

Ausbildung 2018

Ergebnisse einer DIHK-Online-
Unternehmensbefragung

Unternehmen
berichten über
ihre Ausbildungs-
situation



DIHK

Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Der DIHK hat erneut die Unternehmen zu ihren Ausbildungserfahrungen befragt. In der Zeit vom 23. April bis 13. Mai 2018 konnten sich Unternehmen online an der Befragung beteiligen. Die Auswahl und Ansprache der Unternehmen erfolgte über die Industrie- und Handelskammern. **Insgesamt beteiligten sich 10.335 Unternehmen an der Online-Umfrage.**

Die Antworten verteilen sich auf die Wirtschaftszweige wie folgt:
Industrie (ohne Bau) 27 Prozent, Baugewerbe fünf Prozent, IT sechs Prozent, Medien drei Prozent, Handel 16 Prozent, Gastgewerbe sieben Prozent, Verkehr (Transport/Logistik) fünf Prozent, Banken/Versicherungen acht Prozent, Unternehmensorientierte Dienste drei Prozent, Gesundheit/Pflege drei Prozent, Immobilien drei Prozent, Sonstige Dienstleistungen 15 Prozent.

Nach Größenklassen zeigt sich folgende Verteilung:

Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten 13 Prozent, Unternehmen mit zehn bis 19 Beschäftigten zwölf Prozent, Unternehmen mit 20 bis 199 Beschäftigten 47 Prozent, Unternehmen mit 200 bis 499 Beschäftigten 13 Prozent, Unternehmen mit 500 bis 1.000 Beschäftigten sechs Prozent, Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten neun 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 2018

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, Jana Kathinka Müller

Stand Juli 2018

Die wichtigsten Ergebnisse:

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

In mehr als jedem dritten Betrieb (34 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**

17.000 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. Mehr als zwei Drittel der Betriebe, die Plätze nicht besetzen konnten (70 Prozent), erhielten keine geeigneten Bewerbungen.

- **Digitalisierung schreitet voran: Wo Planbarkeit sinkt, muss die Beweglichkeit zunehmen**

Für 72 Prozent der Betriebe sind IT-Kenntnisse der Jugendlichen in Zukunft ein wichtiges Einstellungsstimmungskriterium. Auch Kommunikationsfertigkeiten, strukturiertes Arbeiten und selbständiges Handeln gewinnen bei der Einstellung von Azubis an Bedeutung. Deshalb fördert bereits mehr als jeder zweite Betrieb interdisziplinäres Arbeiten, z.B. durch Azubi-Projekte.

- **Immer bessere 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 Nachhilfearbeitungen, um diese Jugendlichen zum Berufsabschluss zu führen. Rund 14 Prozent der Unternehmen bilden derzeit Flüchtlinge aus und 16 Prozent bieten Angebote für Einstiegsqualifizierungen oder Praktika.

- **Mehrheit der Betriebe sind mit Berufsschulen zufrieden, Verbesserungsbedarf gibt es dennoch**

87 Prozent der Betriebe sind mit ihrem dualen Partner, den Berufsschulen, zufrieden oder sehr zufrieden. Sechs von zehn Unternehmen wünschen sich aber eine verbesserte Kommunikation zwischen Betrieb und Berufsschule. Zunehmend stufen die Unternehmen wachsende Entfernungen zwischen Betrieb und Schule als Problem ein.

- **Unklare Berufsvorstellungen bleiben größtes Ausbildungshemmnis: Berufsorientierung stärken!**

Ein Viertel aller Umfrageteilnehmer (entspricht 84 Prozent der Unternehmen, die Ausbildungshemmnisse haben), bemängeln die unklaren Vorstellungen vieler Schulabgänger über Berufsbilder und die Anforderungen an eine Ausbildung. Die Berufsorientierung muss daher ausgebaut und praxisorientierter werden, Beschäftigungsperspektiven, Verdienstmöglichkeiten und Karrierechancen der akademischen sowie der Beruflichen Bildung aufzeigen– insbesondere an den Gymnasien.

- **Unternehmen werben um neue Bewerbergruppen wie Studienabbrecher und schaffen neue Anreize**

Fachkräfte werden benötigt. Die Baby-Boomer-Generation nähert sich der Rente, so dass perspektivisch viele erfahrene Mitarbeiter in den Betrieben ersetzt werden müssen. Um qualifizierte Bewerber zu finden, erweitern Unternehmen ihren Suchradius. Sie werben aktiv um neue Bewerbergruppen, wie Studienabbrecher. Mit kombinierten Aus- und Weiterbildungen sowie dem Angebot von Zusatzqualifikationen oder Auslandsaufenthalten machen Betriebe auf ihre guten Perspektiven aufmerksam. 16 Prozent der Unternehmen schaffen neue materielle oder finanzielle Anreize für eigene Ausbildung. Diese „Goodies für Azubis“ können beispielsweise zusätzliche Urlaubstage, eine höhere Ausbildungsvergütung oder Unterstützung der Mobilität sein.

Inhalt

Ausbildungssituation in Deutschland	2
Lernen und Arbeiten in der digitalen Welt	9
Fachleute gesucht	13
Hemmnisse für die Ausbildung	17
Starker Partner in der Ausbildung – die Berufsschulen	24
Anhang	26
• Fragebogen	27

Ausbildungssituation in Deutschland

Konsequenzen des Fachkräftemangels sind spürbar

Nicht nur die Medienberichte über Fachkräftemangel häufen sich. Auch jede Privatperson spürt den Mangel an qualifizierten Fachkräften sehr deutlich: So führen beispielsweise Restaurants zunehmend Schließtage ein, auf einen Handwerker gilt es mitunter Wochen oder gar Monate zu warten, und wer häufiger auf der Autobahn unterwegs ist, kennt die Plakatierungen an LKWs, über die „Kollegen gesucht“ werden.

Unternehmen haben den Fachkräftemangel in einigen Branchen oder Regionen bereits vor Jahren deutlich zu spüren bekommen. Nun kommen die Auswirkungen des Fachkräftemangels in der breiten Öffentlichkeit an. Für Unternehmen wird der Fachkräftemangel mehr und mehr zum Geschäftsrisiko, das ihre Wettbewerbsfähigkeit zu mindern droht. Zudem werden in den nächsten Jahren langjährige Mitarbeiter der Baby-Boomer-Generation in den Ruhestand gehen, so dass sich die Nachfrage der Unternehmen nach Fachkräften weiterhin verstärken wird.

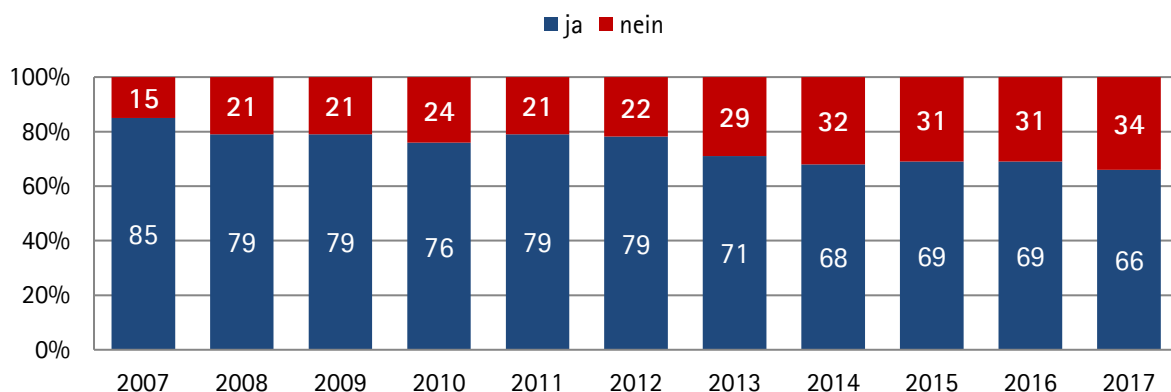
Die Ausbildung junger Menschen im eigenen Betrieb ist das beste Mittel, um dem Fachkräftemangel vorzubeugen. Die deutsche Wirtschaft investiert daher jedes Jahr in die Ausbildung ihres Nachwuchses rund 23 Milliarden Euro.

Bereits heute werden mehr Ausbildungsplätze angeboten, als nachgefragt werden. Dadurch eröffnet sich ein neues Wettbewerbsfeld unter Betrieben: der Run auf den Nachwuchs. Es gilt in diesem Wettbewerb, die eigene Situation zu analysieren. Betriebe müssen Antworten darauf finden, warum leistungsstarke Jugendliche ihre Zukunft mit einer dualen Ausbildung beginnen sollten oder welche Unterstützungsmöglichkeit dabei hilft, um Leistungsschwächere erfolgreich zum Berufsabschluss zu führen.

Um ausbilden zu können, reicht es heute nicht mehr, eine Anzeige zu schalten. Vielmehr gilt es für Betriebe, Hürden zu überwinden. Alleine einen geeigneten Azubi zu finden, stellt häufig bereits große Anforderungen an Unternehmen. Zusätzlich schreitet die Digitalisierung voran, was Arbeitsweisen im Betrieb und damit Anforderungen an Azubis verändert.

Konnten Sie alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

(Angaben beziehen sich jeweils auf das zurückliegende Ausbildungsjahr)

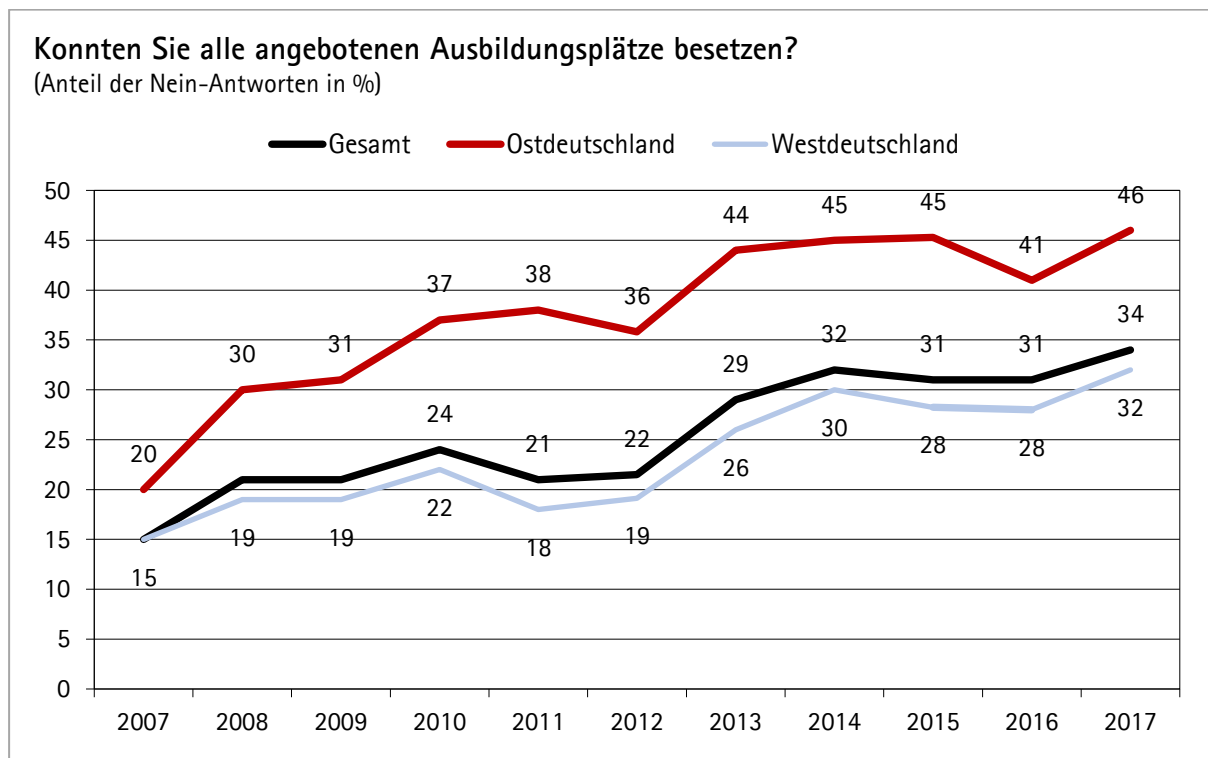


Azubis einstellen, wird immer schwerer

Die Quote der Betriebe, die nicht alle Ausbildungsplätze erfolgreich vergeben konnte, erreichte 2017 mit 34 Prozent (2016: 31 Prozent) den höchsten je gemessenen Wert. Mehr als jedes dritte Unternehmen konnte nicht alle Ausbildungsplätze an Bewerber vergeben. Für die Betriebe ist die Lage auf dem Ausbildungsmarkt weiterhin angespannt. Für die suchenden Jugendlichen war es hingegen in kaum einem Jahr zuvor so leicht, einen Ausbildungsplatz zu finden. Hintergrund ist, dass die Anzahl der Bewerber um Ausbildung auf vergleichbarem Niveau des Vorjahres lag. Gleichzeitig haben die

Betriebe mehr Ausbildungsplätze angeboten, weil sie die Fachkräfte benötigen.

In Westdeutschland hat sich der Anteil der Betriebe, der nicht alle Plätze besetzen konnte, um vier Prozentpunkte auf 32 Prozent erhöht. In Ostdeutschland war im vorangegangenen Jahr eine leichte Verbesserung der Besetzungssituation zu beobachten. Die positive Entwicklung des Vorjahres konnte 2017 nicht fortgesetzt werden. Der Anteil der Betriebe in Ostdeutschland, der nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze vergeben konnten, steigt um fünf Prozentpunkte auf 46 Prozent. Auf weniger Bewerber wurden mehr Ausbildungsplätze gemeldet.



Herausforderungen variieren nach Branchen

Schon seit einigen Jahren ist zu beobachten, dass die Schwierigkeiten, Ausbildungsplätze zu besetzen, in den verschiedenen Branchen unterschiedlich stark ausgeprägt sind. Die Entwicklungen der vergangenen beiden Jahre zeigen aber auch, dass sich das Engagement von Unternehmen und Verbänden für die Berufliche Bildung auszahlt. Verstärktes Marketing und ein hohes Maß an Transparenz können zu einem besseren Matching von Bewerbern und Ausbildungsplätzen führen.

An die positiven Branchenentwicklungen des Vorjahres konnte das Gastgewerbe anknüpfen: Nachdem sich von 2015 auf 2016 die Besetzungsquote bereits um drei Prozentpunkte verbessert hatte, setzte sich dieser Trend fort: 57 Prozent (2017: 58 Prozent) der ausbildenden Betriebe konnten nicht alle Ausbildungsplätze besetzen. Das ist mehr als jeder zweite Betrieb im Gastgewerbe und dennoch konnten sich Hotel- und Gaststättengewerbe auch in diesem Jahr leicht verbessern. Qualitätsoffensiven in der Ausbildung, Verbesserungen bei der Planbarkeit von regulären Arbeitszeiten und auch das starke Engagement bei der Integration von Flüchtlingen haben dazu beigetragen.

Über alle Branchen hat sich der Anteil derer, die nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten, um drei Prozentpunkte verschlechtert. Damit zeigen insbesondere folgende Bereiche eine mindestens durchschnittliche oder überproportional starke Verschlechterung:

- Industrie (ohne Bau) mit 35 Prozent (2017: 28 Prozent) der Betriebe,
- Unternehmensorientierte Dienstleistungen mit 31 Prozent (2017: 19 Prozent),
- Verkehrsbranche (Transport/Logistik) mit 40 Prozent (2017: 35 Prozent) der Betriebe,
- Baugewerbe (2017: 45 Prozent/2016: 42 Prozent) und
- Banken/Versicherung (2017: 32 Prozent/2016: 32 Prozent) mit jeweils drei Prozentpunkten.

In den Bereich der Unternehmensorientierten Dienstleistungen fallen unterschiedlichste Branchen, wie Architektur- und Ingenieurbüros, IT-Dienstleister, Gebäudebetreuung sowie Zeitarbeit und die Sicherheitswirtschaft. All diese Branche sind überproportional vom Fachkräftemangel betroffen und bieten deshalb verstärkt Ausbildungsplätze an, um ihre Fachkräfte selbst auszubilden. Der Bauboom sowie die Digitalisierung sind in den Branchen die stärksten Treiber der Nachfrage nach Fachkräften. In der DIHK-Konjunkturumfrage liegen die Einstellungsabsichten der Unternehmensdienstleister deutlich höher als im letzten Jahr, genauso wie in den Industriebetrieben. Der Wettbewerb um die Fachkräfte verschärft sich.

In der Industrie (ohne Bau) sind insbesondere die Bereiche Elektrotechnik, Nahrungsmittelindustrie und Metall von einem Anstieg betroffen. Die Entwicklungen in den Branchen spiegeln den Eingang skizzierten Fachkräftemangel wider. In der Metallindustrie wurden mehr Ausbildungsplätze angeboten und auch mehr Ausbildungsverträge abgeschlossen. Das Angebot überstieg dennoch die Nachfrage. Berufskraftfahrer werden inzwischen mit Antrittsprämien umworben, und das produzierende Gewerbe sucht vielfach händeringend nach Fachkräften aus dem EU-Ausland.

Konnten Sie im Jahr 2017 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen? (Ergebnisse differenziert nach Branchen, sortiert nach Nein-Antworten 2017)

Branche	Nein (2017)	Nein (2016)
Gastgewerbe	57 %	58 %
Baugewerbe	45 %	42 %
Verkehr (Transport/Logistik)	40 %	35 %
Industrie (ohne Bau)	35 %	28 %
Durchschnitt	34 %	31 %
Handel	33 %	31 %
Banken/Versicherungen	32 %	29 %
Unternehmensorientierte Dienste	31 %	19 %
Sonstige Dienstleistungen	28 %	28 %
Gesundheit/Pflege	27 %	25 %
IT	27 %	24 %
Medien	22 %	21 %
Immobilien	9 %	8 %

Das macht die Suche nach Azubis so schwer

Der Anteil der Betriebe, die gar keine Bewerbungen mehr erhalten, steigt seit Jahren an. Auch die absolute Zahl betroffener Betriebe ist 2017 erneut gestiegen. Haben im Jahr zuvor rund 15.500 Betriebe keine Bewerbungen erhalten, stieg die Anzahl um weitere 1.500 auf rund 17.000.

Von den Betrieben, die nicht alle Plätze besetzen konnten, waren es 2012 noch knapp acht Prozent, bei denen keine Bewerbung eingegangen ist; in den vergangenen beiden Jahren erhielten schon 26 Prozent der Ausbildungsbetriebe überhaupt keine Bewerbungen mehr – eine Verdreifachung innerhalb von sechs Jahren.

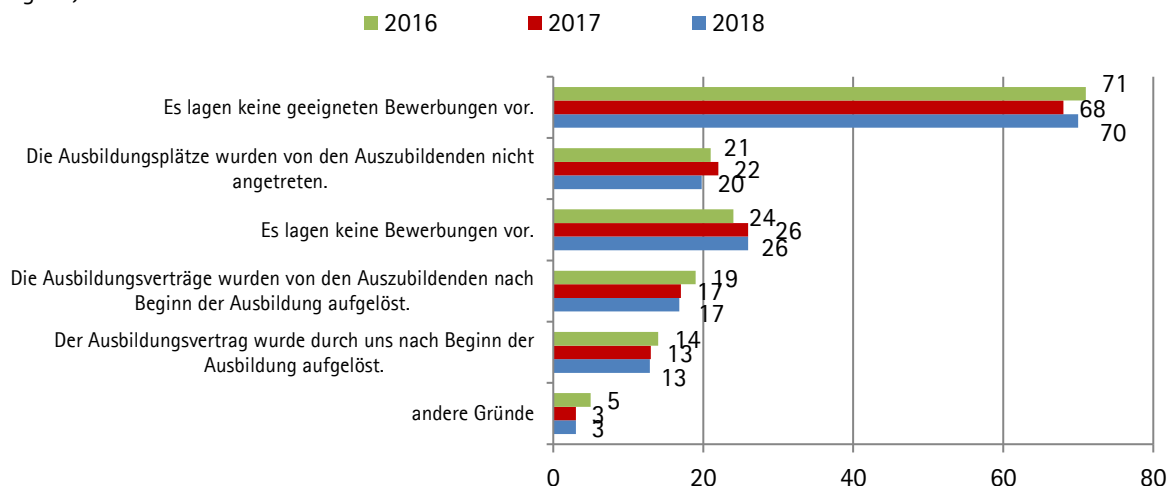
Die Betriebe, die immerhin noch Bewerbungen erhalten, aber ihren Platz dennoch nicht besetzen konnten, bemängeln oft die Qualität dieser Bewerbungen. Der Anteil der Betriebe, die angaben, dass sie keine geeigneten Bewerbungen erhalten haben, ist leicht von 68 Prozent auf 70 Prozent gestiegen. Damit ist davon auszugehen, dass ein Teil der Betriebe in die Gruppe derer gewechselt ist, die im vergangenen Jahr nun gar keine Bewerbungen mehr erhalten haben.

Keine Bewerbungen erhielten insbesondere Unternehmen aus dem Gastronomiebereich (2017: 47 Prozent), der Bauindustrie (2017: 43 Prozent) und dem Verkehrsbereich (2017: 28 Prozent). Im Bereich Banken/Versicherungen verfestigt sich der höchste Anteil aller Branchen von Azubis, die ihren Ausbildungsplatz erst gar nicht antreten. 34 Prozent (2017: 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 bei einander.

Gründe für die Nichtbesetzung von Ausbildungsplätzen bei Betrieben mit Besetzungsschwierigkeiten

(Angaben der 34 %, die nicht alle Plätze besetzen konnten, in %; Mehrfachantworten möglich)



Sonderauswertung: Integration von Geflüchteten braucht langen Atem

Als vor drei Jahren Fernsehbilder fliehender Menschen um die Welt gingen und Deutschland sich besonders hilfsbereit zeigte, wurde die Größe der Integrationsaufgabe von Vielen unterschätzt, auch von den Unternehmen. Gleichwohl ist dank staatlicher und ehrenamtlicher Unterstützung und eines enormen Engagements der Betriebe die Integration Geflüchteter in unserem Land auf einem guten Weg. Bereits zum dritten Mal erläutert die vorliegende Umfrage dieses Engagement sowie die damit verbundenen Erfahrungen und Herausforderungen.

Derzeit bilden im IHK-Bereich rund 14 Prozent (2017: sieben Prozent) der Unternehmen Flüchtlinge aus. Im Vergleich zum Vorjahr ist das abermals eine Verdoppelung. Hochgerechnet bedeutet dies, dass sich momentan rund 20.000 (2017: 15.000) Flüchtlinge in einer IHK-Ausbildung befinden. Diese Zahl verteilt sich dabei über alle drei Ausbildungsjahre.

Bis die jungen Leute eine Ausbildung in den IHK-Betrieben begonnen haben, vergingen im Schnitt 19,3 Monate – drei Monate länger als im Vorjahr, aber immer noch deutlich kürzer als vor drei Jahren. 2016 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 verkürzt haben. Die Flüchtlinge, die jüngst zu uns kamen, haben in aller Regel einen niedrigeren Bildungsstand als diejenigen, die in den Jahren zuvor nach Deutschland kamen. So betrachtet, ist die gekürzte Übergangsdauer in Ausbildung ein sehr gutes Ergebnis.

Branchenvorreiter zeigen weiterhin großes Engagement: Auswertung nach Branchen und Betriebsgrößen

Die Branchen, die sich bereits im vergangenen Jahr besonders für Integration einsetzten, haben ihr Ausbildungsengagement in den vergangenen zwölf Monaten weiter intensiviert: Besonders im Gastgewerbe mit seinen vielen kleinen und mittelgroßen Betrieben bilden inzwischen 28 Prozent (2017: 18 Prozent) der Unternehmen Flüchtlinge aus und damit mehr als jeder vierte Betrieb. Die Baubranche legt um zehn Prozentpunkte auf 19 Prozent (2017: neun Prozent) zu. Auch 17 Prozent der Industriebetriebe und 16 Prozent der Betriebe in der Verkehrsbranche integrieren immer mehr Flüchtlinge. Branchen, in denen eine hohe Sprachfertigkeit zur Ausbildung benötigt wird, sind derzeit noch unterrepräsentiert, wie zum Beispiel der Immobiliensektor, der Medienbereich oder Banken/Versicherungen.

Die Mehrzahl der Unternehmen in Deutschland sind kleine und mittelgroße Betriebe. Absolut betrachtet, wird deshalb der größte Teil der Flüchtlinge in kleinen und mittleren Betrieben ausgebildet. Relativ betrachtet, steigt das Engagement mit der Betriebsgröße.

Ausbildungsabsichten noch besser

Zum zweiten Mal wurden Unternehmen nach den geplanten Ausbildungsabsichten für Flüchtlinge gefragt: Rund 16 Prozent der Unternehmen beabsichtigen, in den nächsten zwei Jahren Flüchtlinge auszubilden, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Damit besteht ein Potential an Betrieben, das das jetzige Engagement bereits mehr als verdoppeln würde.

Einstiegsqualifizierung als Eintrittskarte

Rund 16 Prozent (2017: 15 Prozent) der Unternehmen beschäftigen derzeit Flüchtlinge in einer Einstiegsqualifizierung (EQ) oder in einem Praktikum. Von Schnupperpraktikum bis EQ bietet das gemeinsame Arbeiten den Betrieben und den Flüchtlingen bis zu zwölf Monate die Chance, einander kennenzulernen. Die Betriebe können erste Ausbildungsinhalte vermitteln und die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Ausbildung schaffen. Weitere 13 Prozent (2017: neun Prozent) der Unternehmen haben schon in den letzten zwei Jahren Flüchtlinge in einer EQ oder in einem Praktikum beschäftigt. Sechs Prozent (2017: acht Prozent) planen in den nächsten zwei Jahren, Flüchtlinge in EQ oder in ein Praktikum aufzunehmen. EQs sind ein guter Einstieg für Unternehmen sind, Erfahrungen bei der Ausbildung von Flüchtlingen zu sammeln.

Die Umfrage bestätigt: Die Integration in den Betrieben kann nicht von heute auf morgen gelingen, sondern ist eine langjährige und 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 eine besondere Bedeutung zu: So gilt es, den jungen Menschen die Chancen und die Stärken einer dualen Berufsausbildung aufzuzeigen. In vielen Herkunftsländern ist das duale Ausbildungssystem nicht bekannt. Die hohen Standards unserer Ausbildungsberufe dürfen jedoch nicht zugunsten verkürzter Sonderausbildungen für Geflüchtete gesenkt werden. Nur mit einer soliden Ausbildung können geflüchtete Menschen eine sichere Zukunft als Fachkraft in Deutschland oder nach Rückkehr in ihrer Heimat finden. Vor diesem Hintergrund sollten zweijährige Berufe als guter Weg zu einem Berufsabschluss für Flüchtlinge weiter beworben werden.



Lernen und Arbeiten in der digitalen Welt

Alles wird digital?!

Die Digitalisierung verändert unsere Gesellschaft in rasanter Geschwindigkeit und ist inzwischen auch in der dualen Ausbildung angekommen. Jungen Menschen stehen durch die neuen Technologien zahlreiche Wege offen, sich über geeignete Berufswege frühzeitig zu informieren. Die Vielzahl der Angebote führt aber häufig zu Verunsicherungen, wie das individuell Richtige am Ende zu finden ist. Weiter stellt sich die Frage, ob die hohen digitalen Kompetenzen junger Menschen bereits ausreichen, um in der digitalen Arbeitswelt zu bestehen.

Andererseits stellen sich die Unternehmen der digitalen Transformation und gehen neue Wege, Azubis zu finden und innovativ zu qualifizieren. Die vorliegende Umfrage gibt Antworten, wie dies geschieht. Sich auf die digitale Transformation einzulassen und mutig neue Wege zu gehen, ist keinesfalls eine losgelöste Frage der IT-Kenntnisse von Azubis und Fachkräften.

In dieser sich rasant ändernden Arbeitswelt stellt sich die Frage, welche neuen Kompetenzen Azubis benötigen und deshalb bereits in der Ausbildung erlernen sollten. Die schnellen Entwicklungen der Technologien, Veränderungen in der Zusammenarbeit sowie der Digitalisierungsgrad in den Betrieben geben den Rahmen dieser Qualifikationsbedarfe vor. Da es keine Lernschemata für die Aneignung neuer Kompetenzen gibt, können diese Veränderungen bei Betrieben, Mitarbeitern und Auszubildenden zu Verunsicherungen führen. Bei Azubis haben Unternehmen und Berufsschulen aber die Chance, Akzente zu setzen und genau die Kompetenzen zu vermitteln, auf die Betriebe in Zukunft aufbauen können – unabhängig davon, ob die ausgebildeten Fachkräfte später in einem kleineren Betrieb oder in einem Großbetrieb tätig sind.

Betriebe haben in der vorliegenden Umfrage Auskunft darüber gegeben, welche Kompetenzen angesichts Wirtschaft 4.0 aus ihrer Sicht besonders wichtig sind. Dabei überrascht es wenig, dass für 72 Prozent (2017: 68 Prozent) der Unternehmen IT-Kompetenzen in Zukunft einen höheren Stellenwert haben werden. Stärker noch als die IT-Branche bewerten Banken/Versicherungen sowie die Immobilienbranche die Bedeutung von IT-Kenntnissen als überdurchschnittlich wichtig.

Neben IT-Kenntnissen schätzen Unternehmen in Zukunft selbständiges Handeln (58 Prozent), strukturiertes Arbeiten (53 Prozent) und Verantwortungsbewusstsein (52 Prozent) ihrer künftigen Azubis mit größerer Bedeutung ein. Aus Soft Skills werden zunehmend Hard Skills. Die Umfrage gibt keine Auskunft über die grundsätzliche Bedeutung oder Wichtigkeit der aufgeführten Kompetenzen. Sie beschreibt das erwartbare Maß der Veränderung.

Um Jugendliche auf Arbeit 4.0 vorzubereiten, wird die Vermittlung von Medienkompetenz bereits in der Schule 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, wäre zu spät. Es gilt daher umso mehr, den angekündigten DigitalPakt#D der Bundesregierung schnellstmöglich umzusetzen.

Digital Native heißt noch nicht „Kann alles“

Junge Menschen, die sich heute um eine Ausbildung bewerben, werden häufig als „Digital Natives“ bezeichnet. Eine Welt ohne Internet kennen sie nicht und ihre Meinung einbringen zu können, haben sie frühzeitig durch Social Media-Angebote gelernt. Medieninhalte sind für sie immer und überall abrufbar. Ihre Offenheit für den Umgang mit digitalen Angeboten kann für Unternehmen frischen Wind bedeuten, weil sie Prozesse nutzerorientiert betrachten. Diese Offenheit bedeutet allerdings noch nicht, dass die künftigen Fachkräfte über die Medienkompetenz verfügen, die für die Arbeit im Betrieb tatsächlich benötigt wird. Nur 13 Prozent der Unternehmen geben an, dass die Kenntnisse über IT-Sicherheit ihrer aktuellen Azubis bei Ausbildungsbeginn „sehr gut“ waren. Ein Viertel hingegen gab an, dass die Azubis mit deutlich zu wenig Kenntnissen gestartet sind. Noch drastischer verhält es sich beim Datenschutz:

Nur fünf Prozent der Azubis zeigten zu Ausbildungsbeginn sehr gute Kenntnisse. Mehr als die Hälfte brachte nicht das notwendige Know-How mit.

Die Qualität einer Website zu bewerten oder zu wissen, wie Suchergebnisse entstehen – das Reflektionsvermögen über digitale Prozesse sahen die Betriebe bei nahezu 64 Prozent ihrer Azubis nur auf Basisniveau ausgeprägt. Zwölf Prozent der Azubis glänzen mit „sehr gut“. Im Umgang mit Social Media sind die jungen Menschen bei Ausbildungsstart überwiegend topfit: Mehr als jeder Zweite (55 Prozent) erhält ein „sehr gut“ und weitere 38 Prozent haben Basiskenntnisse.

Für junge Fachkräfte und Unternehmen gilt es, aus diesem nutzerorientierten Umgang mit dem Digitalen versierte Kompetenzen zu entwickeln, um sie sicher in den Arbeitsalltag einbringen zu können.

Wie schätzen Sie die Medienkompetenz Ihrer gegenwärtigen Azubis durchschnittlich bei Ausbildungsbeginn ein?

	Sehr gut	Basisniveau	Deutlich zu wenig
IT-Sicherheit	13 %	61 %	26 %
Datenschutz	5 %	44 %	51 %
Umgang mit Social Media	55 %	38 %	7 %
Reflektionsvermögen über digitale Inhalte	12 %	64 %	24 %

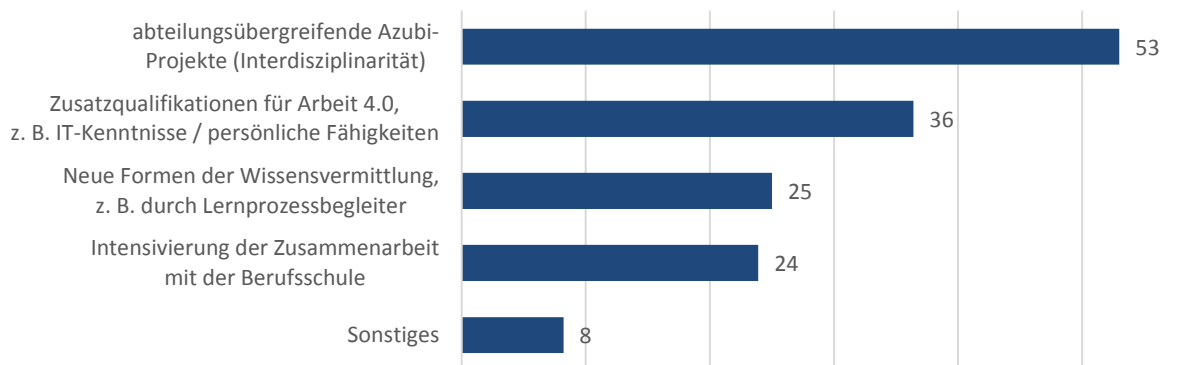
Neue Lehrmethoden für die Praxis

Um Azubis auf Arbeit 4.0 vorzubereiten, gehen Unternehmen neue Wege hinsichtlich der Gestaltung ihrer Ausbildung. Neue Lehransätze sind in diesem Zusammenhang auch wichtig, um Bestehendes aufzubrechen und das „Agile“ zu fördern. Eine Ausbildungsordnung umfasst den Mindestumfang der zu vermittelnden, beruflichen Inhalte. Unternehmen haben die Möglichkeit, diesen Mindestumfang zu ergänzen oder Ausbildung anders zu gestalten. So haben 53 Prozent der Unternehmen abteilungsübergreifende Azubi-Projekte aufgesetzt, um das interdisziplinäre Arbeiten und das selbstständige Handeln zu stärken.

Zusatzqualifikationen für Arbeit 4.0 zielen insbesondere auf die Vermittlung von IT-Kenntnissen oder die Stärkung von persönlichen Fähigkeiten ab. Mehr als jedes dritte Unternehmen macht von Zusatzqualifikationen Gebrauch, um die Digitalkompetenzen ihrer Azubis zu fördern. Jedes vierte Unternehmen pilotiert oder nutzt neue Formen der Wissensvermittlung: Ausbilder werden dabei zum Lernprozessbegleiter. Auszubildende lernen auf diesem Weg selbständiger, sich Inhalte zu erarbeiten. Der Lernprozessbegleiter unterstützt sie, wenn sie Hilfe benötigen. Nahezu ein Viertel der Unternehmen intensiviert die – ohnehin recht gute – Zusammenarbeit mit der Berufsschule. So können Lehrinhalte etwa besser aufeinander abgestimmt werden.

Vorbereitung der Azubis auf Arbeit 4.0

(in %, Mehrfachantworten möglich, n = 7.650)





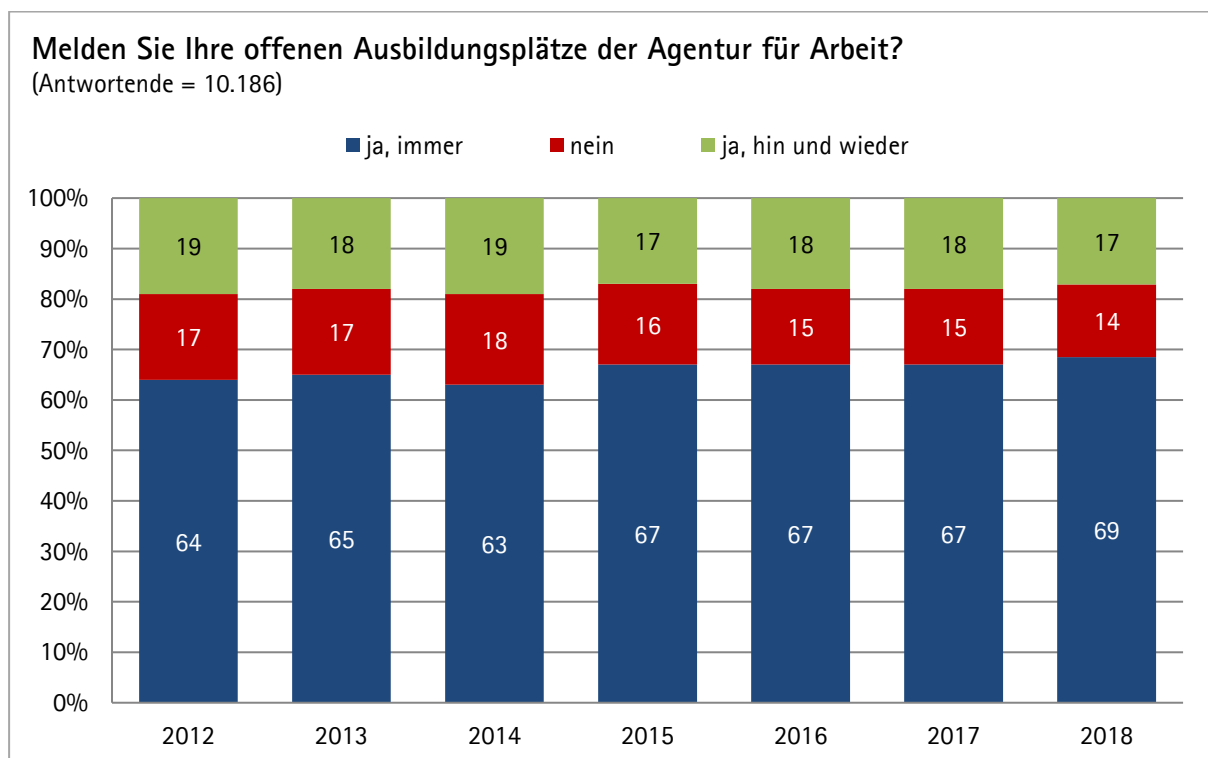
Fachleute gesucht!

Demografische Entwicklung und der Trend zum Studium haben das Bewerberpotential deutlich verringert und die Konkurrenz um den Nachwuchs ist groß. Weil in Zukunft mehr und mehr Arbeitnehmer der Baby-Boomer-Generation in Rente gehen, verschärft sich der Wettbewerb um Fachkräfte zunehmend.

In diesem Umfeld reicht es heute nicht mehr aus, eine Stellenanzeige in der Lokalzeitung zu schalten. Darum gilt es für die Ausbildungsbetriebe, so optimal für sich zu werben, dass sie von suchenden Jugendlichen auch gefunden werden. Beim Matching zwischen Jugendlichen und Unternehmen kommt den Arbeitsagenturen eine wichtige Rolle zu. Neben den eigenen Akquis-Anstrengungen sollten die Unternehmen ihre offenen Ausbildungsplätze nicht

nur bei der IHK-Lehrstellenbörse, sondern auch bei der Jobbörse der Arbeitsagentur melden. Gegebenenfalls können die Unternehmen auch die gezielte Vermittlung in Anspruch nehmen. Seit Start der IHK-Ausbildungsumfrage vor 13 Jahren war der Grad der Einschaltung der Arbeitsagenturen noch nie so hoch wie heute. 69 Prozent der Betriebe meldeten im Jahr 2018 offene Ausbildungsplätze immer den Arbeitsagenturen – eine Steigerung auf hohem Niveau um erneut zwei Prozentpunkte.

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.



Bei jungen Menschen punkten

Über die Meldung des Ausbildungsplatzes hinaus, ist die Voraussetzung für ein erfolgreiches Azubi-Marketing, die eigene Position zu kennen und sich gut zu platzieren: Was für ein Unternehmen sind wir? Welche Kultur herrscht vor? Wen suche ich? Und welche Ausbildungsberufe kann ich ausbilden? Je klarer sich ein Unternehmen diese Fragen beantworten kann, desto leichter fällt auch das Azubi-Marketing. Allein die Frage, wie eine Stellenanzeige formuliert ist, kann darüber entscheiden, ob sich jemand bewirbt oder nicht. 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 unbekanntem Ausbildungsberuf an, empfiehlt es sich, diese Chance umfangreich zu bewerben.

Betriebe versuchen auf diese neuen Bedürfnisse der jungen Menschen zu reagieren und die Ausbildung für potenzielle Bewerber attraktiver zu gestalten und für sie zu werben. Sie agieren dabei mit unterschiedlichen Maßnahmen: Sie machen inhaltliche Zusatzangebote, sie verstärken alle Arten der Außendarstellung oder sie machen Angebote für spezielle Bewerbergruppen.

Praktika sind oft der Einstieg in Ausbildung

Transparenz, was die Jugendlichen in der Ausbildung erwartet, ist dabei sehr erfolgreich und wird deshalb von vielen Unternehmen eingesetzt. Durch Praktika und Kooperationen mit Schulen zeigen sie Jugendlichen den betrieblichen Alltag. 57 Prozent der Betriebe nutzen Praktika, um erfolgreich Azubis zu gewinnen – zwei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Die Außendarstellung ihrer Ausbildung haben die Unternehmen über eine Verstärkung ihres

Azubi-Marketings forciert: 49 Prozent haben Maßnahmen ergriffen. Das entspricht einer Steigerung von drei Prozentpunkten zum Vorjahr. Azubi-Marketing heißt nicht, dass jedes Unternehmen eine großangelegte Kampagne gestartet hat. Vielmehr gilt es, die eigenen Vorteile für die Zielgruppe aufzubereiten und zu kommunizieren. Das kann auch über eine Kooperation mit einem Jugendzentrum oder dem ortsansässigen Sportverein passieren.

Angebote für die Leistungsstarken

Andere Maßnahmen, um Azubis zu gewinnen, zielen auf einen spezielleren Personenkreis ab. Dies gilt es bei der Wahl der Aktivität vorab zu bedenken. So erhalten leistungsstarke Jugendliche zunehmend zusätzliche Angebote, beispielsweise Zusatzqualifikationen oder Auslandspraktika während der Ausbildung; Tendenz steigend.

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 zwei Prozentpunkte zugenommen und liegt jetzt bei 44 Prozent. Dieses Ergebnis wird auch durch Studien bestätigt, zum Beispiel durch die DZHW-Studie. Diese zeigt, dass mehr als vier von zehn Studienaussteigern innerhalb eines halben Jahres nach Studienabbruch eine duale Ausbildung beginnen. Die Untersuchung hat jedoch auch gezeigt, dass die Quote der Studienabbrecher nach wie vor viel zu hoch ist. Nahezu jeder dritte Bachelorstudent bricht sein Studium ab. Diese Erfahrung des Scheiterns und des Zeitverlusts können durch eine bessere Berufs- und Studienorientierung, auch an Gymnasien, vermieden werden.

Der Hauptgrund für die Studienabbrüche sind „unbewältigte Leistungsanforderungen“. Die Partner in der Allianz für Aus- und Weiterbildung setzen daher einen Schwerpunkt ihrer Ar-

beit auf die Verbesserung der Berufsorientierung, insbesondere an den Gymnasien. Die IHK-Organisation bietet Studiaussteigern mit der Initiative „Mit Praxis zum Erfolg“ attraktive berufliche Qualifizierungs- und Karriereperspektiven.

Die Integration von Flüchtlingen zeigt sich zunehmend auf dem Ausbildungsmarkt und bei den Aktivitäten der Unternehmen zur Gewinnung von Azubis: Mehr als jedes fünfte Unternehmen setzt auf Integration von Flüchtlingen, um seine zukünftigen Fachkräfte selbst auszubilden.



Finanzielle und materielle Anreize setzen

16 Prozent (2017: 13 Prozent) der Betriebe setzt auf materielle oder finanzielle Anreize, um Azubis zu gewinnen – Tendenz steigend. Angeboten werden „Goodies für Azubis“ in allen Branchen. Überproportional häufig werden sie in den Branchen mit den größten Besetzungsschwierigkeiten angeboten: im Hotel- und Gaststättenbereich, Verkehr sowie in der Baubranche. Sie können das Zünglein an der Waage sein, wenn die Konkurrenz unter den Betrieben besonders hoch ist. Sie können aber auch ein Pluspunkt für einen Betrieb sein oder Aufmerksamkeit erzeugen, wenn Fachkräfte für weniger stark nachgefragte Berufe gesucht werden. Auch eine schlechte Erreichbarkeit kann auf diesem Weg ausgeglichen werden.

Konstante 55 Prozent der Betriebe, die auf Goodies zurückgreifen, fördern die Mobilität. Weitere 43 Prozent (2017: 40 Prozent) zahlen eine übertarifliche Vergütung, um das Interesse von Jugendlichen an bestimmten Berufen zu erhöhen. 31 Prozent (2017: 29 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 Mitgliedschaften in Fitnessstudios.

Maßnahmen unterscheiden sich von Branche zu Branche

Dabei setzen die Branchen unterschiedliche Schwerpunkte. So wollen überdurchschnittlich häufig die IT-Betriebe (2017: 63 Prozent), die Banken und Versicherungen (2017: 60 Prozent) und die unternehmensnahen Dienstleistungen (2017: 51 Prozent) neue Bewerbergruppen, zum Beispiel Studienabbrecher, erschließen.

Banken/Versicherungen (2017: 61 Prozent) und die Industrie (2017: 56 Prozent) setzen zudem stark auf ein besseres Ausbildungsmarketing. Das Gastgewerbe (2017: 28 Prozent) sucht deutlich stärker als andere Branchen nach Auszubildenden über die Region hinaus. Die Industrie nutzt zudem deutlich häufiger als die anderen Branchen auch Zusatzqualifikationen und Auslandsaufenthalte zur Attraktivitätssteigerung der Ausbildung.

Hemmnisse für die Ausbildung

Warum Unternehmen sich schwertun auszubilden...

Erfreulich ist: Rund zwei Drittel (67 Prozent) der Unternehmen, die sich an der Ausbildungsumfrage beteiligt haben, sehen keinerlei Hinderungsgründe auszubilden. Umgekehrt benennt ein Drittel der Umfrageteilnehmer (33 Prozent) konkrete Hemmnisse für die betriebliche Ausbildung.

2017 waren es noch 35 Prozent, 2016 sogar 41 Prozent der Unternehmen, die hier Probleme festgestellt haben. Dank der weiterhin wirtschaftlich guten Lage hat sich die Ausbildungssituation gegenüber den Vorjahren also weiter verbessert. Die wenigsten Probleme sieht aktuell die Immobilienbranche (20 Prozent). Besonders schwierig ist es dagegen für das Gastgewerbe. Hier stellt aktuell rund die Hälfte der Betriebe (48 Prozent) Schwierigkeiten fest.

Zudem regional gibt es Unterschiede. Im Süden Deutschlands haben in diesem Jahr 40 Prozent der Unternehmen angegeben, dass sie Schwierigkeiten haben auszubilden, da sich Auszubildende für andere Unternehmen oder Bildungswege entscheiden. Durch die vergleichsweise hohe Unternehmensdichte ergeben sich in Baden-Württemberg und Bayern oft mehr Wahlmöglichkeiten für die Auszubildenden, was die Ausbildungsbetriebe und -angebote angeht. Allgemein schlägt sich hier auch der anhaltende Akademisierungstrend nieder. Umso wichtiger ist und bleibt es, die Gleichwertigkeit der beruflichen und akademischen Bildung herauszustellen.

Auch in diesem Jahr am häufigsten als Ausbildungshemmnis genannt, wurden mit 84 Prozent die unklaren Vorstellungen vieler Schulabgänger über Berufsbilder und die Anforderungen an eine Ausbildung. Das entspricht 25 Prozent, also einem Viertel der Umfrageteilnehmer. Eine mangelnde Berufsorientierung ist aus Sicht der Betriebe damit nach wie vor das größte Ausbildungshemmnis. Im Vorjahr waren es 80 Prozent der insgesamt 35 Prozent der Unternehmen, die Ausbildungshemmnisse angeben haben und damit 26 Prozent der Gesamtbefragten.

Die Unsicherheit und Orientierungslosigkeit der Jugendlichen stellt alle vor Herausforderungen – egal, ob Industrie, Bau, IT, Medien, Handel, Verkehr, Dienstleistungen, Banken und Versicherungen, Immobilien oder Gesundheit/Pflege. Besonders ausgeprägt sind die unklaren Berufsvorstellungen der Bewerber im Gastgewerbe (90 Prozent), gefolgt von Gesundheits- und Pflegeberufen (88 Prozent). In diesen Branchen sind die Arbeitszeiten oft unregelmäßig, da im Schichtdienst gearbeitet wird und es werden viele lernschwächere Jugendliche ausgebildet.

Die in den Lehrplänen verankerte und individuelle Berufs- und Studienorientierung in der Sekundarstufe I und II der allgemeinbildenden Schulen schlägt sich hier bislang also (noch) nicht nieder. Viele schulische Angebote, wie das Schulfach *Auf dem Weg ins Berufsleben (WiB)*, das seit dem Schuljahr 2017/18 auf freiwilliger Basis an sächsischen Gymnasien angeboten wird oder das Schulfach *Wirtschaft/Berufs- und Studienorientierung (WBS)*, das seit dem Schuljahr 2018/19 in Baden-Württemberg unterrichtet wird, sind noch recht neu. Es lassen sich daher in der Umfrage noch keine Effekte messen.

... und die Berufsorientierung gestärkt werden muss

Trotzdem ist es richtig und wichtig, die schulischen und außerschulischen Angebote zur Berufs- und Studienorientierung weiter zu stärken und auszubauen – insbesondere an den Gymnasien.

Informationen über unterschiedliche Berufe und praxisorientierte Einblicke, z.B. durch Praktika, vermitteln ein realistisches Bild von der Arbeitswelt und tragen dazu bei, dass Jugendliche ein konkretes Bild von verschiedenen Berufen bekommen und eine erfahrungsbasierte Berufswahlentscheidung treffen.

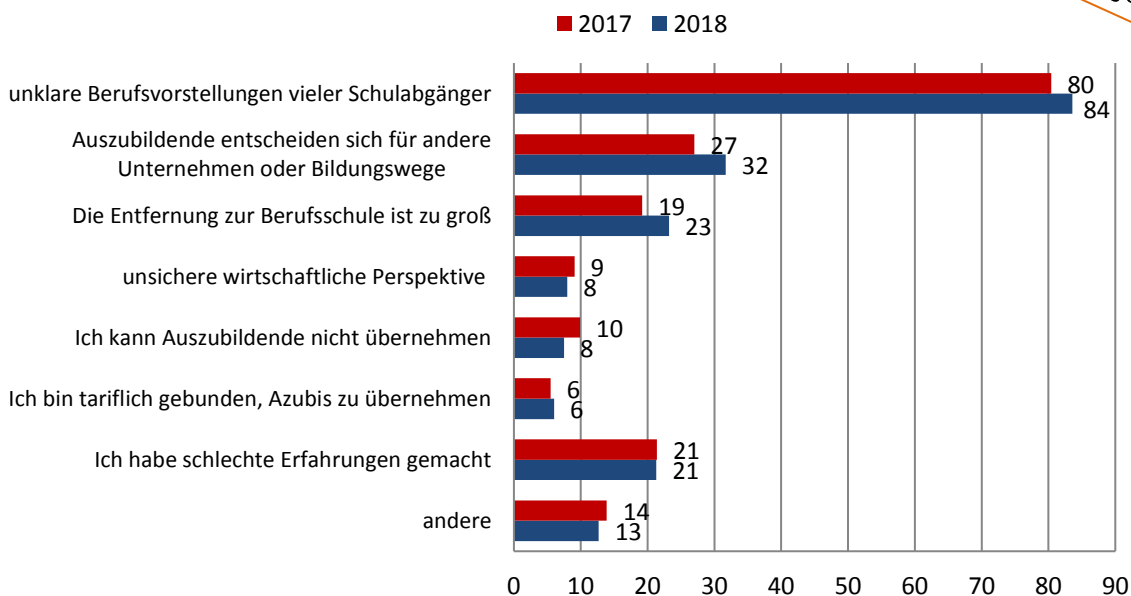
Eine gute Berufs- und Studienorientierung zeigt die Beschäftigungsperspektiven, Verdienstmöglichkeiten und Karrierechancen der akademischen sowie der Beruflichen Bildung auf. Sie stellt frühzeitig die Weichen für eine tragfähige Berufswahl und einen erfolgreichen Übergang in Ausbildung, Studium und Beruf und reduziert so Studien- und Ausbildungsabbrüche.

Leitfaden für Betriebe zum Schülerpraktikum
Unternehmen, die Schülerpraktika anbieten möchten, finden nützliche Hinweise rund um das Thema – von der Praktikumsvereinbarung bis zur Bescheinigung – im Leitfaden für Betriebe. Die kostenlose PDF-Version ist als Download verfügbar unter: www.dihk.de/themenfelder/aus-und-weiterbildung/schule-hochschule/schule/service/schuelerpraktikum
Gedruckte Exemplare erhalten Sie über den DIHK-Verlag.

Die Entscheidung der Auszubildenden für ein anderes Unternehmen oder einen anderen Bildungsweg wird mit 32 Prozent als zweithäufigster Grund angegeben, der die Ausbildung aktuell erschwert. Das sind fünf Prozentpunkte mehr als 2017. Besonders stark ausgeprägt, zeigt sich dies bei Banken- und Versicherungen (41 Prozent). Hier werden überdurchschnittlich viele Abiturienten ausgebildet, die sich dann oft noch für ein Studium entscheiden. Auch in der Industrie (37 Prozent) gibt es neben der dualen Ausbildung mittlerweile viele attraktive duale Studienangebote gibt.

Welche Ausbildungshemmnisse wirken sich auf Ihren Betrieb aus?

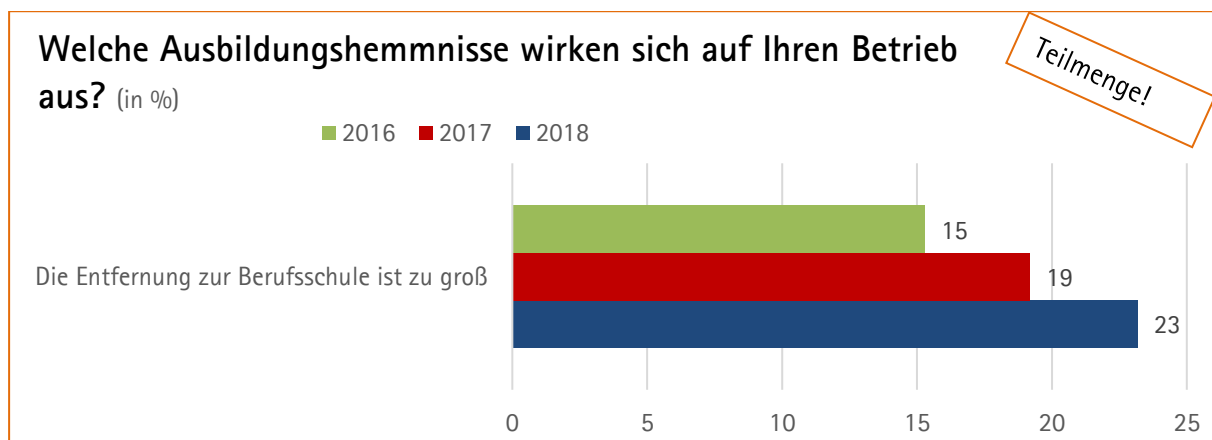
(in %, Mehrfachantworten möglich)



Weite Wege zur Berufsschule werden immer mehr zur Hürde...

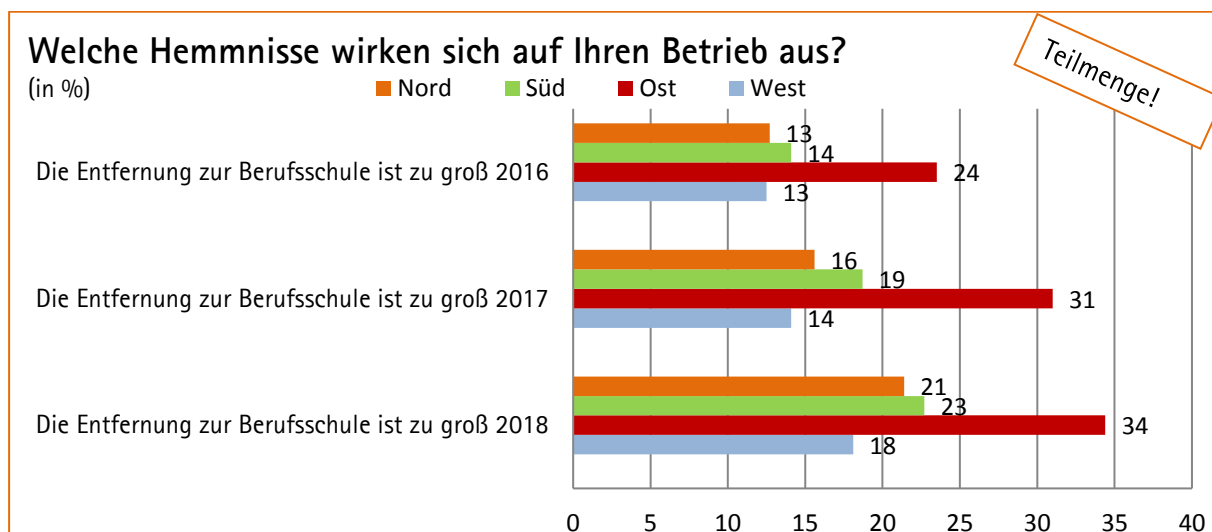
Sowohl für den Ausbildungsbetrieb als auch für die Auszubildenden sind betriebs- und wohnortnahe Berufsschulstandorte von großer Bedeutung, wenn es darum geht, Fachkräfte in der Region zu halten. Das gilt insbesondere für Berufsschulangebote im ländlichen Raum. Hier wird es für Unternehmen immer schwieriger, geeignete Auszubildende zu finden.

Der demografiebedingte Rückgang der Schulabgänger und der anhaltende Trend zum Studium führen mancherorts zur Zusammenlegung und Schließung von Berufsschulklassen und -standorten. Je nach Ausbildungsberuf wird ein wohnortnaher Unterricht dadurch zunehmend schwieriger. Diese Konzentration auf weniger Berufsschulen bedeutet für viele Azubis weite Anfahrtswege, vor allem im ländlichen Raum und im Osten Deutschlands.



Damit setzt sich die Entwicklung der letzten Jahre fort. Dabei ist eine funktionierende Infrastruktur für die Praxis im Betrieb und die Theorie in der Berufsschule eine wichtige Grundlage

für den Erfolg der dualen Ausbildung. Berufsbildende Schulen sollten daher länderübergreifend kooperieren können, um auch in seltenen Ausbildungsberufen weiterhin einen betriebs- und wohnortnahen Unterricht zu ermöglichen.



Verschiebung der Problemlagen – Mangelnde Ausbildungsreife der Azubis ist die neue wirtschaftliche Unsicherheit

Betrachtet man den Zeitverlauf, so lässt sich eine deutliche Verschiebung der Ausbildungshemmnisse und damit verbundenen Problemlagen erkennen. Noch vor zehn Jahren waren die unsichere wirtschaftliche Perspektive (2006: 33 Prozent, 2008: 14 Prozent), fehlende Übernahmemöglichkeiten für ausgebildete Auszubildende (2006: 25 Prozent, 2008: 16 Prozent) und die zu hohen Kosten für eine Ausbildung im eigenen Betrieb (2006: 13 Prozent, 2008: sechs Prozent) die größten Ausbildungshemmnisse. Heute sorgen vor allem Defizite bei der Ausbildungsreife vieler Jugendlicher für Probleme und erschweren die Ausbildung.

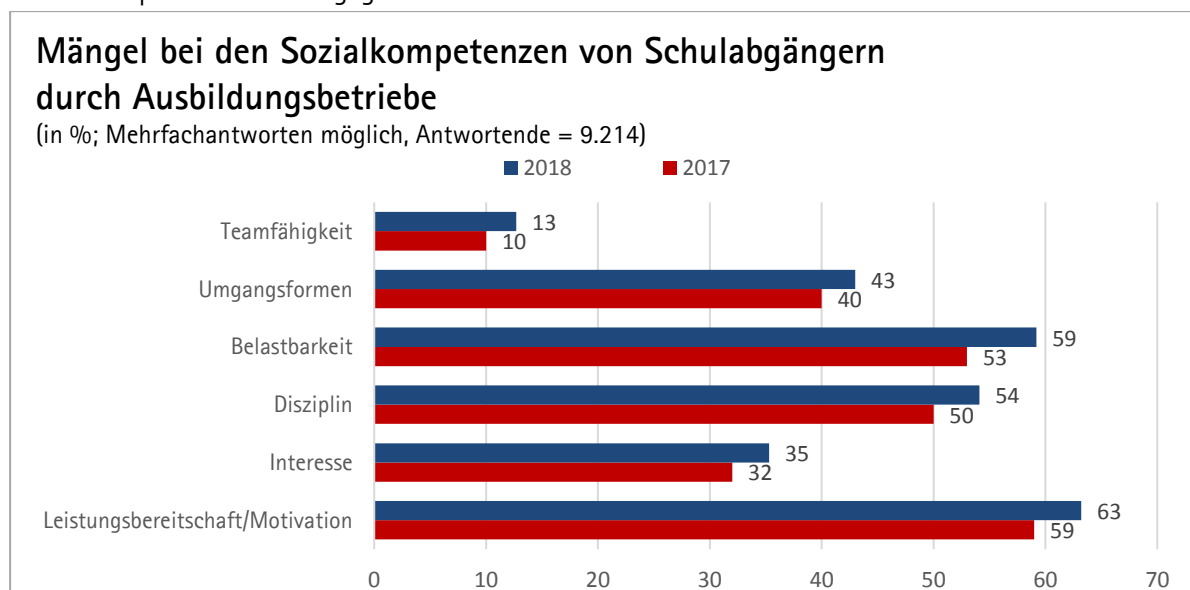
Ansprüche der Generation Y und der Betriebe klaffen auseinander

Nur rund acht Prozent der Umfrageteilnehmer sehen aktuell keine Mängel bei der Ausbildungsreife ihrer Auszubildenden. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass ein Großteil der Betriebe bei der schulischen Vorbildung und den Soft Skills der Ausbildungsbewerber noch Luft nach oben sieht. Mit Blick auf die Sozialkompetenzen haben sich die Angaben zu den verschiedenen Kompetenzbereichen gegenüber dem

Vorjahr durchweg um drei bis vier Prozentpunkte verschlechtert. Besonders betroffen, ist auch hier das Gastgewerbe. Hier sind nur rund zwei Prozent der Unternehmen mit der Ausbildungsreife ihrer Bewerber zufrieden. Am zufriedensten mit der Ausbildungsfähigkeit ist die Medienbranche (17 Prozent).

Das größte Manko sehen die Betriebe in der fehlenden Leistungsbereitschaft der Jugendlichen. Eine immer größere Herausforderung für die Ausbildungsbetriebe ist es, dass Jugendliche immer weniger Motivation mitbringen. 63 Prozent der Unternehmen vermissen Eigenantrieb und Einsatzbereitschaft bei ihren Azubis. Das sind vier Prozentpunkte mehr als im Vorjahr und der schlechteste Wert seit Beginn der Erhebung. Eng damit verknüpft ist die mangelnde Disziplin, die 54 Prozent der Unternehmen angegeben haben, sowie die fehlende Belastbarkeit mit 43 Prozent.

Ähnlich mangelhaft werden auch die Umgangsformen (ebenfalls 43 Prozent) sowie das Interesse und die Aufgeschlossenheit (35 Prozent) der Jugendlichen bewertet. Am besten schneidet die Teamfähigkeit ab, mit der nur 13 Prozent nicht zufrieden sind.



Betrachtet man den Zeitverlauf, so haben sich die Sozialkompetenzen der Schulabgänger aus Sicht der befragten Betriebe allesamt verschlechtert. Dabei werden Social Skills, wie Kommunikationsfähigkeit, Kreativität oder selbständiges Arbeiten immer wichtiger.

Die Welt in der wir leben, lernen und arbeiten verändert sich. Vor allem durch die Digitalisierung wird der Wandel immer schneller. Neue Anforderungen entstehen: Lebenslanges Lernen, Anpassungsfähigkeit, interdisziplinäres Arbeiten und Kompetenzen wie Kreativität, die sich nicht so einfach durch digitale Prozesse ersetzen lassen, werden immer wichtiger.

Die Komplexität des digitalen Arbeitens lässt sich erst durch das Zusammenspiel verschiedener Kompetenzen erfolgreich bewältigen. Das allein reicht jedoch nicht aus. Inhalte und Fachwissen sind und bleiben genauso wichtig. Aber auch die Schulleistungen und Lernergebnisse der Schulabgänger werden seit 2015 wieder stetig schlechter und die Vorbildung der Auszubildenden von vielen Betrieben als unzureichend bewertet. Mit den elementaren Rechenfertigkeit-

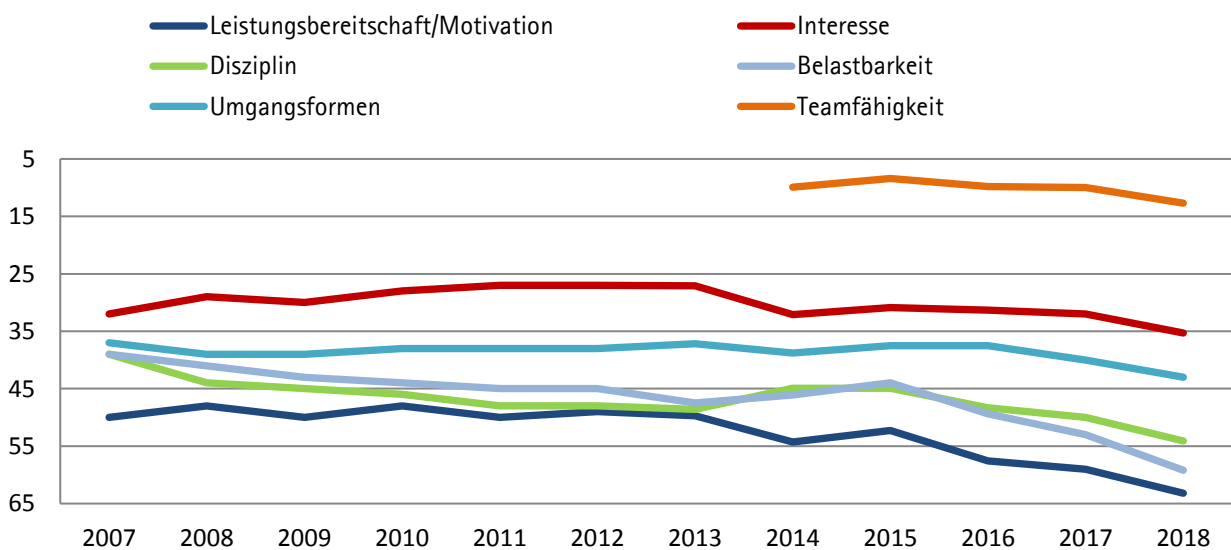
ten der Ausbildungsplatzbewerber sind 50 Prozent unzufrieden, mit dem mündlichen und schriftlichen Ausdrucksvermögen sogar 61 Prozent – das sind rund drei Prozentpunkte mehr als im letzten Jahr. Die aktuelle PISA-Studie aus dem Jahr 2015 bestätigt das.

Industrie, Handel und Gastgewerbe sehen die größten Defizite im Bereich Mathe. Hier sind jeweils über 50 Prozent der Umfrageteilnehmer, die eine fehlende Ausbildungsreife attestiert haben, unzufrieden mit den Leistungen ihrer Azubis.

Was das mündliche und schriftliche Ausdrucksvermögen angeht, sind IT und Gastgewerbe (jeweils 70 Prozent) sowie die Gesundheits- und Pflegeberufe (65 Prozent) am stärksten betroffen. Ein Erklärungsansatz ist, dass hier vermehrt lernschwächere Jugendliche ausgebildet werden und die Anforderungen an die mündliche und schriftliche Kommunikation durch den direkten Kundenkontakt in diesen Dienstleistungsbereichen vergleichsweise hoch ist.

Mängel bei den Sozialkompetenzen von Schulabgängern durch Ausbildungsbetriebe

(in %; Mehrfachantworten möglich, Antwortende 9.214)



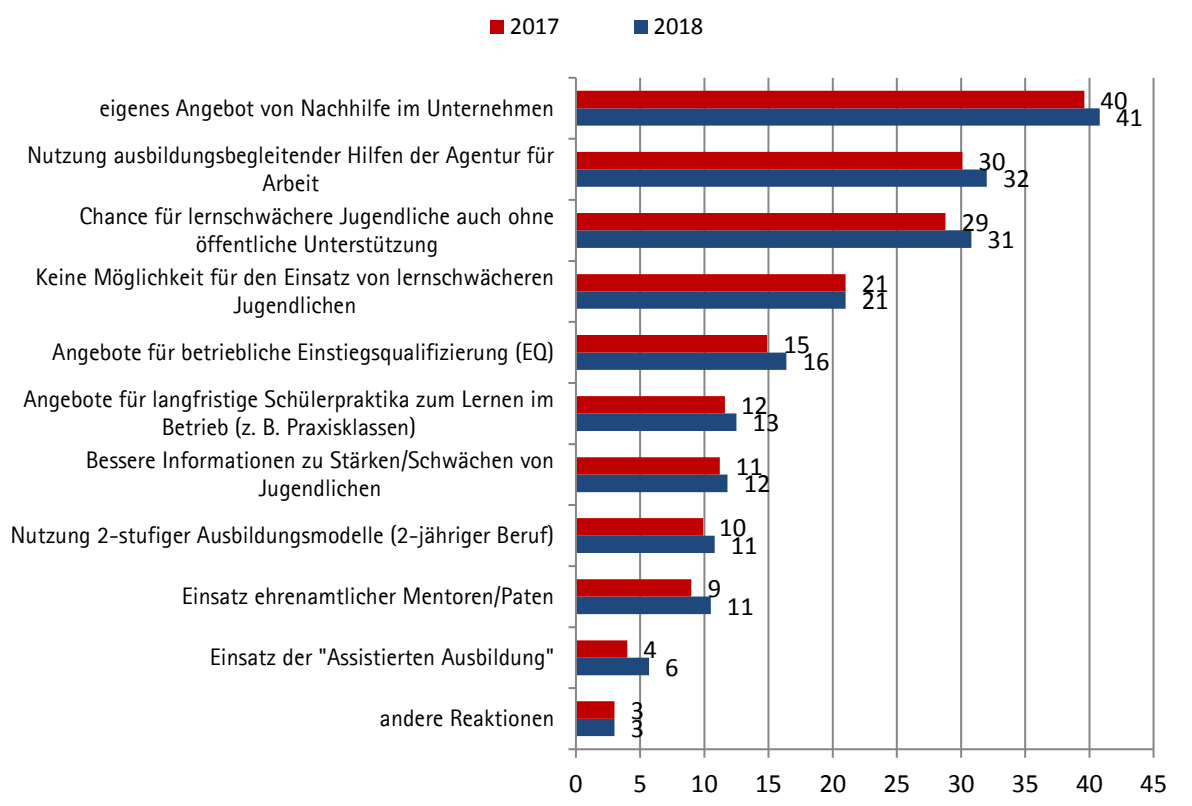
Schwächere mitnehmen

Aufgrund dieser Defizite in Mathe und Deutsch benötigen immer mehr Auszubildende zusätzliche Unterstützung von den Betrieben für einen erfolgreichen Berufsabschluss. Unternehmen bieten daher immer mehr Unterstützungsangebote an.

Im Vergleich zum Vorjahr ist das Engagement der Betriebe über alle Unterstützungsmaßnahmen hinweg ein bis drei Prozent gestiegen. Immer mehr Firmen sind zudem bereit, lernschwächere Jugendliche auszubilden. Dadurch wächst auch das Engagement der Unternehmen zur Unterstützung dieser Jugendlichen.

Die Grundlage für eine dauerhafte Beschäftigung ist eine qualifizierte Berufsausbildung und die damit verbundene Fachlichkeit. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, Digitalkompetenzen als immer stärker werdenden, integrativen Bestandteil der Berufsausbildung zu vermitteln. Auf der anderen Seite werden die Hürden immer höher, überhaupt Auszubildende für ihre Ausbildungsangebote zu finden. Für leistungsschwächere Jugendliche eröffnete dies in den vergangenen Jahren gute Chancen auf einen Ausbildungsplatz. Die Digitalisierung kann einerseits dazu führen, dass Leistungsschwächere individuelle Unterstützung erfahren können. Sie kann aber durch eine steigende Komplexität zu neuen Herausforderungen für Betriebe und Azubis werden.

Wie reagieren Sie auf die mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängern? (in %; Mehrfachantworten möglich)



Immer mehr Betriebe engagieren sich für lernschwächere Jugendliche

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 heute 41 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 Assistenten 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.

Betrachtet man einzelne Branchen, so finden sich entsprechende Unterstützungsangebote insbesondere im Gastgewerbe, im Dienstleistungsbereich, dem Handel, der Industrie und dem Bau- und Logistikbereich. Hier werden vermehrt lernschwächere Jugendliche ausgebildet. Die Unternehmensgröße spielt auch eine Rolle. Für größere Unternehmen ist es einfacher, lernschwächere Auszubildende durch geeignete Maßnahmen zu unterstützen. Daher finden sich hier auch mehr Angebote.

Starker Partner in der Ausbildung – die Berufsschulen

86 Prozent der Betriebe vergeben Note 1 und 2 für die Berufsschule

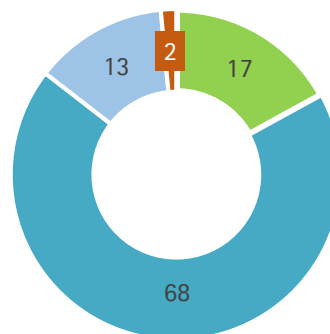
Erneut zeichnet die große Mehrzahl der Umfrageteilnehmer ein positives Bild von der Berufsschule und schätzen deren Arbeit. Mit ihrem dualen Partner sind sie zufrieden oder sogar sehr zufrieden (86 Prozent). Diese Einschätzung ist im Vergleich zum Vorjahr (85 Prozent) konstant geblieben. Ebenso wie im Jahr 2017 vergeben 17 Prozent sogar die Note 1.

Von den Banken und Versicherungen sowie im Gastgewerbe hat rund ein Drittel die Note „sehr gut“ für die Arbeit der Berufsschule vergeben. Die größte Unzufriedenheit findet sich hier bei den IT Berufen.

Die Unternehmen mit mehr Mitarbeitern sind tendenziell etwas zufriedener als die kleinen, die sich zum Teil etwas mehr Unterstützung wünschen.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem dualen Partner der Berufsschule? (in %)

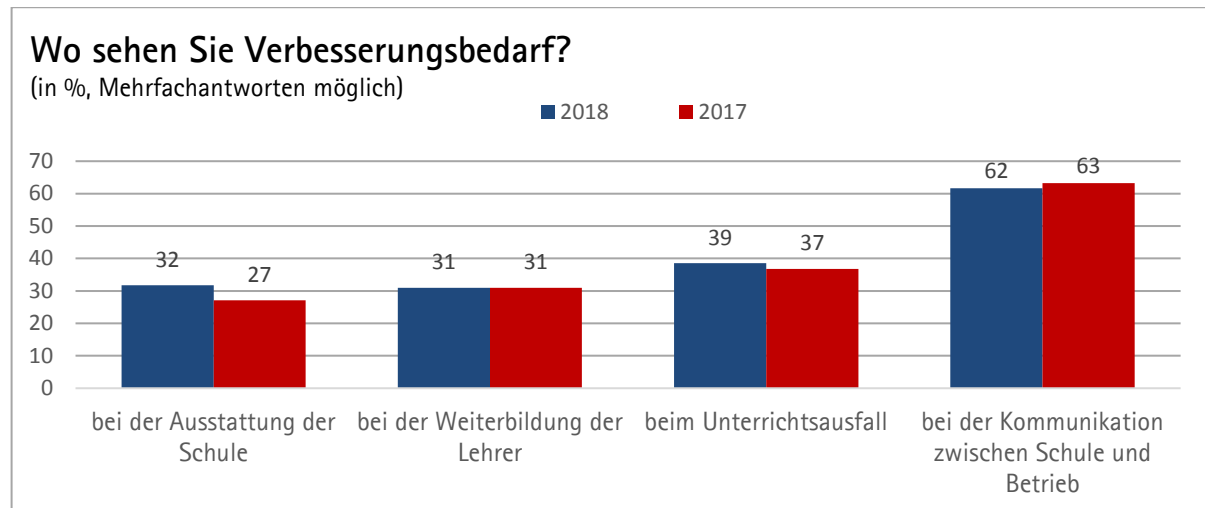
■ Sehr zufrieden ■ Zufrieden ■ Weniger zufrieden ■ Gar nicht zufrieden



Was sich Unternehmen dennoch vom dualen Partner wünschen – Kommunikation

Verbesserungsbedarf wird seitens der Unternehmen hauptsächlich bei der Kommunikation zwischen Schule und Betrieb gesehen. 62 Prozent der Ausbildungsbetriebe wünschen sich einen

engeren Austausch. Digitale Medien können hier eine Hilfe sein und die Abstimmung innerhalb der Lernortkooperation erleichtern, z.B. mittels eines digitalen Klassenbuchs oder der digitalen Abbildung von Arbeits- und Produktionsprozessen. Das gilt insbesondere für den Handel und die Bauberufe (jeweils über 70 Prozent).



Berufsschulen zukunftsfest aufstellen

Rund ein Drittel (32 Prozent) der Betriebe sehen Handlungsbedarf, was die Ausstattung der Berufsschulen angeht. Das sind nochmal vier Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Verbesserungsbedarf sieht aktuell vor allem die Verkehr-, Transport- und Logistikbranche (46 Prozent). Ein großes Potential liegt hier im digitalen Bereich und einer zeitgemäßen Ausstattung der Berufsschulen mit Hard- und Software. Ein Viertel vergibt hier nur ein ausreichend oder ungenügend. Bei der Umsetzung des Digitalpakts#D der Bundesregierung dürfen die Berufsschulen daher nicht länger vernachlässigt werden, wenn es darum geht, die Schulen fit für die Digitalisierung zu machen und die Infrastruktur für eine zukunftsfähige Ausbildung bereitzustellen.

Digitale Ausstattung und Lehrerbildung – Hand in Hand

Investitionen in die digitale, technische und räumliche Ausstattung der beruflichen Schulen sind genauso wichtig wie die personelle Ausstattung mit ausreichend qualifizierten Lehrkräften und einer entsprechenden Lehrerausbildung und Fortbildung. Um aktuelles Fachwissen und neue betriebliche Anforderungen, z.B. digitale Kompetenzen, vermitteln zu können, müssen Lehrkräfte entsprechend qualifiziert und weitergebildet werden. Außerdem müssen Lehrkonzepte angepasst werden. Der größte Weiterbildungsbedarf für Lehrkräfte wird im Bereich Medien (48 Prozent) und IT (43 Prozent) gesehen. Um die Leistungsfähigkeit der Berufsschulen zu erhalten, muss das Berufsbild des Berufsschullehrers attraktiver werden. So kann dem Unterrichtsausfall und Fachkräftemangel in der Berufsschule aktiv entgegengesteuert werden. Eine weitere Maßnahme ist es, den Berufszugang für Fachkräfte für Seiteneinsteiger zu erleichtern.

Anhang

Fragen des DIHK zur Ausbildung

1. Bildet Ihr Unternehmen aus?

- Ja
- Nein

Wenn nein: Sind Sie ausbildungsberechtigt?

- Ja
- Nein

Haben Sie in den letzten 10 Jahren schon einmal ausgebildet?

- Ja
- Nein

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 2017 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

Wie viele Ausbildungsplätze haben Sie im Jahr 2017 angeboten? ____ (offene Antwort)

Wenn 1 Platz oder mehr angeboten:

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

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

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

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

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 Schulabgängern? (Mehrfachnennung möglich)

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

- Angebote für betriebliche Einstiegsqualifizierungen (EQ)
- Angebote für 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 Bewerberpotenzial 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 2018
 - Angebot in 2018 mit gleichbleibendem Umfang
 - Mehr Angebot in 2018
- Kooperationen mit Hochschulen (z. B. Angebot von dualen Studiengängen)
 - Erstmaliges Angebot in 2018
 - Angebot in 2018 mit gleichbleibendem Umfang
 - Mehr Angebot in 2018
- Kooperationen mit Schulen (z. B. Bildungspartnerschaften)
 - Erstmalige Kooperation in 2018
 - Kooperation in 2018 mit gleichbleibendem Umfang
 - Verstärkte Kooperationen in 2018
- 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.
- Bislang konnte ich meine offenen Ausbildungsplätze auch ohne die Arbeitsagenturen besetzen.
- Das Vermittlungsangebot der Arbeitsagenturen ist mir unzureichend bekannt.
- Die Nutzung des Vermittlungsangebotes der Arbeitsagenturen ist zu bürokratisch.
- Sonstige Gründe, und zwar:

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

12. 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

13. Wie bereiten Sie selbst Ihre Azubis auf das veränderte Arbeiten 4.0 vor?

- abteilungsübergreifende Azubi-Projekte (Interdisziplinarität)
- Zusatzqualifikationen für Arbeit 4.0, z. B. IT-Kenntnisse oder persönliche Fähigkeiten
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit der Berufsschule
- Neue Formen der Wissensvermittlung, z. B. durch Lernprozessbegleiter
- Sonstiges:

14. Wie schätzen Sie die Medienkompetenz Ihrer gegenwärtigen Azubis durchschnittlich bei Ausbildungsbeginn ein?**IT-Sicherheit**

Sehr gut Basisniveau Deutlich zu wenig

Datenschutz

Sehr gut Basisniveau Deutlich zu wenig

Umgang mit Social Media

Sehr gut Basisniveau Deutlich zu wenig

Reflektionsvermögen über digitale Inhalte

Sehr gut Basisniveau Deutlich zu wenig

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

E: In welchen Berufen bilden Sie hauptsächlich aus?

Kaufmännische Berufe

Industriell-technische Berufe, wie Mechatroniker

Querschnittsberufe, wie insbesondere die IT-Berufe