



Ergebnisse IHK-Onlineumfrage zur Aus- und Weiterbildung 2023

Baden-Württemberg



IHK Baden-Württembergischer
Industrie- und Handelskammertag

Impressum

Herausgeber und Copyright

Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag e.V. (BWIHK)

Jägerstraße 40 | 70174 Stuttgart | www.bw.ihk.de

© Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Autoren

BWIHK Federführung Ausbildung | Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart

Thomas Weise und Dr. Alicia Prochotta

Bildnachweise

Titelbild © Song_about_summer - adobe stock

Stand

August 2023

IHK-Kernbotschaften

<p>1. Bewerber dringend gesucht</p>	<p>Der Ausbildungsmarkt hat sich vollends zum Bewerbermarkt entwickelt. Fast die Hälfte, nämlich 49 Prozent aller IHK-Ausbildungsbetriebe, konnten im vergangenen Jahr nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen. Das sind noch einmal sechs Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Von dieser Hälfte der Unternehmen haben 35 Prozent keine einzige Bewerbung erhalten. Der Bewerbermangel hat dramatisch zugenommen.</p>
<p>2. Moderne Ausbildung wird zum Rekrutierungsinstrument</p>	<p>Ausbildungsbetriebe gestalten ihre Ausbildung modern - auch um damit als Ausbildungsbetrieb attraktiv zu sein. Flache Hierarchien und Ausstattung mit moderner IT-Technik stehen dabei ganz oben auf der Agenda und sind wichtige Signale an potenzielle Bewerber. Die Ausbildungsbetriebe passen auch ihre Rekrutierungs-/Einstellungsprozesse an, setzen finanzielle / materielle Anreize und gestalten ihre Lehr-/Lernkonzepte neu, um für junge Menschen attraktiv zu sein.</p>
<p>3. Frühzeitige Ansprache von Bewerbern wird immer wichtiger</p>	<p>Die Betriebe wissen, dass sie bereits vor der Ausbildung ansetzen müssen, um Bewerber anzusprechen. Sie engagieren sich deshalb verstärkt in der Berufsorientierung, z.B. indem sie Jugendlichen Schnuppertage bei den Praktikumswochen BW anbieten, Auszubildende als Ausbildungsbotschafter an Schulen schicken oder sogar feste Bildungspartnerschaften mit Schulen vereinbaren. 81 Prozent der befragten Betriebe wollen ihr Engagement in der beruflichen Orientierung künftig sogar noch weiter ausbauen.</p>
<p>4. Großteil der Unternehmen bietet Chancen für alle</p>	<p>Die Ausbildungsbetriebe in Baden-Württemberg unterstützen immer häufiger auch jungen Menschen, die mit Defiziten aus der Schule kommen und bieten ihnen eine Chance zum Einstieg in die Arbeitswelt. Im Jahr 2019 sahen noch 20,5 Prozent der befragten Betriebe in Baden-Württemberg keine Möglichkeit, junge Menschen mit Defiziten zu fördern und in Ausbildung zu integrieren. In 2022 sind es nur noch etwas mehr als 19 Prozent. Über 80 Prozent fördern somit aktiv Jugendliche mit schwierigen Voraussetzungen.</p>

Rahmenbedingungen der Umfrage und Beschreibung der Stichprobe

Ziel der IHK-Onlineumfrage zur Aus- und Weiterbildung ist es, die gegenwärtige Situation in den Betrieben besser zu verstehen, um die Ergebnisse in die politische Diskussion einbringen zu können.

Mit den Umfrageergebnissen soll das Engagement der Betriebe bei Aus- und Weiterbildung unterstrichen, aber auch auf die wachsenden Probleme bei der Sicherung von Fachkräften hingewiesen werden.

Die im Rahmen dieser Studie notwendige Datenerhebung erfolgte mittels einer Online-Umfrage bei Unternehmen, die im Zeitraum vom 8. Mai bis 26. Mai 2023 durchgeführt wurde.

Insgesamt haben deutschlandweit 14.278 Teilnehmer das Umfrageformular ausgefüllt. Aus Baden-Württemberg haben sich 3.007 Unternehmen an der Umfrage beteiligt.

Die Branchenzugehörigkeit zeigt auf, dass Teilnehmende aus insgesamt vierzehn Branchen kommen.

Mit rund 35 Prozent ($n = 1.052$) stammt der mit Abstand größte Teil der teilnehmenden Betriebe aus der Industrie (ohne Bau). Rund 28 Prozent aus dieser Teilgruppe ($n = 295$) sind im Maschinenbausektor tätig.

Mit knapp 14 Prozent ($n = 409$) der Teilnehmenden stellt der Handel die zweitgrößte Teilnehmergruppe an dieser Umfrage.

An der Umfrage Beteiligte stammen mit rund 68 Prozent ($n = 2.038$) aller Teilnehmenden aus einem Unternehmen, das weniger als 200 Mitarbeitende beschäftigt. Rund 46 Prozent ($n = 1.390$) der Teilnehmenden gibt an, dass in ihrem Unternehmen 20 bis 199 Mitarbeitende beschäftigt sind.

Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (53 Prozent, $n = 1.560$) beschäftigen zurzeit maximal 4 Auszubildende. Rund 43 Prozent ($n = 1.278$) haben 5 bis 100 Auszubildende. Knapp 4 Prozent ($n = 116$) bilden mehr als 100 Auszubildende aus.

Rund 50 Prozent ($n = 1.400$) bilden hauptsächlich in kaufmännischen Berufen aus. 39 Prozent ($n = 1.103$) bilden überwiegend Auszubildende in industriell-technischen Berufen aus. Die restlichen knapp elf Prozent ($n = 300$) bilden in Querschnittsberufen, wie insbesondere den IT-Berufen aus.

Rund 33 Prozent ($n = 987$) der Teilnehmenden gibt an, dass ihr Unternehmen an einen Tarifvertrag gebunden ist. Hingegen sind rund 67 Prozent ($n = 2.020$) an keinen Tarifvertrag gebunden.

Rund 96 Prozent der teilnehmenden Betriebe aus Baden-Württemberg bilden derzeit aus. Zeitliche und finanzielle Engpässe sowie mangelnde Bewerbungen bewegen Ausbildungsbetriebe jedoch oftmals dazu, sich aus der Ausbildung zurückzuziehen.

96 Prozent der teilnehmenden Unternehmen aus Baden-Württemberg bilden derzeit aus. Der Anteil der Nichtausbildungsbetriebe liegt bei rund 4 Prozent und befindet sich damit auf Vorjahresniveau. Der größte Anteil (91 Prozent) der Nichtausbildungsbetriebe gibt jedoch an, ausbildungsberechtigt zu sein. Davon haben bereits rund 85 Prozent der Betriebe schon einmal in den letzten 10 Jahren ausgebildet.

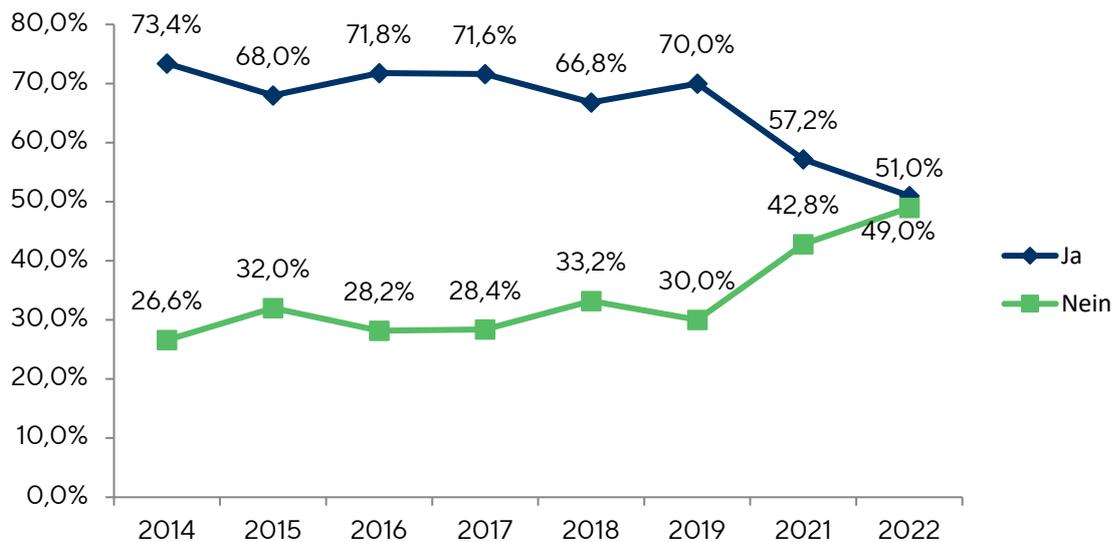
Der Hauptgrund, warum diese Betriebe derzeit nicht ausbilden, sind zeitliche und finanzielle Engpässe, die einer qualitativ hochwertigen Ausbildung im Betrieb entgegenstehen (57 Prozent). Auch schlechte Erfahrungen mit Auszubildenden in der Vergangenheit wie fehlende Motivation, Unzuverlässigkeit und mangelnde schulische Vorbildung (22 Prozent) sowie mangelnde Bewerbungen/Rückmeldungen auf ausgeschriebene Ausbildungsplätze (15 Prozent), haben viele der Betriebe dazu bewogen, sich als Ausbildungsbetrieb zurückzuziehen.

Bewerber dringend gesucht – fast die Hälfte der Betriebe konnten nicht alle Ausbildungsplätze besetzen, auch weil es oftmals keine passenden Bewerberinnen oder Bewerber gab.

Die Besetzung der Ausbildungsplätze ist aus Sicht der Unternehmen nach wie vor angespannt. Im Vergleich zum Vorjahr, in dem 43 Prozent der Betriebe nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen konnten, sind es in der Befragung 2023 für das Vorjahr 2022 sogar 49 Prozent. Erfolgreich bei der Besetzung aller angebotenen Ausbildungsplätze sind hingegen nun nur noch 51 Prozent der befragten Betriebe.

Dies zeigt nochmals eine deutliche Verschlechterung zu den Vorjahren. So konnten im Jahr 2019 bspw. noch 70 Prozent der befragten Betriebe alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen.

Konnten Sie alle Ausbildungsplätze besetzen?

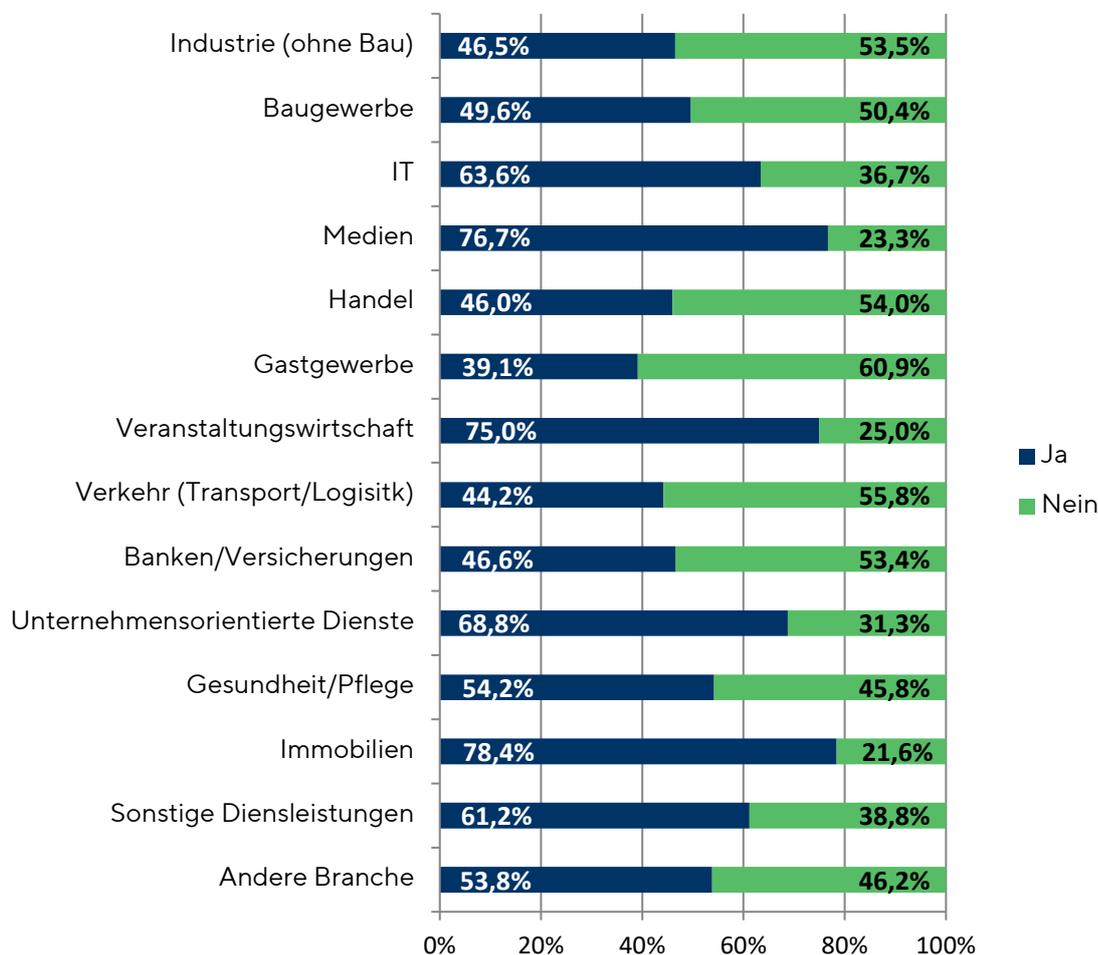


Ein Blick in die einzelnen Branchen zeigt, dass in Baden-Württemberg die Betriebe im Gastgewerbe weiterhin die größten Probleme haben, Auszubildende für alle angebotenen Ausbildungsplätze zu finden. Rund 61 Prozent der befragten Betriebe dieser Branche geben an, nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen zu können. Dies ist eine weitere Verschlechterung im Vergleich zu 2019 um 5,7 Prozentpunkte.

Die Betriebe der Branchen Industrie (ohne Bau) und Handel, die zusammen rund die Hälfte aller Umfrageteilnehmer stellen, melden mit 54 Prozent (Handel) bzw. 53,5 Prozent (Industrie ohne Bau) ebenfalls zum überwiegenden Teil, dass sie Ausbildungsplätze unbesetzt lassen mussten. Ebenso Banken und Versicherung (53 Prozent), das Baugewerbe (50 Prozent) und nicht ganz so dramatisch die IT-Branche (37 Prozent), die ebenfalls alle eine deutliche Verschlechterung der Besetzungsquote zum Vergleichsjahr 2019 verzeichnen.

Die höchste Besetzungsquote weist die Immobilienbranche auf. Rund 78 Prozent der Immobilienunternehmen konnten alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen – dicht gefolgt von Betrieben in der Medienbranche (rund 77 Prozent) und Veranstaltungswirtschaft (75 Prozent).

Konnten Sie alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen? (nach Branchen)



Hauptgrund für die Probleme bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen ist nach wie vor der Mangel an geeigneten Bewerbungen mit 70,7 Prozent (877 Antworten). Zudem gibt jeder dritte antwortende Betrieb an, dass überhaupt keine Bewerbungen für ausgeschriebene Ausbildungsstellen vorlagen (34,9 Prozent, 433 Antworten). Dies zeigt, dass der Trend von fehlenden beziehungsweise nicht geeigneten Bewerbungen weiterhin besteht und zugenommen hat.

Dass Ausbildungsplätze von Auszubildenden nicht angetreten werden (12,7 Prozent, 158 Antworten) oder Verträge von ihnen (12 Prozent, 149 Antworten) oder dem Betrieb (10,2 Prozent, 127 Antworten) nach Beginn der Ausbildung aufgelöst werden, sind weitere von den Betrieben genannten Gründe für die Nichtbesetzung von Ausbildungsplätzen.

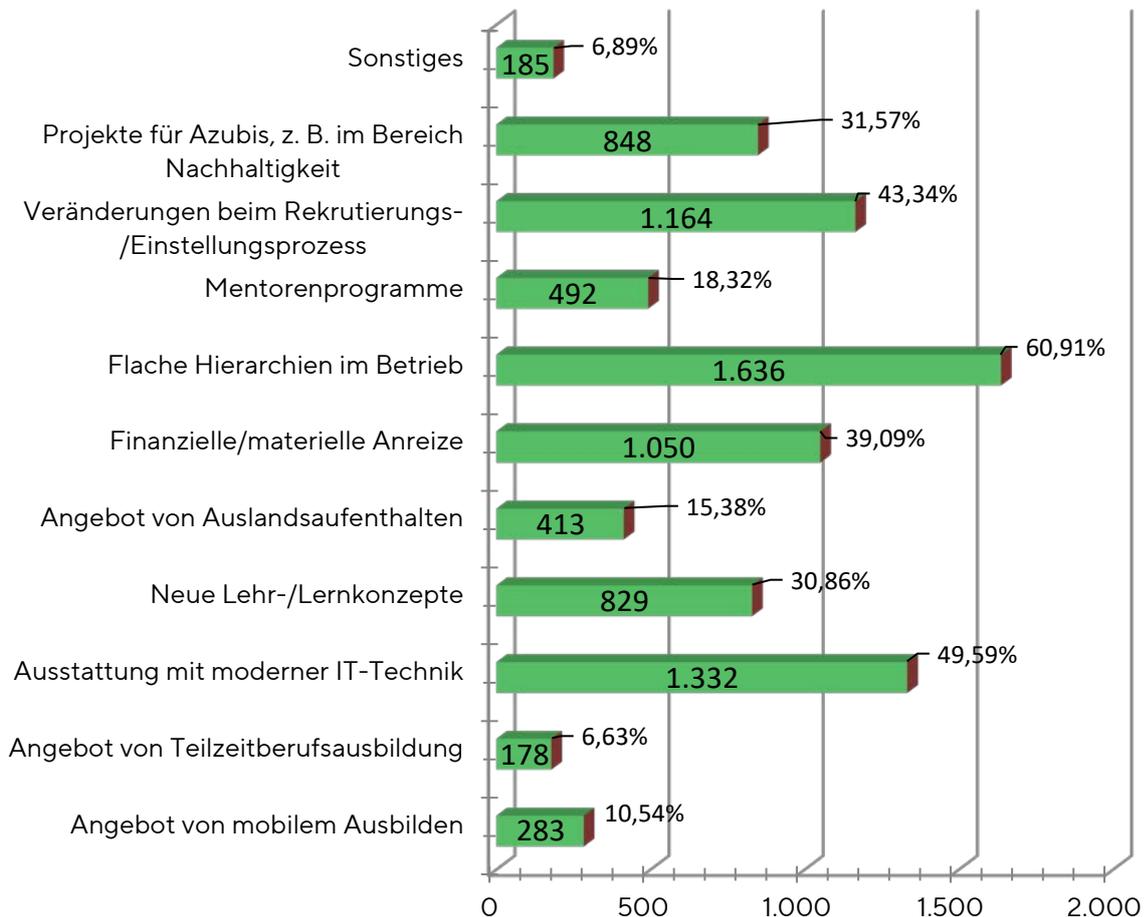
Warum konnte der Platz / konnten die Plätze im Vorjahr nicht besetzt werden?						
Antwort	Prozent 2023	Prozent 2022	Prozent 2019	Prozent 2018	Prozent 2017	Prozent 2016
Die Ausbildungsplätze wurden von den Auszubildenden nicht angetreten.	12,7%	12,3%	15,8%	19,4%	22,4%	16,8%
Die Ausbildungsverträge wurden von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst.	12,0%	12,5%	11,8%	12,6%	14,8%	18,0%
Der Ausbildungsvertrag wurde durch uns nach Beginn der Ausbildung aufgelöst.	10,2%	7,0%	6,2%	8,4%	10,0%	9,4%
Es lagen keine Bewerbungen vor.	34,9%	32,7%	31,3%	27,5%	25,3%	20,5%
Es lagen keine geeigneten Bewerbungen vor.	70,7%	70,2%	72,4%	76,7%	69,4%	74,1%
Andere Gründe	3,0%	3,9%	4,2%	1,8%	3,4%	5,7%

Anmerkung: In den Jahren 2020 und 2021 wurden aufgrund der Sondersituation durch die Corona-Pandemie keine Umfragen durchgeführt.

Moderne Ausbildung wird zum Rekrutierungsinstrument - Betriebe setzen auf eine zeitgemäße Ausbildung, um attraktiv für Bewerberinnen und Bewerber zu sein.

Ausbildungsbetriebe haben sich in den vergangenen Jahren auch mit der Weiterentwicklung der Ausbildung beschäftigt, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für zukünftige Azubis zu machen.

Inwiefern haben Sie in den vergangenen Jahren Ihre Ausbildung verändert, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für zukünftige Azubis zu machen?



Dabei geben die Betriebe als Top der genannten Maßnahmen an, flache Hierarchien im Betrieb zu haben, diese 1.636 Nennungen stammen von 60,9 Prozent der antwortenden Betriebe, was noch einmal 3,7 Prozentpunkte mehr sind als bei der Vorjahresbefragung. Als weitere Maßnahme setzen die befragten Betriebe auf die Ausstattung mit moderner IT-Technik (1.332 Antworten), um die Attraktivität des Ausbildungsbetriebs zu erhöhen.

Dieser Faktor scheint an Relevanz für die Attraktivität der Ausbildung verloren zu haben, waren es 2022 noch 53,8 Prozent der Betriebe, die dies antworteten, sank der Anteil 2023 auf 49,6 Prozent. Vermutlich wird moderne IT-Ausstattung schlicht vorausgesetzt.

Finanzielle und materielle Anreize (1.050 Antworten) haben hingegen beim Ausbildungsmarketing der Betriebe deutlich an Bedeutung gewonnen. 2023 gaben mit 39,1 Prozent der antwortenden Betriebe rund 6,8 Prozentpunkte mehr Betriebe als 2022 an (damals 32,3 Prozent) mit zusätzlichen materiellen Anreizen für Azubis zu arbeiten. Auch Veränderungen beim Rekrutierungs- und Einstellungsprozess geben viele der befragten Betriebe als Maßnahme an, um ihre Attraktivität für Bewerberinnen und Bewerber zu steigern (1.164 Antworten).

Ebenso wurden Projekte für Azubis (bspw. im Bereich Nachhaltigkeit oder Soziales Engagement) (848 Antworten) sowie neue Lehr- und Lernkonzepte (829 Antworten) von den befragten Betrieben als Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung angegeben.

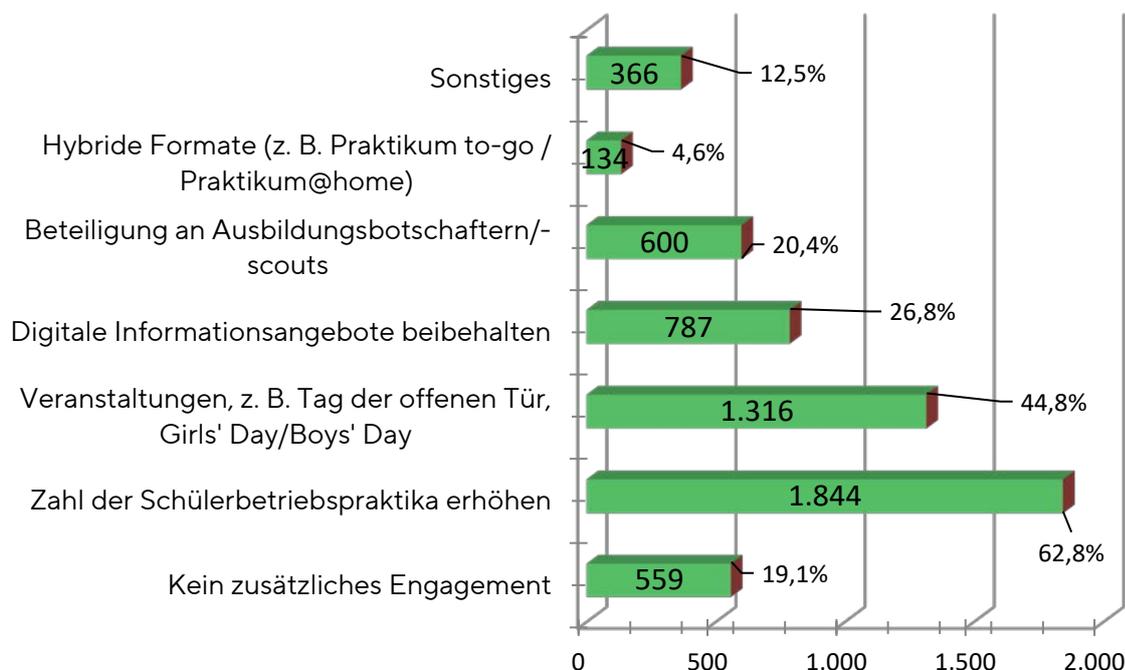
Frühzeitige Ansprache von Bewerbern wird immer wichtiger - immer mehr Betriebe setzen auf Berufsorientierung und engagieren sich für Praxiserfahrungen.

Ein wichtiger Teil der Berufsorientierung sind Betriebsbesuche und Schülerbetriebspraktika. Die Unternehmen in Baden-Württemberg engagieren sich besonders, um Jugendlichen diese (Praxis-)Erfahrungen wieder vermehrt zu ermöglichen. 1.844 Antworten aus den befragten Betrieben entfallen dabei auf die Erhöhung der Zahl der Schülerbetriebspraktika, z. B. in den Ferien, das sind 62,8 Prozent der antwortenden Betriebe (Mehrfachnennungen waren möglich). Auch die Durchführung von Veranstaltungen, z. B. Tag der offenen Tür, Girls'/Boys' Day werden von Betrieben genutzt, um den Jugendlichen (Praxis-) Erfahrungen zu ermöglichen (1.316 Antworten, von 44,8 Prozent der antwortenden Betriebe genannt, Mehrfachnennungen waren möglich).

Dies bedeutet in den beiden wichtigsten Feldern, in denen sich Betriebe bei der Berufsorientierung engagieren, eine Steigerung um 10,8 Prozentpunkte (Praktika) und 9,3 Prozentpunkte (Veranstaltungen) gegenüber der Vorjahresbefragung. Es wird deutlich, dass die Betriebe dem Bewerbermangel durch ein verstärktes Engagement in der Berufsorientierung entgegenwirken wollen.

Des Weiteren möchten die befragten Betriebe digitale Informationsangebote (bspw. virtuelle Speed-Datings/Messen) (787 Antworten) und hybride Formate (z.B. Praktikum@home) (134 Antworten) zur beruflichen Orientierung beibehalten. Weitere wesentliche Aktivitäten sind die Entsendung von eigenen Auszubildenden als Ausbildungsbotschafter an die allgemeinbildenden Schulen (600 Antworten). Unter den 366 vielfältigen sonstigen Antworten sind besonders Bildungspartnerschaften mit Schulen, Besuche an Schulen, Messen und Werbung in den sozialen Medien zu nennen.

Wie wollen Sie sich engagieren, um Jugendlichen diese (Praxis-)Erfahrungen wieder vermehrt zu ermöglichen? Ein wichtiger Teil der Berufsorientierung sind bspw. Betriebsbesuche und Schülerbetriebspraktika.



In Baden-Württemberg engagieren sich zahlreiche Ausbildungsbetriebe in der Berufsorientierung, z.B. indem sie Jugendlichen Schnuppertage bei den Praktikumswochen BW anbieten, Auszubildende als Ausbildungsbotschafter an Schulen schicken oder sogar feste Bildungspartnerschaften mit Schulen vereinbaren.

Die [Praktikumswochen BW](#) wurden letztes Jahr kurzfristig von den Partnern des Ausbildungsbündnis realisiert, um für Jugendliche mit online vermittelten Schnuppertagen in den Betrieben noch ein niedrighschwelliges Angebot zur Berufsorientierung zu schaffen. Die Praktikumswochen BW gibt es das nächste Mal in den Herbstferien sowie den beiden Wochen vorher und auch 2024 geht es weiter. Die [Initiative Ausbildungsbotschafter](#) ist seit 2011 aktiv, um Auszubildende an die Schulen zu bringen und die Schülerinnen und Schüler über ihre Ausbildung zu informieren. Derzeit sind 5.000 geschulte Auszubildende als Botschafter für die Ausbildung unterwegs.

Bei den Betrieben, die ihr Engagement in der Berufsorientierung beibehalten wollen, aber nicht planen es zu intensivieren, fällt auf, dass dies insbesondere die ganz kleinen (unter 10 Mitarbeitende) mit 42,8 Prozent und kleinen Betriebe (10 – 19 Mitarbeitende) mit 36,3 Prozent angeben. Es ist plausibel anzunehmen, dass es diesen kleinen Betrieben an Personal und Zeit mangelt, um sich noch stärker als bisher in der Berufsorientierung einzusetzen.

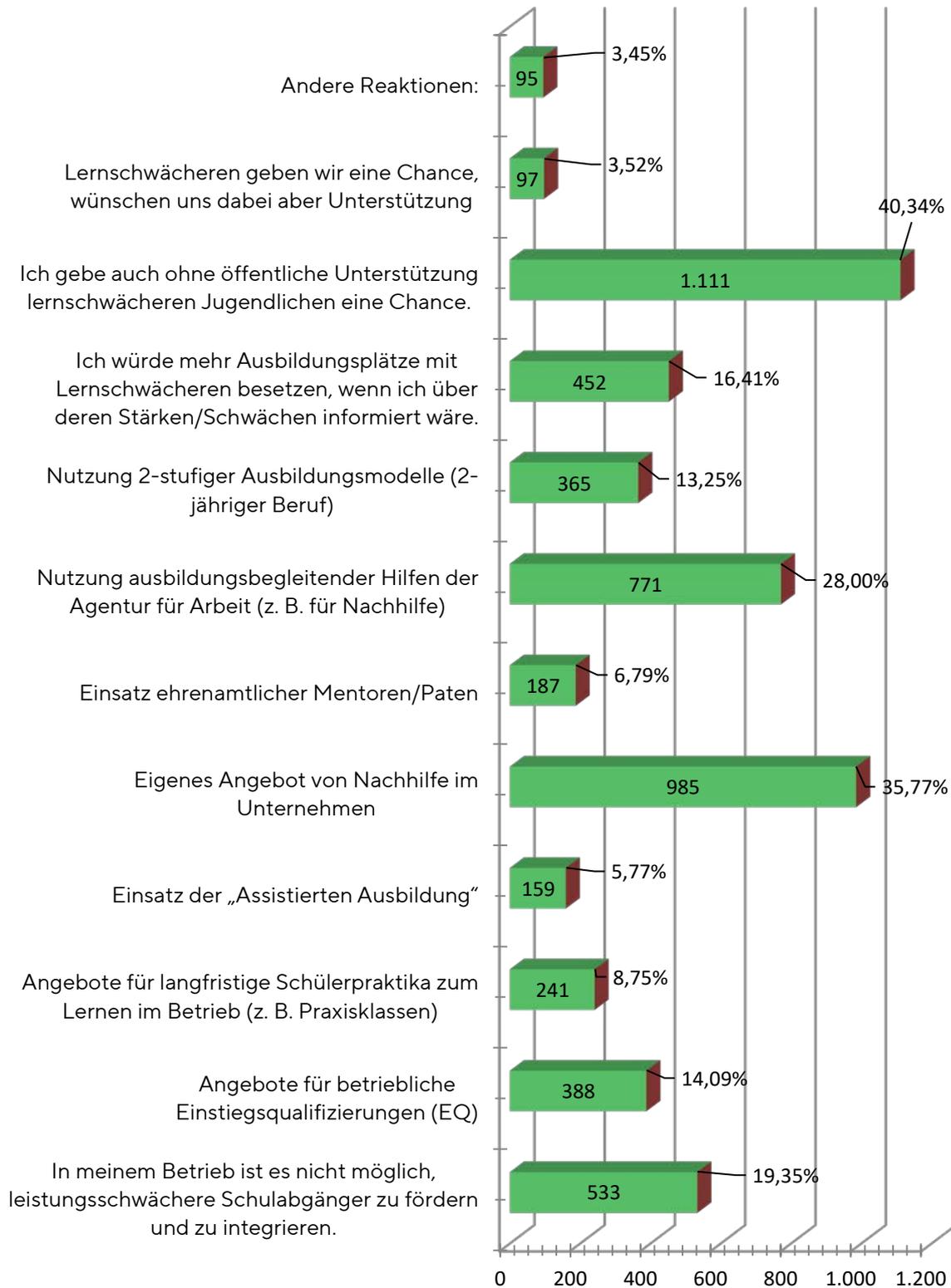
Großteil der befragten Unternehmen bieten Chancen für alle – auch leistungsschwächere Schulabgänger werden immer mehr gefördert und unterstützt.

Ein Großteil der befragten Betriebe engagiert sich vor und/oder während der Ausbildung auch für lernschwächere Jugendliche, um diese optimal auf eine Ausbildung vorzubereiten oder sie während der Ausbildung unterstützend zu begleiten. Damit reagieren die befragten Betriebe auf die mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängerinnen und Schulabgängern.

Neben eigenen Nachhilfeangeboten im Unternehmen (985 Antworten) oder der Nutzung ausbildungsbegleitender Hilfen der Agentur für Arbeit (z. B. für Nachhilfe) (771 Antworten), setzen die befragten Betriebe auf Angebote für betriebliche Einstiegsqualifizierungen (EQ) (388 Antworten) und die Nutzung 2-stufiger Ausbildungsmodelle (2-jähriger Beruf) (365 Antworten).

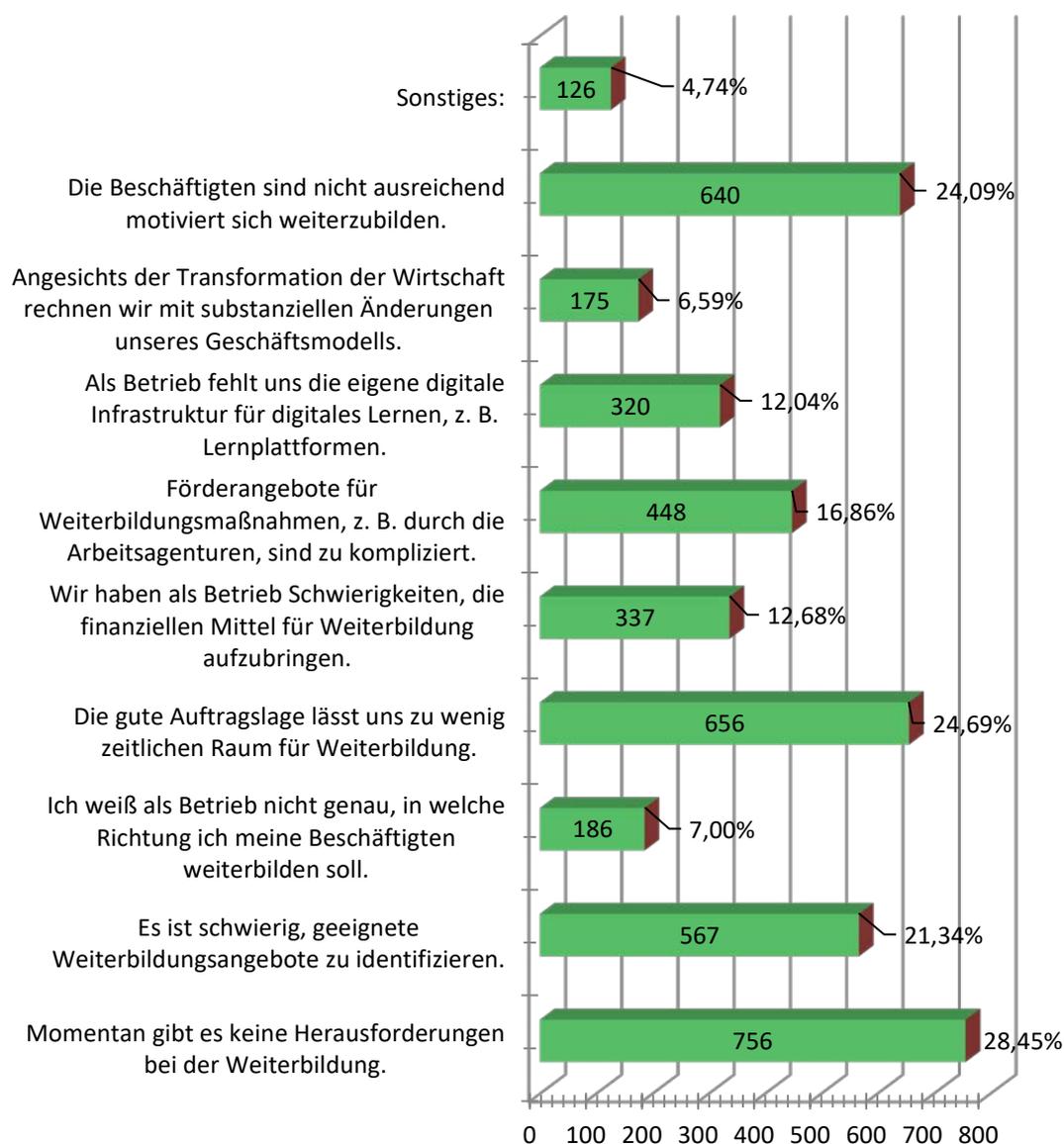
Zahlreiche Betriebe, nämlich über 40 Prozent der antwortenden Betriebe, betonen dabei auch ohne öffentliche Unterstützung lernschwächeren Jugendlichen eine Chance zu geben (1.111 Antworten).

Wie reagieren Sie auf die mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängern?



Volle Auftragsbücher und die mangelnde Motivation der Beschäftigten sind größte Herausforderungen bei der beruflichen Weiterbildung der Beschäftigten.

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



756 der befragten Betriebe sehen momentan keine Herausforderungen hinsichtlich der beruflichen Weiterbildung ihrer Beschäftigten. Dies sind 28,5 Prozent der antwortenden

Betriebe und damit 1,4 Prozentpunkte weniger als bei der Vorjahresbefragung, als noch 29,9 % der Betriebe keine Herausforderungen bei der Weiterbildung sahen.

Die restlichen 71,5 % der antwortenden Betriebe sehen jedoch durchaus Herausforderungen bei der beruflichen Weiterbildung ihrer Beschäftigten.

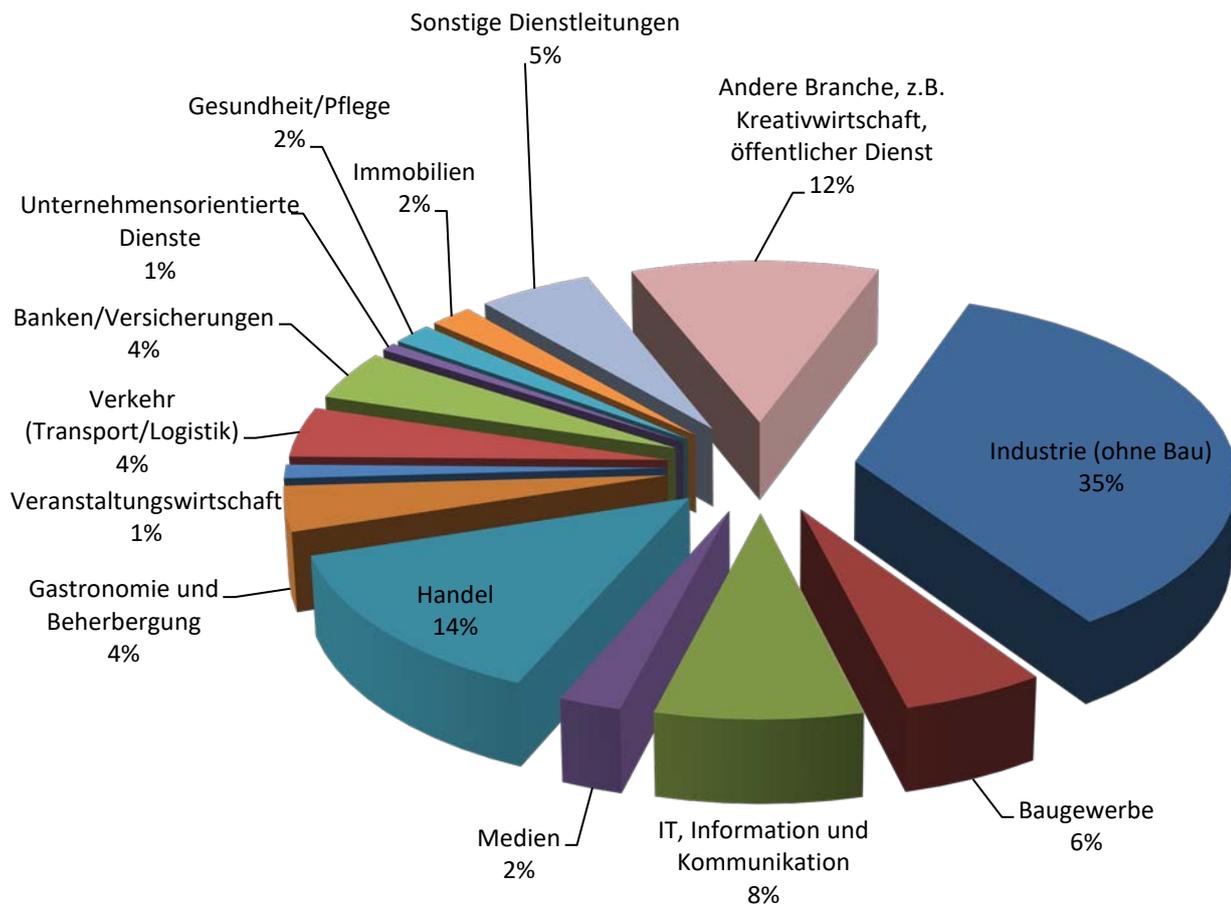
Insbesondere werden die gute Auftragslage (656 Antworten), die zu wenig Zeit für Weiterbildung zulässt sowie fehlende Motivation (640 Antworten) seitens der Beschäftigten als Herausforderungen für die betriebliche Weiterbildung von Beschäftigten aufgeführt. Eine weitere größere Zahl der befragten Betriebe hat Schwierigkeiten, geeignete Weiterbildungsangebote zu identifizieren (567 Antworten). Zudem bemängeln einige der befragten Betriebe, dass Förderangebote für Weiterbildungsmaßnahmen, z. B. durch die Arbeitsagenturen, zu kompliziert und daher schwer nutzbar seien (448 Antworten), obwohl Betriebe durchaus auf finanzielle Unterstützung von außen angewiesen sind. So antworten bspw. 337 der befragten Betriebe, dass finanzielle Mittel für betriebliche Weiterbildungen fehlen. Auch die im Betrieb fehlende digitale Infrastruktur für digitales Lernen (320 Antworten) hemmt Unternehmen hinsichtlich der betrieblichen Weiterbildung ihrer Beschäftigten.

Die Industrie- und Handelskammern bieten ihren Mitgliedsbetrieben eine breite Palette an Weiterbildungsangeboten. Mit neuen Zertifikatslehrgängen und der Entwicklung bedarfsgerechter Fortbildungsprofile eröffnen sie den Unternehmen Weiterbildungsperspektiven in Zukunftsfeldern für deren Mitarbeitende.

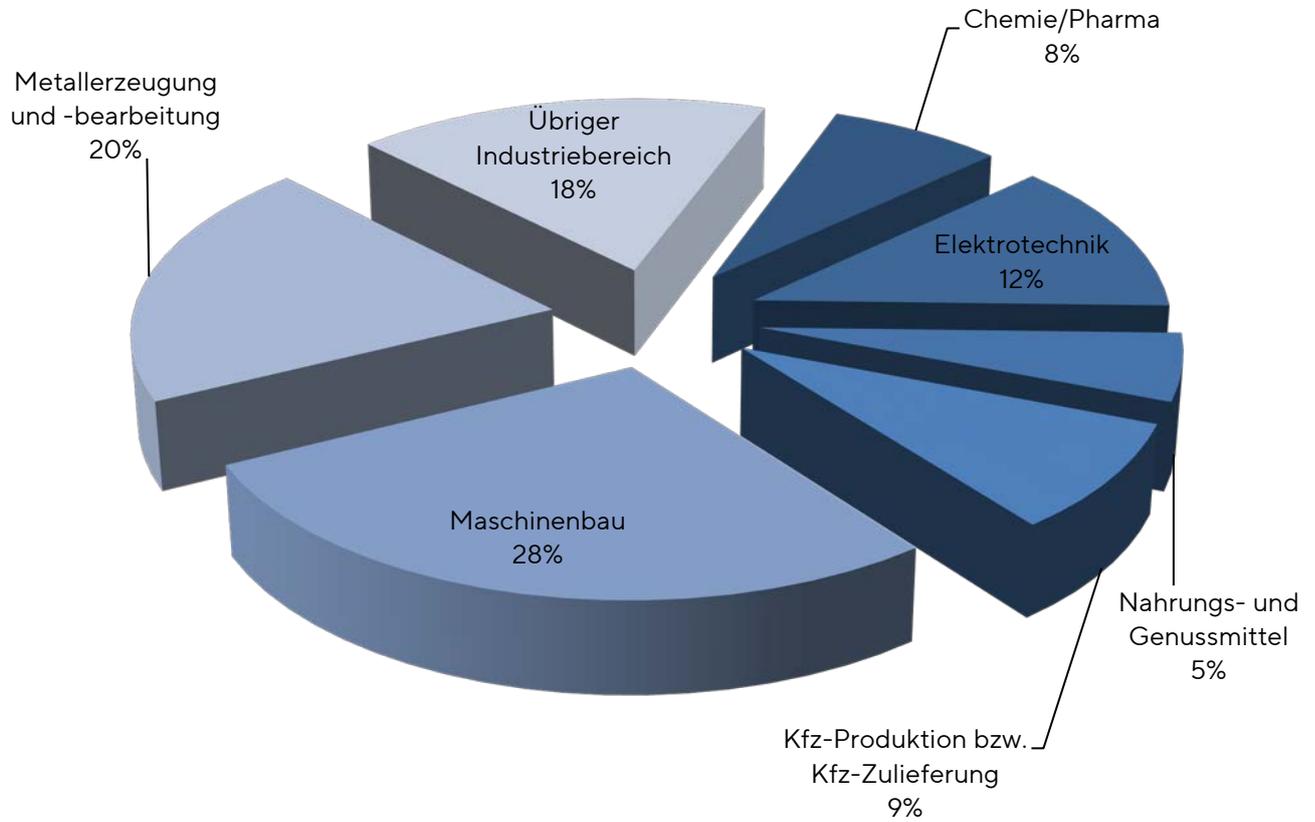
Interessierte Betriebe und Mitarbeiter finden passende Angebote auf der bundesweiten [IHK-Weiterbildungs-Informationen-System](https://www.thechaence.com) (WIS) oder für Baden-Württemberg unter <http://www.thechaence.com>.

Beschreibung der Stichprobe (Grafiken)

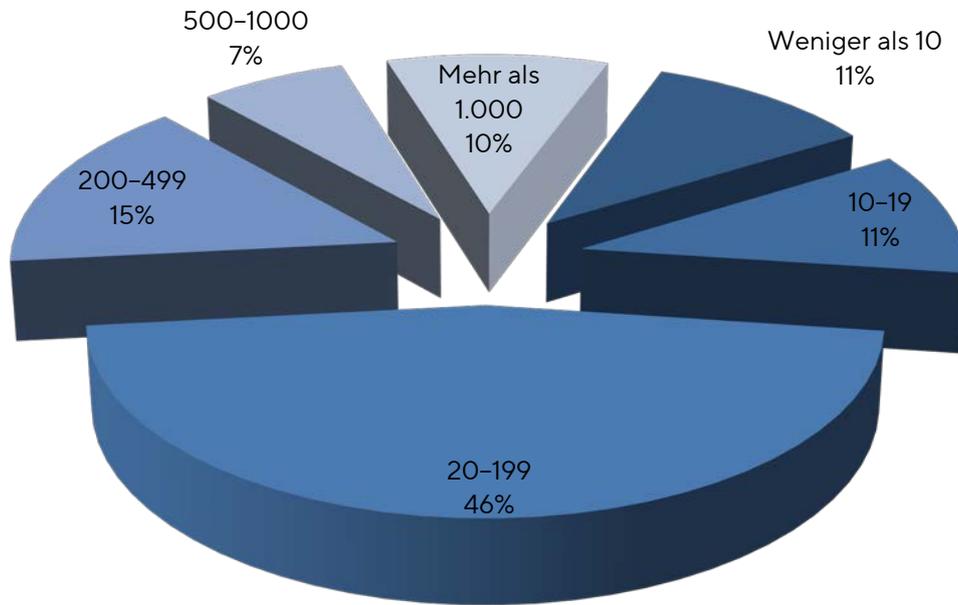
Zu welcher Branche zählt Ihr Unternehmen?



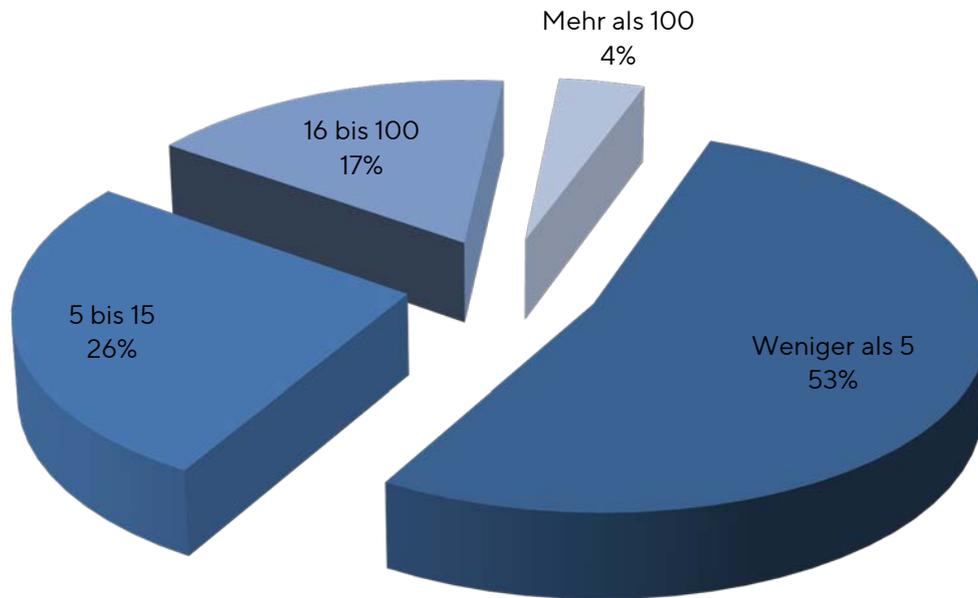
Industrie (ohne Bau)



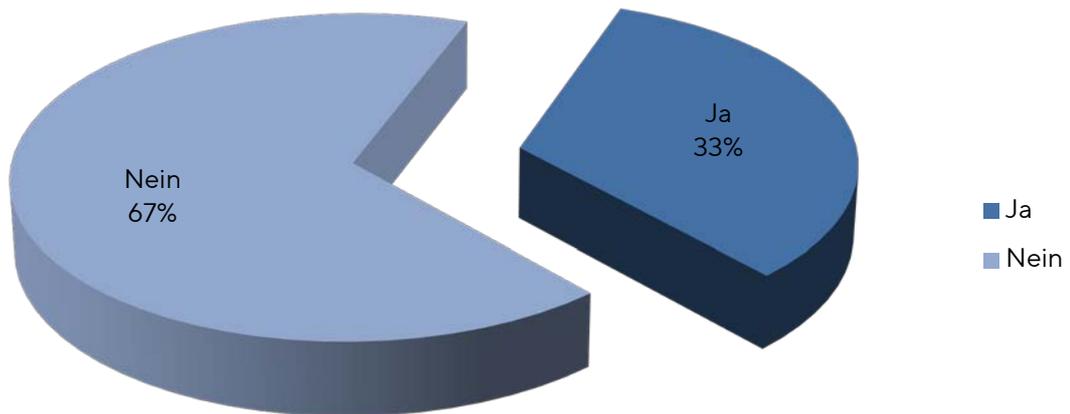
Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?



Wie viele Auszubildende beschäftigen Sie zur Zeit?



Ist Ihr Unternehmen an einen Tarifvertrag gebunden?



In welchen Berufen bilden Sie hauptsächlich aus?

