iwd

Der Informationsdienst
des Instituts der deutschen Wirtschaft

Ausbilderbefragung | 02.11.2026 | Lesezeit 4 Min.

Berufsausbildung: Die Nachwuchs-Macher

Weil Fachkräfte in vielen Bereichen der deutschen Wirtschaft knapp sind, ist die betriebliche Berufsausbildung wichtiger denn je. Der Nachwuchs qualifiziert sich allerdings nicht von allein – der Ausbilderbefragung des IW zufolge ist eine Vielzahl von Maßnahmen für den Erfolg des gesamten Ausbildungsprozesses maßgeblich.

Weil die große Gruppe der Babyboomer in Deutschland nach und nach aus dem Berufsleben ausscheidet, sind nachrückende junge Fachkräfte für die Unternehmen so wertvoll wie nie zuvor. In dieser Situation ist die duale Berufsausbildung hierzulande ein echter Trumpf – im Jahr 2024 beispielsweise bestanden fast 340.000 Azubis ihre Abschlussprüfung.

Ein Selbstläufer ist die Berufsausbildung allerdings nicht:

Hochgerechnet konnten Firmen im Jahr 2024 rund 260.000 Ausbildungsstellen – etwa ein Drittel des Angebots – nicht besetzen.

Und da die Ausbildung für die Unternehmen Geld kostet – netto sind es im Schnitt gut 8.000 Euro je Azubi und Jahr –, ist es umso wichtiger, dass möglichst viele junge Menschen die Ausbildung erfolgreich abschließen. Tatsächlich aber wurden im Jahr 2024 fast drei von zehn Ausbildungsverhältnissen vorzeitig beendet. Letztlich rentieren sich die Qualifizierungsanstrengungen für den jeweiligen Betrieb erst, wenn die frischgebackenen Fachkräfte nach bestandener Prüfung im Betrieb bleiben.

> Azubis gewinnen, begleiten und nach der Prüfung übernehmen – dass dieser Dreiklang funktioniert, liegt nicht zuletzt an den Ausbilderinnen und Ausbildern.

Ob die Unternehmen die Jugendlichen erfolgreich begleiten können, hängt maßgeblich von den vielfältigen Tätigkeiten der Ausbilder – Frauen wie Männer – ab. Vor diesem Hintergrund hat das IW im Rahmen von NETZWERK Q mehr als 600 von ihnen gefragt, welche Maßnahmen dazu beitragen, die verschiedenen Phasen der Ausbildung bestmöglich zu gestalten. Die Ergebnisse:

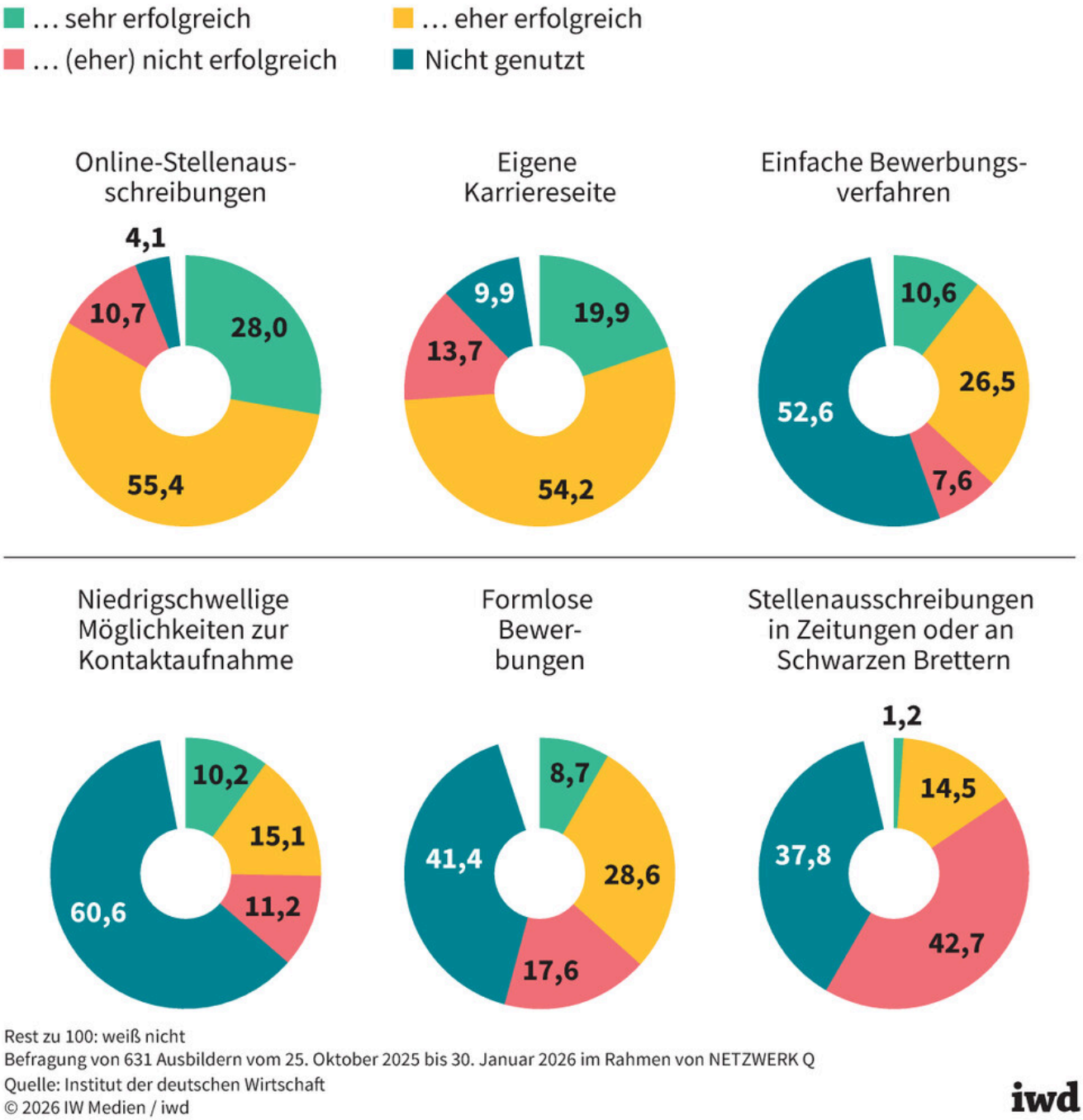
Auszubildende gewinnen. Für die meisten Schulabgänger dürfte die Wirtschaft unbekanntes Terrain sein. Daher muss jeder Betrieb mögliche Bewerber erst mal auf sich und seine Ausbildungsberufe aufmerksam machen. Der Ausbilderbefragung zufolge gelingt dies mit Abstand am besten durch Praktika: Fast 86 Prozent der Befragten geben an, ihr Unternehmen setze diese Form der Azubi-Werbung sehr oder eher erfolgreich ein. Die an zweiter und dritter Stelle genannten Maßnahmen – Schulkooperationen sowie Ausbildungs- und Karrieremessen – kommen jeweils „nur“ auf gut 60 Prozent. Andere Optionen wie den Einsatz von Ausbildungsbotschaftern bewerten die Ausbilder ebenfalls positiv, sie werden allerdings noch längst nicht von allen Unternehmen genutzt.

Interesse zu wecken ist das eine, am Ende gilt es, die jungen Leute tatsächlich für eine Bewerbung zu motivieren. Auch hier erweist sich eine Maßnahme als besonders vielversprechend (Grafik):

Mehr als 83 Prozent der Ausbilder in Deutschland sagen, Online-Stellenausschreibungen seien ein (sehr) erfolgreicher Weg, Jugendliche zu einer Bewerbung um einen Ausbildungsplatz zu bewegen.

Ausbildung:
Wie Betriebe Jugendliche zur Bewerbung motivieren

So viel Prozent der Ausbilder in Deutschland sagen, dass diese Maßnahmen … sind, wenn es darum geht, Jugendliche zur Bewerbung um einen Ausbildungsplatz zu bewegen



Rest zu 100: weiß nicht
Befragung von 631 Ausbildern vom 25. Oktober 2025 bis 30. Januar 2026 im Rahmen von NETZWERK Q
Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft
© 2026 IW Medien / iwd

iwd

Eine firmeneigene Karriereseite halten rund 74 Prozent für einen geeigneten Weg. Darüber hinaus stuft ein relevanter Teil der Ausbilder auch einfache Bewerbungsverfahren oder niedrigschwellige Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme – indem beispielsweise ein konkreter Ansprechpartner zur Verfügung steht – als hilfreich ein. Diese Instrumente nutzt bisher jedoch nur eine Minderheit der

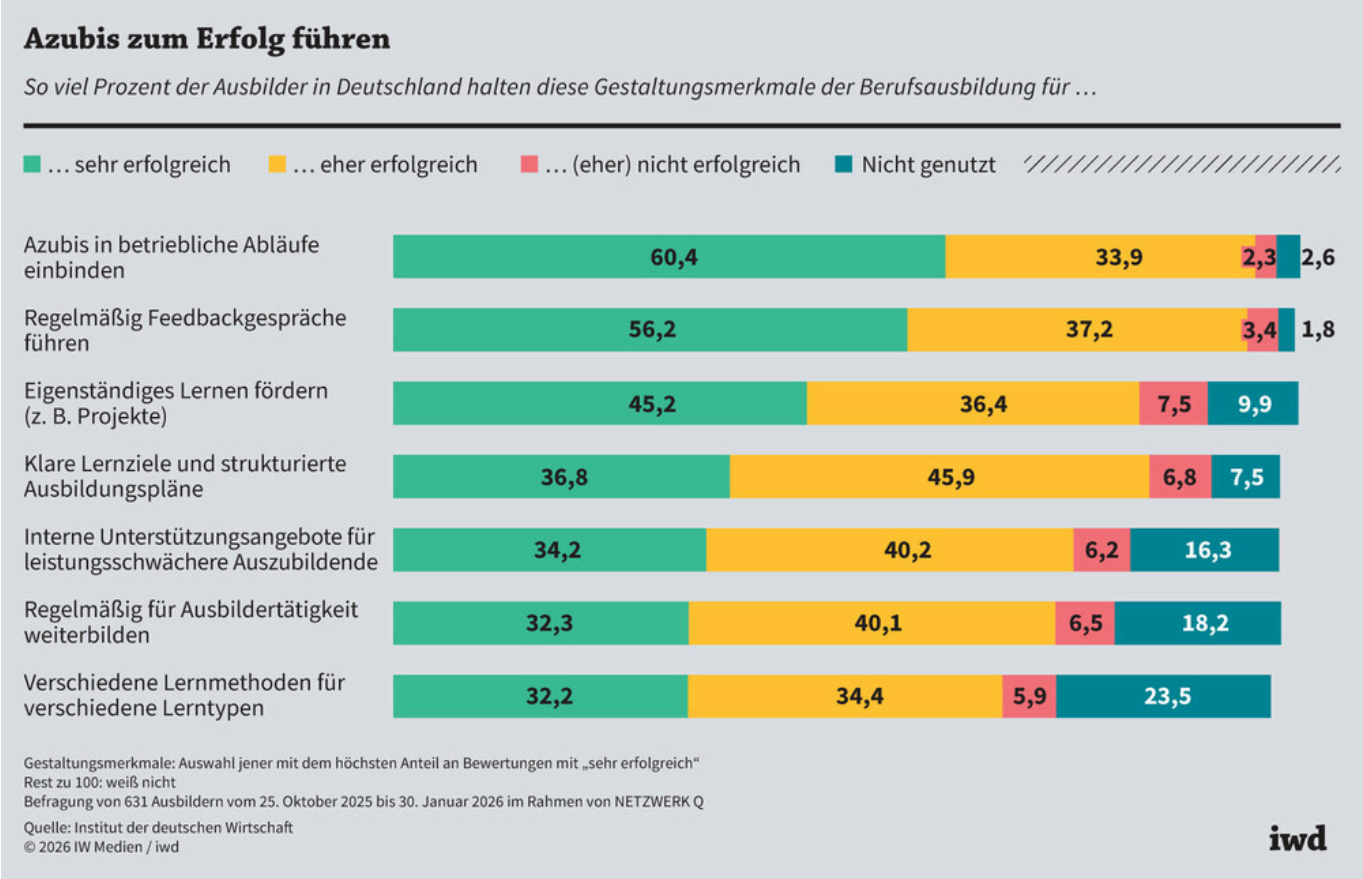
Unternehmen.

Im Anschluss an die erfolgte Bewerbung setzen viele Firmen auf Preboarding-Maßnahmen wie informelle Kennenlerntermine oder eine Einladung zu Betriebsfesten, um die Verbindung zu ihren künftigen Azubis frühzeitig zu stärken.

Auszubildende begleiten. Die Ausbilder erleichtern den neuen Azubis auf vielfältige Weise den Einstieg. Besonders weit verbreitet sind Betriebsrundgänge, Treffen mit den neuen Kollegen und den Führungskräften sowie spezifische Willkommensveranstaltungen. Vor allem in größeren Unternehmen mit mehreren Auszubildenden veranstalten die Ausbilder für sie auch Teambuilding-Events. Alle diese Maßnahmen bewertet eine große Mehrheit der Befragten als erfolgreich.

Im weiteren Verlauf der Ausbildung kommt es darauf an, die Nachwuchskräfte zu begleiten und zu unterstützen. Dafür tun die Unternehmen viel (Grafik):

Mehr als neun von zehn Ausbildern geben an, dass sie ihre Azubis in betriebliche Abläufe einbinden und dass es regelmäßige Feedbackgespräche gibt.

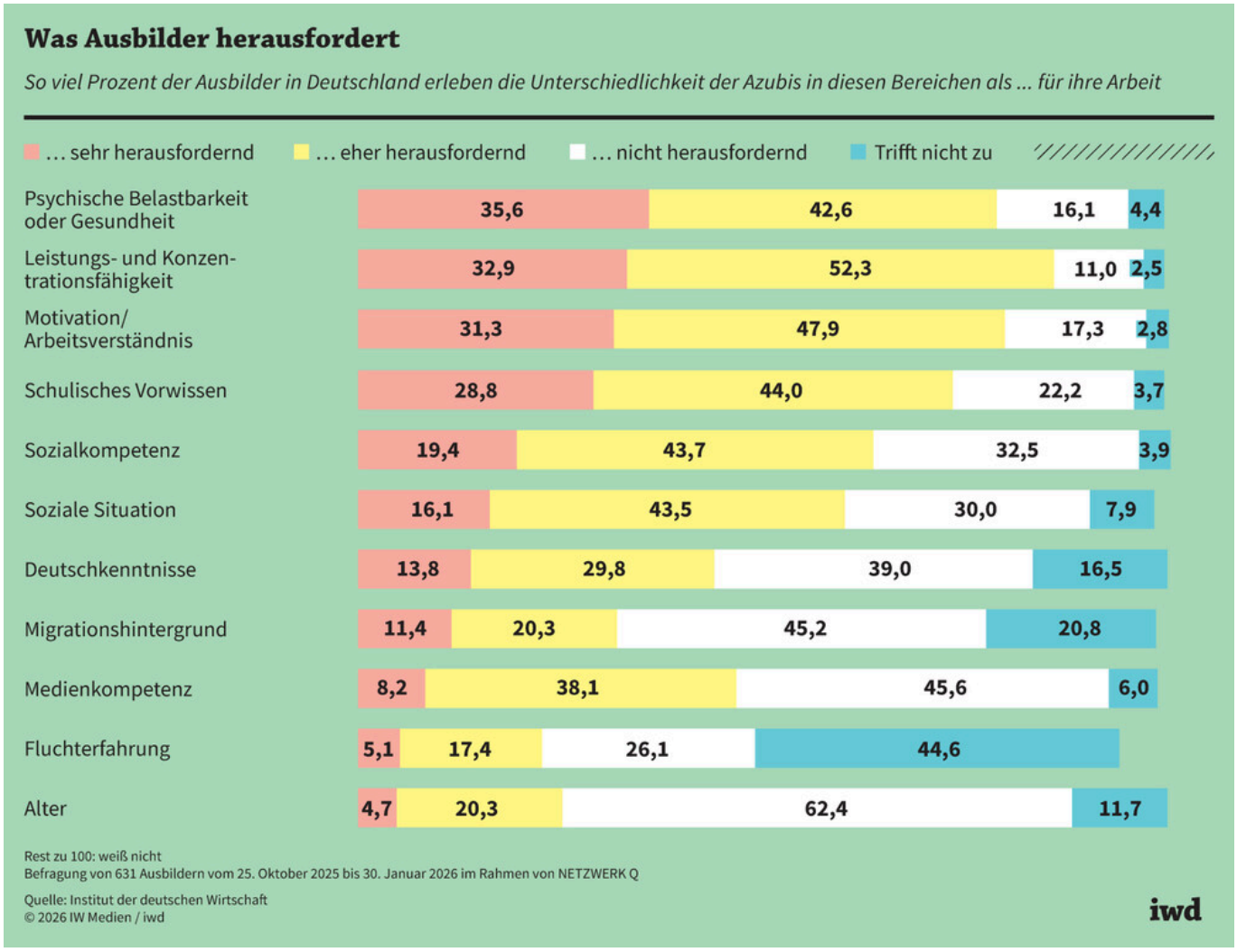


Etwas seltener eingesetzt, aber ebenfalls positiv bewertet werden unter anderem die

Arbeit an Projekten und die Vereinbarung klarer Lernziele.

Als wichtig und erfolgreich betrachten die Ausbilder auch die spezielle Unterstützung leistungsschwächerer Auszubildender sowie den Einsatz unterschiedlicher Lernmethoden. Dies könnte auch damit zusammenhängen, dass die Azubis heutzutage insgesamt als heterogener wahrgenommen werden. Die meisten Ausbilder fühlen sich zwar gut vorbereitet, mit diesen größeren Unterschieden umzugehen. Die Heterogenität der jungen Menschen macht es dennoch oft anspruchsvoller, Lernprozesse zu gestalten (Grafik):

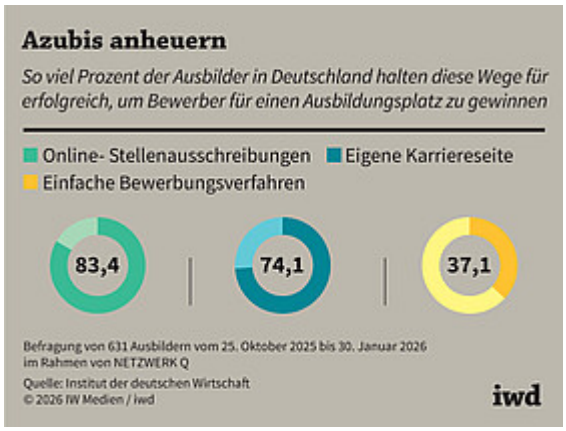
Am häufigsten als sehr herausfordernd benennen die Ausbilder die psychische beziehungsweise gesundheitliche Verfassung der Azubis, ihre Leistungs- und Konzentrationsfähigkeit sowie ihre Motivation und ihr Arbeitsverständnis.



Strukturelle und demografische Merkmale wie unterschiedliche Deutschkenntnisse, ein Migrationshintergrund oder das Alter nehmen die Ausbilder dagegen recht selten als sehr herausfordernd wahr.

Auszubildende übernehmen. Gegen Ende der Ausbildung werden Instrumente wichtig, die dazu beitragen, die Auszubildenden nach bestandener Abschlussprüfung im Unternehmen zu halten. Denn knapp drei Viertel aller ausbildenden Betriebe streben regelmäßig die vollständige Übernahme ihrer Auszubildenden an.

Aus der Sicht von jeweils mehr als 90 Prozent der Ausbilder erweisen sich in diesem Kontext die frühzeitige Besprechung von Übernahme- und Entwicklungsperspektiven mit den Azubis sowie die Unterbreitung eines konkreten Übernahmeangebots als erfolgreich. Auch den künftigen Mitarbeitern bereits berufsbegleitende Weiterbildungsmöglichkeiten aufzuzeigen, hat sich bewährt.



Kernaussagen in Kürze: