

Ausbildungsmarkt | 16.02.2012 | Lesezeit 3 Min.

Strategien gegen Leerstellen

Weil die Zahl der Schulabgänger sinkt, müssen die Unternehmen bei der Rekrutierung von Auszubildenden neue Wege gehen – indem sie zum Beispiel leistungsschwächere Jugendliche noch stärker fördern und die betriebliche Ausbildung für Abiturienten noch attraktiver gestalten.

Die robuste Konjunktur in Deutschland hat dem Arbeitsmarkt kräftig auf die Sprünge geholfen. Davon profitiert auch der Nachwuchs, der auf ein großes Angebot zurückgreifen kann, wie die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge zeigt:

Im Jahr 2011 haben die Unternehmen und der Staat insgesamt rund 570.100 Auszubildende neu eingestellt – 1,8 Prozent mehr als im Vorjahr.

Rund 60 Prozent der Neuverträge wurden in Industrie und Handel abgeschlossen. Die dortigen Unternehmen haben die Zahl ihrer neuen Azubis sogar um 3,5 Prozent gesteigert. Im öffentlichen Dienst und in der Landwirtschaft ging die Zahl der neu unterzeichneten Ausbildungsverträge dagegen zurück; im Handwerk blieb sie konstant.

Auch regional verlief die Entwicklung höchst unterschiedlich: Während im Westen knapp 4 Prozent mehr junge Leute in die Berufsausbildung starten konnten, sank die Zahl der Neuverträge im Osten um fast 8 Prozent. Dies ist jedoch nicht auf mangelndes Engagement der Unternehmen zurückzuführen, sondern auf die

schrumpfende Zahl der Schulabgänger:

Während sich 2011 in Westdeutschland 3,6 Prozent mehr Jugendliche um einen Ausbildungsplatz bewarben als ein Jahr zuvor, waren es in Ostdeutschland 8,2 Prozent weniger.

Dies zeigt, wie stark die demografischen Veränderungen bereits heute den Ausbildungsmarkt prägen. Auch im Westen der Bundesrepublik werden aus Lehrstellen immer öfter Leerstellen – dort hat sich der Anteil der unbesetzten Ausbildungsplätze in den vergangenen Jahren ebenfalls merklich erhöht.

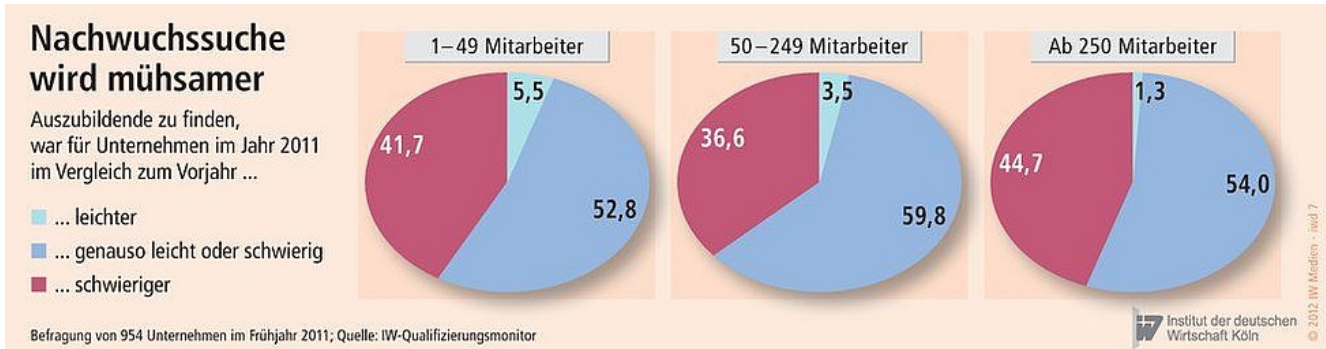
Was den Firmen Sorgen bereitet, kann die Jugendlichen freuen. Denn der Anteil der Ausbildungsplatzbewerber, die zum Start des Ausbildungsjahres nicht zum Zuge kamen, ist seit 2009 bundesweit gesunken. Zudem konnte die Hälfte der im vergangenen Jahr zunächst unversorgten Bewerber bis Ende Januar noch in eine Ausbildung nachvermittelt werden.

Dies ist möglich, weil das Angebot an Ausbildungsplätzen inzwischen größer ist als die Nachfrage. Rein rechnerisch gab es 2011 für 100 Bewerber 103 Lehrstellen.

Folglich bereitet die Suche nach geeigneten Auszubildenden den Unternehmen zunehmend Probleme, wie der vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) erstellte Qualifizierungsmonitor belegt. Der Befragung zufolge konnten zuletzt 27 Prozent der ausbildenden Unternehmen nicht alle Ausbildungsplätze besetzen. Die anderen Firmen mussten sich ebenfalls stärker um Nachwuchs bemühen:

Je nach Beschäftigtenzahl war es 2011 für bis zu 45 Prozent der Unternehmen schwieriger als im Vorjahr, Auszubildende zu finden.

Gerade Azubis sind für die Wirtschaft aber besonders wichtig: Indem die Unternehmen den jungen Leuten von Anfang an das betriebsspezifische Rüstzeug mitgeben, sichern sie nicht nur ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit, sondern letztlich die der gesamten



Bleiben Lehrstellen unbesetzt, müssen die Betriebe ausscheidende Mitarbeiter durch externe Fachkräfte ersetzen. Dies ist angesichts der Fachkräfteengpässe gerade für kleinere Unternehmen mühsam oder sogar unmöglich – vor allem im gewerblich-technischen Bereich.

Deshalb müssen die Firmen bei ihrer Suche nach Auszubildenden ihr Engagement weiter verstärken. Einige Optionen:

1. Spezielle Zielgruppen gewinnen.

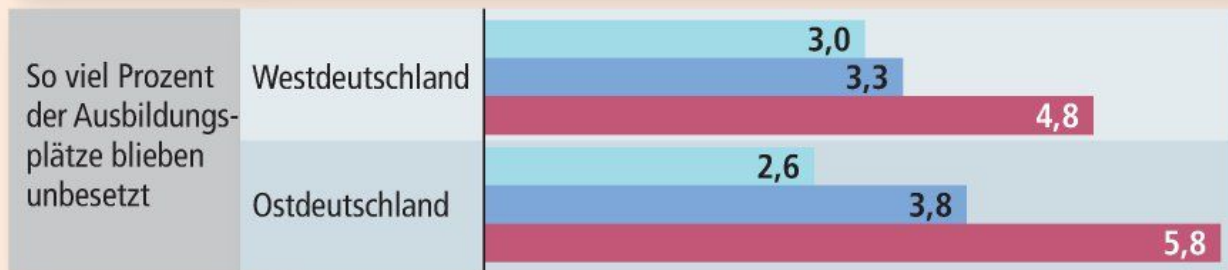
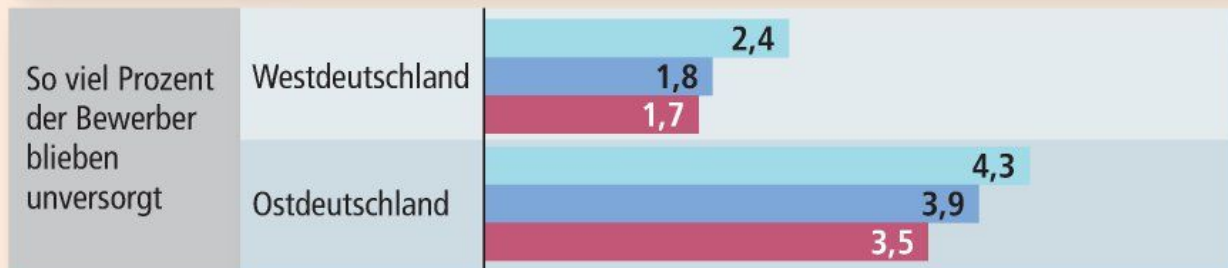
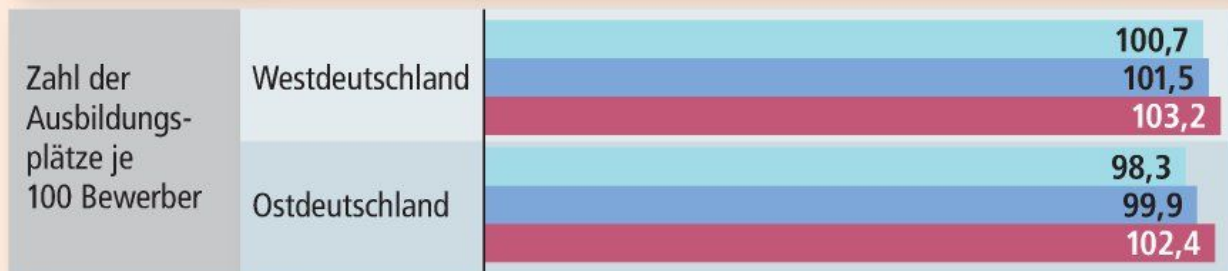
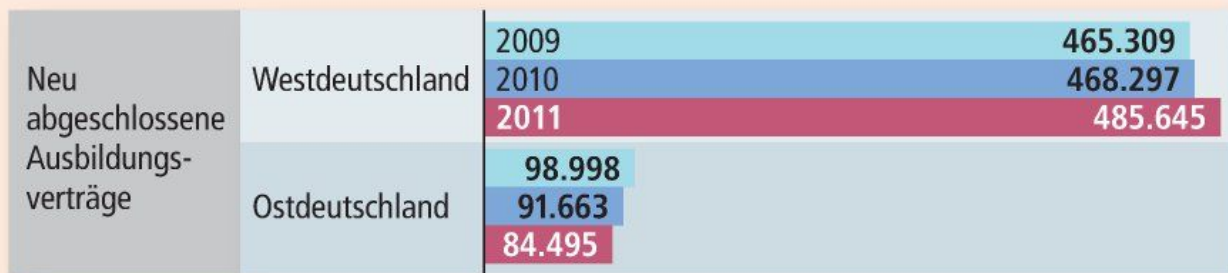
Manche Jugendliche mit Migrationshintergrund haben zwar mit der deutschen Sprache oder mit anderen Handicaps zu kämpfen, machen das aber teils durch viel Engagement und Motivation wett. Ähnliches gilt für behinderte junge Leute. Das können die Firmen für sich nutzen, sofern sie diesen jungen Leuten die Türen zur Ausbildung weiter öffnen.

2. Individuelle Förderung anbieten.

Durch Nachhilfe verbessern sich auch für leistungsschwächere Jugendliche die Chancen, den Ausbildungsabschluss zu schaffen. Derzeit unterstützt bereits jedes fünfte auszubildende Unternehmen seine Azubis mit Hauptschulabschluss dabei

(vgl. iwD 30/2011). Leistungsstarke Jugendliche wiederum entscheiden sich eher für eine betriebliche Berufsausbildung anstelle eines Studiums, wenn die Firmen ihnen Zusatzqualifikationen wie Rhetorikkurse bieten oder einen Auslandsaufenthalt ermöglichen. Solche Angebote unterbreitet schon fast jedes vierte ausbildende Unternehmen.

Ausbildungsmarkt: Mehr Stellen, weniger Bewerber



Ursprungsdaten: Bundesinstitut für Berufsbildung

 Institut der deutschen Wirtschaft Köln

© 2012 IW Medien · iwv 7

Doch selbst wenn die Betriebe all dies beherzigen, benötigen sie mitunter

Unterstützung – etwa wenn es um die Ausbildung von Jugendlichen mit Lernschwächen geht. So wünschen sich sechs von zehn Unternehmen eine externe Beratung für ihre Ausbilder, um leistungsschwächere Azubis besser fördern zu können.

Kernaussagen in Kürze:

- Weil die Zahl der Schulabgänger sinkt, müssen die Unternehmen bei der Rekrutierung von Auszubildenden neue Wege gehen.
- Im Jahr 2011 haben die Unternehmen und der Staat insgesamt rund 570.100 Auszubildende neu eingestellt – 1,8 Prozent mehr als im Vorjahr.
- Je nach Beschäftigtenzahl war es 2011 für bis zu 45 Prozent der Unternehmen schwieriger als im Vorjahr, Auszubildende zu finden.