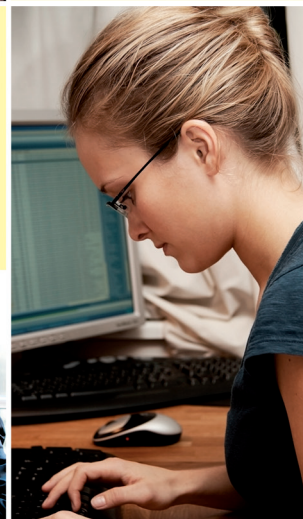
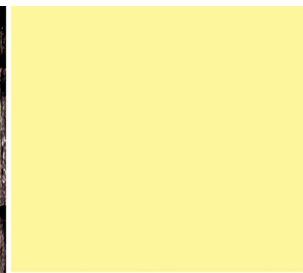
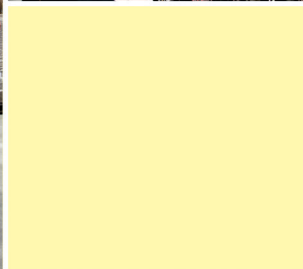
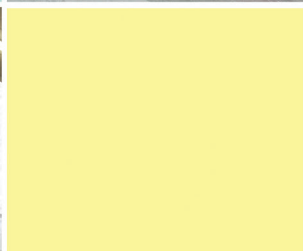
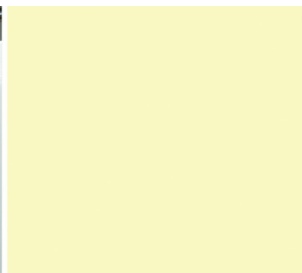
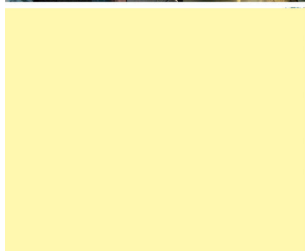


Ausbildung 2017

Ergebnisse einer
DIHK-Online-Unternehmensbefragung



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Ausbildung 2017

Ergebnisse einer
DIHK-Online-Unternehmensbefragung



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Der DIHK hat erneut die Unternehmen zu ihren Ausbildungserfahrungen befragt.
In der Zeit vom 10. April bis 7. Mai 2017 konnten sich Unternehmen online an der Befragung beteiligen.
Die Auswahl und Ansprache der Unternehmen erfolgte über die Industrie- und Handelskammern.
Insgesamt beteiligten sich 10.561 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 16 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 elf Prozent, Unternehmen mit 20 bis 199 Beschäftigten 48 Prozent, Unternehmen mit 200 bis 499 Beschäftigten 14 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 vier Prozent.

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

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Bereich Ausbildung – Berlin 2017

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 Juli 2017

Die wichtigsten Ergebnisse:

- **Für Unternehmen wird es immer schwieriger, offene Ausbildungsplätze zu besetzen**

In fast jedem dritten Betrieb (31 Prozent) blieben Ausbildungsplätze unbesetzt. Damit wird es für die Unternehmen eine immer größere Herausforderung, ihre Fachkräfte über die Ausbildung von eigenem Nachwuchs zu sichern.

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

15.500 Unternehmen erhielten gar keine Bewerbungen mehr. Das sind noch einmal rund zehn Prozent mehr als im Vorjahr. Insgesamt bekam damit jedes vierte Unternehmen mit unbesetzten Ausbildungsstellen überhaupt keine Bewerbung. Gut zwei Drittel der Betriebe, die Plätze nicht besetzen konnten (68 Prozent), erhielten keine geeigneten Bewerbungen.

- **Mehrheit der Betriebe sind mit Berufsschulen zufrieden, wünschen aber Verbesserungen**

86 Prozent der Betriebe sind mit ihrem dualen Partner, den Berufsschulen, zufrieden oder sehr zufrieden. Knapp zwei Drittel der Unternehmen wünschen sich aber eine verbesserte Kommunikation zwischen Betrieb und Berufsschule. Zunehmend stufen die Unternehmen wachsende Entfernungen zwischen Betrieb und Schule als Problem ein. Dringend gewünscht wird eine bessere digitale Infrastruktur der Berufsschulen.

- **IT-Kenntnisse werden immer wichtiger**

Für mehr als zwei Drittel der Betriebe sind IT-Kenntnisse der Jugendlichen in Zukunft ein wichtiges Einstellungskriterium. Auch Kommunikationsfähigkeit und selbständiges Handeln gewinnen in der Ausbildung an Bedeutung. Diese Kenntnisse und Kompetenzen sollten deshalb bereits in den allgemeinbildenden Schulen vermittelt werden.

- **Unternehmen werben um neue Bewerbergruppen wie Studienabbrecher**

Demographie und der Trend zum Studium erschweren es den Unternehmen zunehmend, Auszubildende zu finden. Dies eröffnet neuen Bewerbergruppen zusätzliche Ausbildungschancen: 42 Prozent der Betriebe werben aktiv um Studienabbrecher und bieten ihnen damit Zukunftsperspektiven. Für diese und andere leistungsstarke Schulabsolventen locken Unternehmen immer häufiger mit Auslandsaufenthalten und Zusatzqualifikationen.

- **Mehr Chancen auch für lernschwächere Jugendliche und für Flüchtlinge**

Nahezu 80 Prozent der Betriebe geben lernschwächeren Jugendlichen Ausbildungschancen. Diese Bereitschaft erfordert von den Unternehmen immer mehr eigene Nachhilfeanstrengungen, um diese Jugendlichen zum Berufsabschluss zu führen. Rund sieben Prozent der Unternehmen bilden derzeit Flüchtlinge aus; sogar 15 Prozent bieten Angebote für Einstiegsqualifizierungen oder Praktika.

Fünf Empfehlungen an die Politik

Die duale Ausbildung ist weltweit hoch angesehen – ein echter Wettbewerbsvorteil für Deutschland. Ausbilden wird für Unternehmen jedoch zur immer größeren Herausforderung. Deshalb unterbreitet der DIHK fünf Vorschläge, wie das hohe Engagement der Betriebe unterstützt und damit die Attraktivität der Beruflichen Bildung gestärkt werden können:

1. Qualifizierte Ausbildung braucht gute Schulbildung

Immer mehr Unternehmen bemängeln die Ausbildungsreife von Schulabgängern. Insbesondere hapert es an Deutsch- und Mathekenntnissen. Vor allem für lernschwächere Jugendliche gilt: Sie brauchen mehr Unterstützung als andere, um am Ende der Schulzeit wichtige Grundqualifikationen zu beherrschen.

2. Berufsorientierung an den Schulen weiter verbessern

Die Ausbildungsumfrage 2017 zeigt erneut, dass zu viele Jugendliche unklare Vorstellungen von der Berufswelt und den Anforderungen an eine Ausbildung haben. Daher müssen die allgemeinbildenden Schulen ihre Anstrengungen für eine bessere Berufsorientierung intensivieren – insbesondere die Gymnasien. Möglichst jeder Schüler in Deutschland sollte direkte und praktische Erfahrungen in der Berufswelt sammeln.

3. Studienabbrechern berufliche Perspektiven aufzeigen

Nahezu jeder dritte Bacheloranfänger bricht sein Studium ab und steht vor der Aufgabe, nach der Erfahrung des Scheiterns positive Perspektiven zu gewinnen. Mehr und mehr Unternehmen werben um Studienabbrecher und bieten ihnen in der Ausbildung interessante Zusatzoptionen wie Auslandsaufenthalte. Oberstes Gebot sollte jedoch sein, Studienabbrüche zu vermeiden und die Berufsorientierung zu verbessern.

4. Berufsschulen für das Zeitalter der Digitalisierung rüsten

Im Rahmen der Digitalisierungsstrategien von Bund und Ländern müssen die Berufsschulen einen besonderen Stellenwert einnehmen. Dazu gehört zuallererst eine zeitgemäße Ausstattung nach dem neuesten Stand der Technik und eine daran angepasste Qualifizierung der Lehrer. Ganz praktisch brauchen Schulen außerdem einen leistungsfähigen IT-Support. Eine konsequente Digitalisierung unterstützt auch die von vielen Ausbildungsbetrieben gewünschte engere Zusammenarbeit und bessere Kommunikation mit den Berufsschulen. Dafür brauchen Berufsschullehrer mehr zeitliche Reserven.

5. Unternehmen brauchen Rechtssicherheit – Flüchtlinge brauchen Unterstützung

Die im Integrationsgesetz verankerte 3+2-Regelung muss bundeseinheitlich und praxisnah umgesetzt werden. Unternehmen und Flüchtlingen brauchen Rechts- und Planungssicherheit, dass während einer Ausbildung keine Abschiebung erfolgt. Ebenso wie bei einer Ausbildung sollte es auch einen Abschiebeschutz für die Zeit einer Einstiegsqualifizierung (EQ) geben. Zudem benötigen junge Flüchtlinge eine kontinuierliche Begleitung beim Übergang in die Ausbildung. Die bestehenden Instrumente sowie die ehrenamtliche Begleitung sollten darum so gut wie möglich aufeinander abgestimmt werden.

Inhalt

Seite

1	AUSBILDUNGSSITUATION IN DEUTSCHLAND	9
	Betriebe reagieren auf Fachkräftemangel	9
	Gute Azubis zu finden bleibt schwierig	9
	Einsatz, der sich lohnt	10
	Immer mehr Betriebe erhalten keine Bewerbungen	11
	Erster Schritt des Recruitings: Arbeitsagentur einschalten	12
	Rund ums Jahr: Werben, werben, werben	13
	Finanzielle und materielle Anreize setzen	14
	Unterschiede in den Branchen	14
2	MACHEN ANSTATT MECKERN: BETRIEBE PACKEN'S AN	15
	Weniger Betriebe stellen Ausbildungshemmnisse fest	15
	Betriebe würdigen die Arbeit der Berufsschulen	16
	(Digitale) Infrastruktur in den Berufsschulen und Lehrerbildung verbessern	16
	Mehr IT-Kenntnisse braucht das Land	17
3	GUTE AUSBILDUNG FÄNGT IN DER SCHULE AN	18
	Qualifizierte Ausbildung braucht gute Schulbildung	18
	Die Anstrengungsbereitschaft Jugendlicher sinkt	19
	Betriebe nehmen die Herausforderung an: Schwächeren gelingt der Einstieg	20
4	INTEGRATION DURCH AUSBILDUNG	21
	15.000 Flüchtlinge in IHK-Ausbildung	21
	Manche Branchen gehen voran: Auswertung nach Branchen und Betriebsgrößen	21
	Ausbildungsabsichten in Zukunft noch besser	21
	Einstiegsqualifizierung als Eintrittskarte	21
	Sprache als Schlüssel zur Integration	22
	ANHANG	25
	Online-Fragebogen	27

1. Ausbildungssituation in Deutschland

Betriebe reagieren auf Fachkräftemangel

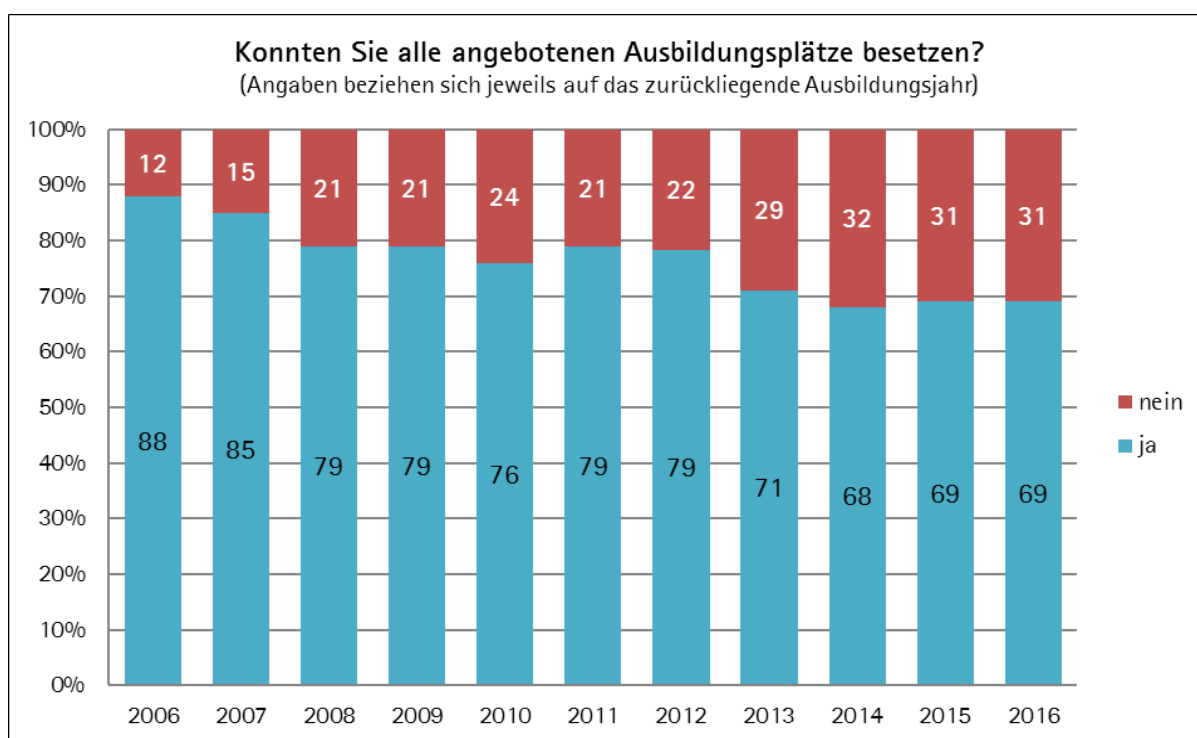
Der Fachkräftemangel ist in vielen Branchen und Regionen immer deutlicher spürbar. Für Unternehmen wird er mehr und mehr zum Geschäftsrisiko, das ihre Wettbewerbsfähigkeit zu mindern droht. Die Ausbildung von zukünftigen Fachkräften im eigenen Betrieb ist ein wirkungsvolles Mittel, um dem Fachkräftemangel zu begegnen.

Um ausbilden zu können, müssen Betriebe immer mehr Hürden meistern. Überhaupt einen geeigneten Auszubildenden zu finden, stellt häufig bereits große Anforderungen an Unternehmen. Sie müssen zum Beispiel leistungsstarken Jugendlichen gute Argumente für eine betriebliche Ausbildung liefern. Leistungsschwächere Jugendliche brauchen Förderung, um die Ausbildungsprüfung bestehen zu können. Zusätzlich schreitet die Digitalisierung in den Betrieben voran, was Arbeitsweisen im Betrieb und damit auch Anforderungen an Azubis verändert. Die vorliegende Umfrage zeigt die Reaktionen der Unternehmen auf diese und weitere Themen.

Gute Azubis zu finden bleibt schwierig

Der Ausbildungsmarkt bleibt ein Bewerbermarkt. Aus Sicht der Betriebe ist die Situation weiter angespannt: Die Quote der Betriebe, die nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten, lag 2016 mit 31 Prozent weiterhin auf einem hohen Niveau.

Besonders problematisch ist weiterhin die Lage im Osten des Landes. Hier konnten im vergangenen Jahr 41 Prozent der Betriebe ihre angebotenen Ausbildungsplätze nicht besetzen, während in Westdeutschland jeder vierte Betrieb betroffen war. Allerdings ist im Vergleich zum Vorjahr für die ostdeutschen Länder eine leichte Verbesserung festzustellen. Nach Jahren des stetigen Rückgangs der Schulabsolventen ist nach KMK¹-Berechnungen die Talsohle im Osten erreicht. 2016 verließen 0,6 Prozent mehr Schüler die allgemeinbildenden Schulen. Die Schulabgängerprognosen sind jedoch noch nicht um Flüchtlinge ergänzt.



¹ Kultusministerkonferenz, erhältlich unter www.kmk.org

Einsatz, der sich lohnt

Die Schwierigkeit, Ausbildungsplätze zu besetzen, ist in den einzelnen Branchen unterschiedlich ausgeprägt. Es wird deutlich, dass sich das Engagement von Verbänden und Betrieben für die Attraktivität der dualen Ausbildung langsam auszahlt.

Beispielsweise meldeten 2014 im Gastgewerbe noch 62 Prozent der Unternehmen, dass sie nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten. Im Jahr 2016 beläuft sich der Anteil zwar immer noch auf 58 Prozent, jedoch konnte eine Verbesserung um 4 Prozentpunkte erreicht werden. Qualitätsoffensiven in der Ausbildung, Verbesserungen bei der Planbarkeit von regulären Arbeitszeiten und auch das starke Engagement der Branche bei der Integration von Flüchtlingen beginnen zu wirken.

Hingegen gab es auch Branchen, denen es im vergangenen Jahr deutlich schwerer fiel, ihre offenen Ausbildungsplätze zu besetzen als noch im Vorjahr. Im Baugewerbe war 2015 nicht einmal jedes dritte Unternehmen betroffen – 2016 fanden 42 Prozent der Betriebe nicht für alle Angebote einen Auszubildenden. Die Baubranche erlebt eine rekordverdächtige Auftragslage, die zu deutlich mehr Ausbildungsangeboten geführt hat. Die Chancen werden jedoch von den Suchenden nicht ausreichend genutzt.

Vergleichbar leicht fiel die Stellenbesetzung in den Vorjahren der Banken- und Versicherungsbranche. Aber auch hier nimmt der Anteil der Unternehmen zu, die nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten: War im Schnitt 2015 nur knapp jedes fünfte Unternehmen betroffen, nähert sich die Branche dem Durchschnitt. Tendenziell dürften Banken etwas stärker als Versicherungen betroffen sein: Filialschließungen und die Frage einer langfristigen Perspektive dürften die Stellenbesetzung erschweren. Hinzu kommt, dass die Generation Y zunehmend nach weniger klassischen Arbeitsaufgaben strebt.

Konnten Sie im Jahr 2016 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen? (Ergebnisse differenziert nach Branchen, sortiert nach Nein-Antworten 2016)		
Branche	Nein (2016)	Nein (2015)
Gastgewerbe	58 %	61 %
Baugewerbe	42 %	30 %
Verkehr (Transport/Logistik)	35 %	33 %
Handel	31 %	33 %
Durchschnitt	31 %	31 %
Banken/Versicherungen	29 %	23 %
Industrie (ohne Bau)	28 %	30 %
Sonstige Dienstleistungen	28 %	28 %
Gesundheit/Pflege	25 %	25 %
IT	24 %	24 %
Medien	21 %	14 %
Unternehmensorientierte Dienste	19 %	29 %
Immobilien	8 %	11 %

Immer mehr Betriebe erhalten keine Bewerbungen

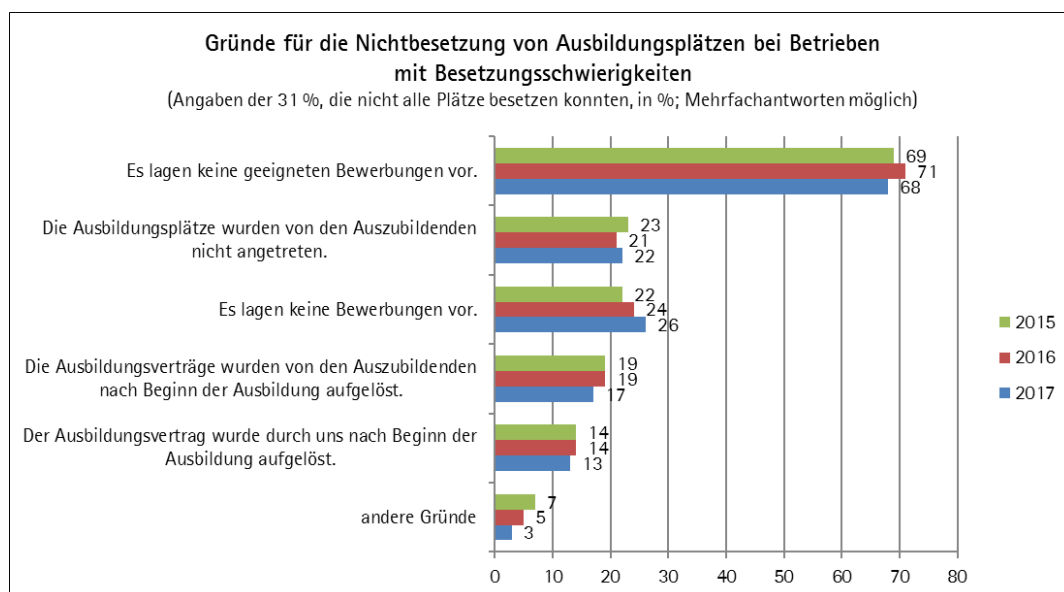
Der Anteil der Betriebe, die keine Bewerbungen mehr erhalten, steigt seit Jahren stetig. Im vergangenen Jahr waren 15.500 Betriebe betroffen. Das ist einer der wichtigsten Gründe für die Nichtbesetzung von Ausbildungsplätzen.

Von den Betrieben, die nicht alle Plätze besetzen konnten, waren es 2012 noch knapp acht Prozent, die überhaupt keine Bewerbungen mehr erhalten hatten; im vergangenen Jahr erhielten schon 26 Prozent der Ausbildungsbetriebe überhaupt keine Bewerbungen mehr – eine Verdreifachung innerhalb von fünf Jahren.

Die Betriebe, die immerhin noch Bewerbungen erhalten, aber ihren Platz dennoch nicht besetzen konnten, bemängeln oft die Qualität dieser Bewerbungen. Der Anteil der Betriebe, die angaben, dass sie keine geeigneten Bewerbungen erhalten hätten, ist leicht von 71 auf 68 Prozent zurückgegangen. Damit ist davon auszugehen, dass ein Teil der Betriebe in die Gruppe derer gewechselt ist, die im vergangenen Jahr nun keine Bewerbungen mehr erhalten haben. Dass Ausbildungsplätze nach Vertragsabschluss nicht angetreten werden, ist seit Jahren relativ stabil.²

Es überrascht jedoch zunächst, dass gerade der Bereich Banken/Versicherungen überproportional stark vom Nichtantritt betroffen ist. 38 Prozent der Banken/Versicherungen, die nicht alle Plätze besetzen konnten, nannten dies als Grund. In der Branche werden überproportional viele junge Menschen mit Hochschulzugangsberechtigung ausgebildet. Der eine oder andere hat nach Abschluss des Ausbildungsvertrags möglicherweise einen Studienplatz bekommen und sich für einen anderen Bildungsweg entschieden.

Im Gastgewerbe und im Bereich Gesundheit/Pflege kommt es etwas häufiger als in anderen Branchen vor, dass ein Ausbildungsvertrag nach Ausbildungsbeginn durch die Auszubildenden gelöst wird. Insgesamt jedoch sinkt die Neigung zur Vertragslösung nach Ausbildungsbeginn bei Auszubildenden wie bei Betrieben. Es fällt den Betrieben deutlich schwerer, Azubis zu finden – wer sich aber einmal gefunden hat, bleibt eher beieinander.



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

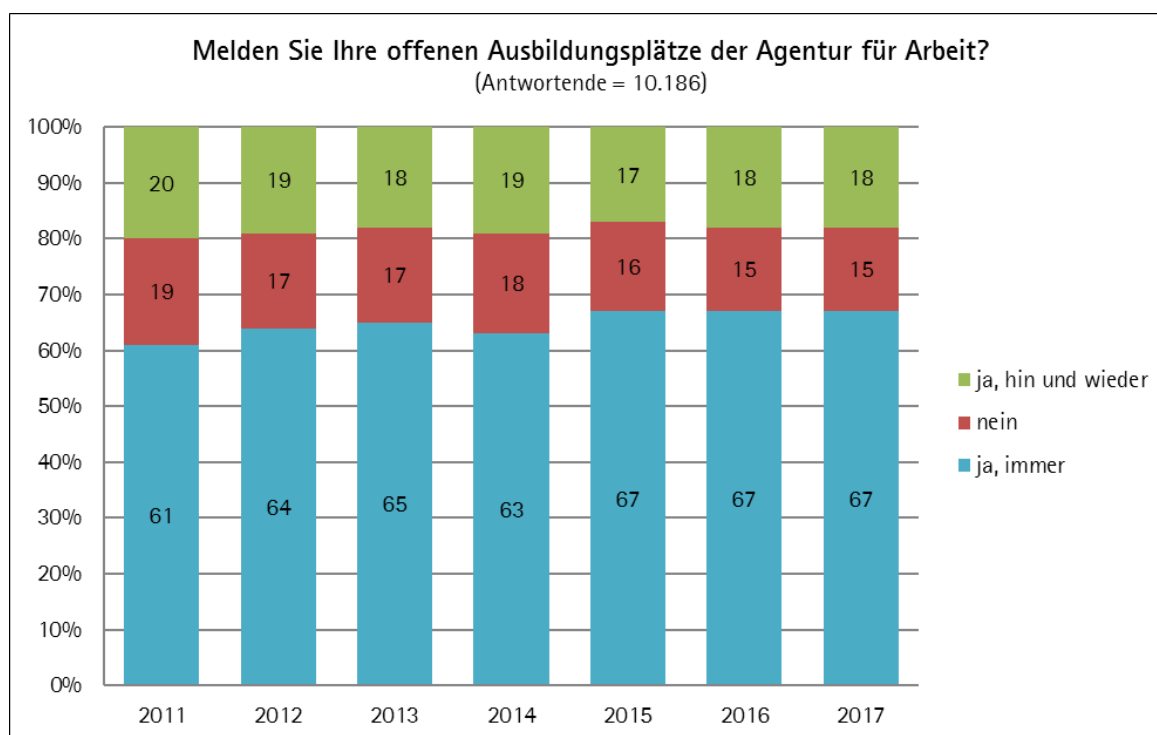
Erster Schritt des Recruitings: Arbeitsagentur einschalten

Im Wettbewerb um den Fachkräftenachwuchs reicht es heute nicht mehr aus, eine Stellenanzeige zu schalten. Demografische Entwicklung und der Trend zum Studium haben das Bewerberpotential deutlich verringert und die Konkurrenz um den Nachwuchs ist groß.

Darum gilt es für die Ausbildungsbetriebe so optimal für sich zu werben, dass sie von suchenden Jugendlichen gefunden werden. Angebot und Nachfrage zusammen zu bringen, wird umso schwieriger, je spezieller die Anforderungen und Wünsche von Betrieben und Jugendlichen sind. Haben sich Jugendliche auf einen in der Region eher seltenen Berufswunsch festgelegt, sollten sie sich mobil und flexibel zeigen. Bieten Unternehmen einen eher unbekannten Ausbildungsberuf an, empfiehlt sich, diese Chance umfangreich zu bewerben.

Beim Matching zwischen Jugendlichen und Unternehmen kommt den Arbeitsagenturen darum eine wichtige Rolle zu. Neben dem eigenen Engagement sollten die Unternehmen ihre offenen Ausbildungsplätze bei der Arbeitsagentur melden und gegebenenfalls die gezielte Vermittlung von passenden Bewerbern in Anspruch nehmen. Seit Start der IHK-Ausbildungsumfrage vor zwölf Jahren war der Grad der Einschaltung der Arbeitsagenturen noch nie so hoch wie heute. Konstant hohe 67 Prozent der Betriebe meldeten im Jahr 2017 offene Ausbildungsplätze immer den Arbeitsagenturen.

Trotz der zunehmenden Meldung von Ausbildungsstellen bei der BA werden jedoch nach wie vor viele Ausbildungsplätze ohne Hilfe der Arbeitsagenturen und Jobcenter besetzt. Für suchende Jugendliche lohnt deshalb auch der Blick in andere Quellen, zum Beispiel in die IHK-Lehrstellenbörse.

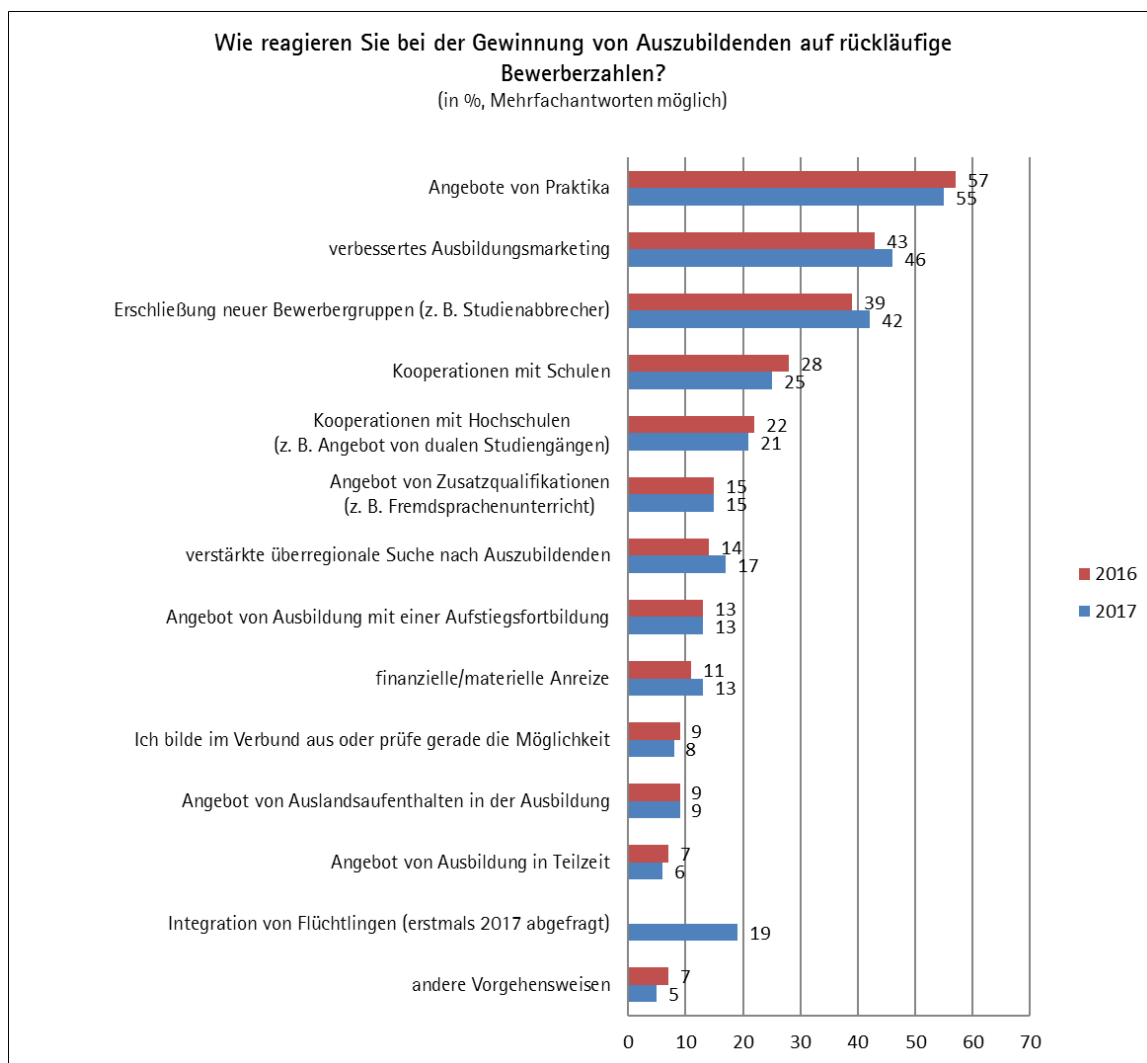


Rund ums Jahr: Werben, werben, werben

Betriebe versuchen auf vielfältige Weise die betriebliche Ausbildung für potenzielle Bewerber attraktiv zu gestalten und für sie zu werben. Leistungsstarke Jugendliche erhalten zusätzliche Angebote, beispielsweise Zusatzqualifikationen oder Auslandspraktika während der Ausbildung. Auch für Studienabbrecher bieten Betriebe gute Ausbildungschancen und sie intensivieren ihr Werben um diese Zielgruppe.

So hat der Anteil der Betriebe, die diesen Weg gehen, im Vergleich zum Vorjahr noch einmal um drei Prozentpunkte zugenommen und liegt jetzt bei 42 Prozent. Dieses Ergebnis wird auch durch neueste Studien bestätigt, zum Beispiel durch die DZHW-Studie³. Diese zeigt, dass nahezu vier von zehn Studienaussteigern innerhalb eines halben Jahres nach Studienabbruch

eine duale Ausbildung beginnen. Die Studie hat jedoch auch gezeigt, dass die Quote der Studienabbrecher hoch ist. Nahezu jeder dritte Bachelorstudent bricht sein Studium ab. Diese Erfahrung des Scheiterns und der Zeitverlust können durch eine bessere Berufs- und Studienorientierung, auch an Gymnasien, vermieden werden. Der Hauptgrund für die Abbrüche sind „unbewältigte Leistungsanforderungen“. Die Partner in der Allianz für Aus- und Weiterbildung setzen daher einen Schwerpunkt ihrer Arbeit auf die Verbesserung der Berufsorientierung, insbesondere an den Gymnasien. Die IHK-Organisation bietet Studienaussteigern mit der Initiative „Mit Praxis zum Erfolg“ berufliche Perspektiven.



³ Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung, Studienabbruch – Umfang und Motive, erhältlich unter www.dzhw.eu

Außerdem haben die Betriebe im vergangenen Jahr ihr Ausbildungsmarketing weiterhin verbessert. So stellen 46 Prozent die eigene Ausbildung transparenter dar und werben aktiv und zielgerichtet – ein Zuwachs um drei Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.

Fürs Azubimarketing gelten neue Spielregeln

Um bei jungen Leuten zu punkten, beachten Unternehmen mittlerweile andere Spielregeln. „Die heutigen Bewerber sind anders als wir“; das denkt wahrscheinlich jede Generation zu ihrer Zeit. Die heutigen jungen Bewerber im ausbildungsfähigen Alter unterscheiden sich meist tatsächlich von früheren Generationen.

Eltern haben sie früh in Entscheidungen einbezogen, haben ihnen erklärt, wie Kompromisse zustande kommen und ihre Kinder sehr individuell gefördert. Außerdem haben sich die Rahmenbedingungen verändert.

Die heutige Generation von Azubis fühlt sich nicht mehr als Bittsteller, denn sie weiß genau, dass im Gegensatz zu früher, ausreichend Ausbildungsplätze vorhanden sind. Um erfolgreich zu sein, beachten Unternehmen unter anderem Folgendes:

- Offenheit: Sie zeigen, was sie in der Ausbildung erwartet.
- Sinnhaftigkeit: Sie zeigen, dass sie eine sinnvolle Tätigkeit im Betrieb finden.
- Work-Life-Balance: Sie zeigen, dass sie private Interessen und berufliche Herausforderungen miteinander verbinden können.

Neben der verstärkten Ansprache von neuen Zielgruppen sowie dem verstärkten Ausbildungsmarketing hat ein weiterer Hebel zur Gewinnung von Azubis im vergangenen Jahr an Bedeutung gewonnen: 17 Prozent der Betriebe wollen verstärkt überregional für ihre Ausbildungsplätze werben, ein Zuwachs um drei Prozentpunkte zum Vorjahr. Erstmals gaben auch 19 Prozent der Betriebe an, dass sie Flüchtlinge in Ausbildung integrieren möchten.

Finanzielle und materielle Anreize setzen

Jeder zehnte Betrieb setzt auf materielle oder finanzielle Anreize, um Azubis zu gewinnen – Tendenz leicht steigend. Insbesondere Betriebe mit weniger stark nachgefragten Berufen oder schlechter Erreichbarkeit können sich so im Wettbewerb attraktiver machen.

55 Prozent (2016: 53 Prozent) der Betriebe, die auf Goodies zurückgreifen, fördern die Mobilität. Weitere 40 Prozent zahlen eine übertarifliche Vergütung, um das Interesse von Jugendlichen an bestimmten Berufen zu erhöhen. 29 Prozent (2016: 27 Prozent) derer, die Goodies anbieten, gewähren mehr als den gesetzlichen Urlaub und greifen damit ein Bedürfnis der Generation Y nach mehr Freizeit auf.

Darüber hinaus werden genannt: Bonuszahlungen bei guten Noten, Büchergeld, Klassenfahrten, Business-Outfits oder Fitnessstudiumitgliedschaften.⁴

Unterschiede in den Branchen

Dabei setzen die Branchen unterschiedliche Schwerpunkte. So wollen überdurchschnittlich häufig die IT-Betriebe (63 Prozent), die Banken und Versicherungen (59 Prozent) und die unternehmensnahen Dienstleistungen (52 Prozent) neue Bewerbergruppen, zum Beispiel Studienabbrecher, erschließen. Banken/Versicherungen (61 Prozent) und die Industrie (54 Prozent) setzen zudem stark auf ein besseres Ausbildungsmarketing. Das Gastgewerbe (31 Prozent) und die Medienbranche (24 Prozent) wollen die überregionale Suche nach Auszubildenden intensivieren. Die Industrie nutzt zudem häufiger als die anderen Branchen auch Zusatzqualifikationen und Auslandsaufenthalte zur Attraktivitätssteigerung der Ausbildung

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

2. Machen anstatt Meckern: Betriebe packen's an

Weniger Betriebe stellen Ausbildungshemmnisse fest

Azubis zu finden, ist schwer. Wenn Betrieb und Azubi aber erstmal zueinander gefunden haben, stellen immer weniger Betriebe Ausbildungshemmnisse fest, also Umstände, die die betriebliche Ausbildung erschweren. Trotz aller zu bewältigender Herausforderungen ist der Anteil der Betriebe, die Ausbildungshemmnisse feststellen, binnen Jahresfrist von 41 auf 35 Prozent gesunken. Damit setzt sich der Trend der vergangenen Jahre fort – unterstützt durch die anhaltend gute wirtschaftliche Situation der Unternehmen und dem Mangel an qualifizierten Fachkräften, der die Ausbildungsabsichten der Unternehmen forciert.

Die Betriebe, die Ausbildungshemmnisse benennen, kommunizieren zu 80 Prozent unklare Berufsvorstellungen vieler Schulabgänger als größtes Problem. Dies ist ein deutliches Indiz dafür, dass die Berufsorientierung in den Schulen und die Berufsberatung der Arbeitsagenturen weiter verbessert bzw. individueller ausgestaltet werden müssen. Denn trotz guter Berufsorientierungskonzepte in vielen Schulen, ist die Unsicherheit der Jugendlichen offenbar nach wie vor groß. Als Ausbildungshemmnis nehmen die Betriebe zunehmend auch weite Entfernungen zu den Berufsschulen wahr. 19 Prozent der Betriebe, die von Ausbildungshemmnissen berichten, zählen dazu die weiten Wege ihrer Auszubildenden zur Berufsschule. Ihr Anteil ist innerhalb nur eines Jahres um vier Prozentpunkte gestiegen. Besonders angespannt ist die Situation im Osten, denn dort liegt der Anteil der Betriebe, für die eine weit entfernte Berufsschule ein Ausbildungshemmnis darstellt, bei 31 Prozent gegenüber 19 Prozent im Süden, 14 Prozent im Westen und 16 Prozent im Norden. Die starke Konzentration von Schulstandorten im Zuge der demografischen Entwicklung hat deutliche Spuren hinterlassen. So erleidet die berufliche Bildung einen Attraktivitätsverlust, wenn die Berufsschulen in der Region fehlen.⁵

Die Digitalisierung kann hier einen Beitrag leisten, um in der Beruflichen Bildung zeitgemäßes Lernen zu ermöglichen und auch Distanzen zu überwinden.

Branchen kämpfen mit unterschiedlichen Herausforderungen

Bei genauer Betrachtung der Ausbildungshemmnisse nach Branchen zeigen sich deutliche Unterschiede: Während es beispielsweise im Durchschnitt für 27 Prozent der Unternehmen, die Ausbildungshemmnisse feststellen, eine Schwierigkeit darstellt, dass sich Auszubildende trotz Übernahmeangebot für andere Unternehmen oder Bildungswege entscheiden, sind es bei den Banken und Versicherungen 36 Prozent. Hier macht sich bemerkbar, dass Banken und Versicherungen einen hohen Anteil an Auszubildenden mit Hochschulreife ausbilden. Diese schließen an eine Ausbildung häufig ein Studium an.

Für die Medienbranche ist hingegen die unsichere wirtschaftliche Perspektive ein Ausbildungshemmnis. 27 Prozent der Betriebe geben das an. Der Durchschnitt über alle Branchen liegt bei neun Prozent. Betriebe der Immobilienbranche können Auszubildende nach der Ausbildung häufig nicht übernehmen. 27 Prozent sehen darin ein Ausbildungshemmnis; der Durchschnitt liegt nur bei zehn Prozent. Bei der weiten Entfernung zur Berufsschule weicht besonders die Baubranche vom Durchschnitt ab. Während durchschnittlich 19 Prozent der Betriebe die weite Entfernung zur Berufsschule bemängeln, sind es in der Baubranche 32 Prozent. Hier ist eine überbetriebliche Lehrunterweisung üblich, die von der Branche selbst organisiert wird. An diesen Baufachschulen ist Blockunterricht üblich, die Auszubildenden werden in Internaten untergebracht. Offenbar wirken sich für einen nicht geringen Teil der Baubetriebe die Entfernung zu den Baufachschulen und die längeren Abwesenheiten der Auszubildenden erschwerend in der Ausbildung aus.

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

Betriebe würdigen die Arbeit der Berufsschulen

Grundsätzlich zeigen sich die Betriebe mit der Arbeit ihrer Partner in der dualen Ausbildung, den Berufsschulen, äußerst zufrieden. 86 Prozent sind zufrieden oder sehr zufrieden. Befragt nach Verbesserungspotenzialen wünschen sich 63 Prozent eine intensivere Kommunikation zwischen Schule und Betrieb. Es zeigt sich hier, dass die Lernortkooperation zwischen Schulen und Betrieben noch enger gestaltet werden kann. 37 Prozent der Ausbildungsbetriebe sprechen sich für eine Reduzierung des Unterrichtsausfalls an den Schulen aus.

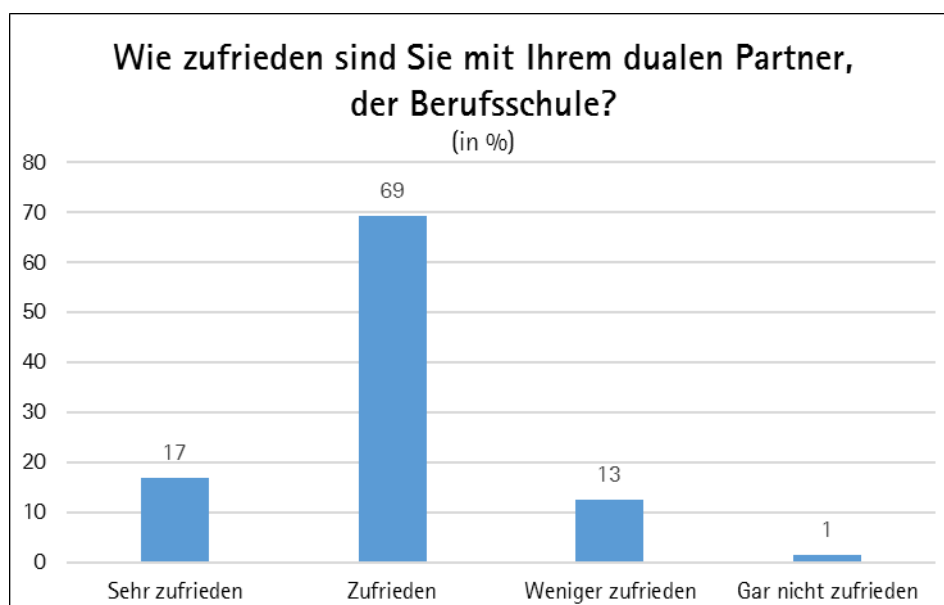
Sind schon die langen Wege zur Berufsschule für viele Betriebe im Osten des Landes ein Ausbildungshemmnis, so zeigen sich auch bei der Unterrichtsversorgung mehr Probleme als anderswo. Nach Regionen betrachtet fällt der höhere Anteil der Betriebe im Osten auf (42 Prozent), die eine Verbesserung der Unterrichtsversorgung anmahnen. Hier lohnt zudem ein Blick auf die Länder, da das Berufsschulangebot Länderangelegenheit ist. So bemerken einen besonders hohen Unterrichtsausfall an den Berufsschulen die Betriebe in Sachsen-Anhalt (48 Prozent), in Brandenburg (46 Prozent) und Mecklenburg-Vorpommern (44 Prozent). In Sachsen sind es 42 Prozent, während Thüringen mit 38 Prozent nur leicht über dem Bundesdurchschnitt von 37 Prozent liegt. Am seltensten wird der Unterrichtsausfall in Bayern und Schleswig-Holstein

(jeweils 26 Prozent) sowie in Hamburg (28 Prozent) bemängelt.

(Digitale) Infrastruktur in den Berufsschulen und Lehrerbildung verbessern

Insgesamt 27 Prozent der Betriebe sehen Verbesserungspotenzial bei der Ausstattung der Berufsschulen. Betrachtet nach Ländern sind die Betriebe in Brandenburg und Sachsen (jeweils 22 Prozent) sowie in Baden-Württemberg (23 Prozent) am zufriedensten. Dagegen bemängelt die Hälfte der Ausbildungsbetriebe in Bremen die Ausstattung der Schulen.

Vor allem scheinen Investitionen in eine moderne IT- und Medien-Ausstattung der Schulen notwendig zu sein. Ein Indiz dafür liefert die Auswertung der Antworten nach Branchen. So beanstandet besonders die IT- und die Medienbranche Verbesserungen bei der Ausstattung der Schulen an. Bei den IT-Betrieben sind es 37 Prozent, bei den Medien 35 Prozent. Gleiches gilt bei der Qualifikation der Berufsschullehrkräfte. Sehen über alle Branchen 31 Prozent der Betriebe einen Weiterbildungsbedarf bei den Lehrkräften, so sind es in der IT- und der Medienbranche jeweils 47 Prozent. Im Handel sowie bei den Gesundheits- und Pflegeberufen sind es 25 Prozent, bei den Industriebetrieben 28 Prozent und im Gastgewerbe 29 Prozent.



Mehr IT-Kenntnisse braucht das Land

Was brauchen junge Menschen, um für die Arbeit 4.0 gerüstet zu sein? Es steht die Frage im Raum, welche Kompetenzen sie jetzt und in Zukunft benötigen und deshalb bereits in der Ausbildung erlernen müssen.

Eine Blaupause für die betriebsinterne Gestaltung der Digitalisierung gibt es nicht. Das führt zu einer großen Unsicherheit bei Betrieben, Mitarbeitern und Auszubildenden. Dieser kann durch Beteiligung und Transparenz begegnet werden. Eine Qualifizierung von Mitarbeitern befähigt diese, den digitalen Transformationsprozess mitgehen zu können und bietet ihnen sichere berufliche Perspektiven.

Das beginnt schon bei den Auszubildenden. Betriebe haben in der vorliegenden Umfrage Auskunft darüber gegeben, welche Kompetenzen angesichts Wirtschaft 4.0 aus ihrer Sicht an Bedeutung gewinnen werden.

Dabei überrascht es wenig, dass für 68 Prozent der Unternehmen IT-Kompetenzen in Zukunft einen höheren Stellenwert haben werden. Neben der IT-Branche schätzen auch Banken/Versicherungen, die Immobilienbranche sowie die Medienbranche die steigende Bedeutung von IT-Kenntnissen als überdurchschnittlich wichtig ein.

Es gilt daher umso mehr, den angekündigten Digital-Pakt#D der Bundesregierung mit Leben zu füllen. Vor allem die beruflichen Schulen müssen mit der dringend benötigten Infrastruktur versorgt werden. Um Jugendliche auf Arbeit 4.0 vorzubereiten, wird die Vermittlung von Medienkompetenz zur Schlüsselqualifikation. In den allgemeinbildenden Schulen sollte systematisch ein Grundstein gelegt werden, um in der Berufsschule darauf aufbauen zu können. Mit der Entwicklung dieser Kompetenzen erst in der dualen Ausbildung zu beginnen, ist zu spät. Vielmehr sollten diese bereits in der schulischen Bildung auf dem Lehrplan stehen. Wesentlich stärker als bisher muss in den Schulcurricula sowie in der Lehreraus- und -fortbildung die Vermittlung einschlägiger Basiskompetenzen erfolgen.

Neben IT-Kenntnissen sind für Unternehmen in Zukunft Kommunikationsfähigkeit (55 Prozent) und selbständiges Handeln (56 Prozent) von noch größerer Bedeutung.

Fremdsprachenkenntnisse sind wichtig und werden es in Zukunft bleiben: Nahezu zwei von drei Unternehmen sehen eine gleichbleibende Bedeutung. Eine gleichbleibend hohe Bedeutung wird auch den sozialen Kompetenzen (54 Prozent) und dem logischen Denken (55 Prozent) beigemessen.

Sind die Ausbildungsberufe fit für Wirtschaft 4.0?

Die Frage, wie bestehende Ausbildungsberufe auf Wirtschaft 4.0 auszurichten sind, wird kontrovers diskutiert. Wichtig ist: die Inhalte der dualen Ausbildungsberufe sind grundsätzlich technikoffen formuliert. Dadurch können viele Veränderungen, die die Digitalisierung kontinuierlich mit sich bringt, bereits flexibel umgesetzt werden, ohne dass ein Ausbildungsberuf ständig geändert werden muss. Wird ein Ausbildungsberuf als zukunftsfest eingeschätzt, können potentielle Bedarfe mit Zusatzqualifikationen (ZQ) versorgt werden. In diesem Jahr entstehen beispielsweise „ZQs für Digitale Kompetenzen“ sowie Digitale Kompetenzen für Mechatroniker oder Werkzeugmechaniker. Ist eine Aktualisierung der Berufe nötig oder soll ein neuer Beruf entstehen, werden diese Änderungen in dem bewährten System der konsensualen Abstimmung zwischen den Wirtschafts- und Sozialpartnern in Novellierungsverfahren umgesetzt, an denen auch die IHK-Organisation beteiligt ist. Im kommenden Jahr entsteht so der „Kaufmann im E-Commerce“ als neuer Ausbildungsberuf.

IHKs informieren Betriebe über neue Berufe bzw. geben Empfehlungen, ob noch der richtige Beruf ausgebildet wird. Tipp: Unter www.ihk.de Kontakt zur regionalen IHK aufnehmen sich beraten lassen.

3. Gute Ausbildung fängt in der Schule an

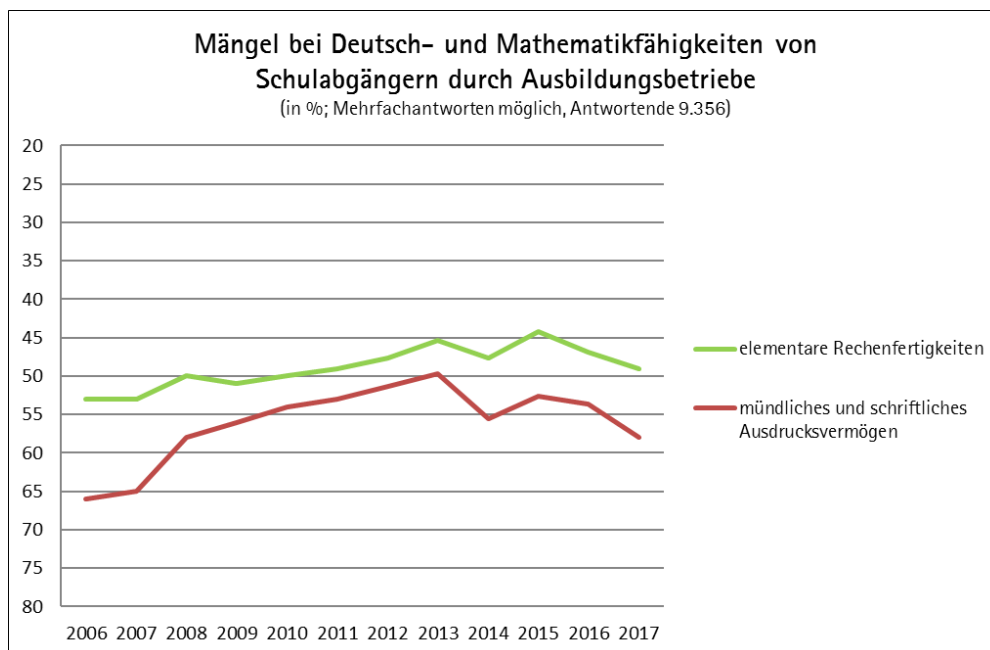
Qualifizierte Ausbildung braucht gute Schulbildung

Die Anforderungen in der beruflichen Bildung steigen, denn auch die Arbeitswelt wird immer komplexer. Von den Fachkräften werden selbstständiges Denken sowie Problemlöse- und Handlungskompetenz erwartet. Das setzt eine gute Schulbildung sowie grundlegende soziale und persönliche Kompetenzen voraus. In der aktuellen Umfrage ist jedoch der Anteil der Ausbildungsbetriebe, die rundum zufrieden mit der Ausbildungsreife der Ausbildungsplatzbewerber sind, auf unter zehn Prozent gesunken (2016: elf Prozent; 2015: zehn Prozent).

Im Umkehrschluss stellen 91 Prozent der Betriebe Mängel bei der Ausbildungsreife fest. Gerade die Zufriedenheit der Ausbildungsbetriebe mit den Deutsch- und Mathematikfähigkeiten der Schulabgänger wie auch mit grundlegenden sozialen Kompetenzen zeigt eine deutlich abnehmende Tendenz. Konnten die doppelten Abiturjahrgänge das Bild in den vergangenen

Jahren noch etwas aufhellen, hat sich die Situation inzwischen gewendet. So zeigt sich inzwischen wieder rund die Hälfte der Ausbildungsbetriebe, die Mängel bei der Ausbildungsreife feststellen, mit den sprachlichen Fähigkeiten und den Mathematikkenntnissen der potenziellen Auszubildenden unzufrieden. Bei den Mathekompetenzen sind es mit 49 Prozent etwas weniger als die Hälfte, im mündlichen und schriftlichen Ausdruck dagegen mit 58 Prozent deutlich mehr.⁶

Zwar nimmt auch der Anteil der Abiturienten in der beruflichen Bildung zu. Der Trend zum Studium ist jedoch ungebrochen. Deshalb wächst der Anteil nicht so stark, wie der Anteil der Abiturienten an den Schulabgängern insgesamt zunimmt. Für die Ausbildungsbetriebe bedeutet das, sie müssen immer mehr auch lernschwächeren Jugendlichen Ausbildungsmöglichkeiten einräumen, wenn sie ihre Lehrstellen besetzen wollen.



⁶ Wir kennzeichnen mit Rahmen, die Texte, die auf einer Teilgruppe der Gesamtbefragung beruhen.

Einen Beleg dafür liefert eine Branchenauswertung: Betriebe aus Branchen, die traditionell stark in der Ausbildung lernschwächerer Jugendlicher sind und einen unterdurchschnittlichen Anteil an Abiturienten aufweisen, stellen häufiger Mängel an der Ausbildungsreife fest. So sind es im Gastgewerbe nur zwei Prozent, in der Verkehrsbranche und in der Industrie sieben Prozent und im Handel acht Prozent der Betriebe, die keine Mängel bei der Ausbildungsreife der Bewerber sehen.

Gleichzeitig sind es das Gastgewerbe und die Logistikbranche, die mit 67 und 65 Prozent am stärksten Mängel bei den mündlichen und schriftlichen Sprachfähigkeiten der Ausbildungsbewerber sehen. Bei den Mathematikkompetenzen sind es wiederum das Gastgewerbe (58 Prozent), aber auch Industrie (57 Prozent) und Handel (52 Prozent).⁷

Diese Auszubildenden bringen eine schlechtere schulische Vorbildung mit und benötigen daher häufig zusätzliche Unterstützung von den Betrieben für einen erfolgreichen Berufsabschluss.

Die Anstrengungsbereitschaft Jugendlicher sinkt

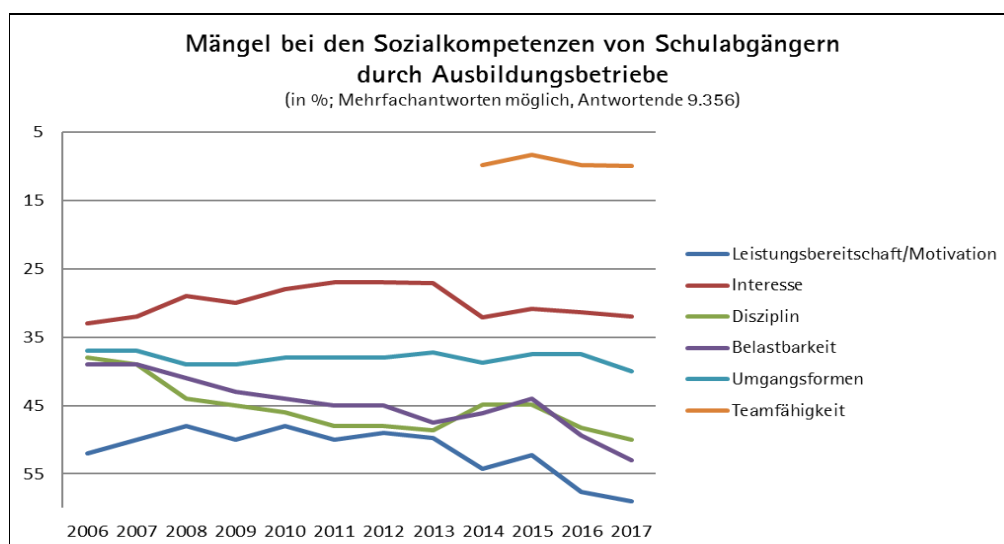
Wenn es bei den schulischen Leistungen hapert, hilft oft Nachhilfe im Betrieb oder in der Berufsschule. Eine größere Herausforderung für die Ausbildungsbetriebe ist es, dass Jugendlicher immer weniger leistungsbereit und motiviert sind.

Hingegen bescheinigen die Ausbildungsbetriebe den Ausbildungsbewerbern durchaus Interesse, akzeptable Umgangsformen und gute Teamfähigkeit.

Nur ein Zehntel der Betriebe, die Mängel bei der Ausbildungsreife feststellen, sehen diese bei der Teamfähigkeit und ein knappes Drittel bei Interesse und Aufgeschlossenheit. Bei Leistungsbereitschaft und Motivation, bei Disziplin und Belastbarkeit werden jedoch neue Tiefstände der Unzufriedenheit erreicht. Bei diesen Softskills sind es mehr als die Hälfte der Betriebe, die hier Kritik üben.⁷

Anhaltspunkt zur Erklärung ist die Vielfalt der Qualifizierungsalternativen, die bei vielen Jugendlichen zu weniger Durchhaltewillen bei entstehenden Schwierigkeiten führen. Ausbildungsbetriebe nehmen dies als geringere Belastbarkeit und Leistungsmotivation wahr. So zeigt sich, dass besonders Branchen, die Probleme haben, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen, Leistungsbereitschaft und Motivation kritisch bewerten, wie zum Beispiel das Gastgewerbe und die Baubranche.

⁷ Wir kennzeichnen mit Rahmen, die Texte, die auf einer Teilgruppe der Gesamtbefragung beruhen.

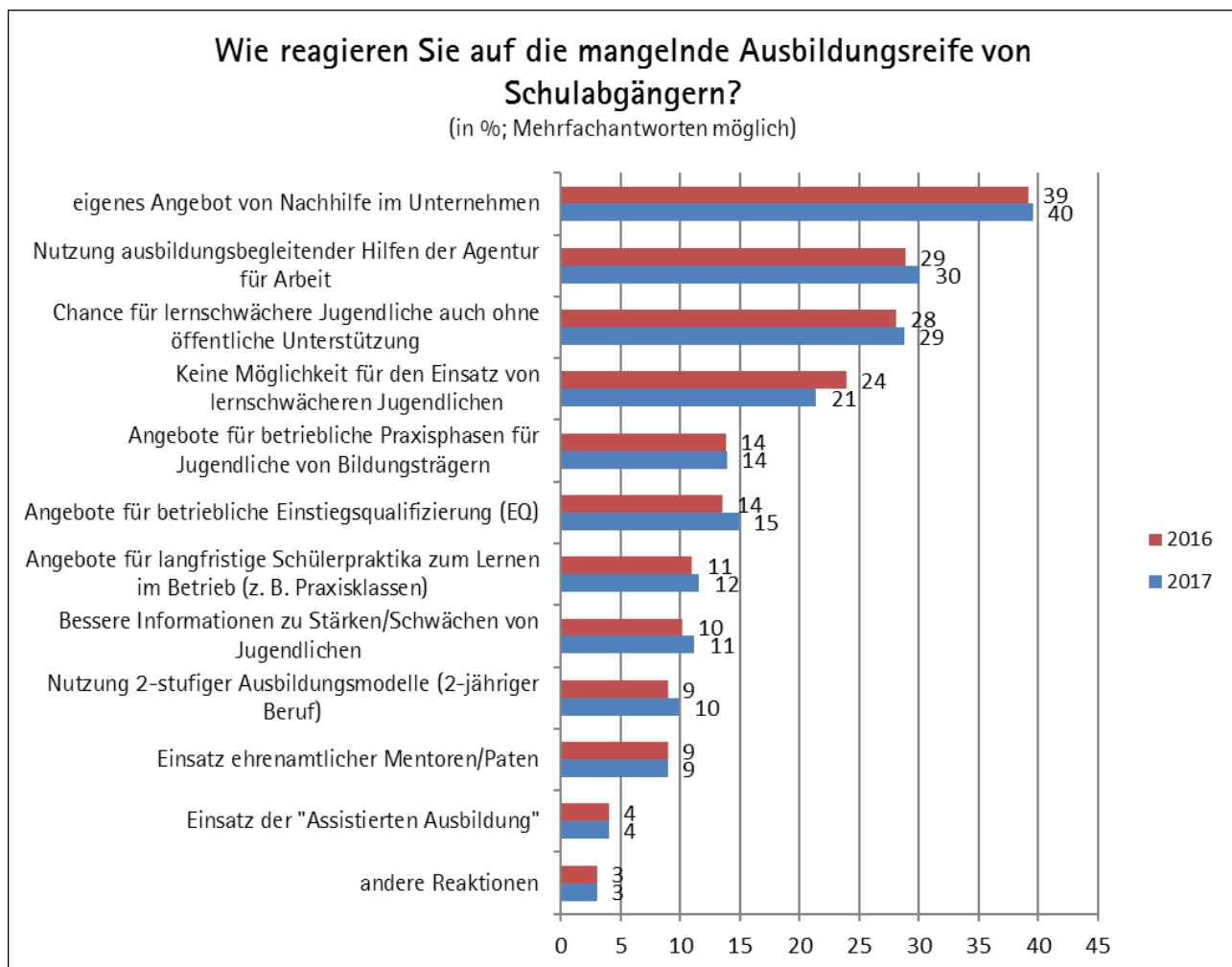


Betriebe nehmen die Herausforderung an: Schwächeren gelingt der Einstieg

Der Anteil der Betriebe, die keine Möglichkeit sehen, lernschwächere Jugendliche auszubilden, sinkt stetig. War es 2014 noch ein Drittel der Betriebe, so ist es aktuell nur noch gut ein Fünftel (21 Prozent). Das heißt im Umkehrschluss, fast 80 Prozent der Ausbildungsbetriebe sind bereit, schwächere Jugendliche auszubilden. Entsprechend nimmt der Anteil derjenigen, die diesen Jugendlichen Nachhilfe geben oder Nachhilfe für sie organisieren, seit Jahren kontinuierlich zu; seit 2014 von 31 auf nun 40 Prozent. Gleichzeitig nutzen Betriebe verstärkt die Unterstützung, die ihnen von anderen Partnern angeboten wird, wie zum Beispiel die ausbildungsbegleitenden Hilfen (abH) der Arbeitsagenturen, langfristige Schülerpraktika oder auch das noch junge Instrument der Assistierten Ausbildung (AsA).

Der Anteil der Betriebe, die diese Instrumente nutzen, ist weiter gestiegen, jeweils um einen Prozentpunkt im Vergleich zum Vorjahr. Gleiches gilt für die betriebliche Einstiegsqualifizierung (EQ).

In welchem Umfang Betriebe nach Größe oder Branche die Instrumente nutzen, hängt davon ab, in welchem Umfang sie grundsätzlich lernschwächere Jugendliche ausbilden können. Da kleinere Betriebe eher weniger Möglichkeiten haben, Lernschwächere zu integrieren, nimmt die Nutzung der Unterstützungsinstrumente tendenziell mit der Größe der Unternehmen zu. Ebenso gilt, dass die Branchen, die häufiger als andere lernschwächere Jugendliche ausbilden, auch häufiger diese Instrumente nutzen, also das Gastgewerbe, der Handel, die Industrie, die Verkehr- und Logistikbranche sowie die Baubranche.



4. Integration durch Ausbildung

15.000 Flüchtlinge in IHK-Ausbildung

Derzeit bilden im IHK-Bereich rund sieben Prozent der Unternehmen Flüchtlinge aus. Im Vergleich zum Vorjahr ist das eine Steigerung um vier Prozentpunkte und entspricht mehr als einer Verdopplung. Durchschnittlich bildet ein Unternehmen zwei Flüchtlinge aus. Hochgerechnet bedeutet dies, dass sich momentan rund 15.000 Flüchtlinge in einer IHK-Ausbildung befinden. Diese Zahl verteilt sich dabei allerdings über alle drei Ausbildungsjahre.

Bis die jungen Leute eine Ausbildung in den IHK-Betrieben begonnen haben, vergingen im Schnitt rund 19 Monate – eine Verkürzung um drei Monate im Vergleich zur Vorjahresbefragung. Im vergangenen Jahr belief sich die durchschnittliche Dauer, bis junge Flüchtlinge in den IHK-Betrieben angekommen waren, noch auf rund 22 Monate. Das spricht dafür, dass verkürzte Asylverfahren, besser abgestimmte Integrationsmaßnahmen wie Sprach- und Integrationskurse sowie Hilfe bei Wohnungs- und Ausbildungssuche die Integrationszeit verkürzen können. Aktuelle Beobachtungen zeigen jedoch zugleich, dass eine Vielzahl an Geflüchteten länger in Integrationsmaßnahmen und Sprachkursen verweilen als ursprünglich erwartet. Der große „Ausbildungsschwung“ an Geflüchteten ist daher in diesem Jahr noch nicht zu erwarten.

Manche Branchen gehen voran: Auswertung nach Branchen und Betriebsgröße

Die Branchen, die sich bereits im vergangenen Jahr besonders für die Integration engagierten, haben ihr Ausbildungsengagement in den vergangenen zwölf Monaten weiter intensiviert: Besonders im Gastgewerbe mit seinen vielen kleinen und mittelgroßen Betrieben bilden inzwischen 18 Prozent der Unternehmen Flüchtlinge aus, eine deutliche Steigerung um zwölf Prozentpunkte und damit eine Verdreifachung. Auch in der Industrie (neun Prozent) und in der Verkehrsbranche (acht Prozent) integrieren immer mehr Betriebe Flüchtlinge (Vorjahr: vier Prozent). Die Baubranche legt auf neun Prozent (drei Prozent) zu. Bran-

chen, in denen eine hohe Sprachfertigkeit zur Ausbildung benötigt wird, sind derzeit noch unterrepräsentiert, wie zum Beispiel der Immobiliensektor, Medien oder der Bereich Banken/Versicherungen.

Die Mehrzahl der Unternehmen in Deutschland sind kleine und mittelgroße Betriebe. Absolut betrachtet ist deshalb der größte Teil der Flüchtlinge in kleinen und mittleren Betrieben beschäftigt. Aber auch bei großen Unternehmen ist die Ausbildung von Flüchtlingen verbreitet.

Ausbildungsabsichten in Zukunft noch besser

Erstmals wurde in der vorliegenden Umfrage nach den geplanten Ausbildungsabsichten der Unternehmen von Flüchtlingen gefragt: Nahezu jedes fünfte Unternehmen beabsichtigt, in den nächsten zwei Jahren Flüchtlinge auszubilden, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Damit besteht noch ein großes Potenzial für die Ausbildung von Flüchtlingen in Betrieben. Am deutlichsten ist der Unterschied von Status Quo und Planung in der IT-Branche: vier Prozent bilden derzeit Flüchtlinge aus, 19 Prozent planen es für die Zukunft.

Einstiegsqualifizierung als Eintrittskarte

Rund 15 Prozent der Unternehmen beschäftigen derzeit Flüchtlinge in einer Einstiegsqualifizierung (EQ) oder in einem Praktikum. Von Schnupperpraktikum bis EQ bietet das gemeinsam Arbeiten den Betrieben und den Flüchtlingen bis zu zwölf Monaten die Chance, einander kennenzulernen, erste Ausbildungsinhalte zu vermitteln und die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Ausbildung zu schaffen. In weiteren neun Prozent der Unternehmen haben bereits in den letzten zwei Jahren Flüchtlinge eine Einstiegsqualifizierung oder ein Praktikum absolviert. Acht Prozent planen in den nächsten zwei Jahren Flüchtlinge in EQ oder in ein Praktikum aufzunehmen.

Sprache als Schlüssel zur Integration

Sprache ist und bleibt der entscheidende Hebel zur erfolgreichen Integration. Bei Antritt einer Ausbildung müssen bereits Basiskenntnisse der deutschen Sprache vorhanden sein. Das Sprachniveau B 1 ist das absolute Mindestniveau, reicht aber schon bei anspruchsvollen 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 praktisch orientierten Berufen, wie z. B. Koch, ist B 2. In vielen anderen Berufen braucht man eher schon C 1. Die Umfrage belegt: Für stabile 90 Prozent der Betriebe sind diese Sprachkenntnisse Grundvoraussetzung für die Integration in den Betrieb. Diese wichtige Grundvoraussetzung muss geschaffen sein, da sonst das Scheitern in der Ausbildung droht. So mehren sich die Berichte, dass insbesondere mangelnde Sprachkenntnisse jungen Geflüchteten große Schwierigkeiten in der Berufsschule bereiten.

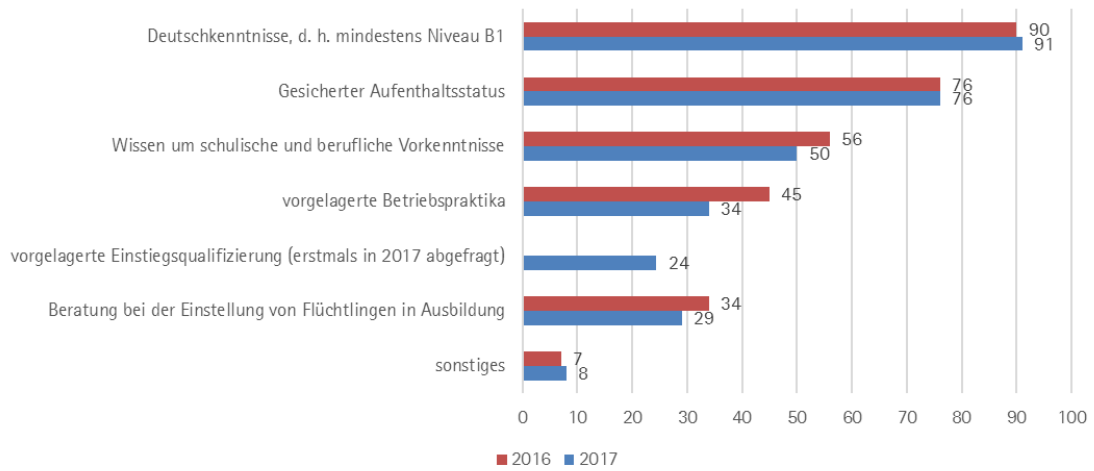
Einen gesicherten Aufenthaltsstatus sehen weiterhin 76 Prozent der Betriebe als Grundvoraussetzung an, um junge Flüchtlinge auszubilden. Daher ist es unerlässlich, dass die im Integrationsgesetz verankerte 3+2-Regelung bundesweit einheitlich und transparent umgesetzt wird. Betriebe und Geflüchtete benötigen Planungs- und Rechtssicherheit für die Dauer ihrer Ausbildung und eine darauffolgende mindestens zweijährige Beschäftigung. Andernfalls droht ein Rückgang des Integrationsengagements der Unternehmen.

Im vergangenen Jahr war noch für 56 Prozent der Betriebe das Wissen um schulische und berufliche Vorbildung der Flüchtlinge Grundvoraussetzung für eine Ausbildung.

In diesem Jahr war das nur noch für rund 50 Prozent eine Eingangsvoraussetzung. Ähnlich verhält es sich mit dem Beratungsbedarf der Betriebe, der mit zunehmender Erfahrung und Sicherheit in der Auslegung der Gesetze abnimmt. Der Bekanntheitsgrad des Berufsqualifikationsfeststellungsgesetzes (Anerkennungsgesetz) hatte in den vergangenen Jahren bereits deutlich zugenommen: War es 2015 nur rund jedem vierten Betrieb bekannt, stieg die Wahrnehmung 2016 auf 52 Prozent. 2017 wurde mit 55 Prozent ein erneuter Höchstwert erreicht. Ein vorgelagertes Betriebspraktikum war im vergangenen Jahr für 45 Prozent der Betriebe die Voraussetzung für den Einstieg in Ausbildung. In diesem Jahr benennen dies nur noch 34 Prozent der Betriebe. Dies ist dadurch zu erklären, dass es die differenzierte Antwortmöglichkeit zwischen Praktikum und EQ noch nicht gab. EQ als Voraussetzung für eine Ausbildung ist eine neue Antwortmöglichkeit und wird von rund jedem vierten Betrieb genannt.

Die Umfrage bestätigt: Die Integration in den Betrieben kann nicht von heute auf morgen gelingen, sondern ist eine langjährige, anspruchsvolle Aufgabe. Das Ausbildungsengagement der Unternehmen muss dabei ergänzt werden durch Sprachunterricht und eine möglichst kontinuierliche Begleitung beim Übergang in Ausbildung. Der Berufsorientierung in Flüchtlingsklassen kommt dabei eine besondere Bedeutung zu: So gilt es, den jungen Menschen die Chancen und die Stärken einer dualen Berufsausbildung aufzuzeigen. In vielen ihrer Herkunftsländer ist das duale Ausbildungssystem nicht bekannt. Die hohen Standards unserer Ausbildungsberufe dürfen jedoch nicht zugunsten verkürzter Sonderausbildungen für Geflüchtete gesenkt werden. So können geflüchtete Menschen eine sichere Zukunft als Fachkraft in Deutschland oder nach Rückkehr in ihrer Heimat finden.

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



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 2016 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

Wie viele Ausbildungsplätze haben Sie im Jahr 2016 angeboten? ____ (offene Antwort)

Wenn 1 Platz oder mehr angeboten:

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

Kommentar/Hinweis:

System soll Quotient bilden, wie viel % der Betriebe nicht alle Plätze besetzen konnten.
Export der Tabelle muss weiterhin möglich sein.

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. Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem dualen Partner, der Berufsschule?

Bitte Schieberegler:

Sehr zufrieden weniger zufrieden gar nicht zufrieden

4. Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf? (Mehrfachnennung möglich)

- ☐ bei der Kommunikation zwischen Schule und Betrieb
- ☐ bei der Ausstattung der Schule
- ☐ beim Unterrichtsausfall
- ☐ bei der Weiterbildung der Lehrer

5. 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.

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:

6. 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

7. Wie reagieren Sie auf die mangelnde Ausbildungsreife von Schulab-gängern? (Mehrfach-nennung 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:

8. 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 2017
 - ☐ Angebot in 2017 mit gleichbleibendem Umfang
 - ☐ Mehr Angebot in 2017
- ☐ Kooperationen mit Hochschulen (z. B. Angebot von dualen Studiengängen)
 - ☐ Erstmaliges Angebot in 2017
 - ☐ Angebot in 2017 mit gleichbleibendem Umfang
 - ☐ Mehr Angebot in 2017
- ☐ Kooperationen mit Schulen (z. B. Bildungspartnerschaften)
 - ☐ Erstmalige Kooperation in 2017
 - ☐ Kooperation in 2017 mit gleichbleibendem Umfang
 - ☐ Verstärkte Kooperationen in 2017
- ☐ 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
- ☐ Integration von Flüchtlingen
- ☐ Verstärkte überregionale Suche nach Auszubildenden
- ☐ Andere Vorgehensweisen.

9. 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.
- ☐ Bisher 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:

10. Absolviert ein Flüchtling ein Praktikum oder eine Einstiegsqualifizierung (EQ) in Ihrem Betrieb?

- ☐ Ja
- ☐ Derzeit nicht, planen aber in den kommenden zwei Jahren Praktika/EQ mit Flüchtlingen zu besetzen
- ☐ Derzeit nicht, haben aber in den letzten zwei Jahren Flüchtlinge als Praktikant/EQler gehabt
- ☐ Nein

11. Bilden Sie Flüchtlinge aus?

- ☐ Ja
- ☐ Derzeit nicht, planen aber in den kommenden zwei Jahren Flüchtlinge auszubilden
- ☐ Derzeit nicht, haben aber in den letzten zwei Jahren Flüchtlinge ausgebildet
- ☐ Nein

Wenn ja: Wie viele Flüchtlinge bilden Sie derzeit aus?

[] Flüchtlinge

Wie viele Monate waren die Flüchtlinge vorher in Deutschland, bevor sie die Ausbildung begannen?

[] Monate (muss eintragbar sein)

12. 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
- ☐ berufsorientierende Betriebspraktika
- ☐ vorgelagerte Einstiegsqualifizierung
- ☐ Sonstiges, und zwar:

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

- ☐ Ja
- ☐ Nein

Wenn nein, benötigen Sie mehr Informationen:

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

14. Wie wird sich die Bedeutung der folgenden Kompetenzen bei der Rekrutierung neuer Auszubildender in Ihrem Unternehmen angesichts Wirtschaft 4.0 verändern?

IT-Kompetenzen

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

Fremdsprachenkenntnisse

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

Kommunikationsfähigkeit

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

Selbstständiges Handeln

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

Strukturiertes Arbeiten

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

Soziale Kompetenz

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

Verantwortungsbewusstsein

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

Logisches Denken

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

Kreativität

Bedeutung steigt

Bedeutung bleibt gleich

Bedeutung nimmt ab

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
 - ☐ Metallherzeugung 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