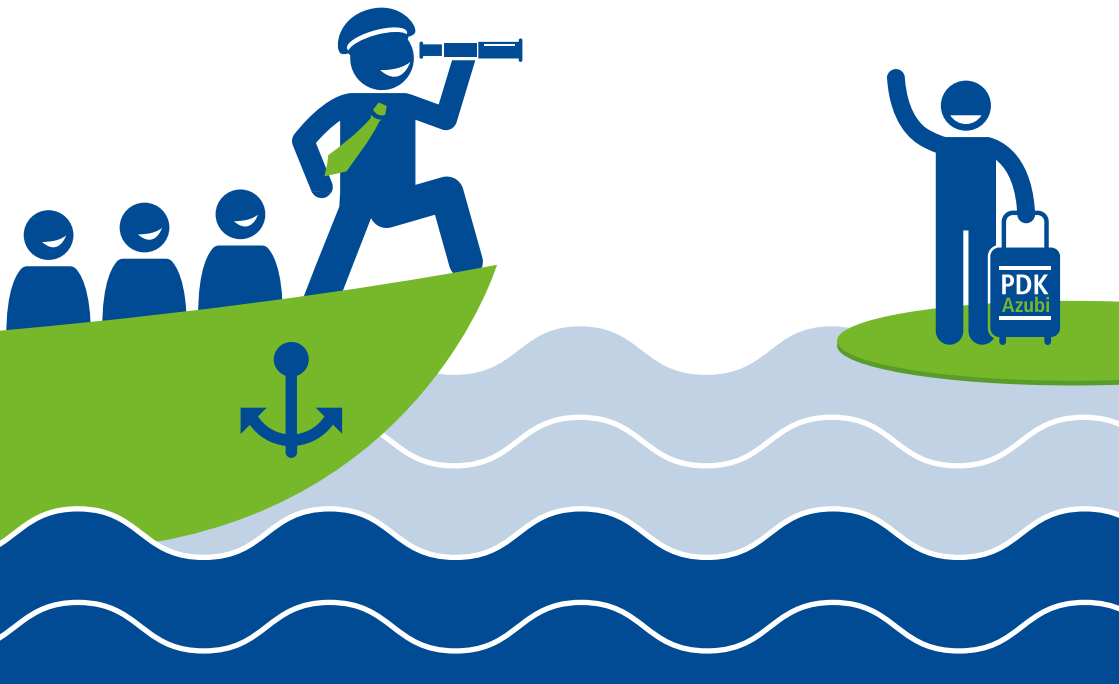


# AN BORD DER ZEITARBEIT!

PDK-Auszubildende erfolgreich integrieren



## Sehr geehrte Damen und Herren,

die Vorstellungsgespräche sind abgeschlossen und der oder die Auszubildende zum Personaldienstleistungskaufmann/zur Personaldienstleistungskauffrau (PDK) hat seinen bzw. ihren Ausbildungsvertrag unterzeichnet. Doch das Thema Neueinstellung ist damit nicht beendet. Ein sorgfältiges Recruiting reicht nicht aus, um ein gutes Gelingen der Ausbildung zu garantieren. Mit der Entscheidung für einen neuen Azubi geben Sie den Startschuss für einen Prozess, der sich häufig über den Zeitraum eines Jahres erstreckt und als Integrationsprozess oder „Onboarding“ bezeichnet wird.

AÜG-Reform, Konjunkturflaute und Corona-Krise: Noch nie wurde die Zeitarbeitsbranche auf eine derart harte Probe gestellt. In vielen Unternehmen ist der Geschäftsbetrieb massiv eingeschränkt worden – mit einer unsicheren Aussicht auf die weitere Geschäftslage. Was bedeutet das für die betriebliche Ausbildung? Wer sich mit seinem Betrieb in schwierigem Fahrwasser

befindet, befasst sich mit anderen Themen als der mittelfristigen Zukunftsplanung. Und doch wird genau diese Planung über den zukünftigen Erfolg des Unternehmens entscheiden. Daher heißt es: gerade jetzt junge Bewerber möglichst gezielt ansprechen. Zentrale Fragen sind in diesem Zusammenhang: Wie tickt die Generation der nach dem Jahr 2000 Geborenen, also die „Generation Z“? Wo kann ich sie am besten erreichen? Und: Welche Anforderungen haben ihre Vertreter an einen Ausbildungsbetrieb?

In der vorliegenden Broschüre „An Bord der Zeitarbeit“ gehen wir all’ diesen Fragen nach. Gleichzeitig wollen wir ausbildungswillige Zeitarbeitsunternehmen in der aktuell wirtschaftlich schwierigen Situation unterstützen und sie motivieren, ihr Ausbildungsplatzangebot aufrechtzuerhalten beziehungsweise zu erweitern. Schließlich sind die Auszubildenden von heute unsere Fachkräfte von morgen!



**Irene Schubert**

iGZ-Bundesvorstand Bildung



**Clemens von Kleinsorgen**

Stellv. Leiter iGZ-Fachbereich Bildung und Personal/Qualifizierung

- 4 Was beinhaltet der Ausbildungsberuf zum PDK?
- 5 Wo und wie kann ich PDK-Azubis am besten rekrutieren?
- 6 Wie „ticken“ Bewerber der Generation Z ?
- 7 Was erwarten die Azubis von ihrem Ausbildungsbetrieb?
- 8 Wie kann die soziale Integration des PDK-Azubis Fahrt aufnehmen?
- 9 Wie kann die fachliche Integration erfolgen?
- 10 Welche Bedeutung hat das Networking für die wertorientierte Integration?
- 12 Weiterführende Literatur
- 13 Weiterführende Links
- 14 Kontakt

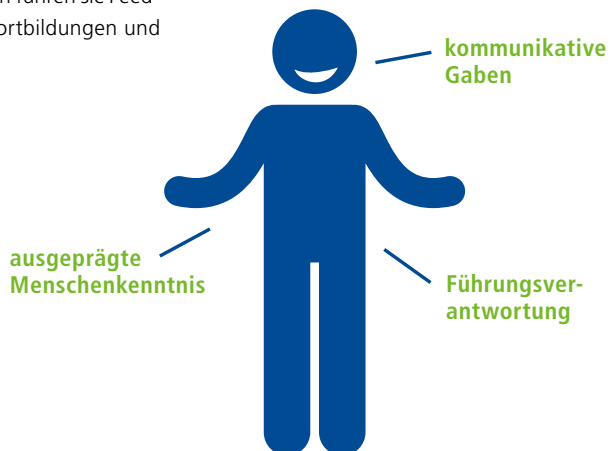
---

# Was beinhaltet der Ausbildungsberuf zum PDK?

Personaldienstleistungskaufleute tragen eine hohe Verantwortung: Auf der einen Seite sind sie verantwortlich für die Mitarbeiter der Branche und ihren Werdegang. Auf der anderen Seite haben sie die Anforderungen der Kundenbetriebe zu berücksichtigen. Um diesen täglichen Balanceakt erfolgreich zu meistern, bedarf es einer ausgeprägten Menschenkenntnis, kommunikativer Gaben und der Bereitschaft, künftig Führungsverantwortung zu übernehmen. PDKs engagieren sich in der Betreuung von Kunden, der Gewinnung von Personal und der Planung der Einsätze. Im Rahmen der Personalgewinnung verfassen sie Stellenanzeigen und suchen nach passenden Bewerbern im Mitarbeiterpool. Sie treffen eine Vorauswahl und führen Bewerbungsgespräche durch. Daneben führen sie Feedbackgespräche, organisieren Fortbildungen und erstellen Lohnabrechnungen.

Die Bundesregierung erlässt für jeden Beruf eine Ausbildungsverordnung, die alle Rahmenbedingungen regelt und die Qualität der Ausbildung sichert. Darin befinden sich auch die Inhalte, die Ihr Betrieb den PDK-Azubis während der Ausbildung beibringen muss.

Damit das Ganze Struktur hat, erstellen Sie ausgehend vom Ausbildungsrahmenplan, der die Grundlage für die sachliche und zeitliche Gliederung sowie die Zielsetzung der Berufsausbildung darstellt, einen Ausbildungsplan darüber, wann Sie welche Themen vermitteln wollen. Der Plan berücksichtigt auch den Berufsschulunterricht.



---

# Wo und wie kann ich PDK-Azubis am besten rekrutieren?

Heutzutage geht es vor allem darum, junge Bewerber digital einzufangen. So können Berichte über Azubi-Projekte und Firmenveranstaltungen auf der Unternehmenswebsite dazu beitragen, dass sich junge Menschen von einem Arbeitgeber angesprochen fühlen und sich über seine Ausbildungsplätze informieren wollen. Aktuelle Studien zu Azubi-Recruiting-Trends belegen zudem, dass junge Menschen zu 60 Prozent im Beruf nach Erfüllung suchen. Deshalb ist es wichtig, den Nutzen des PDK-Berufs für das Unternehmen und die Gesellschaft herauszustellen.

Ähnlich bedeutsam bei der Entscheidung für ein Unternehmen ist der gute Ruf. Daher studieren junge Talente regelmäßig die anonymen Unternehmensbewertungen, beispielsweise auf kununu.de, zu Fragen, die die Unternehmenskultur, Führung und Work-Life-Balance potenzieller Arbeitgeber betreffen. Nutzen Sie diese Bewertungsportale für sich und fordern Sie Bewerber und Ihre Auszubildenden auf, dort eine Bewertung des Vorstellungsgesprächs beziehungsweise der Ausbildung abzugeben.

Neben den klassischen Anzeigen in Print- und digitalen Medien zählen auch Aktivitäten auf Social-Media-Kanälen zum Marketing-Mix. Laut aktuellen Studien sind soziale Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram die Orte, um Jugendliche im Alter von 15 bis 19 Jahren zu errei-

chen. Also genau die Altersgruppe, die Sie als zukünftige Azubis suchen. Versetzen Sie sich deshalb in Ihre Zielgruppe und posten Sie interessanten Content! Dabei darf es gerne auch mal etwas unterhaltsamer zugehen. Social Media eignen sich optimal, um Ihre Postings zu liken, zu teilen und zu retweeten. So verdoppeln Sie Ihre Reichweite in wenigen Stunden.



---

## Wie „ticken“ Bewerber der Generation Z ?

Die Generation Z („Gen Z“), nach der schwedischen Klima-Aktivistin Greta Thunberg auch „Generation Greta“ genannt, hat in der Regel eine sehr positive Berufsperspektive und weiß, dass sie gebraucht wird. Entsprechend selbstbewusst tritt sie auf. Die Arbeitgeber ihrer Wahl sollen aus Sicht von rund 30 Prozent der jungen Menschen ethisch einwandfreie Arbeitsbedingungen bieten und sich vorzugsweise im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) engagieren. Das heißt, sie sollen nach Möglichkeit gesellschaftliche Verantwortung übernehmen wie sie sich zum Beispiel im sparsamen Einsatz natürlicher Ressourcen, in Beiträgen zum Klimaschutz oder in verantwortungsvoller Personalentwicklung niederschlägt.

Die Auszubildenden selbst wollen ebenfalls einen Mehrwert liefern. Daher sind sinnvolle Aufgaben für sie ebenso wichtig, wie ein wertschätzender Führungsstil und eine gute Integration ins Team. Vertreter der „Gen Z“ streben eine Work-Life-Balance an, also die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Dazu passt ihr Bedürfnis nach Freiraum. Flexible Arbeitszeiten kommen ihnen entgegen.

Wichtig ist, sich klarzumachen, dass eine werbende Grundhaltung erforderlich ist, um junge Leute, die nach ihrer Ausbildung die Wahl zwischen vielen Arbeitgebern haben, für sich zu gewinnen. Vertreter der Generation Z, die mit digitaler Kommunikation aufgewachsen sind, schätzen vor allem persönliche Beziehungen. Sie wollen individuell und authentisch angesprochen werden und das Gefühl haben, dass sie mit ihren Stärken und Schwächen gesehen werden. Ihnen geht es nicht darum, sich bestmöglich zu verkaufen, sondern die Ausbildungsstelle zu finden, die am besten zu ihnen passt.



---

# Was erwarten die Azubis von ihrem Ausbildungsbetrieb?

Für die Auszubildenden sagt der erste Tag viel über die grundsätzliche Art und Weise aus, wie man ihnen im Unternehmen begegnet. Sie erwarten ein kollegiales Miteinander und einen offenen Umgang. Planen Sie daher den ersten Tag besonders sorgfältig. Überlegen Sie sich zum Beispiel ein kleines Begrüßungsgeschenk, als Zeichen, dass Sie den Azubi freudig erwarten. Bereiten Sie außerdem eine Information vor, in der Sie Ihren Mitarbeitern den neuen Kollegen vorstellen.

Da der eigene Arbeitsplatz neben der funktionalen noch eine Bedeutung als sicherer Hafen und Rückzugsort hat, sollte er von Beginn an voll ausgestattet bereitstehen. Von hier aus können die jungen Azubis in verschiedene andere Bereiche des Hauses hineinschnuppern. Wichtige Stationen sind dabei die Personalsachbearbeitung und die Lohnbuchhaltung sowie die Bereiche Vertrieb und Recruiting.

Die Auszubildenden haben sich bewusst für eine berufliche Richtung entschieden, bei der es um die Übernahme von Verantwortung geht. Also

übertragen Sie ihnen diese! Lassen Sie sie teilhaben, wenn Sie Bewerbungsgespräche führen. Und ermöglichen Sie Ihren Azubis, eine Vorauswahl bei den Bewerbern zu treffen.

Grundsätzlich haben die Themen Sicherheit und Gesundheitsschutz in der Personaldienstleistungsbranche einen hohen Stellenwert. Als gesetzliche Unfallversicherung der Branche bietet die VBG regelmäßig Seminare zur „Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit“ speziell für angehende Personaldienstleistungskaufleute an. Danach verfügen die Auszubildenden über eine bessere Kenntnis von Gefährdungssituationen und Schutzmaßnahmen, was gerade in der Zeitarbeit unerlässlich ist.



---

# Wie kann die soziale Integration des PDK-Azubis Fahrt aufnehmen?

Bedenken Sie, dass sich die Auszubildenden in Ihrem Unternehmen mit einem völlig neuen Umfeld vertraut machen müssen. Dabei erfolgt der Umgang mit Vorgesetzten, Zeitarbeitnehmern und Kunden in erster Linie über soziale Kontakte. Das Arbeiten im Team, die Abstimmung mit Kollegen und das Erarbeiten einer eigenen Position im Zusammenspiel der Abteilungen stellen dabei wichtige Elemente dar. Erst wenn der Azubi als Teil der Gemeinschaft akzeptiert wird und ein „Wir-Gefühl“ entwickelt hat, kann von einer erfolgreichen sozialen Integration gesprochen werden.

Damit das gelingen kann, laden Sie Ihre Auszubildenden am besten schon vor dem ersten Arbeitstag zu einem Schnuppertag oder einer

Einführungswoche ein. Das fördert den Zusammenhalt, die Teilnehmer lernen sich jenseits des Schreibtisches kennen und die neuen Auszubildenden bauen Vertrauen auf.

Inhalte können sein:

- Persönliche Vorstellung der Geschäftsführung
- Tag der offenen Tür mit Betriebsrundgang – auch für Eltern der Azubis
- Vermittlung von Regeln und Sicherheitsunterweisungen
- Unternehmensvorstellung
- Gemeinsames Mittagessen
- Unternehmensrallye
- Teambuilding-Maßnahmen
- Stadtrundfahrt





---

# Wie kann die fachliche Integration erfolgen?

Damit Ihr/e Auszubildende/r fit wird, ist er zunächst nur als „Zaungast“ bei wesentlichen Arbeitsschritten wie Bewerbungsgesprächen, Telefonaten zur Neukundenakquise und Vertragsabschlüssen dabei, wird aber nach und nach mit der Bearbeitung eigener Aufgaben betraut. Diese Schritte unterstützen Sie durch entsprechende Informationen und Hinweise, die zu einem besseren Verständnis der Abläufe führen.

Von besonderer Bedeutung ist die richtige Dosierung von Aufgabenmenge und Komplexität, da sonst leicht die Gefahr der Über- beziehungsweise Unterforderung entsteht. Durch Feedbackgespräche können Sie hier das richtige Maß finden.

Stellen Sie sicher, dass der Auszubildende Schulungen am Arbeitsplatz und externe Weiterbildungen in einem ausgewogenen Verhältnis nutzen kann. Zielvereinbarungen können dazu beitragen, dass der Azubi Ihre Erwartungen besser in Erfahrung bringt und weiß, wie seine Arbeit von außen wahrgenommen wird. Ferner geben sie dem Neuzugang Gelegenheit, erste Erfolge zu erzielen und eine solide Grundlage für die Entscheidung zu schaffen, ob eine Weiterbeschäftigung nach Abschluss der Ausbildung für beide Seiten sinnvoll ist.



---

# Welche Bedeutung hat das Networking für die werteorientierte Integration?

Bis der Auszubildende sich ein realistisches Bild von den Zielen und Werten des Unternehmens machen kann, vergehen in der Regel Monate. Der neue Mitarbeiter lernt erst nach und nach, sich in die bestehende Struktur einzufügen und Zusammenhänge zu verstehen. Seine Eindrücke verdichten sich zu einem Gesamtbild und Abläufe, die zunächst unklar erschienen, bekommen einen Sinn. Kommunizierte Werte werden mit dem Verhalten der Mitarbeiter verglichen. Dabei können bestimmte Fertigkeiten aus dem Bereich des Networkings hilfreich sein:

## **PEERGROUPS**

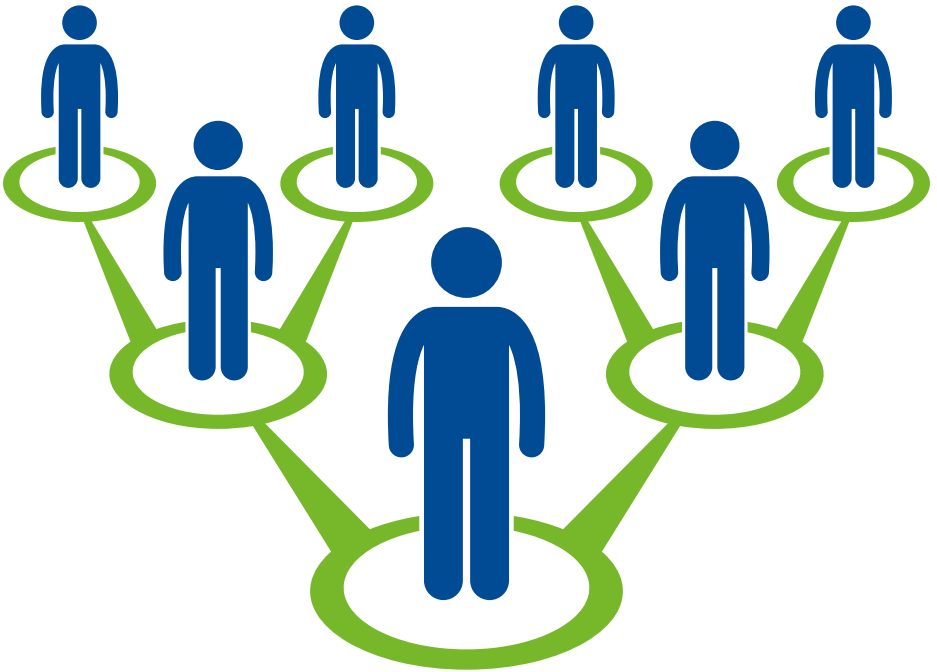
Geben Sie dem Azubi Gelegenheit, sich mit Gleichgesinnten zu treffen. Einführungsveranstaltungen können als Ausgangspunkt für den Erfahrungsaustausch dienen.

## **ABTEILUNGSDURCHLÄUFE**

Der Azubi lernt Bereiche und Abteilungen kennen, die in Zusammenhang mit seinem Aufgabengebiet stehen. Ziel ist es, die eigene Aufgabe innerhalb der Prozesskette besser einordnen zu können.

## **KUNDENBESUCHE**

Indem der Nachwuchs auch die Kunden näher kennenlernt, geben Sie ihm Gelegenheit, Zusammenhänge besser zu verstehen und aus dem Blickwinkel des Kunden zu betrachten. Anforderungen aus dem Mund des Kunden haben eine höhere Bedeutung, als wenn sie nur über Dritte vermittelt werden.



---

## Weiterführende Literatur

Personalwirtschaft 07/2020:  
Generation Lockdown. Wie  
Unternehmen jungen Talenten  
jetzt Perspektiven bieten.



Onboarding. Als Führungskraft neue  
Mitarbeiter erfolgreich einarbeiten und  
integrieren.

*Brenner, Doris. ISBN-13: [978-3658306731](#)*



IHK-Magazin  
Wirtschaftsspiegel 7-8/2020:  
Da sein, wo der Nachwuchs ist.



Onboarding – Neue Mitarbeiter integrieren.

*Moser, Klaus, Soucek, Roman, Galais,  
Nathalie, Roth, Colin.*

ISBN-13: [978-3801728496](#)

---

## Weiterführende Links



[www.ig-zeitarbeit.de/bildung/pdk](http://www.ig-zeitarbeit.de/bildung/pdk)



[www.pdk-ausbildung.de](http://www.pdk-ausbildung.de)



[www.planet-beruf.de](http://www.planet-beruf.de)



---

## Kontakt

iGZ-Ansprechpartner für den Ausbildungsberuf PDK ist Bettina Richter.

Bitte senden Sie bei Fragen einfach eine E-Mail an [pdk@ig-zeitarbeit.de](mailto:pdk@ig-zeitarbeit.de)

Außerdem informieren alle Industrie- und Handelskammern auf ihren Internetseiten über den Ausbildungsberuf „Personaldienstleistungskaufmann/-kauffrau“ (IHK).



---

PEFC-Logo

Klimaneutral-Logo





**Interessenverband Deutscher  
Zeitarbeitsunternehmen e. V.**



**iGZ-Bundesgeschäftsstelle**

PortAL 10 | Albersloher Weg 10 | 48155 Münster  
Telefon 0251 32262-0 | Fax 0251 32262-100

**iGZ-Hauptstadtbüro**

Schumannstr. 17 | 10117 Berlin  
Telefon 030 280459-88 | Fax 030 280459-90

[info@ig-zeitarbeit.de](mailto:info@ig-zeitarbeit.de) | [www.ig-zeitarbeit.de](http://www.ig-zeitarbeit.de)

