



Zukunft sichern mit Bildung

Herausgeber:

IHK Schleswig-Holstein
Arbeitsgemeinschaft der
Industrie- und Handelskammern zu Flensburg, zu Kiel und zu Lübeck
Bergstraße 2, Haus der Wirtschaft, 24103 Kiel
Telefon: (0431) 5194-235
Telefax: (0431) 5194-535
E-Mail: ihk@kiel.ihk.de
<http://www.ihk-schleswig-holstein.de>

Weitere Informationen:

Industrie- und Handelskammer zu Flensburg
Heinrichstraße 28 - 34, 24937 Flensburg
Telefon: (0461) 806-806
Telefax: (0461) 806-9806
E-Mail: service@flensburg.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Kiel
Bergstraße 2, Haus der Wirtschaft, 24103 Kiel
Telefon: (0431) 5194-0
Telefax: (0431) 5194-234
E-Mail: ihk@kiel.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Lübeck
Fackenburger Allee 2, 23554 Lübeck
Telefon: (0451) 6006-0
Telefax: (0451) 6006-999
E-Mail: ihk@ihk-luebeck.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Die wichtigsten Ergebnisse	4
I. Ausbildungsangebote der Betriebe im Jahr 2011	5
Angebot an Ausbildungsplätzen steigt deutlich	5
Angebotsboom in allen Größenklassen	7
Ausbildungs-Comeback der Industrie	9
Größeres Angebot an Ausbildungsplätzen	10
Alle Regionen im Plus	11
Ausbildungsmotive der Unternehmen	12
Fachkräftesicherung ist das entscheidende Ausbildungsmotiv	12
II. Besetzung von Ausbildungsplätzen	13
1.900 unbesetzte Ausbildungsplätze im Jahr 2010	13
Gastgewerbe: Nachwuchssorgen verschärfen sich weiter	14
Geeignete Bewerbungen: dringend gesucht	15
Bewerberrückgang – wie Unternehmen reagieren	17
Schulkooperationen mit hoher Priorität	18
Mehr Unternehmen senken ihre Anforderungen an Bewerber	18
Praktika und Ausbildungsmarketing werden wichtiger	19
Neue Bewerbergruppen und mehr Kooperationen mit Hochschulen	19
Überregionale Suche ja – im Ausland eher nicht	19
Verschärfter Wettbewerb um Auszubildende – Agenturen zunehmend gefragt	20
Unternehmen nutzen viele Wege zur Gewinnung von Bewerbern	21
Suche nach Bewerbern über das Web – soziale Medien noch wenig genutzt	22
III. Übernahme von Auszubildenden	23
Fachkräftesicherung durch eigene Auszubildende wird immer wichtiger	23
Übernahmepläne nach Regionen: Süd-Nord-Gefälle	24
Übernahmepläne nach Branchen: Finanzbranche und Industrie vorne	24
Übernahme von Auszubildenden: Leitmotiv ist die Fachkräftesicherung	25
IV. Ausbildungshemmnisse, Ausbildungsreife	26
Betriebe klagen über mangelnde Ausbildungsreife	26
Mathe besser – Deutsch schlechter	29
Erziehungsdefizite werden zum Ausbildungsproblem	30
Ausbilder als Lehrer: Nachhilfe gibt es jetzt im Betrieb	31
In Betrieben aller Größen und Branchen ist Nachhilfe alltägliche Praxis	32
Betriebe bieten verstärkt schwächeren Jugendlichen Ausbildungschancen	32
Bereitschaft nach Branchen unterschiedlich	33
Soziale Kompetenzen sind das A und O	35
Anhang	
Fragebogen zur IHK-Online-Unternehmensbefragung 2011	36



Vorwort

Fachkräftesicherung als Herausforderung

84 Prozent der Unternehmen wollen ihr Ausbildungsengagement im Jahr 2011 konstant halten oder ausbauen. Demgegenüber planen nur 16 Prozent eine Verringerung ihres Angebots. Die gute Konjunktur mit zunehmendem Fachkräftebedarf beflügelt den Lehrstellenmarkt und sorgt für einen Zuwachs des Ausbildungsangebots. Das ist die Kernbotschaft unserer diesjährigen Online-Umfrage zur Ausbildung in Schleswig-Holstein. Damit verbunden sind glänzende Chancen für unsere Jugendlichen, die Ausbildungsplätze suchen. Gleichzeitig wird es für Unternehmen schwieriger, ihre angebotenen Lehrstellen mit geeigneten Bewerbern zu besetzen. Die Wende auf dem Ausbildungsmarkt ist Realität.

Die Fachkräftesicherung ist das entscheidende Motiv für die Ausbildung durch die Betriebe. Angesichts des demografischen Bewerberrückgangs rangiert die Fachkräftesicherung durch eigene Ausbildung an erster Stelle. Dabei nutzen die Betriebe alle Möglichkeiten; dazu gehört auch die Besetzung von Ausbildungsplätzen mit lernschwächeren Bewerbern.

Die Unternehmen stehen zu ihrer Ausbildungsverantwortung und den Zusagen im Bündnis für Ausbildung sowie im nationalen Ausbildungspakt. Das dient sowohl der Vermeidung von Fachkräftemangel wie auch den jungen Menschen, die zu Recht auf Perspektiven für eine eigenverantwortliche Lebensgestaltung und gesellschaftliche Teilhabe setzen.

Jeder vierte Betrieb konnte seine angebotenen Plätze 2010 nicht besetzen. Im Ergebnis sind dadurch in Schleswig-Holstein im letzten Jahr - grob geschätzt - etwa 1.900 Ausbildungsplätze im IHK-Bereich unbesetzt geblieben.

Weiterhin behindert mangelnde Ausbildungsreife die Ausbildung. Offensichtlich erfüllen sich die Hoffnungen auf Besserungen bei der Ausbildungsreife nicht. Gleiches gilt für die Defizite bei den unverzichtbaren sozialen Kompetenzen, wie Disziplin, Belastbarkeit sowie Leistungsbereitschaft und Motivation.

Zunehmend versuchen Betriebe sich dadurch zu behelfen, dass sie eigene Nachhilfe anbieten. Aber auch mit solchen Unterstützungsmaßnahmen können sie Versäumnisse aus Schule und Familie nicht auf Dauer reparieren.

Qualifizierte Fachkräfte sind die Grundlage für eine prosperierende und innovative Wirtschaft. Angesichts der demografischen Entwicklung wird es bei der Nutzung aller Potenziale auch darauf ankommen, dass wir möglichst alle jungen Menschen in unserem Land in die Lage versetzen, eine betriebliche Ausbildung aufzunehmen und erfolgreich abzuschließen. Das ist und bleibt die zentrale Herausforderung für alle Beteiligten.

IHK Schleswig-Holstein

Christoph Andreas Leicht
Präsident

Peter Michael Stein
Hauptgeschäftsführer

Die wichtigsten Ergebnisse

- **Angebot an Ausbildungsplätzen steigt deutlich:** 20 Prozent der Unternehmen wollen mehr ausbilden, 16 Prozent weniger, 64 Prozent halten ihr Ausbildungsangebot aufrecht. Damit halten mehr als vier von fünf Unternehmen ihr Ausbildungsplatzangebot aufrecht bzw. vergrößern es sogar. Dies ist für 2011 eine deutliche Steigerung im Vergleich zum Vorjahr. In Zeiten des demografischen Wandels besitzt die Sicherung von Fachkräften durch eigene Ausbildung bei den Unternehmen höchste Priorität.
- **Angebotsboom in allen Größenklassen:** Die Ausbildungspläne von Großunternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten und von Betrieben mit 200 bis 999 Beschäftigten verbessern sich im Vorjahresvergleich am stärksten. Auch kleinere Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten sowie Betriebe mit zehn bis 19 Beschäftigten weisen für 2011 Höchstwerte seit Durchführung der Umfrage aus. Im Branchenvergleich gibt die Industrie ihr Ausbildungs-Comeback mit einer massiven Angebotsausweitung. Auch das Hotel- und Gastgewerbe plant eine Expansion der Ausbildung.
- **Fachkräftesicherung ist das entscheidende Ausbildungsmotiv:** Der demografiebedingte Bewerberrückgang macht sich bei den Unternehmen immer stärker bemerkbar. Für 53 Prozent der Betriebe hat die Sicherung des Fachkräftenachwuchses entscheidenden Einfluss auf ihre Ausbildungsentscheidung.
- **Nicht Ausbildungsplätze, sondern die Bewerber sind knapp:** Die Besetzungsprobleme der Betriebe verschärfen sich weiter. 2010 konnte jedes vierte Unternehmen nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen. Damit blieben rund 1.900 Ausbildungsplätze im Jahr 2010 unbesetzt, überwiegend weil geeignete Bewerbungen fehlten.
- **Gute Aussichten nach der Ausbildung – Übernahmepläne der Unternehmen steigen deutlich:** 37 Prozent der Unternehmen geben für 2011 an, den Großteil (75 bis 100 Prozent) ihrer neu ausgebildeten Fachkräfte übernehmen zu wollen. Im Branchenvergleich planen insbesondere Banken und Versicherungen und Industrieunternehmen mit einer sehr hohen Übernahmequote. Vier von fünf Unternehmen geben an, dass die Sicherung von selbst ausgebildeten Fachkräften hierbei eine zentrale Rolle spielt.
- **Mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger weiterhin Ausbildungshemmnis Nummer eins:** Mehr als drei Viertel der Unternehmen, auf die sich Ausbildungshemmnisse auswirken, beklagen unzureichende schulische Qualifikationen und persönliche Kompetenzen bei den Bewerbern. Dabei sind die Betriebe zunehmend unzufrieden mit der Disziplin (53 Prozent), Belastbarkeit (50 Prozent) und Leistungsbereitschaft (49 Prozent). Bei diesen „soft skills“ bleibt – neben der Schule – das erzieherische Engagement der Eltern für einen erfolgreichen Schul- und Ausbildungsabschluss ihrer Kinder gefragt.
- **Soziale Kompetenzen sind das A und O:** Unternehmen sind bereit, unter bestimmten Voraussetzungen Ausbildungsplätze auch mit Jugendlichen mit Lernschwächen zu besetzen. Neben finanziellen Unterstützungsleistungen und besseren Informationen über die Stärken und Schwächen von Auszubildenden hat in allen Branchen die Einschätzung, dass gute soziale Kompetenzen wichtiger seien als die schulischen Leistungen, stark zugenommen.

I. Ausbildungsangebot der Betriebe im Jahr 2011

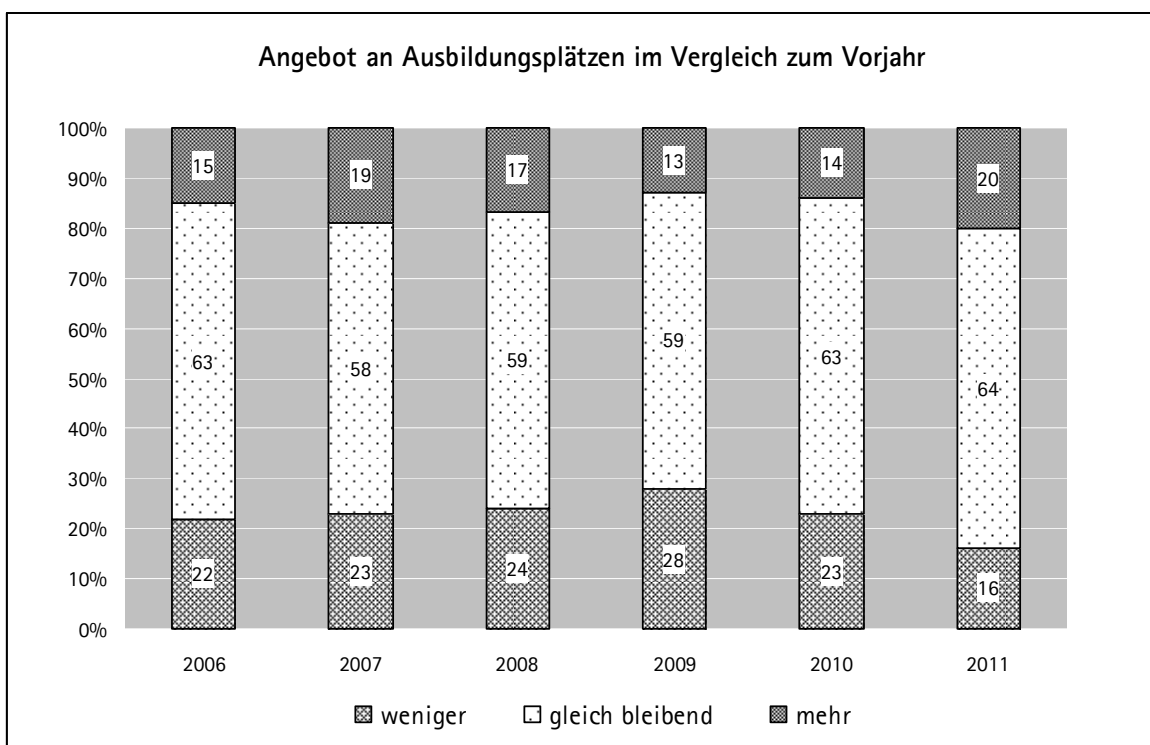
Gesamtbeurteilung

Angebot an Ausbildungsplätzen steigt deutlich

Die Ausbildungspläne der Betriebe verbessern sich im Vergleich zum Vorjahr erheblich. Die gute konjunkturelle Lage und das Ziel, sich in Zeiten des demografischen Wandels Fachkräfte zu sichern, stärken die betrieblichen Ausbildungspläne. Insgesamt ist für 2011 damit zu rechnen, dass die Betriebe ihr Angebot an Ausbildungsplätzen spürbar ausweiten werden.

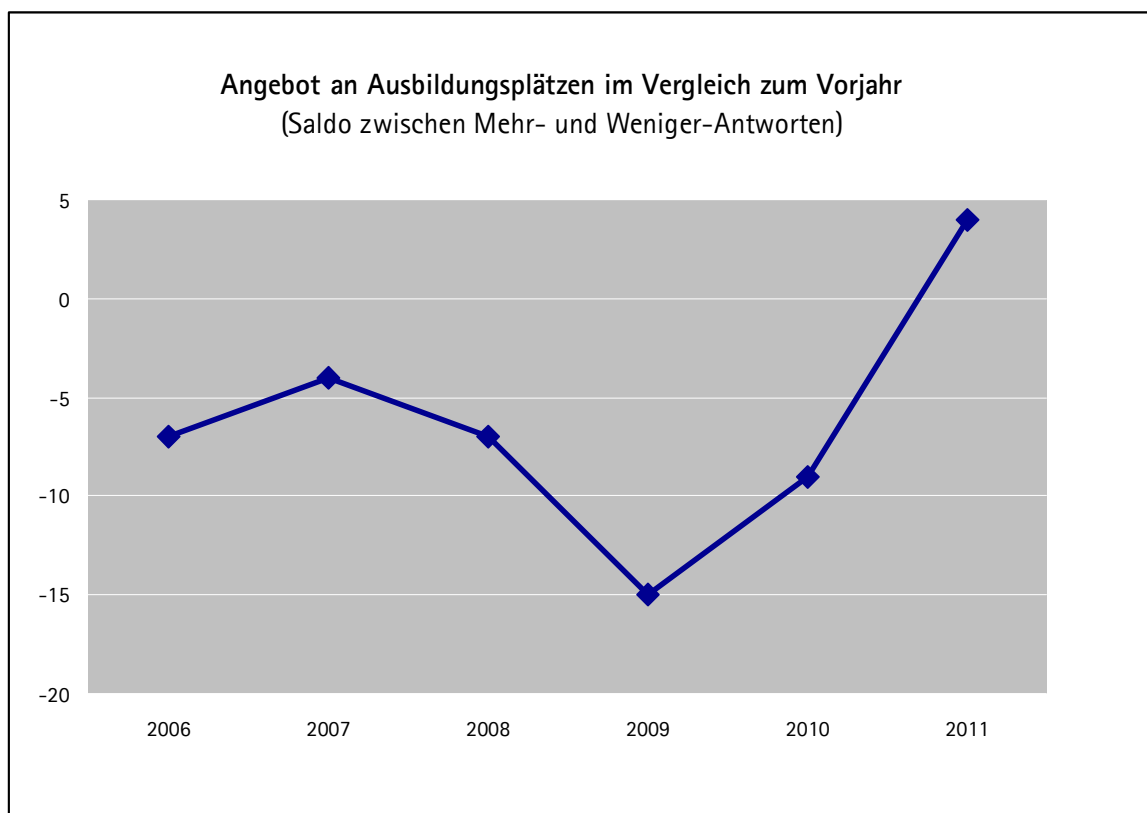
Erstmals seit 2006 – dem erstmaligen Befragungsjahr – überwiegt der Anteil der Unternehmen, die mehr Ausbildungsplätze anbieten, den Anteil der Unternehmen, die ihr Angebot reduzieren: 20 Prozent der Unternehmen werden mehr Ausbildungsplätze als 2010 anbieten, 16 Prozent werden ihr Angebot verkleinern, 64 Prozent werden ihr Angebot konstant halten. Aus der Differenz von Mehr- und Weniger-Antworten ergibt sich ein Saldo von vier Punkten – eine deutliche Steigerung von 13 Punkten gegenüber dem Vorjahr (minus neun Punkte bei 14 Prozent Mehr- und 23 Prozent Weniger-Antworten).

Die Sicherung von Fachkräften durch eigene Ausbildung besitzt bei den Unternehmen 2011 höchste Priorität. Nur 16 Prozent der Betriebe wollen ihr Angebot an Ausbildungsplätzen reduzieren – der mit Abstand niedrigste Wert seit 2006. Im Vergleich zum Vorjahr sinkt damit der Anteil der Betriebe mit restriktiveren Ausbildungsplänen um sieben Prozentpunkte. Dies ist die größte Veränderung dieses Anteilwertes im Vorjahresvergleich seit Durchführung der Umfrage.



Im Vergleich zum Vorjahr steigt der Anteil der Betriebe, die mehr Auszubildende einstellen wollen um sechs Prozentpunkte – von 14 Prozent auf 20 Prozent. Insgesamt planen damit 84 Prozent der Betriebe ein gleich bleibend hohes Angebot an Ausbildungsplätzen bzw. sogar ein vergrößertes Angebot. Dieser hohe Wert unterstreicht, dass viele Betriebe die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise überstanden haben und sich daher in der Lage sehen, ihr Angebot an Ausbildungsplätzen konstant zu halten oder sogar auszubauen.

Aus den Ausbildungsplänen der Betriebe kann nicht unmittelbar auf die voraussichtliche Entwicklung bei den neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen im Jahr 2011 geschlossen werden. Denn die betrieblichen Ausbildungspläne können nur das Angebot an Ausbildungsplätzen erfassen. Sie zeigen an, dass es 2011 ein großes Potenzial für eine Steigerung bei den neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen gibt. Inwiefern dieses Potenzial realisiert werden kann, hängt maßgeblich von der Entwicklung der Bewerberzahlen im Jahr 2011 ab.¹



¹ vgl. hierzu Abschnitt II Besetzung von Ausbildungsplätzen.

Beurteilung nach Betriebsgrößenklassen

Angebotsboom in allen Größenklassen

Für die Einschätzung, wie sich das Ausbildungsplatzangebot entwickelt, ist die Veränderung des Saldos im Vorjahresvergleich entscheidender als der absolute Saldenwert. Hier zeigt sich, dass die Betriebe über alle Größenklassen hinweg expansivere Ausbildungspläne verfolgen als noch im vergangenen Jahr.

Die Ausbildungspläne von Großunternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten und von Betrieben mit 200 bis 999 Beschäftigten verbessern sich im Vorjahresvergleich am stärksten: Bei den Großunternehmen steigt der Saldo aus Mehr- und Weniger-Antworten im Vorjahresvergleich um herausragende 38 Punkte; bei den Betrieben mit 500 bis 999 Beschäftigten beträgt die Saldosteigerung 26 Punkte. Ein Grund für diese deutlich verbesserten Salden ist die höhere Exportorientierung von Unternehmen dieser Größenklassen. Im Zuge der nun wieder glänzenden Exporterwartungen sind gerade größere Unternehmen wieder verstärkt in der Lage, die Zahl ihrer angebotenen Ausbildungsplätze zu erhöhen.

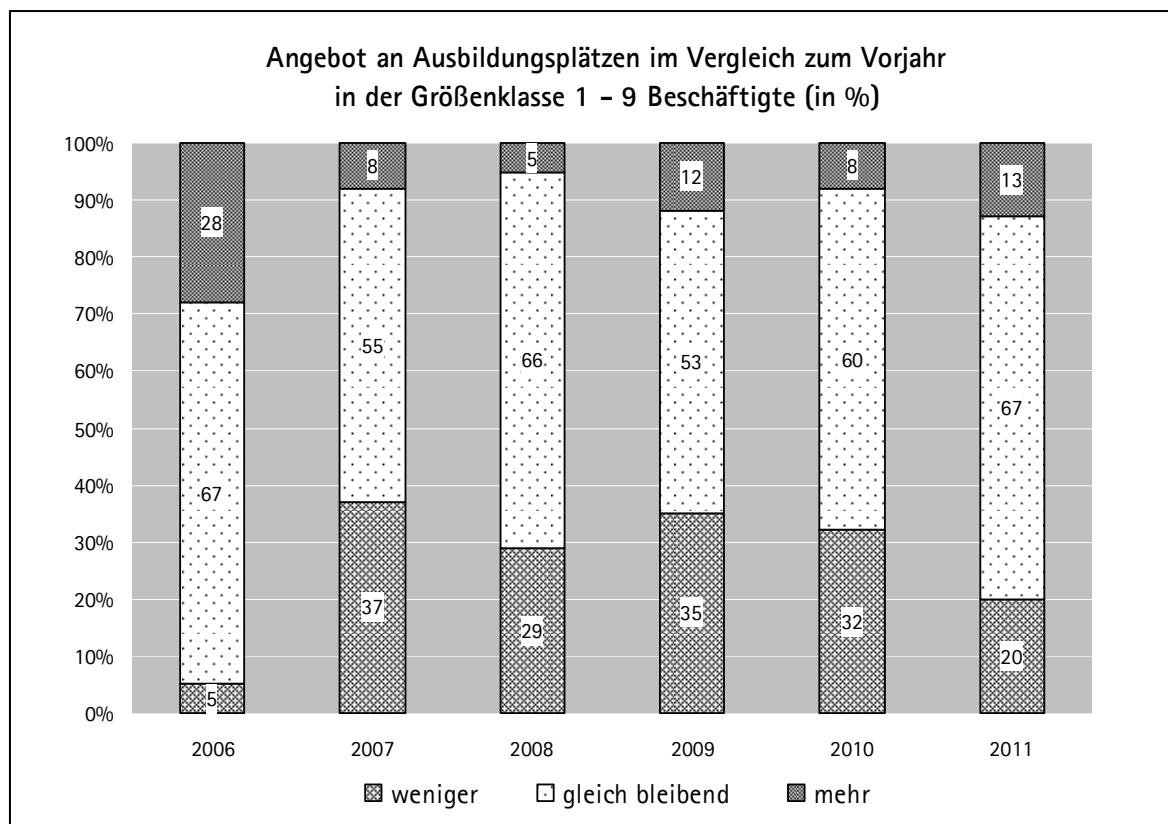
Auch kleinere Unternehmen markieren Rekordwerte: Die Ausbildungspläne der Betriebe mit weniger als zehn Beschäftigten erreichen mit einem Saldo von minus sieben Punkten und die Betriebe mit zehn bis 19 Beschäftigten mit einem Saldo von minus acht Punkten Höchstwerte seit Durchführung der Umfrage.

Bieten Sie im Jahr 2011

mehr oder weniger Ausbildungsplätze an als 2010?

(Ergebnisse differenziert nach Größenklassen)

Größenklassen	mehr	weniger	gleich bleibend	Saldo (mehr/weniger) 2011	Saldo (mehr/weniger) 2010
weniger als 10	13,0 %	20,4 %	66,7 %	-7,4	-23,6
10 - 19	9,0 %	16,9 %	74,2 %	-7,9	-10,1
20 - 199	23,5 %	14,9 %	61,5 %	8,6	-6,9
200 - 499	33,3 %	16,7 %	50,0 %	16,6	10,0
500 - 1000	31,6 %	5,3 %	63,2 %	26,3	11,1
mehr als 1000	43,8 %	6,3 %	50,0 %	37,5	-6,3

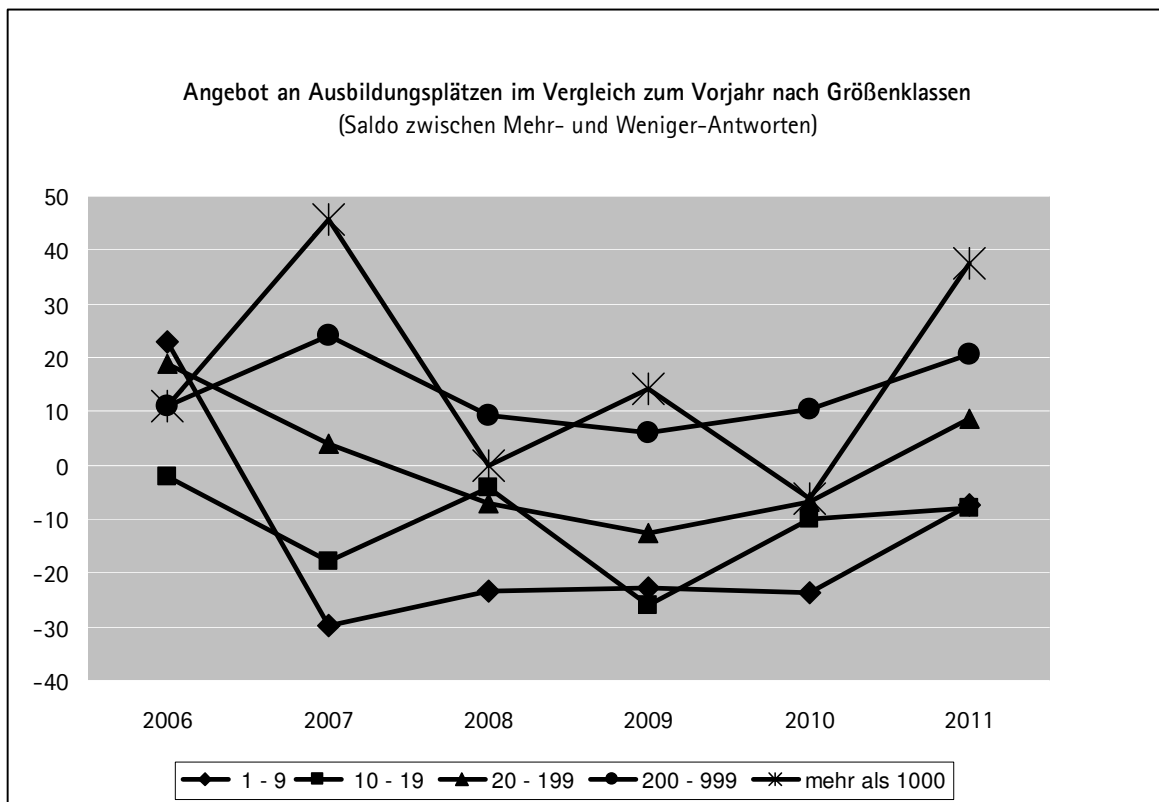


Bei den Kleinstbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten fällt zudem auf, dass der Anteil der Betriebe, die weniger Ausbildungsplätze anbieten wollen, mit 20 Prozent einen sehr tiefen Wert erreicht. Noch im Jahr 2008 – als die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge bei Industrie, Dienstleistungen und Handel einen Rekordwert markierte – lag dieser Anteil bei 29 Prozent. Dies zeigt, dass auch bei den Kleinstbetrieben die Fachkräftesicherung durch eigene Ausbildung einen immer höheren Stellenwert einnimmt.

Auch mittlere Betriebe mit 20 bis 199 Beschäftigten verbessern ihre Ausbildungspläne im Vorjahresvergleich deutlich. Der Saldo aus Mehr- und Weniger-Antworten erreicht mit neun Punkten sogar erstmalig einen positiven Wert.

Von den verbesserten Ausbildungsplänen bei den Unternehmen mit bis zu 199 Beschäftigten sind stärkende Effekte auf das Ausbildungsplatzangebot zu erwarten, auch wenn die absoluten Saldenwerte teilweise negativ sind. Gerade bei Kleinbetrieben mit weniger als 20 Mitarbeitern fällt der Saldo aus Mehr- und Weniger-Antworten in der Regel negativ aus. Denn der jährliche Bedarf an Fachkräftenachwuchs ist bei diesen Betrieben geringer: Meist können diese Unternehmen nur alle drei Jahre einen neuen Auszubildenden einstellen.

Betriebe mit bis zu 199 Beschäftigten bilden rund zwei Drittel aller Lehrlinge bei Industrie, Dienstleistungen und Handel aus. Die Rekordwerte bei den Salden dieser Größenklassen deuten darauf hin, dass sich das Angebot an Ausbildungsplätzen im Jahr 2011 deutlich erhöhen wird.



Beurteilung nach Branchen

Ausbildungs-Comeback der Industrie

Die Industrie weitet 2011 ihr Angebot an Ausbildungsplätzen massiv aus: Im Vergleich zum Vorjahr verbessert sich der Saldo aus Mehr- und Weniger-Antworten um kräftige 19 Punkte – der größte Zuwachs aller Branchen. Anfang 2010 standen die Ausbildungspläne noch deutlich im Zeichen der Finanz- und Wirtschaftskrise und markierten mit einem Saldo von minus 2 Prozent einen Tiefstand. 2011 sind die Ausbildungspläne der Industrieunternehmen im Branchenvergleich nun wieder am expansivsten – insbesondere aufgrund der verbesserten Exporterwartungen. Bewerber finden demnach 2011 bei vielen Industrieunternehmen ein größeres Angebot an Ausbildungsplätzen vor als noch im vergangenen Jahr.

Größeres Angebot an Ausbildungsplätzen

Der konjunkturelle Aufschwung vergrößert das geplante Angebot an Ausbildungsplätzen in den meisten Branchen. Der Saldo aus Mehr- und Weniger-Antworten erreicht einen Rekordwert. Nach der Industrie ist der Saldo aus Mehr- und Weniger-Antworten im Gastgewerbe mit 13,5 Punkten am größten. Auch die Veränderung gegenüber dem Vorjahr fällt hier mit 12 Punkten nach der Industrie stark aus.

Bei Banken und Versicherungen hat sich der Saldo stabilisiert. Auch hier macht sich die Überwindung der Finanz- und Wirtschaftskrise bemerkbar.

Die Handelsunternehmen profitieren von der anziehenden privaten Nachfrage und planen ein deutlich größeres Angebot an Ausbildungsplätzen als noch im Vorjahr. Mit einem Saldo von 7,5 Punkten erreicht der Handel einen positiven Saldowert.

Auch die Unternehmen aus dem Bereich IT/Medien beabsichtigen, mehr Ausbildungsplätze anzubieten. Gegenüber dem Vorjahr verbessert sich der Saldo um 11,5 Punkte.

Das Baugewerbe kann ebenfalls aufgrund verbesserter Geschäftsaussichten mehr Ausbildungsplätze anbieten. Im Vergleich zum Vorjahr verbessert sich der Saldo um 17 Punkte.

Die Ausbildungspläne der Betriebe aus den Bereichen „Sonstige Dienstleistungen“ und „Unternehmensorientierte Dienste“ fallen positiver aus als im Vorjahr. Insbesondere die unternehmensorientierten Dienstleister profitieren dabei von den verbesserten Aussichten der Industrieunternehmen. Insgesamt bleibt der Saldo aber nur bei minus 5,5 bzw. Null. Ein Grund dafür ist darin zu sehen, dass in diesen Branchen der Anteil an Kleinstbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten besonders hoch ist und diese Kleinstbetriebe nicht jedes Jahr Auszubildende einstellen können.

Bieten Sie im Jahr 2011

mehr oder weniger Ausbildungsplätze an als 2010?

(Ergebnisse differenziert nach Branchen)

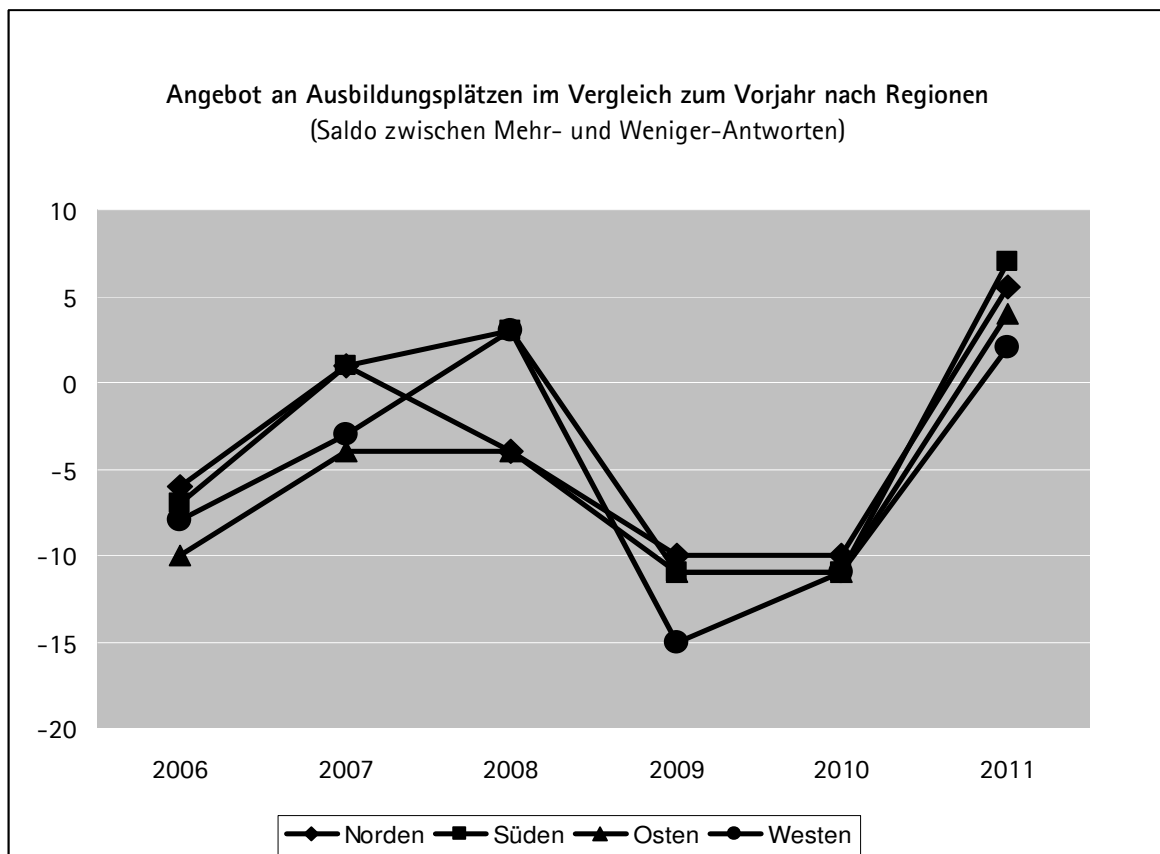
Branchen	mehr	weniger	gleich bleibend	Saldo (mehr/weniger) 2011	Saldo (mehr/weniger) 2010
Gastgewerbe	16,9 %	3,4 %	79,7 %	13,5	1,5
Daseinsvorsorge (Energie, Wasser, Abwasser, Abfall)	15,4 %	30,8 %	53,8 %	-15,4	-9,1
Industrie (ohne Bau)	31,5 %	12,4 %	56,2 %	19,1	-2,0
IT/Medien	15,0 %	22,5 %	62,5 %	-7,5	-19,0
Handel	21,5 %	14,0 %	64,5 %	7,5	-10,9
Banken/Versicherungen	17,2 %	17,2 %	65,5 %	-	-3,6
Verkehr	13,0 %	26,1 %	60,9 %	-13,1	-10,0
Unternehmensorientierte Dienste	11,1 %	27,8 %	61,1 %	-16,7	-20,0
Sonstige Dienstleistungen	19,8 %	19,8 %	60,4 %	-	-14,2
Baugewerbe	5,6 %	11,1 %	83,3 %	-5,5	-22,7

Beurteilung nach Regionen

Alle Regionen im Plus

Die Ausbildungspläne erreichen in allen Regionen neue Höchststände. Besonders stark ist die Verbesserung im Süden: Der Saldo aus Mehr- und Weniger-Antworten steigt um 19 Punkte, von minus elf auf acht Punkte. Die süddeutschen Unternehmen profitieren demnach besonders stark von ihrer höheren Exportorientierung und dem konjunkturellen Aufschwung.

Auch die norddeutschen Unternehmen weiten ihre Ausbildungspläne überdurchschnittlich aus. Der Osten weist erstmals einen positiven Saldowert auf – mit einer Steigerungsrate im Vorjahresvergleich, die im Durchschnitt aller Regionen liegt. Bei den westdeutschen Unternehmen kann zwar auch erstmalig ein positiver Saldo registriert werden. Die Verbesserung ist jedoch im Vergleich der Regionen nur unterdurchschnittlich.



Ausbildungsmotive der Unternehmen

Frage an die Unternehmen:

„Was beeinflusst Ihr Angebot an Ausbildungsplätzen im Jahr 2011 maßgeblich?

- a. Sicherung des Fachkräftenachwuchses
- b. Geschäftserwartungen“

Fachkräftesicherung ist das entscheidende Ausbildungsmotiv

53 Prozent der Betriebe geben an, dass Fachkräftesicherung für sie entscheidend beim Angebot an Ausbildungsplätzen ist – eine Steigerung um weitere drei Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Der demografiebedingte Bewerberrückgang macht sich demnach bei den Unternehmen immer stärker bemerkbar, und die Fachkräftesicherung durch eigene Ausbildung gewinnt weiter an Bedeutung. Die Einschätzung der Betriebe zum Einflussfaktor „Geschäftserwartungen“ verharrt bei 22 Prozent.

Was beeinflusst Ihr Angebot an Ausbildungsplätzen im Jahr 2011 maßgeblich?

	Sicherung des Fachkräftenachwuchses		Geschäftserwartungen	
	2011	2010	2011	2010
Entscheidender Einfluss	52,9 %	50,0 %	21,9 %	22,1 %
Merklicher, aber nicht entscheidender Einfluss	30,8 %	29,5 %	45,9 %	44,0 %
Kaum Einfluss	16,3 %	20,5 %	32,2 %	33,9 %

II. Besetzung von Ausbildungsplätzen

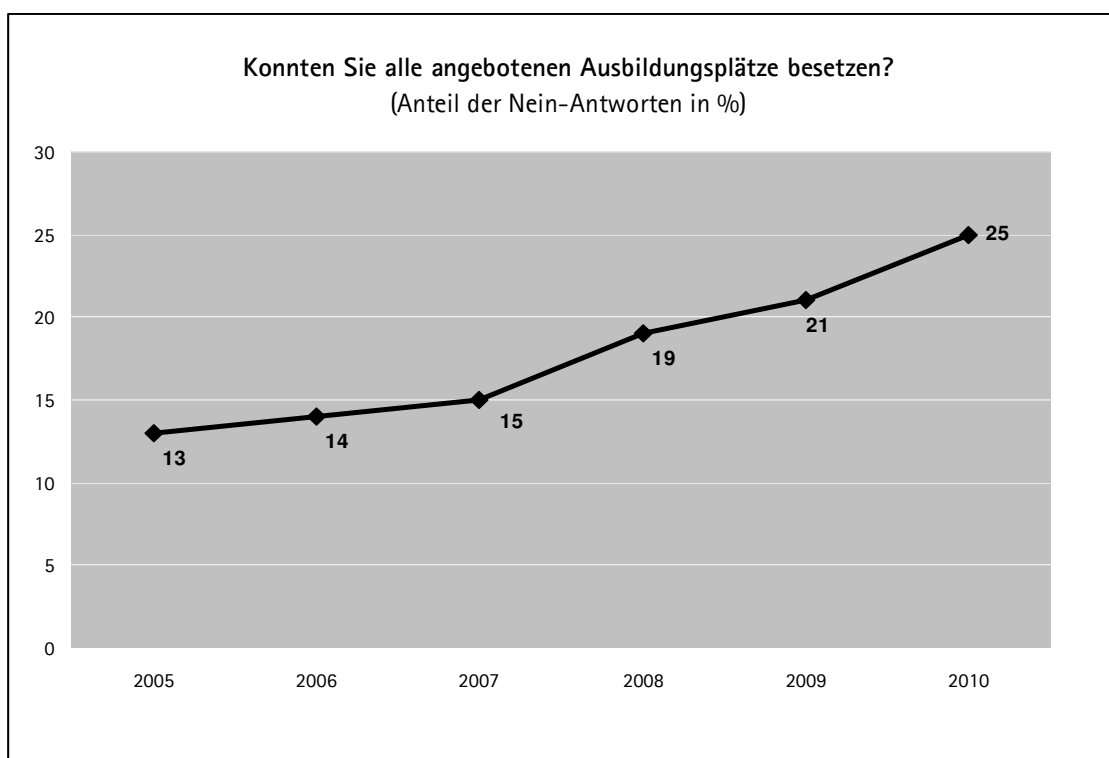
1.900 unbesetzte Ausbildungsplätze im Jahr 2010

Die Lage auf dem Ausbildungsmarkt hat sich in den vergangenen Jahren gedreht: Nicht Ausbildungsplätze, sondern die Bewerber sind knapp. Deshalb reicht es für eine Einschätzung der Situation auf dem Ausbildungsmarkt nicht, den Blick allein auf das Angebot an Ausbildungsplätzen zu richten. Um die Nachfrageseite zu erfassen, werden die Betriebe daher auch danach gefragt, ob sie im Jahr 2010 die angebotenen Lehrstellen besetzen konnten.

Die Probleme der Betriebe, ihre angebotenen Ausbildungsplätze zu besetzen, verschärfen sich weiter: Ein Viertel der Betriebe gibt an, dass im Jahr 2010 angebotene Ausbildungsplätze unbesetzt geblieben sind.

Seit 2006 hat sich damit der Anteil der Unternehmen mit Besetzungsproblemen fast verdoppelt. Der Trend hat sich lediglich während der Finanz- und Wirtschaftskrise verlangsamt. Mit der nun wieder kräftig anziehenden Konjunktur treten die Schwierigkeiten der Betriebe, Jugendliche für eine betriebliche Ausbildung zu gewinnen, immer offener zu Tage.

Auf Basis von rund 7.600 Ausbildungsbetrieben im Bereich der Industrie- und Handelskammern in Schleswig-Holstein bedeuten die Umfrageergebnisse grob hochgerechnet, dass im Jahr 2010 rund 1.900 Ausbildungsstellen allein bei Industrie, Dienstleistung und Handel unbesetzt geblieben sind. Die Zahl der unbesetzten Lehrstellen könnte sogar noch höher liegen. Denn im Rahmen der Umfrage wird nicht erfasst, wie viele Ausbildungsplätze in dem jeweiligen Betrieb unbesetzt geblieben sind. Es wird auch Betriebe geben, die mehr als einen Ausbildungsplatz nicht besetzen konnten.



Ein wesentlicher Grund für die Besetzungsprobleme ist der demografiebedingte Bewerberrückgang. Von 2005 bis 2010 sank die Zahl der Schulabgänger bundesweit um rund zehn Prozent von 940.000 auf 850.000. Besonders drastisch sind die Schulabgängerzahlen in den neuen Bundesländern zurückgegangen: Dort sanken die Abgängerzahlen von 208.000 auf 116.000 – ein Rückgang um 44 Prozent innerhalb von nur fünf Jahren.²

In den alten Bundesländern ist der demografische Wandel noch nicht in dieser Größenordnung spürbar. Allerdings ist ein geändertes Bildungswahlverhalten feststellbar. Auswirkungen auf die Zahl der Bewerber hat die zunehmende Präferenz von Jugendlichen für den Besuch von Gymnasien oder auch von Berufsfachschulen, bei denen ebenfalls die Hochschulreife erreicht werden kann. Während die Zahl der Schulabgänger insgesamt in den westdeutschen Bundesländern im Jahr 2010 in etwa auf dem Niveau des Jahres 2005 lag, sank die Zahl der Abgänger von Haupt- und Realschulen deutlich.

Gastgewerbe: Nachwuchssorgen verschärfen sich weiter

Das Gastgewerbe hat mit Abstand die größten Probleme, Ausbildungsplätze zu besetzen. 51 Prozent der Gastronomiebetriebe hatten 2010 Besetzungsschwierigkeiten. Gegenüber 2009 hat sich der Anteil um sechs Prozentpunkte erhöht.

Die aktuellen Zahlen unterstreichen die wachsenden Probleme des Gastgewerbes, Jugendliche für eine Ausbildung zu gewinnen. Angesichts der Trendwende auf dem Ausbildungsmarkt ist die Auswahl an freien Stellen für die Jugendlichen noch größer als noch vor fünf Jahren. Da für einige Bewerber eine Ausbildung im Gastgewerbe mit teilweise unregelmäßigen Arbeitszeiten nicht die erste Wahl ist, gehen gastronomische Betriebe immer häufiger bei der Suche nach Bewerbern leer aus.

Auch beim Baugewerbe erhöht sich der Anteil der Betriebe mit Besetzungsschwierigkeiten um elf Prozentpunkte auf den neuen Rekordwert von 37 Prozent. Wenngleich auf einem deutlich niedrigerem Niveau als beim Gastgewerbe zeigt sich auch bei der Baubranche, dass sich die Jugendlichen angesichts der größeren Auswahl an Ausbildungsmöglichkeiten vielfach gegen eine – oftmals aber körperlich anstrengend empfundene – Ausbildung auf dem Bau entscheiden.

Banken und Versicherungen gehören zwar wie im Vorjahr zu den Branchen, in denen die Besetzungsschwierigkeiten am größten sind. Allerdings hat sich die Situation nur geringfügig verändert: 2009 meldeten 18 Prozent der Betriebe Probleme bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen – nur drei Prozentpunkte weniger als 2010. Die Bewerbersituation ist damit bisher bei Banken und Versicherungen im Branchenvergleich am wenigsten unmittelbar vom demografiebedingten Bewerberrückgang geprägt. Hauptgrund für unbesetzte Plätze ist vielmehr die geringere Zahl an geeigneten Bewerbern für die recht anspruchsvolle Ausbildung. Zudem sehen viele Interessenten in einem Studium eine attraktive Alternative zu einer Berufsausbildung in dieser Branche. Auch für Banken und Versicherungen ist klar: Gehen die Schulabgängerzahlen weiter zurück und steigt die Zahl der Studienanfänger ungebrochen an, dann verschärft sich der Bewerbermangel weiter.

In der Industrie steigt der Anteil der Betriebe mit Besetzungsschwierigkeiten auf 22 Prozent der Unternehmen. Im Handel ist der Anteil um fünf Prozentpunkte gefallen.

² vgl. zu den hier und im folgenden Text genannten Schulabgängerzahlen die Tabellen zum Datenreport des Berufsbildungsberichts 2010 der Bundesregierung, S. 8 ff.

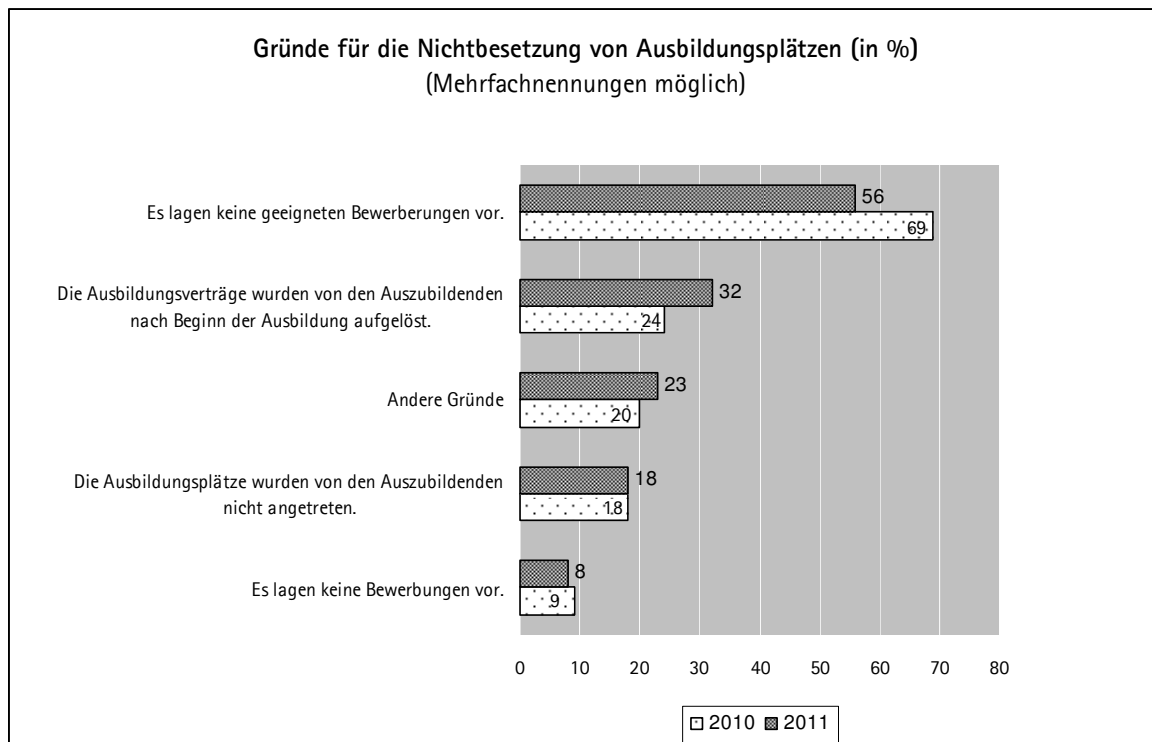
Geeignete Bewerbungen: Dringend gesucht

Ein Mangel an geeigneten Bewerbungen ist mit weitem Abstand der wichtigste Grund, warum Ausbildungsplätze unbesetzt bleiben: 56 Prozent der Betriebe geben dies als Grund für die Nicht-Besetzung von Ausbildungsplätzen im Jahr 2010 an.

Das ist ein bemerkenswerter Rückgang von 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr, liegt aber nur geringfügig unter dem Wert von 2009, als 59 Prozent angaben, keine geeigneten Bewerbungen erhalten zu haben. Ursachen könnten die verstärkte Einschaltung der Arbeitsagenturen (vgl. S. 19) und die Senkung des Anforderungsprofils (vgl. S. 18) sein. Denkbar ist darüber hinaus, dass insbesondere kleinere Betriebe ihre Ausbildungsbemühungen aus Enttäuschung über vergebliche Bewerbersuche eingestellt haben.

Acht Prozent der Betriebe geben an, dass Plätze unbesetzt bleiben, weil gar keine Bewerbungen vorlagen.

18 Prozent der Unternehmen können Ausbildungsplätze nicht besetzen, weil die Stellen von Auszubildenden nicht angetreten wurden – ein konstanter Wert, der deutlich niedriger als der Bundesdurchschnitt ausfällt. Besonders hoch ist dieser Wert im Gastgewerbe mit 30 Prozent. Hier zeigt sich trotzdem Handlungsbedarf auf beiden Seiten: Der Jugendliche sollte auch aus Gründen der Fairness gegenüber anderen Bewerbern den Betrieb frühzeitig informieren, wenn er eine Alternative gefunden hat. Das erhöht die Chancen des Betriebs, den angebotenen Platz mit anderen Bewerben zu besetzen. Zugleich sind die Betriebe gefordert, den Jugendlichen in der Zeit von der Zusage für einen Ausbildungsplatz bis zum Beginn der Ausbildung enger an den Betrieb zu binden, z. B. durch persönliche Einladungen in den Betrieb oder betriebliche Informationen.



Fast jedes dritte Unternehmen meldet als Grund für die Nicht-Besetzung von Plätzen, dass die Ausbildungsverträge von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst wurden. Mit 47 Prozent ist dieser Anteil im Gastgewerbe besonders hoch. Bei Industrie und Banken/Versicherungen hingegen ist der Anteil der vorzeitigen Lösungen von Ausbildungsverträgen als Grund für die Nicht-Besetzung am geringsten. Diesen Branchen scheint es besonders gut zu gelingen, Jugendliche an sich zu binden.

Aus welchen Gründen konnten Sie im Jahr 2010 nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

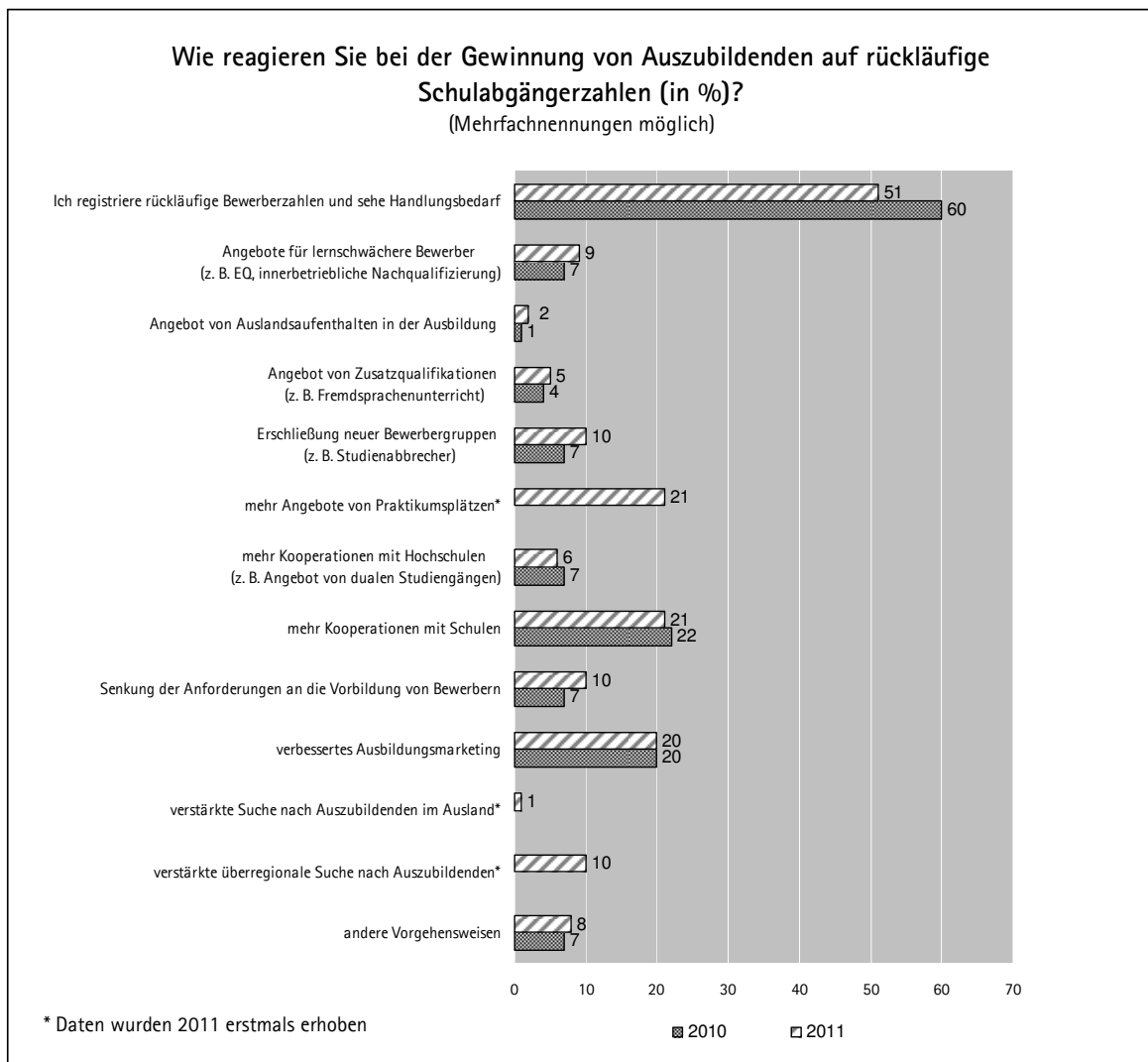
(Ergebnisse differenziert nach Branchen, sortiert nach der Antwortkategorie „Es lagen keine geeigneten Bewerbungen vor“)

Branche	Es lagen keine geeigneten Bewerbungen vor.	Die Ausbildungsplätze wurden von den Auszubildenden nicht angetreten.	Die Ausbildungsverträge wurden von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst.	Es lagen keine Bewerbungen vor.
Gastgewerbe	63,3 %	30,0 %	46,7 %	13,3 %
Handel	50,0 %	7,1 %	35,7 %	-
Baugewerbe	42,9 %	28,6 %	57,1 %	14,3 %
IT/Medien	33,3 %	44,4 %	-	-
Industrie (ohne Bau)	68,4 %	15,8 %	15,8 %	5,3 %
Banken/Versicherungen	66,7 %	-	16,7 %	16,7 %
Sonstige Dienstleistungen	39,1 %	8,7 %	39,1 %	4,3 %

Bewerberrückgang – wie Unternehmen reagieren

51 Prozent der Betriebe registrieren einen Rückgang bei den Bewerbern und sehen Handlungsbedarf – erstaunlicherweise neun Prozentpunkte weniger als noch vor einem Jahr.

Der Bewerberrückgang hat immer stärkere Auswirkungen auf die Personalpolitik der Unternehmen. Die Betriebe nutzen verschiedene Wege, um Bewerber für sich zu gewinnen und sich im verschärfen Wettbewerb um den Fachkräftenachwuchs als attraktiver Ausbildungsbetrieb zu positionieren. Innerhalb eines Jahres ist bei einigen Handlungsoptionen eine Steigerung zu erkennen.



Schulkooperationen mit hoher Priorität

Aus Sicht der Betriebe ist eine wichtige Maßnahme zur Gewinnung von Bewerbern, mehr Kooperationen mit Schulen einzugehen. 20 Prozent der Betriebe streben einen Ausbau der Partnerschaften mit Schulen an – und das auf einem in Schleswig-Holstein bereits bestehenden hohen Niveau. Denn auf diesem Feld nimmt Schleswig-Holstein mit über 600 verbindlichen Kooperationen einen Spitzenplatz ein. Ziel der Betriebe ist es, sich frühzeitig als attraktives Ausbildungsunternehmen bei den Schülerinnen und Schülern zu positionieren sowie Lehrstellen und Schülerpraktika direkt bei der Zielgruppe anzubieten.

Besonders aktiv bei den Schulkooperationen sind die Branchen Banken/Versicherungen (34,5 Prozent) sowie die Industrie (28,1 Prozent). Diese hohen Werte erklären sich aus der starken Betroffenheit dieser Branchen vom Bewerberrückgang. Gerade das Bankgewerbe hatte schon vor dem Beginn der demografischen Trendwende aufgrund der anspruchsvollen Ausbildung spezielle Herausforderungen bei der Nachwuchsgewinnung, so dass Schulkooperationen eine längere Tradition haben.

Mehr Unternehmen senken ihre Anforderungen an Bewerber

Im Vergleich zur Vorjahresumfrage fällt besonders der starke Anstieg bei der Senkung der Anforderungen an die Vorbildung von Bewerbern auf: 2011 gaben zehn Prozent der Betriebe an, ihre Anforderungen zu senken. 2010 waren es noch sieben Prozent.

Die Bereitschaft zur Absenkung der Anforderungen hängt auch mit den Besetzungsschwierigkeiten von Betrieben zusammen: Betriebe, die 2010 nicht alle Plätze besetzen konnten, gaben zu 18 Prozent an, ihre Anforderungen an Bewerber zu senken – also deutlich mehr als die zehn Prozent bei allen befragten Unternehmen.

Die Unternehmen sind also zunehmend bereit, auch schwächeren Bewerbern eine Chance zu geben, um ihre angebotenen Ausbildungsplätze besetzen zu können. Hier sticht insbesondere das Gastgewerbe hervor: 25 Prozent der Betriebe geben verstärkt auch schwächeren Jugendlichen eine Chance. Diese Möglichkeit besteht jedoch nicht bei allen Berufen gleichermaßen. Gewisse Mindestanforderungen können gerade bei technischen und anspruchsvollen kaufmännischen Berufen nicht unterschritten werden bzw. Defizite können nicht mehr durch betriebliche Nachqualifizierungsmaßnahmen in einem vertretbaren Aufwand ausgeglichen werden. So ist die Bereitschaft bzw. die Möglichkeit zur Senkung der Anforderungen bei Banken und Versicherungen, im Handel und bei IT/Medien vergleichsweise niedrig.

Angebote für lernschwächere Bewerber, wie z. B. Einstiegsqualifizierungen (sechs- bis zwölfmonatige Praktika als Brücken in Ausbildung), zählen für neun Prozent der Betriebe zu den relevanten Handlungsoptionen – ein leichter Anstieg um zwei Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dies zeigt, dass Unternehmen ihre Anforderungen senken wollen, wenn passende Unterstützungsangebote für lernschwächere Jugendliche gemacht werden können.

Mit der Verlängerung des Nationalen Ausbildungspaktes im Oktober 2010 wurde ein neues Instrument vereinbart, dass ein passendes Angebot für förderungsbedürftige Jugendliche darstellt: So genannte Einstiegsqualifizierungen Plus sind Kombinationen von Einstiegsqualifizierungen mit gezielten Unterstützungsangeboten, wie z. B. ausbildungsbegleitende Hilfen der Arbeitsagenturen, mit denen Jugendliche gezielt Nachhilfeunterricht erhalten können. Dies soll den Betrieben helfen, lernschwächeren Jugendlichen passgenaue Angebote zu unterbreiten.

Praktika und Ausbildungsmarketing werden wichtiger

Ein vermehrtes Angebot von Praktikumsplätzen (21 Prozent) und ein verbessertes Ausbildungsmarketing (20 Prozent) zählen zu den zentralen Handlungsfeldern der Betriebe.

Neue Bewerbergruppen und mehr Kooperationen mit Hochschulen

Die Betriebe wenden sich zunehmend neuen Bewerbergruppen zu, um ihre Ausbildungsplätze besetzen zu können. 10 Prozent der Betriebe geben dies an.

Leicht gesunken ist die Zahl der Betriebe (6 Prozent), die Kooperationen mit Hochschulen anstreben. Hier scheint noch Potenzial zu sein, denn das ist eine aussichtsreiche Strategie. Die Zahl der Abiturienten stieg in den vergangenen Jahren trotz rückläufiger Schulabgängerzahlen sogar noch an und mit dem Angebot dualer Studiengänge können insbesondere Abiturienten auch für eine Ausbildung gewonnen werden. Hier besteht in Schleswig-Holstein noch Potenzial, um gute Bewerber zu gewinnen und im Land zu halten.

Überregionale Suche ja – im Ausland eher nicht

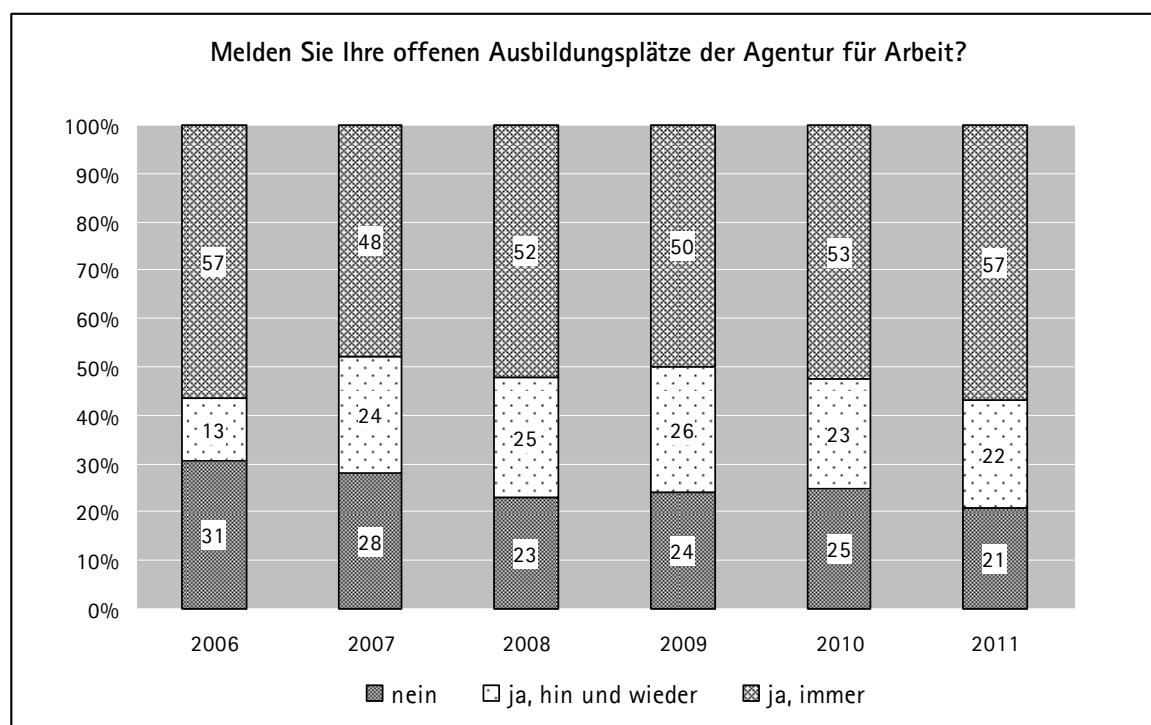
Die überregionale Suche nach Auszubildenden ist für zehn Prozent der Betriebe eine Handlungsoption. Das Gastgewerbe weitet hier mit 28,6 Prozent seine Suche nach Auszubildenden überdurchschnittlich stark aus.

Verschärfter Wettbewerb um Auszubildende – Agenturen zunehmend gefragt

57 Prozent der Betriebe melden im Jahr 2011 offene Ausbildungsplätze immer den Arbeitsagenturen. Gegenüber dem Vorjahr liegt damit ein erneuter Anstieg von vier Prozentpunkten vor. Im Hinblick auf den bislang niedrigsten Wert aus dem Jahr 2007 ist ein deutlicher Anstieg von neun Prozentpunkten festzustellen. Im Zuge des sich verschärfenden Wettbewerbs um Auszubildende nutzen die Betriebe alle Wege, um genügend Ausbildungsplatzbewerber zu erhalten.

Dies zeigt auch der Blick in die Branchen: Der Anteil der meldenden Unternehmen ist in den Branchen mit Besetzungsproblemen am höchsten, wie z. B. dem Gastgewerbe (86 Prozent) und der Industrie (73 Prozent).

Der Anteil der Betriebe, die bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen Dienstleistungen der Arbeitsagenturen nicht oder nur gelegentlich nutzen, sinkt gegenüber dem Vorjahr abermals um fünf Prozentpunkte. Er ist mit 43 Prozent aber weiterhin groß.



Unternehmen nutzen viele Wege zur Gewinnung von Bewerbern

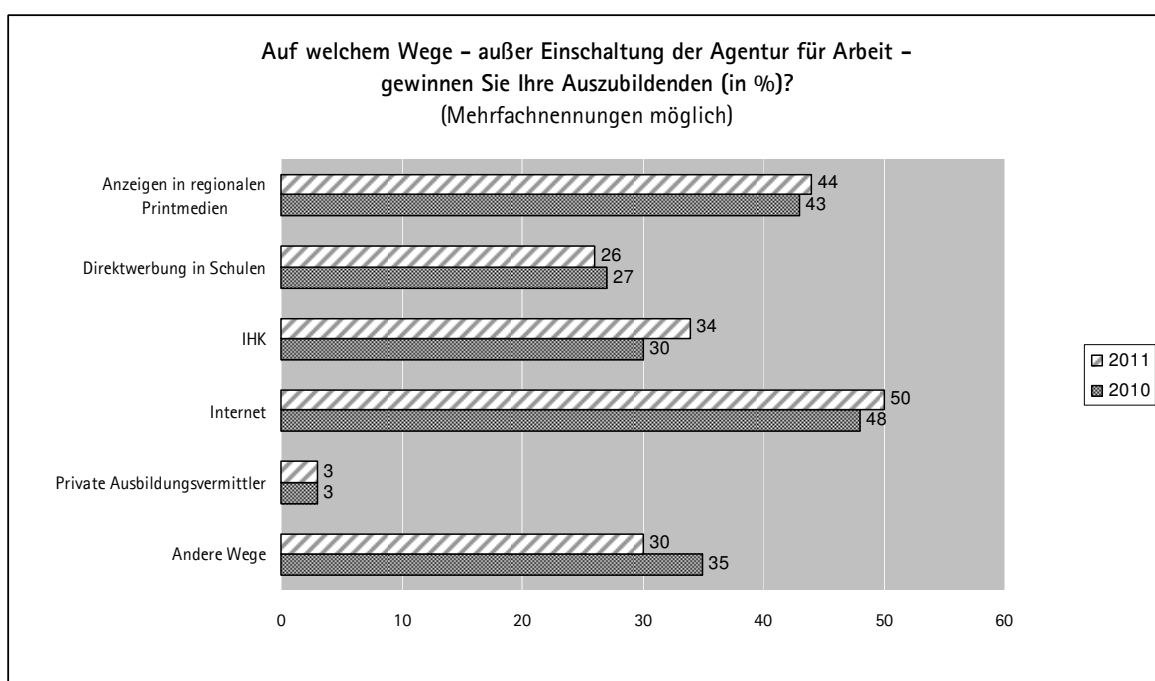
Neben einer möglichen Einschaltung der Arbeitsagenturen schlagen nahezu alle Betriebe zusätzliche oder alternative Wege ein, um geeignete Auszubildende zu finden. Im Vergleich zum Vorjahr legen bei dieser Frage IHKs und Internet deutlich zu.

Das Internet ist – neben der Vermittlung durch die Arbeitsagenturen – inzwischen das wichtigste Instrument zur Gewinnung von Auszubildenden. Die Hälfte der Betriebe nutzt das Internet; diese Möglichkeit wurde mit 50 Prozent am häufigsten genannt. 44 Prozent der Unternehmen werben mit Anzeigen in den regionalen Printmedien für ihr Ausbildungsangebot.

Ein wichtiger Partner bei der Gewinnung von Auszubildenden sind die IHKs. 34 Prozent der Unternehmen nutzen ihren Service.

Die IHKs unterstützen Unternehmen und Jugendliche vor Ort, z. B. durch ihre Ausbildungsberater, Ausbildungsmessen (z. B. nordjob) oder die Vermittlung von Ausbildungsplätzen über ihre Lehrstellenbörsen.

27 Prozent der Unternehmen werben in Schulen für die eigenen Ausbildungsmöglichkeiten. Im Branchenvergleich wird dieses Instrument besonders stark von den Banken und Versicherungen genutzt. Demgegenüber ist beim Gastgewerbe das Potential vorhanden, die Werbung in Schulen noch zu intensivieren und verstärkt auf die Vorzüge der Branche (wie z. B. Selbstständigkeit, Kreativität etc.) hinzuweisen. Die Einschaltung von privaten Ausbildungsvermittlern hingegen spielt in allen Branchen weiterhin keine nennenswerte Rolle.



Suche nach Bewerbern über das Web – soziale Medien noch wenig genutzt

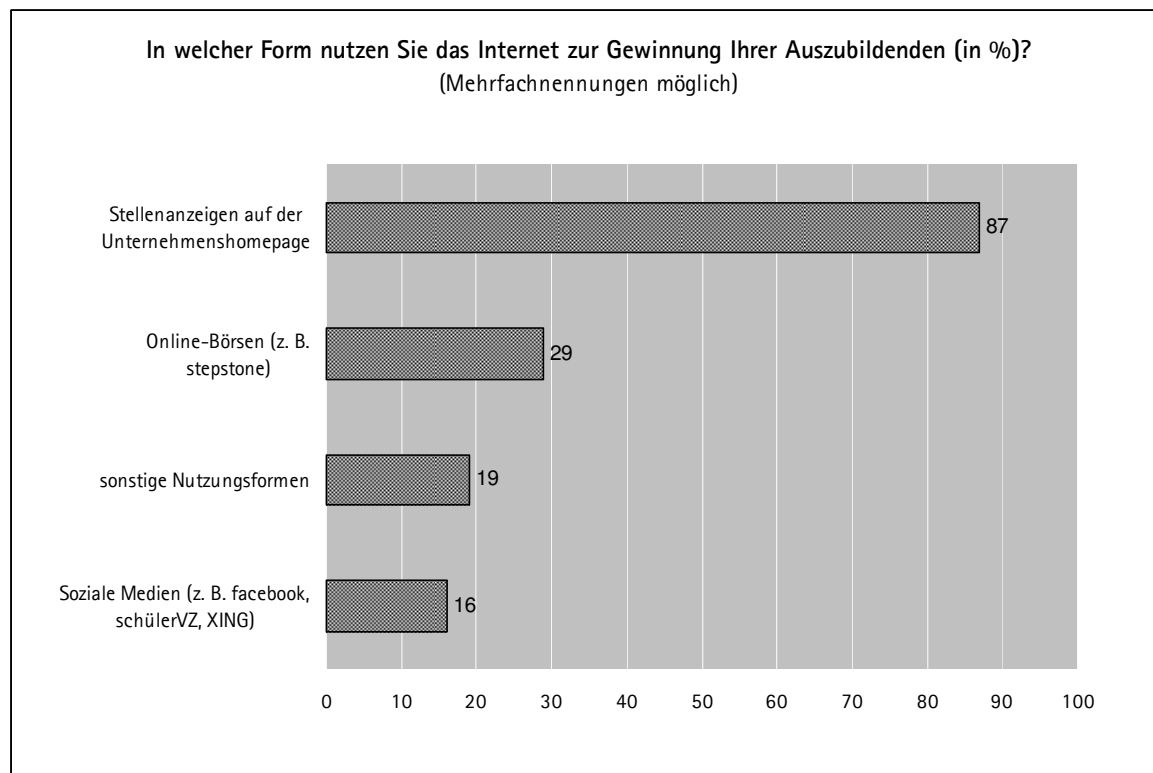
Erstmals wurden die Unternehmen differenziert befragt, in welcher Form sie das Internet für die Gewinnung von Bewerbern nutzen. Erwartungsgemäß steht mit 87 Prozent die Nutzung der eigenen Unternehmenshomepage hierbei an erster Stelle. Branchenübergreifend gehört diese Möglichkeit der Bewerberakquirierung damit zum Standard.

Ein knappes Drittel gab an, dass Online-Börsen (z. B. Stepstone, Monster usw.) als Plattform für die Bewerbersuche dienen. Insbesondere das Gastgewerbe (37 Prozent) bedient sich dieser Variante.

Soziale Medien, wie z. B. facebook, schülerVZ oder XING, wurden hingegen nur von 16 Prozent aller Unternehmen, die das Internet zur Bergewinnung nutzen, angegeben.

Im Branchenvergleich werden die sozialen Medien überdurchschnittlich im Bereich IT/Medien (20 Prozent) sowie im Gastgewerbe (26 Prozent) genutzt.

Mit Blick auf die Unternehmensgrößen ist erstaunlich, dass vor allem Kleinstbetriebe mit weniger als zehn Mitarbeitern die sozialen Medien überdurchschnittlich stark nutzen (29,6 Prozent). Hierunter fallen z. B. junge Start-up Unternehmen, die besonders in den sozialen Medien aktiv sind und von den persönlichen Kontakten profitieren. Erwartungsgemäß liegen auch die Großbetriebe mit mehr als 1.000 Mitarbeitern mit 20 Prozent über dem Durchschnitt. Diese Unternehmen haben im Vergleich zu anderen Betriebsgrößen häufiger ein professionelles Personalmanagement, das auch die Nutzung sozialer Medien in die Bergewinnung einbezieht.

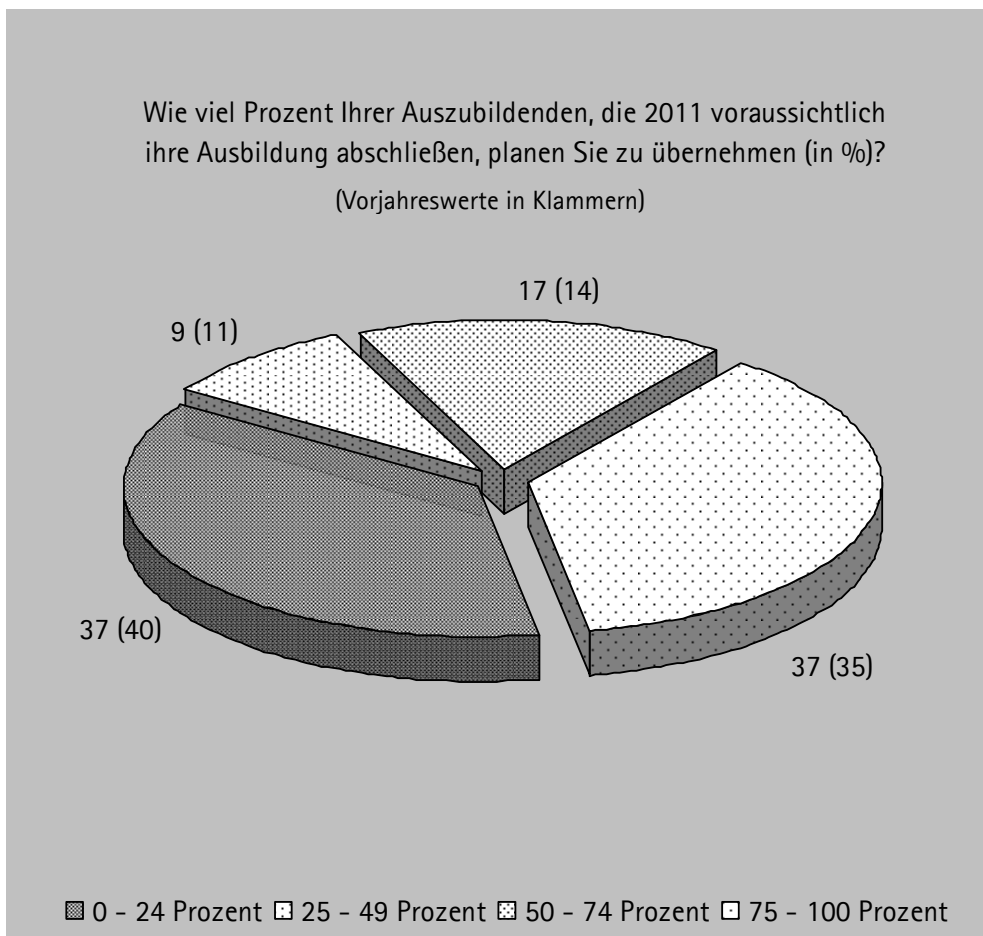


III. Übernahme von Auszubildenden

Fachkräftesicherung durch eigene Auszubildende wird immer wichtiger

37 Prozent der Unternehmen geben für 2011 an, den Großteil (75 bis 100 Prozent) ihrer neu ausgebildeten Fachkräfte übernehmen zu wollen. Im Vergleich zum Vorjahreswert ist hier ein Sprung nach oben um zwei Prozentpunkte zu verzeichnen. Nach Überwindung der Wirtschaftskrise wird der größere Bedarf an Fachkräften nun für viele Betriebe deutlich spürbar.

Gleichzeitig geht der Anteil derjenigen Unternehmen zurück, deren geplante Übernahmequote unter 25 Prozent liegt. Im Vorjahr lag dieser Anteil noch bei 40 Prozent, für 2011 sinkt der demnach um drei Prozentpunkte. Es zeigt sich, dass es für die Unternehmen zunehmend wichtiger wird, die Auszubildenden langfristig an sich zu binden. Bei der Einschätzung dieses Wertes ist auch zu berücksichtigen, dass kleine Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern überproportional häufig in der Gruppe der Unternehmen vertreten sind, die Auszubildende nur zu einem geringen Teil übernehmen (0 bis 24 Prozent). Gerade Kleinstbetriebe sind nicht immer in der Lage, alle Auszubildenden weiter zu beschäftigen.



Übernahmepläne nach Regionen: Süd-Nord-Gefälle

Die Übernahmebereitschaft ist im Vergleich zum Vorjahr in allen Regionen deutlich angestiegen. Die Auswertung nach Regionen zeigt hierbei ein Süd-Nord-Gefälle: Im Süden ist die geplante Übernahmequote am höchsten: 60 Prozent der Unternehmen wollen 75 bis 100 Prozent ihrer Auszubildenden übernehmen; das ist gegenüber dem Vorjahr ein Plus von neun Prozentpunkten.

Demgegenüber beabsichtigen im Norden 45 Prozent der Unternehmen, 75 bis 100 Prozent ihrer Auszubildenden zu übernehmen; dies ist ebenfalls ein deutlicher Anstieg um acht Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Der Westen liegt bei der Übernahmequote etwa im Bundesdurchschnitt, der Osten leicht darunter.

In Schleswig-Holstein liegt der Wert bei 37,2 Prozent.

Übernahmepläne nach Branchen: Finanzbranche und Industrie vorne

Im Branchenvergleich planen 53,8 Prozent der Banken und Versicherungen und 46,9 Prozent der Industrieunternehmen mit einer Übernahmequote von 75 bis 100 Prozent; im Gastgewerbe beabsichtigen dies nur 14,3 Prozent der Betriebe. Eine Ursache dafür ist, dass die Gastronomie über Bedarf ausbildet. Zudem wollen viele angehende Fachkräfte ihre Qualifizierung durch Wanderjahre nach der Ausbildung ausbauen. Darüber hinaus zeigt dieser Wert, dass das Gastgewerbe hier noch Potenzial hat, über das Aufzeigen von längerfristigen Beschäftigungsperspektiven Jugendliche für eine Ausbildung zu gewinnen.

Wie viel Prozent Ihrer Auszubildenden, die 2011 voraussichtlich ihre Ausbildung abschließen, planen Sie zu übernehmen?

(Sortiert nach der Antwortkategorie 75 – 100 Prozent)

Größenklassen	Region Süd	Region West	Region Ost	Region Nord
0 - 24 Prozent	21 %	25 %	29 %	31 %
25 - 49 Prozent	6 %	6 %	8 %	9 %
50 - 74 Prozent	14 %	14 %	14 %	16 %
75 - 100 Prozent	60 %	54 %	50 %	45 %

Übernahme von Auszubildenden: Leitmotiv ist die Fachkräftesicherung

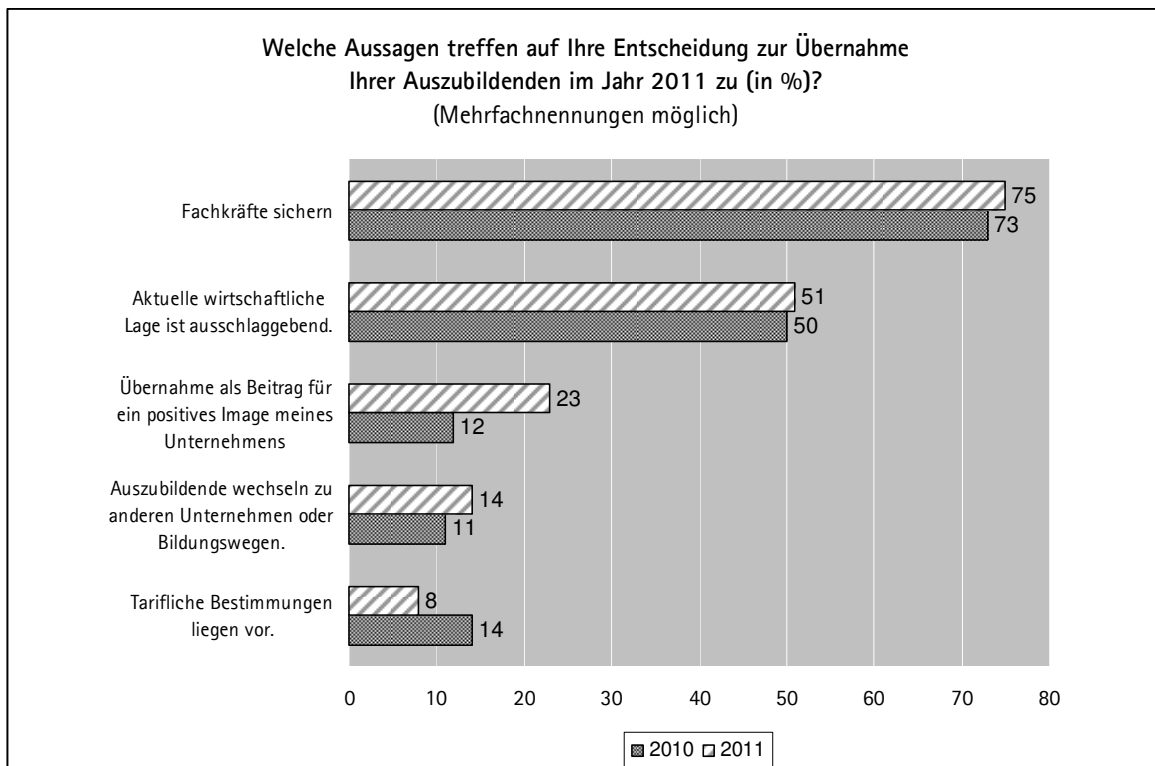
Hinsichtlich der Übernahmeentscheidung von Auszubildenden liefert der Blick auf die für die Unternehmen ausschlaggebenden Faktoren folgendes Bild:

Eine überragende Rolle spielt die Sicherung von gut ausgebildeten Fachkräften. Drei von vier der antwortenden Betriebe halten dies für einen zentralen Aspekt. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr um zwei Prozentpunkte unterstreicht, dass die Fachkräftesicherung bei vielen Unternehmen prägend für die Personalpolitik ist.

Die aktuelle wirtschaftliche Lage ist für gut die Hälfte der Unternehmen ein wichtiger Faktor, wenn es um die Übernahmeentscheidung geht. Hierbei spielt insbesondere die Bewältigung einer hohen Auftragsauslastung mit selbst ausgebildetem Personal eine wichtige Rolle.

Wer eine gute Übernahmeperspektive bieten kann, hat angesichts sinkender Schulabgängerzahlen Wettbewerbsvorteile. Für 23 Prozent der Betriebe ist daher das Motiv wichtig, sich als attraktives Unternehmen positionieren zu können. Diese Zahl ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 11 Prozent angestiegen.

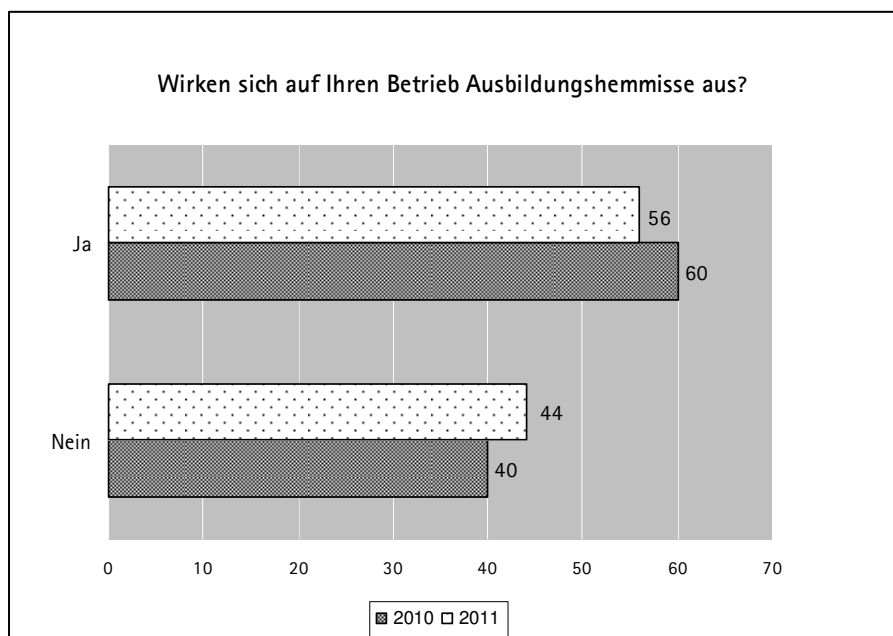
14 Prozent der Betriebe geben an, Auszubildende nicht übernehmen zu können, da diese sich trotz Übernahmeangebot für andere Unternehmen oder Bildungswegen entschieden. Bei acht Prozent der Unternehmen spielen die tarifvertraglichen Bestimmungen eine wichtige Rolle.



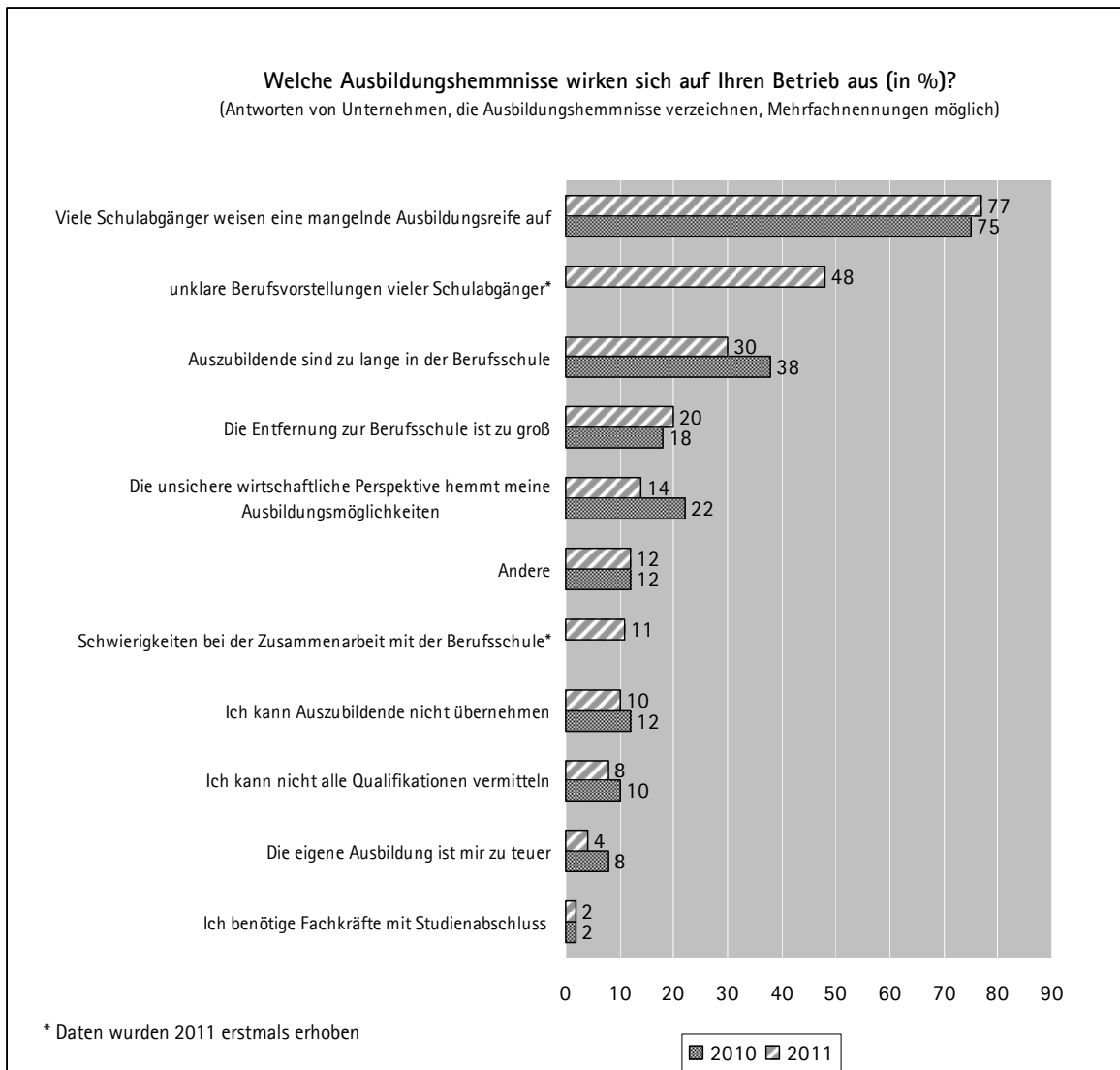
IV. Ausbildungshemmnisse, Ausbildungsreife

Betriebe klagen über mangelnde Ausbildungsreife

Es gibt bestimmte Rahmenbedingungen oder Umstände, die Unternehmen daran hindern, auszubilden oder ihre Bereitschaft dazu einzuschränken. Diese sind einerseits im wirtschaftlichen Umfeld des Unternehmens zu suchen, also zum Beispiel: Wie bewertet das Unternehmen seine wirtschaftlichen Erfolgsperspektiven. Andererseits wirken Rahmenbedingungen fördernd oder hemmend, die mit dem wirtschaftlichen Umfeld nichts zu tun zu haben, wie z. B. Strukturen oder die Qualität des Bildungssystems.



Der Anteil der Ausbildungsbetriebe, die über Ausbildungshemmnisse klagen, ist im Vergleich zum Jahr 2010 gesunken. Gaben 2010 noch 60 Prozent der Unternehmen an, dass sich auf ihren Betrieb Ausbildungshemmnisse auswirkten, so sank ihr Anteil 2011 auf 56 Prozent. Ein Grund für diesen Rückgang sind die verbesserten Geschäftserwartungen der Unternehmen. Während 2010 noch 22 Prozent der Unternehmen sagte, die unsichere wirtschaftliche Perspektive beeinträchtigt die Ausbildungsmöglichkeiten, so hat sich dieser Anteil 2011 stark reduziert. Nur noch 14 Prozent der Unternehmen sehen ihre eigene wirtschaftliche Situation so unsicher, dass sie sich negativ auf ihre Ausbildungsbereitschaft auswirkt.



Das Ausbildungshemmnis Nr. 1 ist für die Betriebe die mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger. Wie im vergangenen Jahr sehen mehr als drei Viertel aller Ausbildungsbetriebe, die Ausbildungshemmnisse feststellen, darin Grund zur Klage. Der Anteil ist sogar noch einmal leicht um zwei Prozentpunkte gestiegen. Deutlich wird damit: Eine gute Konjunktur löst nicht automatisch die Probleme auf dem Ausbildungsmarkt. Will man also die Ausbildungsbereitschaft der Unternehmen weiter erhöhen, darf man sich nicht allein auf den wirtschaftlichen Aufschwung verlassen.

Fast die Hälfte der Ausbildungsunternehmen, die Ausbildungshemmnisse angeben, sieht diese vor allem darin, dass Schulabgänger unklare Berufsvorstellungen mitbringen (48 Prozent). Da dieser Aspekt erstmalig gefragt wurde, ist ein Vorjahresvergleich nicht möglich.

Ein Teil der neuen Ausbildungsverträge wird alljährlich deshalb gelöst, weil sich die Jugendlichen falsche Vorstellungen über den gewählten Ausbildungsberuf gemacht haben. Der im Oktober 2010 um weitere drei Jahre verlängerte „Nationale Pakt für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs“ trägt diesen Einschätzungen der Unternehmen Rechnung. Er legt einen deutlichen Akzent auf eine Verbesserung der Ausbildungsreife und der Berufsorientierung in der Schule und setzt dabei insbesondere auf Kooperationen zwischen Betrieben und Schulen.

Lange Berufsschulzeiten kritisieren 30 Prozent der Unternehmen als Hemmnis für ihre Ausbildungsentscheidungen.

Mit der Arbeit der Berufsschulen als Partner der dualen Ausbildung sind die Betriebe jedoch überwiegend zufrieden. 11 Prozent berichten über Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit.

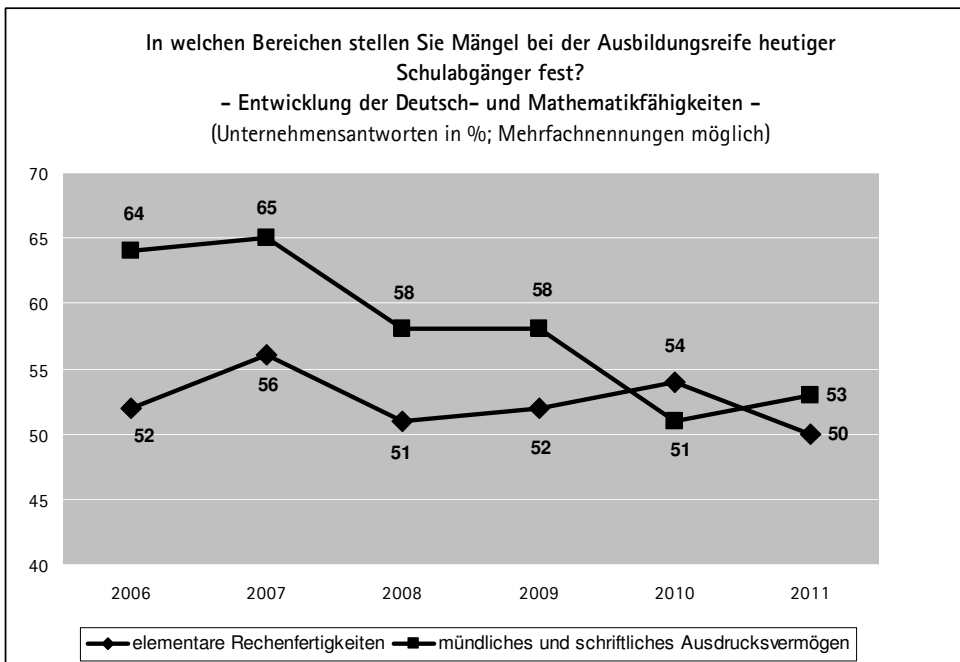
Zu beobachten ist zudem, dass im Süden die Betriebe deutlich weniger über Ausbildungshemmnisse klagen als in den anderen Regionen. Grund ist jedoch nicht, wie man leicht annehmen könnte, eine unterschiedlich optimistische Beurteilung der wirtschaftlichen Lage. Die Betriebe im bevölkerungsarmen Osten bemängeln überdurchschnittlich häufig große Entfernungen zu den Berufsschulen. Im Norden werden im Vergleich häufiger als in den anderen Landesteilen die Berufsschulzeiten für zu lang gehalten (26 Prozent).

Die häufig kritisierte Ausbildungsreife und die unklaren Berufsvorstellungen der Schulabgänger haben auch direkte Konsequenzen für die Besetzung von Ausbildungsplätzen. Während insgesamt ein Viertel der Unternehmen Ausbildungsplätze nicht besetzt haben, waren es bei denen, die Mängel bei der Ausbildungsreife der Bewerber feststellen, 36 Prozent. 2010 lag dieser Anteil noch bei 31 Prozent. Ein steigender Anteil an Unternehmen muss offenbar Ausbildungsplätze unbesetzt lassen, da geeignete Bewerber fehlen. Unter den Unternehmen, die unklare Berufsvorstellungen der Bewerber feststellen, konnten sogar 39 Prozent nicht alle Ausbildungsplätze besetzen.

Mathe besser – Deutsch schlechter

Die gute Nachricht zuerst: Der Anteil der Betriebe, die die Mathematikkompetenzen der Schulabgänger beanstanden, ist leicht im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Ein Grund zum Jubel ist das aber noch nicht, denn die Unzufriedenheit bleibt insgesamt betrachtet hoch.

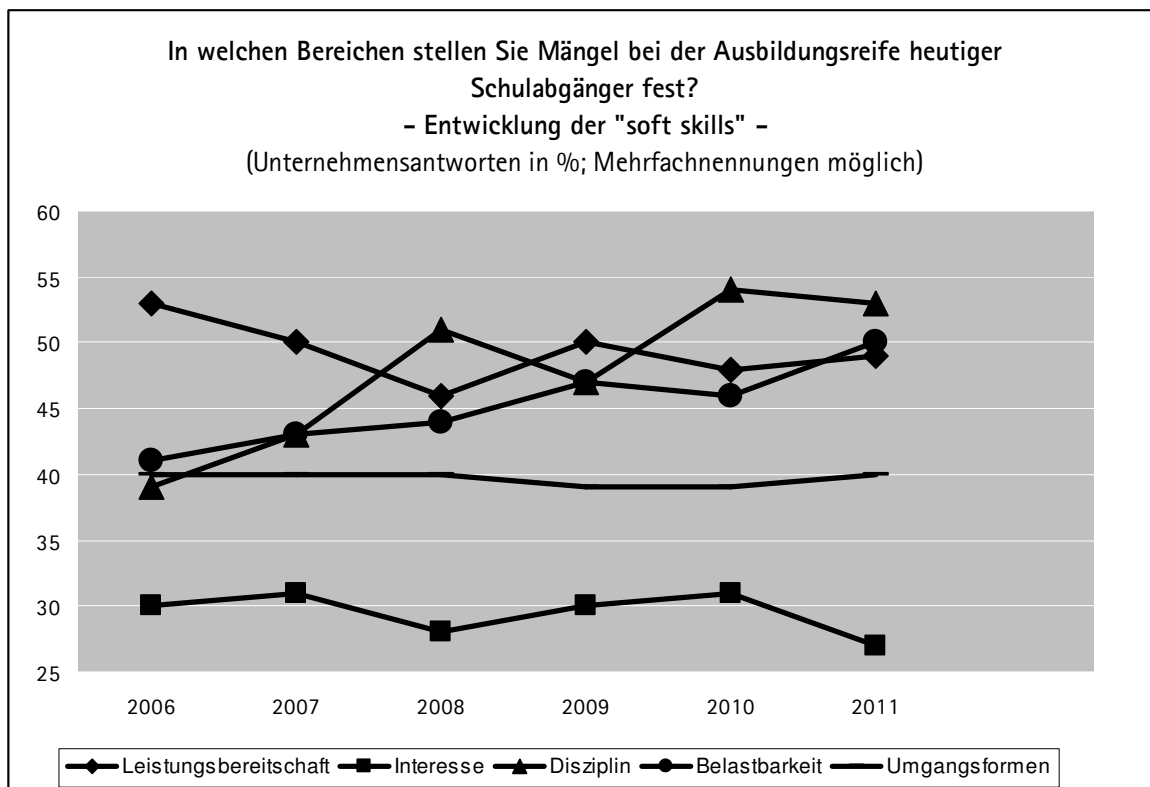
Beim mündlichen und schriftlichen Ausdrucksvermögen sind die Mängel gestiegen.



Vergleichsweise hoch ist die Unzufriedenheit mit den schulischen Leistungen im Norden und Westen, weniger stark ausgeprägt im Süden. Diese Aussagen der Unternehmen untermauern somit die Ergebnisse der Bundesländervergleiche bei den PISA-Studien, in denen regelmäßig die Schülerinnen und Schüler der südlichen Länder bessere Leistungen erzielen.

Erziehungsdefizite werden zum Ausbildungsproblem

Auch soziale und persönliche Kompetenzen gehören zur Ausbildungsreife. Um diese ist es offenbar nicht gut bestellt, denn der negative Trend der vergangenen Jahre setzt sich weiter fort. Seit 2006 (38 Prozent) steigt der Anteil der Unternehmen, die die Disziplin der Schulabgänger negativ beurteilen auf jetzt 53 Prozent an. Bei der Belastbarkeit ist der Mängelwert gegenüber dem Vorjahr von 46 auf 50 Prozent gestiegen. Die Klagen über eine geringe Leistungsbereitschaft und Motivation bewegen sich mit 49 Prozent auf besonders hohem Niveau: Hier sieht fast die Hälfte aller Betriebe große Probleme.

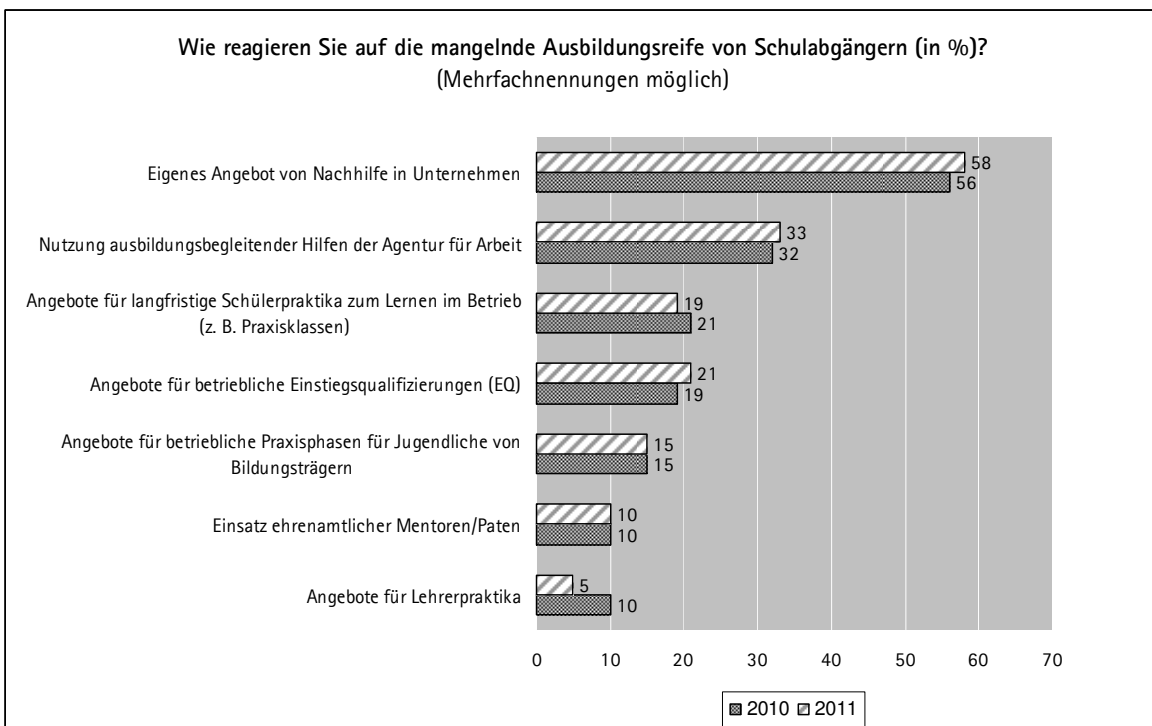


Die für eine erfolgreiche Ausbildung wichtigen sozialen Kompetenzen sind in ganz besonderem Maße Ergebnisse einer verantwortungsvollen Erziehung. Sie werden zwar auch in der Schule geformt, in erster Linie ist es jedoch die Aufgabe der Eltern, hier wichtige Grundlagen zu legen. Eltern sind also maßgeblich für den Erfolg ihrer Kinder beim Übergang von der Schule in die Ausbildung und für den Ausbildungserfolg mit verantwortlich.

Ausbilder als Lehrer: Nachhilfe gibt es jetzt im Betrieb

Trotz gravierender Schwächen bei einem Teil der Bewerber – der Fachkräftenachwuchs wird gebraucht. Die Unternehmen helfen sich notgedrungen selbst.

Sie füllen Wissenslücken und übernehmen Erziehungsverantwortung. 58 Prozent (Vorjahr 56 Prozent) der Ausbildungsunternehmen, die über mangelnde Ausbildungsreife klagen, bietet Nachhilfe im Unternehmen an und hilft den Jugendlichen so, sich das für die Ausbildung notwendige Grundwissen anzueignen. Ein Drittel der Unternehmen nutzt die ausbildungsbegleitenden Hilfen (abH) der Arbeitsagenturen, die neben einem gezielten Stützunterricht auch eine sozialpädagogische Betreuung ermöglichen.



Jedes fünfte Unternehmen bietet Jugendlichen eine Einstiegsqualifizierung (EQ) an. Diese setzt vor einer möglichen Ausbildung an, um Jugendlichen Praxiseinblicke zu gewähren und sie neu zum Lernen zu motivieren. In sechs bis zwölf Monaten werden erste Ausbildungsinhalte vermittelt, die später auch auf eine Ausbildung angerechnet werden können. Ein weiteres Fünftel der Unternehmen ermöglicht Jugendlichen, die bei einem Bildungsträger ausgebildet werden, Praxisphasen in ihrem Betrieb.

Eine weitere Möglichkeit, schon vor der Ausbildung Jugendliche zu unterstützen, nutzen rund 19 Prozent der Unternehmen. Sie bieten Schülerinnen und Schülern, die so genannte Praxisklassen besuchen, ein Schuljahr lang wöchentliche Praxistage in ihren Unternehmen an. Die Jugendlichen erfahren dabei, wo und wie das in der Schule Gelernte in der Praxis angewendet wird und erkennen für sich berufliche Perspektiven. Nicht selten entsteht daraus eine neue Lernmotivation in Bezug auf den Schulabschluss. Zehn Prozent der Ausbildungsbetriebe setzen auf ehrenamtliche Paten, die solchen Jugendlichen zur Seite stehen, die beim Übergang von der Schule in Ausbildung oder während der Ausbildung Hilfe brauchen.

Hier kann das in Zusammenarbeit mit dem Seniorexpertenservice (SES) gestartete Projekt zur Vermeidung von Ausbildungsabbrüchen (VerA) weitere Hilfe leisten.

Fünf Prozent der Unternehmen ermöglichen auch Lehrern Praktika. Lehrern bieten solche Betriebspraktika die Chance, mehr über die Berufe zu erfahren, in denen ihre Schülerinnen und Schüler künftig arbeiten. Sie können auch eine Vorstellung davon entwickeln, welche Anforderungen die jungen Leute im Berufsleben erwarten. Auf den ersten Blick erscheint der Anteil der Unternehmen, die solche Praktika anbieten, gering, zumal sich die Zahl halbiert hat. Zu berücksichtigen ist dabei, dass die Angebote der Betriebe in den vergangenen Jahren laut den Erfahrungen der Industrie- und Handelskammern wenig genutzt wurden.

In Betrieben aller Größen und Branchen ist Nachhilfe alltägliche Praxis

Nachhilfe ist von allen möglichen Formen der Unterstützung die von den Unternehmen am häufigsten praktizierte. Dabei unterscheiden sich große und kleine Unternehmen nur wenig. 60 Prozent der mittelgroßen Unternehmen (200 – 499 Beschäftigte) helfen bei den Auszubildenden nach, um Schwächen auszubügeln und den Ausbildungserfolg zu fördern. Aber auch 59 Prozent der großen (mehr als 1.000 Beschäftigte) und sogar 52 Prozent der ganz kleinen Unternehmen (weniger als 10 Beschäftigte) leisten diese Hilfe.

Betriebe bieten verstärkt schwächeren Jugendlichen Ausbildungschancen

Immer mehr Unternehmen sind bereit, unter bestimmten Voraussetzungen Ausbildungsplätze auch mit Jugendlichen mit Lernschwächen zu besetzen. Sagten 2010 noch 39 Prozent, dass das für ihr Unternehmen nicht in Frage komme, so ist dieser Anteil nur ein Jahr später um sieben Prozentpunkte auf 32 Prozent zurückgegangen. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass fast 70 Prozent der Unternehmen auch lernschwächere Jugendliche ausbilden würden.

23 Prozent der Unternehmen sind grundsätzlich bereit, ohne Unterstützung lernschwächeren Jugendlichen Ausbildungschancen einzuräumen.

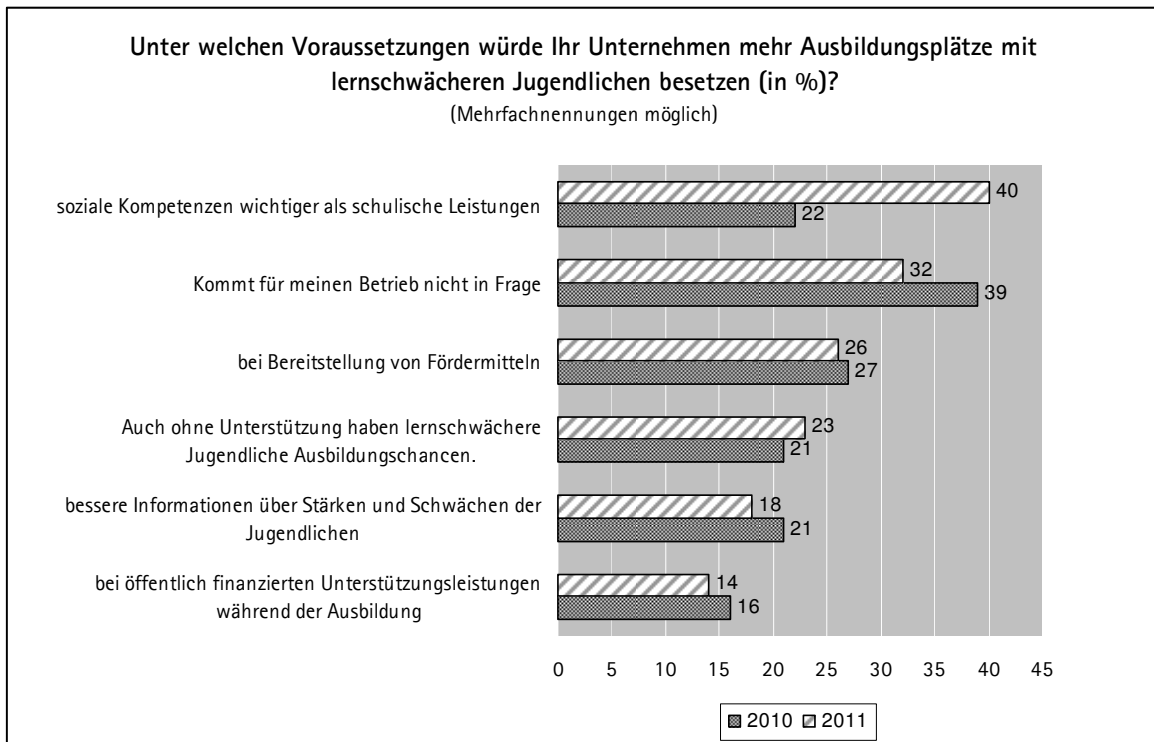
18 Prozent geben an, dass sie sich bessere Informationen über die Stärken und Schwächen der Jugendlichen wünschen. Ein Blick auf die Schulnoten reicht häufig nicht aus, um sich ein Bild von der Ausbildungsreife und der Motivation der Jugendlichen machen zu können.

Eine finanzielle Unterstützung wäre ebenfalls für einen Teil der Unternehmen eine Hilfe. 26 Prozent würden gern auf Fördermittel zurückgreifen. 14 Prozent der Unternehmen sagen, dass sie Unterstützungsleistungen, wie zum Beispiel eine sozialpädagogische Ausbildung in Anspruch nehmen würden.

Immer wichtiger wird für die Unternehmen, dass die Jugendlichen gute soziale und persönliche Kompetenzen mitbringen.

Wenn schon die Schulnoten nicht gut sind, sollte wenigstens die Motivation stimmen. 40 Prozent der Unternehmen sagen inzwischen, dass ihnen gute soziale und persönliche Kompetenzen wichtiger seien als schulische Leistungen. 2010 lag dieser Wert noch bei 22 Prozent.

Auch hieran zeigt sich, wie im Kapitel oben dargestellt, dass eine gute Wirtschaftslage und die demografische Entwicklung allein nicht dazu führen, dass automatisch alle Jugendlichen einen Ausbildungsplatz finden werden. Viel eher besteht die Gefahr, dass bei der ganz offenbar wachsenden Ausbildungsbereitschaft der Wirtschaft eine steigende Zahl von Lehrstellen nicht mit geeigneten Bewerbern besetzt werden kann, obwohl es Jugendliche ohne Ausbildungsplatz gibt. Die Forderungen nach einer besseren Schulbildung und Erziehung gewinnen an Dringlichkeit.



Bereitschaft nach Branchen unterschiedlich

Schaut man sich die Umfrageergebnisse nach Branchen an, so fällt Folgendes auf: In allen Branchen ist der Anteil der Betriebe, die bereit sind, Ausbildungsplätze mit lernschwächeren Jugendlichen zu besetzen, gestiegen.

Im Gastgewerbe ist die Bereitschaft, Ausbildungsplätze mit lernschwächeren Jugendlichen zu besetzen, besonders hoch. Nur 12 Prozent der Betriebe sagen, dass das für sie nicht in Frage komme. In dieser Branche kommt es aber vor allem auf einen freundlichen und kommunikativen Umgang mit den Kunden an.

Dementsprechend sagen 29 Prozent der Unternehmen des Gastgewerbes, dass ihnen die sozialen Kompetenzen besonders wichtig sind. 25 Prozent sehen es als Voraussetzung an, dass ihnen Fördermittel während der Ausbildung lernschwächerer Jugendlicher zur Verfügung stehen. Auch dies ist im Branchenvergleich ein hoher Wert, der allerdings vom Handel übertroffen wird.

Anders sieht es bei den Banken und Versicherungen aus. Hier sagen mehr Unternehmen, dass sie lernschwächere Jugendliche nicht aufnehmen können. Das liegt nicht zuletzt an den hohen Anforderungen, die in der Ausbildung in dieser Branche gestellt werden.

Im Branchenvergleich ist insbesondere im Handel (28 Prozent), im Gastgewerbe (21 Prozent) und in der Industrie (19 Prozent) die Neigung hoch, Jugendlichen ohne jegliche Fördermittel und Unterstützungsleistungen Ausbildungschancen zu bieten.

Unter welchen Voraussetzungen würde Ihr Unternehmen mehr Ausbildungsplätze mit lernschwächeren Jugendlichen besetzen?

Branchen	bei Bereitstellung von Fördermitteln	bei öffentlich finanzierten Unterstützungsleistungen während der Ausbildung	Auch ohne Unterstützung haben lernschwächere Jugendliche Ausbildungschancen	soziale Kompetenzen wichtiger als schulische Leistungen	bessere Informationen über Stärken und Schwächen der Jugendlichen	Kommt für meinen Betrieb nicht in Frage.
Banken/ Versicherungen	16 %	3 %	7 %	36 %	19 %	55 %
Baugewerbe	21 %	16 %	11 %	21 %	21 %	42 %
Daseinsvorsorge (Energie, Wasser, Abwasser, Abfall)	15 %	8 %	23 %	31 %	15 %	46 %
Gastgewerbe	42 %	17 %	36 %	49 %	14 %	20 %
Handel	34 %	15 %	29 %	53 %	17 %	25 %
Industrie (ohne Bau)	25 %	24 %	24 %	28 %	16 %	30 %
IT/Medien	22 %	2 %	20 %	34 %	15 %	42 %
Sonstige Dienstleistungen	21 %	15 %	18 %	37 %	22 %	33 %
Unternehmensorientierte Dienste	20 %		20 %	55 %	55 %	40 %
Verkehr		11 %	32 %	37 %	21 %	26 %

Soziale Kompetenzen sind das A und O

Die Einschätzung, gute soziale Kompetenzen seien den Betrieben wichtiger als die schulischen Leistungen, hat ebenfalls stark zugenommen. In diesen Ergebnissen schlägt sich die wachsende Unzufriedenheit der Unternehmen mit den sozialen Kompetenzen der Schulabgänger nieder.

Betrachtet nach Größenklassen der Betriebe ergibt sich folgendes Bild: Die kleineren Betriebe würden vor allem Fördermittel in Anspruch nehmen, wenn sie lernschwächere Jugendliche aufnehmen. Große Unternehmen setzen stärker als kleinere auf Unterstützungsleistungen, wie zum Beispiel eine sozialpädagogische Betreuung. Ebenso sind die Großen grundsätzlich eher bereit, Jugendliche auch ohne besondere Unterstützungsleistungen zu integrieren (36 Prozent gegenüber 15 Prozent bei den Kleinstbetrieben mit höchstens zehn Mitarbeitern). Die kleineren Betriebe haben häufig nicht die personellen Ressourcen, schwächere Jugendliche intensiv und individuell zu begleiten.

Die Antworten der Unternehmen auf die Frage, unter welchen Voraussetzungen sie mehr Ausbildungsplätze mit lernschwächeren Jugendlichen besetzen würden, zeigen, dass die Beweggründe vielfältig sind. Betriebe setzen nicht einseitig auf finanzielle Anreize. Die Bereitschaft ist ohne finanzielle Unterstützung fast ebenso hoch. Auch bessere Informationen über die Stärken und Schwächen der Jugendlichen spielen eine große Rolle, weil sie es ermöglichen, den individuellen Förderbedarf der Jugendlichen und entsprechenden Aufwand im Unternehmen besser abzuschätzen.

ANHANG

Fragebogen der IHK-Online-Unternehmensbefragung

1. Bildet Ihr Unternehmen aus?

- Ja
- Nein

Wenn nein, dann bitte weiter mit Frage 9.

2. Bieten Sie im Jahr 2011 mehr oder weniger Ausbildungsplätze an als im Jahr 2010?

- Mehr
- Weniger
- Angebot gleich bleibend

3. Was beeinflusst Ihr Angebot an Ausbildungsplätzen im Jahr 2011 maßgeblich?

3a. Sicherung des Fachkräftebedarfs

- Entscheidender Einfluss
- Merklicher, aber nicht entscheidender Einfluss
- Kaum Einfluss

3b. Geschäftserwartungen

- Entscheidender Einfluss
- Merklicher, aber nicht entscheidender Einfluss
- Kaum Einfluss

4. Konnten Sie im Jahr 2010 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

- Ja
- Nein

Wenn nein, warum nicht? (Mehrfachnennung möglich)

- Die Ausbildungsstellen wurden von dem Auszubildenden nicht angetreten.
- Die Ausbildungsverträge wurden von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst.
- Es lagen keine Bewerbungen vor.
- Es lagen keine geeigneten Bewerbungen vor.
- Andere Gründe ...

5. Wie reagieren Sie bei der Gewinnung von Auszubildenden auf rückläufige Bewerberzahlen?
(Mehrfachnennung möglich)

- Ich registriere noch keine rückläufigen Bewerberzahlen und habe keinen Handlungsbedarf.
- Angebote für lernschwächere Bewerber (z. B. Einstiegsqualifizierungen, innerbetriebliche Nachqualifizierung)
- Angebot von Auslandsaufenthalten in der Ausbildung
- Angebot von Zusatzqualifikationen (z. B. Fremdsprachenunterricht)
- Erschließung neuer Bewerbergruppen (z. B. Studienabbrecher)
- Mehr Angebote von Praktikumsplätzen
- Mehr Kooperationen mit Hochschulen (z. B. Angebot von dualen Studiengängen)
- Mehr Kooperationen mit Schulen
- Senkung der Anforderungen an die Vorbildung von Bewerbern
- Verbessertes Ausbildungsmarketing
- Verstärkte Suche nach Auszubildenden im Ausland
- Verstärkte überregionale Suche nach Auszubildenden
- Andere Vorgehensweisen ...

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

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

Auf welchem Wege – außer Einschaltung der Arbeitsagentur – gewinnen Sie Ihre Auszubildende? (Mehrfachnennung möglich)

- Anzeigen in regionalen Printmedien
- Direktwerbung in Schulen
- IHK
- Internet
 - Wenn ja, in welcher Form wird das Internet genutzt:
 - Online-Börsen (z. B. stepstone)
 - Soziale Medien (z. B. facebook, schülerVZ)
 - Stellenanzeigen auf der Unternehmenshomepage
 - Sonstige Nutzungsformen
- Private Ausbildungsvermittler
- Andere Wege ...

7. Wie viel Prozent Ihrer Auszubildenden, die 2011 voraussichtlich ihre Ausbildung abschließen, planen Sie zu übernehmen?

- 0 – 24 Prozent
- 25 – 49 Prozent
- 50 – 74 Prozent
- 75 – 100 Prozent

8. Welche Aussagen treffen auf Ihre Entscheidung zur Übernahme Ihrer Auszubildenden im Jahr 2011 zu? (Mehrfachnennung möglich)

- Die aktuelle wirtschaftliche Lage ist für mich ausschlaggebend.
- Ich bin an tarifvertragliche Bestimmungen gebunden.
- Ich will gut ausgebildete Fachkräfte für mein Unternehmen sichern.
- Ich will mich als attraktives Unternehmen positionieren.
- Trotz Übernahmeangebots entscheiden sich die Auszubildenden oftmals für andere Unternehmen oder Bildungswege.

9. Wirken sich auf Ihren Betrieb Ausbildungshemmnisse aus?

- Ja
- Nein

Wenn ja, welche? (Mehrfachnennung möglich)

- Auszubildende sind zu lange in der Berufsschule
- Die eigene Ausbildung ist mir zu teuer
- Die Entfernung zur Berufsschule ist zu groß
- Die unsichere wirtschaftliche Perspektive hemmt meine Ausbildungsmöglichkeiten
- Es gibt Schwierigkeiten bei der Zusammenarbeit mit der Berufsschule
- Ich benötige Fachkräfte mit Studienabschluss
- Ich kann Auszubildende nicht übernehmen
- Ich kann nicht alle Qualifikationen vermitteln
- Viele Schulabgänger haben zu unklare Berufsvorstellungen
- Viele Schulabgänger weisen eine mangelnde Ausbildungsreife auf
- Andere ...

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

- Belastbarkeit
- Disziplin
- Elementare Rechenfertigkeiten
- Interesse und Aufgeschlossenheit
- Leistungsbereitschaft und Motivation
- Mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen
- Umgangsformen
- Keine Mängel

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

- 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)
- Angebote für Lehrerpraktika
- Eigenes Angebot von Nachhilfe im Unternehmen
- Einsatz ehrenamtlicher Mentoren/Paten
- Nutzung ausbildungsbegleitender Hilfen der Agentur für Arbeit (z. B. für Nachhilfe)

12. Unter welchen Voraussetzungen würde Ihr Unternehmen mehr Ausbildungsplätze mit lernschwächeren Jugendlichen besetzen? (Mehrfachnennung möglich)

- Bei Bereitstellung von Fördermitteln
- Bei öffentlich finanzierten Unterstützungsleistungen während der Ausbildung (z. B. sozialpädagogische Betreuung)
- Ich gebe grundsätzlich auch ohne öffentliche Unterstützung lernschwächeren Jugendlichen eine Chance
- Wenn ich – über Schulzeugnisse hinaus – besser über Stärken und Schwächen des Jugendlichen informiert wäre (z. B. über eine zusätzliche Bescheinigung)
- Soziale Kompetenzen (z. B. Leistungsbereitschaft, Umgangsformen) sind mir wichtiger als die schulischen Leistungen
- Kommt grundsätzlich für meinen Betrieb nicht in Frage

Bitte beantworten Sie für statistische Zwecke noch die folgenden Fragen:

A: Zu welcher Branche zählt Ihr Unternehmen?

- Industrie (ohne Bau)
 - Chemie
 - Elektrotechnik
 - Ernährungsmittel
 - Kfz-Produktion bzw. Kfz-Zulieferung
 - Maschinenbau
 - Metallherzeugung und -bearbeitung
 - Pharma
 - übriger Industriebereich
- Baugewerbe
- Daseinsvorsorge (Energie, Wasser, Abwasser, Abfall)
- IT/Medien
- Handel
- Gastgewerbe
- Verkehr
- Banken/Versicherungen
- Unternehmensorientierte Dienste
- Sonstige Dienstleistungen

B: Wie viel Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?

- weniger als 10
- 10 - 19
- 20 - 199
- 200 - 499
- 500 - 1000
- mehr als 1000

C: Wie viele Auszubildende beschäftigen Sie zurzeit?

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