Ausbildung 2014

Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung

DIHK
Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Ausbildung 2014

Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung

DIHK
Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Der DIHK hat erneut die Unternehmen zu ihren Ausbildungsplänen, -erfahrungen und -motiven befragt. In der Zeit vom 19. März bis 4. April und 21. Mai bis 13. Juni 2014 konnten sich Unternehmen online an der Befragung beteiligen. Die Auswahl und Ansprache der Unternehmen erfolgte über die Industrie- und Handelskammern. **Insgesamt beteiligten sich 12.962 Unternehmen an der Online-Umfrage.**

Die Antworten verteilen sich auf die Wirtschaftszweige wie folgt:
Industrie (ohne Bau) 26 Prozent, Baugewerbe vier Prozent, IT sechs Prozent, Medien drei Prozent, Handel 18 Prozent, Gastgewerbe sieben Prozent, Verkehr (Transport/Logistik) fünf Prozent, Banken/Versicherungen sieben Prozent, Unternehmensorientierte Dienste vier Prozent, Gesundheit/Pflege drei Prozent, Immobilien drei Prozent, Sonstige Dienstleistungen 16 Prozent.

Nach Größenklassen zeigt sich folgende Verteilung:
Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten 15 Prozent, Unternehmen mit zehn bis 19 Beschäftigten 13 Prozent, Unternehmen mit 20 bis 199 Beschäftigten 47 Prozent, Unternehmen mit 200 bis 499 Beschäftigten zwölf Prozent, Unternehmen mit 500 bis 1.000 Beschäftigten sechs Prozent, Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten sieben Prozent.

Die Regionen wurden wie folgt aufgeteilt:
Dem Norden werden die Bundesländer Bremen, Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein, dem Westen die Bundesländer Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und das Saarland, dem Osten Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen sowie dem Süden die Bundesländer Baden-Württemberg und Bayern zugerechnet.

Überwiegend beteiligten sich Ausbildungsbetriebe an der Umfrage, der Anteil der Nichtausbildungsbetriebe der Vergleichsgruppe beträgt vier Prozent.

Auf Grund der besseren Lesbarkeit wurde in dieser Publikation jeweils die männliche Form für beide Geschlechter bei der Bezeichnung bestimmter Personengruppen verwendet.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Bereich Ausbildung – Berlin 2014

Copyright

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Herausgeber

© DIHK - Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.| Berlin | Brüssel

DIHK Berlin:
Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte
Telefon (030) 20 308-0 | Telefax (030) 20 308-1000
Internet: www.ihk.de

DIHK Brüssel:
Hausanschrift: 19A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles
Telefon ++32-2-286-1611 | Telefax ++32-2-286-1605
Internet: www.ihk.de

Redaktion

DIHK – Bereich Ausbildung
Ulrike Friedrich, Berit Heintz, Simon Grupe

Stand

August 2014

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE

- **Fachkräftesicherung und gesellschaftliches Engagement sind zentrale Ausbildungsmotive**

  96 Prozent der IHK-Unternehmen in Deutschland bilden aus, weil sie durch die eigene Ausbildung Fachkräftenachwuchs sichern wollen. Für mehr als die Hälfte der Ausbildungsbetriebe heißt Ausbilden, sich gesellschaftlich zu engagieren. 2014 sind die Chancen auf Ausbildung für Jugendliche weiterhin hervorragend.

- **80.000 Ausbildungschancen ungenutzt**

  Die Schwierigkeiten, offene Ausbildungsstellen an geeignete Bewerber zu vergeben, haben weiter zugenommen und wirken sich zunehmend auf Großbetriebe aus. 2013 blieben im IHK-Bereich 80.000 Ausbildungsplätze unbesetzt.

- **Unternehmen erschließen neue Bewerbergruppen**

  Mehr als jeder zweite Betrieb registriert schon heute rückläufige Bewerberzahlen und stellt sich auf diese neue Situation ein: So wollen die Unternehmen deutlich stärker neue Bewerbergruppen erschließen, um auf diesem Weg dem Fachkräftemangel frühzeitig zu begegnen. Für Studienabbrecher oder junge Leute, die eine Ausbildung nur in Teilzeit durchführen können, eröffnen sich dadurch sehr gute Ausbildungschancen.

- **Azubis gesucht! – Verstärktes Azubi-Marketing und finanzielle Anreizen**

  Nahezu alle Betriebe nutzen bei der Azubisuche verstärkt ergänzende Rekrutierungswege und setzen neue Medien ein. Die Meldung der freien Stellen bei der Bundesagentur für Arbeit reicht bei Weitem nicht mehr aus, um geeignete Auszubildende zu finden. 60 Prozent der Betriebe setzen auf das Internet. Social Media-Aktivitäten nehmen deutlich zu. Manche Betriebe bieten sogar „Goodies für Azubis" wie etwa ein Smartphone oder einen Dienstwagen.

- **Ausbildungsreife ist weiterhin Ausbildungshemmnis Nr. 1**

  Mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängern ist weiterhin das Ausbildungshemmnis Nr. 1. Die Ausbildungsreife der Schulabgänger wird insgesamt von den Betrieben wieder schlechter beurteilt, sowohl bei den Deutsch- und Mathematikkompetenzen als auch bei den Softskills. Auch die Berufsorientierung wird von vielen Betrieben kritisiert. Um dies auszugleichen, engagieren sich viele Unternehmen und bilden die Jugendlichen mit zusätzlichem Aufwand aus.

Inhalt

Seite

I MOTIVIERTE BETRIEBE = AUSGEZEICHNETE FACHKRÄFTE 7

Ausbildung ist Fachkräftesicherung und gesellschaftlicher Beitrag 7

II AUSBILDUNGSPLATZ SUCHT AZUBI 8

80.000 ungenutzte Ausbildungschancen im Jahr 2013 8
Besetzungsschwierigkeiten nicht nur bei Kleinstbetrieben 9
Demographie und Akademisierung erschweren Ausbildungsplatzvergabe 10
Hintergrundinformation: Schulabgängerzahlen im Sinkflug 10
Besetzungsschwierigkeiten haben in allen Branchen zugenommen 11
Ausbildungsangebot der Betriebe 2014 12
Zahlreiche Ausbildungsangebote vorhanden 12
Bachelorisierung von Sachbearbeiter-Positionen 12

III AUSBILDUNGSPLÄTZE ERFOLGREICH VERGEBEN 13

Unternehmen gewinnen Azubis durch Schülerpraktika 13
Gut von sich reden 14
Neue Bewerbergruppen in die Ausbildung 14
Darf's ein bißchen mehr sein? 14
Goodies für Azubis 15
Die große Azubi-„Welle" aus Europa bleibt (noch) aus 15
Rekrutierungsstrategien nach Branchen 16
Globale Wirtschaft – globale Chancen 16
Vielfalt als Chance 16
Zusammenarbeit mit Arbeitsagenturen weiterhin gefragt 17
Arbeitsagenturen in den Branchen unterschiedlich stark gefragt 17
Viele Wege führen zu Bewerbern 18
Mit IHK-Lehrstellenbörse und sozialen Medien Azubis finden 19

IV ÜBERNAHME VON AUSZUBILDENDEN 20

Hohe Übernahmequoten nach erfolgreichem Ausbildungsabschluss 20
Übernahmepläne branchenübergreifend auf hohem Niveau 20
Gründe für Nicht-Übernahme 20

V AUSBILDUNGSHEMMNISSE, AUSBILDUNGSREIFE 21

Nicht nur rückläufige Bewerberzahlen erschweren die Ausbildung 21
Viele Betriebe sind unzufrieden mit Ausbildungsreife 21
Berufsorientierung ist verbesserungswürdig 22
Ausbildungshemmnisse in den Regionen 23
Lange Wege, Akademisierungstrend und Probleme mit der Berufsschule 24
Kompetenzen in Deutsch und Mathe wieder stärker in der Kritik 24
Mehr Engagement gefragt 26
Softskills in den Regionen 27
Starke Unterstützung für schwächere Jugendliche 28
Exkurs: Betriebliche Förderung bei mangelnder Ausbildungsreife 29
Jeder, wie er kann – Großbetriebe bieten die breiteste Unterstützung 29
Schulzeugnisse: Ja, aber 29
Bewerberauswahl nach Betriebsgröße 30
Bewerberauswahl in den Branchen 30

ANHANG 31

Online-Fragebogen 33

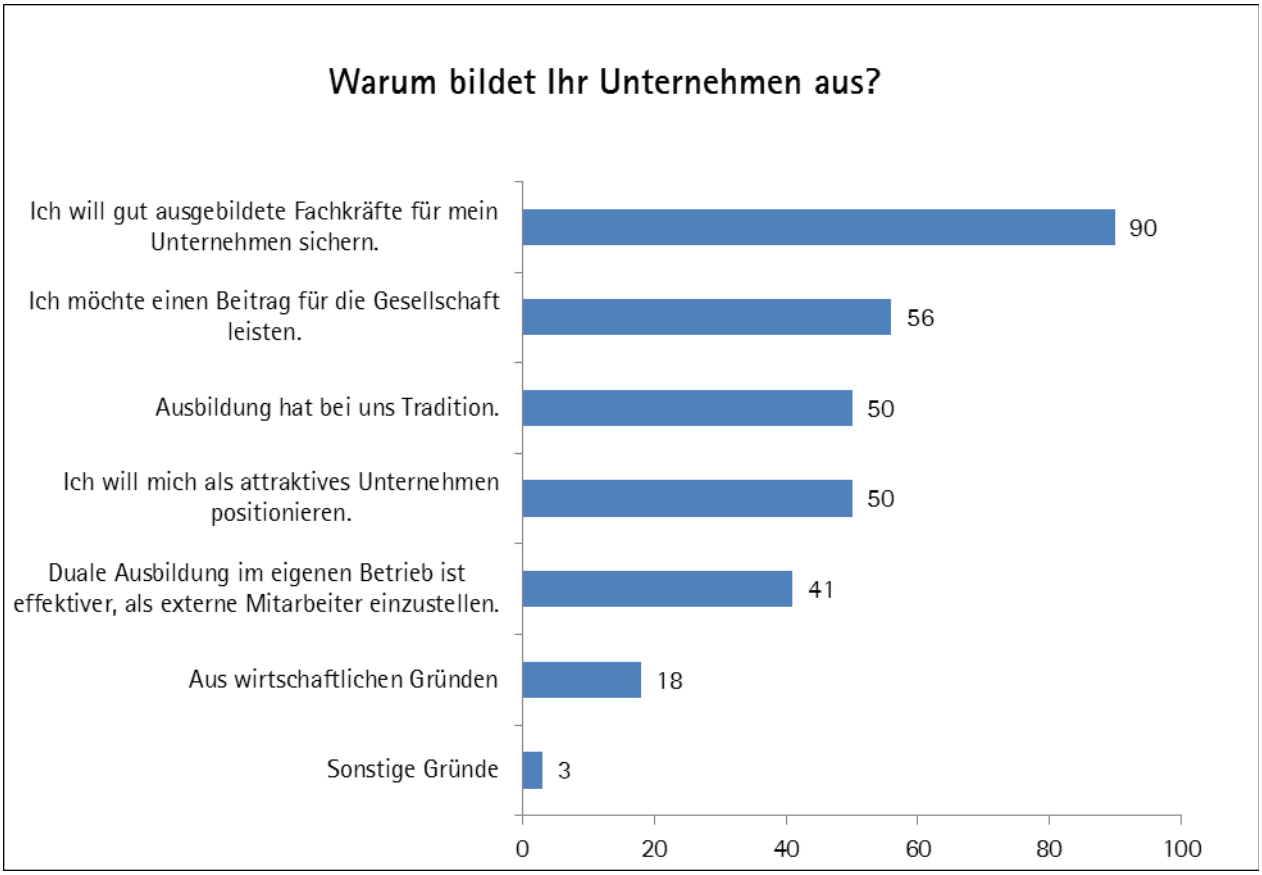
I MOTIVIERTE BETRIEBE = AUSGEZEICHNETE FACHKRÄFTE

Ausbildung ist Fachkräftesicherung und gesellschaftlicher Beitrag

Für neun von zehn Betrieben ist die Fachkräftesicherung für das eigene Unternehmen das ausschlaggebende Motiv für ihr Ausbildungsengagement. Im Branchenvergleich liegen hier Banken/Versicherungen mit 96 Prozent und Industrie mit 95 Prozent an der Spitze. Jungen Erwachsenen bieten sich beste Karriere-Chancen, denn die Unternehmen sind an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert. Die Übernahmeabsichten der Betriebe (Kapitel III) sind ausgesprochen gut. Durch attraktive Weiterbildungen können die jungen Fachkräfte zudem zügig Abschlüsse auf Bachelor-Niveau erwerben.

Mehr als die Hälfte der antwortenden Betriebe gibt auch an, einen gesellschaftlichen Beitrag durch ihre Ausbildungstätigkeit leisten zu wollen. Gerade für Leistungsschwächere haben sich die Chancen auf eine Ausbildung in den vergangenen Jahren deutlich erhöht. Schulnoten sind für viele Betriebe inzwischen die schwächere Währung. Vielmehr zählen für sie Motivation und Leistungswille. Jugendliche, die sich in ihrer Schulzeit schwer getan haben, erhalten Chancen, sich praktisch zu beweisen.

Jedes zweite Unternehmen bildet aus, weil es sich als attraktives Unternehmen positionieren will. Vielerorts engagieren sich die Betriebe für ihre Fachkräfte weit über die gelungene Ausbildung hinaus: Im Wettbewerb um die besten Fachkräfte steigern sie ihr Engagement im Azubi-Marketing und bieten den Jugendlichen zusätzliche Ausbildungsinhalte oder finanzielle Anreize (Kapitel III).



II AUSBILDUNGSPLATZ SUCHT AZUBI

80.000 ungenutzte Ausbildungschancen im Jahr 2013

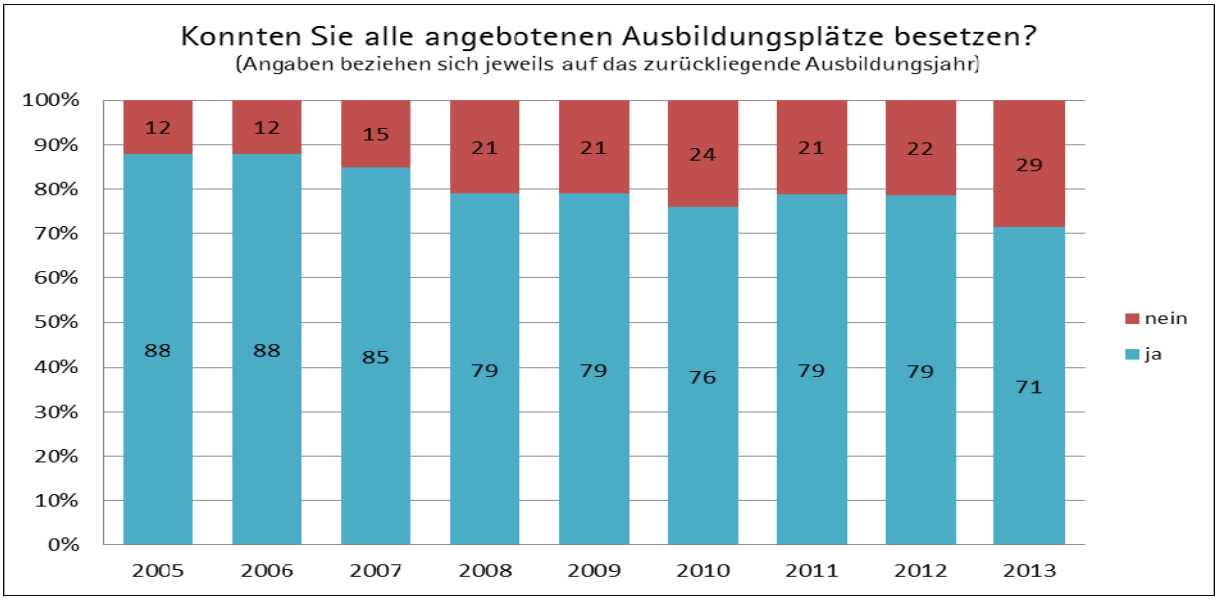
Die Herausforderung, Betriebe und Jugendliche zusammen zu führen, war seit Erhebung der Umfragedaten noch nie so groß wie 2013. 29 Prozent der Betriebe konnten nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen. Im Jahr 2013 blieben daher 80.000 Ausbildungsplätze im IHK-Bereich unbesetzt; im Bundesdurchschnitt sind das pro Ausbildungsbetrieb mit Besetzungsschwierigkeiten rund 3,3 unbesetzte Ausbildungsplätze.

Ein Betrieb, der über Jahre seine Ausbildungsplätze nicht besetzen kann, bietet in der Konsequenz häufig weniger und in der Folge oft keinen Platz mehr an. Dadurch fehlende Fachkräfte mindern die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe. Besonders dramatisch stellt sich die Situation in den neuen Bundesländern dar - und hier im Speziellen unter den kleinen und Kleinstbetrieben. Seit 1999 ist die Anzahl der Ausbildungsbetriebe in den neuen Ländern um rund 38 Prozent zurückgegangen, Kleinstbetriebe verzeichnen sogar einen Rückgang um 51 Prozent.

Um den negativen Entwicklungen der Nichtvergabe von Ausbildungsplätzen zu begegnen, haben Unternehmen in den vergangenen Jahren ihre Anforderungen an die Bewerber häufig gesenkt. Lernschwächere Jugendliche erhalten dadurch vermehrt Ausbildungschancen. Auszubildende müssen jedoch Mindestanforderungen genügen, um sie zu Fachkräften qualifizieren zu können. Kunden eines Betriebes erwarten zu Recht weiterhin guten Service und hohe Qualität von Produkten. Diesem Anspruch müssen auch die jungen Fachkräfte gerecht werden.

Um offene Ausbildungsplätze und Jugendliche zusammen zu bringen, sollten Jugendliche auch Fahrtwege in Kauf nehmen - insbesondere dann, wenn sie einen speziellen Ausbildungsberuf erlernen möchten, der in ihrem Umfeld nicht angeboten wird.

In vielen Regionen und Branchen ist der Ausbildungsmarkt inzwischen zu einem Bewerbermarkt geworden. Jugendliche können vielfach zwischen mehreren Ausbildungsstellen wählen und unterschreiben mitunter mehrere Verträge. Nicht angetretene Ausbildungsplätze nachzubesetzen, ist für viele Betriebe kaum möglich, nicht einmal durch Nachvermittlungsaktionen im Herbst. Hierzu laden die Industrie- und Handelskammern gemeinsam mit Arbeitsagenturen und Handwerkskammern Jugendliche ein, die noch keinen Ausbildungsplatz gefunden haben. Die Quote der erschienenen Jugendlichen lag 2013 nur bei 33 Prozent.



Besetzungsschwierigkeiten nicht nur bei Kleinstbetrieben

In den vergangenen Jahren hatten besonders die kleinsten Betriebe mit weniger als zehn Mitarbeitern Probleme, ihren Ausbildungsplatz an einen passenden Bewerber zu vergeben. In den kleinen Betrieben ist der Anteil unbesetzter Plätze im Vergleich zu größeren Betrieben am Höchsten. Gerade die rückläufige Anzahl an Ausbildungsbetrieben zeigt, dass viele kleine Betriebe gar nicht mehr in der Statistik als Ausbildungsbetrieb erfasst werden. Häufiger Grund hierfür ist: Sie konnten ihren Ausbildungsplatz nicht besetzen. Wer jahrelang nicht ausbilden konnte, obwohl er wollte, wird nicht mehr als Ausbildungsbetrieb geführt.

Die Vorzeichen für künftige Entwicklungen sind besorgniserregend: 2013 kämpften verstärkt der Mittelstand und überproportional stark auch Großbetriebe mit Besetzungsschwierigkeiten. Was als Problem der „Kleinen" begann, hat nun auch die größeren Betriebe erreicht, obwohl diese die Azubi-Akquise oft professioneller gestalten können.

Konnten Sie im Jahr 2013 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

Größenklassen	ja	nein	Durchschnittlich unbesetzte Plätze	Anteil unbesetzter Plätze
weniger als 10 Mitarbeiter	79 %	21 %	1,3	13 %
10 - 19	75 %	25 %	1,5	15 %
20 - 199	70 %	30 %	1,9	11 %
200 - 499	71 %	29 %	2,8	7 %
500 – 1.000	72 %	28 %	3,3	4 %
mehr als 1.000	63 %	37 %	12,7	5 %
Durchschnitt	71 %	29 %	3,3	9 %

Demographie und Akademisierung erschweren Ausbildungsplatzvergabe

Die hohe Anzahl an Betrieben mit Besetzungsschwierigkeiten ist vor allem auf zwei Entwicklungen zurückzuführen: erstens die demographiebedingte, sinkende Anzahl der Schulabgänger und zweitens die steigende Studierneigung der Jugendlichen.

Daraus resultiert: Fehlende geeignete Bewerbungen sind der häufigste Grund dafür, warum ein Ausbildungsplatz nicht besetzt werden konnte. In jedem fünften Betrieb, der nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnte, lagen gar keine Bewerbungen vor. Zwar ist der Anteil der Jugendlichen, die den Ausbildungsvertrag nach Beginn der Ausbildung auflöst, leicht rückläufig, doch nimmt andererseits der Teil der Jugendlichen zu, die den Platz erst gar nicht antreten.

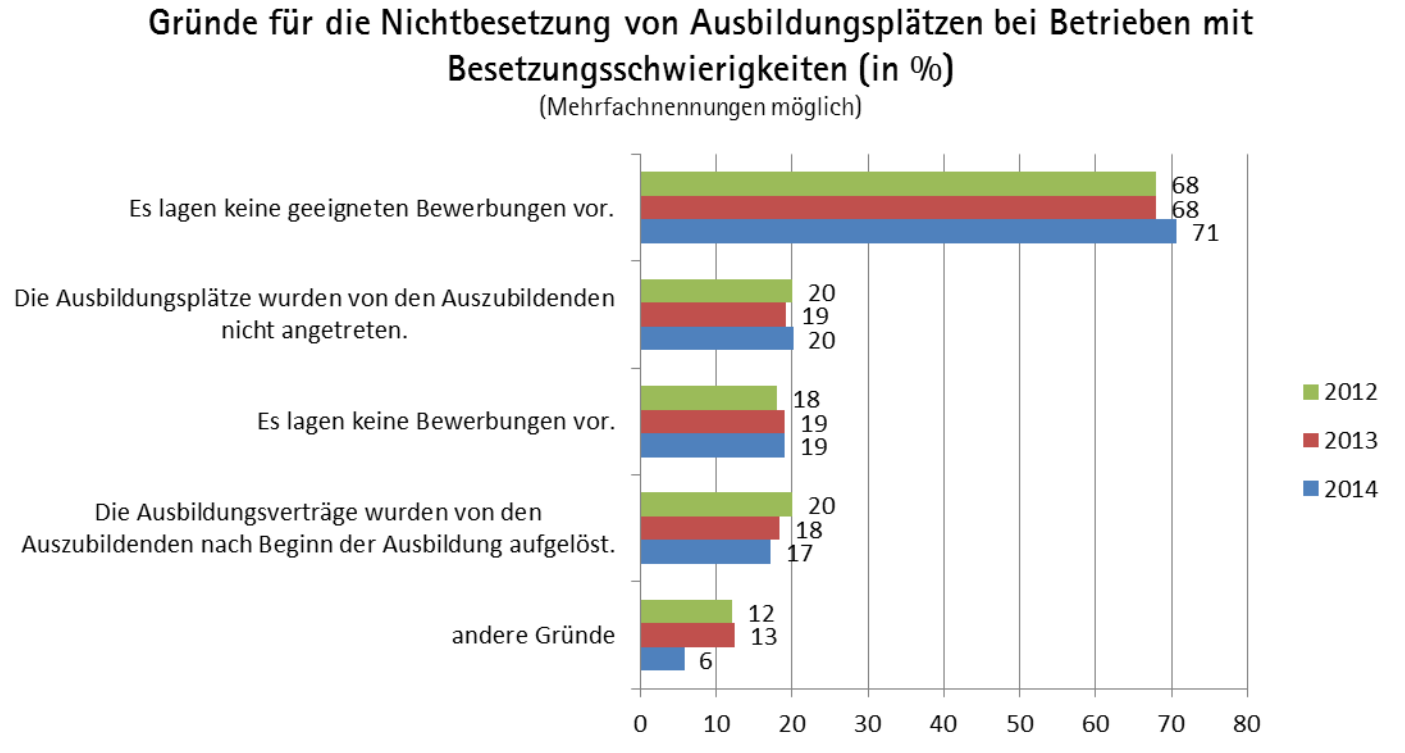
Hintergrundinformation: Schulabgängerzahlen im Sinkflug

In diesem Jahr haben über 50.000 Schüler weniger als im Vorjahr die allgemeinbildenden Schulen verlassen – ein Vorbote auf die zu erwartende Entwicklung der nächsten zehn Jahre. Die Kultusministerkonferenz der Länder (KMK) prognostiziert einen stetigen Abwärtstrend. Im Jahr 2025 verlassen rund 120.000 Schüler weniger die allgemeinbildenden Schulen als 2014 – ein Fachkräftepotenzial, das künftig fehlt.

2014 können Betriebe noch auf zusätzliche Bewerberpotenziale zurückgreifen, denn viele Jugendliche der doppelten Abiturjahrgänge aus Hessen und NRW der vergangenen Jahre haben das gewonnene Jahr zur persönlichen Orientierung genutzt, zum Beispiel zu Auslandsaufenthalten oder einem freiwilligen sozialen Jahr.

Nur in Ostdeutschland ist nach Jahren des Schülerrückgangs in diesem Jahr mit einem leichten Plus an Absolventen zu rechnen, da sich der Geburtenrückgang nach der Wiedervereinigung stabilisiert hat. Jetzt gilt es für die Betriebe in den neuen Ländern, die Schulabgänger von ihren Ausbildungsmöglichkeiten zu überzeugen und sie für die duale Berufsausbildung zu begeistern.

Die folgenden Angaben beziehen sich auf die 29 Prozent der Betriebe, die nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten.



Besetzungsschwierigkeiten haben in allen Branchen zugenommen

Alle Branchen sind mit Besetzungsschwierigkeiten konfrontiert. Keine Branche zeigt verbesserte Werte zum Vorjahr. Besonders schwer haben es nach wie vor Gast- und Baugewerbe. Wenig betroffen zeigt sich nur noch die Immobilien-Branche. Die momentane Boom-Phase auf dem Immobilien-Markt könnte auch für potenzielle Auszubildende die Attraktivität der Branche ausmachen.

Konnten Sie im Jahr 2013 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?
(Ergebnisse differenziert nach Branchen, sortiert nach Nein-Antworten 2012)

Branche	Nein (2013)	Nein (2012)
Gastgewerbe	61 %	55 %
Baugewerbe	35 %	25 %
Durchschnitt	29 %	22 %
Industrie (ohne Bau)	28 %	20 %
IT	27 %	19 %
Banken/Versicherungen	26 %	18 %
Handel	26 %	19 %
Gesundheit/Pflege	25 %	14 %
Unternehmensorientierte Dienste	25 %	17 %
Medien	24 %	13 %
Verkehr (Transport/Logistik)	24 %	23 %
Sonstige Dienstleistungen	23 %	17 %
Immobilien	12 %	9 %

Ausbildungsangebot der Betriebe 2014

Zahlreiche Ausbildungsangebote vorhanden

Das Angebot an Ausbildungsplätzen passt sich der Demographie, dem Trend zum Studium und der sinkenden Nachfrage der Bewerber an. Die Betriebe in Deutschland werden daher 2014 ihr Angebot an Ausbildungsplätzen stabil halten. Die Chancen der Jugendlichen sind angesichts des hohen Niveaus an Ausbildungsangeboten weiterhin gut, auch wenn die Zuspitzung internationaler Konflikte die guten Wirtschaftsaussichten eintrüben könnte.

15 Prozent der Unternehmen werden mehr Ausbildungsplätze als 2013 anbieten, 21 Prozent werden ihr Angebot reduzieren, 64 Prozent werden ihr Angebot konstant halten. Dies ist ein leichter Rückgang im Saldo um zwei Punkte gegenüber dem Vorjahr – ein recht stabiles Ergebnis angesichts des dramatischen Rückgangs an Schulabgängern.

Es ist davon auszugehen, dass ähnlich wie bei der DIHK-Konjunkturumfrage, Unternehmen bei Aussagen zu Beschäftigungsplänen, dem Vorsichtsprinzip folgen: Ein Saldo zwischen Null und minus fünf spricht daher eher für einen Anstieg an Ausbildungsplätzen – zwischen minus sechs und minus zehn ist ein stabiles Ausbildungsplatzangebot zu erwarten.

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen planen noch immer 79 Prozent aller Betriebe ein gleich bleibend hohes Angebot an Ausbildungsplätzen oder gar ein vergrößertes Angebot. Als Reaktion auf die sinkende Nachfrage verstärken diese Unternehmen ihre Anstrengungen, junge Erwachsene für eine Ausbildung zu begeistern – Stichwort: Ausbildungsmarketing (Kapitel III).

Sie machen sich als Unternehmen attraktiver, gestalten die Ausbildung durch Zusatzinhalte noch ansprechender und suchen über zusätzliche Kanäle nach ihren Auszubildenden.

Die betrieblichen Ausbildungspläne können nur das zu erwartende Angebot an Ausbildungsplätzen wiedergeben. Sie erlauben keinen direkten Rückschluss auf die tatsächliche Anzahl der Verträge. Entscheidend hierfür ist die Entwicklung der tatsächlichen Bewerberzahlen im Jahr 2014.

Bachelorisierung von Sachbearbeiter-Positionen

Ein kausaler Zusammenhang zwischen Besetzungsschwierigkeiten und der Anzahl angebotener Ausbildungsplätzen ist in diesem Jahr insbesondere bei Großunternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern ersichtlich. In den vergangenen Jahren lagen deren Ausbildungsabsichten stets über denen der kleineren Betriebe. Die Zunahme der Besetzungsschwierigkeiten verändert jedoch das Ausbildungsangebot der „Großen". Viele dieser Betriebe, die angeben, weniger Ausbildungsplätze anzubieten, wollen anstelle von Auszubildenden Bachelorabsolventen praktisch qualifizieren. Unternehmen versuchen auf diese Weise, die theoretische Hochschulausbildung durch praktische Übungen zu ergänzen.

Auf diese Weise verdrängen Bachelorabsolventen direkt Ausbildungsplätze und reduzieren somit das Angebot. Es liegt daher nahe, dass durch diese Entwicklungen zunehmend Facharbeiter-Arbeitsplätze mit Bachelorabsolventen besetzt werden, wie beispielsweise im Assistenz-Bereich. Hier werden Bürokaufleute durch betriebswirtschaftlich ausgebildete Bachelor ersetzt.

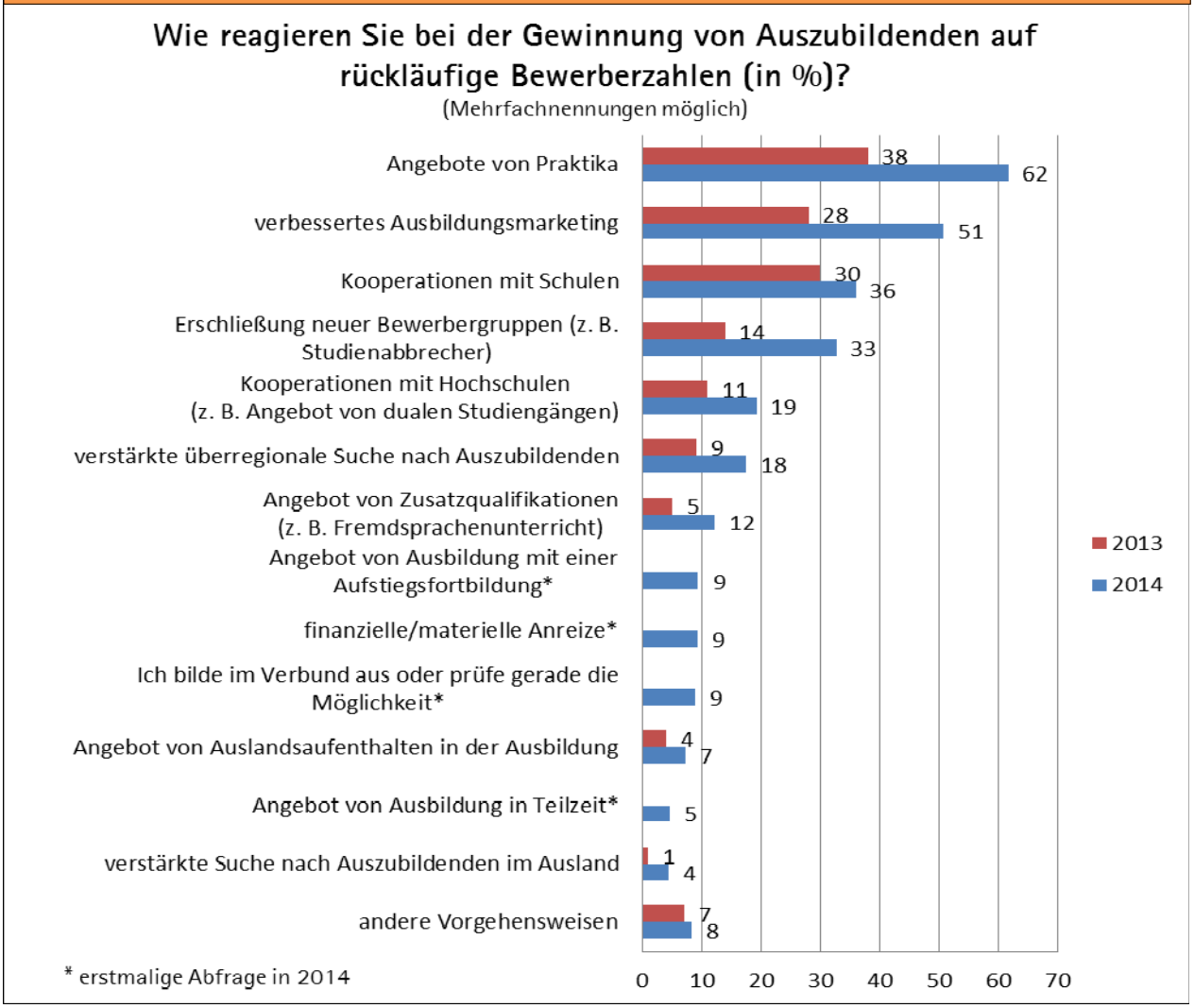
III AUSBILDUNGSPLÄTZE ERFOLGREICH VERGEBEN

Unternehmen gewinnen Azubis durch Schülerpraktika

2014 sieht mehr als jeder zweite Betrieb Handlungsbedarf bei der Gewinnung von Fachkräften aufgrund rückläufiger Bewerberzahlen. Im Osten liegt der Wert mit 67 Prozent deutlich höher; im Westen finden die Betriebe aufgrund der starken Schülerjahrgänge noch etwas besser Bewerber. Trotzdem sehen auch hier 44 Prozent der Unternehmen Handlungsbedarf. Die Aussagen bis zum Abschnitt „Zusammenarbeit mit Arbeitsagenturen" beziehen sich jeweils auf diese 52 Prozent, die rückläufige Bewerberzahlen feststellen.

2014 hat vor allem die Bereitschaft, Praktika anzubieten, deutlich zugenommen. Beinahe zwei Drittel aller Betriebe, die rückläufige Bewerberzahlen feststellen, wollen Jugendlichen Berufsorientierung durch Schülerpraktika bieten. Bereits 2013 war der Anstieg beim Angebot von Praktikumsplätzen auffällig. Unternehmen und Schüler profitieren beidseitig von diesem Angebot: Unternehmen lernen die potenziellen Azubis kennen. Die Schüler gewinnen wichtige Einblicke in den Ausbildungsberuf und in den Betrieb. Denn zugleich steigt erneut der Anteil der Betriebe, der mangelnde Berufsorientierung der Schulabgänger als Ausbildungshemmnis wahrnimmt. Als möglichen eigenen Beitrag zur Verbesserung der Berufsorientierung sehen die Betriebe in dieser Situation die Bereitstellung von Praktikumsplätzen.

Die folgenden Antworten beziehen sich auf die 52 Prozent der Betriebe, die rückläufige Bewerberzahlen feststellen und Handlungsbedarf sehen.



Gut von sich reden

Für diejenigen Betriebe, die rückläufige Bewerberzahlen bemerken, ist Ausbildungsmarketing mit 51 Prozent ein wichtiges Instrument gegen den Bewerberrückgang. In den vergangenen Jahren ist Ausbildungsmarketing insgesamt immer wichtiger für Betriebe geworden, wobei Ausbildungsmarketing groß angelegte Werbekampagnen sein können, genau wie zum Beispiel die professionelle Gestaltung einer Anzeige. Bereits heute nutzen viele Betriebe ihre eigenen Vertriebswege für ihr Ausbildungsmarketing und schöpfen ihre Potenziale so immer besser aus. Gezielte Marketingaktivitäten werden in den kommenden Jahren noch wichtiger für die Fachkräftegewinnung.

Neue Bewerbergruppen in die Ausbildung

33 Prozent der Betriebe setzt bereits auf die Erschließung neuer Bewerbergruppen, um die rückläufigen Bewerberzahlen auszugleichen. Dies ist ein deutlicher Anstieg um 19 Prozentpunkte. Neue Bewerbergruppen können dabei sehr vielfältig sein. Teilweise spezialisieren sich Betriebe dann auf eine Gruppe, um dieser Gruppe passgenaue und attraktive Angebote zu machen. Andererseits erschließt alleine die Offenheit für neue Bewerber vielen Unternehmen gute Chancen, neue Fachkräfte zu gewinnen.

Vom Umfang her ist die Gruppe der Studienabbrecher eine der größten neuen Zielgruppen für die duale Ausbildung. Da es immer mehr junge Leute an die Hochschulen zieht, sind die Abbrecherzahlen seit Jahren sehr hoch. Daher ist es für Betriebe wie für Jugendliche wichtig, sie für die duale Ausbildung zu begeistern. Die Betriebe finden motivierte und leistungsstarke Bewerber mit Studienberechtigung und für die Studienabbrecher ist es nach dem Ausstieg aus dem Studium wichtig, einen Berufsabschluss zu erwerben. Die IHKs helfen dabei, dass Vorerfahrungen von Studienabbrechern bei Aufnahme einer dualen Ausbildung berücksichtigt werden.

Die Teilzeitberufsausbildung ist eine weitere Möglichkeit, eine neue Personengruppe für die duale Ausbildung zu gewinnen. Sie wird zurzeit von rund fünf Prozent der befragten Unternehmen angeboten. Als Hauptzielgruppe gelten insbesondere junge Eltern oder Personen, die einen pflegebedürftigen Angehörigen betreuen. Laut Berufsbildungsgesetz können Auszubildende bei berechtigtem Interesse die tägliche oder wöchentliche Arbeitszeit im Betrieb reduzieren. Der Schulbesuch erfolgt in Vollzeit. Durch die zeitliche Reduktion der Arbeitszeit entsteht für viele junge Menschen die Chance auf Ausbildung.

Darf's ein bisschen mehr sein?

Die Möglichkeiten, interessierte und fähige junge Leute für die eigene Ausbildung zu gewinnen, sind noch deutlich vielfältiger. Ein probates Mittel ist es beispielsweise, Ausbildungsinhalte über die Ausbildungsordnung hinaus anzureichern und so den Jugendlichen spannende Zusatzoptionen oder Zusatzqualifikationen anzubieten.

Zu „inhaltlichen Zusatzangeboten" zählen auch Zusatzqualifikationen, die in der Ausbildung erworben werden können. Mittlerweile bieten rund zwölf Prozent (Vorjahr: fünf Prozent) der Betriebe diese attraktive Ergänzungen zur Ausbildung. Zusatzqualifikationen können zum Beispiel Fremdsprachen- oder Computerkurse sein, vertiefende Ausbildungsinhalte oder Social Skills-Kurse. Zusatzqualifikationen werden häufig durch eine Prüfung von der IHK bescheinigt und dienen so als weitere Fertigkeit für das zukünftige Berufsleben. Fit für das Berufsleben in einer internationalen Welt werden Auszubildende, wenn sie einen Teil ihrer Ausbildungszeit im Ausland verbringen.
Sieben Prozent der Betriebe bieten die Chance, interkulturelle Erfahrungen zu sammeln und neue Arbeitsweisen zu erlernen. Auslandsaufenthalte werden von vielen Jugendlichen als positive Zusatzoption angesehen.

19 Prozent der Betriebe gehen Kooperationen mit Hochschulen ein. Die zunehmende Attraktivität der Kooperation mit Hochschulen wird durch die steigende Anzahl von dual Studierenden deutlich. Betriebe haben für ihre leistungsstarken Auszubildenden ein Studienmodell mit der Hochschule verabredet, um zusätzlich zur Ausbildung einen Hochschulabschluss zu ermöglichen. Die Verbindung aus Studium und Ausbildung ist gerade für leistungsstarke Jugendliche eine attraktive Alternative zu einem herkömmlichen Hochschulstudium.

Ein anderes inhaltliches Plus für all diejenigen Auszubildenden, die schnell vorankommen wollen, bieten kombinierte Modelle von Aus- und Weiterbildung. Beinahe jeder zehnte Betrieb wirbt bereits durch solche Angebote um Nachwuchs. Durch Kombimodelle bieten Betriebe leistungsstarken Auszubildenden eine attraktive Alternative zum Studium. In einer verkürzten Zeit werden Berufs- und Weiterbildungsabschluss, zum Beispiel Fachwirt oder Meister, parallel erworben. In vielen Betrieben kann in dieser Zeit sogar noch der Ausbilderschein (AEVO) erworben werden. Die Auszubildenden und Absolventen können damit zügig neben den praktischen Fertigkeiten der Berufsausbildung auch die Vorbereitung auf weiterführende Aufgaben wie Planungs-, Steuerungs- und Führungsaufgaben im Unternehmen vorweisen.

Goodies für Azubis

Neben einer Vielzahl inhaltlicher Zusatzangebote zur Ausbildung setzt knapp jeder zehnte Betrieb auf materielle oder finanzielle Anreize, um Azubis für sich zu gewinnen. Jeder zweite dieser Betriebe unterstützt dabei die Mobilität seiner Auszubildenden, zum Beispiel durch Zuschüsse zum Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) oder zum Führerschein. „Goodies für Azubis" können darüber hinaus außerdem Prämienzahlungen, Wohnungszuschüsse, Büchergeld, Fitness-Studio-Mitgliedschaften oder Smartphones sein.

Die große Azubi-„Welle" aus Europa bleibt (noch) aus

Die Einstellung von Azubis aus dem Ausland hat sich bislang nicht zu einer „Welle" entwickelt, wenngleich sie in diesem Jahr um drei Prozentpunkte auf vier Prozent angestiegen ist. Im industriell starken Süden ist der Anteil der Betriebe, die Azubis aus dem Ausland rekrutieren wollen, etwas höher als im übrigen Bundesgebiet. Einige IHKs führen aktuell Projekte durch, um ausländische Azubis und deutsche Unternehmen zusammenzubringen. Vor der Ausbildung werden Sprachkurse und Praktika angeboten. Gerade für Jugendliche aus EU-Krisenstaaten, die von hoher Jugendarbeitslosigkeit betroffen sind, ergeben sich neue Perspektiven. Dennoch setzen Sprachbarrieren und Heimatverbundenheit der Rekrutierung von ausländischen Azubis Grenzen.

Rekrutierungsstrategien nach Branchen

Globale Wirtschaft – globale Chancen

Besonders häufig bieten Industriebetriebe mit elf Prozent und Unternehmen der Verkehrs-/Logistikbranche mit zehn Prozent Auslandsaufenthalte während der Ausbildung an. Diese Zeit ist nicht nur ein Gewinn für die persönliche Entwicklung der Azubis; die Betriebe profitieren ganz direkt von den gewonnenen Erfahrungen und den verbesserten Sprachkenntnissen ihrer Auszubildenden. Gerade in international tätigen Betrieben ist es wichtig, andere Arbeitsweisen kennenzulernen und ein Gespür für „Andere" zu bekommen. Ein Sachverhalt kann auf verschiedenen Wegen gut und erfolgreich gelöst werden. Im Zusammenwirken von unterschiedlichen Kulturen ist die Sensibilität füreinander genau so wichtig wie eine sehr gute Lösung.

Vielfalt als Chance

Die Möglichkeit, eine Berufsausbildung in Teilzeit anzubieten, wird in den Branchen unterschiedlich stark genutzt. Durchschnittlich fünf Prozent der Betriebe bieten diese Option gegenwärtig aktiv an. Am besten sind die Aussichten auf eine Teilzeitausbildung derzeit im Gesundheits- und Pflegebereich mit 17 Prozent. Der Branche ist einerseits ihr großer Fachkräftebedarf der nächsten Jahrzehnte bewusst. Andererseits werden ihre Ausbildungsberufe überdurchschnittlich häufig von jungen Frauen erlernt. Mit dem Angebot der Teilzeitberufsausbildung können Bewerberinnen gewonnen werden, die anderenfalls erst Jahre später für eine Ausbildung zur Verfügung stehen würden.

Engagierten Fachkräften durch kombinierte Aus- und Weiterbildungsmodelle gute Karriereperspektiven zu ermöglichen, wird in folgenden Branchen überproportional stark forciert: Banken/Versicherungen 18 Prozent, Handel 15 Prozent und Baubranche 13 Prozent. Der Durchschnitt liegt bei neun Prozent.

Auch die große Gruppe der Studienabbrecher ist für einzelne Branchen besonders interessant. Dies liegt einerseits daran, dass die betroffenen Branchen verstärkt Abiturienten einstellen. Andererseits schließen die Berufe der Branchen häufig optimal an das abgebrochene Studium an, so dass etwaige Vorkenntnisse von Beginn an eingebracht werden können. Über alle Branchen engagiert sich jedes dritte Unternehmen, das rückläufige Bewerberzahlen feststellt, um neue Bewerbergruppen. In der IT-Branche liegt das Engagement noch deutlich höher: 55 Prozent der Betriebe sind aktiv auf der Suche nach neuen Bewerbergruppen. Im Bereich Banken/Versicherungen liegt der Wert um 45 Prozent. In diesem Zusammenhang kann auch das überproportional ausgeprägte Engagement der Banken/Versicherungen im Ausbildungsmarketing betrachtet werden. 67 Prozent der Betriebe wollen Azubis vermehrt durch Ausbildungsmarketing gewinnen – ein deutlich stärkeres Ergebnis als der Branchen-Durchschnitt von 51 Prozent.

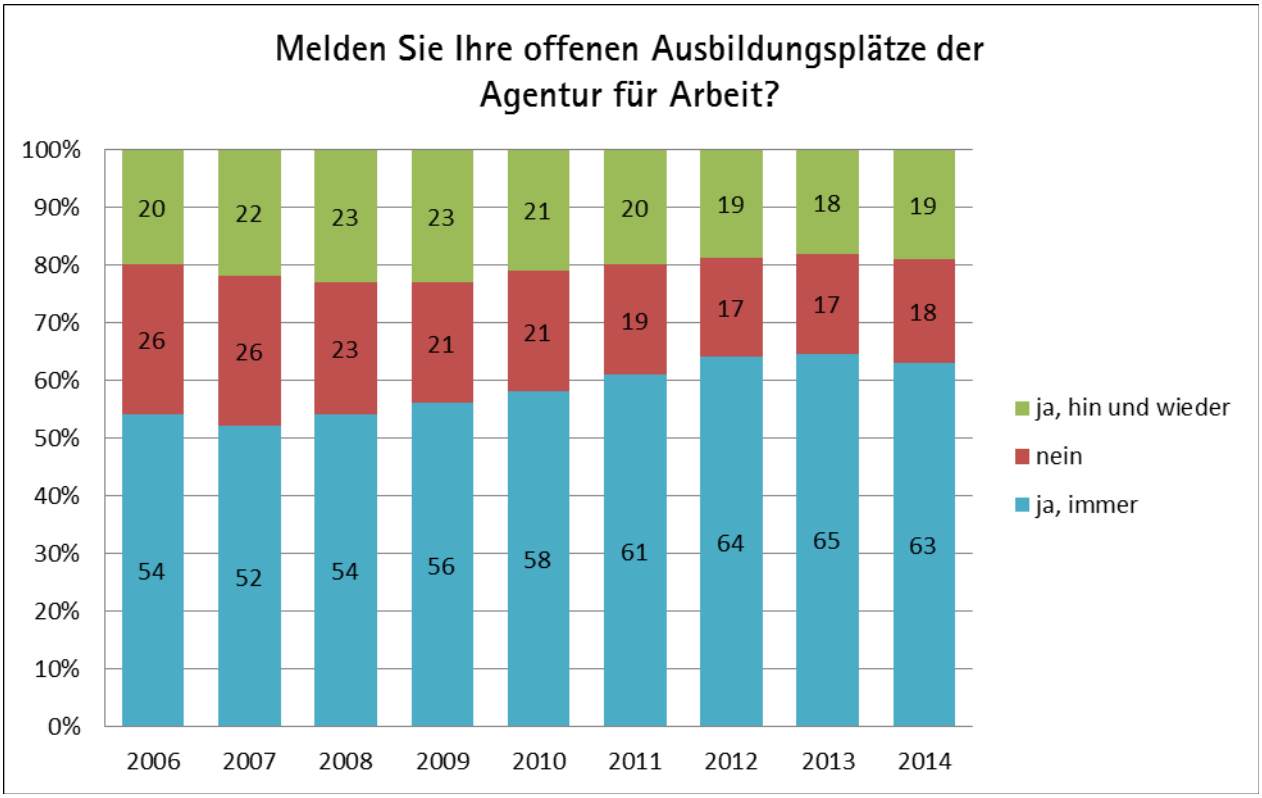
Zusammenarbeit mit Arbeitsagenturen weiterhin gefragt

63 Prozent der Betriebe melden im Jahr 2014 offene Ausbildungsplätze immer den Arbeitsagenturen. Weitere 19 Prozent beziehen die Arbeitsagenturen hin und wieder bei der Suche nach Auszubildenden ein.
18 Prozent der Betriebe melden offene Ausbildungsplätze hingegen nie den Arbeitsagenturen. Die Meldequote scheint sich in den vergangenen Jahren somit eingependelt zu haben.

Gerade wenn Betrieben zurückhaltende Ausbildungsabsichten nachgesagt werden, ist es wichtig zu bedenken, dass nur ein Teil der offenen Ausbildungsplätze bei den Arbeitsagenturen gemeldet wird. Für suchende Jugendliche lohnt deshalb auch der Blick über den Tellerrand.

Arbeitsagenturen in den Branchen unterschiedlich stark gefragt

63 Prozent der Betriebe melden ihre Ausbildungsplätze immer den Agenturen. Wird dieser Wert nach Branchen betrachtet, zeigen sich deutliche Unterschiede: Am niedrigsten ist er mit 38 Prozent in der Immobilienwirtschaft, gefolgt von der Medienbranche mit 42 Prozent und dem Baugewerbe mit 58 Prozent. Überproportional häufig melden hingegen das Gastgewerbe mit 77 Prozent, Industrie mit 72 Prozent und der Bereich Verkehr/Logistik zu 68 Prozent.



Viele Wege führen zu Bewerbern

Neben der Meldung der offenen Ausbildungsplätze an die Arbeitsagenturen nutzen die Betriebe seit Jahren zusätzliche Kanäle immer aktiver, um geeignete Auszubildende zu finden. Im Vorjahresvergleich halten die meisten Antwortmöglichkeiten das hohe Niveau. Einzig das Schalten von Anzeigen in regionalen Printmedien ist weiter rückläufig.

Hingegen behauptet sich das Internet weiterhin unter 60 Prozent der Betriebe als stärkster Rekrutierungskanal. Für die Hälfte der Betriebe sind persönliche Kontakte bei der Azubi-Suche entscheidend. Gerade für leistungsschwächere Jugendliche kann ein individuelles Gespräch eine Chance sein, durch ihren persönlichen Eindruck und ihre Motivation zu punkten. Persönliches Kennenlernen erfolgt auch auf Ausbildungsmessen: Für 38 Prozent der Betriebe ist dies eine willkommene Gelegenheit, ihre zukünftigen Fachkräfte zu gewinnen.

Für stabile 42 Prozent der Unternehmen sind die IHKs ein wichtiger Partner bei der Gewinnung von Auszubildenden. Sie unterstützen Betriebe und Jugendliche vor Ort, zum Beispiel durch ihre Ausbildungsberater, Ausbildungsmessen oder die Vermittlung von Ausbildungsplätzen über ihre bundesweite Lehrstellenbörse (www.ihk-lehrstellenboerse.de).

Mehr als jedes dritte Unternehmen wirbt in Schulen für die eigene Ausbildung. Im Branchenvergleich wird die Direktwerbung in Schulen besonders stark von den Banken und Versicherungen mit 51 Prozent sowie von der Industrie mit 49 Prozent betrieben. Bei den Betrieben des Gastgewerbes wird diese Möglichkeit mit 35 Prozent weniger genutzt, aber noch deutlich häufiger als zum Beispiel im Baugewerbe.

Auf welchem Wege – außer Einschaltung der Agentur für Arbeit – gewinnen Sie Ihre Auszubildenden?

	2013	2014
Anzeigen in regionalen Printmedien	45 %	42 %
Ausbildungsmessen	38 %	38 %
Branchenverbände/Arbeitgeberverbände	10 %	10 %
Direktwerbung in Schulen	37 %	36 %
IHK	41 %	42 %
Internet	60 %	60 %
Private Ausbildungsvermittler	3 %	2 %
Zusätzliche Einschaltung der Job-Center*	--	14 %
Persönliche Kontakte*	--	53 %
Andere Wege	20 %	28 %

* erstmals in 2014 abgefragt

Mit IHK-Lehrstellenbörse und sozialen Medien Azubis finden

Bei Unternehmen, die angaben, das Internet zur Gewinnung von Bewerbern zu nutzen, steht die eigene Unternehmenshomepage zur Rekrutierung von Azubis mit 88 Prozent weiterhin an der Spitze. Branchenübergreifend gehört dieses Kommunikationsmittel der Bewerberakquise damit zum Standard.

Als zweitstärkste Vertriebsmöglichkeit für die eigene Ausbildung wird die IHK-Lehrstellenbörse (www.ihk-lehrstellenboerse.de) von den Betrieben genutzt.
Seit Herbst 2013 ist die Anwendung der Industrie- und Handelskammern auch als App für das Smartphone kostenlos erhältlich. Die IHK-Lehrstellenbörse hat sich - neben der Jobbörse der Arbeitsagenturen - zum größten Portal für Ausbildungsplätze entwickelt.

Für 28 Prozent der Betriebe sind andere Online-Börsen ein probates Mittel, um junge Erwachsene für eine Ausbildung in ihrem Betrieb zu gewinnen. Erneut erleben die sozialen Medien wie facebook oder XING in diesem Jahr den stärksten Anstieg auf 28 Prozent.

Im Vergleich zu 2011 haben die sozialen Medien um zwölf Prozentpunkte kräftig an Bedeutung hinzugewonnen.

Großbetriebe mit mehr als 1.000 Beschäftigten liegen bei der Nutzung von sozialen Medien mit 41 Prozent deutlich über dem Durchschnitt. Im Vergleich zum 2011er Wert von 17 Prozent ist hier der steilste Anstieg um 24 Prozentpunkte zu verzeichnen. Diese Unternehmen haben im Vergleich zu anderen Betriebsgrößen häufiger ein professionelles Personalmanagement und größere Budgets, die die Nutzung sozialer Medien im starken Maße einbezieht.

Auch Kleinstbetriebe mit weniger als 10 Beschäftigten nutzen die sozialen Medien überdurchschnittlich stark. Hier ist seit 2011 ein Anstieg um 16 Prozentpunkte auf 38 Prozent zu verzeichnen. Unter die Kleinstbetriebe dürften auch Start-up-Unternehmen fallen, die besonders in den sozialen Medien aktiv sind und von ihren persönlichen Kontakten profitieren. Zudem greifen Kleinstunternehmer möglicherweise eher auf die Nutzung einer persönlichen facebook-Seite zurück, anstatt eine eigene Unternehmensseite für die Bewerbergewinnung zu starten.

Die folgenden Antworten beziehen sich auf die 60 Prozent der Betriebe, die angeben, über das Internet Azubis zu gewinnen.

In welcher Form wird das Internet zur Gewinnung von Auszubildenden genutzt?

	2013	2014
IHK-Lehrstellenbörse	51 %	55 %
andere Online-Börsen (z. B. stepstone, monster)	25 %	28 %
Soziale Medien (z. B. facebook, Twitter)	23 %	28 %
Stellenanzeigen auf der Unternehmenshomepage	86 %	88 %
Sonstige Websites/Nutzungsformen	20 %	21 %

IV ÜBERNAHME VON AUSZUBILDENDEN

Hohe Übernahmequoten nach erfolgreichem Ausbildungsabschluss

Zwei Drittel der Unternehmen geben für 2014 an, alle Auszubildenden übernehmen zu wollen. Im Süden liegen diese Pläne mit 73 Prozent am höchsten, im Norden mit 58 Prozent am niedrigsten. Dieses Süd-Nord-Gefälle der Übernahmepläne hängt mit der in Süddeutschland ausgeprägten Industriedichte zusammen. Nur 14 Prozent der Betriebe wollen weniger als die Hälfte ihrer ausgelernten Azubis übernehmen.

Dass 90 Prozent der Betriebe ausbilden, weil sie Fachkräfte benötigen, unterstreichen auch die hohen Übernahmequoten eindrucksvoll. Anstatt Fachkräfte über den Arbeitsmarkt zu rekrutieren, sind die Unternehmen in Deutschland aktiv in der Ausbildung.

Übernahmepläne branchenübergreifend auf hohem Niveau

Im Branchenvergleich sind die Übernahmeabsichten bei den Banken und Versicherungen am stärksten ausgeprägt: Hier planen 78 Prozent, alle Auszubildenden nach Abschluss der Ausbildung zu beschäftigen. In der Industrie sind es 77 Prozent, gefolgt von der Verkehrsbranche (Transport/Logistik) mit 72 Prozent, in der IT-Branche sind es 70 Prozent, im Baugewerbe 68 Prozent. Im Gastgewerbe liegt dieser Wert mit 47 Prozent am niedrigsten. Eine Ursache für den bestehenden Niveauunterschied ist, dass das Gastgewerbe traditionell stärker über Bedarf ausbildet und zudem viele angehende Fachkräfte ihre Qualifizierung durch Wanderjahre nach der Ausbildung ausbauen wollen.

Gründe für Nicht-Übernahme

Ein Drittel der Betriebe plant, 2014 nicht alle Auszubildenden in eine anschließende Beschäftigung zu übernehmen. Dieses Drittel wurde differenzierter nach den Gründen befragt. Hier geben 47 Prozent an, dass in ihrem Unternehmen keine offene Stelle zu besetzen ist. Im Westen wird dieser Grund mit 48 Prozent etwas häufiger angegeben als im Osten mit 44 Prozent. Am niedrigsten fallen diese Werte im IT-Bereich mit 30 Prozent sowie im Bereich von Banken und Versicherungen mit 32 Prozent aus.

Beim Blick auf die Größenklassen der Betriebe zeigt sich, dass kleine und mittlere Unternehmen mit bis zu 199 Mitarbeitern fehlende Arbeitsplätze mit 39 und 46 Prozent seltener als Grund angeben als Großunternehmen, die fehlende Stellen als Übernahmehindernis zu 56 bis 58 Prozent nennen. Die Antworten legen nahe, dass in größeren Betrieben stärker über den eigenen Bedarf hinaus ausgebildet wird.

Ein Drittel der Betriebe gibt als Grund für die Nicht-Übernahme aller Auszubildenden an, dass Auszubildende und Betrieb über die Ausbildung hinaus nicht zusammen passen. Weitere 19 Prozent begründen ihre Entscheidung damit, dass die Auszubildenden nach ihrer Ausbildung ein Studium beginnen wollen. Dies kommt besonders häufig in der Medienbranche mit 32 Prozent vor, wie auch im Bereich von Banken und Versicherungen mit 31 Prozent oder in der Industrie mit 25 Prozent.

V AUSBILDUNGSHEMMNISSE, AUSBILDUNGSREIFE

Nicht nur rückläufige Bewerberzahlen erschweren die Ausbildung

Sinkende Schulabgängerzahlen, ein fortgesetzter Trend zur Akademisierung und daraus resultierend rückläufige Bewerberzahlen um Ausbildungsplätze: Das Umfeld zur Gewinnung neuer Fachkräfte ist für Betriebe in Deutschland eine zunehmende Herausforderung. Über die Bewerberproblematik hinaus gibt es verschiedene weitere Ausbildungshemmnisse.

So berichten rund 40 Prozent der Betriebe über Rahmenbedingungen, die Ausbildung verhindern oder erschweren. Der Anteil ist seit 2010 von 50 auf jetzt 40 Prozent zurückgegangen. Die aktuellen Ausbildungsbetriebe scheinen mit ihren Bedingungen insgesamt etwas zufriedener zu sein als noch vor einigen Jahren. Daher ist auch ihre Ausbildungsbereitschaft nicht gesunken. Ausbildungshemmnisse werden offenbar (noch) unabhängig von der quantitativen Bewerbersituation bewertet. Immerhin geben 46 Prozent der Betriebe, die rückläufige Bewerberzahlen registrieren, auch an, dass sie keine Ausbildungshemmnisse feststellen. Durch verstärkte Anstrengungen gelingt es vielen Betrieben, Bewerber für ihre Ausbildungsplätze zu finden und angemessene Rahmenbedingungen für Ausbildung zu gestalten. Folgender Rückschluss liegt daher nahe: Betriebe, die schon in der Vergangenheit mit zu großen Ausbildungshemmnissen konfrontiert waren, bilden inzwischen möglicherweise nicht mehr aus. Daher hat sich auch der Anteil der Betriebe verringert, die Ausbildungshemmnisse feststellen.

Viele Betriebe sind unzufrieden mit der Ausbildungsreife

Deshalb fällt jetzt jener Teil der Unternehmen besonders in den Blick, die ganz konkrete Ausbildungshemmnisse benennen. Für 82 Prozent der Betriebe, die Ausbildungshemmnisse feststellen, ist die mangelnde Ausbildungsreife nach wie vor Ausbildungshemmnis Nr. 1, ein Plus zum vergangenen Jahr von 7 Prozentpunkten. Ein wichtiger Grund für diesen Anstieg ist, dass Betriebe leistungsschwächeren Schülern verstärkt Ausbildungschancen geben. Jugendliche, die vor Jahren noch mehrere Schleifen zur Verbesserung ihrer Ausbildungsreife im Übergangsbereich brauchten, kommen nun deutlich schneller in Ausbildung und damit in die Betriebe.

Interessanterweise zeigt sich, dass Betriebe zwar Mängel bei der Ausbildungsreife feststellen, so zum Beispiel in Deutsch und Mathematik. Dies führt jedoch nicht in allen Fällen dazu, dass sie die Frage nach Ausbildungshemmnissen bejahen. So ist beispielsweise der Anteil der Unternehmen in der Medienbranche, die Ausbildungshemmnisse feststellen, seit 2010 kontinuierlich von 54 Prozent auf 36 Prozent zurückgegangen. Gleichzeitig ist der Anteil der Medienbetriebe, die die Deutsch- und Mathematikkompetenzen der Schulabgänger bemängeln, so hoch wie seit 2010 nicht mehr. Ähnliches lässt sich für die IT-Branche feststellen. Aber auch in den Branchen trifft das zu, wenn auch nicht so ausgeprägt. Dies ist ein Indiz dafür, dass viele Ausbildungsbetriebe mangelnde Ausbildungsreife als Fakt akzeptieren und trotzdem die Jugendlichen ausbilden.

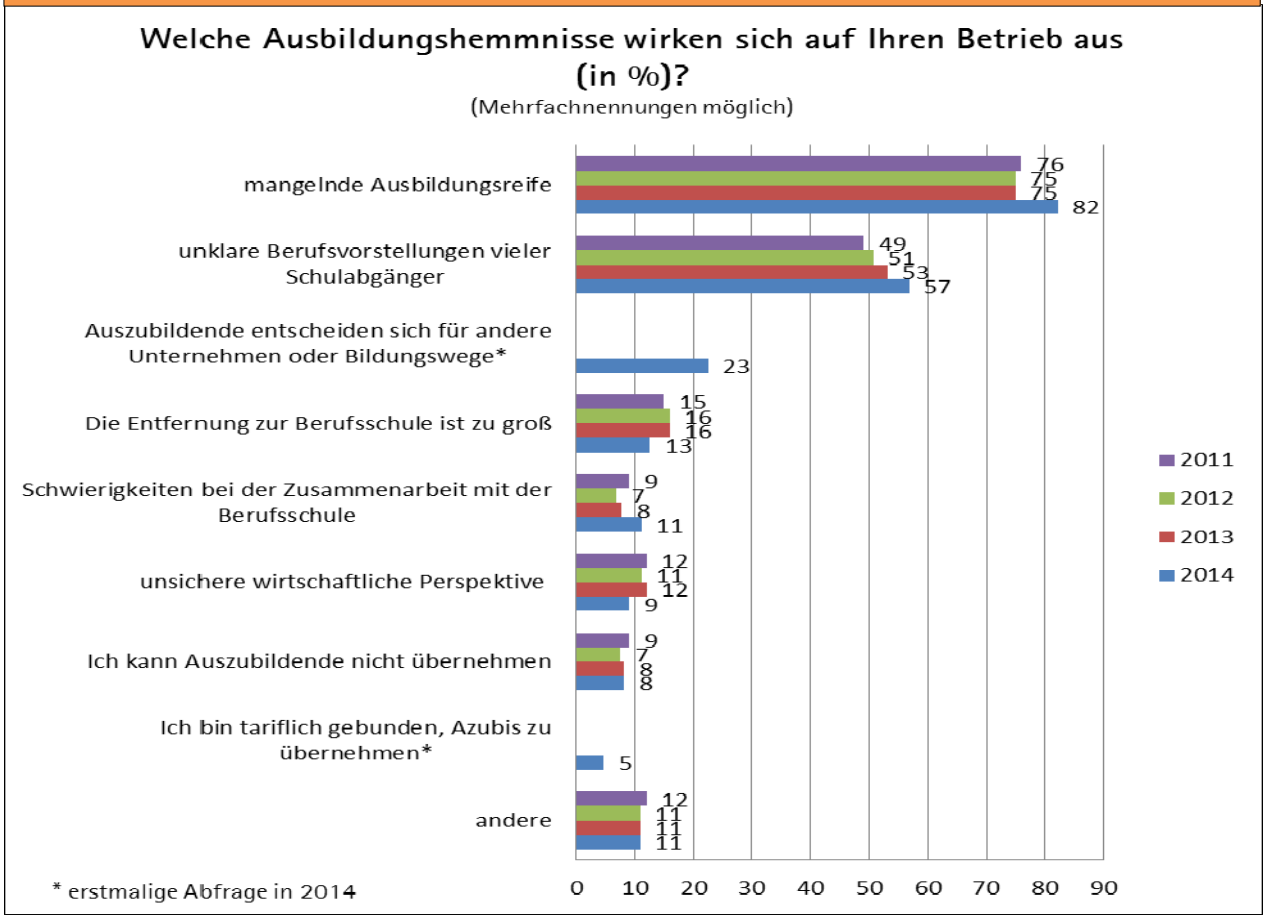
Dafür spricht auch, dass eine große Anzahl an Betrieben aller Branchen lernschwächere Jugendliche mit Einstiegsqualifizierungen, Nachhilfe im Unternehmen, ausbildungsbegleitenden Hilfen der Arbeitsagenturen (abH) oder speziellen Praktika unterstützt, ohne deren mangelnde Ausbildungsreife oder den zusätzlichen Aufwand überhaupt als Ausbildungshemmnis zu benennen.

Berufsorientierung ist verbesserungswürdig

Nicht nur die Unzufriedenheit mit der Ausbildungsreife hat zugenommen – auch die Unzufriedenheit mit der Berufsorientierung ist weiter gewachsen.
57 Prozent der Unternehmen, die Ausbildungshemmnisse feststellen, geben an, dass die unklaren Berufsvorstellungen vieler Schulabgänger sich als Ausbildungshemmnis auswirkten. Der Wert ist seit 2011, als die Frage erstmals gestellt wurde, kontinuierlich um insgesamt acht Prozentpunkte gestiegen. Zwar bemühen sich viele Schulen um eine bessere Berufsorientierung. Dass dieses Engagement bei den Schulabgängern bereits wirkt, ist für viele Betriebe offenbar noch nicht erkennbar. Viele Unternehmen sind aber weiterhin – oder gerade deshalb - bereit, die Berufsorientierung zu unterstützen, zum Beispiel durch Schülerpraktika. In dieses verstärkte Engagement reiht sich auch die zunehmende Bereitschaft, mit Schulen zu kooperieren.

Berufsorientierung sollte deshalb in allen Schulformen und für alle Schüler verbindlich angeboten werden, und zwar unbedingt auch an den Gymnasien. Denn auch Abiturienten müssen gut auf ihre Studien- oder Berufswahl vorbereitet werden. Für viele von ihnen könnte eine berufliche Ausbildung eine attraktive Alternative zum Studium sein, wenn sie mehr über Karriereperspektiven wüssten, die die berufliche Aus- und Fortbildung bieten. Eine gute Berufs- und Studienorientierung könnte auch Studienabbrüchen vorbeugen, die vielfach aus Unkenntnis über die Anforderungen im Studium und die vielen attraktiven Aus- und Weiterbildungsoptionen in der beruflichen Bildung resultieren.

Die folgenden Antworten beziehen sich auf die 40 Prozent der Betriebe, die mit Ausbildungshemmnissen konfroniert sind.



Ausbildungshemmnisse in den Regionen

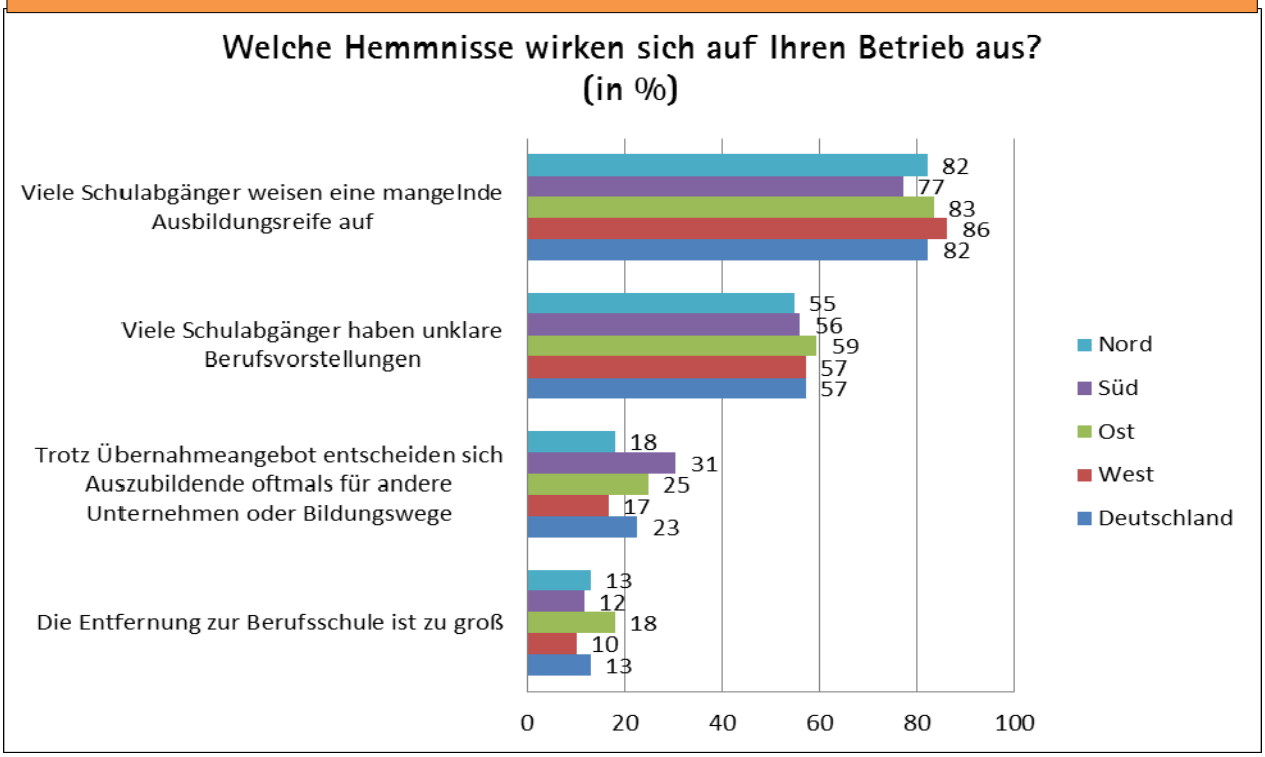
Der Anteil der Betriebe, die Ausbildungshemmnisse feststellen, ist in den Regionen unterschiedlich verteilt. Der größte Anteil findet sich mit 50 Prozent im Osten des Landes: Jeder zweite Ausbildungsbetrieb stellt Rahmenbedingungen fest, die ihm die Ausbildung erschweren. Der geringste Wert liegt mit 37 Prozent im Süden vor, dicht gefolgt von 38 Prozent im Westen und 39 Prozent im Norden.

Eine unterschiedlich starke Verteilung findet sich auch, wenn Ausbildungsreife und Berufsorientierung nach Regionen betrachtet werden. Im Osten ist die Unzufriedenheit mit der Berufsorientierung bei 59 Prozent der Betriebe, die Ausbildungshemmnisse benennen, besonders stark ausgeprägt. Die Betriebe der anderen Regionen zeigen hier etwas weniger Unzufriedenheit: Im Norden sind es 55 Prozent, im Süden 56 Prozent und im Westen 57 Prozent. Während der Anteil jedoch im Osten von 64 Prozent im Jahr 2013 auf jetzt 59 Prozent zurückging, ist er im Süden um zwei Prozentpunkte und im Westen um sogar sieben Prozentpunkte gestiegen.

Daneben stellen die Betriebe über alle Regionen eine Verschlechterung der Ausbildungsreife fest. Während 2013 noch der Osten Deutschlands hervorstach, sind es zunehmend die Betriebe im Westen, die die Ausbildungsreife im besonderen Maße bemängeln.

Im Osten steigt der Vorjahreswert von 80 Prozent auf 83 Prozent an, im Westen ist der stärkste Anstieg von 74 Prozent auf jetzt 85 Prozent zu verzeichnen. Der Süden verschlechtert sich moderat von 73 Prozent auf 77 Prozent und der Norden liegt mit einem Plus von acht Prozentpunkten auf 82 Prozent nun genau im Bundesdurchschnitt. Dieser deutliche Anstieg lässt sich damit begründen, dass die Betriebe häufiger als früher lernschwächeren Jugendlichen Ausbildungschancen geben und sich dies entsprechend in der Bewertung niederschlägt. Außerdem finden sich unter den Betrieben, die Ausbildungshemmnisse verspüren, auch überproportional viele Betriebe, die grundsätzlich Schwierigkeiten haben, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen, weil sie keine geeigneten Bewerber für diese finden.

Die folgenden Antworten beziehen sich auf die 39 Prozent (Norden), 37 Prozent (Süden), 50 Prozent (Osten) und 38 Prozent (Westen) der Betriebe, die mit Ausbildungshemmnissen konfrontiert sind.



Lange Wege, Akademisierungstrend und Probleme mit der Berufsschule

Es gibt eine Vielzahl weiterer Schwierigkeiten, mit denen Betriebe in der Ausbildung kämpfen. Für 23 Prozent der Betriebe ist es ein Problem, dass sich viele Jugendliche vor und nach der Ausbildung für andere Unternehmen oder Bildungswege entscheiden. Darunter finden sich Betriebe, die Plätze nicht besetzen konnten, aber auch solche die fürchten, die ausgebildeten Fachkräfte im Anschluss an die Ausbildung zu verlieren.

Neben der Entscheidung für einen anderen Arbeitgeber spielt hier auch der Trend zum Studium eine entscheidende Rolle. Rund 20 Prozent der Studienanfänger haben vor Beginn ihres Studiums eine duale Ausbildung absolviert. Sie qualifizieren sich zwar weiter – für ihre Ausbildungsbetriebe sind sie aber als Fachkräfte in den meisten Fällen verloren. Viele Betriebe versuchen daher, mit diesen motivierten, ehemaligen Azubis in Kontakt zu bleiben oder sie neben dem Studium auf Stundenbasis zu beschäftigen.

Die Bedeutung der wirtschaftlichen Situation der Betriebe für ihre Ausbildungsentscheidungen ist weiter zurückgegangen. Gaben 2013 noch zwölf Prozent der Betriebe an, die unsichere wirtschaftliche Perspektive beeinträchtige die Ausbildungsmöglichkeiten, so sind es 2014 nur noch neun Prozent derjenigen, die auf Ausbildungshemmnisse verweisen. Hier spielt die gute konjunkturelle Entwicklung eine entscheidende Rolle.

Für 13 Prozent der Ausbildungsbetriebe ist die große Entfernung zur Berufsschule ein entscheidendes Ausbildungshemmnis. Da die Wege zur Berufsschule im Osten Deutschlands für die Auszubildenden oftmals besonders weit sind, werden sie hier mit 18 Prozent auch überdurchschnittlich häufig als Ausbildungshemmnis genannt.

Alle anderen Regionen weisen (unter-)durchschnittliche Werte von zehn bis 13 Prozent auf.

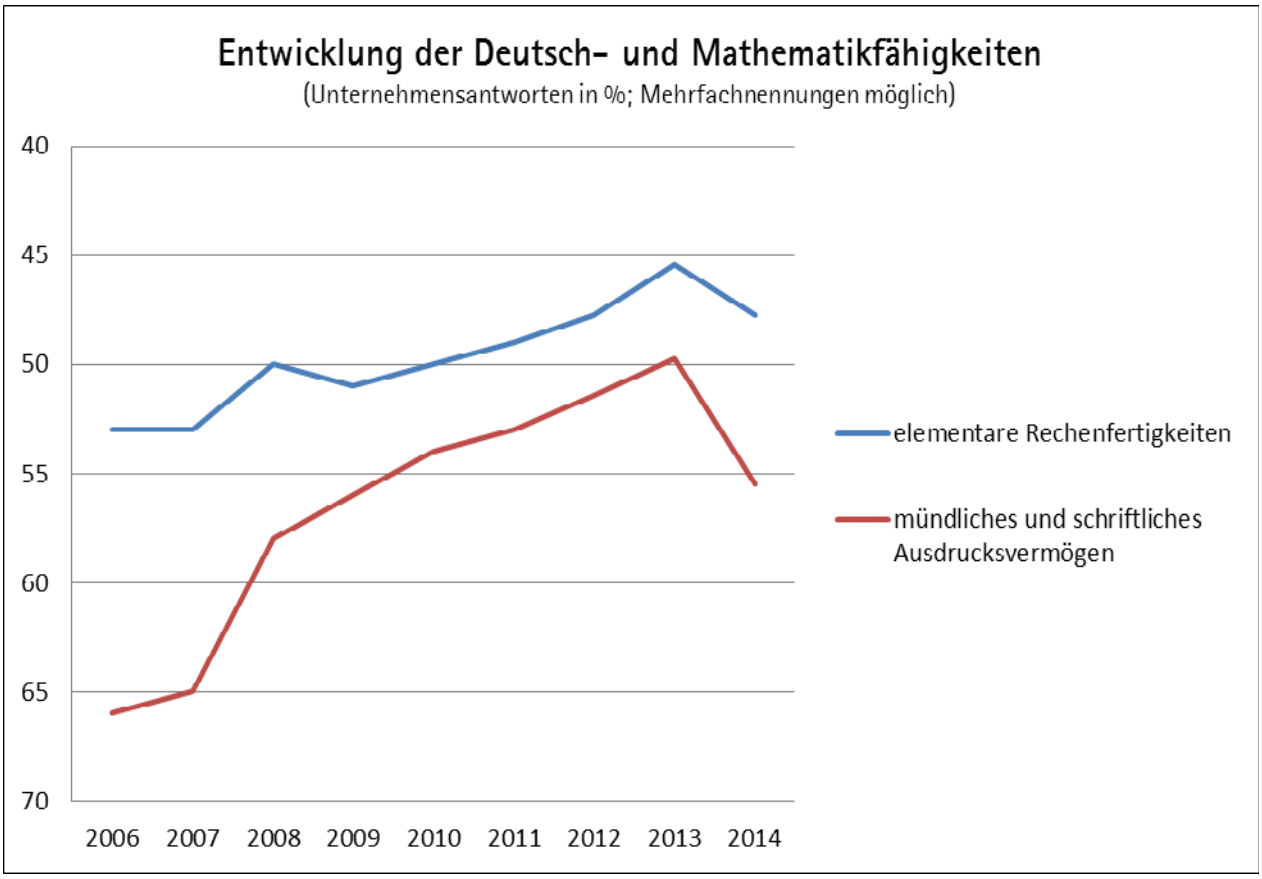
Weitere elf Prozent der Betriebe verweisen auf Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit mit der Berufsschule. Betrachtet man genauer, was die Unternehmen konkret bemängeln, so sind es vor allem Unterrichtsausfall, Fachlehrermangel, die Unsicherheit von Schulstandorten oder Auszubildende zu vieler unterschiedlicher Berufe in einer Klasse. Einmal mehr werden lange Anfahrtswege genannt, damit verbunden mangelnden Kommunikationsmöglichkeiten zwischen Betrieb und Schule und die Notwendigkeit von Blockunterricht.

Kompetenzen in Deutsch und Mathe wieder stärker in der Kritik

In der aktuellen Umfrage bemängeln 56 Prozent der beteiligten Unternehmen unzureichendes mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen bei den Schulabgängern. 2013 lag dieser Wert bei 49 Prozent. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den elementaren Rechenfertigkeiten. Waren es vor einem Jahr 45 Prozent der Unternehmen, die hier Defizite feststellten, sind es jetzt 48 Prozent.

Zwar hat die Kritik der Unternehmen an den Deutsch- und Mathematikkompetenzen der Schulabgänger wieder zugenommen. Doch lässt sich daraus nicht einfach ableiten, dass diese Kompetenzen bei den Schulabgängern generell wieder deutlich schlechter geworden sind. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die Unternehmen vermehrt mit lernschwächeren Auszubildenden in Berührung kommen und ihnen eine Chance geben.

Da im Zuge der demografischen Entwicklung immer weniger Schulabgänger die Schulen verlassen und sich gleichzeitig der Trend zum Studium weiter ausprägt, beginnen heute mehr Jugendliche mit einer geringeren Ausbildungsreife eine Lehre im Betrieb als noch vor wenigen Jahren. Nicht zuletzt belegen dies die sinkenden Teilnehmerzahlen im Übergangsbereich. Die Bewertung der Grundkompetenzen bei den Schulabgängern hat sich daher entsprechend angepasst.
Es zeigt sich, dass hier weiterer Handlungsbedarf besteht. Die Schulen dürfen in ihren Bemühungen nicht nachlassen, lernschwächere Jugendliche besser zu fördern. Dabei geht es nicht allein um die Senkung des Anteils der Schulabbrecher. Auch Jugendliche mit einem Abschluss können am Ende ihrer Schulzeit oft nur auf Grundschulniveau lesen, schreiben und rechnen. Die Grundkompetenzen in Deutsch und Mathematik sollten daher in der Schule verstärkt geübt werden, denn sie sind die Grundlage für einen erfolgreichen Start in den Beruf.

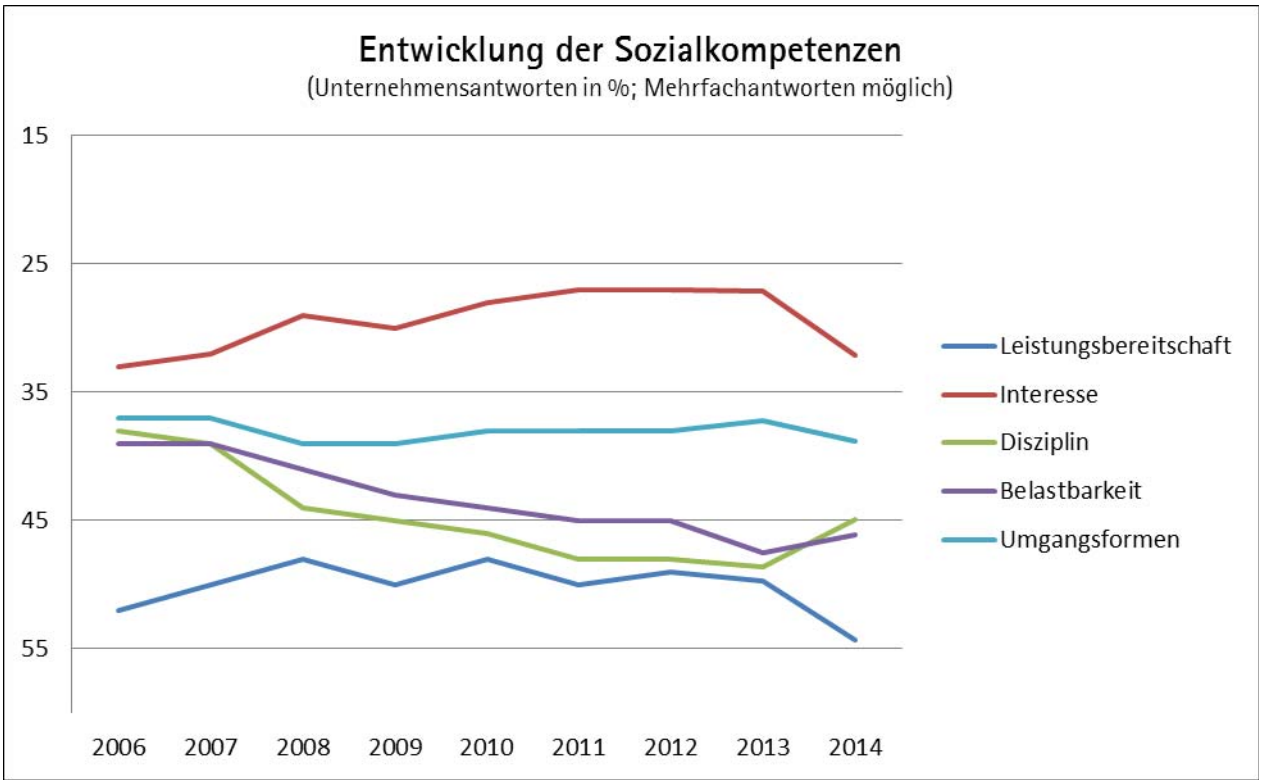


Mehr Engagement gefragt

Ob jemand als ausbildungsreif gilt, hängt nicht allein vom in der Schule erworbenen Wissen ab. Ausbildungsbetriebe zählen zur Ausbildungsreife auch soziale und persönliche Kompetenzen. Eine Reihe von Unternehmen sehen hier immer noch bei Jugendlichen Defizite, die sich negativ auf die Ausbildung im Betrieb auswirken. Am häufigsten werden Mängel bei Leistungsbereitschaft von 54 Prozent der Betriebe genannt, gefolgt von Belastbarkeit mit 46 Prozent und Disziplin mit 45 Prozent. Deutlich negativer als noch vor einem Jahr wird auch das Interesse der Jugendlichen an ihrer Ausbildung bewertet.

32 Prozent der Ausbildungsbetriebe halten das Interesse der Jugendlichen an der gewählten Ausbildung für nicht ausreichend; eine Verschlechterung um fünf Prozentpunkte im Vergleich zu 2013.

Einerseits schlägt sich hier offenbar einmal mehr nieder, dass Ausbildungsbetriebe mehr schwächere Jugendliche in Ausbildung integrieren als früher. Andererseits kommt jetzt offenbar eine Generation von jungen Leuten auf dem Ausbildungsmarkt an, die Jugendforscher als „Generation Y" bezeichnen, auf deren „andere" Vorstellungen von Arbeiten und Lernen sich Betriebe möglicherweise erst einstellen müssen.



Softskills in den Regionen

Nach Regionen betrachtet lassen sich in der Bewertung der sozialen und persönlichen Kompetenzen der Schulabgänger durch die Unternehmen kaum Unterschiede feststellen.

Die Betriebe im Osten sehen die Belastbarkeit und die Motivation der Jugendlichen etwas kritischer. In den anderen Regionen werden Disziplin und Umgangsformen im Durchschnitt schlechter bewertet als im Osten.

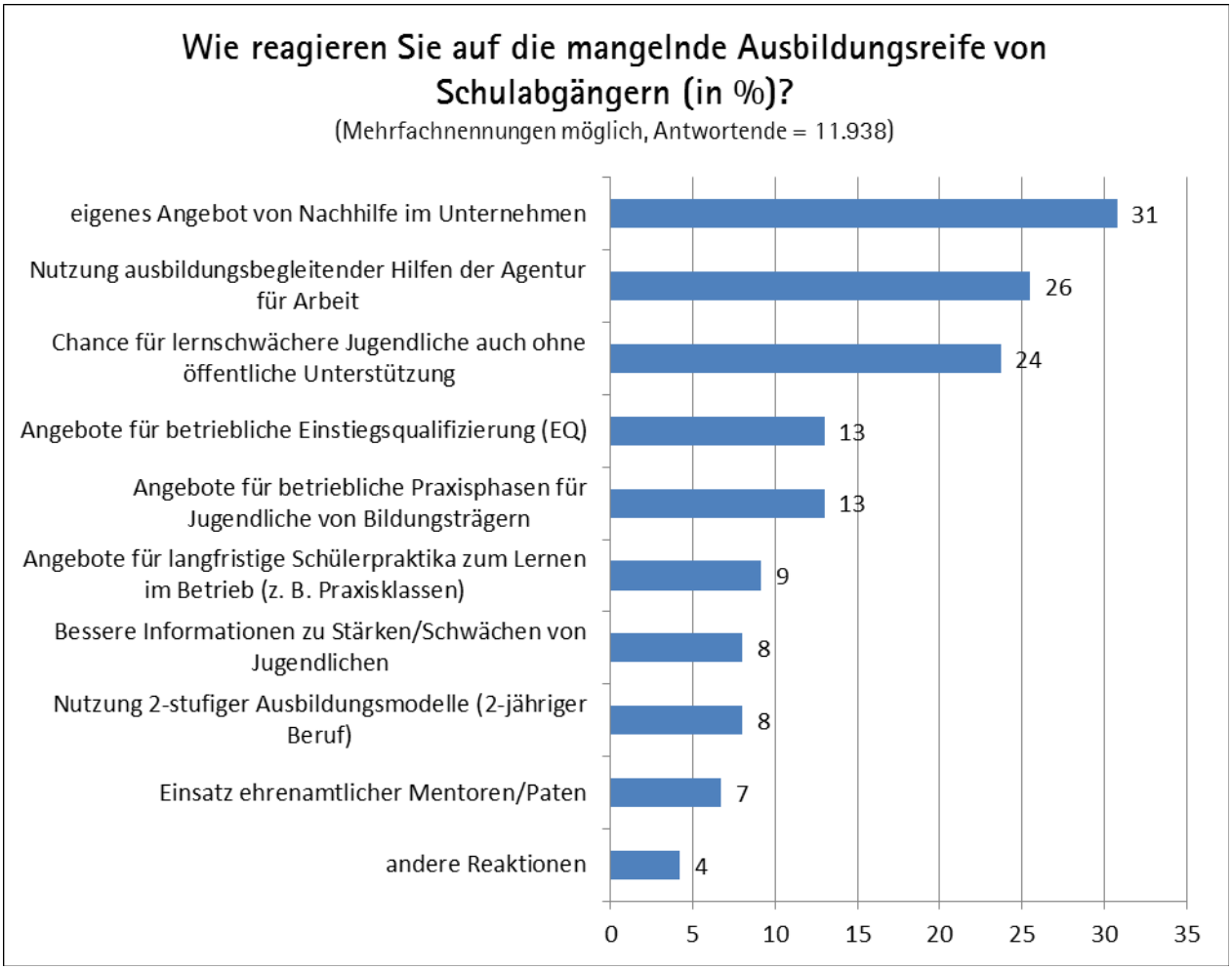
In welchen Bereichen stellen Sie Mängel bei der Ausbildungsreife heutiger Schulabgänger fest?					
	Region Nord	Region West	Region Süd	Region Ost	Deutschland
Belastbarkeit	47 %	45 %	42 %	54 %	46 %
Disziplin	47 %	46 %	45 %	41 %	45 %
Interesse und Aufgeschlossenheit	31 %	31 %	32 %	35 %	32 %
Leistungsbereitschaft und Motivation	54 %	53 %	53 %	61 %	54 %
Umgangsformen	40 %	39 %	40 %	36 %	39 %
Teamfähigkeit	12 %	10 %	9 %	10 %	10 %

Starke Unterstützung für schwächere Jugendliche

Sinkende Bewerberzahlen - das bedeutet für Unternehmen zunehmend, sich auch auf Leistungsschwächere einzustellen und sie zu unterstützen. Das hohe Engagement wird auch durch diese Umfrage belegt.

Zwei Drittel der Ausbildungsbetriebe geben an, dass sie grundsätzlich Möglichkeiten sehen, auch lernschwächere Jugendliche zu fördern und in Ausbildung zu integrieren – bei rund einem Drittel der Betriebe ist dies nicht möglich. 31 Prozent der Betriebe haben ein eigenes Nachhilfeangebot im Unternehmen.

Mehr als jeder vierte Betrieb nutzt die ausbildungsbegleitenden Hilfen der Arbeitsagenturen (abH), und rund 13 Prozent bieten Einstiegsqualifizierungen (EQ) an. Beinahe jeder zehnte Betrieb nutzt zweistufige Ausbildungsmodelle, um Schülern mit mangelnder Ausbildungsreife eine Ausbildung zu ermöglichen. In einem zweijährigen Beruf können lernschwächere Jugendliche einen vollwertigen Berufsabschluss erwerben. Der Vorteil für die Jugendlichen von abH, EQ und zweijährigen Berufen im Vergleich zu schulischen Maßnahmen ist der enge Kontakt mit dem Betrieb – dieser ist ein hoher Garant für das Gelingen und somit für den erfolgreichen Start ins Berufsleben.



Exkurs: Betriebliche Förderung bei mangelnder Ausbildungsreife

Einstiegsqualifizierungen (EQ)
Bei einer EQ durchlaufen Jugendliche ein sechs- bis zwölfmonatiges Praktikum im Betrieb. Erste Ausbildungsinhalte können vermittelt werden. Im Kern geht es darum, durch praktisches Lernen die Ausbildungsreife zu erlangen. Während der EQ lernen sich Jugendliche und Betriebe zudem besser kennen. Betriebe, die Jugendlichen eine EQ ermöglichen wollen, melden dies an ihre regionale Industrie- und Handelskammer. Die IHKs in den Regionen arbeiten eng mit den Arbeitsagenturen zusammen und geben die offenen Plätze entsprechend weiter. EQ-Plätze werden von der Bundesagentur für Arbeit finanziell gefördert. Deshalb ist es notwendig, dass die Bewerber über die Arbeitsagenturen an die Betriebe vermittelt werden.

Ausbildungsbegleitende Hilfen der Arbeitsagenturen (abH)
Ausbildungsbegleitende Hilfen sind Maßnahmen für lernbeeinträchtigte und sozial benachteiligte junge Menschen, die über die Vermittlung von betriebs- und ausbildungsüblichen Inhalten hinausgehen. Die Hilfen zielen darauf ab, die Aufnahme, die Fortsetzung und den erfolgreichen Abschluss einer betrieblichen Berufsausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen zu ermöglichen. Die Hilfen können sowohl ein betriebliches Berufsausbildungsverhältnis als auch ein außerbetriebliches Berufsausbildungsverhältnis begleiten. Ausbildungsbegleitende Hilfen sind:

- Maßnahmen zum Abbau von Sprach- und Bildungsdefiziten,
- Maßnahmen zur Förderung fachpraktischer und fachtheoretischer Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten und
- Maßnahmen zur sozialpädagogischen Begleitung.

Jeder, wie er kann – Großbetriebe bieten die breiteste Unterstützung

Hinsichtlich der Unterstützungsmaßnahmen bei mangelnder Ausbildungsreife von Auszubildenden ergeben sich deutliche Unterschiede nach Größenklassen: In kleineren Betrieben ist es seltener machbar, sich um leistungsschwächere Jugendliche zu kümmern. Nur knapp jeder zweite kleine Betrieb bis zehn Mitarbeiter sieht hier Möglichkeiten. Unterstützende Angebote für Betriebe und Jugendliche wie etwa bei der „assistierten Ausbildung" müssen daher weiter gestärkt werden. Je größer die Betriebe werden, desto besser scheinen die Integrations- und Förderchancen. Bei Großbetrieben mit über 1.000 Mitarbeitern sind 80 Prozent grundsätzlich dazu bereit. Dazu passt auch, dass die Großbetriebe überdurchschnittlich häufig EQs anbieten und den Jugendlichen damit den ersten Schritt in eine Ausbildung ermöglichen. Die Übergangsquoten von einer EQ in Ausbildung liegen bei 60 Prozent. Größere Unternehmen setzen auch etwas häufiger auf Nachhilfe im Betrieb und nutzen stärker als kleinere die abHs der Arbeitsagenturen. Auch ehrenamtliche Mentoren, die sich individuell um schwächere Jugendliche kümmern, kommen in größeren Unternehmen häufiger zum Einsatz.

Schulzeugnisse: Ja, aber

Schulzeugnisse sind nach wie vor für die überwiegende Anzahl der Unternehmen eine wichtige Auswahlhilfe. 79 Prozent nutzen sie vornehmlich für die Feststellung der Eignung der Jugendlichen. Das bedeutet aber auch: Für rund ein Fünftel der Betriebe sind Schulzeugnisse nicht ausschlaggebend. Die Entscheidung, ob ein Jugendlicher einen Ausbildungsplatz erhält oder nicht, fällt dann im Bewerbungsgespräch. Für 97 Prozent der Betriebe zählt dieser persönliche Eindruck!

Wie stellen Sie die Eignung von Jugendlichen für den Betrieb fest? (Antworten der Unternehmen nach Größenklassen)							
Größenklassen	**weniger als 10**	**10 – 19**	**20 – 199**	**200 – 499**	**500 – 1.000**	**mehr als 1.000**	***GESAMT***
Schulzeugnisse	61 %	69 %	81 %	90 %	89 %	90 %	*79 %*
Bewerbungs-gespräche	93 %	96 %	97 %	98 %	97 %	98 %	*97 %*
Empfehlungen	19 %	19 %	17 %	18 %	15 %	17 %	*17 %*
Praktika	75 %	73 %	71 %	73 %	72 %	67 %	*72 %*
eigene Kompe-tenztests	24 %	25 %	34 %	50 %	56 %	61 %	*37 %*
Assessment-Center	6 %	4 %	6 %	16 %	23 %	37 %	*10 %*
sonstige Me-thoden	5 %	4 %	5 %	5 %	5 %	8 %	*5 %*

Bewerberauswahl nach Betriebsgröße

Nur 60 Prozent der kleinen Betriebe setzen vorrangig auf Schulzeugnisse bei der Bewerberauswahl, deutlich weniger als der Durchschnitt über alle Klassen. Diese Betriebe nutzen lieber Praktika, um potenzielle Azubis kennenzulernen.

Auch hier zählt der persönliche Eindruck. Bei den kleineren Betrieben geben auch nicht selten persönliche Empfehlungen den Ausschlag für eine Einstellung. Bei großen Betrieben kommen dagegen häufiger als bei den kleinen, eigene Kompetenztests oder Assessments zum Einsatz.

Bewerberauswahl in den Branchen

Über alle Branchen ist das Bewerbungsgespräch das wichtigste Auswahlinstrument. Industrie mit 87 Prozent und Banken/Versicherungen mit 83 Prozent setzen stärker als der Durchschnitt auf Schulzeugnisse.

Im Gastgewerbe sind sie nur für 60 Prozent der Betriebe wichtig – entscheidend ist der gute Eindruck beim Praktikum, der für 89 Prozent der Betriebe zählt.

Industrie und Banken/Versicherungen liegen mit 45 Prozent sowie 49 Prozent jeweils deutlich über dem Durchschnitt von 37 Prozent der Betriebe, für die eigene Kompetenztests eine Rolle spielen. Banken und Versicherungen greifen auch besonders häufig auf Assessments zurück. 45 Prozent bestätigten dies. Der Durchschnitt liegt hier bei zehn Prozent. Für andere Branchen spielen Assessments demzufolge nur eine untergeordnete Rolle.

Die Ergebnisse sind erneut ein Beleg dafür, wie wichtig schulisches Wissen und die Beherrschung grundlegender Kompetenzen sind. Für die Einstellung in einem Betrieb zählt aber letztlich die Persönlichkeit des Bewerbers insgesamt.

ANHANG
Online-Fragebogen

Fragen zur Ausbildung

1. **Bildet Ihr Unternehmen aus?**

   O Ja
   O Nein
   Wenn nein: **Sind Sie ausbildungsberechtigt?**
   O Ja
   O Nein
   Wenn nein, dann weiter zum Themenkomplex Weiterbildung

   Haben Sie in den letzten 10 Jahren schon einmal ausgebildet?
   O Ja
   O Nein
   Wenn nein, dann bitte weiter mit Frage 4.

   Warum bilden Sie derzeit nicht aus? (Mehrfachnennung möglich)
   O Ich habe einen Ausbildungsplatz ausgeschrieben, konnte ihn aber nicht besetzen.
   O Mir fehlt die Zeit, die ich in eine qualitativ hochwertige Ausbildung investieren will.
   O Ich benötige nur noch Studienabsolventen.
   O Ich benötige nur noch duale Studenten.
   O Ich kann Auszubildende nicht übernehmen.
   O Ich habe schlechte Erfahrungen mit Auszubildenden gemacht, und zwar:
   [...]

2. **Warum bildet Ihr Unternehmen grundsätzlich aus?** (Mehrfachnennung möglich)

   O Ich will gut ausgebildete Fachkräfte für mein Unternehmen sichern.
   O Ich will mich als attraktives Unternehmen positionieren.
   O Ausbildung hat bei uns Tradition.
   O Ich möchte einen Beitrag für die Gesellschaft leisten.
   O Aus wirtschaftlichen Gründen
   O Duale Ausbildung im eigenen Betrieb ist effektiver, als externe Mitarbeiter einzustellen.
   O Sonstige Gründe, und zwar:
   [...]

3. **Konnten Sie im Jahr 2013 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?**

   Wie viele Ausbildungsplätze haben Sie im Jahr 2013 angeboten? ___ (offene Antwort)

Wenn null Plätze angeboten:

Warum haben Sie keinen Ausbildungsplatz 2013 angeboten? (Mehrfachnennung möglich)

O Ich bilde nicht in jedem Jahr aus.
O Aus wirtschaftlichen Gründen
O In meinem Betrieb fehlt Ausbildungspersonal.
O Ich benötige nur noch Studienabsolventen.
O Ich hätte diesen Auszubildenden nicht übernehmen können.
O Ich habe schlechte Erfahrungen mit Auszubildenden gemacht.

Wenn 1 Platz oder mehr angeboten:

Wie viele Plätze sind davon unbesetzt geblieben? ___ (offene Antwort)

Warum konnte der Platz / konnten die Plätze nicht besetzt werden? (Mehrfachnennung möglich)

O Die Ausbildungsplätze wurden von den Auszubildenden nicht angetreten.
O Die Ausbildungsverträge wurden von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst.
O Der Ausbildungsvertrag wurde durch uns nach Beginn der Ausbildung aufgelöst.
O Es lagen keine Bewerbungen vor.
O Es lagen keine geeigneten Bewerbungen vor.
O Andere Gründe

...

4. Wirken sich auf Ihren Betrieb Ausbildungshemmnisse aus?

O Nein, ich stelle keine Ausbildungshemmnisse fest.
O Ja, ich stelle Ausbildungshemmnisse fest. (Mehrfachnennung möglich)

Berufsschule

O Die Entfernung zur Berufsschule ist zu groß.
O Es gibt Schwierigkeiten bei der Zusammenarbeit mit der Berufsschule, und zwar:

...

Betrieb

O Die unsichere wirtschaftliche Perspektive hemmt meine Ausbildungsmöglichkeiten.
O Ich kann Auszubildende nicht übernehmen.

Bewerber/Jugendliche

O Viele Schulabgänger haben zu unklare Berufsvorstellungen.
O Viele Schulabgänger weisen eine mangelnde Ausbildungsreife auf.
O Trotz Übernahmeangebot entscheiden sich Auszubildenden oftmals für andere Unternehmen oder Bildungswege.

Rahmenbedingungen/Sonstiges

O Ich bin tariflich gebunden, Azubis zu übernehmen.
O Andere: ...

5. Registrieren Sie bei der Gewinnung von Auszubildenden rückläufige Bewerberzahlen?
(Mehrfachnennung möglich)

O Nein, ich registriere noch keine rückläufigen Bewerberzahlen und sehe keinen Handlungsbedarf.
O Ja, ich registriere rückläufige Bewerberzahlen und sehe Handlungsbedarf.

Wie reagieren Sie auf die rückläufigen Bewerberzahlen?
O Angebot von Auslandsaufenthalten in der Ausbildung
O Angebot von Zusatzqualifikationen (z. B. Fremdsprachenunterricht)
O Erschließung neuer Bewerbergruppen (z. B. Studienabbrecher)
O Angebot von Ausbildung in Teilzeit
O Ich ermögliche die Kombination von Ausbildung mit einer Aufstiegsfortbildung
O Angebot von Praktikumsplätzen
  O Erstmaliges Angebot in 2014
  O Angebot in 2014 mit gleichbleibendem Umfang
  O Mehr Angebot in 2014
O Kooperationen mit Hochschulen (z. B. Angebot von dualen Studiengängen)
  O Erstmaliges Angebot in 2014
  O Angebot in 2014 mit gleichbleibendem Umfang
  O Mehr Angebot in 2014
O Kooperationen mit Schulen (z. B. Bildungspartnerschaften)
  O Erstmalige Kooperation in 2014
  O Kooperation in 2014 mit gleichbleibendem Umfang
  O Verstärkte Kooperationen in 2014
O Verbessertes Ausbildungsmarketing
O Steigerung der eigenen Attraktivität durch finanzielle/materielle Anreize
  O Übertarifliche Ausbildungsvergütung
  O Höherer Urlaubsanspruch als gesetzlich vorgesehen
  O Beihilfe zur Mobilität (z. B. Zuschuss zur Monatskarte oder Führerschein)
  O Sonstige Anreize, und zwar: ...

O Ich bilde im Verbund aus oder prüfe gerade die Möglichkeit
O Verstärkte Suche nach Auszubildenden im Ausland
O Verstärkte überregionale Suche nach Auszubildenden
O Andere Vorgehensweisen ...

6. Melden Sie Ihre offenen Ausbildungsplätze der Agentur für Arbeit?

O Ja, immer
O Ja, hin und wieder
O Nein

Auf welchem Wege – außer Einschaltung der Agentur für Arbeit – gewinnen Sie Ihre Auszubildenden?
(Mehrfachnennung möglich)

O Anzeigen in regionalen Printmedien
O Ausbildungsmessen
O Branchenverbände / Arbeitgeberverbände
O Direktwerbung in Schulen
O IHK
O Internet
Wenn ja, in welcher Form wird das Internet genutzt:
O IHK-Lehrstellenbörse
O andere Online-Börsen (z. B. stepstone, monster)
O Soziale Medien (z. B. facebook, Twitter)
O Stellenanzeigen auf der Unternehmenshomepage
O Sonstige Websites
O Private Ausbildungsvermittler
O Zusätzliche Einschaltung der Job-Center
O Persönliche Kontakte
O Andere Wege

...

7. In welchen Bereichen stellen Sie Mängel bei der Ausbildungsreife heutiger Schulabgänger fest?
(Mehrfachnennung möglich)

O Ich stelle keine Mängel fest.

Sozialkompetenz
O Belastbarkeit
O Disziplin
O Interesse und Aufgeschlossenheit
O Leistungsbereitschaft und Motivation
O Umgangsformen
O Teamfähigkeit

Lernergebnisse
O Elementare Rechenfertigkeiten
O Mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen

8. Wie stellen Sie die Eignung von Jugendlichen für den Betrieb fest?
(Mehrfachnennung möglich)

O Schulzeugnisse
O Bewerbungsgespräche
O Empfehlungen
O Praktika
O eigene Kompetenztests
O Assessment-Center
O Sonstige Methoden:

...

9. Wie reagieren Sie auf die mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängern?
(Mehrfachnennung möglich)

O In meinem Betrieb ist es nicht möglich, leistungsschwächere Schulabgänger zu fördern und zu integrieren.

O Angebote für betriebliche Einstiegsqualifizierungen (EQ)
O Angebote für betriebliche Praxisphasen für Jugendliche, die bei einem Bildungsträger ausgebildet werden
O Angebote für langfristige Schülerpraktika zum Lernen im Betrieb (z. B. Praxisklassen)
O Eigenes Angebot von Nachhilfe im Unternehmen
O Einsatz ehrenamtlicher Mentoren/Paten
O Nutzung ausbildungsbegleitender Hilfen der Agentur für Arbeit (z. B. für Nachhilfe)
O Nutzung 2-stufiger Ausbildungsmodelle (2-jähriger Beruf)
O Ich würde mehr Ausbildungsplätze mit lernschwächeren Bewerbern besetzen, wenn ich über Schulzeugnisse hinaus besser über Stärken und Schwächen des Jugendlichen informiert wäre (z. B. über eine differenziertere Beurteilung).
O Ich geben grundsätzlich auch ohne öffentliche Unterstützung lernschwächeren Jugendlichen eine Chance.
O Andere Reaktionen:

...

10. Planen Sie (oder eine Gesellschaft des Betriebes) 2014 voraussichtlich alle Auszubildenden zu übernehmen? (Mehrfachnennung möglich)

O Ja
O Nein, von ___ (Freitext) Auszubildenden übernehme ich ___ (Freitext), weil:
  O Mein Auszubildender ein Studium anfangen will ohne weiterhin im Betrieb tätig zu sein
  O Mein Auszubildender noch einen anderen Beruf lernen will
  O Mein Auszubildender in einen anderen Betrieb wechseln wird
  O Ich keine freie Stelle habe
  O Auszubildender und Betrieb über die Ausbildung hinaus nicht zusammen passen
  O Anderer Grund:

...

11. Bieten Sie im Jahr 2014 mehr oder weniger Ausbildungsplätze an als im Jahr 2013?

O Mehr, weil
- O Ich benötige die Fachkräfte in Zukunft.
- O Gegenwärtig ist meine Geschäftsentwicklung sehr gut.
- O Anderer Grund:

  ...

O Gleich bleibend

O Weniger, weil
- O Tätigkeitsbereiche wurden neu zugeschnitten.
- O Rechtliche Rahmenbedingungen
- O Ich finde keine Bewerber mehr.
- O Ich finde keine geeigneten Bewerber mehr.
- O Langfristig benötige ich nur noch akademisch ausgebildetes Personal.
- O Ich stelle vermehrt Bachelor-Absolventen ein und qualifiziere sie praktisch.
- O Ich biete anstelle der Ausbildung mehr Duale Studiengänge mit integrierter Ausbildung an.
- O Schlechte wirtschaftliche Lage
- O Anderer Grund:

  ...

12. Wie schätzen Sie die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Betriebes im nächsten Jahr ein?

O besser O gleichbleibend O schlechter

13. Was muss aus Ihrer Sicht passieren, damit die duale Ausbildung auch in Zukunft für junge Erwachsene ein attraktiver Karriere-Weg bleibt?

...

Bitte beantworten Sie für statistische Zwecke noch die folgenden Fragen:

A: Zu welcher Branche zählt Ihr Unternehmen?

O Industrie (ohne Bau)
- o Chemie/Pharma
- o Elektrotechnik
- o Ernährungsmittel
- o Kfz-Produktion bzw. Kfz-Zulieferung
- o Maschinenbau
- o Metallerzeugung und -bearbeitung
- o übriger Industriebereich

O Baugewerbe
O IT
O Medien
O Handel
O Gastgewerbe
O Verkehr (Transport/Logistik)
O Banken/Versicherungen
O Unternehmensorientierte Dienste
O Gesundheit/Pflege
O Immobilien
O Andere Branche, und zwar: ...

B: Wie viel Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?

O weniger als 10
O 10-19
O 20-199
O 200-499
O 500-1.000
O mehr als 1.000

C: Wie viele Auszubildende beschäftigen Sie zur Zeit?

O weniger als 5
O 5 bis 15
O 16 bis 100
O mehr als 100

D: Ist Ihr Unternehmen an einen Tarifvertrag gebunden?

O Ja
O Nein