



Ausbildungsmarkt Analyse 2025 für das nördliche Rheinland-Pfalz

Wie gestalten Betriebe aktuell ihre Stellenanzeigen für Ausbildungen und duale Studiengänge? Dieses Whitepaper gibt darauf eine datenbasierte Antwort: Wir haben über 2.800 Anzeigen aus dem nördlichen Rheinland-Pfalz ausgewertet und zentrale Schwerpunkte und Unterschiede sichtbar gemacht.

Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Unternehmen Ausbildungsangebote derzeit kommunizieren. Unsere Ergebnisse richten sich insbesondere an Ausbildungsbetriebe, die sich ein realistisches Bild vom aktuellen Ausbildungsmarkt machen möchten, um daraus Optimierungspotenziale abzuleiten.

Ergänzend werfen wir einen kurzen Blick auf die Erwartungen der Generation Z und der nachrückenden Generation Alpha – also den Zielgruppen, für die diese Stellenanzeigen in erster Linie verfasst werden. Um die Analysen nachvollziehbar zu machen, erläutern wir außerdem unsere Methodik: von der Datengrundlage unseres Portals [Ausbildung-suchen.de](https://www.ausbildung-suchen.de) bis hin zum Einsatz eigener KI-gestützter Auswertungswerkzeuge.

Hintergrund zur Zielgruppe

Zur Einordnung der Ergebnisse der Analyse wird zuerst kurz umrissen, worauf die Zielgruppe aus Generation Z und Generation Alpha sprachlich und inhaltlich bei Stellenanzeigen achtet.

Sprachliche Gestaltung



Klare, authentische Kommunikation

+ Verständlichkeit + Motivation – Fachjargon – Floskeln



Persönlicher, wertschätzender Ton

+ Direkte Ansprache + Respektvoll per „du“ + Emojis ja, aber in Maßen



Übersichtliche Struktur

+ Bullet Points + Zwischenüberschriften + konkrete Beispiele – Lange Texte

Gen Z und Gen Alpha legen bei der Ansprache in Stellenanzeigen besonderen Wert auf eine klare, authentische und **verständliche Kommunikation**. Floskeln, Fachjargon oder leere Werbeversprechen wirken auf sie abschreckend. Gefragt ist stattdessen eine **motivierende Sprache**, die Sinnhaftigkeit und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten betont.

Unternehmen sollten **ehrlich, transparent und direkt kommunizieren**. Ein respektvoller, persönlicher Ton, **idealerweise in der Du-Form**, trägt zur Vertrauensbildung bei und entspricht dem Kommunikationsstil der Zielgruppe. Kurze, prägnante Formulierungen mit konkreten Beispielen und eine strukturierte Darstellung der Inhalte erleichtern das schnelle Erfassen von Informationen – ein Aspekt, der besonders für die visuell geprägte Gen Z von Bedeutung ist. Zur Umsetzung bieten sich besonders Bullet-Points und Zwischenüberschriften an.

Emojis erhöhen die Aufmerksamkeit und unterstützen die Ansprache auf Augenhöhe, wenn sie angemessen eingesetzt werden. [1] [2]

Inhaltliche Gestaltung



Zweck / Purpose

+ Positiver Beitrag + Übernahme von Verantwortung



Entwicklungsmöglichkeiten

+ Weiterbildungen & Lernchancen + Klare Karriereperspektiven



Arbeitskultur

+ Inklusive Umgebung + Soziale Verantwortung + Transparenz bei Benefits

Bei der inhaltlichen Gestaltung von Stellenanzeigen legen Gen Z und Gen Alpha besonderen Wert auf **Transparenz, Sinnhaftigkeit und klare Perspektiven**. Sie suchen nach Tätigkeiten, die als

gesellschaftlich relevant und persönlich sinnstiftend empfunden werden. Die Arbeit soll nicht nur ein Job sein, sondern auch einen positiven Beitrag für Kunden, Umwelt oder die Gesellschaft leisten. Aussagen zum Purpose des Unternehmens oder der konkreten Ausbildungstätigkeit – etwa wie Auszubildende **Verantwortung übernehmen oder die Gemeinschaft unterstützen** – wirken dabei besonders anziehend. Ebenso wichtig sind konkrete Entwicklungsmöglichkeiten: Junge Bewerberinnen und Bewerber erwarten Lernchancen, individuelle Förderung sowie **realistische Aufstiegsoptionen**. Klare Hinweise auf Weiterbildung, Prüfungsvorbereitung oder Projektarbeit signalisieren, dass ihre persönliche und fachliche Entwicklung ernst genommen wird. Auch die Unternehmenskultur spielt eine zentrale Rolle: Gen Z und Gen Alpha achten auf ein respektvolles, offenes Miteinander, flexible Strukturen, Diversität und gesellschaftliches Engagement. Angaben zu Teamklima, Arbeitszeiten oder Nachhaltigkeitsinitiativen stärken die Attraktivität der Anzeige. Nicht zuletzt erwarten diese Generationen konkrete und **ehrliche Informationen zu Rahmenbedingungen** wie Einsatzort, Vergütung und Arbeitszeiten – am besten klar strukturiert und übersichtlich aufbereitet. Unklare oder vage Angaben mindern das Vertrauen und können dazu führen, dass das Interesse an einer Bewerbung ausbleibt. [1]

[1] Popaitoon, P. (2022). Fostering Work Meaningfulness for Sustainable Human Resources: A Study of Generation Z. *Sustainability*, 14(6), 3626. <https://doi.org/10.3390/su14063626>

[2] Peredy, Zoltán & Vigh, László & Qiongyu, Wei & Muiyi, Jiang. (2024). Analysing Generation Z Communication Attitudes, Values and Norms. *Acta Periodica*. XXX.. 4-19. 10.47273/AP.2024.30.4-19.

Methode

Die methodische Grundlage für die Analyse bildet der Datenbestand unserer Plattform [Ausbildung-suchen.de](https://www.ausbildung-suchen.de). Für deren laufenden Betrieb erfassen wir täglich automatisch neu veröffentlichte Stellenanzeigen für Ausbildungsplätze und duale Studiengänge im nördlichen Rheinland-Pfalz (Postleitzahlenbereich beginnend mit 56).

Zur systematischen Auswertung dieser Stellenanzeigen kommt Künstliche Intelligenz (KI) zum Einsatz, insbesondere ein großes Sprachmodell (LLM). Mit verschiedenen Prompting-Techniken werden relevante Informationen und Daten aus den Anzeigen extrahiert und in einem strukturierten Datenformat abgelegt. Ein wesentlicher Bestandteil dieses Prozesses ist die „Normalisierung“ der Begriffe. Hierbei werden verschiedene Formulierungen mit identischer oder sehr ähnlicher Bedeutung (z. B. „Engagement“ und „Einsatzbereitschaft“) einem übergeordneten, einheitlichen Begriff zugeordnet, um Vergleichbarkeit zu ermöglichen.

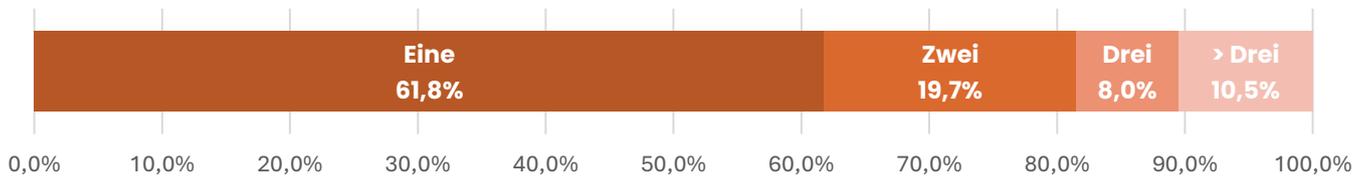
Darüber hinaus wird aus den Daten für jede Stellenanzeige ein sogenanntes Embedding erzeugt. Diese Vektorrepräsentation der Inhalte ermöglicht es, die inhaltliche Ähnlichkeit zwischen verschiedenen Stellenanzeigen quantitativ zu bestimmen.

Die in diesem Whitepaper präsentierten Analysen basieren auf dem Datenbestand aller Stellenanzeigen, die zum Stichtag 11. Mai 2025 in unserer App [Ausbildung-suchen.de](https://www.ausbildung-suchen.de) als aktiv geführt wurden. Die in der App aggregierten Stellenanzeigen stammen aus verschiedenen öffentlich zugänglichen Quellen, wobei ein Großteil der Daten von der Bundesagentur für Arbeit bezogen wird.

Auswertung der Stellenanzeigen

Im Rahmen der Untersuchung wurden insgesamt 2.808 Stellenanzeigen für Ausbildungsplätze und duale Studiengänge im nördlichen Rheinland-Pfalz analysiert. Diese Stellen verteilten sich auf 1.173 Ausbildungsbetriebe.

Anzahl der aktiven Stellen pro Ausbildungsbetrieb



Der Großteil der Unternehmen, nämlich 61,8% der Ausbildungsbetriebe, inserierte lediglich eine einzelne Stelle. Demgegenüber standen 19,7% mit zwei ausgeschriebenen Positionen und 8% der Unternehmen, die jeweils drei Stellen anboten. 10,5% der Betriebe offerierten mehr als drei Ausbildungs- oder duale Studienplätze.

Top 3 Städte nach Stellenanzahl



Bei der geografischen Verteilung der Stellenangebote ergibt sich eine deutliche Konzentration auf urbane Zentren. Koblenz erweist sich mit einem Anteil von 14,8% aller analysierten Anzeigen als der mit Abstand größte Stellenmarkt im nördlichen Rheinland-Pfalz. Es folgen Neuwied mit 8,1% und Andernach mit 3,7% der ausgeschriebenen Ausbildungsplätzen.

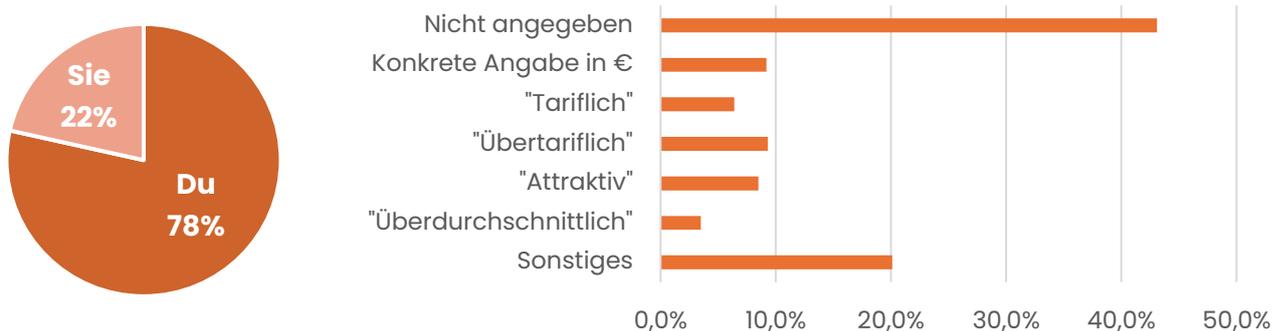
Veröffentlichungszeitpunkte der Stellen im Jahresverlauf



Die zeitliche Analyse der Veröffentlichung von Stellenanzeigen (im Zeitraum März 2024 bis März 2025) offenbart ausgeprägte saisonale Unterschiede. Mit einem Anteil von 20,9% aller erfassten Ausschreibungen erweist sich der April als der mit Abstand publikationsstärkste Monat. Einen weiteren Veröffentlichungs-Höhepunkt stellt der September mit 13% dar, was auf zwei primäre Rekrutierungsphasen im Jahresverlauf hindeutet. Im deutlichen Gegensatz hierzu steht eine spürbare Zurückhaltung in den Sommermonaten, insbesondere im Juni mit lediglich 1,1% und im Juli mit 2,5% der Anzeigen.

Von allen analysierten Ausbildungen beginnen 83,4% im Monat August. Der September belegt mit 5,8% den zweiten Platz und der Mai mit 4,7% den dritten Platz der häufigsten Startmonate.

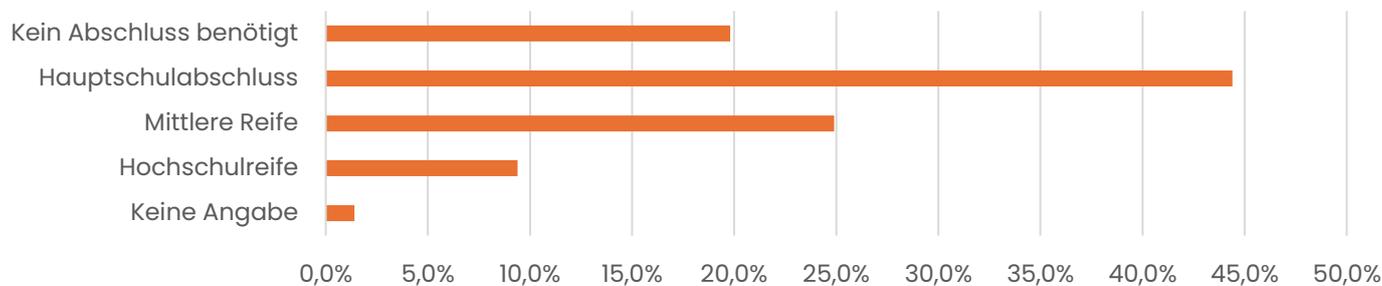
Vergleich zwischen ‚Du‘ und ‚Sie‘ & Angaben zum Gehalt in Ausbildungsstellenanzeigen



Ein weiterer Aspekt der Analyse betraf die gewählte Form der direkten Ansprache potenzieller Bewerber. Hierbei offenbarte sich eine deutliche Präferenz für die nicht formelle Anrede: In 78% der untersuchten Stellenanzeigen wurde das 'Du' verwendet. Demgegenüber stand die formelle 'Sie'-Ansprache mit 22%.

Bei den Gehaltsangaben ergab die Analyse ein differenziertes Bild. Ein hoher Anteil der Stellenanzeigen, nämlich 43,1%, enthielt keine expliziten Angaben zur Vergütung. Demgegenüber standen Umschreibungen des Gehaltsniveaus wie „attraktiv“ (8,5%), „übertariflich“ (9,3%) oder „überdurchschnittlich“ (3,5%). Eine tarifliche Bezahlung wurde in 6,4% der Fälle angegeben. Lediglich 9,2% der analysierten Anzeigen machten eine explizite, konkrete Angabe zur Gehaltshöhe. Die restlichen Stellenanzeigen (20,1%) erwähnten das Thema Gehalt gar nicht.

Angaben zum geforderten Schulabschluss



Die Untersuchung der in den Stellenanzeigen geforderten Schulabschlüsse offenbart ein breites Spektrum an Zugangsvoraussetzungen. Mit einem Anteil von 41,2% stellt der Hauptschulabschluss die am häufigsten genannte Mindestanforderung dar, ergänzt durch den qualifizierenden bzw. erweiterten Hauptschulabschluss, der in 3,2% der Fälle genannt wurde. An zweiter Stelle steht die Mittlere Reife, die für 24,9% der ausgeschriebenen Positionen als maßgeblich erachtet wird. Für 19,8% der Stellen wurde der Schulabschluss als nicht relevant eingestuft. Höherqualifizierende Abschlüsse wie die Fachhochschulreife (6,3%), die fachgebundene Hochschulreife (1,9%) sowie die allgemeine Hochschulreife (1,2%) werden für einen kleineren, spezifischeren Teil der Angebote gefordert. Hierbei handelt es sich fast ausschließlich um Stellenanzeigen für duale Studiengänge. Lediglich 1,4% der Anzeigen enthielten keine Angabe zum erforderlichen Schulabschluss.

Top 10 der meistgenannten Anforderungen

Teamfähigkeit • Zuverlässigkeit • Lernbereitschaft • Motivation
Engagement • Flexibilität • Eigeninitiative • Kommunikationsfähigkeit
Verantwortungsbewusstsein • Kundenorientierung

Neben den formalen schulischen Qualifikationen legen die ausschreibenden Unternehmen darüber hinaus Wert auf eine Reihe überfachlicher Kompetenzen und persönlicher Eigenschaften. An der Spitze der am häufigsten genannten Anforderungen stehen fast ausschließlich Soft Skills wie „Teamfähigkeit“, „Zuverlässigkeit“ und „Lernbereitschaft“.

Top 10 der meistgenannten Aufgaben

Kunden beraten • Kassieren • Waren präsentieren • Waren annehmen
Waren verräumen • Kunden betreuen • Verkaufsgespräche führen
Waren lagern • Kundenbetreuung • Inventurarbeiten

Die in den Stellenanzeigen genannten Aufgabenbereiche offenbaren deutliche Schwerpunkte im Tätigkeitsfeld der angebotenen Ausbildungsplätze und dualen Studiengänge. Mit Abstand am häufigsten wird die Beratung von Kunden als zentrale Aufgabe genannt. Von ebenfalls hoher Relevanz sind Tätigkeiten wie das Kassieren im Einzelhandel und die Annahme, Verräumung, Lagerung und Präsentation von Waren.

Top 10 der meistgenannten Benefits

Weiterbildungsmöglichkeiten • Übernahmechancen • 30 Tage Urlaub
Praktikum möglich • Kollegiales Umfeld • Urlaubsgeld • Weihnachtsgeld
Betriebliche Altersvorsorge • Flexible Arbeitszeiten • Gutes Arbeitsklima

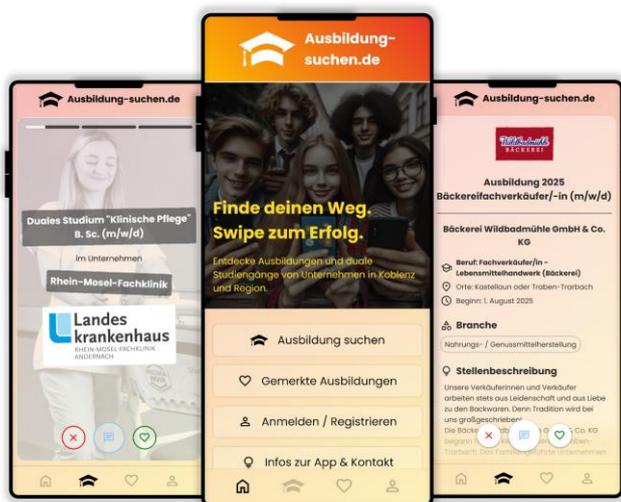
Die Analyse der in den Stellenanzeigen versprochenen Benefits offenbart eine klare Priorisierung bestimmter Anreize zur Gewinnung von Nachwuchskräften. An vorderster Stelle rangieren dabei Weiterbildungsmöglichkeiten, dicht gefolgt von in Aussicht gestellten Übernahmechancen nach erfolgreichem Abschluss. Ebenfalls häufig wird die Gewährung von 30 Tagen Urlaub kommuniziert, sowie die Möglichkeit, vorab ein Praktikum zu absolvieren, um Einblicke in das Unternehmen zu gewinnen. Ein positives Arbeitsumfeld, konkretisiert durch die Nennung eines guten Teams bzw. eines kollegialen Umfelds sowie eines guten Arbeitsklimas bzw. einer angenehmen Atmosphäre, stellt einen weiteren häufig genannten Vorteil dar. Finanzielle Zusatzleistungen wie Urlaubsgeld, Weihnachtsgeld und das Angebot einer betrieblichen Altersvorsorge sind ebenfalls prominente Bestandteile des Benefit-Pakets.

Fazit

Die Analyse von über 2.800 Stellenanzeigen für Ausbildungsplätze und duale Studiengänge im nördlichen Rheinland-Pfalz zeichnet ein detailliertes Bild des aktuellen Ausbildungsmarktes. Es zeigen sich klare Tendenzen und auch deutliche Potenziale zur Optimierung der Kommunikation mit potenziellen Azubis der Generation Z und der nachrückenden Generation Alpha.

Der Schlüssel zum Erfolg im Ringen um die besten Nachwuchskräfte liegt in der zielgruppengerechten Kommunikation der Stellenanzeigen. Die Erwartungen der Gen Z und Gen Alpha sind klar definiert und Unternehmen, die diese verstehen und in ihrer Außendarstellung berücksichtigen, verschaffen sich einen entscheidenden Vorteil.

Auf genau diese zielgruppengerechte Ansprache haben wir uns mit unserer Plattform [Ausbildung-suchen.de](https://ausbildung-suchen.de) spezialisiert. Wir präsentieren Stellenanzeigen, indem wir die wichtigsten Fakten in einer interaktiven 15-sekündigen Story zusammenfassen. Unsere Nutzer bekommen Ausbildungen vom KI-Empfehlungsalgorithmus vorgeschlagen und können diese wie in einer Dating-App nach rechts oder links wischen, je nachdem, ob Interesse besteht oder nicht. Durch diese direkte Ansprache der jungen Zielgruppe haben schon hunderte potenzielle Azubis ihre Bewerbung bei Betrieben in Koblenz und Region über unsere App gestartet.



Informationen über unser Angebot für Ausbildungsbetriebe finden Sie unter ausbildung-suchen.de/angebot

Fragen, Anregungen oder Kritik zu diesem Whitepaper? Interesse an einer Zusammenarbeit? Wir freuen uns auf Ihre E-Mail an Info@ausbildung-suchen.de.

Ein Whitepaper der **Ausbildung-suchen.de GmbH**, Hauptstraße 13, 56220 Kaltenengers (Geschäftsführung: Jan Hillesheim).
Sitz der Gesellschaft: Kaltenengers | Amtsgericht Koblenz - HRB 30120 | USt-IdNr: DE366254000

Die in diesem Whitepaper enthaltenen Informationen, Daten und Analysen wurden mit größtmöglicher Sorgfalt recherchiert und aufbereitet. Dennoch können Fehler und Irrtümer nicht vollständig ausgeschlossen werden. Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr.

Bildquelle Koblenz: Holger Weinandt, CC BY-SA 3.0, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Koblenz_im_Buga-Jahr_2011_-_Deutsches_Eck_01.jpg