



Ausbildung 2016

Ergebnisse einer
DIHK-Online-Unternehmensbefragung



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Ausbildung 2016

Ergebnisse einer
DIHK-Online-Unternehmensbefragung



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Der DIHK hat erneut die Unternehmen zu ihren Ausbildungserfahrungen befragt.

In der Zeit vom 11. April bis 8. Mai 2016 konnten sich Unternehmen online an der Befragung beteiligen. Die Auswahl und Ansprache der Unternehmen erfolgte über die Industrie- und Handelskammern.

Insgesamt beteiligten sich 11.269 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 17 Prozent, Gastgewerbe sieben Prozent, Verkehr (Transport/Logistik) sechs Prozent, Banken/Versicherungen acht 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 13 Prozent, Unternehmen mit zehn bis 19 Beschäftigten 13 Prozent, Unternehmen mit 20 bis 199 Beschäftigten 47 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.

Überwiegend beteiligten sich Ausbildungsbetriebe an der Umfrage, der Anteil der Nichtausbildungsbetriebe der Vergleichsgruppe beträgt drei 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 2016

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

Stand Juni 2016

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE

- **Die Herausforderung für Unternehmen, offene Ausbildungsplätze zu besetzen, ist weiterhin hoch.**

31 Prozent der Betriebe berichten, dass sie nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen konnten. Damit wird der Spitzenwert aus dem Jahr 2015, wo es 32 Prozent waren, fast wieder erreicht. Der Anteil liegt damit weiterhin auf einem sehr hohen Niveau. Zehn Jahre zuvor waren es dagegen nur 12 Prozent. Der leichte Rückgang ist u. a. darauf zurückzuführen, dass Unternehmen, die bereits in den Vorjahren Besetzungsschwierigkeiten hatten, nun möglicherweise keine Plätze mehr angeboten haben.

- **Mehr und mehr Unternehmen erhalten gar keine Bewerbungen mehr.**

Jedes vierte Unternehmen, das nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnte, hat in diesem Jahr keine Bewerbungen von Jugendlichen erhalten. Der häufigste Grund für die Nichtbesetzung von Ausbildungsplätzen ist jedoch der Mangel an geeigneten Bewerbern. 71 Prozent der Betriebe haben zwar Bewerbungen erhalten, die Bewerber waren aber nicht geeignet für den angebotenen Ausbildungsplatz.

- **Die Beschäftigungsperspektiven für ausgelernte Fachkräfte verbessern sich weiter, denn die Übernahmeabsichten der Betriebe nehmen weiter zu.**

Da die Fachkräfte in den Betrieben knapp werden und die Herausforderung bei der Besetzung zunimmt, steigen die Übernahmeabsichten der Unternehmen weiter an. 68 Prozent wollen alle Azubis übernehmen. Daher sinkt auch der Anteil derer, die nur einen kleineren Teil übernehmen wollen von 31 Prozent in 2010 auf nunmehr elf Prozent. Das Gastgewerbe zeigt den deutlichsten Anstieg hinsichtlich der Übernahmequoten: 54 Prozent der Betriebe wollen alle Azubis übernehmen – im Vorjahr waren es nur 47 Prozent.

- **Betriebe weiten Unterstützungsangebote für leistungsschwächere Jugendliche aus.**

Mehr und mehr stellen sich Ausbildungsbetriebe auf leistungsschwächere Bewerber ein; inzwischen sind es drei Viertel der Betriebe, 2014 war es lediglich zwei Drittel. Dafür nutzen die Betriebe vor allem auch Einstiegsqualifikationen, eigene Nachhilfe im Betrieb sowie die ausbildungsbegleitenden Hilfen der Arbeitsagenturen. Für die Jugendlichen gilt es, diese Ausbildungschancen zu nutzen.

- **Gute Deutsch- und Mathekenntnisse sind Erfolgsfaktoren, um das Ausbildungsziel zu erreichen.**

Inzwischen bieten 40 Prozent der Betriebe eigene Nachhilfe an. Um geeignete Bewerber für die Ausbildung zu finden, bauen die Unternehmen ihr Praktikumsangebot weiter aus und suchen verstärkt die Kooperation mit den Schulen. 28 Prozent der Betriebe haben Schulkooperationen und engagieren sich durch diese dauerhafte Zusammenarbeit in der Nachwuchsgewinnung. Besonders Betriebe aus der Industrie, der IT-Branche oder dem Gastgewerbe werden aktiver: Sie wollen ihr Engagement verstärken oder erstmalig Kooperationen mit Schulen eingehen.

- **Wer nicht wirbt, der nicht gewinnt: Unternehmen werben für ihre Ausbildungsangebote.**

Wenn immer mehr Ausbildungsplätze frei bleiben, ist eines klar: Die Azubigewinnung ist kein Selbstläufer und bedarf einer auf das Unternehmen zugeschnittenen Vermarktungsstrategie. Ob Fokussierung auf spezielle Bewerbergruppen, wie junge Mütter oder Zusatzangebote für Leistungsstarke und Studiaussteiger – die Ansatzpunkte sind vielfältig und das Engagement der Unternehmen nimmt von Jahr zu Jahr zu. Mehr als jedes fünfte Unternehmen bietet duale Studiengänge an und auch der Anteil an Unternehmen, die Auslandsaufenthalte während der Ausbildung ermöglichen, hat sich in drei Jahren mehr als verdoppelt.

- **Sprache ist das A und O für eine Ausbildung von Flüchtlingen im Unternehmen.**

Für 90 Prozent der Betriebe sind ausreichende Deutschkenntnisse der jungen Flüchtlinge die Grundvoraussetzung für eine betriebliche Ausbildung. Gleich danach kommt ein gesicherter Aufenthaltsstatus, auf den drei Viertel der Betriebe ebenfalls Wert legen. Es kommt also darauf an, dass die von den IHKs geforderte 3+2-Regelung umgesetzt wird. Betriebe und Azubis erhalten dadurch Planungs- und Rechtssicherung für die Dauer ihrer Ausbildung und eine darauf folgende mindestens zweijährige Beschäftigung.

Inhalt

	Seite	
1	AUSBILDUNGSSITUATION IN DEUTSCHLAND	7
	Herausforderungen bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen bleiben bestehen	7
	Leere Lehre in Ostdeutschland	8
	Warum Ausbildungsplätze nicht vergeben werden können	10
	Hohe Übernahmequoten und gute Zukunftsaussichten für junge Fachkräfte	11
2	AUSBILDUNGSPLATZ SUCHT AZUBI	12
	Unternehmen melden verstärkt bei den Arbeitsagenturen	12
3	ENGAGIERT ZUM AZUBI	14
	Ausbildungshemmnisse ja, weniger Ausbildung nein	14
	Unklare Berufsvorstellungen erweisen sich als Ausbildungshemmnis Nr. 1	14
	Was in der Schule nicht gelernt wurde, müssen Betriebe nachschulen	16
	Branchen bewerten Ausbildungsreife unterschiedlich	17
	Softskills werden „Hardskills“	18
	Lernschwächen werden im Betrieb ausgebügelt	19
	Praktika helfen bei der richtigen Berufswahl	19
	Durch Schulkooperationen wird auch MINT-Fachkräftenachwuchs gefördert	20
	Unternehmerische Kreativität bei der Azubi-Gewinnung	21
	Das Gesamtpaket muss stimmen	22
4	AUSBILDUNGSPERSPEKTIVEN FÜR JUNGE FLÜCHTLINGE	24
	10.000 Flüchtlinge in Ausbildung	24
	Viele ziehen mit: Auswertung nach Branchen und Betriebsgrößen	24
	So gelingt Integration	24
	Betriebe engagieren sich für die Integration von Flüchtlingen	25
	ANHANG	27
	Online-Fragebogen	29

1. Ausbildungssituation in Deutschland 2016

Herausforderungen bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen bleiben bestehen

31 Prozent der Betriebe berichten, dass sie nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze im vergangenen Jahr besetzen konnten. Damit wird der Spitzenwert aus der vorherigen Umfrage, als es 32 Prozent waren, fast wieder erreicht. Der Anteil liegt damit weiterhin auf einem sehr hohen Niveau. Die marginale Veränderung ist darauf zurückzuführen, dass viele Betriebe, die bereits in den Vorjahren ihre Plätze nicht besetzen konnten, nun keinen Platz mehr angeboten haben. Sie gehören damit nicht mehr zu der Gruppe der Betriebe, auf die die Aussage zutrifft, nicht alle Plätze besetzen zu können. Seit dem Jahr 2004 hat sich die Zahl der Betriebe, die nicht alle Plätze besetzen konnten, nahezu verdreifacht.

In vielen Regionen und Branchen ist der Ausbildungsmarkt zu einem Bewerbermarkt geworden. Jugendliche können vielfach zwischen mehreren Ausbildungsstellen wählen und unterschreiben mitunter mehrere Verträge. Nicht angetretene Ausbildungsplätze nachzubesetzen, wenn das neue Ausbildungsjahr bereits begonnen hat, ist für Betriebe kaum möglich und somit eine vertane Ausbildungschance.

Die aktuellen Entwicklungen machen es den Unternehmen immer schwerer, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen. Nie waren die Chancen der Jugendlichen auf einen Ausbildungsplatz so gut wie heute und nie gab so viele verschiedene Möglichkeiten in das Arbeitsleben zu starten. Daher werben Unternehmen für ihre Ausbildungsmöglichkeiten und geben Orientierung im Dschungel der beruflichen Karrierewege.

Unternehmen ermöglichen jungen Menschen zunehmend durch Praktika in den Beruf zu schnuppern, um so die betriebliche Praxis kennenzulernen. Sie bieten eine qualifizierte Ausbildung mit interessanten Zusatzoptionen und sind an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert (Kapitel 3). So haben sich die Übernahmeabsichten der Betriebe nach der Ausbildung auf hohem Niveau weiterhin verbessert.

Betriebe, denen weniger finanzielle oder personelle Ressourcen für die Azubi-Gewinnung oder das Ausbildungsmarketing zur Verfügung stehen, gingen bereits in der Vergangenheit häufiger leer aus. Wer über Jahre keinen Azubi einstellen kann und somit nicht mehr ausgebildet wird, wird in der Statistik nicht mehr als Ausbildungsbetrieb geführt. Das betrifft insbesondere Klein- und Kleinstbetriebe. Die sinkende Anzahl an Ausbildungsbetrieben verdeutlicht dies.



Leere Lehre in Ostdeutschland

Während im Bundesgebiet 31 Prozent der Betriebe nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten, bewegt sich die Situation der Betriebe in Ostdeutschland auf überdurchschnittlich hohem Vorjahresniveau: 45 Prozent der Betriebe konnten nicht alle Ausbildungsplätze vergeben. Der bundesweit leichte Rückgang resultiert aus leichten Verbesserungen in Westdeutschland. Hier konnten 28 Prozent der Betriebe nicht alle Plätze besetzen. Insbesondere in Bayern, Baden-Württemberg, Bremen, Hamburg und Niedersachsen gelang es Unternehmen etwas besser als im Vorjahr, Azubis zu gewinnen.

Diese leichte Verbesserung ist aber mit Vorsicht zu bewerten. Es besteht die Gefahr, dass sich die Entwicklung, die in den vergangenen zehn Jahren in Ostdeutschland zu beobachten war, in Westdeutschland wiederholen könnte. Kann ein Betrieb seinen Ausbildungsplatz über mehrere Jahre nicht besetzen, fällt er zunächst aus der Statistik und wird nicht mehr als Ausbildungsbetrieb geführt.

Anschließend nehmen seine Bemühungen zu, ausgebildete Fachkräfte auf dem Markt zu finden.

Die Entwicklungen bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen in den Branchen zeigt sich unterschiedlich: Zwei Branchen, die in den vergangenen Jahren traditionell große Schwierigkeiten bei der Besetzung hatten, zeigen leichte Verbesserungen zum Vorjahr. Das Gastgewerbe sowie der Bereich Verkehr melden eine Stabilisierung der Besetzungssituation. Gemeinsam haben beide Branchen auch, dass sie durch eine Vielzahl an kleinen Betrieben repräsentiert werden. Die Gründe für die Stabilisierung sind jedoch unterschiedlich: Im Gastgewerbe hat sich die Wettbewerbssituation durch vielfältiges Engagement konsolidiert. Dazu gehören Marketing und vielfältige Einstiegschancen für Schwächere. Im Bereich Verkehr haben weniger Betriebe Ausbildungsplätze angeboten, so dass weniger Plätze unbesetzt blieben.

Konnten Sie im Jahr 2015 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen? (Ergebnisse differenziert nach Branchen, sortiert nach Nein-Antworten 2015)		
Branche	Nein (2015)	Nein (2014)
Gastgewerbe	61 %	62 %
Verkehr (Transport/Logistik)	33 %	35 %
Handel	33 %	31 %
Durchschnitt	31 %	32 %
Baugewerbe	30 %	37 %
Industrie (ohne Bau)	30 %	31 %
Unternehmensorientierte Dienste	29 %	28 %
Sonstige Dienstleistungen	28 %	27 %
Gesundheit/Pflege	25 %	28 %
IT	24 %	33 %
Banken/Versicherungen	23 %	27 %
Medien	14 %	20 %
Immobilien	11 %	15 %

Zunehmend werden aus den Branchen mit hohen Besetzungsschwierigkeiten aber Initiativen gestartet, die positiv auf den Ruf der Branchen wirken sollen und spannende Ausbildungs- und Zukunftsperspektiven aufzeigen. Besonders bemerkenswert sind in diesem Jahr die Veränderungen in der Baubranche: In der Umfrage 2015 berichteten noch 37 Prozent der Baubetriebe von Besetzungsschwierigkeiten. In diesem Jahr ist diese Zahl deutlich auf 30 Prozent zurückgegangen. Als Gründe dafür werden die hohen Ausbildungsvergütungen im Bau aufgeführt, die aktuell durch Imagekampagnen in den bevölkerungsreichen Ländern Hessen und Nordrhein-Westfalen flankiert werden. Außerdem bietet die Bauindustrie mit dem Programm „Berufsstart Bau“ insbesondere leistungsschwächeren Schülern gute Einstiegsmöglichkeiten in die Bauberufe. Der anhaltende Bauboom sorgt insgesamt für ein positives Image. Auch in der Immobilienbranche waren die Betriebe erfolgreicher, ihre offenen Ausbildungsplätze zu besetzen. Nur noch rund jedes zehnte Unternehmen konnte nicht alle Plätze vergeben.

Eine leichte Verbesserung der Besetzungssituation konnte auch in den Bereichen erzielt werden, die traditionell weniger Besetzungsschwierigkeiten hatten: Industrie, Unternehmensorientierte Dienstleistungen, Gesundheitsbranche, IT, Banken/Versicherungen sowie Medien.

Dieses positive Ergebnis kann durch zwei parallele Entwicklungen erklärt werden: Einerseits engagieren sich alle Beteiligten für die Berufliche Bildung, unterbreiten den Jugendlichen Angebote und werben verstärkt. Darauf weist auch die relativ konstante Anzahl neuer Ausbildungsverträge hin, bei sinkender Anzahl an Ausbildungsbetrieben. Andererseits engagieren sich Unternehmen immer mehr für Leistungsschwächere, geben ihnen Ausbildungschancen und Unterstützung, die deutlich über die Vermittlung von Ausbildungsinhalten hinaus geht (Kapitel 3).

Einziger Wermutstropfen sind die zunehmenden Besetzungsschwierigkeiten im Handel, der mit den beiden Ausbildungsberufen Verkäufer/-in sowie Kaufmann/-frau im Einzelhandel die größte ausbildende Branche im IHK-Bereich darstellt. Gerade weil der Handel im vergangenen Jahr rund fünf Prozent mehr Ausbildungsplätze angeboten hat, ist es nun frustrierend für die vielen Betriebe festzustellen, dass dadurch ihre Besetzungschancen abnehmen.

Warum Ausbildungsplätze nicht vergeben werden können

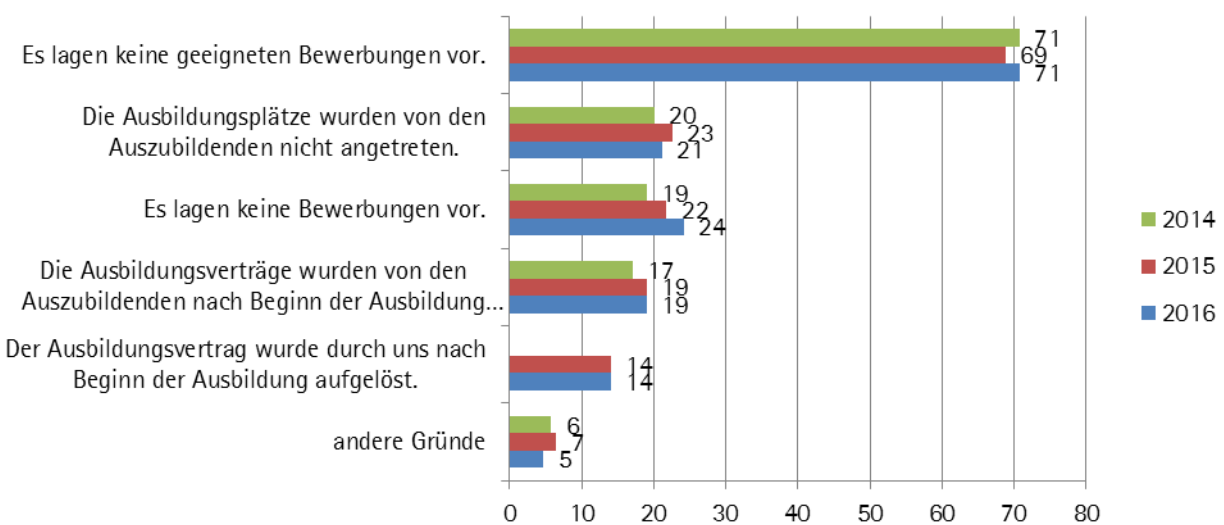
31 Prozent der Betriebe konnten deutschlandweit nicht alle Ausbildungsplätze besetzen. Werden die Gründe der Nichtbesetzung für diese 31 Prozent untersucht, ist der häufigste Grund für die Nichtbesetzung auch in diesem Jahr der Mangel an geeigneten Bewerbern: Laut aktueller Umfrage konnten deshalb 71 Prozent der Unternehmen (2015: 69 Prozent) nicht alle Plätze vergeben.

Der Anteil der Betriebe, die überhaupt keine Bewerbungen mehr erhalten hat, hat abermals um zwei Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr zugenommen und liegt nun bei 24 Prozent. Gegenüber 2004 entspricht dies einer Verdreifachung in elf Jahren.

Damit wird die Situation für die ausbildungswilligen Betriebe immer angespannter: Wer 2015 noch über ungeeignete Bewerber ächzte, bekommt in diesem Jahr möglicherweise überhaupt keine Bewerbung mehr.¹

Die folgenden Angaben beziehen sich auf die 31 Prozent der Betriebe, die nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten.

Gründe für die Nichtbesetzung von Ausbildungsplätzen bei Betrieben mit Besetzungsschwierigkeiten
(in %; Mehrfachnennungen möglich)



¹ Wir kennzeichnen mit Rahmen die Texte, die auf einer Teilgruppe der Gesamtbefragung beruhen.

Hohe Übernahmequoten und gute Zukunftsaussichten für junge Fachkräfte

68 Prozent der Unternehmen geben an, alle Auszubildenden übernehmen zu wollen. Bereits im Vorjahr war dieser Wert erreicht worden. Der Wunsch der Unternehmen nach einer dauerhaften Zusammenarbeit wächst mit dem zunehmenden Fachkräftemangel. Die Unternehmen wissen: Die Suche nach bereits ausgebildeten Fachkräften gelingt immer weniger. Sie engagieren sich daher aktiv in der Ausbildung und bieten sehr gute Perspektiven. Deshalb reduziert sich auch der Anteil derer weiter, die nur einen kleinen Teil der Azubis übernehmen wollen: Lag er 2010 noch bei 31 Prozent, liegt er 2016 nur noch bei elf Prozent.

Im Süden sind die Übernahmeabsichten am stärksten ausgeprägt: 73 Prozent der Betriebe wollen alle Auszubildenden übernehmen. Im Norden sind es 60 Prozent. Dieses Gefälle hängt mit der in Süddeutschland ausgeprägten Industriedichte und mit der dort bereits herrschenden Vollbeschäftigung zusammen. Gut ausgebildete Fachkräfte sind am Markt kaum mehr verfügbar. Dass die Besetzungsschwierigkeiten dazu führen, dass Betriebe ihre ausgebildeten Fachkräfte häufiger übernehmen wollen, zeigt sich insbesondere in Ost und West: In Ostdeutschland wollen 70 Prozent der Betriebe (2015: 69 Prozent) alle ausgebildeten Azubis einstellen, in Westdeutschland sind es 67 Prozent (2015: 66 Prozent) – jeweils eine leichte Zunahme auf bereits hohem Niveau.

Im Branchenvergleich sind die Übernahmeabsichten in der Industrie am stärksten ausgeprägt: Hier planen 80 Prozent (2015: 72 Prozent) alle Auszubildenden nach Abschluss der Ausbildung zu beschäftigen. Der Bereich Verkehr positioniert sich mit sehr guten Übernahmechancen: 74 Prozent der Betriebe wollen alle Azubis übernehmen. Im IT-Bereich und bei den Banken/Versicherung sind es 72 Prozent.

Im Gastgewerbe ist die Bereitschaft zur Übernahme deutlich gestiegen. Diese Entwicklung unterstreicht, dass ausgebildete Fachkräfte knapp werden. 54 Prozent der Betriebe wollen alle Azubis übernehmen (2015: 47 Prozent). Im Gastgewerbe sind die Übernahmen traditionell geringer als in anderen Branchen. Man geht davon aus, dass die jungen Fachkräfte zunächst Erfahrungen in verschiedenen Bereichen sammeln.

Gründe für Nicht-Übernahme

Rund ein Drittel der Betriebe geht davon aus, 2016 nicht alle Auszubildenden in eine anschließende Beschäftigung zu übernehmen. Dieses Drittel wurde differenzierter nach den Gründen der Nicht-Übernahme befragt. Nicht immer liegt es an den Betrieben, wenn Absolventen nicht eingestellt werden, sondern die Jugendlichen selbst suchen nach Perspektiven außerhalb des Ausbildungsbetriebs.

40 Prozent (2015: 38 Prozent) der Betriebe, die nicht alle Azubis übernehmen werden, geben an, dass in ihrem Unternehmen keine offene Stelle zu besetzen ist. Dies geht mit dem leicht gestiegenen Wunsch der Auszubildenden einher, nach Abschluss der Ausbildung den Betrieb wechseln zu wollen. War dies im Vorjahr noch bei neun Prozent der Betriebe der Fall, sind es 2016 zehn Prozent.

Weniger Jugendliche als im vergangenen Jahr verließen die Unternehmen, um anschließend ein Studium zu beginnen. Ein Indiz dafür, dass es den Unternehmen besser gelingt, ihre Mitarbeiter zu binden und zu entwickeln. Das spricht für langfristige Entwicklung der Mitarbeiter, etwa durch die Ermöglichung eines berufsbegleitenden Studiums.

Für 31 Prozent (2015: 32 Prozent) der Betriebe, die nicht alle Azubis übernehmen, passten Unternehmen und Auszubildender nicht dauerhaft zusammen.²

² Wir kennzeichnen mit Rahmen die Texte, die auf einer Teilgruppe der Gesamtbefragung beruhen.

2. Ausbildungsplatz sucht Azubi

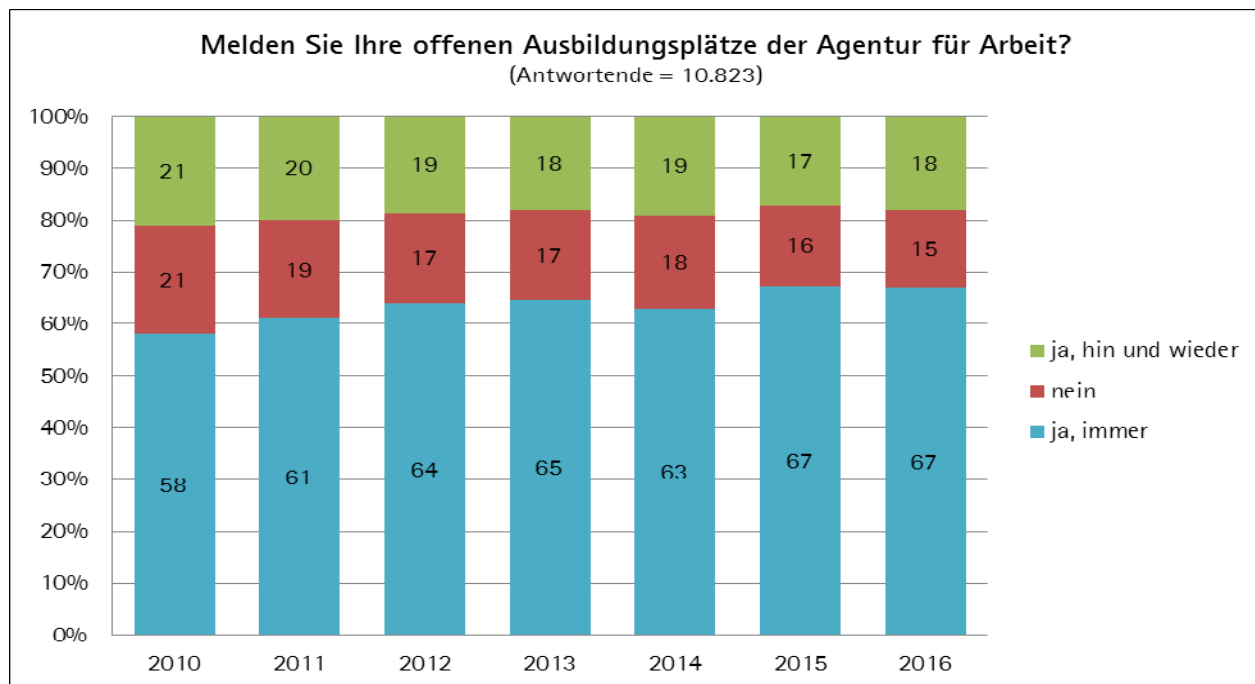
Unternehmen melden verstärkt bei den Arbeitsagenturen

Trotz sehr guter Zukunftsperspektiven für die jungen Fachkräfte bleiben schon seit Jahren zehntausende Ausbildungsplätze unbesetzt. Es reicht meist nicht mehr aus, wenn ein Unternehmen eine Anzeige in der Region schaltet. Weniger Schulabgänger und der Trend zum Studium verringern das Bewerberpotential. Darum gilt es, so optimal für sich zu werben, dass ein suchender Jugendlicher in jedem Fall das passende Ausbildungsangebot finden kann. Ist die Aufmerksamkeit gewonnen, gilt es für das Unternehmen, den Kontakt zu intensivieren und zu halten (Kapitel 3).

Das Angebot von Unternehmen und die Nachfrage von Jugendlichen zusammen zu bringen, wird zusätzlich erschwert, je spezieller diese sind. Haben sich Jugendliche auf einen in der Region eher seltenen Ausbildungsberuf festgelegt, sollten sie sich mobil und flexibel zeigen.

Die Arbeitsagenturen haben eine wichtige Rolle für das Matching zwischen Jugendlichen und Unternehmen. Die Unternehmen melden ihre offenen Ausbildungsplätze bei der Arbeitsagentur und bitten gegebenenfalls um die gezielte Vermittlung von passenden Bewerbern. Seit Start der IHK-Ausbildungsumfrage vor elf Jahren war der Grad der Einschaltung der Arbeitsagenturen noch nie so hoch wie heute. Trotz der zunehmenden Meldung von Ausbildungsstellen bei der BA werden nach wie vor viele Ausbildungsplätze ohne Hilfe der Arbeitsagenturen und Jobcenter besetzt. Für suchende Jugendliche lohnt deshalb auch der Blick in andere Kanäle, zum Beispiel in die IHK-Lehrstellenbörse, um das Gesamtangebot an Ausbildungsplätzen zu überblicken.

Konstant hohe 67 Prozent der Betriebe melden im Jahr 2016 offene Ausbildungsplätze immer den Arbeitsagenturen. Leichte Verbesserungen konnten bei den Betrieben erreicht werden, die ihre Plätze bisher gar nicht an die Bundesagentur für Arbeit gemeldet hatten: Hier gab es Wanderungsbewegungen hin zur sporadischen Meldung. Sie melden jetzt hin und wieder.

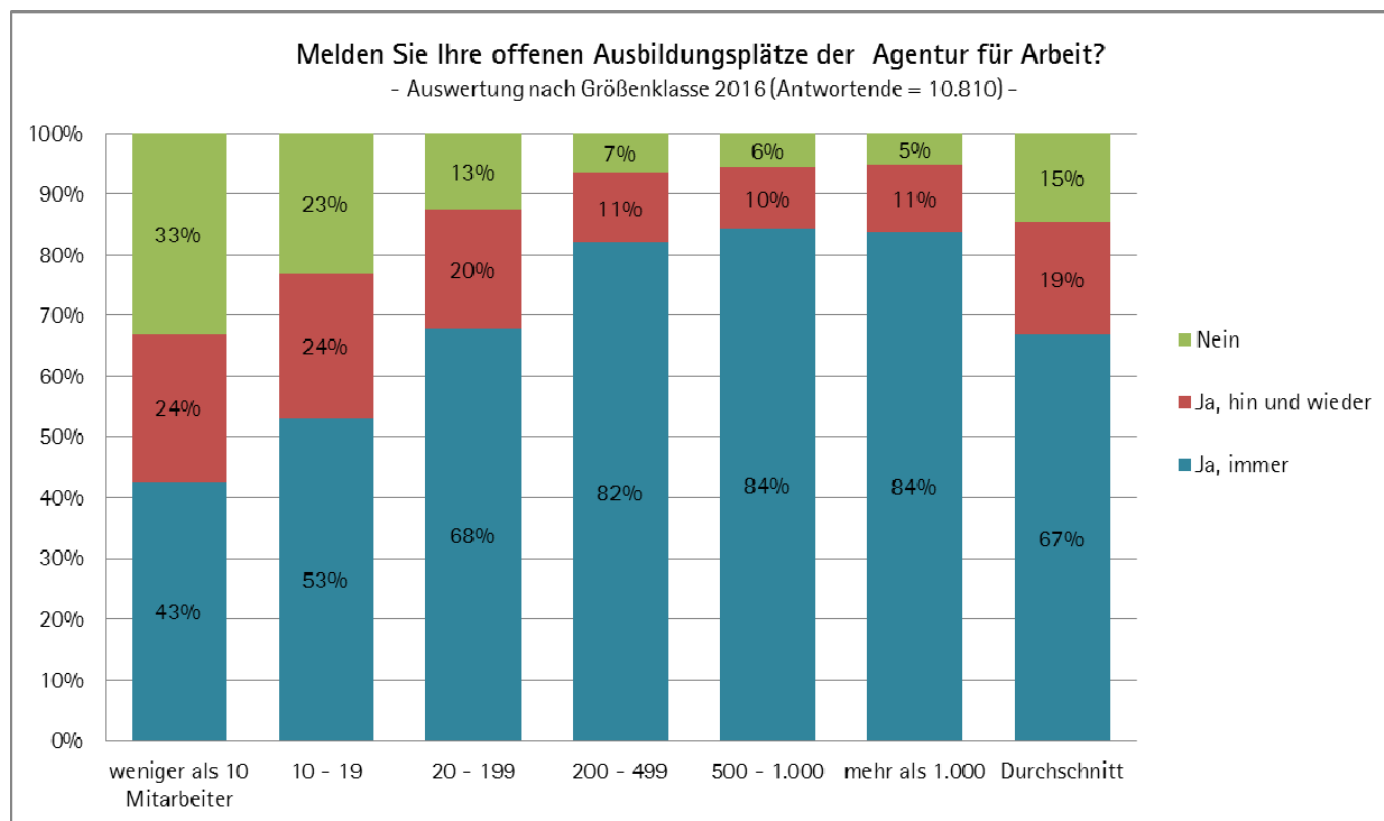


Arbeitsagenturen in den Branchen unterschiedlich stark gefragt

Nach Branchen betrachtet, zeigen sich deutliche Unterschiede bei der Zusammenarbeit mit der Arbeitsagentur: Am niedrigsten ist weiterhin der Grad der Einschaltung mit 42 Prozent (2015: 40 Prozent) in der Immobilienwirtschaft, gefolgt von der Medienbranche mit 43 Prozent (2015: 46 Prozent). Im Verkehr und in der Industrie konnte dagegen eine leichte Steigerung von 67 Prozent auf 68 Prozent bzw. von 74 Prozent auf 75 Prozent der Betriebe erreicht werden. Überproportional häufig, aber mit abnehmender Tendenz, meldet das Gastgewerbe mit 75 Prozent (2015: 80 Prozent) seine offenen Ausbildungsplätze an die Bundesagentur für Arbeit.

Rekrutierung nach Betriebsgröße

Die Unterschiede in der Rekrutierung stehen oft mit der Betriebsgröße und den vorhandenen finanziellen oder personellen Möglichkeiten des Unternehmens in engem Zusammenhang. Für die Meldung offener Ausbildungsplätze an die Arbeitsagentur gilt jedoch klar: Je größer der Betrieb, desto eher wird die Zusammenarbeit mit der Arbeitsagentur gesucht. Dabei wäre die kostenlose Meldung bei der Agentur gerade für kleinere Betriebe eine gute Möglichkeit, ihre Chancen auf einen Auszubildenden zu erhöhen. Außerdem können Bewerberkriterien vordefiniert werden, so dass die Arbeitsagenturen eine Vorauswahl an geeigneten Azubis an den Betrieb weiter meldet. Das spart den Betrieben Zeit und Geld.



3. Engagiert zum Azubi

Ausbildungshemmnisse ja, weniger Ausbildung nein

Der Anteil der Betriebe, die Ausbildungshemmnisse feststellen, liegt aktuell bei 41 Prozent. Damit ist er im Vergleich zu den Vorjahren wieder leicht angestiegen. Während von 2010 bis 2015 immer weniger Unternehmen Ausbildungshemmnisse sahen (Rückgang von 50 auf 38 Prozent), ist jetzt wieder ein moderater Anstieg zu verzeichnen. Hier schlägt sich nieder, dass auch die Ausbildungsreife der Schulabgänger wieder schlechter als in den Vorjahren bewertet wurde. Dies hält die Unternehmen jedoch nicht davon ab, vielfältige Maßnahmen zu ergreifen, um sich für potenzielle Bewerber attraktiv zu präsentieren. Bei der Betrachtung der Branchen ist es vor allem das Gastgewerbe, das mit 59 Prozent der Betriebe am häufigsten Ausbildungshemmnisse wahrnimmt. Im Gastgewerbe ist jedoch auch die Bereitschaft am höchsten, lernschwächeren Jugendlichen Ausbildungschancen zu bieten. 88 Prozent sehen in ihrem Betrieb eine solche Möglichkeit. Lernschwächen werden demnach gesehen und auch als Ausbildungshemmnis wahrgenommen, führen aber nicht dazu, das Ausbildungsengagement grundsätzlich einzuschränken.

Unklare Berufsvorstellungen erweisen sich als Ausbildungshemmnis Nr. 1

Die unklaren Berufsvorstellungen vieler Schulabgänger erweisen sich immer häufiger als Problem. Über alle Branchen wird die mangelnde Berufsorientierung am häufigsten als Ausbildungshemmnis genannt. 77 Prozent der Betriebe, die Ausbildungshemmnisse feststellen, geben die unklaren Berufsvorstellungen der Jugendlichen als Ausbildungshemmnis an. 2014 waren es noch 57 Prozent, 2015 bereits 76 Prozent.³

Zwar nehmen in vielen Schulen, die mit der Berufsreife bzw. dem mittleren Schulabschluss enden, die Bemühungen zu, die Berufsorientierung zu verbessern. Insbesondere die Gymnasien haben aber die Berufsorientierung noch vergleichsweise wenig im Blick. Da immer mehr Jugendliche ein Gymnasium besuchen und sich die Absolventenzahlen der 50-Prozent-Marke nähern, gewinnt das Thema Berufsorientierung für die Gymnasien weiter an Relevanz. Nicht für jeden Abiturienten ist ein Studium die richtige Wahl. Auch für die berufliche Orientierung der Gymnasiasten ist es wichtig, über die Karrieremöglichkeiten und Einkommensperspektiven, die eine Berufliche Bildung bietet, informiert zu sein. Die Partner in der Allianz für Aus- und Weiterbildung (Wirtschaft, Bundesregierung, Bundesländer, Gewerkschaften, Bundesagentur für Arbeit) haben daher neben vielen Maßnahmen zur Weiterentwicklung und Attraktivitätssteigerung der Beruflichen Bildung vereinbart, eine systematische Berufsorientierung in den Gymnasien einzuführen.

Information: Vorteile der Beruflichen Bildung

- *Die Beschäftigungs-, Verdienst- und Aufstiegsaussichten sind sehr gut und*
- *nach Absolvieren einer betrieblichen Weiterbildung liegt die Arbeitslosenquote von Betriebs- oder Fachwirten sowie Meistern mit rund zwei Prozent noch unter der von Akademikern mit 2,5 Prozent.*

Es wäre jedoch ein Irrweg anzunehmen, durch immer mehr Berufsorientierung in der Schule könnte es gelingen, dass Jugendliche eine 100prozentig fundierte Berufswahl entsprechend ihrer Neigungen, Interessen und Fähigkeiten treffen. Zu viele Einflussfaktoren spielen dabei eine Rolle, so zum Beispiel auch die Erwartungen der Eltern oder das Prestige von Berufen. Im Anschluss an die Schulzeit stehen darüber hinaus weitere Optionen zur Verfügung, wie zum Beispiel das Freiwillige Soziale Jahr oder das Freiwillige Ökologische Jahr, Auslandsaufenthalt, die eine konkrete Berufswahl verzögern.

³ Wir kennzeichnen mit Rahmen die Texte, die auf einer Teilgruppe der Gesamtbefragung beruhen.

Dazu passt auch, dass ein Teil der Auszubildenden nach Beendigung der Ausbildung nicht im Ausbildungsbetrieb bleiben wollen. Ein Viertel der Betriebe, die Ausbildungshemmnisse feststellen, nimmt es als Hemmnis wahr, dass sich die eigenen Auszubildenden für andere Unternehmen oder andere Bildungswege entscheiden. Allerdings ist der Anteil hier leicht von 29 auf 26 Prozent zurückgegangen. Hier schlägt sich positiv nieder, dass die Ausbildungsbetriebe vielfältige Anstrengungen unternehmen, um ihre Azubis zu binden und erste Erfolge sichtbar werden.

Der Anteil der Unternehmen, die große Entfernungen zur Berufsschule als Ausbildungshemmnis werten, stagniert bei 15 Prozent. Rückläufig ist dagegen der Anteil der Unternehmen, die Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit mit den Berufsschulen sehen.

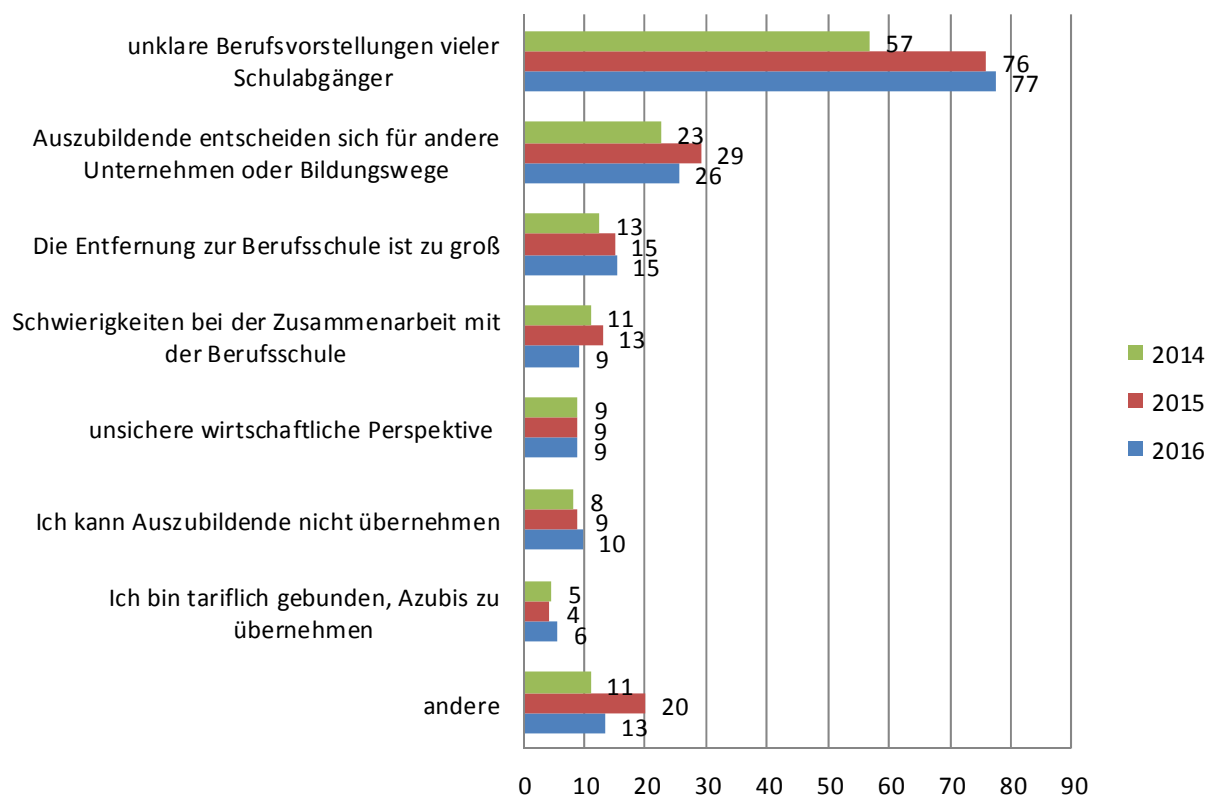
Der Anteil ist von 13 Prozent im vergangenen Jahr auf jetzt neun Prozent gesunken. Die Betriebe benennen konkret häufigen Unterrichtsausfall und Lehrkräftemangel. Verbesserungspotenzial gibt es auch zuweilen in der Kommunikation. So wünschen sich viele Unternehmen regelmäßige und zeitnahe Informationen über Lernschwierigkeiten ihrer Azubis sowie über Krankheitstage und Abwesenheiten.

Eine untergeordnete Rolle bei den Ausbildungshemmnissen spielen unsichere wirtschaftliche Perspektiven (neun Prozent), eingeschränkte Übernahmemöglichkeiten nach der Ausbildung (zehn Prozent) und tarifliche Verpflichtungen zur Übernahme (sechs Prozent).⁴

Die folgenden Angaben beziehen sich auf die 41 Prozent der Betriebe, die Ausbildungshemmnisse feststellen.

Welche Ausbildungshemmnisse wirken sich auf Ihren Betrieb aus?

(in %, Mehrfachnennungen möglich)



⁴ Wir kennzeichnen mit Rahmen, die Texte, die auf einer Teilgruppe der Gesamtbefragung beruhen.

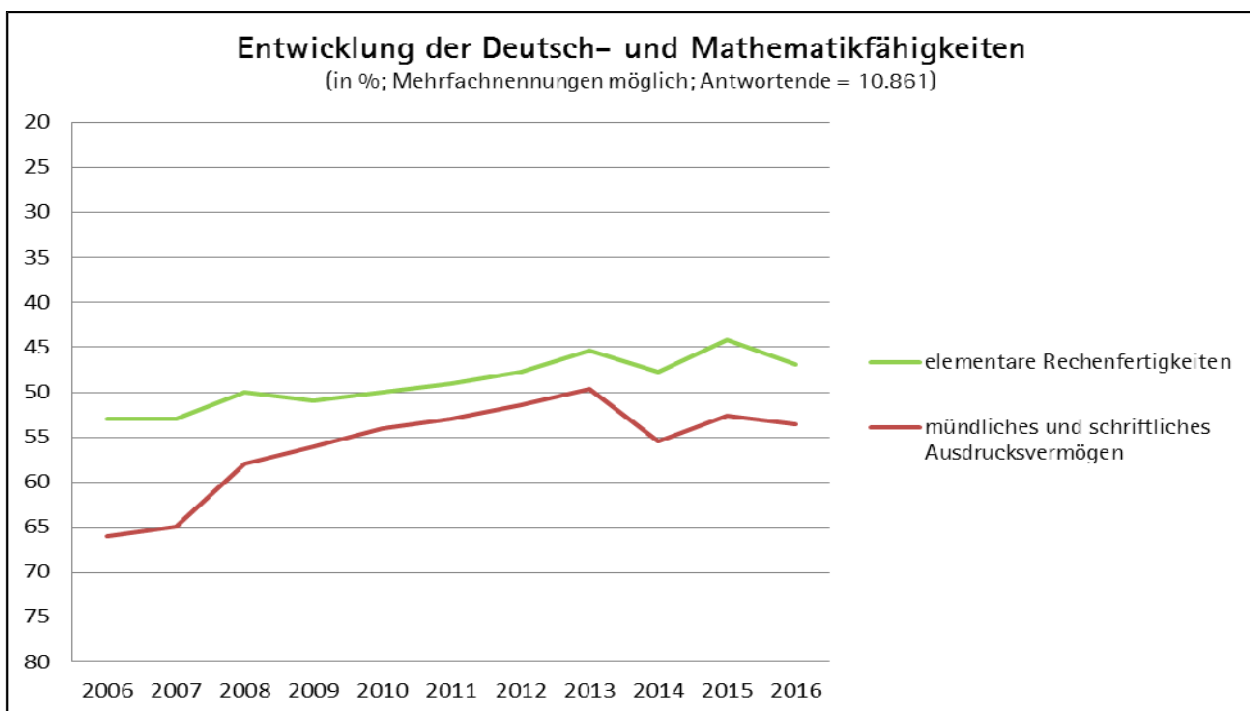
Was in der Schule nicht gelernt wurde, müssen Betriebe nachschulen

Die Beurteilung der Ausbildungsreife der Ausbildungsplatzbewerber durch die Betriebe schwankte in den vergangenen Jahren. Konnten die Unternehmen von 2007 bis 2013 bei den Deutsch- und Mathematikfähigkeiten der Schulabgänger kontinuierlich Verbesserungen feststellen, so ist seit 2013 von Jahr zu Jahr ein Auf und Ab zu beobachten. Eine Erklärung hierfür sind die doppelten Abiturjahrgänge in den bevölkerungsreichen Bundesländern in den Jahren 2011 und 2013. Die Jugendlichen dieser Jahrgänge gelangten zum Teil mit einem Jahr Verzögerung (Orientierungsjahr, Freiwilliges Soziales oder Ökologisches Jahr, Auslandsjahr) in eine Ausbildung.

Die Beurteilungen der Ausbildungsreife durch die Betriebe fielen dadurch zum Umfragezeitpunkt im Frühjahr 2013 und 2015 vermutlich günstiger aus. So verwundert es nicht, dass die Unternehmen, die Mängel bei der Ausbildungsreife feststellen, 2016 die Mathematik- und Deutschfähigkeiten wieder etwas kritischer bewerteten.

Hinzu kommt, dass die Ausbildungsbetriebe in den vergangenen Jahren zunehmend lernschwächeren Bewerbern Ausbildungschancen einräumten, so dass nennenswerte Steigerungen bei der Beurteilung der Kompetenzen nicht erwartet werden konnten.

In Zahlen stellt sich die Entwicklung folgendermaßen dar: 2007 erklärten noch 65 Prozent der Betriebe, die Mängel bei der Ausbildungsreife feststellten, dass ihre Azubis Probleme beim mündlichen und schriftlichen Ausdrucksvermögen haben. Bis 2013 reduzierte sich der Anteil auf 50 Prozent, stieg 2014 wieder auf 55 Prozent und stabilisiert sich jetzt nach einer erneuten leichten Reduktion im Jahr 2015 etwa bei 54 Prozent. Ähnlich stellt sich das Bild bei den Rechenfertigkeiten dar: 2007 äußerten sich 53 Prozent der Betriebe dazu kritisch, 2013 waren es 45 Prozent, jetzt sind es 47 Prozent derjenigen, die die Ausbildungsreife bemängeln.



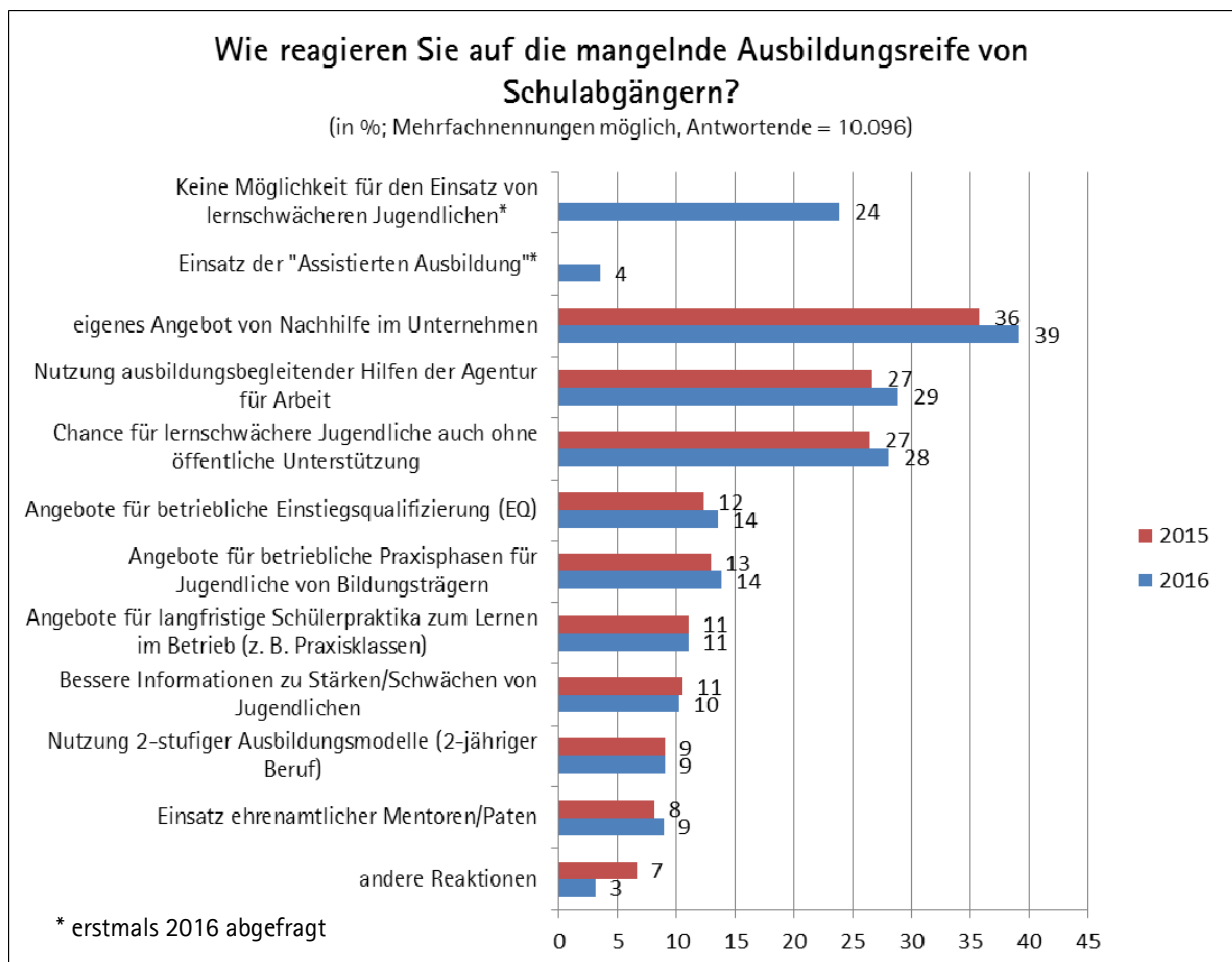
Branchen bewerten Ausbildungsreife unterschiedlich

Die Einschätzung der Ausbildungsreife stellt sich je nach Branche unterschiedlich dar. Geben durchschnittlich elf Prozent der Betriebe an, dass sie keine Mängel bei der Ausbildungsreife feststellen, so sind es in der Medien- und Immobilienbranche deutlich mehr (Medien: 18 Prozent, Immobilien: 23 Prozent). Auch die Banken liegen mit zwölf Prozent über dem Durchschnitt. In den Berufen dieser Branchen werden besonders häufig auch Abiturienten ausgebildet. Anders stellt sich die Situation im Gastgewerbe, im Handel und in der Verkehrs- und Logistikbranche dar: Diese Branchen bieten häufig auch lernschwächeren Jugendlichen Ausbildungschancen. Entsprechend seltener sind die Aussagen, dass die Ausbildungsreife nicht zu bemängeln sei (Gastgewerbe: vier Prozent, Handel neun Prozent, Verkehr neun Prozent).

Bei den Betrieben, die die Ausbildungsreife kritisieren, sind in der Industrie,

im Baugewerbe und in der Gastronomie vor allem die Mathematikfähigkeiten der Azubis nicht immer ausreichend. Jeweils 55 Prozent der Betriebe schätzen das so ein. Mangelnde Deutschkenntnisse fielen in der IT-Branche (59 Prozent), im Gastgewerbe (59 Prozent) und bei den Unternehmensorientierten Dienstleistungen (57 Prozent) besonders auf.

Die Grundfertigkeiten in Deutsch und Mathematik sind für die Ausbildungsbetriebe wesentliche Erfolgsfaktoren für das Erreichen des Ausbildungsziels. Nicht zuletzt deshalb bieten inzwischen fast 40 Prozent der Betriebe selbst Nachhilfe für ihre Azubis an. Die Umfrage belegt ebenfalls: Mangelnde Lese- und Schreibkenntnisse beeinträchtigen die Arbeitsprozesse in den Unternehmen, wenn sie nicht rechtzeitig behoben werden. So geben 31 Prozent der Betriebe an, dass mangelnde Lese- und Schreibkenntnisse bei ihren Arbeitnehmern eine Rolle spielen. Für 77 Prozent der betroffenen Betriebe hat dies Auswirkungen auf die betrieblichen Abläufe.



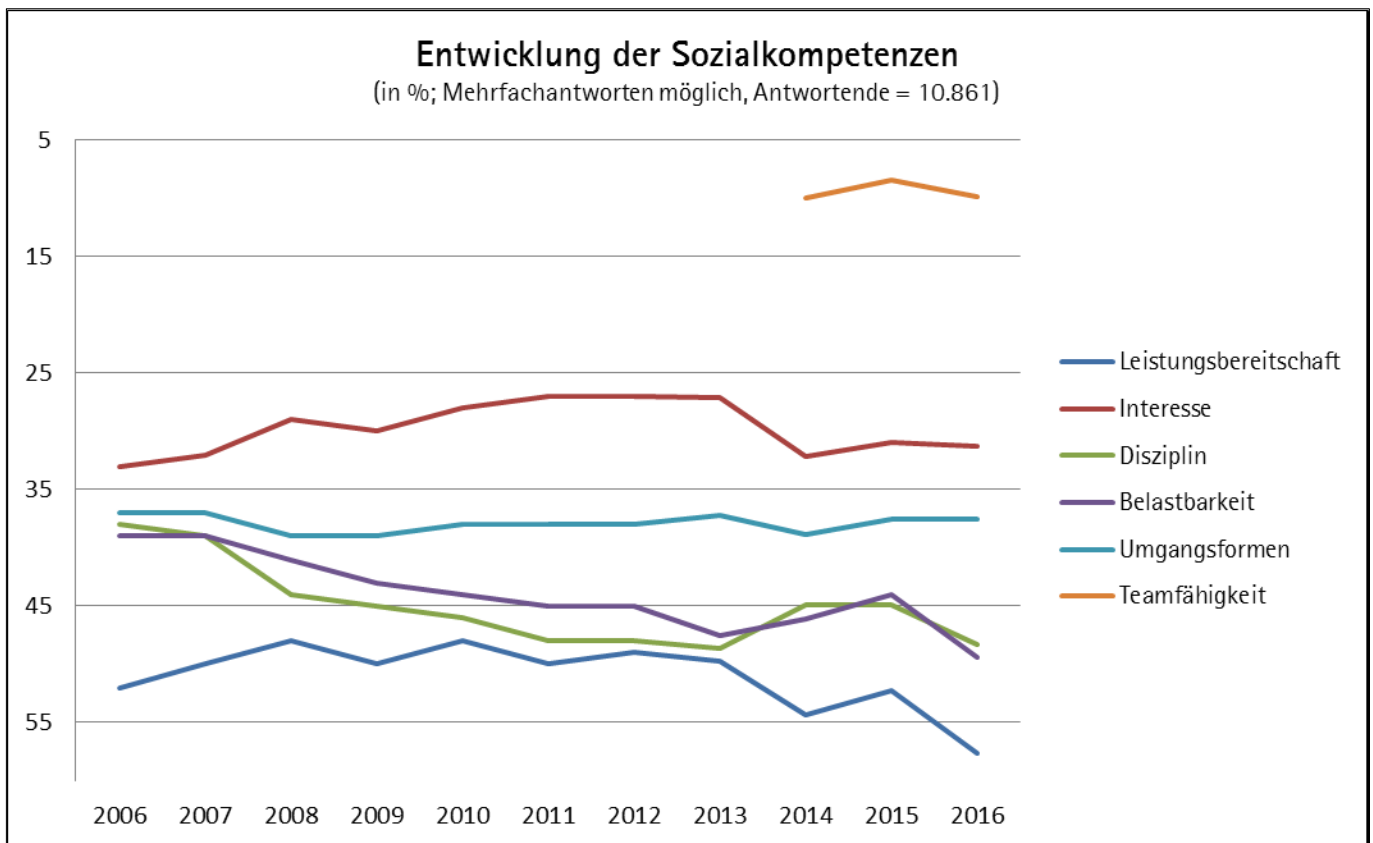
Softskills werden „Hardskills“

Die Softskills, also die persönlichen und sozialen Kompetenzen vieler Jugendlicher werden von den Unternehmen immer kritischer eingeschätzt. Für den Ausbildungserfolg werden sie dadurch zunehmend zu „Hardskills“, denn sie können weniger als Lerndefizite durch Nachhilfe ausgeglichen werden.

Zwar zeigen die Jugendlichen nach Einschätzung der Unternehmen durchaus Interesse an ihrer Ausbildung. Nur 31 Prozent der Betriebe sehen hier Defizite, und der Wert ist im Vergleich der vergangenen Jahre weitgehend stabil geblieben.

Bei der Belastbarkeit, der Disziplin und der Leistungsbereitschaft geht der Trend jedoch nach unten.

Bei Leistungsbereitschaft und Belastbarkeit werden in der diesjährigen Umfrage sogar die größten Negativwerte seit zehn Jahren erreicht. 49 Prozent der Betriebe sind mit der Belastbarkeit der Jugendlichen unzufrieden. 2006 waren es noch 39 Prozent. 58 Prozent kritisieren die Leistungsbereitschaft (2006: 53 Prozent). Bei der Disziplin sahen 2006 noch 38 Prozent der Betriebe, die Ausbildungsmängel feststellten, Defizite; jetzt sind es 48 Prozent.



Lernschwächen werden im Betrieb ausgebügelt

„Keiner ist vollkommen“ – nach diesem Motto haben die Unternehmen die Herausforderung angenommen und versuchen, schulische Defizite während der Ausbildung aufzuholen. Der Anteil der Betriebe, die in ihrem Unternehmen keine Möglichkeit sehen, lernschwächere Jugendliche auszubilden, ist weiter gesunken, im Vergleich zum Vorjahr um einen Prozentpunkt; im Vergleich zu 2014 um neun Prozentpunkte. Gleichzeitig steigt das Unterstützungsengagement der Betriebe auf vielfältige Weise. Fast 40 Prozent bieten inzwischen Nachhilfe an, um Lerndefizite auszugleichen. 29 Prozent der Ausbildungsbetriebe nutzen die ausbildungsbegleitenden Hilfen (abH) der Arbeitsagenturen (plus zwei Prozentpunkte gegenüber 2015). Einstiegsqualifizierungen bieten 14 Prozent der Betriebe an, ebenfalls ein Plus von zwei Prozentpunkten. Darüber hinaus werden langfristige Schülerpraktika ermöglicht und auch ehrenamtliche Paten eingesetzt. Dort, wo es sie gibt, bieten die Unternehmen den Jugendlichen den Einstieg in Ausbildung über zweijährige Berufe an, wie zum Beispiel im Baugewerbe (16 Prozent), in der Industrie (14 Prozent), im Handel (14 Prozent) und im Gastgewerbe (zwölf Prozent). Bei vier Prozent der Betriebe kommt die Assistierte Ausbildung, ein noch recht neues Modell mit staatlicher Förderung, zum Einsatz.

Hier zeigt sich besonders, dass die Allianz für Aus- und Weiterbildung, die Wirtschaft, Bundesregierung, Länder, Gewerkschaften und Bundesagentur für Arbeit 2014 als Fortführung des Ausbildungspaktes beschlossen haben, wirkt. Instrumente wie die ausbildungsbegleitenden Hilfen (abH), die Einstiegsqualifizierungen oder auch die Assistierte Ausbildung sind Instrumente, die durch die Allianzpartner entwickelt wurden. Die Unternehmen haben sie gut angenommen.

Praktika helfen bei der richtigen Berufswahl

Zunehmend wichtiger werden Schülerpraktika. Sie ermöglichen es den Betrieben, potenzielle Auszubildende schon während der Schulzeit kennenzulernen. Darüber hinaus bieten Praktika die Möglichkeit, sich für die Berufsorientierung der Jugendlichen zu engagieren. Die Unternehmen stellen immer häufiger fest, dass viele Jugendliche unklare Vorstellungen über die eigene Zukunft haben und sich in der Vielzahl der Qualifizierungswege nicht zurechtfinden. Daher bieten sie über Praktika die Möglichkeit, in den Arbeitsalltag hinein zu schnuppern. Dabei können Neigungen und Talente mit den tatsächlichen Anforderungen in einem Beruf abgeglichen werden und so erfahrungsgelitet Entscheidungen getroffen werden. Die meisten Jugendlichen bestätigen, dass ihnen neben den Eltern Praktika am besten bei der Berufswahl geholfen haben. Für die Betriebe bieten solche Praktika zudem die Gelegenheit, sich als attraktive Ausbilder zu präsentieren.

Der Anteil der Betriebe, die Schülerpraktika anbieten, steigt dementsprechend an. Im Jahr 2016 nutzen 57 Prozent der Ausbildungsbetriebe dieses Instrument – ein leichter Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um einen Prozentpunkt.

43 Prozent verstärken darüber hinaus ihr Ausbildungsmarketing, ebenfalls ein leichtes Plus von einem Prozentpunkt. Deutlich stärker als in den Vorjahren widmen sich die Betriebe auch der Erschließung neuer Bewerbergruppen. So bieten 39 Prozent den Studienaussteigern die Möglichkeit einer Ausbildung.

Berufsorientierung sollte deshalb in allen Schulformen und für alle Schüler verbindlich angeboten werden, und zwar unbedingt auch an den Gymnasien. Eine gute Berufs- und Studienorientierung kann Studienabbrüchen vorbeugen, die vielfach aus Unkenntnis über die Anforderungen im Studium resultieren.

Durch Schulkooperationen wird auch MINT-Fachkräftenachwuchs gefördert

Auch regelmäßige oder dauerhafte Kooperationen über die üblichen Schülerpraktika hinaus gehören für viele Ausbildungsbetriebe zum Standard bei der Nachwuchsgewinnung. 28 Prozent sind in Schulkooperationen aktiv. Solche Kooperationen können zum Beispiel eine Zusammenarbeit in naturwissenschaftlich-technischen Projekten, die Unterstützung von Schülerfirmen, bei Nachmittagsangeboten oder bei Bewerbungstrainings umfassen.

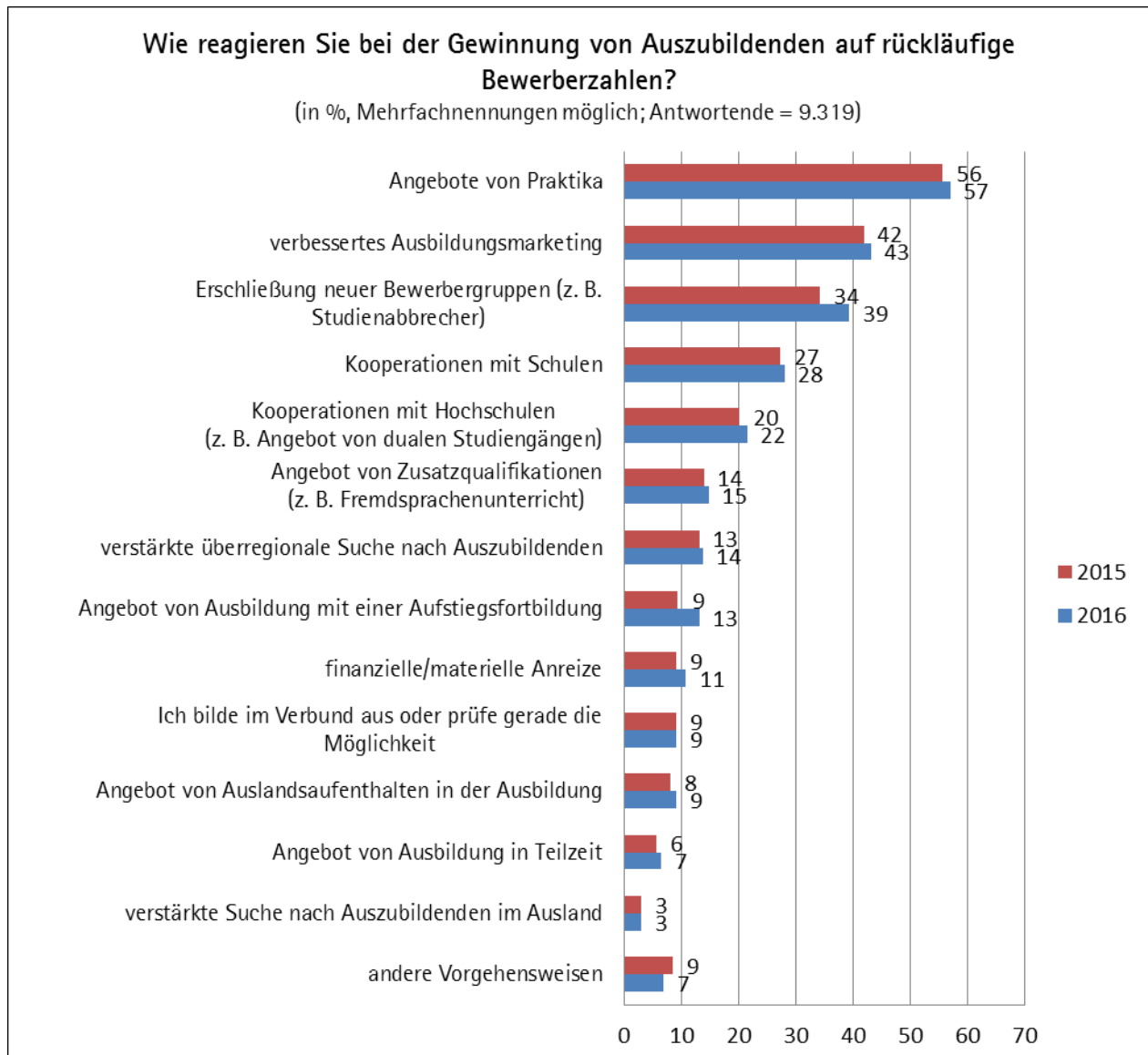
Vor allem die Industrie will dieses Engagement weiter verstärken. 19 Prozent planen eine Ausweitung des Engagements. Hier ist der Fachkräftemangel vor allem in technischen Berufen bereits deutlich spürbar. In der IT-Branche und im Gastgewerbe geben überdurchschnittlich viele Betriebe an, erstmalig eine Kooperation mit Schulen einzugehen. Auch im Gastgewerbe fehlen viele Fachkräfte. Und während größere Unternehmen, die in der Regel schon länger Schulkooperationen pflegen, diese weiter intensivieren möchten, sind es kleinere Betriebe, die für 2016 erstmalig eine Kooperation mit einer Schule suchen. Gerade kleineren Ausbildungsbetrieben fällt es besonders schwer, Auszubildende zu finden.

Da der Trend zum Studium zunimmt und die Unternehmen auch die Abiturienten für sich gewinnen möchten, nimmt auch das Angebot an dualen Studiengängen zu.

So gehen die Ausbildungsbetriebe zunehmend auch Kooperationen mit Hochschulen ein. Ihr Anteil ist im Jahresverlauf von 20 auf 22 Prozent gestiegen. Vor allem in der Medienbranche wird über verstärkte Kooperationen mit Hochschulen nachgedacht.

Information: Duales Studium und Kombimodelle
Als Alternative zum Vollzeitstudium lernen die jungen Menschen in einem dualen Studium parallel und praxisnah das Geschäft direkt im Betrieb kennen und erwerben zudem den wissenschaftlichen Hintergrund an der Hochschule. Für die Unternehmen ist das Ermöglichen eines dualen Studiums eine zusätzliche Investition, denn neben zumeist höheren Vergütungen für dual Studierende fallen an privaten Hochschulen häufig Studiengebühren an. Durchschnittlich kostet ein duales Studium an einer privaten Hochschule einen Betrieb rund 50.000 – 60.000 Euro pro Studierendem und Ausbildungsjahr.

Neben dem dualen Studium sind es auch Kombimodelle in der Beruflichen Bildung, die für Abiturienten attraktiv sind. Solche Kombimodelle verknüpfen eine duale Ausbildung mit einer Aufstiegsfortbildung, zum Beispiel einer Meisterqualifikation. Gerade Fachkräfte mit einer solch hohen praktischen Expertise sind in der Wirtschaft sehr gefragt und haben daher eine gute Zukunftsperspektive mit Einkommenschancen, die mit denen von Hochschulabsolventen vergleichbar sind.



Unternehmerische Kreativität bei der Azubi-Gewinnung

Gerade um leistungsstärkere Jugendliche für die Berufliche Bildung zu gewinnen, stehen Unternehmen verschiedene Ansatzpunkte zur Verfügung. Schließlich haben gerade leistungsstarke Schüler vielfältige Möglichkeiten, in ihre berufliche Zukunft zu starten. Für Unternehmen ist es wichtig, die eigene Situation zu analysieren und eigene Strategien zu entwickeln, denn es gibt zu viele Maßnahmen, als dass ein Unternehmen sie alle allein bedienen könnte.

Deshalb sprechen mehr und mehr Unternehmen über die Vorzüge ihrer Ausbildung und bieten interessante Zusatzoptionen. Für 43 Prozent der Unternehmen ist Azubimarketing heute selbstverständlich. Azubimarketing ist vielfältig und kann für ein kleines Unternehmen daraus bestehen, im ortsansässigen Jugendclub über seine Ausbildung zu informieren oder seine Bekanntheit über ein kleines Event-Sponsoring zu steigern. Für ein großes Unternehmen hingegen stehen Employer Branding-Strategien und ganze Ausbildungskampagnen auf der Tagesordnung.

Goodies – Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft (oder die Motivation)

Neben inhaltlichen Zusatzangeboten zur Ausbildung oder einer verbesserten Work-Life-Balance setzt knapp jeder zehnte Betrieb auf materielle oder finanzielle Anreize. Das kann beispielsweise darin begründet sein, dass ein Ausbildungsbetrieb mit öffentlichen Verkehrsmitteln schlecht zu erreichen ist.

53 Prozent (2015: 51 Prozent) der Betriebe, die auf Goodies zurückgreifen, fördern die Mobilität. Auch bei weniger stark nachgefragten Berufen greifen Unternehmen häufiger zu Anreizen. So kann eine übertarifliche Vergütung das Interesse von Jugendlichen an bestimmten Berufen erhöhen. 40 Prozent der Betriebe nutzen dies bereits. Neben Bonuszahlungen bei guten Noten, Büchergeld, Klassenfahrten, Business-Outfits und Fitnessstudienmitgliedschaften gewähren Unternehmen ihren Azubis auch zusätzliche Urlaubstage. 27 Prozent (2015: 24 Prozent) derer, die Goodies nutzen, geben mehr Urlaub als gesetzlich vorgeschrieben und greifen damit ein Bedürfnis der Generation Y nach mehr Freizeit auf.⁵

Ein guter Anreiz für eine weitere Zielgruppe ist die Teilzeitberufsausbildung. Sie ermöglicht Jugendlichen, die bereits früh Verantwortung im Leben übernehmen, eine Ausbildung und damit beispielsweise eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Für eine Teilzeitberufsausbildung muss ein hinreichender Grund vorliegen, so zum Beispiel die Betreuung eines eigenen Kindes oder die Pflege eines Angehörigen. Waren es 2014 fünf Prozent der Betriebe, die Teilzeitberufsausbildung anboten, um damit neue Bewerbergruppen zu erschließen, sind es 2016 schon sieben Prozent.

Das Gesamtpaket muss stimmen

Für sich werben und ein realistisches Bild des Arbeitsalltags ermöglichen – das ist eine erfolgversprechende Herangehensweise bei der Azubi-Rekrutierung. Um das Produkt „Duale Ausbildung“ aufzuwerten, machen Betriebe außerdem Zusatzangebote, um Leistungsstarken ein Mehr an Inhalt in der Ausbildungszeit zu ermöglichen.

Bewerberrekrutierung

Unternehmen können auch leistungsstarke Auszubildende gewinnen, wenn sie Studienzweiflern passende Angebote machen. Insbesondere in der IT- und Medienbranche bieten sich dadurch gute Möglichkeiten. Das scheint Betrieben immer besser zu gelingen, denn die Erschließung neuer Bewerbergruppen nimmt als Maßnahme gegen rückläufige Bewerberzahlen weiter zu: Bereits 39 Prozent gegenüber 34 Prozent im Vorjahr gehen diesen Weg.

Zusatzqualifikation und Kombimodell der Aus- und Weiterbildung

Ausbildungsinhalte über die Ausbildungsordnung hinaus anzureichern und so Jugendlichen spannende Zusatzoptionen anzubieten, gelingt über Zusatzqualifikationen. Häufig werden dabei vertiefte Fremdsprachen-, PC- oder Fachkenntnisse erworben. 15 Prozent (2015: 14 Prozent) nutzen die Attraktivität von Zusatzqualifikationen, um von sich zu überzeugen.

Zusatzqualifikationen werden häufig durch eine Prüfung von der IHK bescheinigt und dienen so als weitere Fertigkeit für das zukünftige Berufsleben.

Neben dem Erwerb von Zusatzqualifikationen kann der Berufsstart mit einer kombinierten Aus- und Weiterbildung gelingen. Hier gibt es deutlich mehr Engagement von Betrieben, denn 13 Prozent (2015: neun Prozent) bieten solche Modelle an, um meist drei Abschlüsse in kurzer Zeit zu ermöglichen.

⁵ Wir kennzeichnen mit Rahmen, die Texte, die auf einer Teilgruppe der Gesamtbefragung beruhen.

Der Handel beispielsweise bildet durch die Kombination des Ausbildungsberufs „Kaufleute im Einzelhandel“ und der Weiterbildung zum „Handelsfachwirt“ seinen Nachwuchs im mittleren Management aus, der gleichzeitig die Ausbildereignung (AEVO) erwirbt.

Auslandsaufenthalt

Fit für das Berufsleben in einer globalisierten Welt werden Auszubildende, wenn sie einen Teil ihrer Ausbildungszeit im Ausland verbringen und dabei sprachliche und interkulturelle Kompetenzen erwerben. Neun Prozent (2015: acht Prozent) der Betriebe bieten diese Chance. Auslandsaufenthalte werden von vielen Jugendlichen als positive Zusatzoption angesehen. Seit 2013 hat sich der Anteil der Betriebe, die damit für sich punkten wollen, mehr als verdoppelt.

Die Aktionsfelder, mit denen es Unternehmen gelingen kann, trotz erschwelter Rahmenbedingungen qualifizierten Nachwuchs zu gewinnen, sind vielfältig. Sich der eigenen Stärken bewusst zu sein, Handlungsfelder zu identifizieren und die Maßnahmen gut zu kommunizieren, wird in Zukunft mehr denn je darüber entscheiden, ob die gebotenen Ausbildungsoptionen von den Jugendlichen genutzt werden.

4. Ausbildungsperspektiven für junge Flüchtlinge

10.000 Flüchtlinge in Ausbildung

Die vorliegende IHK-Ausbildungsumfrage stellt erstmals Fragen rund um die Ausbildungssituation von Flüchtlingen. Nach den Ergebnissen bilden derzeit im IHK-Bereich rund drei Prozent der Unternehmen Flüchtlinge aus. Hochgerechnet – durchschnittlich bildet ein Unternehmen zwei Flüchtlinge aus – befinden sich rund 10.000 Flüchtlinge momentan in einer IHK-Ausbildung. Auch wenn erst ein kleinerer Anteil der Unternehmen Flüchtlinge ausbildet, ist die Bereitschaft dazu sehr hoch; ebenso wie das Engagement, sich auch den Herausforderungen zu stellen.

Bis die jungen Leute jedoch eine Ausbildung begonnen haben, vergingen im Schnitt rund 22 Monate, in denen sie die deutsche Sprache erlernt und die Voraussetzungen für das Leben und Arbeiten in Deutschland geschaffen haben.

Viele ziehen mit: Auswertung nach Branchen und Betriebsgrößen

Die Branchen, die sich bereits jetzt besonders für die Integration engagieren, sind insbesondere das Gastgewerbe mit sechs Prozent der Betriebe sowie die Industrie und die Verkehrsbranche mit jeweils vier Prozent. Im Baugewerbe sind es drei Prozent der Betriebe. Branchen, in denen eine hohe Sprachfertigkeit zur Ausbildung benötigt wird, sind derzeit noch unterrepräsentiert, wie zum Beispiel der Immobiliensektor oder der Bereich Banken/Versicherungen.

Der Blick in die Analyse nach Betriebsgröße verrät: Je größer das Unternehmen ist, desto höher ist der Anteil der Betriebe, die bereits Flüchtlinge ausbilden. Dieses Phänomen verwundert nicht, denn der Anteil der ausbildenden Unternehmen ist unter den Großen immer höher als unter den Kleineren.

Die Vielzahl der Unternehmen in Deutschland sind jedoch kleine und mittelgroße Betriebe. Die absolute Anzahl betrachtet, ist der größte Teil der Flüchtlinge in kleinen und mittleren Betrieben beschäftigt.

So gelingt Integration

Sprache ist der entscheidende Hebel zur erfolgreichen Integration. Bei Antritt einer Ausbildung müssen bereits Basiskennnisse der deutschen Sprache vorhanden sein. Das Sprachniveau B 1 ist hier das absolute Mindestniveau, reicht aber schon bei anspruchsvolleren Ausbildungsberufen nicht aus, um von Beginn an dem Lernstoff in Betrieb und Berufsschule zu folgen. Zwingend ist ein permanenter weiterer, berufsbezogener Sprachunterricht parallel zur Ausbildung. Spätestens zum Ende der Ausbildung brauchen junge Flüchtlinge dann die nötigen Sprachkenntnisse, um ihre Abschlussprüfung zu bestehen. Das Mindestniveau in einfacheren, eher praktisch orientierten Berufen wie z. B. Koch ist B 2, in vielen anderen Berufen braucht man eher schon C 1. Die Umfrage belegt: Für 90 Prozent der Betriebe sind diese Sprachkenntnisse Grundvoraussetzung für die Integration in den Betrieb.

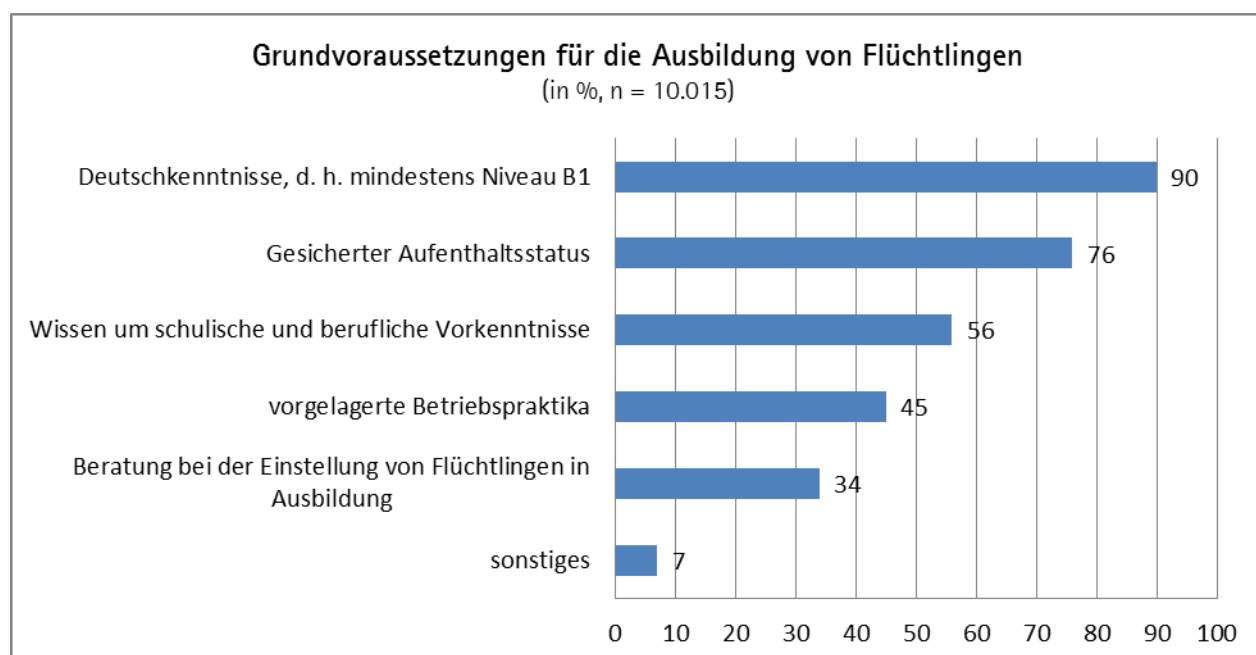
Einen gesicherten Aufenthaltsstatus sehen 76 Prozent der Betriebe als Grundvoraussetzung an, junge Flüchtlinge ausbilden zu können. Daher ist es besonders wichtig, dass die von den IHKs geforderte 3+2-Regelung umgesetzt wird. Betriebe und Azubis erhalten dadurch Planungs- und Rechtssicherheit für die Dauer ihrer Ausbildung und eine darauf folgende mindestens zweijährige Beschäftigung.

Wissen um schulische und berufliche Vorbildung sind für 56 Prozent der Betriebe entscheidend. Ähnlich wichtig sind vorgelagerte Praktika für 45 Prozent. Feststeht, Integration kann nicht von heute auf morgen gelingen.

Betriebe engagieren sich für die Integration von Flüchtlingen

Der Bekanntheitsgrad des Berufsqualifikationsfeststellungsgesetzes (Anerkennungs-Gesetz) hat deutlich zugenommen: War es 2015 nur rund jedem vierten Betrieb bekannt, steigt die Wahrnehmung nun auf 52 Prozent an. Auf die Frage, ob Unternehmen zur Vervollständigung eines Berufs- und Tätigkeitsprofils Praktika anbieten würden, antworten 75 Prozent der Betriebe zustimmend. Diese Art der Praktika wird für die Flüchtlinge wichtig, wenn sie in ihren Heimatländern bereits schulische oder akademische Vorkenntnisse in einem Beruf erworben haben und diese durch das Anerkennungs-Gesetz feststellen lassen wollen. Wenn ihnen zur Vervollständigung ihres Berufsprofils die praktische Arbeitserfahrung im Unternehmen fehlt, können sie durch diese Praktika zügig zum gleichwertigen Berufsabschluss erlangen.

Information: Aktionsplan der IHK-Organisation
 Die IHK-Organisation will jungen Flüchtlingen ihre Chancen in der Beruflichen Bildung aufzeigen, damit diese mit einem qualifizierten Berufsabschluss gute Beschäftigungschancen in Deutschland oder ihren Herkunftsländern haben. Dafür leisten die IHKs konkrete Beiträge vor Ort: Mit dem Aktionsprogramm „Ankommen in Deutschland – Gemeinsam unterstützen wir Integration“ übernehmen die IHKs Verantwortung und engagieren sich mit vielfältigen Initiativen. Das Aktionsprogramm ist in diesem Jahr mit rund 20 Millionen Euro Investitionsvolumen unterlegt und wird beim DIHK und den IHKs von rund 170 Mitarbeitern umgesetzt. Es soll das vielfältige Engagement der IHKs bündeln und ein flächendeckendes Beratungs- und Unterstützungsangebot aufbauen. Neben der Vernetzung vor Ort werden die IHKs in folgenden Bereichen aktiv: Sie informieren und beraten Betriebe, geben jungen Flüchtlingen berufliche Orientierung, helfen ihnen bei der Vermittlung in Ausbildung, unterstützen Neuankömmlinge bei Spracherwerb und Gesellschaftskunde, begleiten Betriebe bei der Qualifizierung und Ausbildung von geflüchteten Menschen, ordnen Kompetenzen ein und erfassen diese, vermitteln Flüchtlinge über 25 Jahre in Qualifizierungsangebote und helfen ihnen bei Existenzgründungen.



ANHANG
Online-Fragebogen

Fragen zur Ausbildung

1. Bildet Ihr Unternehmen aus?

- Ja
- Nein

Wenn nein: Sind Sie ausbildungsberechtigt?

- Ja
- Nein

Wenn nein, dann weiter zum Themenkomplex Weiterbildung

Haben Sie in den letzten 10 Jahren schon einmal ausgebildet?

- Ja
- Nein

Wenn nein, Kontaktfeld und dann bitte weiter mit Frage 4.

Warum bilden Sie derzeit nicht aus? (Mehrfachnennung möglich)

- Ich habe einen Ausbildungsplatz ausgeschrieben, konnte ihn aber nicht besetzen.
- Mir fehlt die Zeit, die ich in eine qualitativ hochwertige Ausbildung investieren will.
- Ich benötige nur noch Studienabsolventen.
- Ich benötige nur noch duale Studenten.
- Ich kann Auszubildende nicht übernehmen.
- Ich habe schlechte Erfahrungen mit Auszubildenden gemacht, und zwar:

2. Konnten Sie im Jahr 2015 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

- Ja
- Nein

Wie viele Ausbildungsplätze haben Sie im Jahr 2015 angeboten? ____ (offene Antwort)

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)

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

3. Stellen Sie Ausbildungshemmnisse fest?

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

Berufsschule

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

...

Betrieb

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

Bewerber/Jugendliche

- Viele Schulabgänger haben zu unklare Berufsvorstellungen.
- Ich habe schlechte Erfahrungen gemacht.
- Trotz Übernahmeangebot nach der Ausbildung entscheiden sich die Absolventen oftmals für andere Unternehmen oder Bildungswege.

Rahmenbedingungen/Sonstiges

- Ich bin tariflich gebunden, Azubis zu übernehmen.

Andere:

...

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

- Ich stelle keine Mängel fest. *(Die anderen Felder dürfen nicht mehr anklickbar sein.)*

Sozialkompetenz

- Belastbarkeit
- Disziplin
- Interesse und Aufgeschlossenheit
- Leistungsbereitschaft und Motivation
- Umgangsformen
- Teamfähigkeit

Lernergebnisse

- Elementare Rechenfertigkeiten
- Mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen

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

In meinem Betrieb ist es nicht möglich, leistungsschwächere Schulabgänger zu fördern und zu integrieren. *(Die anderen Felder dürfen nicht mehr anklickbar sein.)*

- Angebote für betriebliche Einstiegsqualifizierungen (EQ)
- Angebote für betriebliche Praxisphasen für Jugendliche, die bei einem Bildungsträger ausgebildet werden
- Angebote für langfristige Schülerpraktika zum Lernen im Betrieb (z. B. Praxisklassen)
- Einsatz der „Assistierten Ausbildung“
- Eigenes Angebot von Nachhilfe im Unternehmen
- Einsatz ehrenamtlicher Mentoren/Paten
- Nutzung ausbildungsbegleitender Hilfen der Agentur für Arbeit (z. B. für Nachhilfe)
- Nutzung 2-stufiger Ausbildungsmodelle (2-jähriger Beruf)
- 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).
- Ich gebe grundsätzlich auch ohne öffentliche Unterstützung lernschwächeren Jugendlichen eine Chance.
- Lernschwächeren geben wir eine Chance. Folgende Unterstützung würde uns dabei helfen:

Andere Reaktionen:

6. Wie reagieren Sie auf das geringere Bewerberpotential für die betriebliche Ausbildung (z. B. durch die Auswirkungen des demographischen Wandels oder die zunehmende Studierneigung)? (Mehrfachnennung möglich)

- Angebot von Auslandsaufenthalten in der Ausbildung
- Angebot von Zusatzqualifikationen (z. B. Fremdsprachenunterricht)
- Erschließung neuer Bewerbergruppen (z. B. Studienabbrecher)
- Angebot von Ausbildung in Teilzeit
- Ich ermögliche die Kombination von Ausbildung mit einer Aufstiegsfortbildung (Meister, Fachwirte)
- Angebot von Praktikumsplätzen
 - Erstmaliges Angebot in 2016
 - Angebot in 2016 mit gleichbleibendem Umfang
 - Mehr Angebot in 2016
- Kooperationen mit Hochschulen (z. B. Angebot von dualen Studiengängen)
 - Erstmaliges Angebot in 2016
 - Angebot in 2016 mit gleichbleibendem Umfang
 - Mehr Angebot in 2016
- Kooperationen mit Schulen (z. B. Bildungspartnerschaften)
 - Erstmalige Kooperation in 2016
 - Kooperation in 2016 mit gleichbleibendem Umfang
 - Verstärkte Kooperationen in 2016
- Verbessertes Ausbildungsmarketing
- Steigerung der eigenen Attraktivität durch finanzielle/materielle Anreize
 - Übertarifliche Ausbildungsvergütung
 - Höherer Urlaubsanspruch als gesetzlich vorgesehen
 - Beihilfe zur Mobilität (z. B. Zuschuss zur Monatskarte oder Führerschein)
 - Sonstige Anreize, und zwar:
- Ich bilde im Verbund aus oder prüfe gerade die Möglichkeit
- Verstärkte Suche nach Auszubildenden im Ausland
- Verstärkte überregionale Suche nach Auszubildenden
- Andere Vorgehensweisen.

7. **Welchem Verfahren zur Feststellung von Kompetenzen vertrauen Sie?**
(Mehrfachnennung möglich)

- Zeugnis über Berufsausbildung
- Innerbetriebliche Testverfahren, z. B. Postkorbübung, Assessment Center
- Personenzertifizierung, z. B. Schweißer-Schein
- Produktzertifizierung, z. B. Hersteller-Schulungen
- Testverfahren durch Fachverbände
- Kompetenzfeststellungsverfahren
- Teilqualifikationen (Ausbildungsbaustein)
- IHK-Zertifikate
- Digitale Testverfahren, z. B. europäischer Computerführerschein
- Zeugnis über Fortbildungsabschluss
- Zertifikate/Bescheinigungen des freien Weiterbildungsmarktes
- Hochschulabschlüsse
- Sonstige, und zwar:

8. **Melden Sie Ihre offenen Ausbildungsplätze der Agentur für Arbeit?**

- Ja, immer
- Ja, hin und wieder
- Nein

Wenn nein: **Warum melden Sie Ihre offenen Ausbildungsplätze nicht der Agentur für Arbeit? (Mehrfachnennung möglich)**

- Bewerber, die über die Arbeitsagenturen vermittelt wurden, passten nicht zu unserem Betrieb.
- Bewerber, die über die Jobbörse der Arbeitsagenturen vermittelt wurden, brachten nicht die ausreichenden Vorkenntnisse mit.
- Die Arbeitsagentur konnte mir keine Bewerber vermitteln.
- Bislang konnte ich meine offenen Ausbildungsplätze auch ohne die Arbeitsagenturen besetzen.
- Das Vermittlungsangebot der Arbeitsagenturen ist mir unzureichend bekannt.
- Die Nutzung des Vermittlungsangebotes der Arbeitsagenturen ist zu bürokratisch.
- Sonstige Gründe, und zwar:

9. **Planen Sie (oder eine Gesellschaft des Betriebes) 2016 voraussichtlich alle Auszubildenden zu übernehmen? (Mehrfachnennung möglich)**

- Ja
- Nein, von ____ (Freitext) Auszubildenden übernehme ich ____ (Freitext), weil:
 - Mein Auszubildender ein Studium anfangen will ohne weiterhin im Betrieb tätig zu sein.
 - Mein Auszubildender noch einen anderen Beruf lernen will.
 - Mein Auszubildender in einen anderen Betrieb wechseln wird.
 - Ich keine freie Stelle habe.
 - Auszubildender und Betrieb über die Ausbildung hinaus nicht zusammen passen.
 - In diesem Jahr beendet bei uns kein Auszubildender seine Ausbildung.
 - Anderer Grund:

10. Bilden Sie bereits Flüchtlinge aus?

- Ja
- Nein

Wenn ja: Wie viele Flüchtlinge bilden Sie derzeit aus?

[] Flüchtlinge

Wie viele Monate waren die Flüchtlinge in etwa vorher in Deutschland bevor sie die Ausbildung begonnen?

[] Monate (muss eintragbar sein)

11. Welche Grundvoraussetzungen müssen für Sie gegeben sein, damit Flüchtlinge in Ihrem Unternehmen eine Ausbildung beginnen können?
(Mehrfachnennung möglich)

- Gesicherter Aufenthaltsstatus
- Beratung bei der Einstellung von Flüchtlingen in Ausbildung
- Fortgeschrittene Deutschkenntnisse, d. h. mindestens Niveau B1
- Wissen um schulische und berufliche Vorkenntnisse
- vorgelagerte Betriebspraktika
- Sonstiges, und zwar:

12. Kennen Sie das Berufsqualifikationsfeststellungsgesetz (Anerkennungs-Gesetz)?

- Ja
- Nein

Wenn nein, benötigen Sie mehr Informationen:

- Ja (dann muss Teilnehmer Kontaktdaten eingeben können)
- Nein

13. Sind Sie bereit, zur Vervollständigung eines Berufs- und Tätigkeitsprofils Praktika anzubieten?

- Ja
- Nein

14. Welche Erfahrungen haben Sie mit an- und ungelernten Beschäftigten sowie mit Teilqualifikationen?

- Grundsätzlich stehen wir der Beschäftigung von An- und Ungelernten offen gegenüber.
- Unser Unternehmen beschäftigt An- und Ungelernte.
- Für An- und Ungelernte gibt es in unserem Unternehmen keine Tätigkeiten.

15. Bitte kreuzen Sie die Aussagen an, denen Sie zustimmen (Mehrfachnennung möglich).
- Es ist sinnvoll, dass für An- und Ungelernte Qualifikationen unterhalb eines vollwertigen Berufsabschlusses erlernt und zertifiziert werden können.
 - Teilqualifikationen können An- und Ungelernten dabei helfen, einen Einstieg in Arbeit zu finden und einen Berufsabschluss zu erwerben.
 - Es ist für uns schwierig, die Kompetenzen von An- und Ungelernten zu bewerten.
 - Bei der Entscheidung über eine Einstellung von An- und Ungelernten ist es für unser Unternehmen besonders wichtig, dass Kompetenzen durch Teilqualifikationen oder Ähnliches belegt sind.
 - Unser Vertrauen in die Aussagekraft von Teilqualifikationen würde steigen, wenn diese durch die IHK zertifiziert wären.

16. Kennen Sie den Deutschen Qualifikationsrahmen (DQR)?

- Ja
- Nein

Falls ja:

In wie weit sind die Informationen aus dem DQR für Sie relevant?
(Mehrfachnennung möglich)

- DQR nicht relevant
- für die Vergleichbarkeit von Abschlüssen
- für passgenaue Stellenbesetzung
- für Fragen der Vergütung
- Sonstige Relevanz, und zwar:

Zur internen Verwendung

17. Wünschen Sie sich zusätzliche Vermittlungsinstrumente von Ihrer IHK?

- Ja
- Nein

Falls ja:

- Lehrstellenmesse
- Speed-Dating
- Vermittlung vorgetesteter Bewerber
- Unterstützung bei der Integration von Flüchtlingen in Ausbildung (*wenn ja, bitte Kontaktdaten abfragen*)
- Sonstiges, und zwar:

Fragen zur Weiterbildung und Personalentwicklung

18. Welche Arten von Weiterbildungen bieten Sie Ihren Mitarbeitern an bzw. unterstützen Sie aktiv? (Mehrfachnennung möglich)

- selbstgesteuertes Lernen mit digitalen Medien, z. B. online oder DVD
- selbstgesteuertes Lernen mit nicht-digitalen Medien, z. B. Bücher, Besuch von Fachveranstaltungen
- Firmenseminare
- Coaching und Mentoring
- Qualitätszirkel
- Aufstiegsfortbildung, z. B. zum Meister, Fach- oder Betriebswirt
- Berufsbegleitendes Studium
- Sonstiges, und zwar:

19. Wie viel Prozent Ihrer Mitarbeiter haben sich schätzungsweise im vergangenen Jahr weitergebildet?

[%] unserer Mitarbeiter (*Eintragung einer Prozentzahl*)

Davon schätzungsweise:

[%] intern organisierte, betriebsspezifische Weiterbildung (Kostenübernahme für Maßnahme und Arbeitszeit)

[%] externe Weiterbildung mit Unterstützung des Betriebs (ideell und/oder finanziell)

[%] extern und in eigener Verantwortung des Mitarbeiters (in der Regel rein privates Interesse)

20. Ist Ihnen die Aufstiegsfortbildung der IHK zum Fach- oder Betriebswirt, Fachkaufmann oder Meister bekannt?

- Ja
- Nein

Falls ja, nutzen Sie dieses Angebot, um Mitarbeiter für den innerbetrieblichen Aufstieg zu qualifizieren?

- Ja
- Nein

Falls nein, hinterlassen Sie uns gerne Ihre Kontaktdaten. Wir senden Ihnen gerne Informationen zu: ____ (Kontaktdaten müssen hinterlegbar sein).

21. Vertrauen Sie frei zugänglichen Bildungsangeboten im Internet?

- Ja
- Nein

22. Welche Weiterbildungsthemen sind für Sie aktuell besonders wichtig?
(Mehrfachnennung möglich)

- Soft Skills, z. B. Problemlösungsfähigkeit, Kreativität
- Fachspezifische Kenntnisse, z. B. Controlling, Vertrieb, Organisation
- IT-Kenntnisse
- Führungskompetenzen
- Fremdsprachenkenntnisse
- Sonstiges, und zwar:

23. In welchen Themenbereichen erwarten Sie neue/mehr Weiterbildungsangebote der IHK?
(Mehrfachnennung möglich)

- Fachspezifische Themen, z. B. Rechnungswesen, CNC-Technik
- Schlüsselkenntnisse, z. B. IT, Fremdsprachen, Alltagsmathematik
- Soft Skills, z. B. Problemlösungsfähigkeit, Kreativität, Konfliktfähigkeit
- Führungskompetenzen, z. B. Personalführung, Vertrieb, Gesundheitsmanagement
- Sonstiges, und zwar:

24. Spielen mangelnde Lese- und Schreibkenntnisse unter Ihren Arbeitnehmern eine Rolle?

- Ja
- Nein

Wenn ja, beeinträchtigt das Ihre betrieblichen Abläufe?

- Ja
- Nein

25. Sehen Sie aus Unternehmenssicht Bedarf für Qualifizierungsangebote, die sich an
(Weiter-) Beschäftigte jenseits des 60. Lebensjahres richten?

- Ja
- Nein

26. Haben Sie weitere Anmerkungen zum Thema Aus- und Weiterbildung?

...

Bitte beantworten Sie für statistische Zwecke noch die folgenden Fragen:

A: Zu welcher Branche zählt Ihr Unternehmen?

- Industrie (ohne Bau)
 - Chemie/Pharma
 - Elektrotechnik
 - Ernährungsmittel
 - Kfz-Produktion bzw. Kfz-Zulieferung
 - Maschinenbau
 - Metallerzeugung und -bearbeitung
 - übriger Industriebereich
- Baugewerbe
- IT
- Medien
- Handel
- Gastgewerbe
- Verkehr (Transport/Logistik)
- Banken/Versicherungen
- Unternehmensorientierte Dienste
- Gesundheit/Pflege
- Immobilien
- Andere Branche, und zwar:

B: Wie viel Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?

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

C: Wie viele Auszubildende beschäftigen Sie zurzeit?

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

D: Ist Ihr Unternehmen an einen Tarifvertrag gebunden?

- Ja
- Nein