



Industrie- und Handelskammer
Halle-Dessau

**Azubiumfrage 2026 –
Zentrale Ergebnisse der IHK Halle-Dessau**

Azubiumfrage 2026 – Zentrale Ergebnisse der IHK Halle-Dessau

Im Jahr 2026 führten die Industrie- und Handelskammern (IHKn) der neuen Bundesländer bereits zum elften Mal eine gemeinsame Azubiumfrage durch. Ziel der Befragung war es, die Wirksamkeit bestehender Maßnahmen zur Berufsorientierung zu bewerten. Darüber hinaus sollten Erkenntnisse über die Berufswahl junger Menschen sowie über die Faktoren gewonnen werden, die ihre Zufriedenheit während der Ausbildung beeinflussen.

An der Umfrage beteiligten sich insgesamt 15 IHKn. Die nachfolgende Auswertung stellt die wichtigsten Ergebnisse für den IHK-Bezirk Halle-Dessau vor. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Auswertung im Jahr 2026 erfolgte, die zugrunde liegenden Daten jedoch von Auszubildenden stammen, die ihre Ausbildung bereits im Jahr 2025 begonnen haben.

Zur Teilnahme an der Befragung wurden insgesamt 2.577 Auszubildende des ersten Ausbildungsjahres sowohl postalisch als auch digital eingeladen. 581 Auszubildende nahmen an der Umfrage teil. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 23 Prozent.

1. BERUFSWAHL UND BEWERBUNG

Dreiviertel der Jugendlichen lernen ihren Wunschberuf

Abbildung 1 zeigt: Die Mehrheit der Auszubildenden sieht den von ihr gewählten Ausbildungsberuf auch als Wunschberuf. Nach einem vorübergehenden Rückgang ist die Zustimmung wieder gestiegen und liegt stabil auf hohem Niveau. Aktuell bestätigen rund 78%, dass ihr Ausbildungsberuf ihrem Wunschberuf entspricht.

Abbildung 1: Ist das Ihr Wunschberuf?

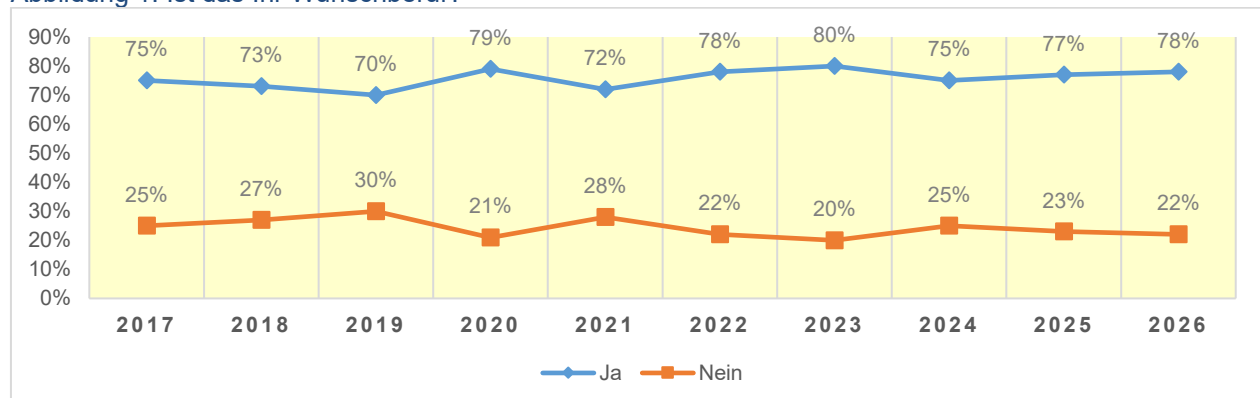
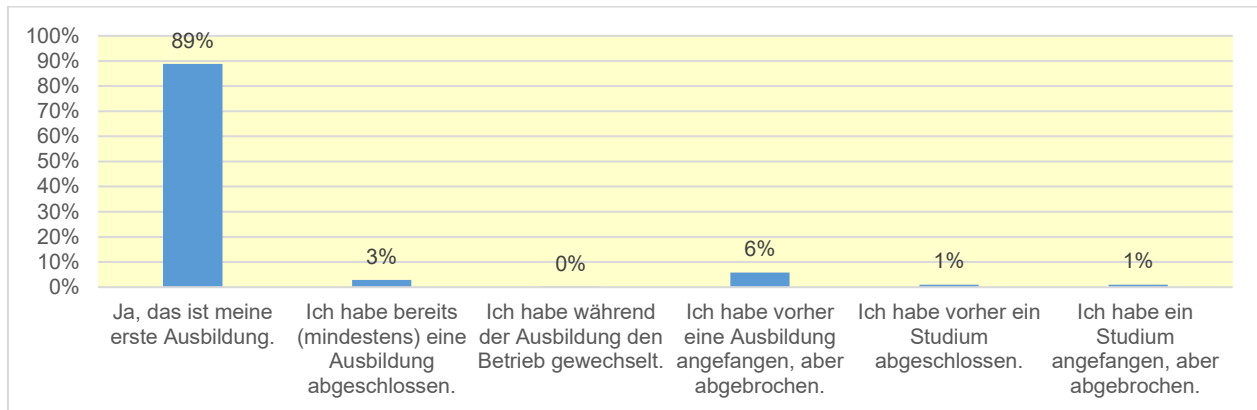


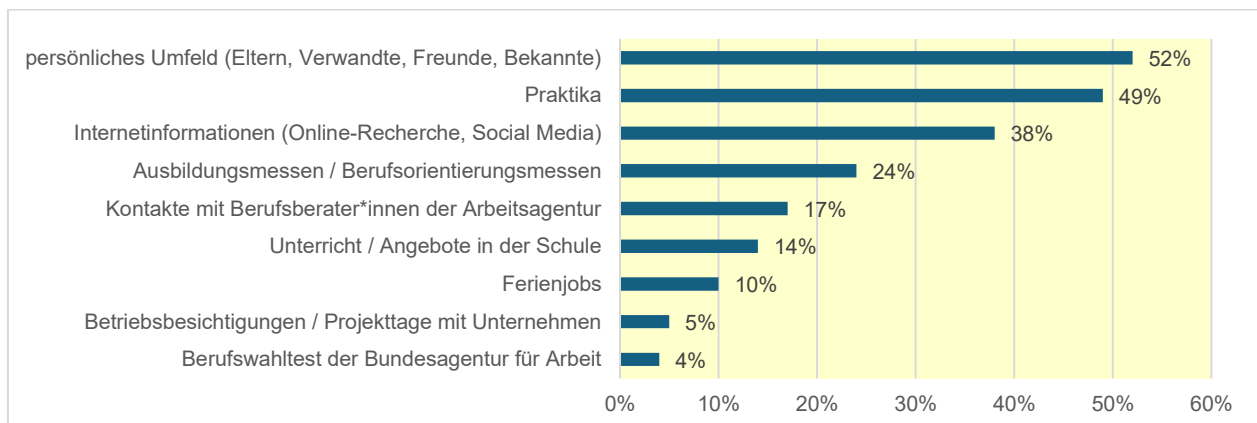
Abbildung 2 gibt an, dass sich 89% der Jugendlichen in ihrer ersten Ausbildung befinden; die duale Ausbildung ist damit weiterhin für die große Mehrheit der direkte Einstieg ins Berufsleben. Kleinere Gruppen bringen bereits Vorerfahrungen mit, etwa durch eine abgeschlossene oder abgebrochene Ausbildung. Studienerfahrungen spielen mit jeweils rund 1% nur eine geringe Rolle. Für die IHK bleibt zentral, Jugendliche frühzeitig zu orientieren und insbesondere Personen mit abgebrochenen Bildungswegen gezielt in passende Ausbildungsanschlüsse zu begleiten.

Abbildung 2: Ist das Ihre erste Ausbildung?



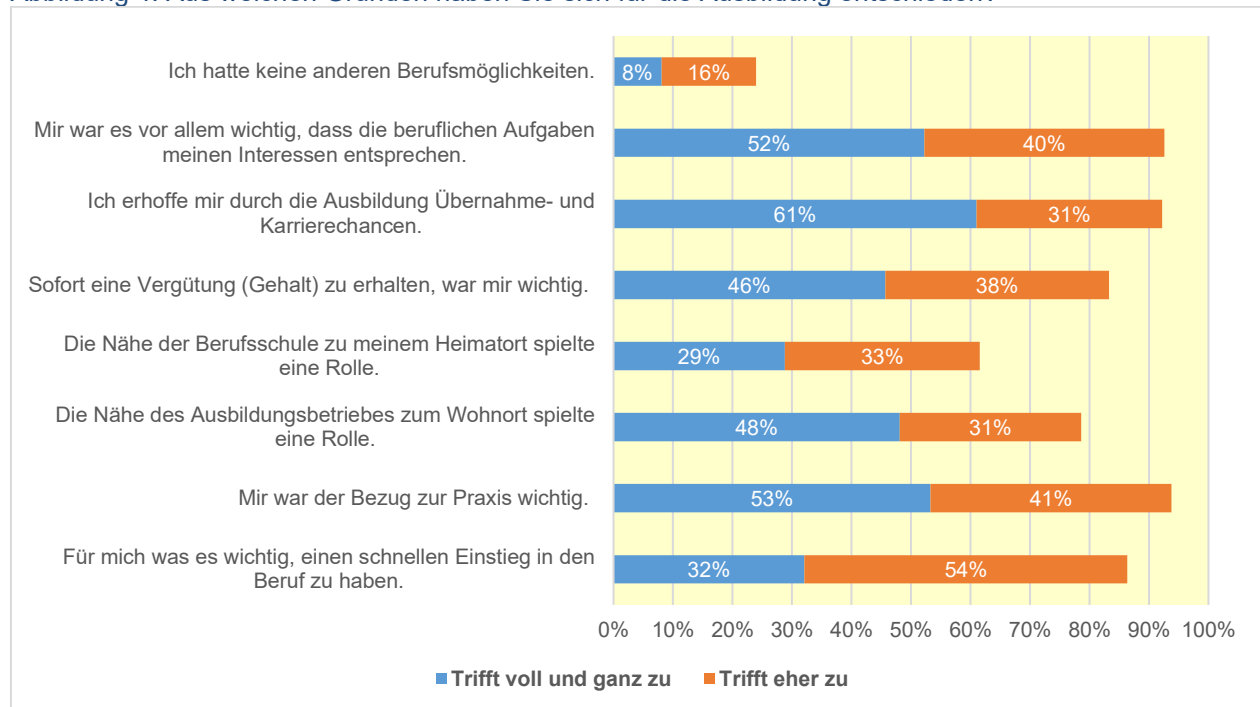
Das persönliche Umfeld ist – wie **Abbildung 3** zeigt – die wichtigste Stütze bei der Berufswahl. 52% der Auszubildenden gaben an, dass ihnen Eltern, Verwandte, Freunde oder Bekannte am meisten geholfen haben. Praktika folgen mit 49% nahezu gleichauf und bestätigen die hohe Bedeutung praxisnaher Einblicke. Internetinformationen liegen mit 38% auf dem dritten Rang; Ausbildungsmessen erreichen 24%, während Berufsberatung, schulische Angebote und weitere Instrumente seltener genannt werden.

Abbildung 3: Welche dieser Instrumente der Berufsorientierung haben Ihnen bei der Berufswahl am meisten geholfen? (Mehrfachnennungen)



Die Ergebnisse in **Abbildung 4** verdeutlichen, dass inhaltliche und praxisnahe Motive bei der Ausbildungswahl weiterhin im Vordergrund stehen. Besonders wichtig sind der Praxisbezug mit 94%, passende berufliche Aufgaben mit 92% sowie Übernahme- und Karrierechancen mit ebenfalls 92%. Auch der schnelle Berufseinstieg und eine direkte Vergütung bleiben relevante Gründe. Insgesamt wird deutlich, dass Auszubildende ihre Entscheidung vor allem an persönlichen Interessen, Entwicklungsperspektiven und praktischen Erfahrungen ausrichten.

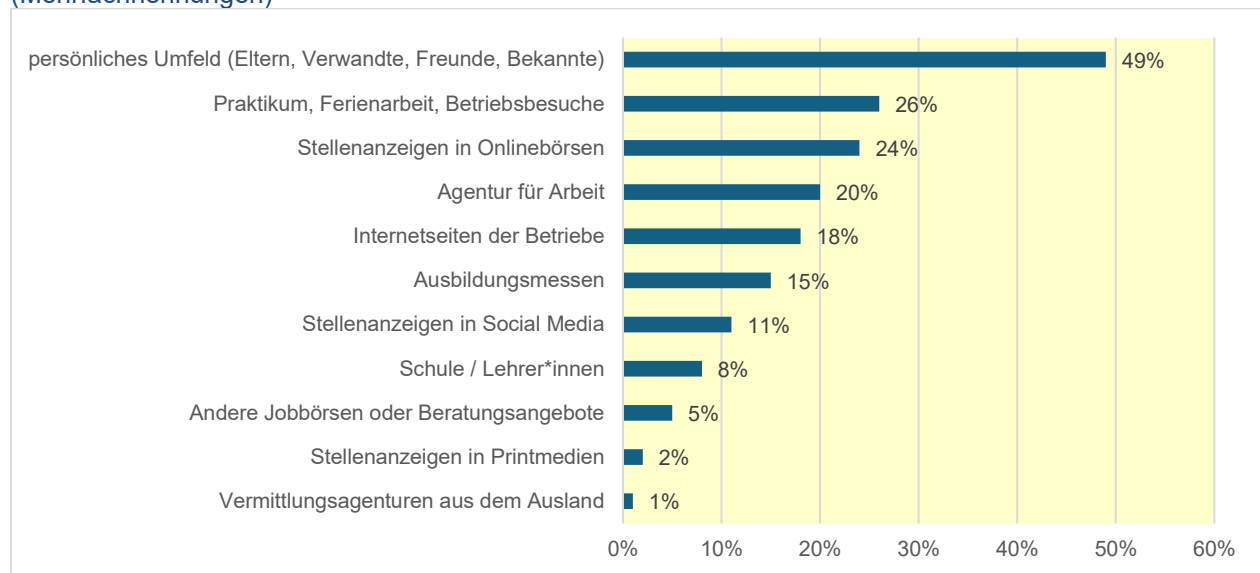
Abbildung 4: Aus welchen Gründen haben Sie sich für die Ausbildung entschieden?



Persönliche Kontakte bleiben entscheidend

Aus **Abbildung 5** geht hervor, dass das persönliche Umfeld der wichtigste Zugang zum Ausbildungsbetrieb bleibt: 49% der Auszubildenden wurden über Eltern, Verwandte, Freunde oder Bekannte aufmerksam. Praktische Erfahrungen wie Praktika, Ferienarbeit oder Betriebsbesuche folgen mit 26% und bleiben damit ein zentraler Orientierungskanal. Digitale Wege gewinnen vor allem über Online-Stellenbörsen an Bedeutung; zugleich hat rund jeder fünfte Jugendliche seinen Ausbildungsplatz über die Agentur für Arbeit gefunden. Auch direkte Kontakte auf Ausbildungsmessen finden weiterhin Beachtung und zeigen, dass persönliche Beratung und Begegnung neben digitalen Angeboten wichtig bleiben.

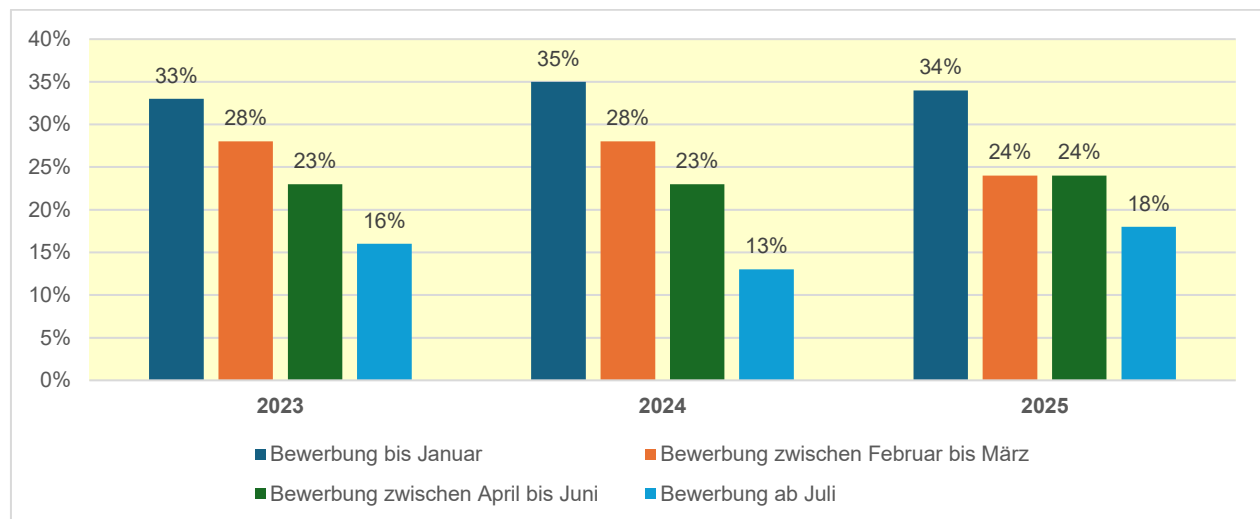
Abbildung 5: Durch wen oder wie sind Sie auf Ihren jetzigen Ausbildungsbetrieb aufmerksam geworden? (Mehrfachnennungen)



Trend zu frühen Bewerbungen setzt sich fort

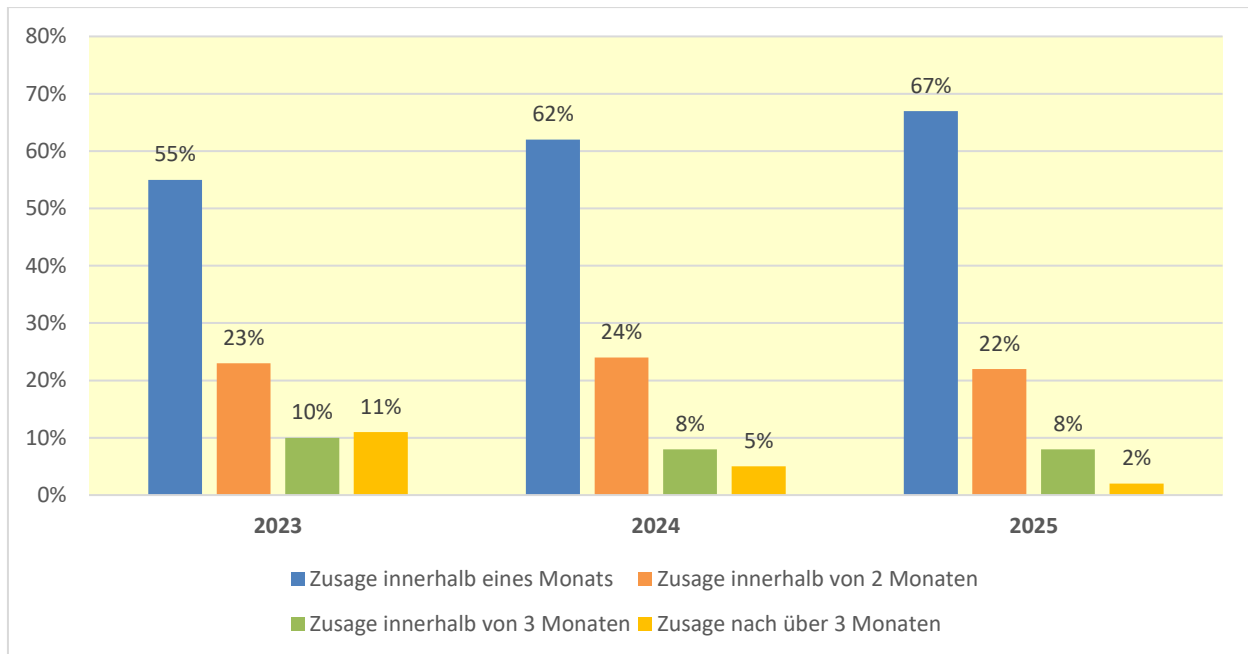
Abbildung 6 zeigt, dass viele Jugendliche weiterhin früh in den Bewerbungsprozess starten. 34% bewarben sich bereits bis Januar 2025. Damit bleibt dieser Zeitraum nahezu auf Vorjahresniveau. Die Bewerbungen zwischen Februar und Juni verteilen sich gleichmäßig, während Bewerbungen ab Juli wieder etwas zugenommen haben. Insgesamt wird deutlich, dass frühe Orientierung wichtig bleibt, zugleich aber auch spätere Bewerbungen weiterhin eine realistische Chance auf einen Ausbildungsplatz bieten.

Abbildung 6: In welchem Zeitraum haben Sie sich beworben?



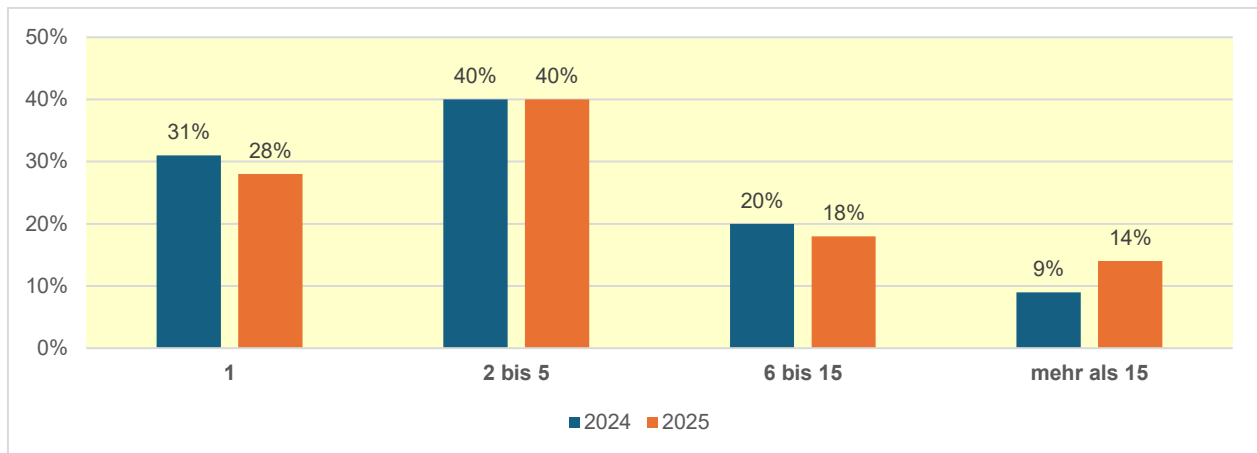
Aus **Abbildung 7** wird deutlich, dass Zusagen zunehmend schneller erfolgen. 2025 erhielten 67% der Jugendlichen ihre Zusage innerhalb eines Monats; weitere 22% innerhalb von zwei Monaten. Damit hatten fast neun von zehn Befragten spätestens nach zwei Monaten Planungssicherheit. Aus IHK-Sicht wird deutlich: Unternehmen entscheiden schneller, um geeignete Bewerberinnen und Bewerber frühzeitig zu binden. Lange Wartezeiten spielen kaum noch eine Rolle.

Abbildung 7: Wie schnell haben Sie Ihre Zusage erhalten?



Aus **Abbildung 8** geht hervor, dass die Mehrheit der Jugendlichen weiterhin mit wenigen Bewerbungen erfolgreich ist: 68% erhielten 2025 nach maximal fünf Bewerbungen eine Zusage. Gegenüber 2024 ist dieser Anteil leicht gesunken, während der Anteil mit mehr als 15 Bewerbungen von 9% auf 14% gestiegen ist. Insgesamt spricht dies weiterhin für eine gute Passung zwischen Jugendlichen und Betrieben, zugleich benötigen einzelne Bewerberinnen und Bewerber offenbar mehr Unterstützung im Bewerbungsprozess. Hier bleiben gezielte Berufsorientierung, Bewerbungshilfen und der direkte Kontakt zu Ausbildungsbetrieben wichtige Ansatzpunkte.

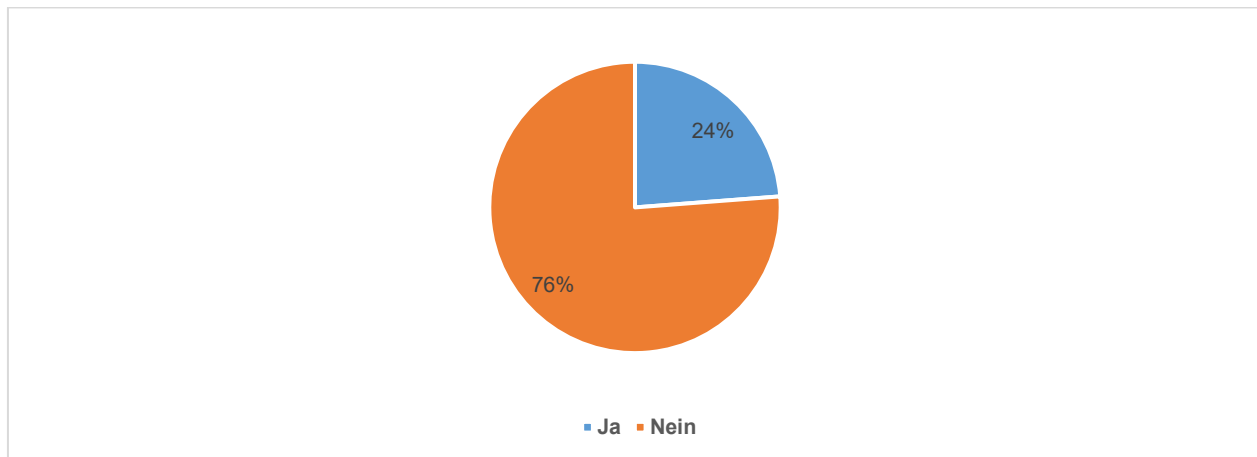
Abbildung 8: Wie viele Bewerbungen haben Sie bis zur Zusage versandt?



Übergangsphasen vor Ausbildungsbeginn sichtbar

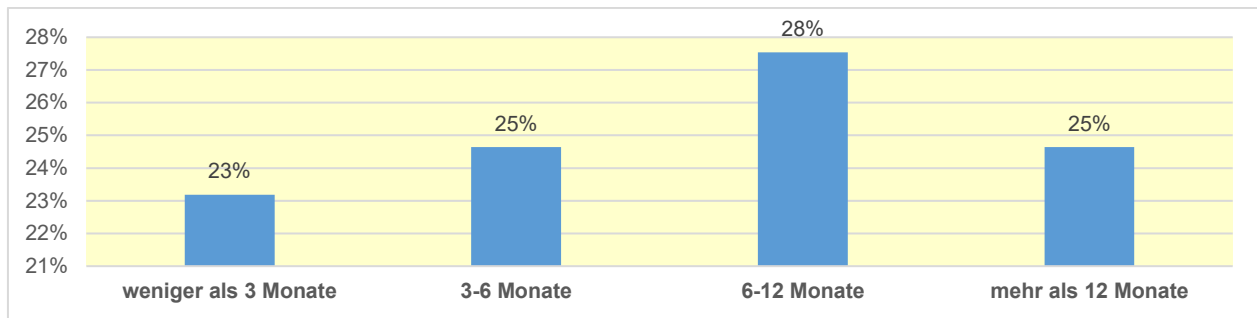
Aus **Abbildung 9** geht hervor, dass ein Viertel der Jugendlichen vor Ausbildungsbeginn einer ungelernten Tätigkeit nachgegangen sind. Das zeigt, dass ein Teil der Jugendlichen Umwege oder Übergangsphasen vor dem Ausbildungsstart durchläuft.

Abbildung 9: Haben Sie vor Beginn Ihrer aktuellen Ausbildung gearbeitet?



Bei Jugendlichen, die vorher eine ungelernte Tätigkeit ausgeübt haben, verteilen sich die Zeiträume einigermaßen gleichmäßig. Am häufigsten waren sie sechs bis zwölf Monate tätig, wie **Abbildung 10** zeigt. Das spricht dafür, dass diese Beschäftigungen häufig als Übergang vor dem Ausbildungsbeginn genutzt wurden.

Abbildung 10: Falls ja, in welchem Zeitraum waren Sie vor Ihrer Ausbildung tätig?



Aus **Abbildung 11** geht hervor, dass die vorherige Tätigkeit überwiegend in Minijobs oder geringfügiger Beschäftigung erfolgte. Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigungen spielten eine geringere Rolle. Aus IHK-Sicht deutet dies eher auf kurzfristige Überbrückung als auf eine dauerhafte Alternative zur Ausbildung hin.

Abbildung 11: Falls ja, in welchem Umfang haben Sie vor Ihrer Ausbildung gearbeitet?

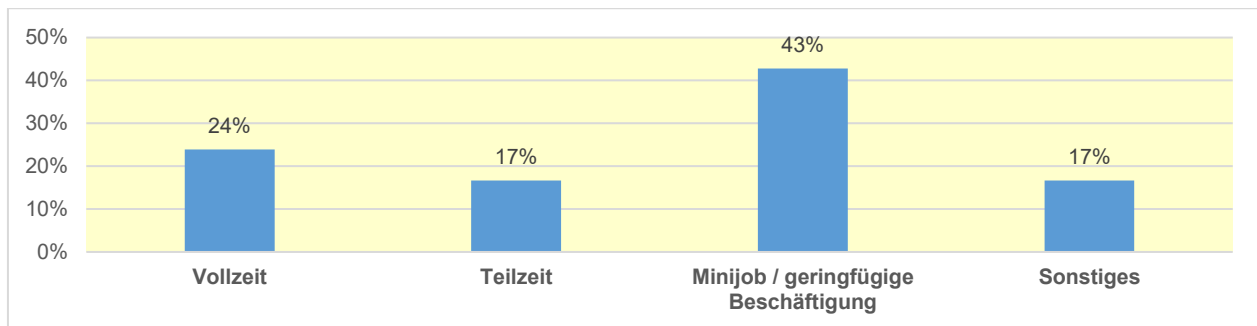
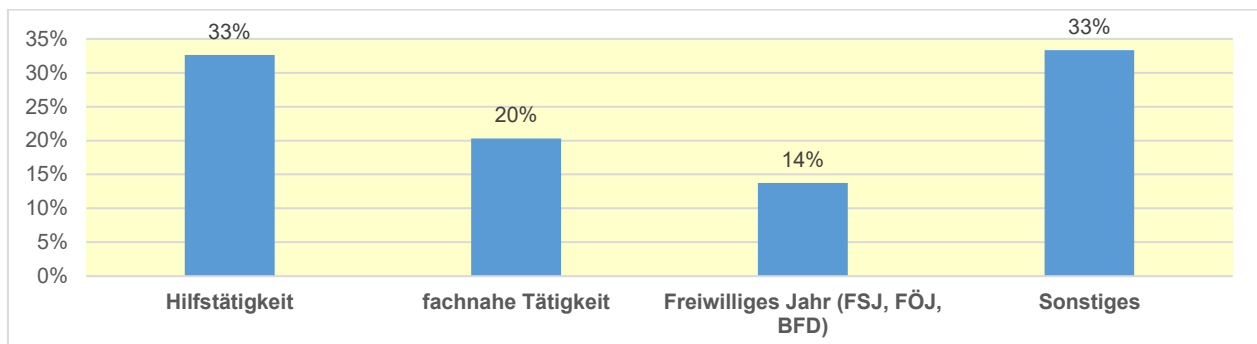


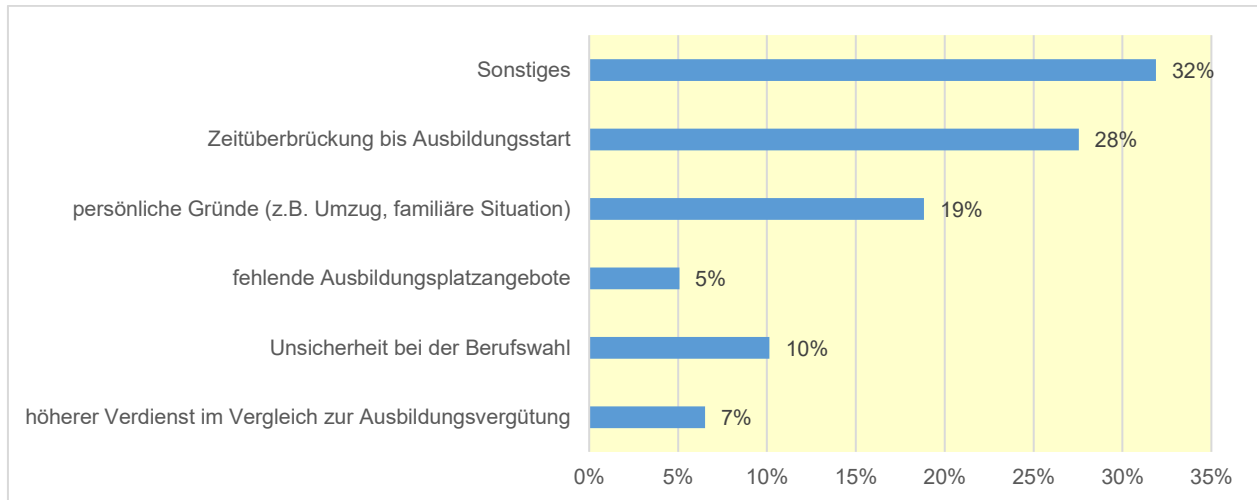
Abbildung 12 zeigt, dass die Tätigkeiten häufig Hilfstätigkeiten oder sonstige Beschäftigungen waren; fachnahe Tätigkeiten machten 20% aus. Damit sammelten einige Jugendliche bereits erste arbeitsweltnahe Erfahrungen. Für die IHK bleibt wichtig, solche Erfahrungen stärker in Richtung Ausbildung zu lenken.

Abbildung 12: Falls ja, welche Art von Tätigkeit haben Sie vor Ihrer Ausbildung ausgeübt?



Als Gründe für die vorherige Tätigkeit werden in **Abbildung 13** vor allem die Zeitüberbrückung bis zum Ausbildungsstart, persönliche Gründe und Unsicherheiten bei der Berufswahl genannt. Fehlende Ausbildungsplatzangebote spielen mit 5% nur eine geringe Rolle. Aus IHK-Sicht zeigt sich, dass ungelerntes Arbeiten meist eine Übergangslösung ist und frühe Berufsorientierung helfen kann, Wege in Ausbildung gezielter zu gestalten.

Abbildung 13: Falls ja, warum haben Sie vor Ihrer Ausbildung gearbeitet?

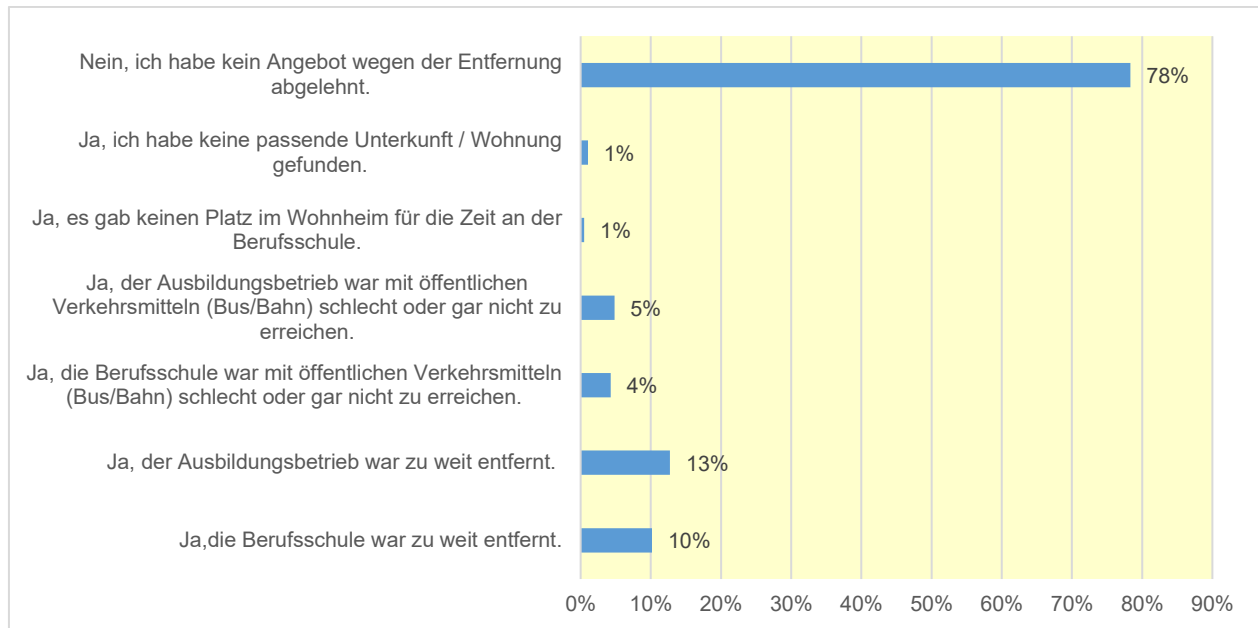


2. WOHNEN UND WEG ZUR BERUFSSCHULE UND ZUM AUSBILDUNGSBETRIEB

Mobilität entscheidet mit über Ausbildungschancen

Aus **Abbildung 14** wird deutlich: 78% haben kein Angebot aufgrund der Entfernung abgelehnt. Dennoch bleibt Erreichbarkeit ein relevanter Faktor, denn 13% nannten einen zu weit entfernten Ausbildungsbetrieb und 10% eine zu weit entfernte Berufsschule als Grund für eine Absage. Auch schlechte oder fehlende ÖPNV-Anbindungen spielen weiterhin eine Rolle, wenn auch auf niedrigerem Niveau. Die Ergebnisse unterstreichen, wie wichtig gut erreichbare Ausbildungsbetriebe, Berufsschulen und verlässliche Mobilitätsangebote sind, damit Ausbildungsentscheidungen nicht an der Entfernung scheitern.

Abbildung 14: Haben Sie im Verlauf Ihrer Ausbildungssuche eines oder mehrere Ausbildungsangebote aufgrund zu großer Entfernung abgelehnt? (Mehrfachnennungen)



Aus **Abbildung 15** geht hervor, dass die große Mehrheit der Jugendlichen für ihre Ausbildung nicht umziehen musste. 88% fanden ihren Ausbildungsplatz ohne Wohnortwechsel, 12% sind für die Berufsausbildung umgezogen.

Abbildung 15: Sind Sie für die Berufsausbildung umgezogen?

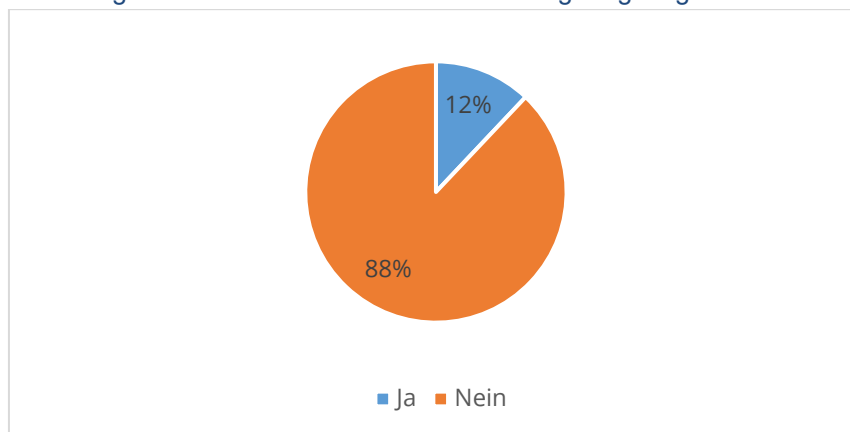
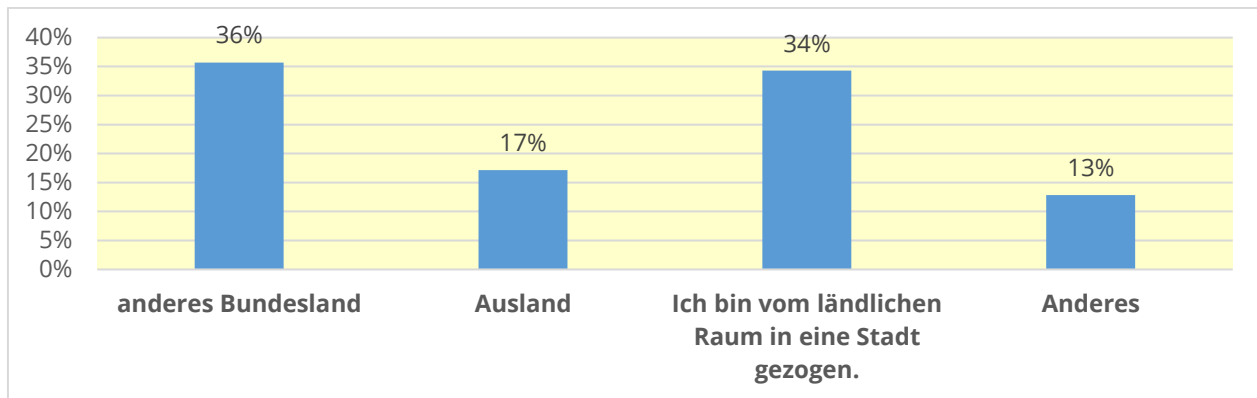


Abbildung 16 zeigt, dass unter den umgezogenen Auszubildenden 36% aus einem anderen Bundesland kamen, 34% wechselten vom ländlichen Raum in eine Stadt und 17% stammten aus dem Ausland. Aus IHK-Sicht ist dies ein positives Signal für Ausbildungsangebote in Wohnortnähe, zeigt aber zugleich, dass Mobilität insbesondere für Jugendliche aus ländlichen Regionen und von außerhalb weiterhin eine wichtige Rolle spielt.

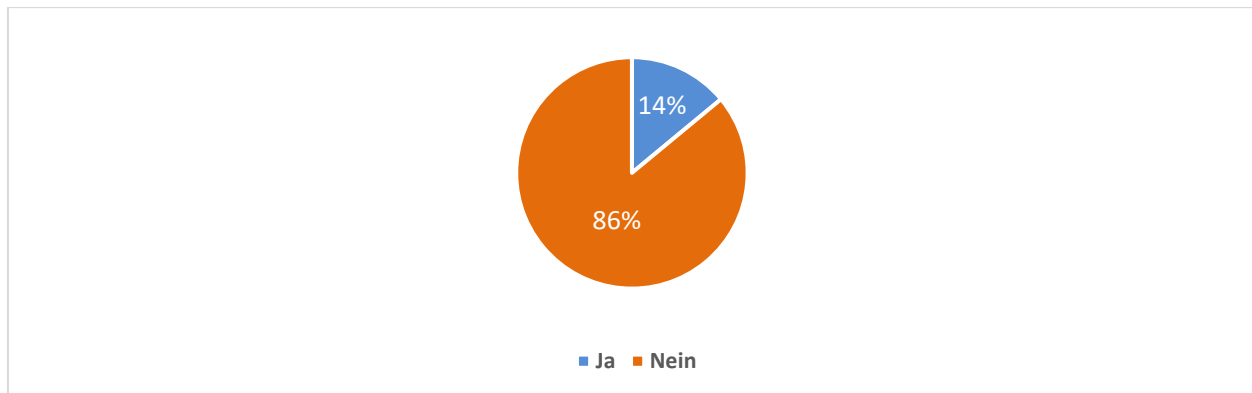
Abbildung 16: Wenn ja, wo haben Sie vorher gewohnt?



Berufsschulbesuch braucht verlässliche Unterkünfte

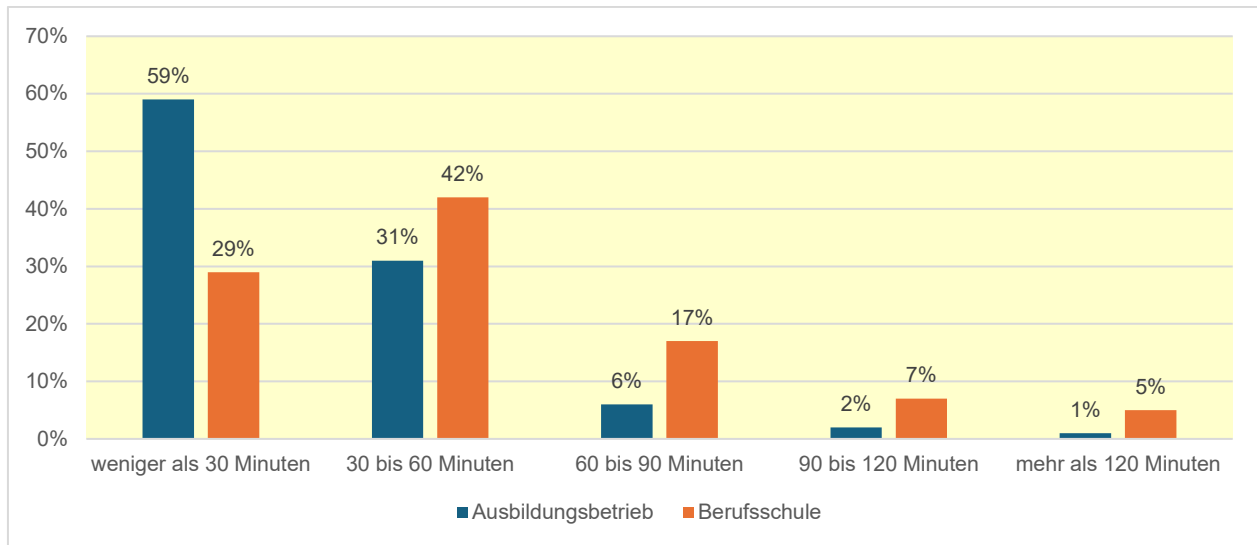
Aus **Abbildung 17** geht hervor, dass die meisten Auszubildenden für den Berufsschulbesuch keine zusätzliche Unterkunft benötigen. 86% konnten ohne Wohnheimplatz oder gemietete Wohnung auskommen. Dennoch nutzten 14% eine Unterkunft für die Berufsschulzeit. Aus IHK-Sicht zeigt dies, dass eine ausreichende Anzahl an bezahlbaren Wohnheimplätzen oder Unterkünften wichtig bleiben, um den Berufsschulbesuch verlässlich organisieren zu können.

Abbildung 17: Haben Sie für den Berufsschulbesuch einen Wohnheimplatz oder eine Wohnung gemietet?



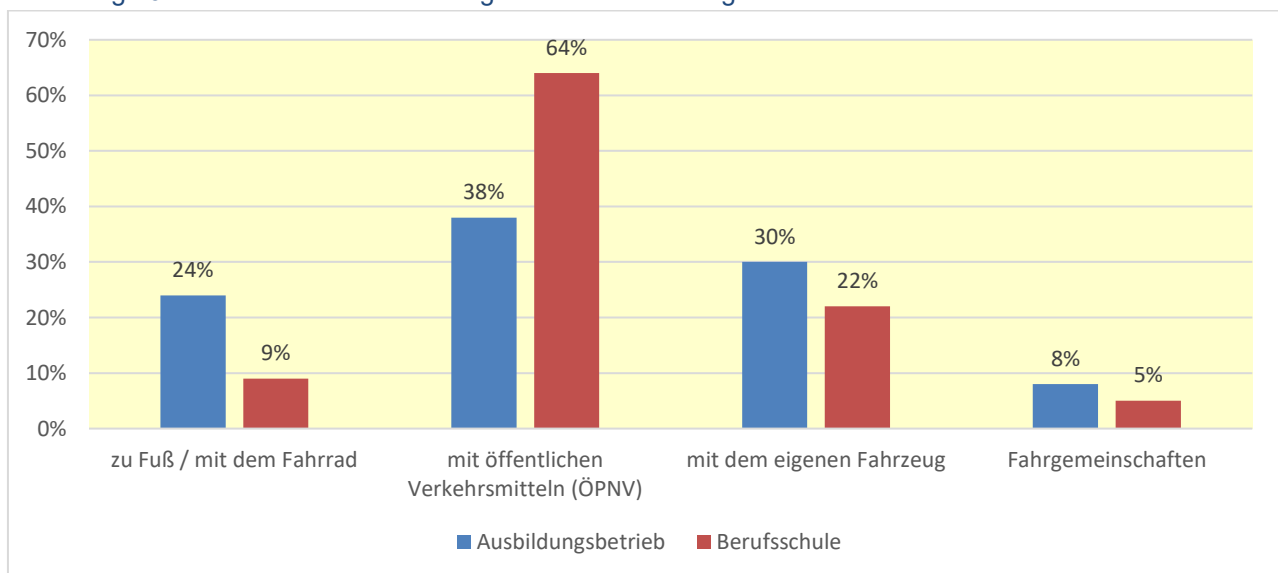
Aus **Abbildung 18** wird deutlich, dass die Wegezeiten zur Berufsschule deutlich länger ausfallen als zum Ausbildungsbetrieb. Während 59% der Auszubildenden ihren Betrieb in weniger als 30 Minuten erreichen, trifft dies bei der Berufsschule nur auf 29% zu. Für die Berufsschule benötigen 42% zwischen 30 und 60 Minuten und weitere 29% sogar mehr als eine Stunde; beim Ausbildungsbetrieb liegt dieser Anteil nur bei 9%. Aus IHK-Sicht unterstreicht der Vergleich, dass wohnortnahe Berufsschulstandorte und gute Verkehrsverbindungen zentrale Voraussetzungen sind, damit Ausbildung für Jugendliche gut erreichbar bleibt.

Abbildung 18: Wie lange sind Sie von Ihrer Wohnung zum Ausbildungsbetrieb bzw. zur Berufsschule unterwegs? (einfache Fahrt)



Aus **Abbildung 19** geht hervor, dass der ÖPNV insbesondere für den Weg zur Berufsschule die zentrale Rolle spielt. 64% der Auszubildenden nutzen öffentliche Verkehrsmittel für den Schulweg, zum Ausbildungsbetrieb sind es 38%. Der Weg zum Betrieb erfolgt häufiger mit dem eigenen Fahrzeug oder zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad, was auf kürzere und flexiblere Wege hindeutet. Aus IHK-Sicht unterstreicht der Vergleich, dass eine verlässliche ÖPNV-Anbindung vor allem für Berufsschulstandorte entscheidend ist, während Ausbildungsbetriebe zusätzlich gut über unterschiedliche Mobilitätsformen erreichbar sein sollten.

Abbildung 19: Wie kommen Sie überwiegend zum Ausbildungsbetrieb und zur Berufsschule?



3. EINSCHÄTZUNG ZUR BERUFSSCHULE UND ZUM AUSBILDUNGSBETRIEB

Unterrichtsausfall bleibt eine zentrale Herausforderung

Aus **Abbildung 20** wird deutlich, dass Unterrichtsausfall an den Berufsbildenden Schulen weiterhin viele Auszubildende betrifft. 57% berichten, manchmal, oft oder sehr oft betroffen zu sein; gegenüber 2025 ist dieser Anteil nahezu unverändert. Gleichzeitig ist der Anteil derjenigen, die selten oder nie Unterrichtsausfall erleben, leicht gestiegen. Aus IHK-Sicht bleibt Unterrichtsausfall dennoch eine zentrale Herausforderung, weil verlässlicher Berufsschulunterricht entscheidend für die Qualität der dualen Ausbildung ist.

Abbildung 20: Sind Sie an Ihrer Berufsschule von Unterrichtsausfall betroffen?

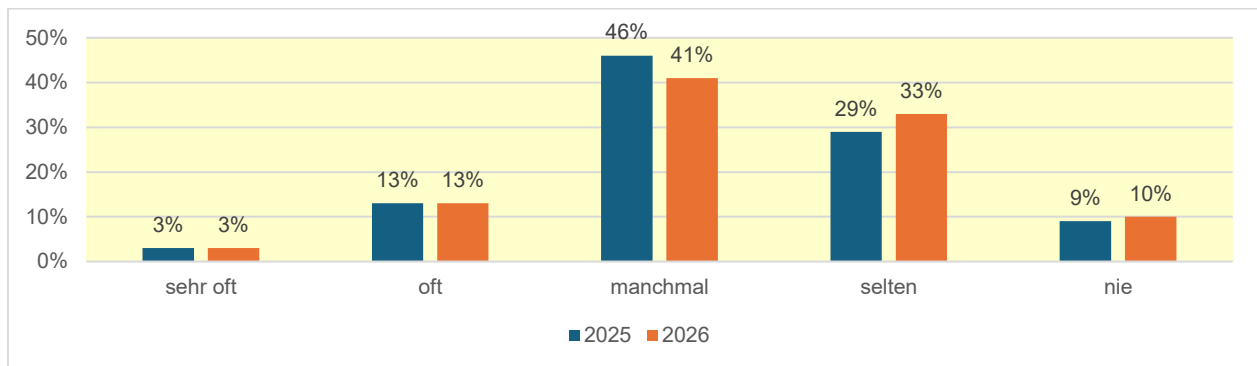
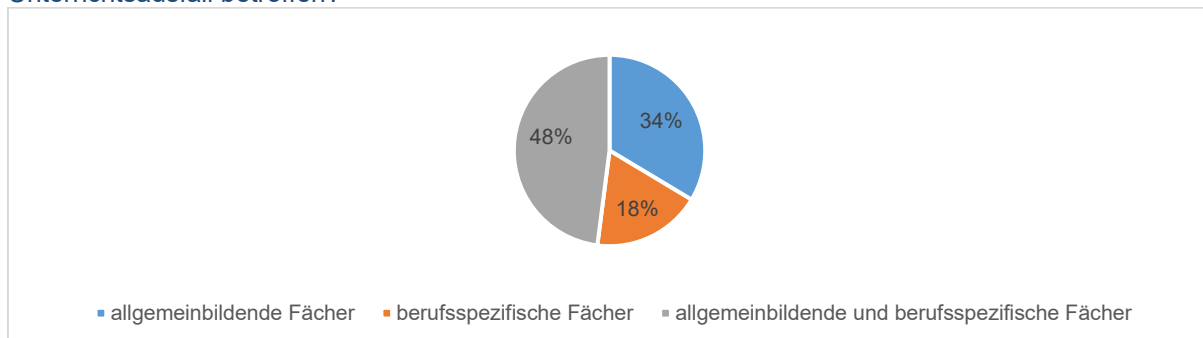


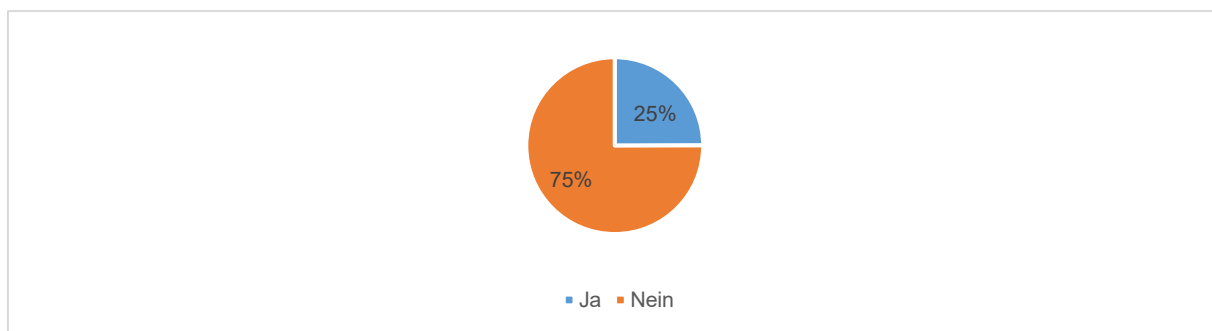
Abbildung 21 macht deutlich, dass Unterrichtsausfall nicht nur einzelne Bereiche betrifft. 48% der betroffenen Jugendlichen nennen sowohl allgemeinbildende als auch berufsspezifische Fächer, 34% ausschließlich allgemeinbildende und 18% berufsspezifische Fächer. Besonders kritisch ist, dass auch berufsspezifische Inhalte betroffen sind, da sie unmittelbar zur beruflichen Qualifikation beitragen. Die Ergebnisse unterstreichen den Bedarf, Fachunterricht an Berufsschulen dauerhaft verlässlich abzusichern.

Abbildung 21: Wenn Sie von Unterrichtsausfall betroffen sind: Welche Fächer sind besonders von Unterrichtsausfall betroffen?



Aus **Abbildung 22** geht hervor, dass Verbundausbildung für einen relevanten Teil der Auszubildenden eine Rolle spielt. 25% werden neben ihrem Ausbildungsbetrieb und der Berufsschule zusätzlich in einem anderen Betrieb oder einer Bildungseinrichtung ausgebildet. Die Mehrheit von 75% absolviert ihre Ausbildung ausschließlich im Betrieb und in der Berufsschule. Aus IHK-Sicht zeigt dies, dass Verbundmodelle eine wichtige Ergänzung sein können, um Ausbildungsinhalte abzusichern und Betriebe bei spezialisierten oder ergänzenden Qualifikationen zu unterstützen.

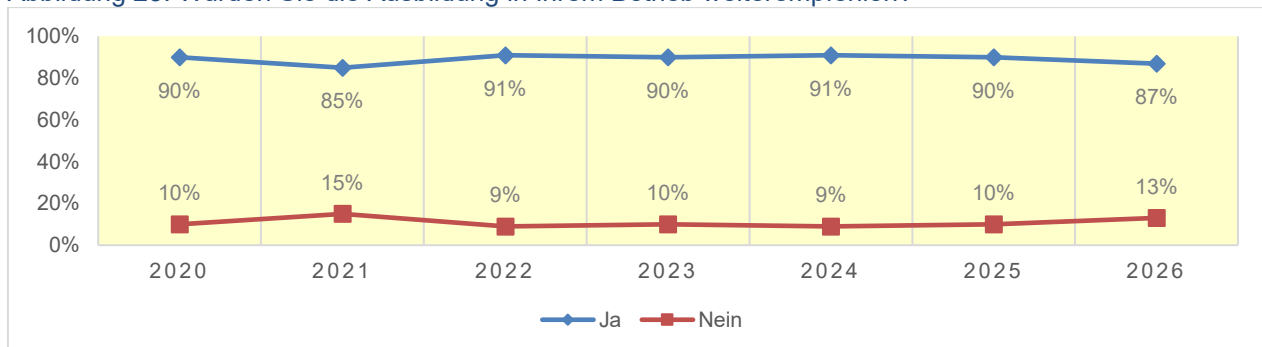
Abbildung 22: Werden Sie in Ihrer Ausbildung, außer in Ihrem Betrieb und der Berufsschule, auch in einem anderen Betrieb oder einer Bildungseinrichtung ausgebildet (Verbundausbildung)?



Hohe Zufriedenheit mit Ausbildungsbetrieben

Aus **Abbildung 23** geht hervor, dass die Weiterempfehlungsbereitschaft weiterhin hoch ist. 87% der Auszubildenden würden ihre Ausbildung im Betrieb weiterempfehlen, 13% würden dies nicht tun. Gegenüber 2025 ist der Wert leicht gesunken, liegt aber weiterhin auf einem klar positiven Niveau. Aus IHK-Sicht spricht dies insgesamt für eine hohe Zufriedenheit mit den Ausbildungsbetrieben.

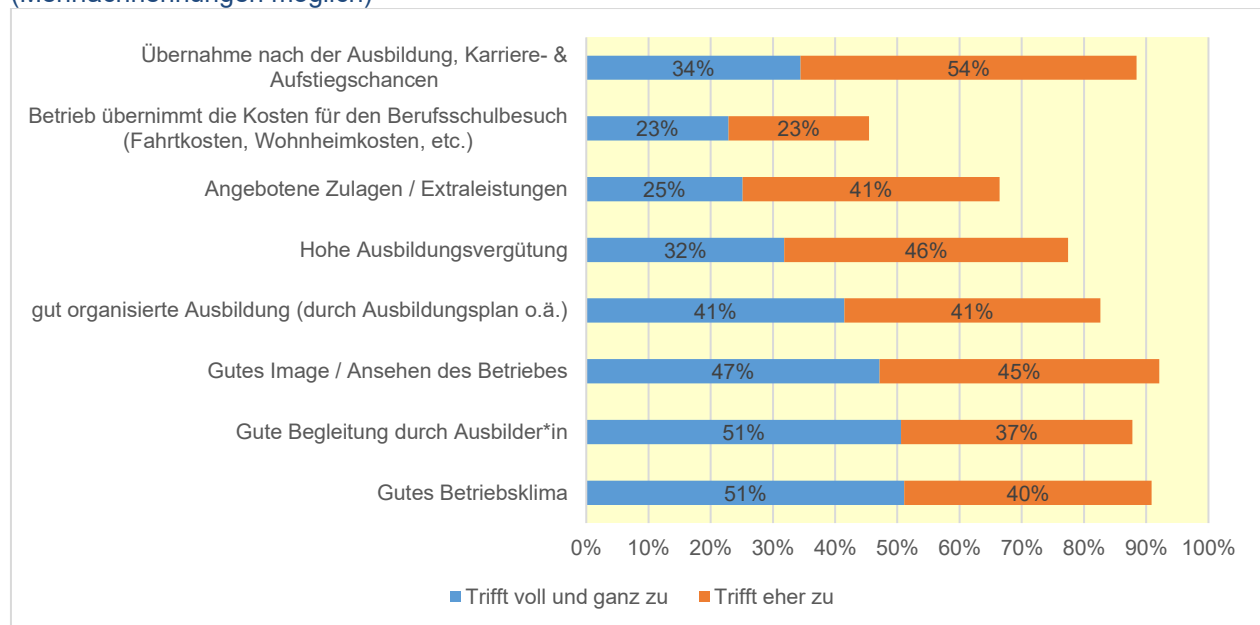
Abbildung 23: Würden Sie die Ausbildung in Ihrem Betrieb weiterempfehlen?¹



¹ Die Jahreszahlen beziehen sich jeweils auf das Jahr der erfolgten Auswertung. Die abgebildeten Werte beziehen sich auf Jugendliche, die im Zeitraum vom 1.1.-31.12. des Vorjahres ihre Ausbildung begonnen haben.

Aus **Abbildung 24** wird deutlich, dass viele zentrale Qualitätsmerkmale der Ausbildungsbetriebe positiv bewertet werden. An der Spitze stehen das Ansehen des Betriebs mit 92%, ein gutes Betriebsklima mit 91% sowie die Begleitung durch Ausbilderinnen und Ausbilder und Karrierechancen mit jeweils 88%. Auch eine gut organisierte Ausbildung wird mit 82% häufig bestätigt. Aus IHK-Sicht zeigt dies eine insgesamt starke Ausbildungsqualität in den Betrieben; Entwicklungspotenzial besteht vor allem bei finanzieller Unterstützung wie Kostenübernahme für den Berufsschulbesuch oder zusätzlichen Leistungen.

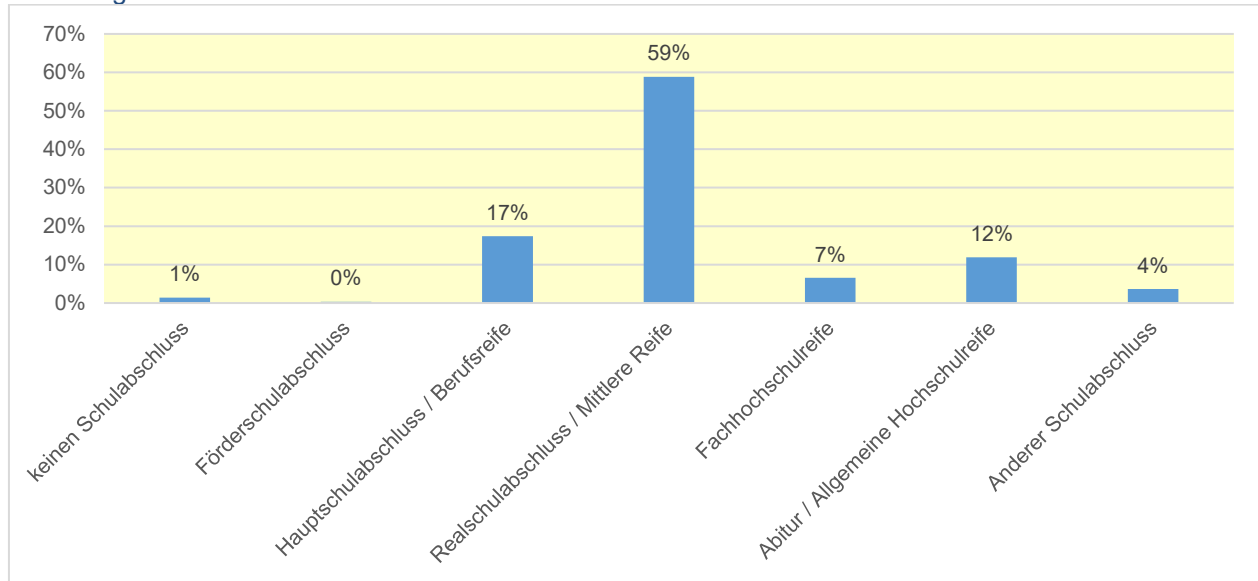
Abbildung 24: Welche der folgenden Aspekte treffen auf Ihren Ausbildungsbetrieb zu? (Mehrfachnennungen möglich)



4. PERSÖNLICHE ANGABEN

60% der Befragten waren männlich und 39% weiblich. Weitere 1% ordnen sich als divers ein, 1% machte keine Angabe. Damit bleibt die Geschlechterverteilung in der Befragung weiterhin stärker männlich geprägt. Aus IHK-Sicht unterstreicht dies, dass die duale Ausbildung für alle Geschlechter attraktiv bleiben und geschlechterunabhängig beworben werden sollte. **Abbildung 21** zeigt, dass die Mittlere Reife mit 59% der häufigste Schulabschluss unter den Auszubildenden ist. Es folgen der Hauptschulabschluss mit 17% und das Abitur bzw. die Allgemeine Hochschulreife mit 12%; die Fachhochschulreife liegt bei 7%. Damit wird deutlich, dass die duale Ausbildung Jugendliche mit unterschiedlichen Bildungswegen erreicht. Aus IHK-Sicht bleibt Berufsorientierung an allen Schulformen wichtig – insbesondere auch an Gymnasien, um die Ausbildung als gleichwertige Karriereoption sichtbar zu machen.

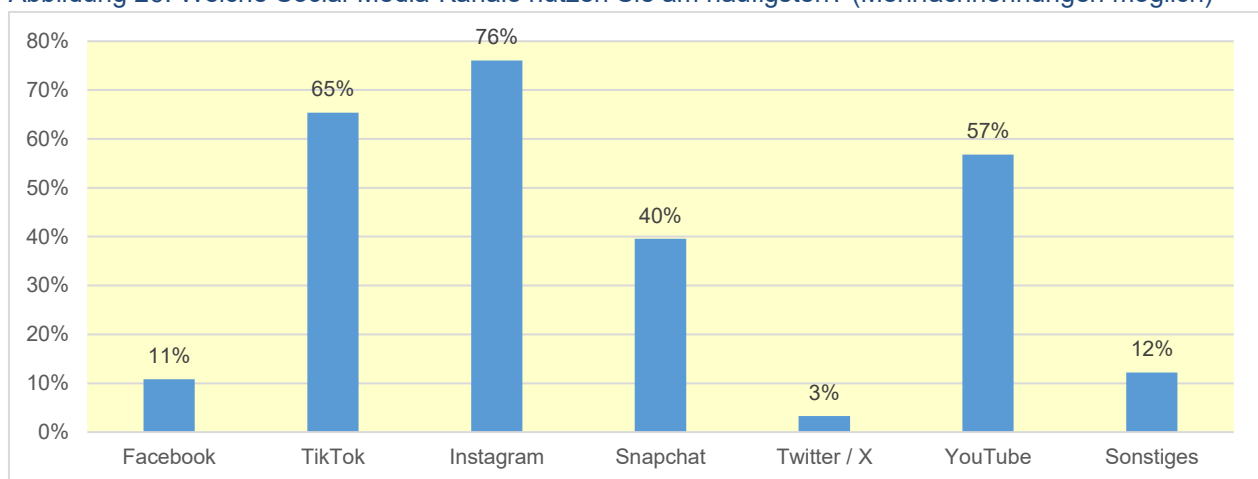
Abbildung 25: Welchen Schulabschluss haben Sie erworben?



Azubi-Marketing braucht die richtigen Kanäle

Aus **Abbildung 26** geht hervor, welche Social-Media-Kanäle Jugendliche besonders häufig nutzen. An der Spitze steht Instagram mit 76%, gefolgt von TikTok mit 65% und YouTube mit 57%. Snapchat erreicht mit 40% ebenfalls eine relevante Reichweite, während Facebook und X/Twitter deutlich zurückliegen. Aus IHK-Sicht eignen sich vor allem Instagram, TikTok und YouTube für Azubi-Marketing und Berufsorientierung, da Unternehmen junge Zielgruppen dort besonders wirksam erreichen können.

Abbildung 26: Welche Social-Media-Kanäle nutzen Sie am häufigsten? (Mehrfachnennungen möglich)



Aus **Abbildung 27** geht hervor, dass integrierte KI von vielen Auszubildenden bereits genutzt wird. Am häufigsten erfolgt die Nutzung in der Freizeit mit 64%, gefolgt von Lernaufträgen in der Berufsschule mit 46%. Im Ausbildungsbetrieb spielt KI mit 18% bislang eine deutlich geringere Rolle; 19% nutzen sie gar nicht. Dies zeigt, dass KI-Kompetenzen zunehmend relevant werden und Betriebe darin Chancen sehen können, junge Menschen behutsam an den verantwortungsvollen Einsatz von KI in der Arbeitswelt heranzuführen.

Abbildung 27: Wie nutzen Sie in Ihrem Alltag integrierte Künstliche Intelligenz (KI)?

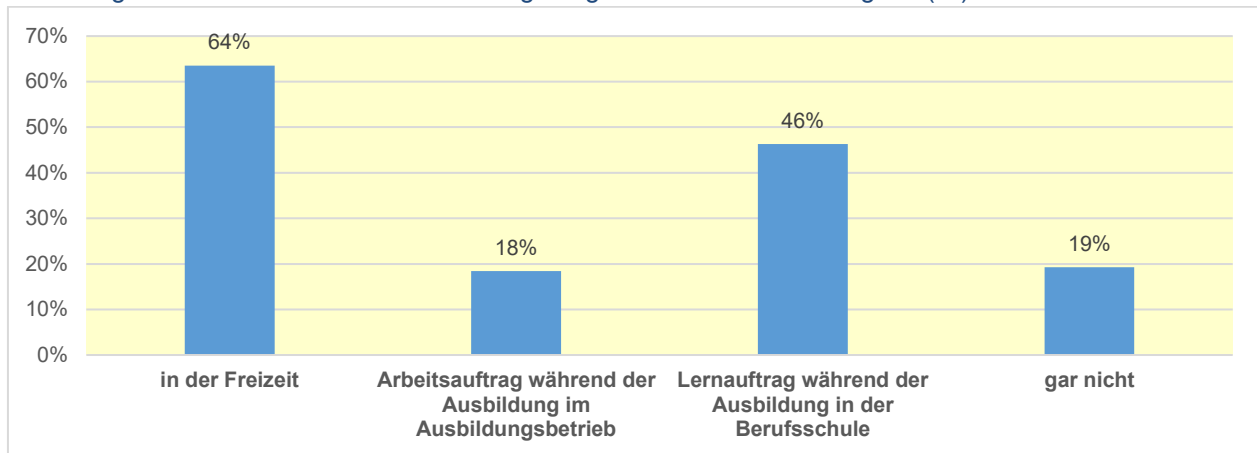
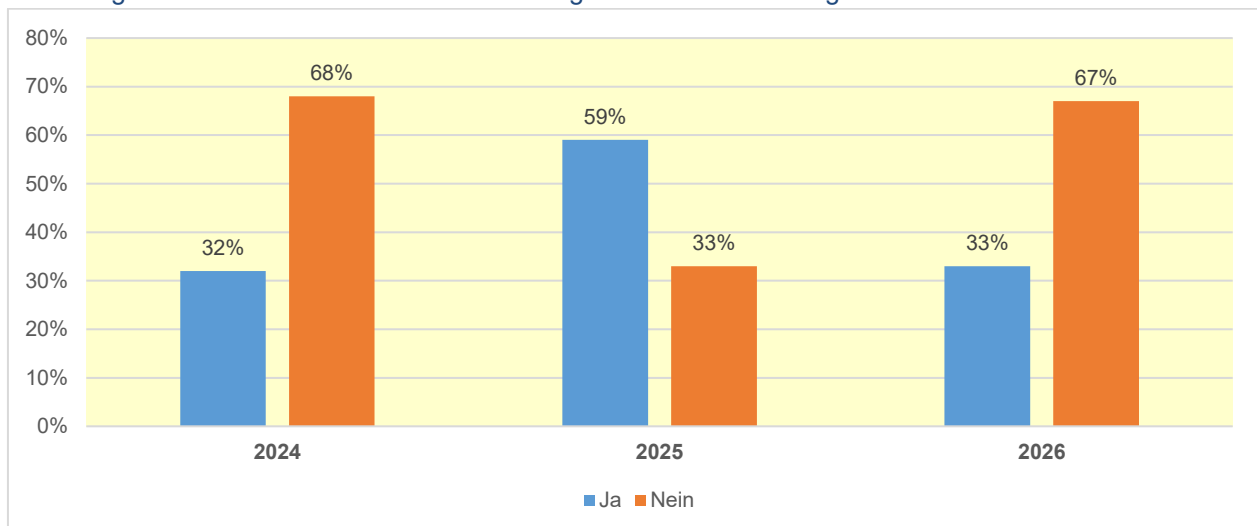


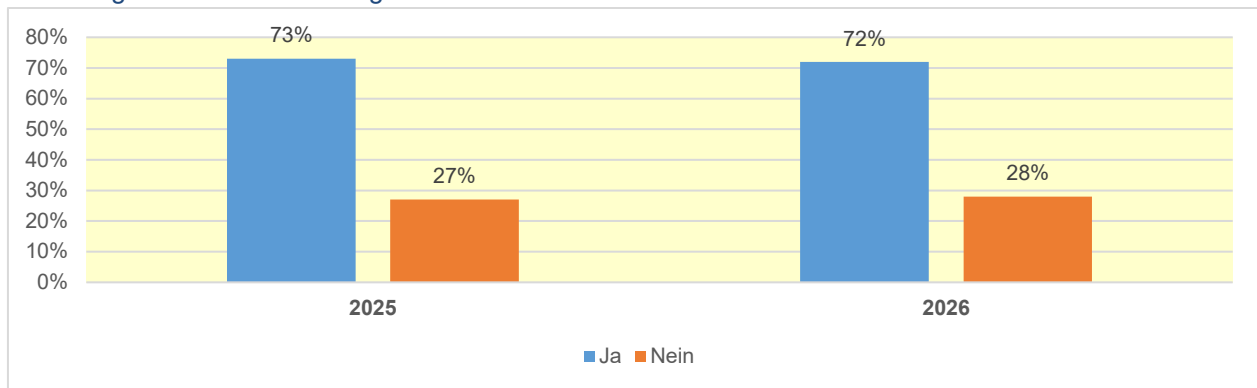
Abbildung 28 zeigt, dass 2026 nur 33% der Jugendlichen Angebote von Ausbildungsbetrieben auf Social Media wahrnehmen. Nach dem deutlichen Anstieg im Jahr 2025 auf 59% fällt der Wert damit wieder nahezu auf das Niveau von 2024 zurück. 67% nehmen entsprechende Angebote aktuell nicht wahr. Damit bleibt Social Media ein wichtiger Kanal im Ausbildungsmarketing; entscheidend ist jedoch, Inhalte sichtbar, zielgruppengerecht und kontinuierlich zu platzieren.

Abbildung 28: Nehmen Sie auf Social Media Angebote von Ausbildungsbetrieben wahr?



Aus **Abbildung 29** geht hervor, dass die große Mehrheit der Ausbildungsunternehmen auf Social Media vertreten ist. 2026 bestätigen dies 72% der Auszubildenden, damit bleibt der Wert nahezu stabil gegenüber 2025. 28% geben an, dass ihr Ausbildungsunternehmen dort nicht vertreten ist. Social Media ist bei vielen Ausbildungsbetrieben bereits fester Bestandteil der Außendarstellung, bietet aber weiterhin Potenzial, um junge Menschen sichtbarer und direkter zu erreichen.

Abbildung 29: Ist Ihr Ausbildungsunternehmen auf Social Media vertreten?



Bei den IHK-Angeboten ist vor allem die Ausbildungsberatung mit 43% bekannt, wie aus **Abbildung 30** sichtbar wird. Es folgen regionale Berufsfindungsmessen mit 33% sowie Azubi-Workshops und Prüfungsvorbereitung mit 28%. Unterstützungsangebote bei Problemen in der Ausbildung kennen 21% der Befragten. Die bundesweite Ausbildungskampagne ist inzwischen jedem zehnten Auszubildenden vertraut, ein Anstieg um 5% im Vergleich zum Vorjahr. Für die IHK zeigt sich: Die etablierten Beratungs- und Messeformate sind sichtbar, zugleich bieten weitere Angebote noch Potenzial für eine stärkere Kommunikation gegenüber Jugendlichen.

Abbildung 30: Welche Angebote der IHK kennen Sie?

