



Ausbildung 2022

Ergebnisse einer DIHK-Online-
Unternehmensbefragung

DIHK

Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

 **Gemeinsam Ausbilden**

Der DIHK hat erneut die Unternehmen zu ihren Ausbildungserfahrungen befragt:

In der Zeit vom 18. Mai bis 3. Juni 2022 konnten sich Unternehmen online an der Befragung beteiligen. Die Auswahl und Ansprache der Unternehmen erfolgte über die Industrie- und Handelskammern. Insgesamt beteiligten sich 14.797 Unternehmen an der Online-Umfrage.

Die Antworten verteilen sich auf die Wirtschaftszweige wie folgt:

Industrie (ohne Bau) 26 Prozent, Baugewerbe sechs Prozent, IT acht Prozent, Medien zwei Prozent, Handel 16 Prozent, Gastgewerbe fünf Prozent, Veranstaltungswirtschaft ein Prozent, Verkehr (Transport/Logistik) fünf Prozent, Banken/Versicherungen sechs Prozent, Unternehmensorientierte Dienste ein Prozent, Gesundheit/Pflege drei Prozent, Immobilien drei Prozent, Sonstige Dienstleistungen 18 Prozent.

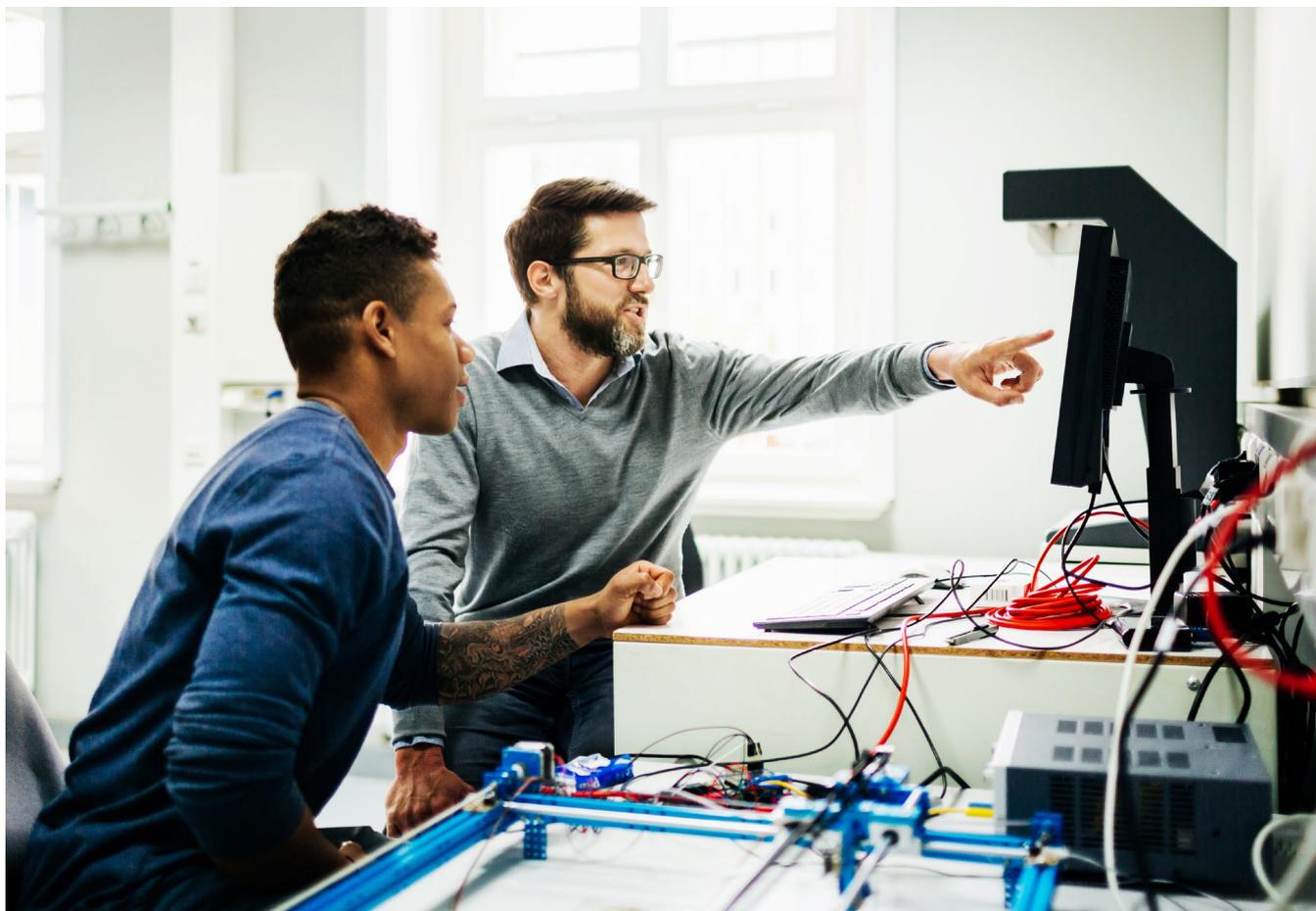
Nach Größenklassen zeigt sich folgende Verteilung:

Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten 13 Prozent, Unternehmen mit zehn bis 19 Beschäftigten zwölf Prozent, Unternehmen mit 20 bis 199 Beschäftigten 48 Prozent, Unternehmen mit 200 bis 499 Beschäftigten 13 Prozent, Unternehmen mit 500 bis 1.000 Beschäftigten sechs Prozent, Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten acht 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.

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



Inhalt

Die wichtigsten Erkenntnisse	5
<hr/>	
Duale Ausbildung vor großen Herausforderungen	6
<hr/>	
Weniger Berufsorientierung – weniger Bewerbungen – weniger neue Azubis	6
<hr/>	
Nachwuchsgewinnung für alle Branchen schwerer geworden	7
<hr/>	
Gründe für die Nichtbesetzung vieler Ausbildungsplätze	8
<hr/>	
Biete Werkbank gegen Schulbank: Mehr Berufsorientierung für mehr Azubis	8
<hr/>	
Die Wünsche der Generation Z an Ausbildung	9
<hr/>	
Viele Branchen nutzen ihre Chance zur Image-Verbesserung	11
<hr/>	
Attraktive Ausbildungsinhalte garantiert	11
<hr/>	
Unternehmen gegen Ausbildungsgarantie auf Wunschberufen	12
<hr/>	
Weiterbildung nach Corona-Pandemie weiter im Suchmodus	13
<hr/>	
Herausforderungen für die Weiterbildung in den Branchen	13
<hr/>	
Weiterbildungspotenzial nach Unternehmensgröße	14
<hr/>	
Ohne Beschäftigte geht es nicht	14
<hr/>	



Die wichtigsten Erkenntnisse

Ausbildungsplätze erfolgreich zu besetzen, war für Unternehmen noch nie so schwer.

42 Prozent aller IHK-Ausbildungsbetriebe konnten im vergangenen Jahr nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen – ein Anstieg um zehn Prozentpunkte gegenüber dem letzten Befragungszeitpunkt. Die Schere zwischen Ausbildungsangeboten und nachfragenden Jugendlichen ist noch weiter auseinander gegangen.

Mehr als jeder dritte Betrieb mit offenen Ausbildungsplätzen hat keine einzige Bewerbung erhalten.

36 Prozent der IHK-Ausbildungsbetriebe, die nicht alle Ausbildungsplätze vergeben konnten, haben keine einzige Bewerbung erhalten; dies bedeutet einen Anstieg auf 27.000 Ausbildungsbetriebe. Diese Situation ist nicht zuletzt auf die ausgefallenen Schülerbetriebspraktika während der Pandemie zurückzuführen. Das Fehlen von Praxiserfahrungen hat bei vielen Jugendlichen die Berufsorientierung noch einmal deutlich erschwert.

Mangelnde Berufsorientierung der vergangenen Corona-Jahre hat das Matching nachhaltig beschädigt.

Die für die Besetzung von Ausbildungsplätzen entscheidende Berufsorientierung ist coronabedingt während der vergangenen zwei Jahre zu häufig entfallen. Trotz erschwelter Bedingungen leisten die Betriebe einen wichtigen Beitrag zu einer praxisorientierten Berufsorientierung – auch wenn sie es nicht allein in der Hand haben. Drei von vier Ausbildungsbetrieben wollen ihr Engagement in der beruflichen Orientierung künftig sogar weiter ausbauen.

Betriebe richten ihre Ausbildung zunehmend an den Wünschen der Generation Z aus und bewerben sich bei ihrem Nachwuchs.

Arbeiten in flachen Hierarchien (58 Prozent) und mit moderner IT-Technik (51 Prozent) sind Top-Anreize der Ausbildungsunternehmen. Was attraktiv ist und welche Maßnahmen umsetzbar sind, ist dabei von Branche zu Branche verschieden. So ist es etwa in der Gastronomie meist notwendig, vor Ort zu sein. Mobiles Ausbilden ist kaum möglich. 48 Prozent der IHK-Ausbildungsbetriebe in der Gastronomie streben vor diesem Hintergrund an, ihre Attraktivität eher durch finanzielle Anreize zu steigern. Erfreulich ist die Attraktivität der Ausbildungsinhalte. Aus Sicht von 94 Prozent der Ausbildungsbetriebe sind die Inhalte der bestehenden Ausbildungsberufe modern und am betrieblichen Bedarf orientiert.

Unternehmen votieren gegen eine Ausbildungsgarantie auf Wunschberufe.

Mehr als 80 Prozent der befragten Unternehmen lehnen eine Ausbildungsgarantie auf Wunschberufe ab. Sie haben Sorge vor einer deutlichen Zunahme außerbetrieblich Qualifizierter. Diese entsprechen häufig nicht dem Bedarf der Praxis. Darüber hinaus fürchten die Betriebe, dann noch weniger Bewerbungen für ihre Ausbildungsplätze zu erhalten.

Die gute Auftragslage ist die größte Hürde für die Weiterbildung.

Bei der Weiterbildung ihrer Belegschaft sehen Unternehmen eine Reihe von Hürden: Fast 30 Prozent nennen als größtes Hindernis eine gute Auftragslage. Die Abwesenheit von Mitarbeitenden, zum Beispiel durch Krankheit, erschwert Weiterbildung. Weitere Hürden sind die teils mangelnde Bereitschaft der Mitarbeitenden (21 Prozent) sowie das Auffinden geeigneter Angebote (20 Prozent). Immerhin berichtet ein knappes Drittel der Betriebe davon, aktuell keinen weiterbildungsbezogenen Herausforderungen gegenüberzustehen.



Duale Ausbildung vor großen Herausforderungen

Bereits vor der Corona-Pandemie spielte das Thema Fachkräftesicherung eine zentrale Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in Deutschland. Erfahrene Fachkräfte der Baby-Boomer-Generation gehen in den nächsten Jahren in den Ruhestand; häufig sind es beruflich qualifizierte Personen. Der Fachkräftemangel ist derzeit für 56 Prozent der Unternehmen ein Risiko für ihre Geschäftsentwicklung. Damit hat der Fachkräftemangel nach einem Rückgang in der Coronakrise seinen Höchststand aus dem Herbst 2018 (62 Prozent) schon fast wieder erreicht. Die demografische Entwicklung sorgt dafür, dass die Herausforderungen künftig noch zunehmen.

Die Corona-Pandemie hat in den Jahren 2020 und 2021 das Ausbildungsgeschehen in Deutschland kräftig durcheinandergebracht. Weite Teile der IHK-Ausbildungsbetriebe waren nahezu über Nacht mit der Situation konfrontiert, dass Berufsschulen schlossen. Für einen Teil der Betriebe wurde Ausbilden sehr erschwert, da ihr Geschäft weggebrochen war oder sie zeitweise von harten Lockdowns betroffen waren. Viele Betriebe haben dennoch unter großen Herausforderungen ihre Azubis zum

Ausbildungsabschluss begleitet. An das Einstellen neuer Azubis konnten viele Betriebe jedoch nicht denken.

Bei einem anderen Teil der Ausbildungsbetriebe wechselten viele Mitarbeitende ins Homeoffice. In dieser Situation galt es, die Azubis dennoch bestmöglich auszubilden. Zahlreiche Betriebe ermöglichten dies nicht zuletzt durch mobiles Ausbilden.

Ein weiterer Teil der Ausbildungsbetriebe war auf andere Weise gefordert. So wurde Ausbildung beispielsweise im Lebensmitteleinzelhandel trotz schwierigster Bedingungen vor Ort fortgesetzt. Damit leisteten diese Betriebe auch während der Pandemie einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung junger Fachkräfte. Allen Ausbildungsbetrieben in Deutschland gilt unser Dank und unsere Anerkennung für ihr Engagement in dieser besonderen Zeit.

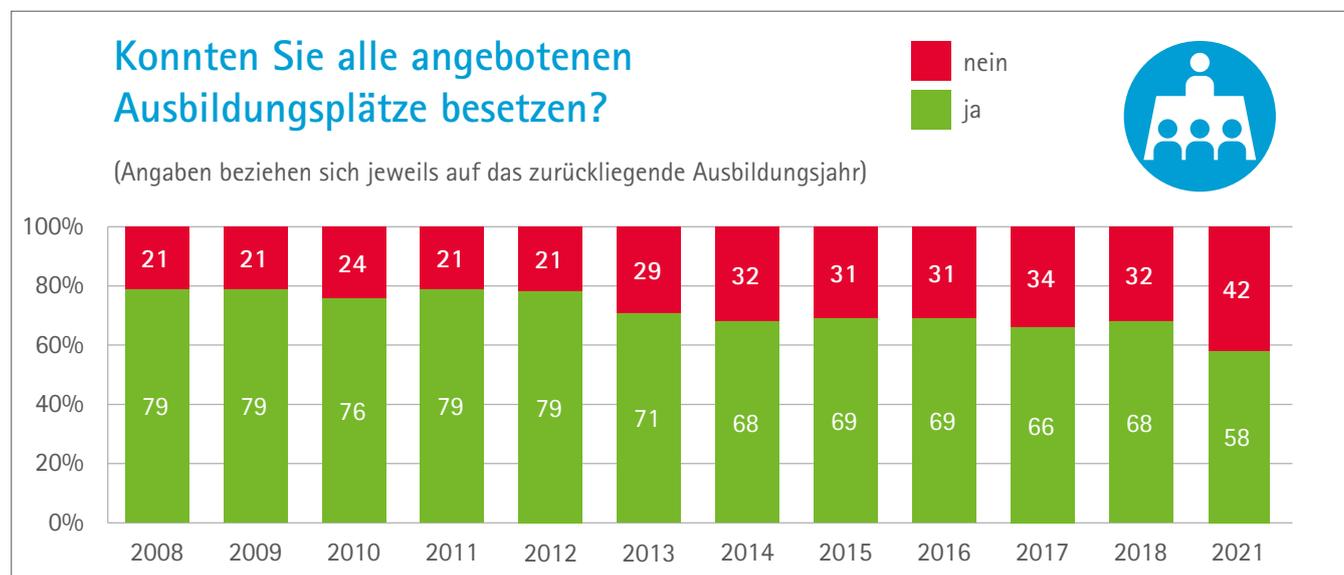
Die Jahre 2020/21 haben den hohen Stellenwert der beruflichen Orientierung deutlich gemacht. Die Erfahrung lautet: Weniger Berufsorientierung hat weniger Bewerbungen zur Folge. Und das wiederum bedeutet am Ende weniger neue Azubis.

Weniger Berufsorientierung – weniger Bewerbungen – weniger neue Azubis

Die Entwicklung der zurückliegenden Corona-Jahre hat dazu geführt, dass zuletzt 42 Prozent der Ausbildungsbetriebe nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen konnten – ein Allzeithoch. Dies entspricht einer Steigerung um zehn Prozentpunkte innerhalb weniger Jahre. 2018 konnte etwa jeder dritte IHK-Ausbildungsbetrieb nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen.

Eine Verschlechterung bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen ist aktuell in allen Regionen Deutschlands zu verzeichnen.

Die Situation in den westdeutschen Bundesländern hat sich in den vergangenen Jahren deutlich schlechter entwickelt als im Osten. Die Unternehmen in den traditionell ausbildungsstarken südlichen Bundesländern sind in besonderer Weise vom Bewerbermangel betroffen. Denn: Wer besonders viele Ausbildungsplätze anbietet, geht das Risiko ein, am Ende leer auszugehen. In den östlichen Bundesländern geben aktuell 48 Prozent der IHK-Ausbildungsbetriebe an, dass sie nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten – ebenfalls ein Allzeithoch. 2018 waren es noch 45 Prozent.



Nachwuchsgewinnung für alle Branchen schwerer geworden

Die Herausforderung, Ausbildungsplätze erfolgreich zu besetzen, war in den einzelnen Branchen schon immer unterschiedlich stark ausgeprägt. Folgerichtig haben die Branchen in den vergangenen Jahren auch unterschiedliche Herangehensweisen gewählt. Zuletzt konnten vereinzelt zwar Verbesserungen bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen erzielt werden. In diesem Jahr jedoch zeigt sich eine Verschlechterung der Besetzungssituation über fast alle Branchen hinweg. Nur der Bereich der Unternehmensorientierten Dienstleistungen zeigt ein konstantes Antwortverhalten.

Ausmaß der Veränderung im Vergleich zum Branchendurchschnitt und im Vergleich zum Vorjahr:

Gastgewerbe, Verkehr und Industrie (ohne Bau) lagen bereits in den Vorjahren über dem Branchendurchschnitt und halten diese Position. Das bedeutet, sie haben mehr Besetzungsprobleme als andere Branchen. Die Situation des Baugewerbes hingegen hat sich verbessert: Lag die Branche in den Vorjahren noch über dem Durchschnitt und hatte somit größere Besetzungsschwierigkeiten, liegt sie in diesem Jahr exakt im Mittel, genau wie der Handel.

Gemessen an einer durchschnittlichen Verschlechterung von minus zehn Prozentpunkten (2018: 32 Prozent / 2021: 42 Prozent) fiel es insbesondere der Industrie (ohne Bau) deutlich schwerer, alle angebotenen Ausbildungsplätze zu besetzen (minus 17 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr). Gründe für die

überdurchschnittlichen Besetzungsschwierigkeiten könnten darin liegen, dass viele Tätigkeiten der Industrie eine Anwesenheit vor Ort voraussetzen. Strenge Corona-Auflagen für die Betriebe haben jedoch die Anwesenheit beispielsweise für Praktikanten erschwert. Auf Schülerpraktika folgen häufig Bewerbungen, weil das Interesse an einem Ausbildungsberuf entstanden ist. Darüber hinaus gab es 2021 – zum Bewerbungszeitpunkt der potenziellen Azubis – eine noch hohe Unsicherheit zum Umgang mit der Pandemie. In der Folge haben sicherlich viele Schulabgänger ihre Bewerbung zunächst zurückgestellt.

Im Baugewerbe fällt die Verschlechterung der Besetzungssituation geringer aus. Eine im Vergleich moderate Verschlechterung von fünf Prozentpunkten weist auch der Handel aus.

Banken/Versicherungen, IT, Medien und Immobilien lagen vor der Corona-Pandemie bereits im Feld der Betriebe, die in der Regel alle Ausbildungsplätze besetzen konnten. Auch wenn die Schwierigkeiten größer geworden sind, ist es den Unternehmen gelungen, die angebotenen Ausbildungsplätze erneut vollständig zu besetzen. Grund: Die genannten Branchen umfassen meist Berufe, die auch im Homeoffice ausgeübt werden können. Vielen dieser Unternehmen war es dadurch möglich, durch neue Prozesse und neue Lehr- und Lernmethoden ihre Ausbildung zusätzlich auf „mobil“ umzustellen. Die Unternehmen konnten ihren Azubis durch diese Umstellung mehr Flexibilität bei der Durchführung von Praktika und mobilem Ausbilden ermöglichen. Damit dürften sie hinsichtlich des Sicherheitsbedürfnisses einiger Jugendlicher gepunktet und andererseits vielen Wünsche der Generation Z entsprochen haben.

Konnten Sie im Jahr 2021 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

(Ergebnisse differenziert nach Branchen, sortiert nach Nein-Antworten 2021)



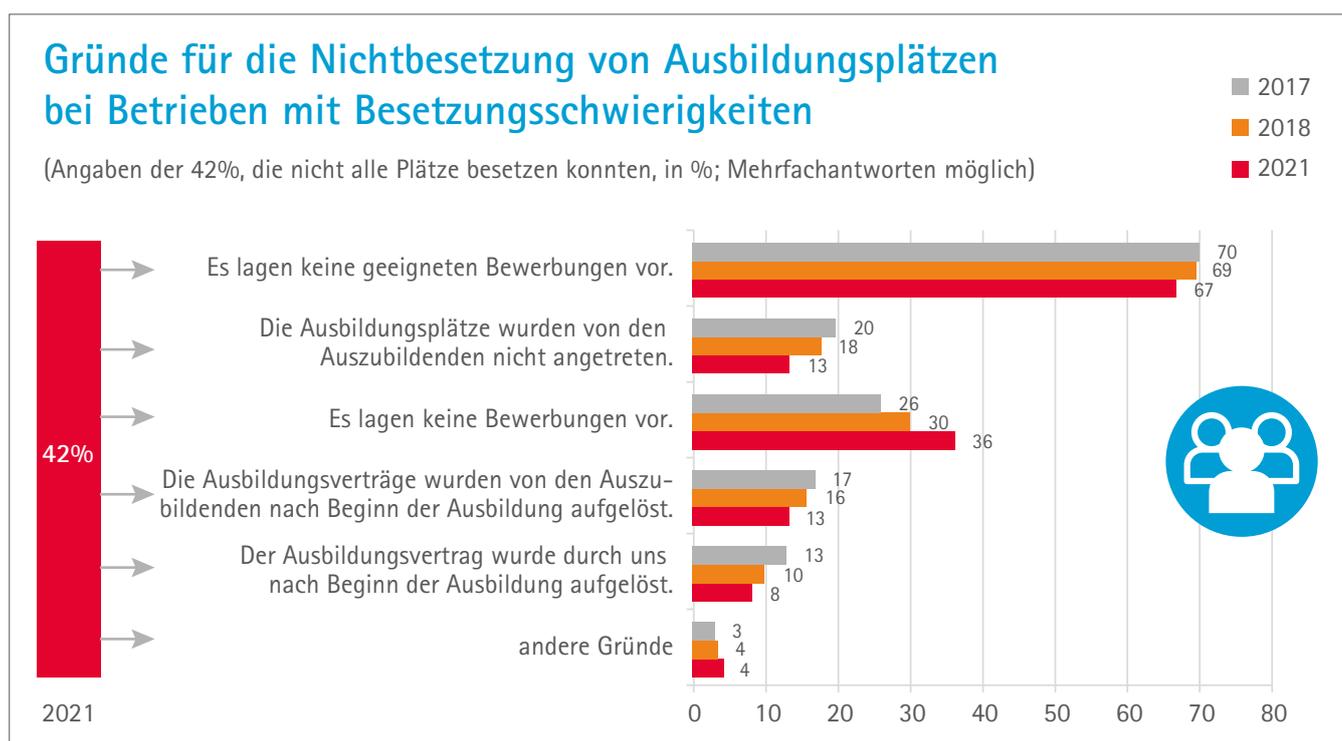
Branche	Nein (2021)	Nein (2018)
Gastgewerbe	67 %	56 %
Verkehr (Transport / Logistik)	54 %	40 %
Industrie (ohne Bau)	50 %	33 %
Durchschnitt	42 %	32 %
Baugewerbe	42 %	37 %
Handel	42 %	32 %
Veranstaltungswirtschaft	36 %	--
Banken / Versicherungen	35 %	31 %
Gesundheit / Pflege	34 %	21 %
Sonstige Dienstleistungen	34 %	27 %
IT	29 %	24 %
Medien	27 %	19 %
Unternehmensorientierte Dienste	26 %	26 %
Immobilien	15 %	10 %

Gründe für die Nichtbesetzung vieler Ausbildungsplätze

42 Prozent aller Ausbildungsbetriebe berichten, dass sie 2021 nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen konnten. Die Gründe sind besorgniserregend: Hauptursache bleibt mit 67 Prozent (2018: 69 Prozent), dass keine geeigneten Bewerbungen vorlagen. Den größten Sprung im Ranking der Besetzungsprobleme hat die Antwort gemacht, dass viele Betriebe überhaupt keine Bewerbungen mehr erhalten haben. Mehr als jeder dritte Betrieb (36 Prozent), der nicht

alle Ausbildungsplätze besetzen konnte, hat nicht eine einzige Bewerbung erhalten. Somit ist der Anteil der Betriebe, die gar keine Bewerbungen mehr erhalten, abermals angestiegen. Auch die absolute Zahl betroffener Betriebe ist 2021 erneut erhöht – auf nunmehr 27.000 (2018: 18.000, 2017: 17.000 und 2016: 15.500).

Eine leicht verbesserte Situation zeichnet sich bei der Azubi-Bindung ab: Wenn ein Ausbildungsvertrag geschlossen wurde, wird er seltener als in den Vorjahren seitens der Azubis oder auch der Unternehmen nach Ausbildungsbeginn gelöst.



Biete Werkbank gegen Schulbank: Mehr Berufsorientierung für mehr Azubis

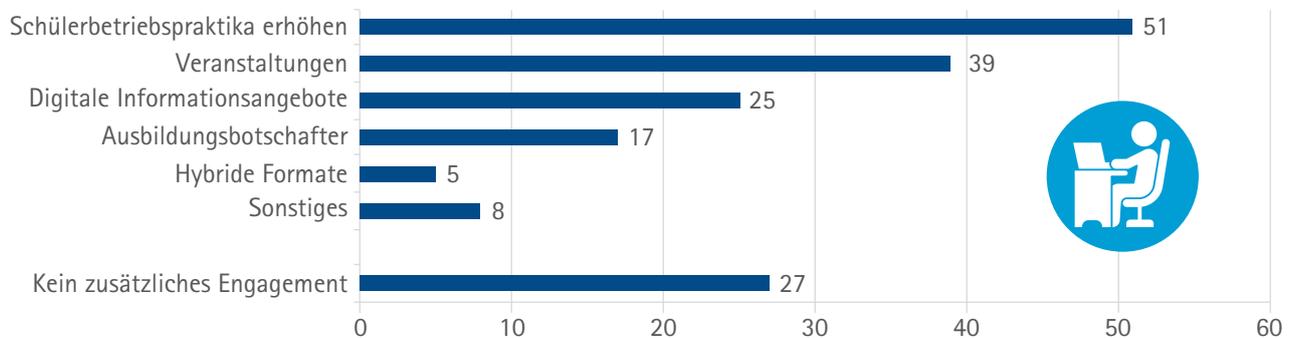
Die Corona-bedingten Einschränkungen haben die Berufsorientierung, Berufsberatung und Ausbildungsplatzsuche erheblich erschwert. Viele Ausbildungsmessen und Betriebspraktika konnten nicht wie gehabt stattfinden, mussten komplett abgesagt oder in den digitalen Raum verlegt werden. Auch die Berufsberater der Arbeitsagenturen konnten nicht wie gewohnt in die Schulen gehen. Vor allem im IHK-Bereich, in dem viele Branchen und Betriebe während des Lockdowns vorübergehend komplett geschlossen waren, die Belegschaft phasenweise komplett im Homeoffice gearbeitet hat und es Zugangsbeschränkungen für Externe gab, waren Praxiserlebnisse für Schüler zeitweise schwierig. So haben viele Jugendliche, die im vergangenen oder in diesem Jahr die Schulen verlassen haben, kein Schülerpraktikum oder andere Maßnahmen der beruflichen Orientierung nutzen können.

Diese fehlende berufliche Orientierung hat die Unsicherheit und unklaren Berufsvorstellungen vieler Jugendlicher weiter verstärkt. Beides ist an den sinkenden Bewerberzahlen der Arbeitsagenturen und Betriebe belegbar. Eine praxisorientierte Berufsorientierung und frühzeitige Praktika sind aber entscheidend dafür, Angebot und Nachfrage auf dem Ausbildungsmarkt zusammenzubringen.

Die Unternehmen wissen um den hohen Stellenwert der Berufsorientierung für beide Seiten: Ohne Praktika keine Azubis und ohne Azubis keine ausgebildeten Fachkräfte, die so dringend von der Wirtschaft gesucht werden. Drei von vier Ausbildungsbetrieben wollen deshalb ihr Engagement in der beruflichen Orientierung noch weiter stärken:

Ein wichtiger Teil der Berufsorientierung sind bspw. Betriebsbesuche und Schülerpraktika. Wie wollen Sie sich engagieren, um Jugendlichen diese (Praxis-)Erfahrungen wieder vermehrt zu ermöglichen?

(in %; Mehrfachantworten möglich, n = 14.355)



Für das zusätzliche betriebliche Engagement zur Berufsorientierung Jugendlicher tragen die Unternehmen, insbesondere durch ein sehr deutliches Mehrangebot von Schülerbetriebspraktika bei. Mehr als jeder zweite Ausbildungsbetrieb will mehr Praktikumsplätze zur Verfügung stellen. In der Industrie, im Maschinenbau, der Kfz-Produktion/Zulieferung und Metallverarbeitung sowie dem Gastgewerbe sind es sogar über 60 Prozent, die künftig mehr Praktikumsplätze anbieten wollen. 39 Prozent der Ausbildungsbetriebe wollen künftig verstärkt Veranstaltungen anbieten: Dahinter verbergen sich beispielsweise Azubi-Speed-Datings oder die Zusammenarbeit mit Schulen, wie zum Beispiel ein Tag der offenen Tür im Betrieb. Die digitalen Informationsangebote bleiben weiterhin beliebt und wurden von 25 Prozent der Betriebe an dritter Stelle genannt. Und noch fünf Prozent der Ausbildungsbetriebe wollen ihr Engagement zur beruflichen Orientierung dadurch stärken, dass sie künftig hybride Formate ausbauen.

17 Prozent wollen vermehrt mit Ausbildungsbotschaftern und Azubiscouts in die Schulen gehen, um authentisch Peer-to-Peer für die beruflichen Perspektiven einer dualen Berufsausbildung zu werben. Bei den Betrieben aus der Kfz-Produktion beziehungsweise Kfz-Zulieferung sind es sogar 30 Prozent. Insgesamt bauen die Unternehmen im Bereich der "blue-collar worker", der Industriearbeiter, ihr Engagement noch etwas stärker aus als im Bereich der "white-collar worker", der klassischen Bürojobs.

Die Unternehmen sind sich der schwierigen Situation des mangelnden Fachkräftenachwuchses bewusst. Sie weiten ihre bereits großen Anstrengungen in der beruflichen Orientierung noch weiter aus. Die Unternehmen haben ihre Türen und Tore weit geöffnet und werben um den Nachwuchs. Während der Pandemie haben Wirtschaft und Kammern neue digitale Formate entwickelt, um die fehlenden Angebote zur Berufsorientierung von Schulen und Arbeitsagenturen bestmöglich abzufedern. Diese digitalen, hybriden und analogen Ansätze sollen fortgeführt und weiterentwickelt werden, um Jugendlichen künftig wieder mehr Angebote machen zu können: Denn mehr Berufsorientierung hat mehr Bewerber zur Folge. Und das bedeutet am Ende mehr Azubis.

Tipp: Auf der Suche nach dem Traumberuf oder einem Ausbildungsplatz? Die interaktive Landkarte zu den bundesweiten IHK-Angeboten der Berufsorientierung und Ausbildungsplatzsuche hilft Schülerinnen und Schülern, Ausbildungsplatzsuchenden, Eltern, Lehrkräften sowie Studienzweiflern oder -abbrechern, passende Angebote zu finden – digital und in Präsenz vor Ort.

<https://www.ihk.de/themen/ausbildung/berufsorientierung-5507718>

Die Wünsche der Generation Z an Ausbildung

Das wettbewerbliche Umfeld eines Unternehmens unterliegt dem steten Wandel. Unternehmen müssen sich fortwährend anpassen, um weiterhin erfolgreich zu sein. Um für die zukünftigen Azubis attraktiv zu sein, wird auch die Ausbildung in den Betrieben vor Ort kontinuierlich angepasst. Mit einer als attraktiv wahrgenommenen Ausbildung versuchen sich Unternehmen erfolgreicher bei ihren potenziellen Azubis zu bewerben.

Die Ausbildungsordnung eines Berufes umfasst Mindeststandards, die ein Azubi während seiner Ausbildung lernen muss, um diese erfolgreich abschließen zu können. Die Art und Weise der Gestaltung von Ausbildung ist den Betrieben überlassen. Sie bietet somit ein hohes Maß an Flexibilität, um die betrieblichen Bedarfe aufnehmen zu können. Diese Flexibilität bei der Durchführung von Ausbildung kommt in den meisten Fällen auch den Auszubildenden zugute. Für sie

bietet sich etwa die Möglichkeit der Individualisierung ihrer Ausbildung bzw. der Profilbildung.

Lesetipp: Zu den Wünschen junger Menschen an ihre Ausbildung hat die Enquete-Kommission „Berufliche Bildung in der digitalen Arbeitswelt“ des Deutschen Bundestages eine Studie beauftragt. Sie zeigt einige Überschneidungen mit den Auswertungen dieser Umfrage und ist online abrufbar unter: <https://www.mitmischen.de/zukunftsdialog-ausbildung/was-wuenschen-sich-jugendliche-fuer-ihre-ausbildung>

Erstmalig haben wir die Ausbildungsbetriebe zu ihren Aktivitäten zur modernen und attraktiven Gestaltung von Ausbildung befragt. Das Engagement der Unternehmen wird deutlich, ihre Ausbildung für Jugendliche attraktiv zu gestalten und die Wünsche der Generation Z so weit wie möglich aufzunehmen.

Fast sechs von zehn Unternehmen (58 Prozent) haben ihre Hierarchien für Azubis flacher gestaltet. Die Antworten zeigen eine Verschiebung vom einstigen „Lehrling“ hin zum „Team-Mitglied“ ab dem ersten Tag. Jedes zweite Unternehmen (51 Prozent) hat die IT-Ausstattung ihrer Azubis verbessert. Aus anderen Befragungen ist bekannt, dass dies für Jugendliche ein wichtiger Faktor bei der Auswahl ihres Ausbildungsbetriebes ist. Aus Sicht der Unternehmen sind Änderungen an der Ausstattung mit moderner IT-Technik im Vergleich zu anderen Ansatzpunkten relativ schnell umsetzbar. Noch dazu profitieren alle Seiten.

Mehr als jedes dritte Unternehmen (37 Prozent) hat seine Einstellungsverfahren aus Bewerbersicht attraktiver gestaltet. Durch die Neugestaltung eines Bewerbungsprozesses kann beispielsweise häufig schnelleres Feedback und zugleich eine intensivere Bindung ans Unternehmen erfolgen. Ähnlich viele Unternehmen berichten von finanziellen Anreizen zur positiven Ausgestaltung ihrer Ausbildung. Dabei dürfte eine übertarifliche Ausbildungsvergütung eine eher untergeordnete Rolle spielen. Die Ausbil-

ungsvergütungen im IHK-Bereich liegen mit durchschnittlich 1.039 Euro ohnehin über dem Durchschnitt von 987 Euro über alle Branchen hinweg. Hinter „finanziellen Anreizen“ können sich auch Anreize für gute Lernergebnisse, Beihilfen zur Mobilität beziehungsweise Wohnen oder andere „Goodies“ verbergen.

Die Einführung neuer „Lehr- und Lernkonzepte“ hat schon rund jeder vierte Ausbildungsbetrieb (27 Prozent) angestoßen. Viele dieser Betriebe nehmen die Überarbeitungen der Lernsituation als stetigen Veränderungsprozess an. Derzeit werden insbesondere Konzepte weg von reiner Wissensvermittlung und Frontalunterricht hin zu Lernbegleitung durch eigene Erfahrungen angepasst. Thematisch dazu passend bieten 26 Prozent der Ausbildungsbetriebe Azubi-Projekte an, bei denen Azubis die Verantwortung für ein Projekt von A bis Z übernehmen und zudem häufig in interdisziplinären Teams arbeiten.

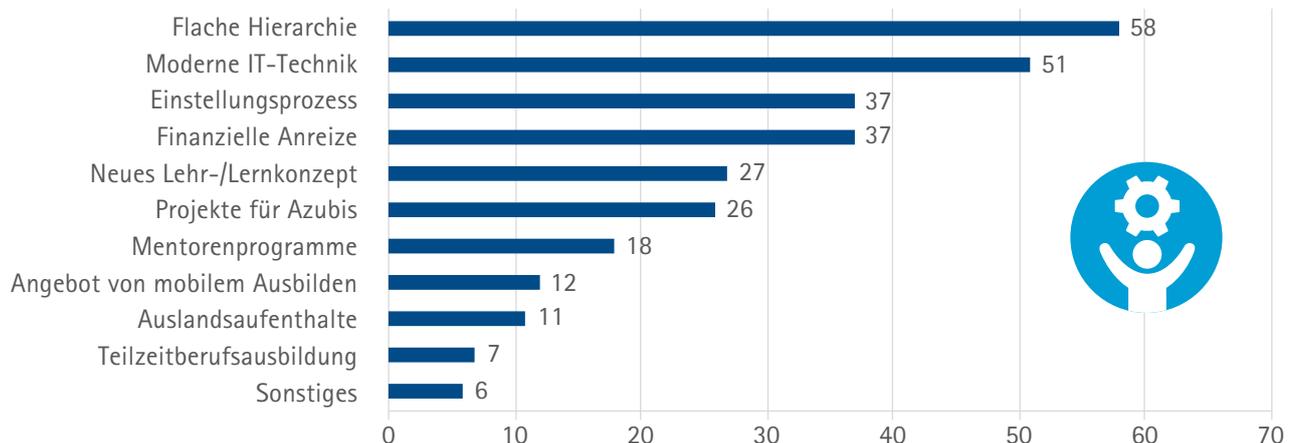
18 Prozent der Ausbildungsbetriebe haben Mentorenprogramme eingeführt. Bei den Großbetrieben mit über 1.000 Mitarbeitenden waren es noch deutlich mehr. Hier bieten fast drei von zehn Unternehmen (27 Prozent) diese Möglichkeit an.

Die Angebote von „mobilem Ausbilden“ (zwölf Prozent), die Integration von Auslandsaufenthalten während der Ausbildung (elf Prozent) oder das Absolvieren der Ausbildung in Teilzeit (sieben Prozent) folgen auf den weiteren Positionen des Rankings. In den offenen Antworten wurden häufig Ansatzpunkte genannt, die das Wohlfühlen der Azubis im Betrieb positiv fördern können, wie Azubi-Ausflüge, Azubi-Meetings, Onboarding-Wochen, aber auch Seminare.

Neue Möglichkeiten der Ausbildungsgestaltung oder Innovationen von Unternehmen/Branchen führen zu den Erfahrungen, durch die sich Ausbildung am Wirtschaftsstandort Deutschland weiterentwickelt. Nur durch diese Erfahrungswerte und den Mut zur Veränderung kann gemeinsame Entwicklung stattfinden.

Inwiefern haben Sie in den vergangenen Jahren Ihre Ausbildung verändert, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für zukünftige Azubis zu machen?

(in %; Mehrfachantworten möglich, n = 13.073)



Viele Branchen nutzen ihre Chance zur Image-Verbesserung

Die Angaben der Branchen zur Weiterentwicklung der Ausbildung im jeweiligen Umfeld weisen interessante Unterschiede auf. Denn Arbeitsorte und Anforderungen an die Arbeit unterscheiden sich. So zeichnet sich der Bereich Industrie (ohne Bau) beispielsweise dadurch aus, dass 30 Prozent der Betriebe an neuen Lehr-Lernkonzepten gearbeitet haben, ebenfalls 30 Prozent Azubi-Projekte und 17 Prozent Auslandsaufenthalte anbieten. Die Ausbildungsbetriebe im Baugewerbe haben ihren Fokus auf finanzielle Anreize gesetzt (42 Prozent); genau wie im Gastgewerbe (48 Prozent). In beiden Branchen ist klar, dass physische Anwesenheit notwendig ist. Im Gastgewerbe sind flache Hierarchien (68 Prozent) und Teilzeitberufsausbildung (zehn Prozent) etwas weiterverbreitet als im Branchen-Durchschnitt. Das Angebot von „mobilem Ausbilden“ findet sich überdurchschnittlich häufig in den Betrieben der IT-Branche (26 Prozent), Medienbranche (25 Prozent) sowie den Banken (21 Prozent).

Die Aufwertung ihrer Ausbildung durch moderne IT-Technik haben 78 Prozent der Betriebe der IT-Branche angegeben sowie jeweils 68 Prozent der Betriebe der Bereiche Medien, Banken/ Versicherungen und Unternehmensorientierten Dienstleistungen.

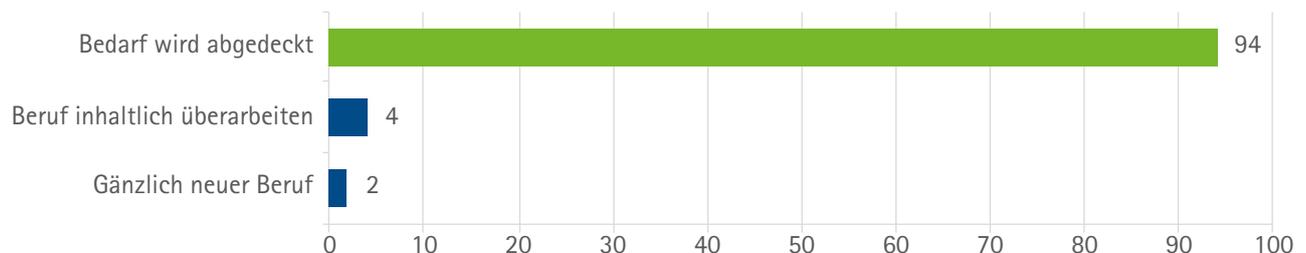
Attraktive Ausbildungsinhalte garantiert

Die Zukunftssicherheit von Berufen und der Anspruch auf aktuelle Ausbildungsinhalte beschäftigt sowohl junge Menschen bei der Berufswahl als auch die Betriebe beim Ausbilden. Eine Ausbildungsordnung umfasst die Mindestinhalte einer Ausbildung, die zum Ausbildungsabschluss erworben werden müssen. Die Ausbildungsordnungen sind immer technikoffen formuliert, so dass Azubis jeweils auf der derzeit gängigen Software, Maschine, etc. ausgebildet werden können, damit sie nach dem Abschluss ihrer Ausbildung gleich ins Team integriert werden können.

Ganze 94 Prozent der Unternehmen geben an, dass durch diese Technikoffenheit die Aktualität der Ausbildungsberufe vor dem Hintergrund der Digitalisierung gewährleistet ist. Nur vier Prozent der Unternehmen sehen Handlungsbedarf zur Überarbeitung von Berufen und nur zwei Prozent sehen einen Bedarf für einen neuen Beruf. Weder bei der Überarbeitung eines bestehenden Berufs noch bei der Kreation eines neuen Berufs zeichnet sich ein klares Bild für einen bestimmten Bedarf ab. Eine kleine Häufung der Nennungen gibt es im IT-Bereich.

Treffen die aktuellen Ausbildungsberufe vor dem Hintergrund der Digitalisierung Ihren betrieblichen Bedarf?

(in %; Mehrfachantworten möglich, n = 14.210)



Gibt es eigentlich Umwelt- und Klimaberufe?

Aktuell gibt es in Deutschland 324 Ausbildungsberufe. Aktuelle Themen wie Klimaschutz und Nachhaltigkeit gewinnen damit auch an Bedeutung in der Aus- und Weiterbildung. In der Breite der Berufe geht es mit Blick auf betriebliche Aspekte wie Energieeffizienz, Ressourcenverbrauch und Umweltschutz darum, wie Prozesse nachhaltiger gestaltet werden können.

Deshalb ist es für Unternehmen wichtig, dass bereits Azubis das dafür benötigte Wissen erwerben. Perspektivisch werden über die so genannten „Standardberufsbildpositionen“ in jeder Berufsausbildung Themen wie Umweltschutz und Nachhaltigkeit verankert sein. Die vier umwelttechnischen Berufe, z. B. Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft, werden gerade novelliert, um zeitgemäßer und attraktiver zu werden.

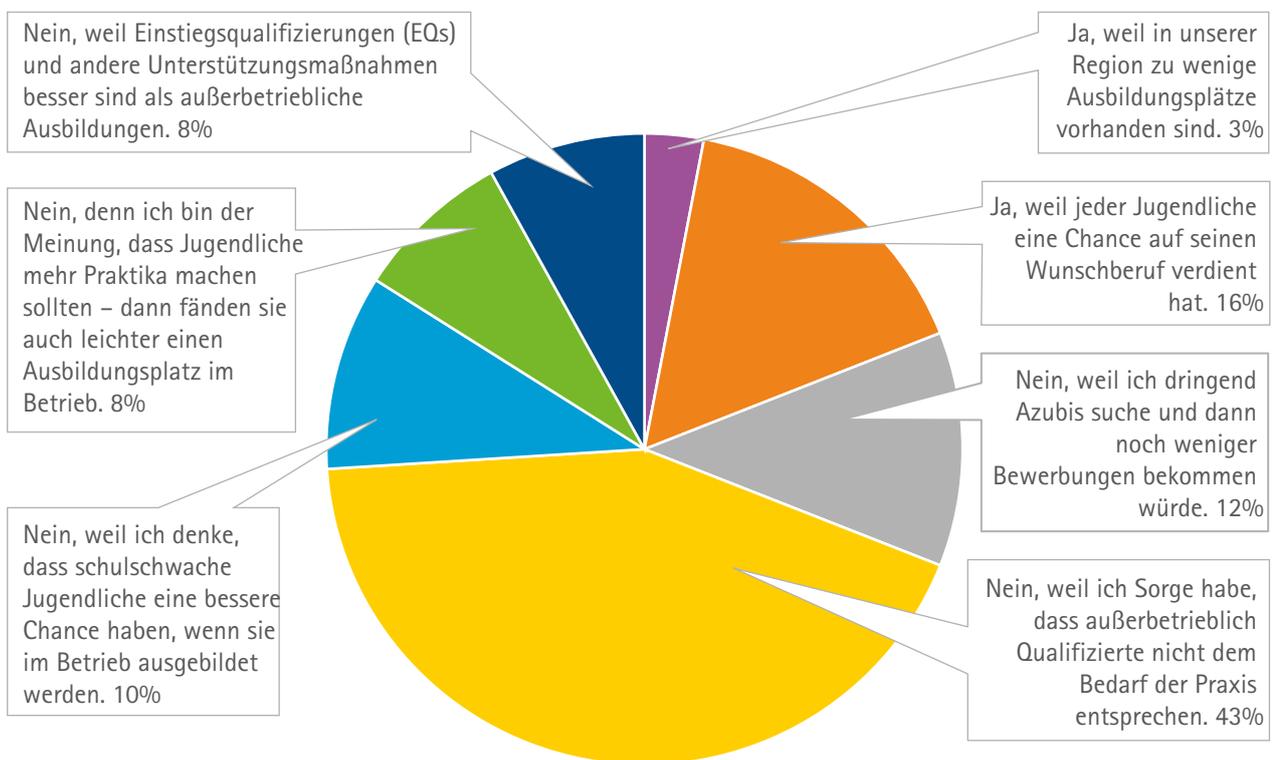
Unternehmen gegen Ausbildungsgarantie auf Wunschberufe

Die Bundesregierung plant laut Koalitionsvertrag die Einführung einer Ausbildungsgarantie, die sich am Vorbild Österreichs orientiert. Jugendliche bis 25 Jahre, die bei der Suche nach einem von ihnen favorisierten Ausbildungsplatz erfolglos waren, haben dort einen gesetzlich verbrieften Anspruch auf einen außerbetrieblichen, staatlich finanzierten Ausbildungsplatz.

Mehr als 80 Prozent der IHK-Ausbildungsbetriebe lehnen eine Ausbildungsgarantie auf Wunschberufe für Deutschland ab: 43 Prozent der befragten Betriebe haben die Sorge, dass außerbetrieblich Qualifizierte nicht dem Bedarf der Praxis

entsprechen. Zwölf Prozent befürchten, dass sie dann noch weniger Bewerbungen bekommen, obwohl sie schon jetzt händierend Azubis suchen. Zehn Prozent sehen, dass schulschwache Jugendliche eine bessere Chance auf dem Arbeitsmarkt haben, wenn sie im Betrieb ausgebildet werden. Acht Prozent sind der Meinung, dass Jugendliche mehr Praktika machen sollten, weil sie dann auch leichter einen Ausbildungsplatz im Betrieb finden. Weitere acht Prozent vertreten die Meinung, dass sich Einstiegsqualifizierungen und andere Unterstützungsmaßnahmen besser zum Einstieg in Ausbildung eignen als außerbetriebliche Ausbildungen.

Die Bundesregierung plant eine Ausbildungsgarantie, nach der Jugendliche auch außerhalb von Betrieben in ihrem Wunschberuf ausgebildet werden können. Befürworten Sie eine solche Garantie? (n = 14.125)



16 Prozent der Ausbildungsbetriebe im IHK-Bereich meinen hingegen, dass zwar jeder Jugendliche eine Chance auf seinen Wunschberuf verdient hat, aber nur drei Prozent befürworten eine Ausbildungsgarantie. Als Grund geben sie an, dass in ihrer Region zu wenige betriebliche Ausbildungsplätze vorhanden sind.

Das eindeutige Votum der Unternehmen zeigt: Die geplante Ausbildungsgarantie sollte im Sinne einer Chancengarantie und des 2014 in der Allianz für Aus- und Weiterbildung vereinbarten „Pfades in Ausbildung“ umgesetzt werden. Unter Beteiligung

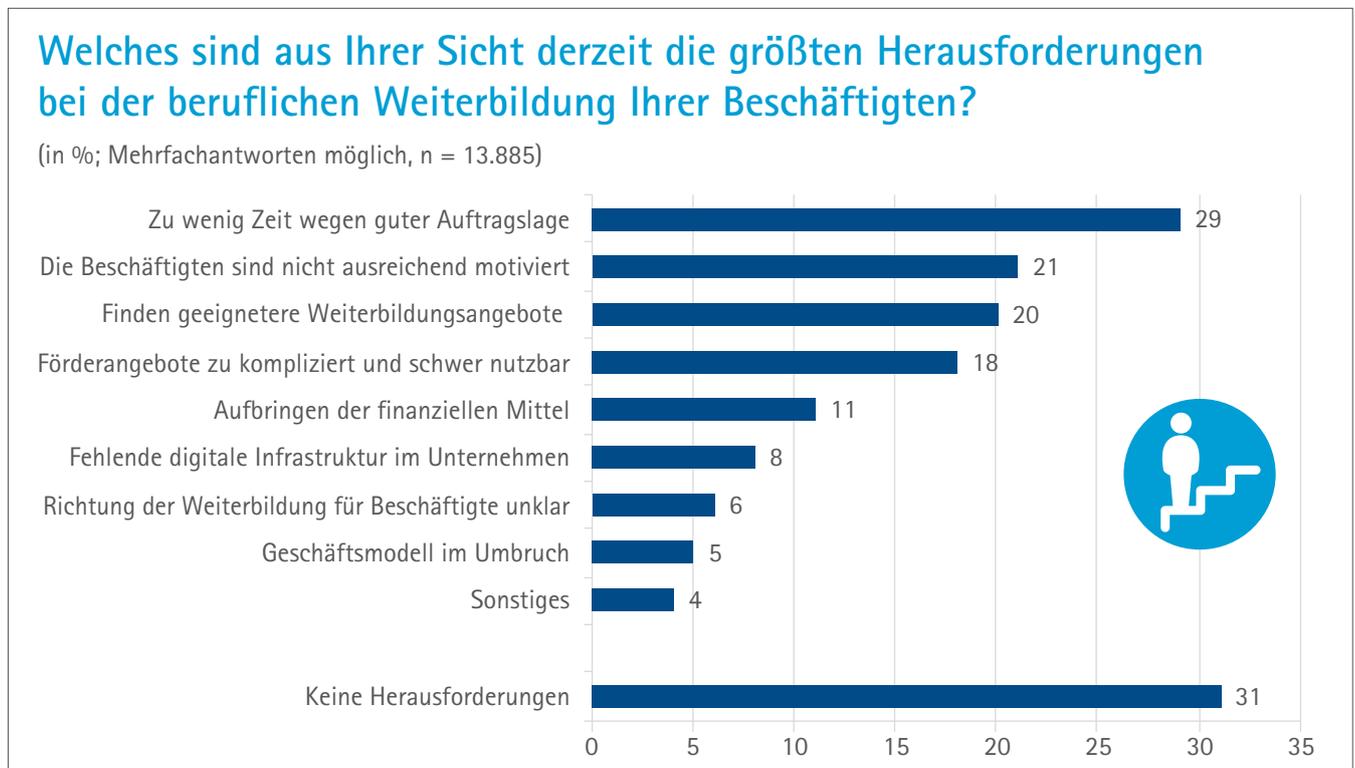
von Gewerkschaften, Wirtschaft, Bundesregierung, Bundesländern und Bundesagentur für Arbeit wird jedem ausbildungsinteressierten Menschen ein Pfad aufgezeigt, der ihn frühestmöglich zu einem Berufsabschluss führen kann. Jugendliche, die bis Ende September eines Jahres keinen Ausbildungsplatz gefunden haben, erhalten drei Angebote für eine betriebliche Ausbildung – wenn auch nicht immer im Wunschberuf. Entscheidend für das Zusammenbringen der vielfältigen Ausbildungsangebote der Unternehmen und der Schulabgänger sind eine zielgerichtete Berufsorientierung und frühzeitige Praktika in den Betrieben.

Weiterbildung nach Corona-Pandemie weiter im Suchmodus

Nicht nur die duale Ausbildung ist für die Fachkräftesicherung von entscheidender Bedeutung für die Unternehmen. Auch die berufliche Weiterbildung leistet einen wichtigen Beitrag. Daher haben wir die Unternehmen auch nach den größten Herausforderungen bei der beruflichen Weiterbildung ihrer Beschäftigten befragt. Berufliche Weiterbildung stellt für ein knappes Drittel der Unternehmen aktuell keine besondere Herausforderung dar. Das gilt noch viel mehr für die Betriebe aus den Bereichen Banken/Versicherung sowie aus dem Immobiliensektor mit 55 bzw. 45 Prozent.

Zwar führen nur fünf Prozent der Unternehmen an, dass sich eine Weiterbildung wegen des Umbruchs des eigenen betrieblichen Geschäftsmodells nicht lohne bzw. schwer zu organisieren

sei. Insgesamt könnten dies jedoch bereits Vorboten auf mittel- und langfristige Veränderungen sein, die perspektivisch auf die Betriebe zukommen. Im besonderen Maße gilt dies jetzt bereits für die Branchen, die durch die Pandemie stark unter Druck geraten sind, wie Gastronomie und Veranstaltungswirtschaft. Aber auch in Sektoren, in denen die digitale Transformation rasch voranschreitet, deutet sich das an. Hier zu nennen sind Medien, Finanzen und Unternehmensorientierte Dienstleitungen sowie nicht zuletzt die Bereiche KFZ-Produktion bzw. Zulieferung mit Blick auf die Dekarbonisierung: Hier gehen mit gut neun Prozent der Unternehmen (ein fast doppelt so hoher Anteil wie im Durchschnitt) davon aus, dass sich ihr Geschäftsmodell angesichts der Transformation der Wirtschaft substantiell verändert, was die berufliche Weiterbildung vor Herausforderungen stellt.



Herausforderungen für die Weiterbildung in den Branchen

Knapp jedes dritte Unternehmen (29 Prozent) berichtet davon, dass die derzeit gute Auftragslage ein Hindernis bei der beruflichen Weiterbildung ist. Die angespannte Personaldecke in vielen Betrieben und der Fachkräftemangel spielen hier eine entscheidende Rolle. Eine gute Auftragslage und damit einhergehend Fachkräfteengpässe hindern vor allem das Baugewerbe (43 Prozent), das Gastgewerbe (38 Prozent), IT-Dienstleister (37 Prozent) und die Veranstaltungswirtschaft (34 Prozent) daran, ihr Weiterbildungsengagement noch weiter auszubauen bzw. auf dem bisherigen Niveau fortzuführen. Weniger betroffen zeigen sich hier Banken und Versicherer (10 Prozent).

Die Schwierigkeit, geeignete Weiterbildungsangebote zu identifizieren, wird von 20 Prozent der Betriebe angeführt. Das heißt im Gegenzug: 80 Prozent der Unternehmen haben keine nennenswerten Probleme, sich auf dem vielfältigen Weiterbildungsmarkt zurechtzufinden und passende Qualifizierungsangebote für ihre Beschäftigten zu finden. Im Bereich Banken/Versicherungen trifft dies sogar auf 90 Prozent der Unternehmen zu. Die Herausforderung für Bildungsanbieter, rasch auf die aktuellen Fortbildungswünsche der Unternehmen und deren Beschäftigten zu reagieren, ist aber in jedem Fall gegeben. Gleichzeitig bedauern in den freien Antworten viele Unternehmen, dass z. B. Lehrgänge nicht zustande gekommen bzw. abgesagt worden sind. Dies war aufgrund der Infektionsschutzmaßnahmen von Bund und Ländern vor allem in der ersten Hälfte der Pandemie

ein großes Problem – gleichermaßen für Bildungsanbieter und die nachfragenden Betriebe und Beschäftigte.

Fehlende finanzielle Mittel und Ressourcen werden von lediglich 11 Prozent der Betriebe als Herausforderung für die berufliche Weiterbildung angegeben. Banken und Versicherer, aber auch das Baugewerbe zeigen sich in dieser Hinsicht vergleichsweise gut aufgestellt und weitaus besser als beispielsweise Gastronomie oder Veranstaltungswirtschaft, die mit 18 bzw. 25 Prozent überdurchschnittlich häufig von fehlenden finanziellen Ressourcen berichten. Angesichts der besonderen Betroffenheit der letztgenannten Branchen durch die Corona-Pandemie ist dieses Ergebnis nachvollziehbar. Industrie und Handel bewegen sich mit 11 bzw. 10 Prozent nahe am Durchschnitt.

Weiterbildungspotenzial nach Unternehmensgröße

Im Betriebsgrößenvergleich zeigt sich ein klares Bild: Je größer ein Betrieb, desto seltener werden Herausforderungen bei der beruflichen Weiterbildung angegeben. Dagegen fallen die Ressourcen und Möglichkeiten bei den kleineren und Kleinstbetrieben sichtbar ab. Die Schwierigkeit, finanzielle Mittel für die Weiterbildung aufzubringen, ist in Kleinstbetrieben mit 21 Prozent deutlich größer als in Unternehmen mit über 1000 Beschäftigten (8 Prozent).

Mögliche Probleme bei der Nutzung von Förderangeboten der Arbeitsagenturen zur beruflichen Weiterbildung sind bei kleinen

und mittleren Unternehmen deutlicher ausgeprägt als bei größeren Betrieben. Dies belegt, dass größere Betriebe es vielfach leichter haben, mit den vergleichsweise komplexen Regelungen der Arbeitsförderung umzugehen. So ist beispielsweise die Mindest-Gruppengröße von finanzierten Maßnahmen ebenso eine Hürde wie der Ausschluss der Förderung von innerbetrieblichen Maßnahmen.

Ohne Beschäftigte geht es nicht

Durchschnittlich gibt ein Fünftel der Betriebe eine zu geringe Motivation ihrer Beschäftigten als Hindernis für berufliche Weiterbildung an – in kleinen Unternehmen häufiger als in größeren und Großunternehmen. Hier kann auch eine Rolle spielen, dass es in kleineren Unternehmen erfahrungsgemäß schwerer fällt, für eine anstehende berufliche Weiterbildung Arbeitsabläufe durch Verteilen auf mehreren Schultern ggf. umzustrukturieren. Die Umfrage zeigt im Umkehrschluss jedoch auch, dass immerhin vier von fünf Betrieben auf die Teilnahmebereitschaft und Motivation ihrer Beschäftigten bauen können. Noch geringere Probleme mit der Weiterbildungsmotivation ihrer Mitarbeiter haben z. B. die Veranstaltungswirtschaft (elf Prozent) sowie Banken und Versicherer (13 Prozent). In den Antworten geben die Unternehmen zudem mangelnde Grundbildung – vor allem mit Blick auf Sprach- und Schriftfertigkeiten – als weiteren Hinderungsgrund für Weiterbildungsaktivitäten an. Dies könnte eine bestimmte Gruppe von Mitarbeitenden vor vorneherein von Weiterbildung ausschließen.



Impressum

Quellen

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

Herausgeber

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

DIHK Berlin

Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte
Telefon: 030 20308-0 | Telefax: 030 20308-1000

DIHK Brüssel

Hausanschrift: 19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles
Telefon: +32-2-286-1611 | Telefax: +32-2-286-1605

@ info@dihk.de

www.dihk.de

Redaktion

DIHK – Bereich Ausbildung | Ulrike Friedrich unter der Mitarbeit von
Dr. Knut Diekmann, Jana Kathinka Heiberger, Markus Kiss und Yvonne Riemer

Gestaltung

Friedemann Encke, DIHK

Barrierefreiheit

Jana Eger | jana-eger.com

Bildnachweis

Getty Images

Stand

Juli 2022



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag