



Industrie- und Handelskammer
Halle-Dessau

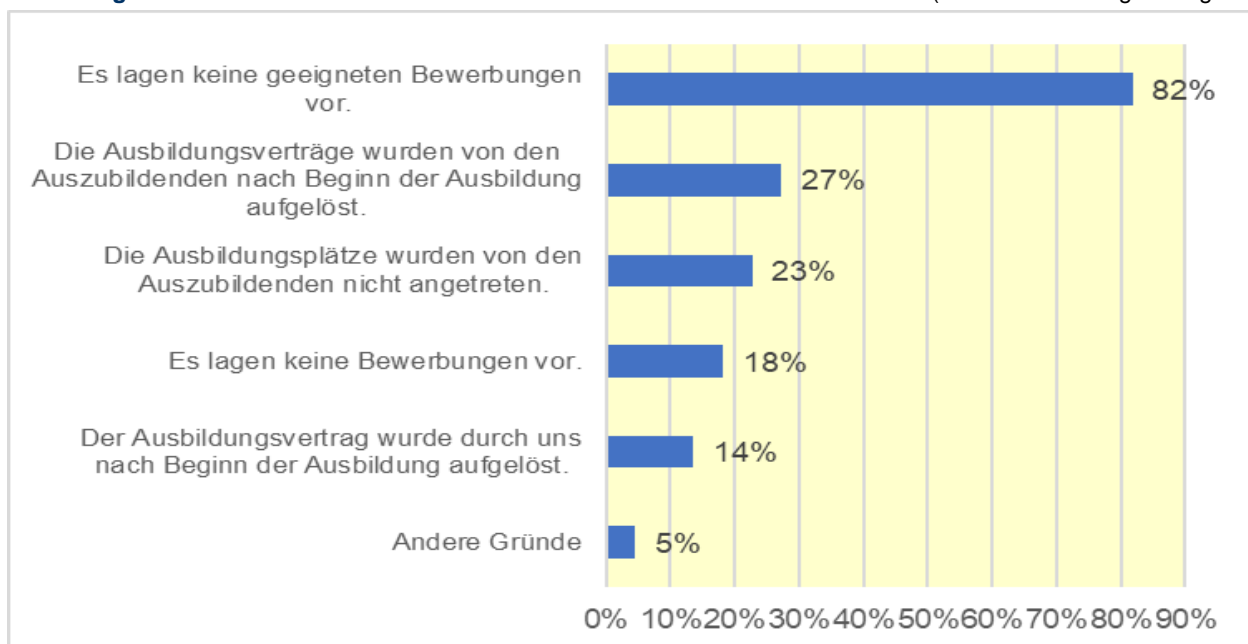
**Zentrale Ergebnisse aus der Aus- und Weiterbildungsumfrage 2023
der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau**

Zentrale Ergebnisse aus der Aus- und Weiterbildungsumfrage 2023 der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau

Bundesweit haben die Industrie- und Handelskammern (IHK) im Jahr 2023 ihre Mitgliedsunternehmen erneut zu ihren Aus- und Weiterbildungsmotiven und -erfahrungen befragt. Hierzu führte die IHK Halle-Dessau im Zeitraum vom 8. Mai bis zum 26. Mai 2023 eine Online-Befragung durch. Zentrale Ergebnisse der Umfrage werden nachfolgend vorgestellt. An der Umfrage haben sich 61 Unternehmen beteiligt.

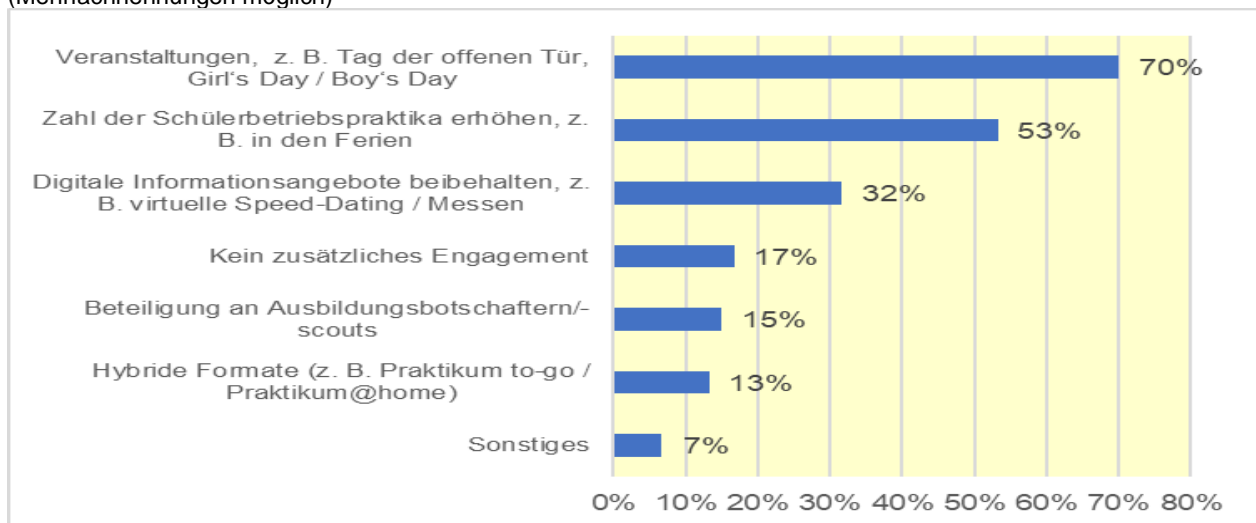
Im Jahr 2022 konnten 40% der Unternehmen nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen. Dies ist ein Rückgang um 8% im Vergleich zum Vorjahr. Die Gründe für die Nichtbesetzung waren sehr verschieden und sind in Abbildung 1 dargestellt. Allen voran wurde angeführt, dass keine geeigneten Bewerbungen vorlagen (82%). Dieser Grund ist im Vergleich zum Vorjahr sprunghaft um 29% angestiegen. Außerdem gab ein gutes Drittel der Unternehmen an, dass die Ausbildungsverträge von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst wurden. Bei 23% der Unternehmen wurden die Ausbildungsplätze von den Auszubildenden gar nicht erst angetreten. Bei jedem fünften Unternehmen lagen keine Bewerbungen vor. Zu den „anderen Gründen“ gehört, dass die Berufsschule für die Auszubildenden nicht zuverlässig erreichbar sei.

Abbildung 1: Warum konnte der Platz / konnten die Plätze nicht besetzt werden? (Mehrfachnennungen möglich)



Die Umfrageergebnisse aus den letzten Jahren haben gezeigt, dass Unternehmen bei der Berufsorientierung vor allem auf Praktika und Unternehmensbesichtigungen setzen. Umso wichtiger ist es deshalb, diese Instrumente anzubieten, um Jugendlichen frühzeitig einen Einblick in die Arbeitswelt zu ermöglichen. Welche Wege die Unternehmen hier gehen, ist Abbildung 2 zu entnehmen. 70% planen, sich an Berufsorientierungsveranstaltungen zu beteiligen. Dieses Engagement ist im Vergleich zum Vorjahr um 14% gestiegen und vermutlich der Tatsache geschuldet, dass mittlerweile wieder bei Veranstaltungen in Präsenz stattfinden können. 53% wollen die Zahl ihrer Schülerbetriebspraktika erhöhen. Ein Drittel der Unternehmen möchte digitale Informationsangebote beibehalten, wie etwa virtuelle Messen. 15% beteiligen sich am Projekt der Ausbildungsbotschafter. Nur 17% der befragten Unternehmen geben an, dass sie kein zusätzliches Engagement betreiben werden. Zu den „sonstigen Wegen“ gehören zum Beispiel die Mitwirkung bei Schulveranstaltungen, das Angebot von Ferienarbeit sowie die Bewerbung auf Fahrzeugen und Bussen.

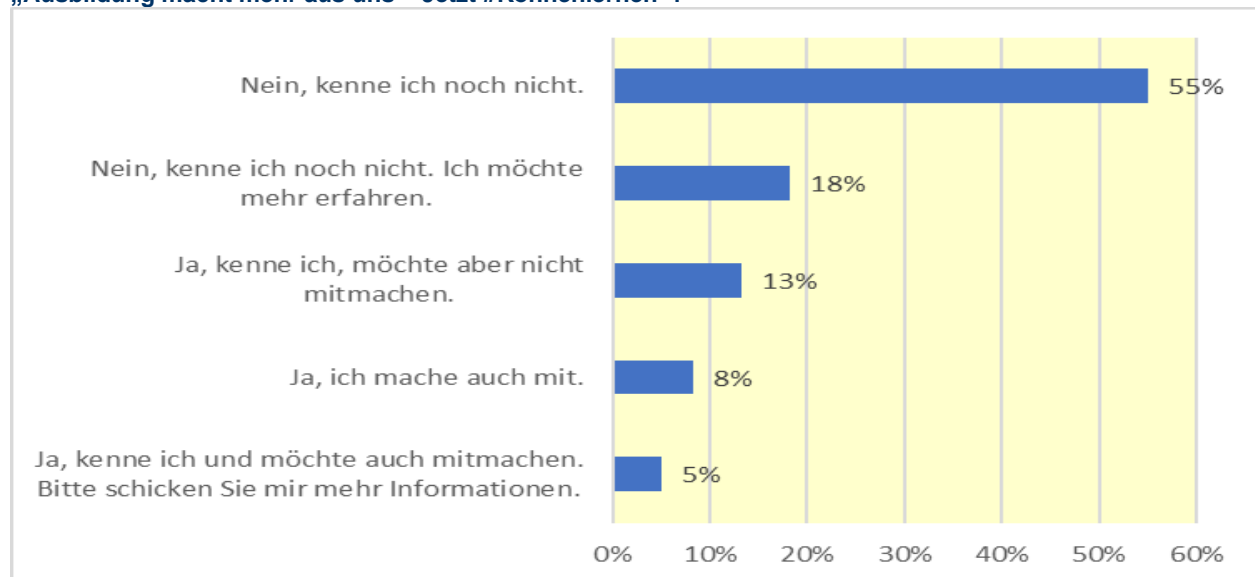
Abbildung 2: Ein wichtiger Teil der Berufsorientierung sind bspw. Betriebsbesuche und Schülerbetriebspraktika. In welchen Bereichen engagieren Sie sich, um Jugendlichen (Praxis)Erfahrungen zu ermöglichen? (Mehrfachnennungen möglich)



Bundesweit haben sich alle IHKn gemeinsam auf den Weg gemacht und unter dem Motto „Jetzt #könnenlernen“ eine Kampagne zur Stärkung der dualen Berufsausbildung ins Leben gerufen. Ziel der Kampagne ist es, Aufmerksamkeit für Ausbildungsberufe in Industrie, Handel und Dienstleistungen zu schaffen, deren Image nachhaltig zu verbessern und dadurch dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Die Azubi-Bundeskampagne ist eine Mit-Mach-Kampagne für alle Ausbildungsunternehmen. Hierfür wurde ein Werbemittelpaket zusammengestellt, das

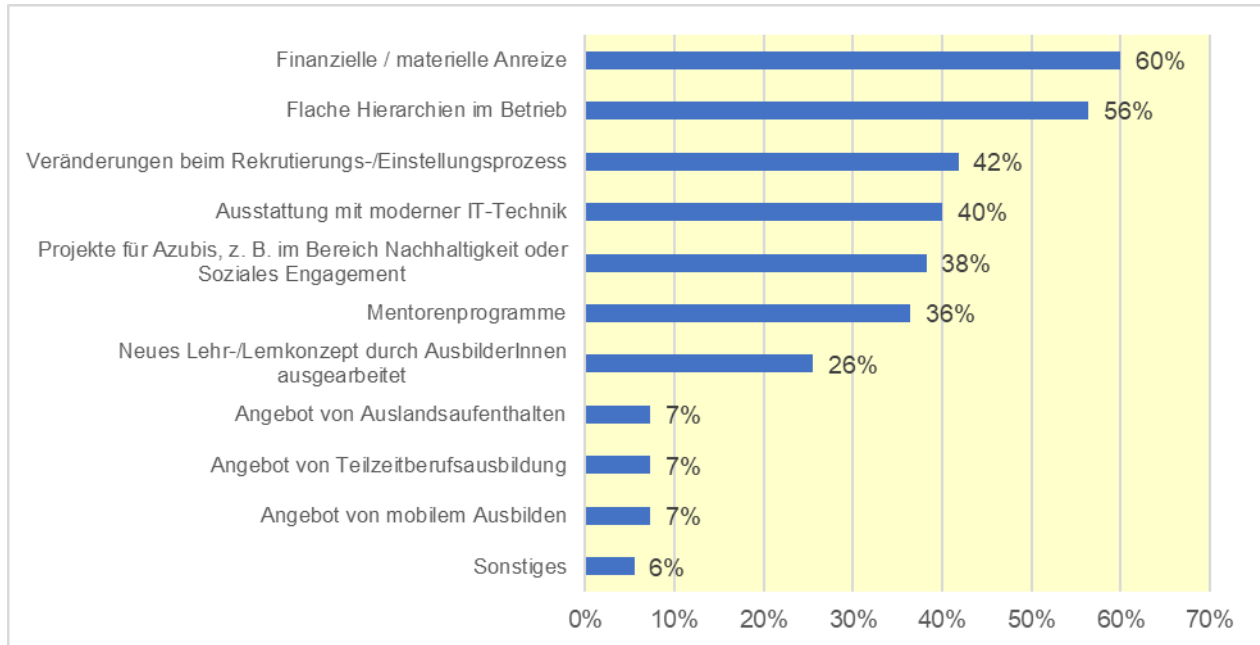
die Unternehmen für Ihre Azubi-Akquise einsetzen können. Gleichzeitig unterstützen sie damit, dass die Kampagne in der Region noch sichtbarer gemacht wird. Der gegenwärtige Bekanntheitsgrad der Kampagne ist in Abbildung 3 aufgeführt. Die Hälfte der Unternehmen ist mit der Kampagne noch nicht vertraut. Knapp jedes fünfte Unternehmen wünscht sich mehr Informationen dazu. 13% kennen die Kampagne bereits, werden diese aber nicht unterstützen. 8% sind bereits beteiligt und 5% wollen sich hierzu informieren und auch mitmachen.

Abbildung 3: Kennen Sie schon die Mitmach-Ausbildungskampagne der Industrie- und Handelskammern „Ausbildung macht mehr aus uns – Jetzt #Könnenlernen“?



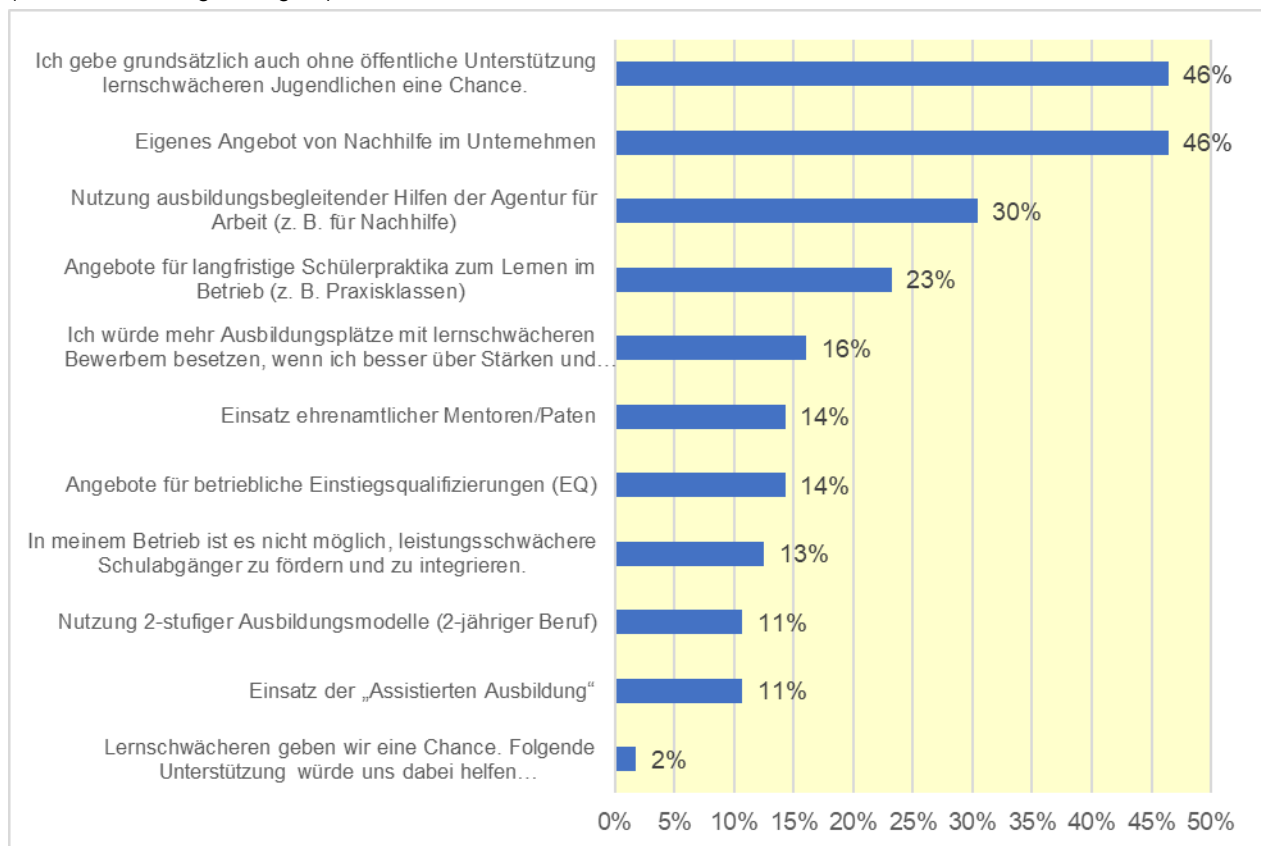
Die Unternehmen nutzen verschiedene Möglichkeiten, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für neue Auszubildende aufzustellen. Abbildung 4 zeigt, in welchen Bereichen sich die Ausbildung in den letzten Jahren vor allem verändert hat. Mehr als die Hälfte der Unternehmen setzt auf finanzielle Anreize (60%). Außerdem bieten sie flache Hierarchien an (56%). 42% haben auch ihren Rekrutierungsprozess insgesamt verändert. 40% haben sich inzwischen auch mit moderner IT-Technik ausgestattet. Bei jedem dritten Unternehmen werden auch Projekte für Azubis angeboten, etwa im Bereich Nachhaltigkeit oder für Soziales Engagement (38%). Jeweils 7% der Unternehmen bieten bereits mobiles Ausbilden oder eine Teilzeitberufsausbildung an. Zu den „sonstigen Wegen“ gehören hier zum Beispiel die ausbildungsbegleitende Prüfungsvorbereitung sowie die Etablierung eines umfangreichen Weiterbildungsprogramms. Insgesamt betrachtet, gab es bei dieser Fragestellung im Vergleich zum Vorjahr keine größeren Veränderungen im Ranking der genannten Möglichkeiten.

Abbildung 4: Inwiefern haben Sie in den vergangenen Jahren Ihre Ausbildung verändert, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für zukünftige Azubis zu machen? (Mehrfachnennungen möglich)



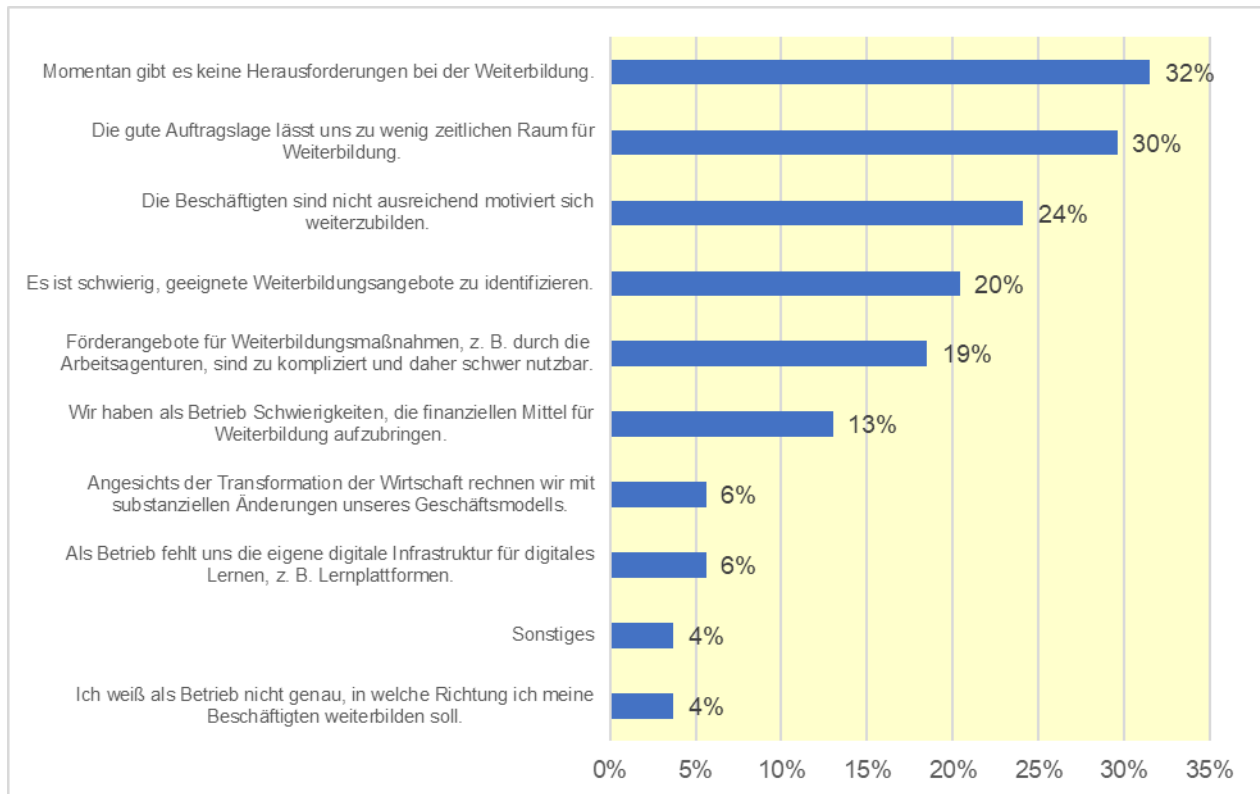
Um der mangelnden Ausbildungsreife von Schulabgängern zu begegnen, gehen die Unternehmen verschiedene Wege. Einige Beispiele sollen hier aufgezeigt werden: Jeweils 46% der Unternehmen sind bereit, auch lernschwächeren Jugendlichen eine Chance zu geben und bieten ein eigenes Nachhilfeangebot an. Ein knappes Drittel nutzt die ausbildungsbegleitenden Hilfen der Agentur für Arbeit. Jedes vierte Unternehmen setzt inzwischen auf langfristige Schülerpraktika. 16% der Unternehmen wären auch bereit lernschwächeren Jugendlichen eine Chance zu geben, wenn sie über die Schulzeugnisse hinaus besser über die Stärken und Schwächen der Jugendlichen informiert wären. Und 2% würden sich ebenfalls um diese Zielgruppe kümmern, wenn sie grundsätzlich die Zeit dafür hätten, einen Mitarbeiter dafür abzustellen.

Abbildung 5: Wie reagieren Sie auf die mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängern?
(Mehrfachnennungen möglich)



Die größten Herausforderungen für Unternehmen bei der beruflichen Weiterbildung zeigt Abbildung 6. Es ist erfreulich zu sehen, dass ein Drittel der Unternehmen gegenwärtig keine größeren Herausforderungen bei der Weiterbildung ihrer Mitarbeiter sieht. 30% der Befragten gibt dagegen an, dass die gute Auftragslage aktuell wenig zeitlichen Raum für Weiterbildung lässt. Jedes vierte Unternehmen beklagt, dass die Beschäftigten nicht ausreichend motiviert seien, sich weiterzubilden. Jedes fünfte Unternehmen hat allerdings auch Schwierigkeiten, geeignete Weiterbildungsangebote zu finden und 19% bewerten die Förderangebote für Weiterbildungen als zu kompliziert. Zu den „sonstigen Herausforderungen“ gehört, dass es durch den Fachkräftemangel nicht möglich sei, Mitarbeiter zu Weiterbildungen zu schicken, weil die Mitarbeiter den Geschäftsbetrieb aufrechterhalten müssen. Insgesamt betrachtet, gab es bei dieser Fragestellung im Vergleich zum Vorjahr keine größeren Veränderungen im Ranking der genannten Herausforderungen.

Abbildung 6: Welches sind aus Ihrer Sicht derzeit die größten Herausforderungen bei der beruflichen Weiterbildung Ihrer Beschäftigten? (Mehrfachnennungen möglich)



Ausgewählte Unternehmensangaben

Unternehmen, die an der Befragung teilnahmen, gehörten vor allem der Industrie, dem Handel und dem Verkehr an. Bei der Betriebsgröße dominierten klein- und mittelständische Unternehmen. 51% haben zwischen 20 und 199 Beschäftigte. 52% haben weniger als fünf Auszubildende. 28% bilden zwischen 5 und 15 Auszubildende aus. 31 Prozent der befragten Unternehmen ist an einen Tarifvertrag gebunden. 63 Prozent der Unternehmen bildet kaufmännische Berufe, 30 Prozent gewerblich-technische Berufe und 7 Prozent Querschnittsberufe aus.