

Fokus Niedersachsen

Unser Blickpunkt auf die Wirtschaft



IHKN-Ausbildungsumfrage 2024

August 2024



Wer wir sind

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der sieben niedersächsischen Industrie- und Handelskammern:

- IHK Braunschweig
- IHK Hannover
- IHK Lüneburg-Wolfsburg
- Oldenburgische IHK
- IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
- IHK für Ostfriesland und Papenburg
- IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum

Sie vertritt mehr als 500.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.



August 2024 | IHKN-Ausbildungsumfrage 2024

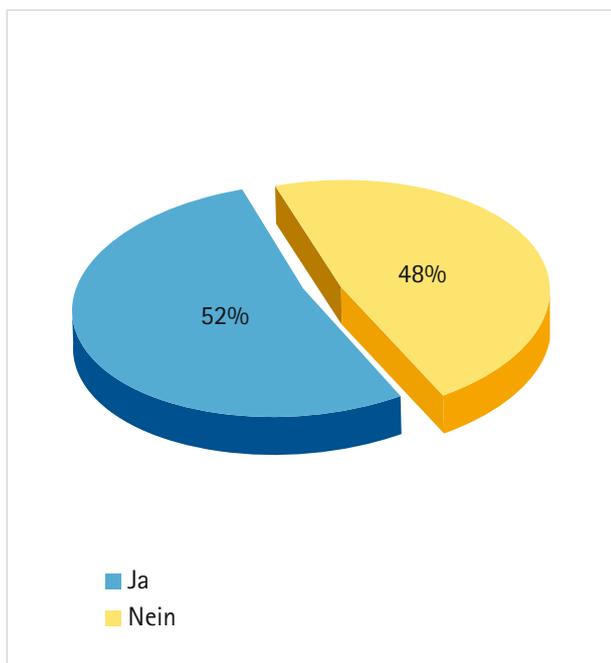
Einmal jährlich befragen die sieben niedersächsischen IHKS ihre Ausbildungsunternehmen zur aktuellen Situation. In diesem Jahr haben sich im Zeitraum vom 13. bis 31. Mai 2024 über 1.500 Unternehmen an der Umfrage beteiligt. Die Ergebnisse erlauben wertvolle Einblicke in die aktuellen Herausforderungen der beruflichen Aus- und Weiterbildung sowie in das umfassende Engagement der Unternehmen in und für die Ausbildung. In diesem Jahr gab es erstmals eine detaillierte Erhebung zu ausländischen Auszubildenden.

Der aktuelle IHKN-Fokus Niedersachsen „IHKN-Ausbildungsumfrage 2024“ stellt die Umfrageergebnisse vor und zeigt Handlungsbedarfe und -empfehlungen auf.





Fast die Hälfte der Unternehmen kann nicht alle Ausbildungsplätze besetzen



In der aktuellen Umfrage gaben 48 Prozent der niedersächsischen Ausbildungsbetriebe an, dass sie im Jahr 2023 nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen konnten. In mittlerweile fünf Branchen berichten mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen von unbesetzten Ausbildungsplätzen. Diese Branchen sind: Industrie (ohne Bau) mit 60,1 Prozent, Verkehr (Transport/Logistik) mit 59,4 Prozent, Gastgewerbe mit 57,6 Prozent, Baugewerbe mit 51,2 Prozent und Handel mit 50,4 Prozent.

Diesen negativen Trend beobachtet die IHK Niedersachsen seit einigen Jahren:

2021 konnten 41 Prozent der Unternehmen nicht alle Ausbildungsplätze besetzen, während es im Jahr 2022 bereits 44 Prozent waren.

Konnten Sie 2023 alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen?

Quelle: IHKN-Ausbildungsumfrage 2024

Als Hauptgrund für die unbesetzten Ausbildungsplätze gaben 66,3 Prozent der Unternehmen an, dass keine geeigneten Bewerbungen vorlagen. Dies stellt einen leichten Rückgang von 3,5 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr dar (2023: 69,8 Prozent). Alle Branchen der Industrie- und Handelskammern (IHKs) in Niedersachsen sind von diesem Phänomen betroffen. Besonders gravierend ist die Situation in der Branche „Unternehmensorientierte Dienste“, wo 100 Prozent der befragten Betriebe angaben, keine geeigneten Bewerbungen erhalten zu haben. Auch in den Bereichen Medien (80 Prozent), Banken und Versicherungen (76,7 Prozent) sowie Industrie (ohne Bau) (72,3 Prozent) wurde dieser Grund häufig genannt.

Ein weiterer Grund für die schwierige Besetzung der Ausbildungsplätze ist der generelle Bewerbermangel. So gaben 33 Prozent der Unternehmen an, dass sie überhaupt keine Bewerbungen erhalten haben. Besonders häufig war dies bei Unternehmen im Gastgewerbe (56,3 Prozent) und im Baugewerbe (53,2 Prozent) der Fall. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass das Ausbleiben von Bewerbungen branchenübergreifend und unabhängig von der Unternehmensgröße auftritt.



Azubi-Marketing wird individuell gestaltet



Auf die Frage „Welche Kanäle und Aktivitäten nutzen Sie, um auf sich als Ausbildungsbetrieb aufmerksam zu machen?“ antworteten 85,5 Prozent der befragten Unternehmen, dass sie eine eigene Website oder Karriereseite nutzen. 71,9 Prozent gaben an, durch eigene Mitarbeitende Werbung zu machen und 69,3 Prozent bieten Schüler- und Schnupperpraktika an. Plattformen wie LinkedIn, Xing oder Facebook werden von 36,6 Prozent der Unternehmen verwendet und 35,2 Prozent nutzen Anzeigen in Printmedien, um auf sich als Ausbildungsbetrieb aufmerksam zu machen. „Sonstige Werbeflächen“ werden von 15,4 Prozent der Befragten genutzt, während Werbung über TikTok, YouTube oder WhatsApp von 12,8 Prozent der Unternehmen genutzt werden. 10,2 Prozent der Befragten entsenden Ausbildungsbotschafter oder IHK-Ausbildungsscouts.

In Bezug auf die Effektivität dieser Kanäle und Aktivitäten bewerten 71,2 Prozent der Unternehmen die „Werbung durch eigene Mitarbeitende“ als sehr gut oder gut. Das Angebot von Schüler- und Schnupperpraktika erhielt ebenfalls eine positive Bewertung von 71 Prozent der Befragten.

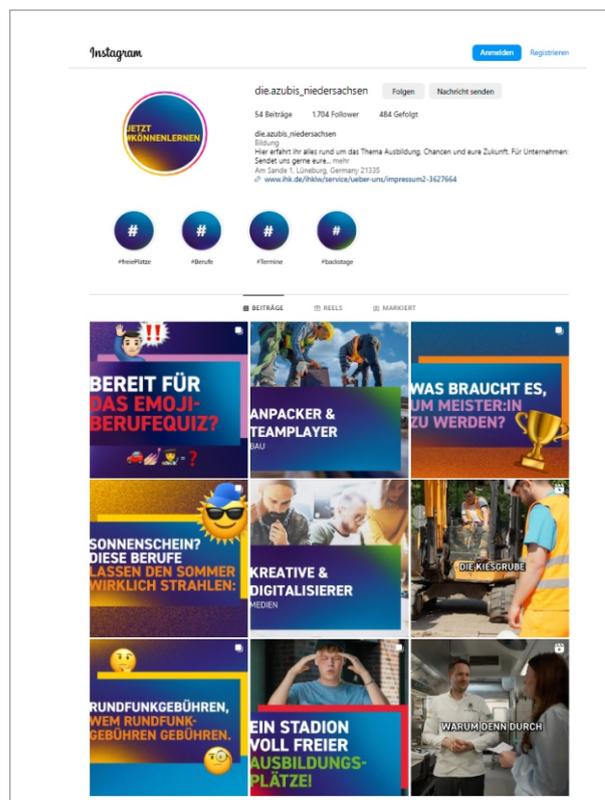
Im Zuge der Novellierung des Erlasses zur Berufsorientierung an Schulen 2024 muss ein verstärkter Praxisbezug in die Konzeption der Berufsorientierung integriert werden. Praktika sind hierbei ein wesentlicher Bestandteil, die flächendeckend und in allen Schulformen stattfinden und lokal koordiniert werden sollten.

Weitere Maßnahmen wie Schulkooperationen, Ausbildungsmessen oder Aktivitäten in sozialen Medien wurden von etwa der Hälfte der Umfrageteilnehmenden genannt und etwa die Hälfte der Befragten gab ein positives Feedback zu diesen Maßnahmen. Dies verdeutlicht, dass das Azubi-Marketing heute ein sehr individueller Prozess ist, der stark von der eigenen Arbeitgebermarke und lokalen Besonderheiten abhängt.



Die IHKs in Niedersachsen bieten hierzu individuelle Angebote und Unterstützungsleistungen an, zusätzlich zur gemeinsamen Online-Kampagne. Im Jahr 2024 wurde der Instagram-Kanal „@die.azubis_niedersachsen“ als regionale Plattform in die bundesweite IHK-Ausbildungskampagne „Ausbildung macht mehr aus uns“ integriert. Unter dem Motto „Jetzt #könnenlernen“ laden die 79 Industrie- und Handelskammern bundesweit dazu ein, das Lebensgefühl Ausbildung zu entdecken. Echte Azubis werben hierbei für eine Ausbildung in der Region. Über den Instagram-Kanal @die.azubis_niedersachsen und den TikTok-Kanal „die.azubis“ werden zusammen mehr als 45.000 Follower in der jungen Zielgruppe erreicht.

Bemerkenswert ist, dass fast 60 Prozent der Unternehmen, Ausbildungsbotschafter entsenden, die Maßnahme als gut oder sehr gut bewerten. „Anzeigen in Printmedien“ und „Sonstige Werbemittel“ wurden mit jeweils 60 Prozent als mittelmäßig oder kaum erfolgreich eingestuft.



Attraktivität der Ausbildung

Die aktuelle Umfrage hat verschiedene Angebote der Unternehmen abgefragt – nahezu alle Angebote wurden im Vergleich zu den vergangenen Jahren stärker bereitgestellt.

Auf die Frage „Inwiefern haben Sie in den vergangenen Jahren Ihre Ausbildung verändert, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für zukünftige Auszubildende zu machen?“ antworteten 62,4 Prozent der Unternehmen, dass sie flache Hierarchien im Betrieb implementiert haben. Das ist wie in den Vorjahren die häufigste Antwort und verdeutlicht das besondere Engagement der Unternehmen, die nicht nur werben, sondern auch ihre internen Strukturen anpassen, um für Auszubildende attraktiver zu werden.

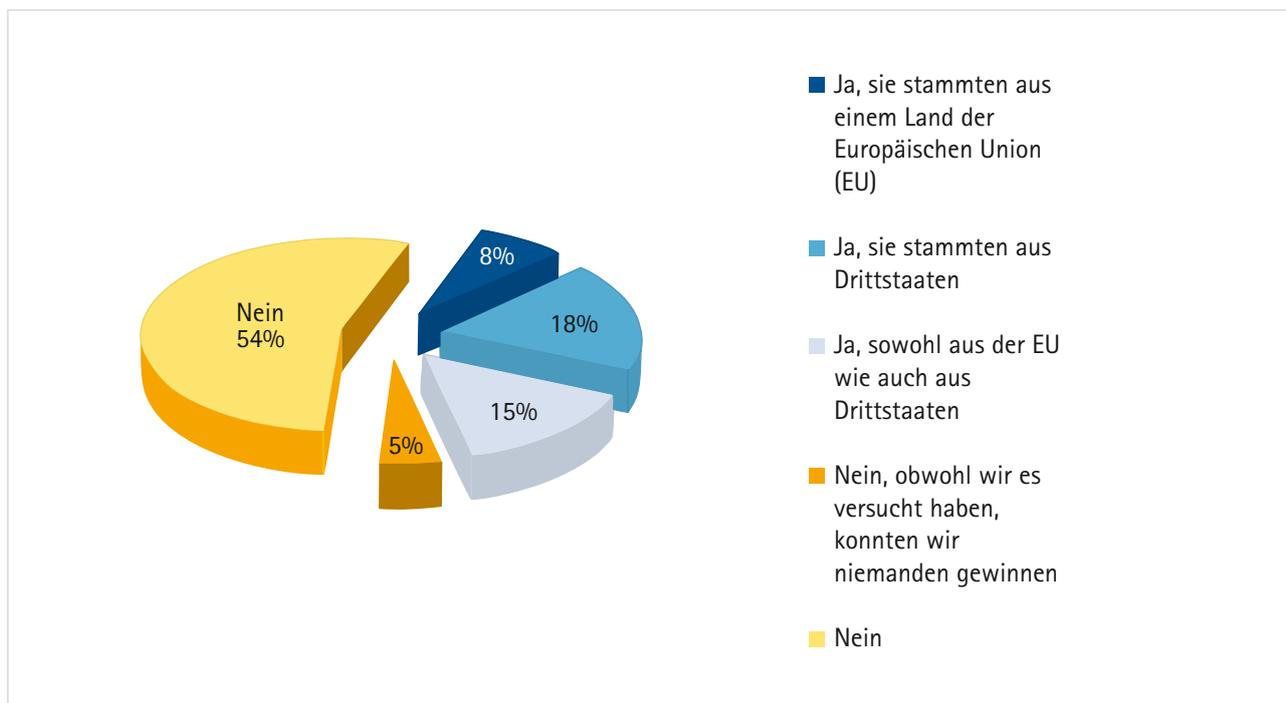
Etwa jeder zweite Betrieb bietet zur Steigerung der Attraktivität eine „Ausstattung mit moderner IT-Technik“ (59,9 Prozent) an, was einen Anstieg von 2,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. An dritter Stelle stehen „finanzielle und materielle Anreize“, die von 45,9 Prozent der Unternehmen angeboten werden. Das Angebot mit dem größten prozentualen Zuwachs ist die „Veränderung des Rekrutierungs- und Einstellungsprozesses“ (44,7 Prozent). Das ist ein Anstieg von 6,1 Prozent und ein deutliches Zeichen dafür, dass Betriebe ihre internen Abläufe und Prozesse ändern, um für Auszubildende attraktiver zu werden.

Darüber hinaus gaben 31,6 Prozent der Umfrageteilnehmer an, besondere Projekte für Auszubildende im Bereich Nachhaltigkeit oder sozialen Engagements anzubieten. 31,4 Prozent setzen auf neue Lehr- und Lernkonzepte, 17 Prozent bieten Mentorenprogramme an und 16,7 Prozent ermöglichen einen Auslandsaufenthalt.

Der Trend, dass „moderne IT-Ausstattung“ nicht nur in „White-Collar“-Berufen, sondern auch in der Industrie (48,7 Prozent; plus 5,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) und im Baugewerbe (56,2 Prozent; plus 7,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) angeboten wird, verstetigt sich auch in diesem Jahr.



Auszubildende aus dem Ausland



Haben Sie schon mal Auszubildende aus anderen Herkunftsländern ausgebildet?

Quelle: IHKN-Ausbildungsumfrage 2024

Als Konsequenz des weiter zunehmenden Stellenüberhangs auf dem Ausbildungsmarkt rekrutieren die IHK-Betriebe in Niedersachsen auch Auszubildende aus dem Ausland. So gaben 40,9 Prozent der Umfrageteilnehmenden an, dass sie schon mal Auszubildende aus anderen Herkunftsländern ausgebildet haben. 18,4 Prozent sagten, dass die Auszubildenden aus Drittstaaten stammten. 14,9 Prozent gaben an, Auszubildende sowohl aus der EU wie auch aus Drittstaaten auszubilden und 7,6 Prozent berichteten, dass die Auszubildenden aus einem Land der Europäischen Union (EU) stammten. 54,4 Prozent der Umfrageteilnehmenden meldeten, noch keine Auszubildenden aus anderen Herkunftsländern ausgebildet zu haben. Lediglich 4,6 Prozent haben bisher keine Auszubildenden aus anderen Herkunftsländern ausgebildet, weil sie niemanden gewinnen konnten, obwohl sie es versucht haben.

Als Haupthindernisse bei der Einstellung von Auszubildenden aus Drittstaaten nannten 80,1 Prozent, „zu geringe Deutschkenntnisse der Interessierten“. Das zweithäufigste adressierte Hindernis ist mit 38,2 Prozent „Bürokratie und Dauer der Verwaltungsverfahren“ (z.B. für Visum, Aufenthaltstitel). Fast jeder vierte Umfrageteilnehmer nannte „fehlenden Wohnraum in Betriebsnähe“ (23,4 Prozent). Außerdem wurden individuelle Unterstützungen bemängelt. So gaben 22,4 Prozent „fehlende Beratung zu rechtlichen Anforderungen bei Einstellung von Auszubildenden aus Drittstaaten“ an, „fehlende Unterstützungsangebote für die betriebliche Integration“ nannten 19 Prozent und 15,5 Prozent bemängelten „Fehlende Vermittlungsstrukturen und Unterstützung für die Gewinnung von Auszubildenden aus Drittstaaten“.

Die aktuelle Umfrage verdeutlicht erneut, dass mangelnde Sprachkenntnisse das größte Hindernis für die Migration in Ausbildung und Arbeit darstellen. Dies wird unabhängig von der Branche und der Betriebsgröße als das mit Abstand größte Hindernis identifiziert. Um das Potenzial der Einstellung von Auszubildenden aus Drittstaaten zu nutzen, ist eine langfristige, flächendeckende sprachliche Unterstützung in ganz Niedersachsen erforderlich.



Unternehmen übernehmen Verantwortung und bieten flexible Unterstützung



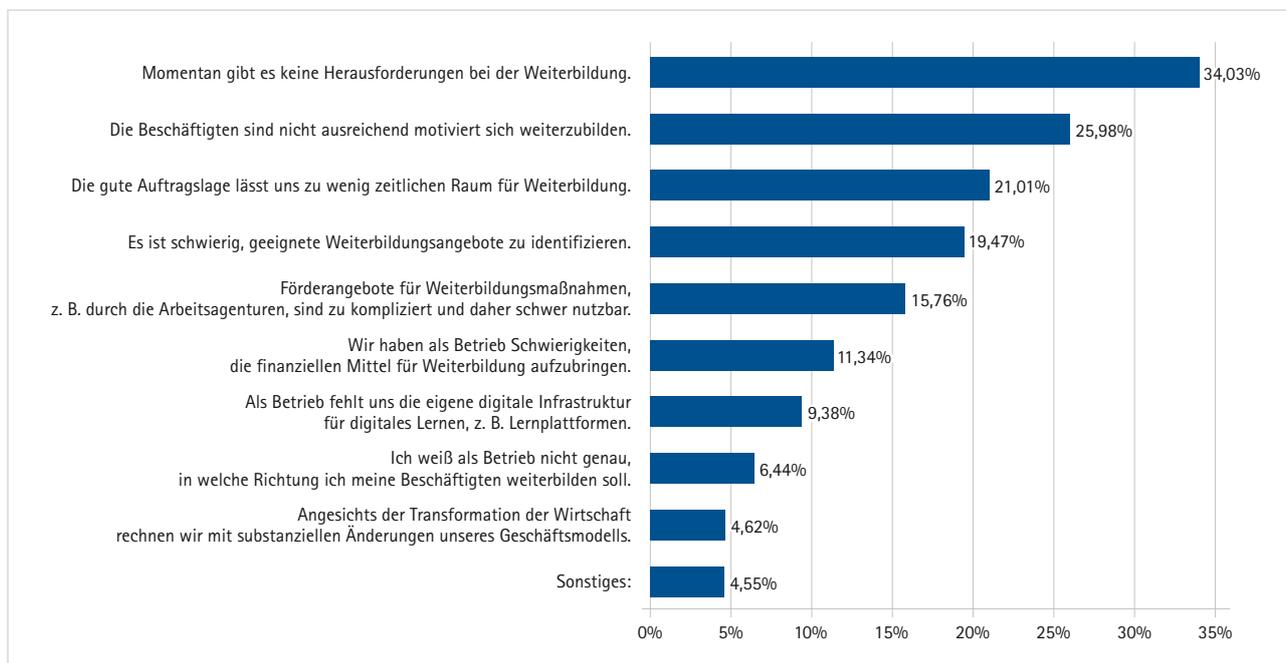
Auch in diesem Jahr geben über 80 Prozent der befragten Unternehmen an, dass es Ihnen möglich ist, Schulabgänger mit schwächeren Leistungen zu fördern und zu integrieren. Die niedersächsischen Unternehmen übernehmen dabei eine besondere Verantwortung: Jeweils 40,2 Prozent von ihnen bieten interne Nachhilfeprogramme an und geben grundsätzlich auch Jugendlichen mit Lernschwierigkeiten eine Chance, unabhängig von öffentlicher Unterstützung. Etwa 60 Prozent der Unternehmen in Branchen wie dem Gastgewerbe (61,7 Prozent), der Veranstaltungswirtschaft (60 Prozent) und dem Verkehrswesen (Transport/Logistik) (59,6 Prozent) berichteten, ebenfalls lernschwächeren Jugendlichen eine Chance zu geben, ohne öffentliche Unterstützung zu erhalten. Zusätzlich äußerte fast jeder fünfte Betrieb (18,1 Prozent) den Wunsch, mehr Ausbildungsplätze mit Jugendlichen mit Lernschwierigkeiten zu besetzen, sofern sie über deren Stärken und Schwächen besser informiert wären, beispielsweise durch eine differenziertere Beurteilung jenseits der Schulzeugnisse.

Jeweils 13,1 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass Sie „Angebote für langfristige Schülerpraktika zum Lernen im Betrieb geschaffen haben sowie zwei-stufige Ausbildungsmodelle nutzen. 12,6 Prozent bieten betriebliche Einstiegsqualifizierungen (EQ) an und 7,5 Prozent gaben an ehrenamtliche Mentoren und Paten einzusetzen.

Den größten prozentualen Anstieg gab es beim Einsatz der „Assistierten Ausbildung“ und inklusiver ausbildungsbegleitender Hilfen: von 5,6 Prozent bei der letzten Umfrage 2023 auf 11,9 Prozent in diesem Jahr. Das zeigt: Inklusion hat in den Unternehmen und Betrieben in Niedersachsen Einzug gehalten.



Konjunktur beeinflusst Weiterbildung



Welches sind aus Ihrer Sicht derzeit die größten Herausforderungen bei der beruflichen Weiterbildung Ihrer Beschäftigten?

Quelle: IHKN-Ausbildungsumfrage 2024

In der vorliegenden Umfrage äußern 34 Prozent der Teilnehmenden, dass sie gegenwärtig keine Herausforderungen im Bereich der Weiterbildung erkennen. Diese Entwicklung wäre prinzipiell erfreulich, wenn nicht die verbleibenden 66 Prozent verschiedene Herausforderungen ansprechen würden.

Die Ergebnisse der Umfrage im letzten Jahr zeigten, dass die gute Auftragslage den Unternehmen zu wenig Zeit für Weiterbildungsmaßnahmen ließ (29,4 Prozent). Gleichzeitig gaben 21 Prozent der Befragten an, dass die Beschäftigten nicht ausreichend motiviert waren, sich weiterzubilden. Die aktuelle konjunkturelle Situation hat dieses Bild jedoch verändert. Im Jahr 2024 sehen die Unternehmen die größte Herausforderung in der Weiterbildung darin, dass es auf Seiten der Beschäftigten zu wenig Motivation für Weiterbildung gibt (26 Prozent), dagegen geben nur 21 Prozent an, dass die gute Auftragslage zu wenig Zeit für Weiterbildung lässt.

Die „IHKN Erfolgsstudie Weiterbildung“ hat 2023 noch einmal herausgestellt, dass die Hauptgründe für eine IHK-Weiterbildung ein besseres Einkommen und beruflicher Aufstieg sind. Wenn dies aufgrund schwacher Konjunktur von den Unternehmen nicht geboten werden kann, wird die Motivation der Mitarbeiter für die Unternehmen zu einer größer werdenden Herausforderung.

In der aktuellen Umfrage informierten 19,5 Prozent der Teilnehmenden darüber, dass es schwierig sei, geeignete Weiterbildungsangebote zu identifizieren. Für 15,8 Prozent der befragten Betriebe sind die Förderangebote für Weiterbildungsmaßnahmen, beispielsweise durch die Arbeitsagenturen, zu kompliziert und daher nur schwer nutzbar. Jeweils rund jedes zehnte Unternehmen nannte Schwierigkeiten bei der Bereitstellung finanzieller Mittel für Weiterbildung (11,3 Prozent) und einen Mangel an eigener digitaler Infrastruktur für digitales Lernen, wie beispielsweise Lernplattformen (9,4 Prozent), als Herausforderungen.



Zentrale Ergebnisse

- Der Bewerbermangel stellt eine der zentralen Herausforderungen der Ausbildungsunternehmen in Niedersachsen dar. 33 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass sie keinerlei Bewerbungen erhalten haben. Insbesondere Unternehmen aus dem Gastgewerbe (56,3 Prozent) und der Bau-Branche (53,2 Prozent) berichteten häufig von einem vollständigen Fehlen von Bewerbungen. Das Ausbleiben von Bewerbungen ist unabhängig von der Unternehmensgröße und weder bereits vorhandene Auszubildende noch das Vorhandensein eines Tarifvertrags dienen als Anreize für Bewerbungen.
- Für die Migration in Ausbildung und Arbeit stellen, das bestätigt die Umfrage, mangelnde Sprachkenntnisse das Hauptproblem dar, und zwar unabhängig von Branchen und Unternehmensgrößen. Um das Potenzial der Einstellung von Auszubildenden aus Drittstaaten zu verbessern, sind langfristige und flächendeckende sprachliche Unterstützungsangebote erforderlich.
- Die konjunkturelle Lage hat die Herausforderungen in der Weiterbildung 2024 verändert: Die mangelnde Motivation der Beschäftigten (26 Prozent) ist laut der aktuellen Umfrage mittlerweile zentraler Hemmschuh. Dies wird nicht besser, denn die "IHKN Erfolgsstudie Weiterbildung" von 2023 zeigt, dass ein besseres Einkommen und beruflicher Aufstieg die Hauptgründe für eine IHK-Weiterbildung sind. Wenn Unternehmen diese Anreize aufgrund schwacher Konjunktur nicht bieten können, wird die Motivation zur Weiterbildung also eher noch herausfordernder.
- Das Angebot von Schüler- und Schnupperpraktika sehen 71 Prozent der Befragten als positive Maßnahme zur Nachwuchssicherung. Angesichts der Novellierung des Erlasses zur Berufsorientierung in Schulen sollte daher der Praxisbezug eine zentrale Rolle in der Konzeption von Berufsorientierung einnehmen. Praktika sind hierbei von entscheidender Bedeutung und sollten flächendeckend an allen Schulformen angeboten, lokal koordiniert und durch eine verstärkte Kooperation zwischen Schulen und der Wirtschaft unterstützt werden.



Fokus Niedersachsen

Unser Blickpunkt auf die Wirtschaft

August 2024

Ihr Ansprechpartner:

Sönke Feldhusen
Sprecher Berufliche Bildung

IHK Niedersachsen (IHKN)

Bischofsholer Damm 91
30173 Hannover

Telefon 04131 742 136

Telefon 0511 920 901 10

Fax 0511 920 901 11

E-Mail soenke.feldhusen@ihklw.de
info@ihk-n.de

Web www.ihk-n.de

Titelfoto: ©Urheber: Shutterstock / ALPA PROD
Seite 1: ©Urheber: 123rf.de / yurolaitsalbert
Seite 3: ©Urheber: #könnenlernen (DIHK-Bundeskampagne)
Seite 4: ©Urheber: [instagram.com/die.azubis_niedersachsen/](https://www.instagram.com/die.azubis_niedersachsen/)
Seite 6: ©Urheber: Shutterstock / goodluz
Seite 8: ©Urheber: Shutterstock / bbernard

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der IHK Braunschweig, IHK Hannover, IHK Lüneburg-Wolfsburg, Oldenburgischen IHK, IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim, IHK für Ostfriesland und Papenburg sowie IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum. Sie vertritt mehr als 500.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.

Der Fokus Niedersachsen erscheint in regelmäßigen Abständen zu aktuellen Themen aus Wirtschaft und Politik und steht unter: www.fokus-niedersachsen.de auch zum Download zur Verfügung.

Bitte beachten: Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Publikation auf die geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter.





IHK Niedersachsen (IHKN)

Bischofsholer Damm 91
30173 Hannover

Telefon 0511 920 901 10
Fax 0511 920 901 11

E-Mail noske@ihk-n.de
info@ihk-n.de

Web www.ihk-n.de