILDER-Redaktion:



Wie Berufsorientierung in das Azubi-Recruiting integriert werden kann, zeigt eines der Good Practice-Beispiele in der Neuauflage “Die Generationen Z und Alpha gewinnen, führen, binden”.

 Jetzt bestellen auf: www.kiehl.de/