



Wir sorgen für
Nachwuchs!
– wir bilden aus ■

Leitfaden
zur
Bewerberauswahl

www.handwerks-power.de





Wir lassen Sie nicht allein.

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

als Betriebsinhaber sind Sie zugleich Teamchef. Sie stellen eine Mannschaft zusammen, die Sie zum Erfolg führen wollen. Vergessen Sie nicht, dass Sie dabei verschiedene Rollen zu besetzen haben: Eine Mannschaft, die nur aus Stürmern besteht, wird kein Spiel gewinnen.

Gehen Sie strategisch vor! Überlegen Sie, welche Rollen Sie im Unternehmen zu besetzen haben. Dieser Leitfaden gibt Ihnen einige Argumentationshilfen, wie Sie die „Stars“ unter den Schulabgängern für sich gewinnen können. Achten Sie bei der Auswahl von Lehrlingen aber auch auf versteckte Potentiale und verborgene Talente. Denken Sie also strategisch – und achten Sie auf „Kleinigkeiten“. Es gibt eine ganze Reihe von Gelegenheiten, bei Praktikum und Bewerbung, die Ihnen wichtige Aufschlüsse über den Interessenten für Ihren Ausbildungsplatz geben.

Das sind:

- die Unterlagen,
- das Vorstellungsgespräch,
- die Schnupperlehre.

Zuallererst sollten Sie sich aber Gedanken darüber machen, welche Kriterien für Ihren Beruf am wichtigsten sind: die Schulnoten, die gute Kinderstube, das Aussehen, die Lernbereitschaft, die Disziplin?

Ihr Joachim Möhrle

Landeshandwerkspräsident

I N H A L T

I. Ein neuer Wettbewerb	4
Die Lehrlinge werden knapp. Behaupten Sie sich in der neuen Konkurrenz.	
II. Werben statt warten	6
Inserenten gewinnen. Wo werben? Fundgrube Schulen: Suchen Sie aktiv.	
III. Ein Praktikum zur Probe	10
Das Praktikum als Auswahlinstrument. Vier Arten des Praktikums und ihre Besonderheiten.	
IV. Die Bewerbungen bewältigen	12
So sehen korrekte Bewerbungen aus. Der erste Eindruck: Die Bewerbungsunterlagen. Der zweite Eindruck: Das Vorstellungsgespräch.	
V. Auswählen und Abwägen	14
So bestehen Sie im Wettbewerb: Argumente für eine Ausbildung im Handwerk. Wie überzeugen Sie die besten Schulabgänger? Begabungen jenseits der Schulnoten.	
VI. Checklisten	18



Die Checkliste auf S. 20 bietet für eilige Leser die wichtigsten Informationen auf einen Blick.

Hinweis:

Im Sinne der besseren Lesbarkeit wird auf die gesonderte Anführung weiblicher Substantivformen verzichtet. Grundsätzlich sind mit den Endungen in männlicher Form männliche und weibliche Personen gemeint.



Die Lehrlinge werden knapp.

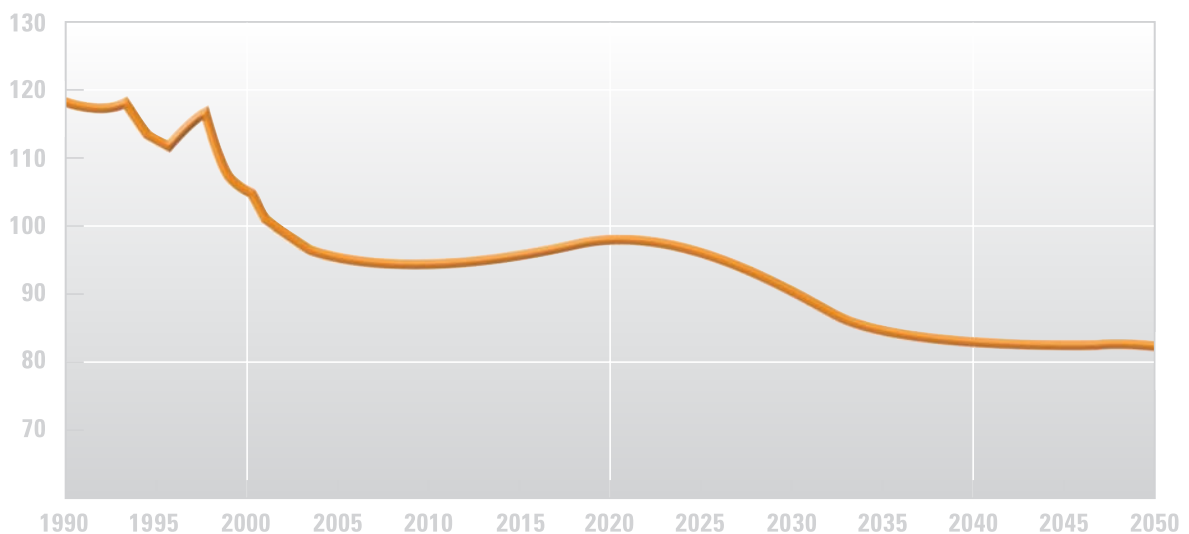
Der Wettbewerb um die Fachkräfte hat begonnen.

- Die Geburtenrate sinkt: Bis 2050 fällt die Bevölkerung von 82 Mio. auf ca. 65 bis 70 Mio.
- Parallel dazu sinkt die Zahl der Lehrlinge im Handwerk.
- Die Anmeldezahlen für die Meisterprüfung haben sich seit 1991 halbiert.
- Immer mehr Schüler bevorzugen Gymnasium und Realschule.
- Der Arbeitsmarkt klappt auseinander: Einerseits immer mehr Akademiker, andererseits vermehrt ungelernete Arbeiter.

In den nächsten Jahren wird sich die Situation im Ausbildungsmarkt dramatisch verschärfen. Denn: Die Geburtenrate sinkt und sinkt. Die Zahl der leistungsstarken Lehrlinge im Handwerk nimmt überdurchschnittlich ab, weil derzeit ein Großteil der Schüler Gymnasium und Realschule bevorzugen oder eine Karriere in der Industrie starten möchten.

Das bedeutet: Der tägliche Konkurrenzkampf geht weiter – jetzt auf dem Lehrstellenmarkt. Ein Konkurrenzkampf um Jugendliche mit dem besten Abschluss, um die Motivierten, um die Talentierten.

in Tsd. **Künftig weniger Neugeborene**



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Variante 1)



Behaupten Sie sich in der neuen Konkurrenz.

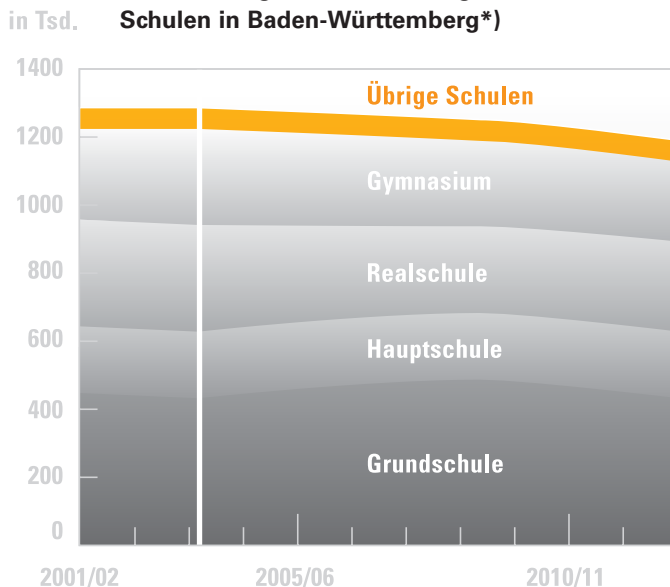
Der Wettbewerb um die Lehrlinge hat bereits begonnen. Während man andernorts über Lehrstellenmangel klagt, steigt in Baden-Württemberg die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze.

Wie in jeder Konkurrenzsituation müssen Sie jetzt gegen die Wettbewerber bestehen und sich die besten Ressourcen – sprich Lehrlinge – sichern.

Ca. 20.000 junge Menschen entscheiden sich in Baden-Württemberg jedes Jahr für einen Handwerksberuf. Da ist sicher auch ein Kandidat dabei, der perfekt zu Ihrem Betrieb passt und die richtigen persönlichen Eigenschaften mitbringt. Nur: Den müssen Sie finden und für sich gewinnen, bevor es Ihr Konkurrent tut. Seien Sie schneller. Warten Sie nicht mit der Suche, sondern packen Sie das Thema aktiv an.

Wie Sie in diesem neuen Wettbewerb bestehen können, zeigen wir Ihnen auf den folgenden Seiten.

In den nächsten 10 Jahren: Immer weniger Schüler an allgemeinbildenden Schulen in Baden-Württemberg*)



*) Schülervorausrechnung

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg



Interessenten gewinnen.

Werbung in eigener Sache

Das funktioniert also schon mal nicht: Warten auf den perfekten Lehrling. Man muss aktiv werden und für sich werben.

Um geeignete Bewerber für eine Ausbildung in Ihrem Betrieb zu finden, genügt es nicht, über ein Inserat in der Tageszeitung zu melden, dass Sie einen Lehrling suchen. Sie müssen wie in der Werbung versuchen, Interessenten zu gewinnen.

Begeistern Sie zunächst einmal die Leser für Ihren Betrieb: Verdeutlichen Sie, was Sie machen und wie gut Sie es machen und welche tollen Chancen Sie jungen Menschen bieten können. Denken Sie daran, dass jede Anzeige auch immer einen Imageeffekt hat. Bestehende oder zukünftige Kunden könnten sie lesen.



- Beginnen Sie frühzeitig mit Ihrer Suche nach dem passenden Lehrling.
- Schalten Sie Inserate, z. B. in kleinen Anzeigenblättern oder im Gemeindeanzeiger. Dort sind die Chancen wahrgenommen zu werden oftmals größer. Mit Anzeigen in Schülerzeitungen erreichen Sie direkt mögliche Bewerber.
- Platzieren Sie Ihr Stellenangebot auch in regionalen Online-Börsen im Internet.
- Nutzen Sie die Aushangmöglichkeiten in umliegenden Ladengeschäften, Gasthöfen und an Schwarzen Brettern von Kommunen.
- Versuchen Sie auch, einen Aushang in den Schulen Ihrer Umgebung zu platzieren. (Siehe auch Seite 8)





Werbung ist mehr als eine Zeitungsanzeige.

Denken Sie aber beim Stichwort Werbung nicht nur an klassische Anzeigen. Vielleicht gibt es in Ihrem Einzugsgebiet einige Wohnsiedlungen, in denen viele Jugendliche leben, die Sie am besten erreichen, wenn Sie Ihnen Handzettel mit dem Stellenangebot in den Briefkasten werfen lassen.

Nutzen Sie die Aushangmöglichkeiten in umliegenden Ladengeschäften, Gasthöfen, Schwarzen Brettern von Kommunalverwaltungen und ähnlichem.

Und vergessen Sie in keinem Fall, sich zu erkundigen, ob Ihre Handwerkskammer eine Lehrstellenbörse im Internet anbietet. Viele Jugendliche lernen heute schon in der Hauptschule den Umgang mit Computer und Internet. Es kostet Sie außerdem keinen Cent, über die Lehrstellenbörse der Handwerkskammer einen freien Ausbildungsplatz anzubieten.

Zusätzlich sollten Sie immer auch Kontakte zu den allgemein bildenden Schulen in Ihrem Einzugsgebiet pflegen oder aufbauen.



In welchen Stellenbörsen Sie inserieren können, ersehen Sie auf der Internetseite www.handwerks-power.de



Fundgrube Schulen

Gehen Sie auf die Suche

Wenn es in Ihrem Einzugsgebiet geeignete Bewerber für einen Ausbildungsplatz in Ihrem Betrieb gibt, finden Sie diese in den Schulen. Das müssen nicht nur Hauptschulen sein, auch Realschulabgänger und Gymnasiasten kommen für eine Ausbildung im Handwerk in Frage. Präsentieren Sie sich und Ihren Betrieb beispielsweise auf den Informationsveranstaltungen der umliegenden Schulen. Zeigen Sie sich als sympathischen Menschen und umgänglichen Chef, mit dem man gut reden kann.

Die meisten Schulen erweisen sich heute als außerordentlich kooperativ, wenn es um die Vermittlung von Ausbildungsplätzen für ihre Schüler geht. Viele veranstalten bereits Infotage, an denen sich Betriebe vorstellen können. Fast überall besteht auch die Möglichkeit ein Lehrstellenangebot am „Schwarzen Brett“ der Schule auszuhängen.





Offene Türen

Sie werden aber sicher auch offene Türen einrennen, wenn Sie von sich aus auf die Schulen zugehen und zum Beispiel Betriebsbesichtigungen anbieten. Eine umfangreiche Vorbereitung ist dafür nicht notwendig: Ihre internen Betriebsabläufe geben die Reihenfolge des Besichtigungsrundgangs vor. Am effektivsten ist es, wenn dazu nicht die ganze Klasse, sondern nur kleinere Gruppen von sechs bis acht Schülern kommen.

Betriebsbesichtigungen können Sie natürlich auch im Rahmen eines „Tages der Offenen Tür“ durchführen. Zum Beispiel bietet dafür der jährlich in ganz Deutschland stattfindende „Girls' Day“ einen guten Anlass, speziell Mädchen anzusprechen, um ihnen einen Einblick in die verschiedenen Berufsfelder Ihres Betriebs zu geben.



- Geeignete Bewerber sprechen Sie am besten dort an, wo sie in großer Zahl zu finden sind: direkt in den Schulen.
- Dies am besten frühzeitig, also bevor sie ihre Berufsentscheidung getroffen haben – mindestens 12 Monate vor Schulabschluss.
- Nutzen Sie Ihre Chance, Ihren Betrieb als attraktive Ausbildungsstätte zu präsentieren.
- Stellen Sie sich und Ihren Betrieb bei Schulveranstaltungen (wie z. B. Infotagen) vor.
- Meist besteht die Möglichkeit, ein Lehrstellenangebot am Schwarzen Brett der Schule auszuhängen.
- Lehrer haben einen großen Einfluss auf die Berufswahl ihrer Schüler. Die zuständige Handwerkskammer berät Sie, ob es möglich ist, Lehrern der Arbeitskreise Schule/Wirtschaft Ihren Betrieb vorzustellen.



Der ideale Testlauf: ein Praktikum

Ob Sie schon einen oder mehrere Bewerber in die engere Wahl gezogen haben oder noch ganz am Anfang der Lehrlingssuche stehen: Um Ihre Kandidaten genau kennenzulernen, ist es von Vorteil, diese ein wenig in die Ausbildung „hineinschnuppern“ zu lassen. Bei einem Praktikum gewinnen die Schüler erste Einblicke in den Beruf und können so besser beurteilen, ob für sie die Ausbildung in Ihrem Betrieb wirklich in Frage kommt. Das hat zudem den Vorteil, dass das Risiko eines vorzeitigen Abbruchs der Ausbildung erheblich verringert wird.

Praktika sind längst ein bewährtes Instrument zur Auswahl geeigneter Nachwuchskräfte. Natürlich gibt es dazu auch viele gesetzliche und versicherungsrechtliche Bestimmungen. Die wichtigsten davon finden Sie auf den nächsten Seiten.



Einen Praktikumsleitfaden finden Sie unter:
www.handwerks-power.de/fileadmin/pdf/Betriebsinfo-Betriebspraktikum.pdf
Hier können Sie sich zum Thema Praktikum genauer informieren.

Es gibt eine Reihe unterschiedlicher Praktikumsarten.

1. Das Schülerbetriebspraktikum

Dabei handelt es sich um ein so genanntes Pflichtpraktikum in den Klassen 8, 9, 10 oder 11 der allgemein bildenden Schulen. Dieses dauert in der Regel ein bis zwei Wochen. Im Rahmen des Betriebspraktikums sollen die Schüler die Betriebsprozesse kennen lernen und ihre eigenen beruflichen Talente erkunden. Für Sie besteht die Möglichkeit, in den Betrieb und zu dem Beruf passende Jugendliche schon früh zu identifizieren.

2. Das Ferienpraktikum

Das ist ein freiwilliges Praktikum ohne direkten schulischen Bezug. Die Schülerinnen und Schüler müssen mindestens 15 Jahre alt sein. Für minderjährige Schüler sind lediglich 20 Arbeitstage erlaubt.

3. Das betriebliche Praktikum

Neben den zwei oben genannten Arten, gibt es auch noch spezielle Praktika im Rahmen von geförderten Programmen. Sie können von wenigen Wochen bis hin zu einem Jahr dauern. Diese Praktika dienen der allgemeinen Berufsvorbereitung Jugendlicher. Das Ziel ist die Vermittlung von Grundkenntnissen und -fertigkeiten, um junge Menschen auf eine anschließende Berufsausbildung vorzubereiten.



Ein Praktikumsvertrag ist für die unter 1. und 3. aufgeführten Arten von Praktika zwar nicht gesetzlich vorgeschrieben, jedoch zu empfehlen. Bitte beachten Sie auch, dass bei minderjährigen Praktikanten zusätzlich die Unterschrift eines Erziehungsberechtigten notwendig ist.

4. Sonstige Praktika

Praktika im Rahmen einer schulischen Berufsausbildung oder eines Studiums: Diese unterliegen gesonderten Regelungen, die gegebenenfalls beim jeweiligen Träger zu erfragen sind.



- Die Praktika für Schüler bieten Sie am besten über die Kontakte zu den jeweiligen Schulen an.
- Unter www.handwerks-power.de finden Sie die Praktikumbörsen der Handwerkskammern im Internet. Hier können Sie kostenlos freie Praktikumsstellen in Ihrem Betrieb inserieren.
- Zur Frage der Praktikumsvergütung:
 - Die Vergütung ist im Normalfall Ermessenssache des Unternehmers.
 - Schüler erhalten in der Regel keine Vergütung.
 - In einigen Fällen existieren zum Teil tarifliche Mindestvorgaben (z. B. im Bauhandwerk).





Die Bewerbung: Der erste Eindruck zählt. Der zweite auch.

Der „Bikini-Effekt“

Bewerbungen sind wie Bikinis: Sie zeigen viel, aber längst nicht alles. Dennoch gibt natürlich die Bewerbung, mit den entsprechenden Unterlagen und dem persönlichen Gespräch, schon viele Hinweise: auf die Eigenschaften, die Stärken und die Schwächen des Bewerbers.

Die Bewerbungsunterlagen – der erste Eindruck

- Sind die Unterlagen vollständig? Sind Anschreiben, Lebenslauf, Foto, Zeugnisse enthalten?
- Wie sehen die Unterlagen aus? Sind es ordentliche Kopien, oder sehen Sie Eselsohren? Ist vielleicht sogar zu erkennen, dass die Unterlagen bereits mehrfach verwendet worden sind?

Eine ordentliche Bewerbungsmappe kostet viel Mühe. Ist die Bewerbungsmappe inhaltlich perfekt, macht aber einen unordentlichen Eindruck, so ist das möglicherweise für Ihren Arbeitsalltag schlechter als anders herum. Denn: Eine ordentliche Bewerbungsmappe mit Rechtschreibfehlern lässt unter Umständen auf einen nicht perfekt gebildeten, dafür aber sehr sorgfältigen und zuverlässigen Lehrling schließen.

Das Vorstellungsgespräch – der zweite Eindruck

Ein genaueres Bild von Ihrem neuen Lehrling erhalten Sie im Vorstellungsgespräch. Sie sollten hier aber nicht aus den Augen verlieren, dass es sich um unerfahrene Jugendliche handelt, die möglicherweise sehr nervös in dieses Gespräch gehen.

Sie sind sich nicht sicher, ob Bewerber und Berufswunsch zusammenpassen? Dann fragen Sie bei Ihrer Handwerkskammer nach Entscheidungshilfen.



• Freiwillige Eignungstests:

In manchen Fällen bieten Schulen oder andere Einrichtungen freiwillige Eignungstests an. Hier können Schulabgänger prüfen, ob sie die Grundfertigkeiten für ihren angestrebten Handwerksberuf besitzen. Die Ergebnisse der schriftlichen Prüfung und des Praxisteils werden in einem Zertifikat festgehalten. Beachten Sie diese Ergebnisse, da sie viel über die Fähigkeiten des Bewerbers aussagen.

• Der Quali-Pass:

An einigen Schulen gibt es die Möglichkeit, den „Quali-Pass“ zu erhalten. Hier ist dokumentiert, wie sich der Bewerber über die Schule hinaus in Vereinen oder Ferienpraktika engagiert hat.



Was Sie dabei fragen können, ersehen Sie im Check-Kasten rechts. Sie werden sicher nicht auf alle Fragen befriedigende Antworten bekommen. Aber im Verlauf des Gesprächs erhalten Sie einen ersten Eindruck und haben so immerhin weitere Anhaltspunkte für Ihre Entscheidung.

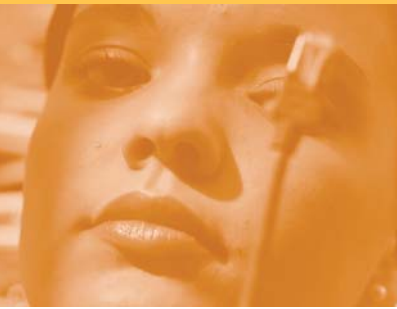
Vergessen Sie bitte nicht, dass auch Sie sich im Vorstellungsgespräch darstellen sollten:

- Erzählen Sie etwas von sich und Ihrem Betrieb – eine der besten und einfachsten Marketingmaßnahmen für Sie selbst.
- Beschreiben Sie die Ausbildung in Ihrem Betrieb: Was lernt ein Lehrling bei Ihnen – was kann er nach seiner Ausbildung?
- Zeigen Sie Perspektiven auf. Das können Perspektiven im Betrieb sein ebenso wie Aussichten über die Ausbildung zum Gesellen hinaus.
- Wer kümmert sich während der Ausbildung um den Bewerber? Sie selbst oder ein Ausbilder?

Auch der Bewerber soll einen ersten Eindruck davon erhalten, was ihn erwartet.



- Sind die Bewerbungsunterlagen vollständig? Sind Anschreiben, Lebenslauf, Foto, Zeugnisse enthalten?
- Wie sehen die Unterlagen aus? Sind es ordentliche Kopien, oder sehen Sie Esels-ohren? Ist vielleicht sogar zu erkennen, dass die Unterlagen bereits mehrfach verwendet worden sind?
- Weshalb will der Bewerber gerade diesen Beruf erlernen?
- Warum ausgerechnet in Ihrem Betrieb?
- Betriebspraktika und besondere Interessen? (Dabei können Hobbys oder Fähigkeiten auftauchen, die aus der Bewerbung nicht hervorgehen.)
- Wie ist der private Hintergrund des Bewerbers? Aus welcher Familie/welchen Verhältnissen stammt er oder sie?
- Wie stellt sich der Bewerber seine Zukunft vor? Was will er werden, haben, erreichen?



So bestehen Sie im Wettbewerb.

Die „Stars“ der Schule. Und wie Sie sie gewinnen.

Als Handwerksbetrieb treten Sie gegen eine harte Konkurrenz an: Industrie und Handel versprechen verlockende Karrieren. Da müssen Sie als Handwerksbetrieb schon besonders viel bieten, um mithalten zu können.

Das Handwerk bietet den Jugendlichen interessante Perspektiven. In Industrie und Handel sind die Lehrlinge das letzte Glied in der Kette – ein kleines Rädchen, das letztlich nicht viel bewegen kann.

Ihr Vorteil: Verantwortung von Anfang an.

In Ihrem Betrieb dagegen kommt es auch auf die Lehrlinge an. Hier können die Jugendlichen anpacken – sie sind schon bald wichtig und gefragt.

Denn als Angestellte in Industrie und Handel schaffen nach der Ausbildung nur die wenigsten den Aufstieg in verantwortungsvolle Positionen – erst recht nicht in die Selbstständigkeit. Genau diese Chancen sind Ihr Vorteil für die „Stars“ unter den Bewerbern.





Argumente für eine Ausbildung im Handwerk:

Das Handwerk bietet weit mehr als die meisten Schüler und Lehrer wissen! Aufstiegsmöglichkeiten bis weit über die Meisterprüfung und Selbstständigkeit hinaus. Selbst ein Studium parallel zum Beruf ist heute in den meisten Handwerksberufen möglich.

Zeigen Sie den Jugendlichen diese Perspektiven auf und machen Sie deutlich, dass mit der

Gesellenprüfung längst nicht Schluss ist. So können Sie die anderen Branchen schlagen.

Weitere Informationen dazu finden Sie in der Broschüre „Lehrlinge finden – Lehrlinge binden“, die Sie kostenlos von Ihrer Handwerkskammer erhalten.



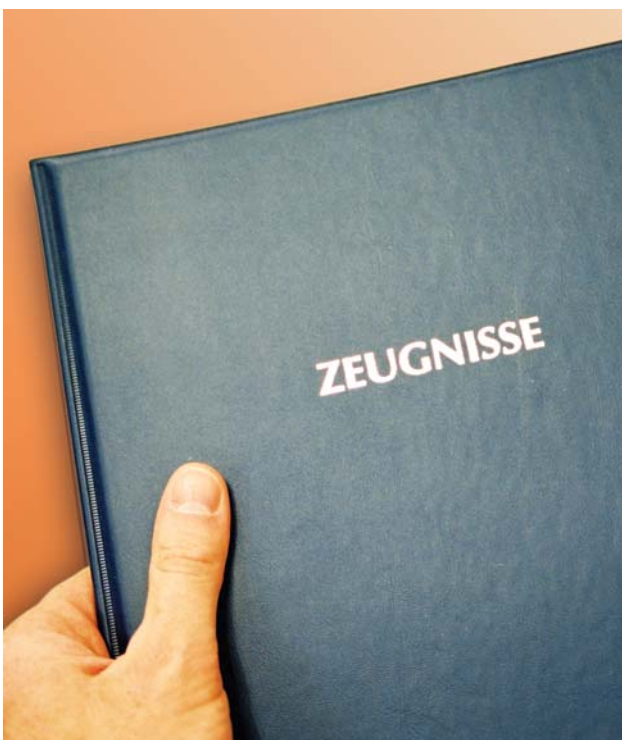


Jenseits der Zeugnisse

Die Besten erkennen Sie nicht nur an den Noten.

Im Zeugnis stehen gute Noten? Das ist ein guter Hinweis, dass Sie einen viel versprechenden Bewerber vor sich haben. Die Noten alleine genügen aber nicht, um die richtige Wahl zu treffen. Schließlich wollen Sie ja nicht nur einen Top-Schüler sondern vor allem jemanden, der perfekt in Ihren Betrieb passt. Jemanden, der Ihren ganz eigenen Anforderungen an einen guten Mitarbeiter entspricht. Wagen Sie deshalb den Blick über die Noten hinaus.

Machen Sie es wie die Personalleiter in großen Unternehmen: Schauen Sie ganz genau auf die persönlichen Eigenschaften des Bewerbers. Denn auch mittelmäßige Schüler können Top-Lehrlinge sein, wenn Sie Eigenschaften und Fähigkeiten besitzen, die in der Schule weniger gewichtet werden, aber dafür im Berufsleben umso entscheidender sind.



Worauf Sie achten sollten:

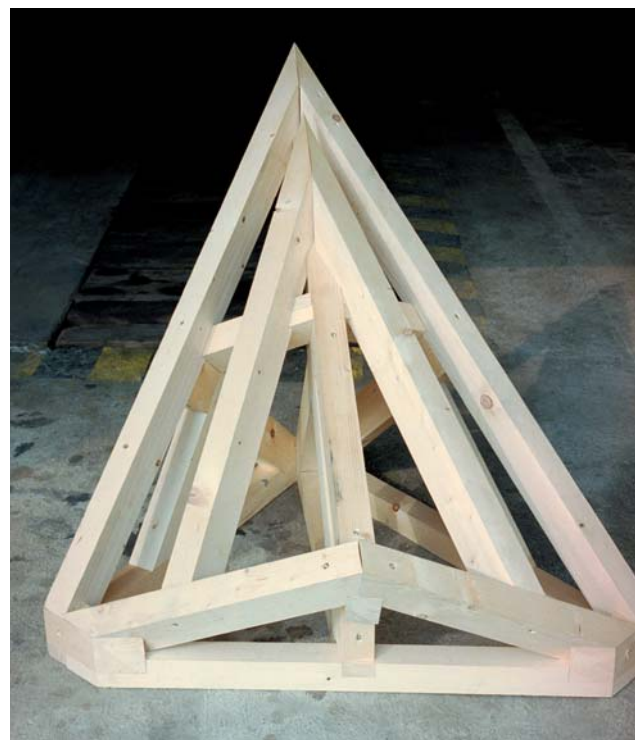
- Richten Sie Ihr Augenmerk auch auf die Neigungen und Fähigkeiten des Bewerbers.
- Prüfen Sie die Fähigkeiten ab, auf die es in Ihrem Handwerksberuf ankommt.
- Versuchen Sie auch, die so genannten „weichen Faktoren“ wie Charakterfestigkeit, Pünktlichkeit, Ehrlichkeit bei Ihrem Bewerber zu erkennen. Damit erhöhen Sie die Chancen, dass Ihr künftiger Lehrling auch zu Ihnen passt.



Besondere Talente

Nicht alle Begabungen eines jungen Menschen spiegeln sich in den Noten wieder. Beispiele: das geschickte Arbeiten mit bestimmten Werkstoffen, ein guter Umgang mit Kunden oder eine schnelle Auffassungsgabe bei praktischen Problemen. Achten Sie bei den Jugendlichen auf solche besonderen Talente – auch oder ganz besonders bei Bewerbern mit Migrationshintergrund oder einem Handicap. Vielleicht zeigen diese Bewerber genau diejenigen Kompetenzen, die Sie im betrieblichen Alltag dringend benötigen. Deshalb sollten Sie immer wieder einmal einen Blick hinter die Fassade einer Bewerbung riskieren.

Die Kunst ist es, diese Begabungen hinter den Noten zu erkennen und zu fördern. Machen Sie sich lieber persönlich ein Bild von den Menschen, die hinter den Noten stecken. Wie sind ihre Familienverhältnisse? Was haben sie für Hobbys? Vielleicht finden Sie so den heimlichen Tüftler oder talentierten Handwerker, der Ihr Team erstklassig ergänzt.





C H E C K L I S T E N

SIE HABEN DIE WAHL.

1 <input type="checkbox"/>	Beginnen Sie frühzeitig mit Ihrer Suche nach dem passenden Lehrling.
2 <input type="checkbox"/>	Gehen Sie strategisch vor: Überlegen Sie sich genau, welche Rolle Sie in Ihrem Unternehmen besetzen wollen.
3 <input type="checkbox"/>	Bedenken Sie, dass Sie im Wettbewerb um die besten Lehrlinge stehen. Präsentieren Sie sich als attraktives Unternehmen.
4 <input type="checkbox"/>	Haben Sie schon eine Anzeige geschaltet? Denken Sie daran, dass auch bestehende Kunden und künftige Kunden Sie lesen könnten.
5 <input type="checkbox"/>	Schalten Sie Inserate, z. B. in kleinen Anzeigenblättern oder im Gemeindeanzeiger. Dort sind die Chancen größer, wahrgenommen zu werden.
6 <input type="checkbox"/>	Platzieren Sie Ihr Stellenangebot auch in regionalen Online-Börsen im Internet.
7 <input type="checkbox"/>	Nutzen Sie die Aushangmöglichkeiten in umliegenden Ladengeschäften, Gasthöfen und an Schwarzen Brettern von Kommunen.
8 <input type="checkbox"/>	Inserieren Sie in der Internet-Lehrstellenbörse Ihrer Handwerkskammer.
9 <input type="checkbox"/>	Versuchen Sie auch, einen Aushang in den Schulen Ihrer Umgebung zu platzieren. Meist besteht die Möglichkeit, ein Lehrstellenangebot am Schwarzen Brett der Schule auszuhängen. Die Sekretariate dort helfen Ihnen gerne weiter.

10 <input type="checkbox"/>	Organisieren Sie einen „Tag der Offenen Tür“ für Interessenten. Informieren Sie während der Betriebsbesichtigung über die Perspektiven in Ihrem Berufsfeld und die Chancen in Ihrem Betrieb.
11 <input type="checkbox"/>	Geeignete Bewerber sprechen Sie am besten dort an, wo sie in großer Zahl zu finden sind: direkt in den Schulen.
12 <input type="checkbox"/>	Dies am besten frühzeitig, also bevor sie ihre Berufsentscheidung getroffen haben – mindestens 12 Monate vor Schulabschluss.
13 <input type="checkbox"/>	Nutzen Sie Ihre Chance, Ihren Betrieb als attraktive Ausbildungsstätte zu präsentieren.
14 <input type="checkbox"/>	Stellen Sie sich und Ihren Betrieb bei Schulveranstaltungen (wie z. B. Infotagen) vor.
15 <input type="checkbox"/>	Nutzen Sie die vielen Möglichkeiten eines Praktikums, um Bewerber kennen zu lernen und eine erste Vorauswahl zu treffen.
16 <input type="checkbox"/>	Kontrollieren Sie die Bewerbungsunterlagen auf Vollständigkeit und Erscheinungsbild. Sind die Bewerbungsunterlagen vollständig? Sind Anschreiben, Lebenslauf, Foto, Zeugnisse enthalten?
17 <input type="checkbox"/>	Wie sehen die Unterlagen aus? Sind es ordentliche Kopien, oder sehen Sie Eselsohren? Ist vielleicht sogar zu erkennen, dass die Unterlagen bereits mehrfach verwendet worden sind?

DAS BEWERBUNGSGESPRÄCH

<p>18</p> <input type="checkbox"/>	<ul style="list-style-type: none"> • Weshalb will der Bewerber gerade diesen Beruf erlernen? • Warum ausgerechnet in Ihrem Betrieb? • Betriebspraktika und besondere Interessen? (Dabei können Hobbys oder Fähigkeiten auftauchen, die aus der Bewerbung nicht hervorgehen.) • Wie ist der private Hintergrund des Bewerbers? Aus welcher Familie/welchen Verhältnissen stammt er oder sie? • Wie stellt sich der Bewerber seine Zukunft vor? Was will er werden, haben, erreichen? Nutzen Sie das Bewerbungsgespräch, um den Menschen hinter der schriftlichen Bewerbung kennen zu lernen. Stellen Sie auch Ihren Betrieb vor.
<p>19</p> <input type="checkbox"/>	<p>Wenn Sie die Top-Schulabgänger gewinnen wollen, zeigen Sie ihnen die Entfaltungsmöglichkeiten in Ihrem Betrieb und die vielen Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Gewerbe.</p>
<p>20</p> <input type="checkbox"/>	<p>Schauen Sie bei Bewerbern nicht nur auf die Noten. Welche Interessen hat er? Wirkt er zuverlässig? Zeigt er Engagement? Suchen Sie bei Vorstellungsgesprächen und Praktikanten einmal gezielt nach „verborgenen Begabungen“.</p>
<p>21</p> <input type="checkbox"/>	<p>Prüfen Sie die Fähigkeiten ab, auf die es in Ihrem Handwerksberuf ankommt.</p>
<p>22</p> <input type="checkbox"/>	<p>Versuchen Sie auch, die so genannten „weichen Faktoren“ wie Charakterfestigkeit, Pünktlichkeit, Ehrlichkeit bei Ihrem Bewerber zu erkennen. Damit erhöhen Sie die Chancen, dass Ihr künftiger Lehrling auch zu Ihnen passt.</p>



Auf www.handwerks-power.de finden Sie in der Rubrik „Betriebe“ unter „Downloads“ ein detailliertes Anforderungsprofil für Lehrlinge als Hilfe für die Bewerbungsgespräche.

 **Handwerkskammer
Freiburg**

Bismarckallee 6 • 79098 Freiburg
Telefon 07 61/2 18 00-220 • Fax 07 61/2 18 00-333
ausbildung@hwk-freiburg.de
www.hwk-freiburg.de

 **Handwerkskammer
Heilbronn-Franken**

Allee 76 • 74072 Heilbronn
Telefon 071 31/7 91-150 • Fax 071 31/7 91-200
info@hwk-heilbronn.de
www.hwk-heilbronn.de

 **Handwerkskammer
Konstanz**

Webersteig 3 • 78462 Konstanz
Telefon 075 31/2 05-341 • Fax 075 31/1 64 68
info@hwk-konstanz.de
www.hwk-konstanz.de

 **HANDWERKSKAMMER
KARLSRUHE**

Friedrichsplatz 4-5 • 76133 Karlsruhe
Telefon 07 21/16 00-0 • Fax 07 21/16 00-199
info@hwk-karlsruhe.de
www.hwk-karlsruhe.de

 **Handwerkskammer Mannheim
Rhein-Neckar-Odenwald**

B 1, 1-2 • 68159 Mannheim
Telefon 06 21/1 80 02-0 • Fax 06 21/1 80 02-139
info@hwk-mannheim.de
www.hwk-mannheim.de

 **Handwerkskammer
Reutlingen**

Hindenburgstraße 58 • 72762 Reutlingen
Telefon 071 21/24 12-260 • Fax 071 21/24 12-426
ausbildung@hwk-reutlingen.de
www.hwk-reutlingen.de

 **Handwerkskammer
Region Stuttgart**

Heilbronner Straße 43 • 70191 Stuttgart
Telefon 07 11/16 57-0 • Fax 07 11/16 57-887 o. -891
info@hwk-stuttgart.de
www.hwk-stuttgart.de

 **HANDWERKSKAMMER
ULM**

Olgastraße 72 • 89073 Ulm
Telefon 07 31/14 25-220 • Fax 07 31/14 25-515
info@hk-ulm.de
www.hk-ulm.de

**Träger der Informationskampagne „www.handwerks-power.de“ und als Vertreter der
Baden-Württembergischen Handwerkskammern verantwortlich für den Inhalt:**



Baden-Württembergischer
Handwerkstag e. V.
Heilbronner Straße 43
70191 Stuttgart
Telefon 07 11/26 37 09-0
Fax 07 11/26 37 09-00
info@handwerk-bw.de
www.handwerk-bw.de

www.handwerks-power.de



Das Projekt wird gefördert durch die Wirtschaftsverwaltung
Baden-Württemberg aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds.