



Statement zur DIHK-Ausbildungsumfrage 2019
von
Dr. Achim Dercks, Stellv. DIHK-Hauptgeschäftsführer,
zum Pressegespräch am 15. August 2019

Abwärtstrend bei Ausbildungsverträgen vorerst gestoppt – Stellenwert der Beruflichen Bildung steigt – Unternehmen müssen stärker um Azubis werben – duale Ausbildung passt sich aus Sicht der Unternehmen schnell an digitalen Wandel an

Der deutschen Wirtschaft fällt es nach wie vor schwer, alle offenen Ausbildungsplätze zu besetzen. In unserer aktuellen Ausbildungsumfrage sehen wir nun einige positive Anzeichen. Trotz der demografischen Entwicklung und der Studienneigung vieler junger Menschen ist der Abwärtstrend bei den Ausbildungsverträgen vorerst gestoppt. Im vergangenen Jahr konnten die Betriebe insgesamt mehr Ausbildungsverträge schließen, obwohl die Schülerzahlen weiter rückläufig waren. Auch im laufenden Jahr bewegen wir uns auf nahezu vergleichbarem Niveau. Nicht nur diese Zahlen, sondern auch unsere Umfrage unter den Ausbildungsbetrieben zeigt: Junge Menschen sehen in der Beruflichen Ausbildung wieder öfter einen attraktiven Einstieg ins Berufsleben. Zudem konnten auch mehr Abiturienten oder Studienabbrecher für eine duale Ausbildung gewonnen werden.

Das ist eine gute Nachricht. Aber die Herausforderung für die deutschen Unternehmen, den dringend benötigten Nachwuchs an Fachkräften zu entwickeln, bleibt riesig. Dies lässt sich eindrucksvoll untermauern: Das gemeldete Angebot an betrieblichen Ausbildungsplätzen war 2018 noch einmal erheblich größer als im Vorjahr (+19.000, 546.600). Dies macht deutlich: Der Fachkräftebedarf der deutschen Wirtschaft ist enorm.

Die Anstrengungen vieler Unternehmen und der IHK-Organisation, den Stellenwert der Beruflichen Bildung stärker im öffentlichen und politischen Bewusstsein zu verankern, tragen erste Früchte. Ist bei den Verträgen der Negativtrend zunächst nur gestoppt, zeigt sich bei der öffentlichen Anerkennung der beruflichen Bildung in den letzten Jahren eine leichte Trendwende. Das ist erfreulich, denn Fachkräftemangel bedeutet vor allem, dass beruflich qualifizierte Fachkräfte fehlen. Diese Entwicklung wird sich in Zukunft noch weiter verstärken, denn die sogenannte Baby-Boomer-Generation nähert sich der Rente. Perspektivisch müssen in den nächsten Jahren viele erfahrene Mitarbeiter in den Betrieben ersetzt werden. Wir dürfen deshalb nicht nachlassen, einen höheren Anteil der Schulabgänger für die Berufliche Bildung gewinnen. Schließlich sichert nicht zuletzt die duale Ausbildung unseres Nachwuchses die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft.

Wer sich bemüht, kann gewinnen oder verlieren. Wer sich nicht bemüht, hat schon verloren.

Im Wettbewerb um den Fachkräftenachwuchs gibt es innerhalb der Wirtschaft Gewinner und Verlierer. Während sich viele Unternehmen noch vor einigen Jahren bei Azubis auswählen konnten, sind es heute vielfach die Azubis, die sich das passende Unternehmen aussuchen: Knapp ein Drittel der Betriebe (32 Prozent, Vorjahr 34 Prozent) konnte im vergangenen Jahr offene Ausbildungsplätze nicht besetzen. Und fast jeder zehnte Betrieb (18.000 Unternehmen) hat 2018 überhaupt keine Azubi-Bewerbung erhalten (2017: 17.000). Damit hat sich die Zahl der IHK-Betriebe, die keine einzige Bewerbung mehr erhalten haben, seit 2012 nahezu verfünffacht. Diese Entwicklung zeigt: Politik, Wirtschaft und Gesellschaft müssen alles daransetzen, den Fachkräftemangel zu bekämpfen.

Aber: Betriebe, die aktiv für ihre Ausbildung werben und sich auf die Generation Z einstellen, profitieren und gewinnen Azubis für sich. Dazu gehören u.a. eine Azubi-Webseite oder auch Beratungen von IHK-Mitarbeitern bei Mitgliedsunternehmen, in denen gemeinsam überlegt wird, wie sich die Betriebe den jungen Bewerbern bestmöglich präsentieren und ihnen praxisorientierte Einblicke in die Ausbildung geben. Dies gelingt derzeit häufiger mittelgroßen oder großen Betrieben, die über Personalabteilungen, hauptamtliche Ausbilder sowie über Azubi-Marketing-Budgets verfügen.

Das heißt im Umkehrschluss aber auch: Wer nicht wirbt, geht immer häufiger leer aus.

Leichte Verbesserungen der Ausbildungssituation sind zum Beispiel im **Gastgewerbe** zu erkennen, wo Qualitätsoffensiven in der Ausbildung, eine bessere Planbarkeit von Arbeitszeiten und auch das starke Engagement bei der Integration von Geflüchteten sich auszahlen. Dass die Integration von Geflüchteten zur Verbesserung der Besetzungsquote beiträgt, zeigt sich auch im **Baugewerbe**. Hier konnten rund fünf Prozent mehr Ausbildungsverträge geschlossen werden. Daneben haben sicherlich auch der Bauboom sowie eine groß angelegte Image- und Informationskampagne zu diesem Erfolg beigetragen.

Wir dürfen mit diesen ersten Fortschritten aber nicht zufrieden sein. Vor allem brauchen wir schon in den Schulen mehr Engagement in der Berufsorientierung. Nahezu die Hälfte aller Betriebe (47 Prozent) gibt an, dass realistische Berufsvorstellungen der Jugendlichen ihnen das Ausbilden erleichtern würden. Die Berufsorientierung muss daher ausgebaut und praxisorientierter werden. Beschäftigungsperspektiven, Verdienstmöglichkeiten und Karrierechancen der Beruflichen Bildung sollten ebenso wie die der akademischen Bildung aufgezeigt werden – insbesondere an den Gymnasien.

Integration von Geflüchteten wird zunehmend gelebte Praxis in Deutschland.

Um offene Ausbildungsstellen zu besetzen und die Integration zu unterstützen, bilden im IHK-Bereich immer mehr Unternehmen Geflüchtete aus. Derzeit sind es rund 16 Prozent (2018: 14 Prozent, 2017: sieben Prozent) der ausbildenden Unternehmen. Hochgerechnet bedeutet dies, dass momentan rund 25.000 Geflüchtete in einer Ausbildung in einem IHK-Betrieb sind (2018: 20.000; 2017: 15.000).

Besonders in der Gastronomie, dem Bau- und Verkehrsgewerbe haben die Betriebe ihr Ausbildungsengagement von Geflüchteten überproportional stark fortgesetzt. Alle Beteiligten haben gelernt, dass Geflüchtete nicht zu früh in eine Ausbildung gehen sollten, weil sie dann aufgrund von mangelnden Deutschkenntnissen scheitern.

Das Ausbildungsengagement der Unternehmen muss ergänzt werden durch Sprachunterricht und eine möglichst kontinuierliche Begleitung beim Übergang in die Ausbildung. Fundierte Deutschkenntnisse, Zugang zu sämtlichen ausbildungsfördernden Instrumenten und eine gute Wohn- und Betreuungssituation sind wichtige Erfolgsfaktoren für die Integration und den erfolgreichen Abschluss der Berufsausbildung.

Auswirkungen der Digitalisierung kommen in der betrieblichen Ausbildung schneller an

Worauf kommt es in der betrieblichen Ausbildung in Zukunft an? Viele Betriebe haben in den vergangenen Jahren Transformationsprozesse im Zuge der Digitalisierung angestoßen. Sie haben begonnen, sich auf „New Work“ oder „Wirtschaft 4.0“ einzustellen. Azubis können hier einen ganz wichtigen Beitrag leisten. So verwundert es nicht, dass für 77 Prozent der Betriebe IT-Kenntnisse der Jugendlichen ein wichtiges Einstellungskriterium sind.

Die sozialen Medien spielen im Leben der heranwachsenden Generation eine wichtige Rolle. Der spielerische Umgang der Jugendlichen mit digitalen Anwendungen ist einerseits in den Betrieben gerne gesehen, bringt andererseits aber auch Herausforderungen mit sich. So kommen Jugendliche zwar als Digital Natives in die Betriebe, bringen aber häufig nicht die erforderliche Sensibilität im Umgang mit Daten und dem Datenschutz mit. Knapp 50 Prozent der Betriebe schätzen die Datenschutzkenntnisse der Azubis als zu niedrig ein. Erfreulich ist, dass die Unternehmen in diesem Jahr auch leichte Verbesserungen bei den Sozialkompetenzen ihrer Azubis festgestellt haben. Diese werden in der vernetzten Arbeitswelt immer wichtiger. Insbesondere in punkto Interesse und Belastbarkeit sind Verbesserungen erkennbar. Den Bereich Teamfähigkeit ihrer Azubis hatten die Betriebe schon in den vergangenen Jahren als überdurchschnittlich hoch ausgeprägt eingeschätzt. Er hat sich abermals verbessert. Eine immer größere Herausforderung für die Ausbildungsbetriebe ist dagegen, dass zu viele Jugendliche weniger Motivation (63 Prozent) mitbringen.

Ausbildungsberufe machen fit für die digitale Arbeitswelt

Junge Menschen am Beginn des Berufslebens beschäftigt auch die Frage, ob es ihren Ausbildungsberuf in fünf, zehn oder 20 Jahren überhaupt noch gibt. Umgekehrt

fragen sich Unternehmen, welche Kompetenzen in Zukunft benötigt werden. Vor diesem Hintergrund kommen häufig Stimmen auf, dass es viele neue Ausbildungsberufe brauchen würde. Die diesjährige Ausbildungsumfrage belegt hingegen: Drei von vier Betrieben bestätigen, dass die vorhandenen Ausbildungsberufe auch in Zeiten des digitalen Wandels ihren betrieblichen Bedarf treffen. Nur ein Prozent der Unternehmen wünschen sich neue Ausbildungsberufe. Damit ist eine duale Ausbildung mit ihrer regelmäßigen Modernisierung der Berufe eine gute Grundlage für den Einstieg in die moderne Arbeitswelt.

Zu zweit geht's besser - bessere Zusammenarbeit mit Berufsschulen gewünscht.

Für den erfolgreichen Einstieg ins Arbeitsleben braucht es auch den Partner Berufsschule: Mehr als jeder dritte Ausbildungsbetrieb (37 Prozent) wünscht sich eine bessere Zusammenarbeit mit seiner Berufsschule. Gerade in Zeiten des digitalen Wandels sehen die Unternehmen die enge Kooperation und Abstimmung mit ihrer Berufsschule als einen wichtigen Erfolgsfaktor beim Ausbilden an. Unternehmen verändern sich immer schneller, passen beispielsweise ihre Produktion auf neue Technologien an oder setzen neue Arbeitsweisen ein. Gerade hier müssen die Inhalte des Berufsschulunterrichts mit der Ausbildungsrealität in den Betrieben gut zusammenpassen. Digitale Medien können hier eine konkrete Hilfe sein und die Lernortkooperation erleichtern, z. B. mittels eines digitalen Klassenbuchs oder der digitalen Abbildung von Arbeits- und Produktionsprozessen. Das gilt insbesondere für die Branchen IT (43 Prozent), Medien (40 Prozent) oder Handel (39 Prozent), die im Zuge der digitalen Transformation besonders schnell reagieren müssen.

Die Kooperation von Betrieben und Berufsschulen muss aber nicht nur inhaltlich, sondern auch räumlich verbessert werden. Denn für Betriebe wie Azubis sind betriebs- und wohnortsnahe Berufsschulstandorte von zentraler Bedeutung. Für Betriebe geht es darum, Fachkräfte aus ihrer Region zu entwickeln und diese dann zu halten. Besonders fordernd ist die Situation im ländlichen Raum. Hier wird es für Unternehmen immer schwieriger, Auszubildende zu finden, wenn diese dann sehr lange Fahrtwege zu ihrer Berufsschule in Kauf nehmen müssen. Daher ist es alarmierend, dass bereits ein Drittel der Betriebe die Entfernungen zur Berufsschule als zu weit bezeichnet.

In den vergangenen Jahren führte der demografiebedingte Rückgang der Schulabgänger und der Trend zum Studium mancherorts zur Zusammenlegung oder Schließung von Berufsschulklassen und -standorten. Je nach Ausbildungsberuf wird ein betriebs- oder wohnortnaher Unterricht dadurch zunehmend schwieriger. Deshalb braucht es clevere und zukunftsweisende Ideen, um sich beispielsweise auf weniger Berufsschüler in einem bestimmten Beruf anzupassen. Darüber hinaus muss der politische Rückhalt da sein, Berufliche Bildung auch neu zu denken, sich auf Veränderungen einzulassen und diese, wenn nötig, auch finanziell zu unterstützen – vom länderübergreifenden Unterricht über Azubi-Tickets bis zur virtuellen Unterrichtsgestaltung.

Dazu brauchen wir eine zeitgemäße Ausstattung der Berufsschulen, um gut ausbilden zu können. Viele Berufsschulen müssen dringend modernisiert werden – gerade mit Blick auf die digitale Berufswelt. Der DIHK sieht allein für Investitionen in den Berufsschulen einen Finanzierungsbedarf in Höhe von 2,5 Mrd. Euro. Das ist die Hälfte der vereinbarten 5 Mrd. Euro für die Digitalisierung aller Schulen in Deutschland.