

# WANTED! TOP-AZUBIS

**Ausbilden** | Der Countdown für die Lehrlingssuche 2009 läuft. Sichern Sie sich frühzeitig den geeigneten Nachwuchs für Ihr Unternehmen, denn die Bewerberzahlen gehen zurück. Wie Sie die Besten finden und binden, erfahren Sie im hm-Titelthema Ausbildung.

### ► Müssen Sie als Frau auf das Dixiklo?

Wie viel verdient man nach der Ausbildung? Wieso muss man schwindelfrei sein? Solche und viele andere Fragen beantwortet Malermeisterin Sandra Bauscher regelmäßig, wenn sie auf Berufsinfotagen von Haupt- und Realschulen über den Arbeitsalltag von Handwerkern berichtet. Als staatlich geprüfte Technikerin für Baudenkmalpflege und Altbauerhaltung kennt sie sich nicht nur bei den Malern, sondern auch in einigen benachbarten Gewerken gut aus. Und die Inhaberin der Firma „Farbfee“ aus dem hessischen Niederdorfelden weiß: „Das Handwerk hat bei vielen Jugendlichen einen schlechten Ruf.“ Vorurteile wie „im Handwerk arbeiten nur plumpe Stammtischtypen“, „nur wer schlechte Noten hat, geht ins Handwerk“ oder „die Arbeitsbedingungen sind mies und der Verdienst schlecht“ halten sich bei vielen Jugendlichen und ihren Eltern hartnäckig. Was nicht ohne Folgen bleibt. Von Kollegen hört Sandra Bauscher immer wieder Klagen über völlig unqualifizierte Bewerber. „Viele suchen händeringend Nachwuchs, finden aber keine geeigneten Azubis“, so Bauscher. Damit Ihnen das nicht auch passiert und Sie für Ihren Betrieb die oder den passenden Auszubildenden finden, sind in diesem Titelthema die entscheidenden Voraussetzungen für eine erfolgreiche Nachwuchssuche zusammengefasst – angefangen von der Imagewerbung für Ihr Unternehmen (Seite 19) über Beispiele von cleveren Handwerkern (Seite 18) bis zur richtigen Bewerberauswahl inklusive Test (Seite 20 und 21).

Dass die Sicherung des beruflichen Nachwuchses für nahezu alle Handwerksbranchen zu einem existenziellen Problem wird, davor haben Politiker und Verbandsfunktionäre schon länger gewarnt. Doch inzwischen spüren es immer mehr Handwerksunternehmer ganz konkret, wenn sie Lehrlinge einstellen wollen, aber keine geeigneten finden. Die Ursachen dafür sind sicher vielfältig, am häufigsten genannt werden:

- Das Image des Handwerks
- Die demografische Entwicklung
- Die Bildungsmisere bei den Schulabgängern

### Imagekampagne geplant

Was Handwerkerin Sandra Bauscher bei ihren Schulbesuchen feststellt, nämlich das häufig schlechte Bild des Handwerks bei den Schülern, soll nun durch eine groß angelegte Imagekampagne des Zentralverbands des Deutschen Handwerks aufgebessert werden. „Wir müssen dabei auch in die Szene der Zielgruppen gehen“ sagt dazu Handwerkspräsident Otto Kentzler und kündigt die Verteilung von Imagebotschaften per Internet und Handy an. „Und wir müssen auch manche Betriebe aufmöbeln“, so Kentzler.



„Farbfee“ Sandra Bauscher poliert in Schulen das Image des Handwerks auf.

Doch so wichtig eine groß angelegte Kampagne für das Handwerk ist, entscheidend sind die Aktivitäten der einzelnen Betriebe. Und da tut sich eine ganze Menge, wie die Beispiele auf Seite 18 zeigen. Eine besondere Aktion bietet auch die Druckerei „mt Druck“ in

Neu-Isenburg: Mitarbeiter im Blauermann, hochmoderne Druckmaschinen, und dazwischen eine Kindergruppe, denen Abteilungsleiter Wolfgang Seiffert geduldig erklärt, wie ein Buch entsteht. Innerhalb von zwei Tagen haben rund 180 Kindergartenkids die Neu-Isenburger Druckerei in Beschlag genommen – selbstverständlich bei voller Produktion. Am Computer sehen die Kinder, wie man Köpfe oder Hintergründe austauschen kann, sie zählen die Farben, die das fertige Bild hat. Hinterher die Überraschung: Wolfgang Seiffert zeigt die Druckmaschinen, erklärt, dass die vielen verschiedenen Töne aus nur vier Grundfarben gemischt werden.

Seit Jahren schon hat das Unternehmen regelmäßig Kids aller Altersstufen zu Gast, vom Kindergartenkind bis zum

Abiturjahrgang. „Dadurch verlieren die Kinder die Scheu vor einem Betrieb, das wirkt sich auch auf die spätere Berufswahl aus“, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter Andreas Thiele. Schon häufiger ist es vorgekommen, dass die Teilnehmer später ihr Schulprakti- ►

kum oder sogar eine Ausbildung bei m-Druck absolviert haben.

Andreas Thiele ist klar: Ohne seine Leute funktioniert das alles nicht. „Sie müssen sich mit engagieren, denn die Produktion läuft ja weiter“, erklärt der Chef von 45 Mitarbeitern. Die Crew muss sich Zeit für den Nachwuchs nehmen und Spaß am Umgang mit den Kindern ha-

ben. Ein positiver Nebeneffekt ist dabei ein engagiertes, hochmotiviertes Team.

### Schülerzahlen gehen zurück

Die zweite Ursache, die in den nächsten Jahren vielen Betrieben Nachwuchsprobleme bereiten wird, ist die demografische Entwicklung. Zwar bezeichnete die

Gesamtwirtschaft das Ausbildungsjahr 2008 als vollen Erfolg, was bei 539.560 neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen (Stand 30. September 2008) und einem Plus von 1,7 Prozent gegenüber 2007 durchaus berechtigt erscheint. Aber im Handwerk gab es zum Stichtag 30. September 2008 mit 153.081 neuen Ausbildungsverträgen schon ein Minus

## IDEEN FÜR UNTERNEHMER

### Azubis angeln leicht gemacht

Eine Auswahl pfiffiger Ideen, mit denen Sie Ihre Mitarbeiter von morgen finden. Inspiriert von cleveren Handwerkern aus Deutschland und Österreich.

#### Lehrlingsbaustelle:

Mit einer ausgefallenen Werbeaktion für eine Lehre am Bau zog der Gewerbeverein Lustenau die Aufmerksamkeit der Presse auf sich. Auf einer Lehrlingsbaustelle in Dornbirn stampften 50 Auszubildende ein ganzes Haus aus dem Boden. Im Rahmen der Herbstmesse 2007 krepelten Maurer, Tischler, Fliesenleger und Gartengestalter gemeinschaftlich die Ärmel hoch und errichteten in nur fünf Tagen ein Passivhaus. So konnten interessierte Jugendliche die Arbeit von Lehrlingen aus 17 verschiedenen Berufen kennenlernen.

#### Kooperationsvertrag:

Wer verlässliche Azubis sucht, sollte dorthin gehen, wo sich das Angebot tummelt: die Schule. Peter Dahlmann, Geschäftsführer des Autohauses Dresen in Neuss schloss deshalb einen Kooperationsvertrag, der seine Filiale und die Janus-Korczak-Gesamtschule zu Partnern macht. Konkret heißt das: Das Autohaus bietet den Schülern Praktika und Ausbildungsplätze an und unterstützt die Schule bei verschiedenen Aktionen. Als Gegenleistung geben ihm die Lehrer Tipps, wer besonders gut geeignet wäre, die Neusser Gruppe von 90 Mitarbeitern als Azubi zu verstärken.

#### Vorträge in Schulen:

Auch Malermeister Dietmar Ahle aus Paderborn wartet nicht darauf, dass die Jugendlichen zu ihm kommen – lieber geht er zu ihnen. Regelmäßig hält er Vorträge in Schulen, bei denen Ahle während des Unterrichts seinen Beruf vorstellt. Zudem besucht er die Schule auch an Berufsinfortagen, an denen die Schüler ihm Fragen zu Ausbildung und Berufspraxis stellen können. Davon profitieren nicht nur die Jugendlichen: Ahle findet auf diese Weise zehn bis zwölf Praktikanten pro Jahr. Meistens übernimmt er ein bis zwei davon für eine Lehre in seinem 28-Mann-Betrieb.



### Mit Online-Service Azubis angeln

Auf den Geschmack gekommen? Mehr Tipps, wie Sie Azubis angeln, finden Sie online. Auf [www.handwerk-magazin.de](http://www.handwerk-magazin.de) gehen, die Nummer **914712** eintippen und schlau machen. Diese Nummer geben Sie auf unserer Homepage in das „Suchfeld“ ein und klicken auf „suchen“.



Malermeister Dietmar Ahle aus Paderborn stellt Schülern im Unterricht seinen Beruf vor.



Mit Leistung auf Berufe aufmerksam machen: Die Lehrlingsbaustelle der Messe Dornbirn.

von 1,6 Prozent gegenüber 2007. Das ist noch nicht dramatisch, und bis zum Jahresende 2008 sind noch etliche Stellen besetzt worden, aber ein Trend zeichnet sich doch ab. Immerhin ist, so ZDH-Generalsekretär Hanns-Eberhard Schleyer, erstmals seit 2001 „die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze höher als die der unversorgten Bewerber“. Ausschlaggebend dafür ist vor allem die Entwicklung in Ostdeutschland: Dort bleiben aufgrund der dramatisch gesunkenen Zahl der Schulabgänger viele Ausbildungsstellen unbesetzt, was zu einem Rückgang der Verträge um 11,6 Prozent führe. Im Westen meldeten die Handwerkskammern insgesamt ein Plus von 0,4 Prozent.

Klar ist, dass es in einigen Regionen und Berufen zunehmend schwierig wird, alle vorhandenen Ausbildungsplätze zu besetzen. Aufgrund der demografischen Entwicklung, die die Schulabgängerzahlen im Osten mehr als halbiert, aber auch im Westen bald schrumpfen lässt, müssen die Handwerksbetriebe zukünftig um ausreichend Nachwuchs kämpfen. Offen ist, inwieweit sich die neue Rezession im Jahre 2009 auf den Ausbildungsmarkt auswirken wird. Gerade für anspruchsvolle Ausbildungsplätze in handwerklichen Hightech-Berufen, wie dem Anlagenmechaniker, Feinwerkmechaniker oder Elektroniker, fehlen Auszubildende. „Das Handwerk

wird seine Anstrengungen verstärken müssen, leistungsfähige Jugendliche und Abiturienten für eine Ausbildung zu gewinnen“, fordert Friedrich Hubert Esser, Leiter der Abteilung Berufsbildung beim Zentralverband des Deutschen Handwerks. Dabei müssten die Jugendlichen für die besondere Perspektive der Selbständigkeit im Handwerk begeistert werden, so Esser.

Übrigens: In Deutschland beginnen derzeit so viele junge Menschen ein Studium wie noch nie zuvor. Sogar in den meisten Bundesländern, in denen Studenten für den Hochschulbesuch zahlen müssen, stieg die Zahl der Erstsemester. Und auch die praxisorientiertere Alternative zum reinen Uni- oder FH-Besuch erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Gut 39 Prozent eines Altersjahrgangs haben in diesem Jahr ein Studium begonnen.

## PISA lässt grüßen

Als Ende letzten Jahres in Wiesbaden die „Superstars des Handwerks 2008“ gekürt wurden, also die besten Lehrlinge in allen Handwerken ihre Auszeichnungen erhielten, betonte ZDH-Generalsekretär Schleyer, „dass es – und dass wissen wir im Handwerk nicht erst seit PISA – keine Selbstverständlichkeit ist, dass wir es in den Betrieben mit motivierten und schulisch gut vorgebildeten jungen ▶

## NACHWUCHSWERBUNG

### So klappt Ihr Event

Der Einsatz für den Nachwuchs ist nicht nur gut für die Gesellschaft, sondern auch eine tolle Werbung für den Betrieb. Allerdings können selbst Experten die Wirkung solcher Projekte nicht auf den Cent genau berechnen. Sicher ist jedoch: Eine Anzeige in der örtlichen Tageszeitung kostet oft mehr und bringt weniger als ein öffentlichkeitswirksames Projekt. So klappt es auch bei Ihnen:

#### Ideen finden

Sprechen Sie mit den verschiedenen Schulen in der Umgebung, und fragen Sie gezielt nach, was wirklich gebraucht wird. Oft sind die Einrichtungen für jedes Engagement dankbar. In kleinen Orten können auch die örtlichen Kirchen ein möglicher Ansprechpartner sein.

#### Kooperationspartner suchen

Gemeinsam ist man stärker! Haben Sie die richtigen Kontakte erst einmal geknüpft und ist alles eingespielt, reduziert sich der Organisationsaufwand beträchtlich. Tipp: Läuft das Projekt offiziell als Schulveranstaltung, sind die Jugendlichen automatisch versichert.

#### Kleine Brötchen backen

Schon mit wenig Aufwand kann man viel erreichen. Kleine, locker finanzierbare Projekte wählen. Sehr wirkungsvoll und fast für jedes Unternehmen machbar: Zeit statt Geld investieren.

#### Konstanz zeigen

Regelmäßige kleinere Aktivitäten bringen oft mehr als eine einmalige Gewaltaktion, deren Wirkung schnell verpufft.

#### Sachleistungen bieten

Sachleistungen für inhaltlich sinnvolle Projekte sind wirkungsvoller und besser fürs Image als reine Geldspenden ohne konkreten Bezug.

#### An Mitarbeiter delegieren

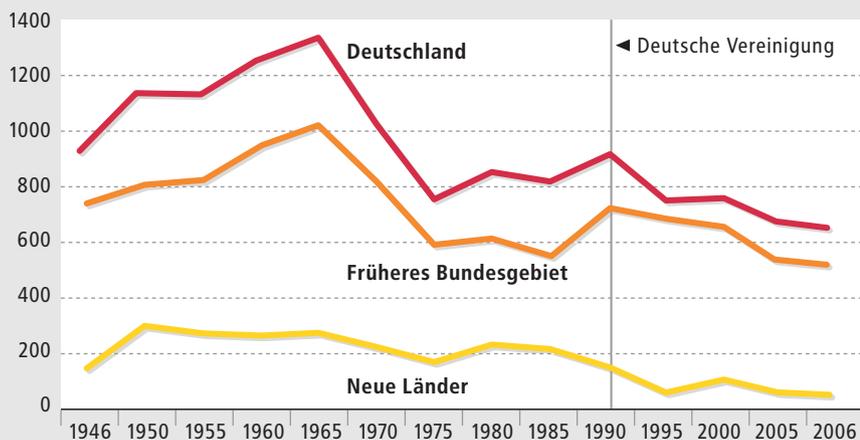
Stellen Sie für interne Veranstaltungen in Ihrem Unternehmen engagierte Mitarbeiter frei. Die Organisation externer Projekte überlassen Sie am besten den Lehrern oder anderen Betreuern, die die Jugendlichen genau kennen.

#### Einwilligungen einholen

Ganz wichtig für Projekte mit Minderjährigen: Sorgen Sie dafür, dass alle Eltern einer nachträglichen Berichterstattung mit Fotos zustimmen.

## Geburten in Deutschland

Entwicklung der Geburtenzahlen von 1946 bis 2006 (in Tausend)



Früheres Bundesgebiet ab 2001 ohne Berlin-West, neue Länder ab 2001 ohne Berlin-Ost. Quelle: Statistisches Bundesamt

**Immer weniger Geburten in Deutschland heißt natürlich auch immer weniger Schulabgänger und damit immer weniger Bewerber um Ausbildungsplätze.**

Leuten zu tun haben“. Nicht wenige Handwerksmeister, so Schleyer, büffeln nach Betriebschluss mit ihren Azubis Rechtschreibung und das kleine Einmaleins, damit die jungen Leute in der Berufsschule bestehen können.

Die Bildungsmisere ist der häufigste Grund, den Handwerksunternehmer nennen, wenn sie bei der Nachwuchsgewinnung scheitern. Schlechte Leistungen in Kernfächern wie Mathematik oder Deutsch, dazu mangelhaftes Auftreten im Betrieb und beim Kunden, treiben ausbildungswillige Unternehmer in die Verzweiflung und in die Resignation. Eine gefährliche Entwicklung: Die Kosten, die der Gesellschaft entstehen, wenn Jugendliche nicht in den Arbeitsmarkt integriert werden, hat die Bertelsmann Stiftung in einer Studie untersucht. Danach entstünden bei der nachträglichen Integration von Jugendlichen in Ausbildung und Beschäftigung für die Jahre 2007 bis 2015 insgesamt 13,4 Milliarden

Euro an direkten und 15,9 Milliarden Euro an indirekten Kosten. Zusätzlich dazu geht die Stiftung von 21,5 Milliarden Euro aus, die für die verspätete Qualifizierung von Arbeitnehmern mit geringem Bildungsstand aufgewendet werden müssten. Als geeignete Wege, um hier Abhilfe zu schaffen, sieht die Stiftung zum einen eine Reduzierung der Zahl der Schulabgänger mit mangelnder Ausbildungsreife um ein Drittel. Zum anderen sollte die Verweildauer von jungen Leuten im so genannten Übergangssystem ebenfalls um ein Drittel verringert werden.

## Tolle Praktiker

So berechtigt die Kritik an der Qualität von Schulabsolventen sein mag, nicht ausbilden macht die Situation nicht besser, findet Andres Thiele von mt Druck in Neu-Isenburg. Immer wieder gibt der Unternehmer auch Jugendlichen eine

Chance, die die Gesellschaft schon abgeschrieben hat. „Bei einem Azubi ohne Schulabschluss ist der Aufwand etwa dreimal so hoch wie bei einem Real-schüler. Diese Jugendlichen haben es oft einfach nicht gelernt, beispielsweise pünktlich zu sein, für viele ist es normal, dass man lügt oder zuschlägt, wenn einem etwas nicht passt.“ Andreas Thiele weiß genau, dass hinter dem abschreckenden Machogehabe solcher Jugendlicher häufig eine beachtliche Leistungsfähigkeit steht, die nur gefördert werden muss. „Oft werden diese Jugendlichen ganz tolle Praktiker, wenn man sich nur genug Zeit für sie nimmt“, lobt er. „Außerdem gewinnt man so sehr loyale Mitarbeiter.“

Auch „Farbfee“ Sandra Bauscher glaubt nicht so recht an die Bildungsmisere: „Es gibt genügend interessierte und gute junge Leute, doch die wählen andere Berufe.“ Handwerk gelte als altbacken und verstaubt, dadurch würden gerade die

hm-EXPERTIN MARION SCHAAKE

## Sieben Schritte zur erfolgreichen Suche



Marion Schaake

Berufsberaterin Marion Schaake von Schaake & Friends in München, sagt, worauf es bei der Nachwuchssuche ankommt.

### 1. Image

Die Außendarstellung ist ein oft unterschätzter Aspekt, besonders in

kleinen Unternehmen. Wer aber Wert auf eine höhere Qualität der Auszubildenden legt, muss sowohl einen hohen Bekanntheitsgrad als auch ein positives Image haben.

### 2. Außenauftritt

Der Außenauftritt zeigt sich zum einen in professionell gestalteten Anzeigen, zum anderen durch persönliches Erscheinen in Netzwerken, in Schulen oder auf Messen. Ziel sind die Erhöhung der Bekanntheit und das Wecken von Interesse sowohl am Beruf als auch an genau diesem Betrieb.

### 3. Professionelle Suche

Nur sein Profil der Agentur für Arbeit zu geben ist absolut nicht ausreichend. Im

schlimmsten Fall melden sich dann nur die Jugendlichen, die Sie nicht wollen. Professionell gestaltete, positive Anzeigen zu schalten kann Wunder wirken. Achten Sie darauf, die Anzeigen rechtzeitig zu schalten, denn vielfach ist es üblich, bereits ein Jahr vor Beginn der Ausbildung die Stellen besetzt zu haben.

### 4. Praktika

Bieten Sie Praktika an! Auch wenn es Arbeit und Mühe macht – hier ist live zu sehen, wo sich die Spreu vom Weizen trennt. Und der Praktikant gewinnt die Sicherheit, ob es der Traumjob sein wird.

### 5. Auswertung der Bewerbungsmappe

Drei Dinge sollten Sie vor allem in Erfahrung bringen: Warum will der Schulabgänger diesen Beruf erlernen, warum will er ausgerechnet zu Ihnen, und was hat er Ihnen zu bieten. Achten Sie auf Ihr Gefühl, das beim Lesen der Bewerbung entsteht, und versuchen Sie, es zu analysieren. Oder Sie holen sich Hilfe bei einem Personalberater.

### 6. Innenauftritt

Ihr Innenauftritt sollte authentisch sein und zu Ihrem Außenauftritt passen. Wenn Sie bereits Interesse wecken konnten, sollten

Sie jetzt nicht nachlässig werden. Eine positive Haltung und ein freundlicher Umgang sind unabdingbar. Nehmen Sie sich Zeit für den Kandidaten, und sorgen Sie dafür, dass Sie ungestört sind.

### 7. Bewerbungsgespräch

Hat sich der Kandidat den Berufswunsch gut überlegt, passt er ins Unternehmen? Das sind die einzigen beiden Fragen, die es zu beantworten gilt. Stellen Sie Fragen und hören Sie genau hin. Geben Sie sich nicht mit oberflächlichen Antworten zufrieden, sondern haken Sie nach. Rücken Sie Ihr Unternehmen ins rechte Licht und seien Sie humorvoll.

Wenn Sie trotz allem nicht die richtigen Kandidaten finden, hat das Gründe. Vielleicht sind Sie unsicher, ob Sie die Bewerbergespräche professionell führen und ob Sie sich auf Ihr Gefühl verlassen können. Dann haben Sie die Möglichkeit, sich selbst in dem Bereich weiterzubilden. Oder Sie holen sich professionelle Hilfe durch einen Personalberater, denn genau das ist seine Kernkompetenz. Ihre Kernkompetenz ist ja nicht unbedingt das Auswählen der idealen Auszubildenden, sondern das Führen Ihres Unternehmens.



**Druckermeister Wolfgang Seifert von mt Druck stellt sein Unternehmen regelmäßig Kids aller Altersstufen vor, vom Kindergartenkind bis zum Abiturjahrgang.**

guten Bewerber abgeschreckt. Dabei ist die attraktive Handwerkerin selbst der beste Beweis dafür, wie wenig solche Uralt-Vorstellungen mit der Realität zu tun haben. „Ich möchte dem Handwerk ein neues, modernes Gesicht geben“, sagt Sandra Bauscher, „und vermitteln, dass die Ausbildung im Handwerk viele Perspektiven bietet, wenn man wirklich interessiert ist und bereit ist, sich weiterzubilden.“

Sandra Bauscher selbst verkörpert dieses moderne Gesicht. So ist sie neben ihrer Tätigkeit als Malermeisterin auch als Airbrusherin und Bodypainterin gefragt. Beispielsweise buchen Zeitschriften sie gerne für Fotoproduktionen.

### Hilfe vom Profi

Sandra Bauscher wirbt nicht nur auf den Regelschulen um qualifizierten Nachwuchs. Rund vier- bis sechsmal im Jahr opfert sie einen ganzen Tag, um Mädchen auf Workshops des Internationalen Bundes das Malerhandwerk nahezu bringen. Beispielsweise lässt sie die jungen Frauen Holztablets oder Blumentöpfe mit verschiedenen Maltechniken dekorieren. „Die Jugendlichen sollen etwas mit nach Hause nehmen können,

worauf sie stolz sein können und wofür sie gelobt werden. Das ist wichtig für die Motivation“, erklärt die Handwerksunternehmerin.

Ist der erste Kontakt zwischen Betrieb und Ausbildungskandidat hergestellt, dann ist ein Betriebspraktikum immer noch die beste Möglichkeit, die oder den richtigen Auszubildenden zu finden. Da sind sich alle Experten und Firmenchefs einig.

Berufsberaterin Marion Schaake von Schaake & Friends in München sagt auf Seite 20, worauf es dabei ankommt. Entscheidend für die Einstellung sind natürlich die schriftliche Bewerbung und das Bewerbungsgespräch. Auch dafür weiß Marion Schaake Rat. Professionelle Unterstützung bei der Auswahl von Lehrlingen bietet der Lehrlingsauswahltest, den *handwerk magazin* zusammen mit Schaake & Friends in München anbietet. Er besteht aus einem Persönlichkeits- und einem Neigungstest. Den Test können Sie unter „Aktuelle Aktionen“ auf der Homepage von *handwerk magazin* herunterladen (siehe auch Kasten rechts). Die Auswertung des Tests kostet 300 Euro. ■

Silke Becker, Gudrun Bergdolt, Elisabeth Göpel  
reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de

### CHECKLISTE

#### So gelingt die Ausbildung

Die Bundesagentur für Arbeit hat in einem „Ratgeber Ausbildung“ die wichtigsten Punkte für die erfolgreiche Durchführung der Ausbildung zusammengefasst:

#### Rechtliche und organisatorische Voraussetzungen

- Welcher Ausbildungsberuf kommt für Ihren Betrieb in Frage?
- Liegt die Ausbildungsberechtigung vor?
- Wurde Ihr Betrieb als Ausbildungsbetrieb bei der zuständigen Kammer eingetragen?
- Ist die Vermittlung aller Ausbildungsinhalte möglich oder kommt eine Ausbildung im Verbund in Frage?
- Wurde ein Ausbildungsrahmenplan anhand der Ausbildungsordnung erstellt?
- Wurde ein Anforderungsprofil für den Ausbildungsplatz erstellt?

#### Rekrutierung von Auszubildenden

- Haben Sie die Bewerbungsmodalitäten festgelegt?
- Gibt es ein Auswahlverfahren?
- Haben Sie an eine Einschaltung von Agentur für Arbeit, Kammer und Verbänden bei der Suche nach Auszubildenden gedacht?

#### Ausbildungsbeginn

- Wurde der Ausbildungsvertrag abgeschlossen?
- Wurde bei dem Auszubildenden eine ärztliche Untersuchung nach dem Jugendarbeitsschutzgesetz durchgeführt?

### Auswahltest zum Download



Professionelle Hilfe bei der Azubi-Auswahl bietet der Lehrlingsauswahltest, den *handwerk magazin* zusammen mit Schaake & Friends in München anbietet. Er besteht aus einem Persönlichkeits- und einem Neigungstest. Den Test können Sie unter „Aktuelle Aktionen“ auf unserer Homepage [www.handwerk-magazin.de](http://www.handwerk-magazin.de) herunterladen.

Die ausgefüllten Bögen mit den Bewerbungsunterlagen schicken Sie an:

Schaake & Friends  
Belgradstraße 9  
80796 München

Die Auswertung kostet 300 Euro pro Test.