



Industrie- und Handelskammer  
Halle-Dessau

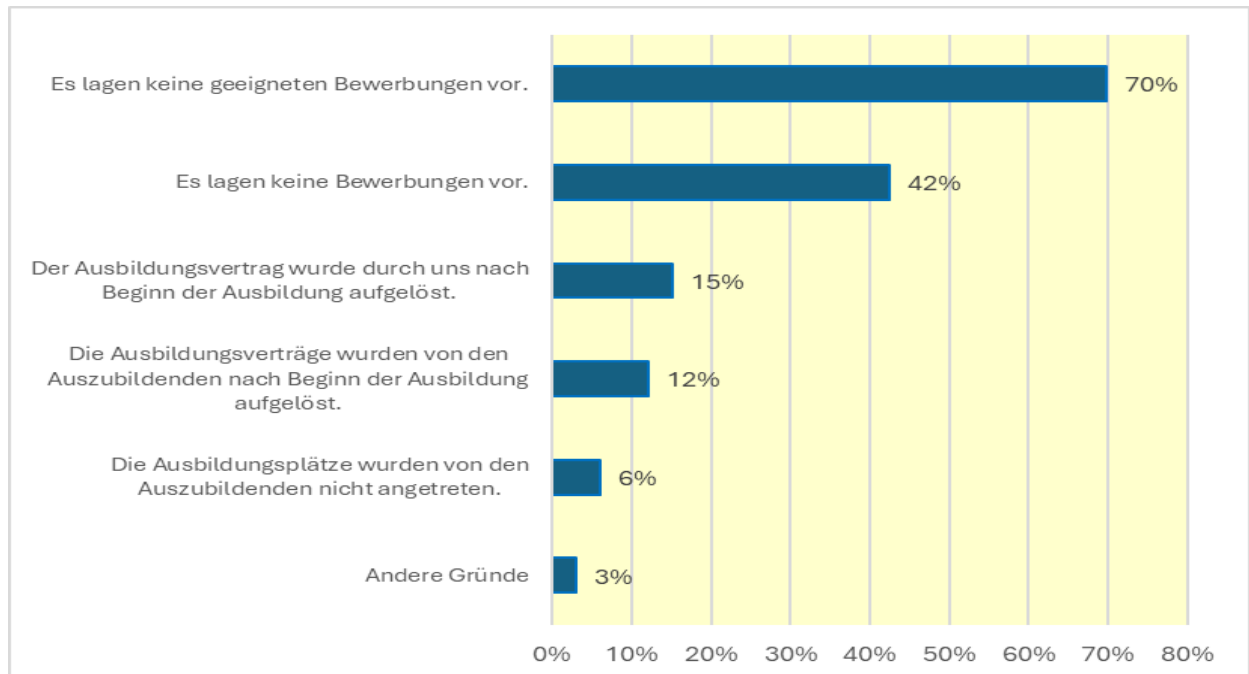
## **Zentrale Ergebnisse aus der Aus- und Weiterbildungsumfrage 2024 der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau**

## Zentrale Ergebnisse aus der Aus- und Weiterbildungsumfrage 2024 der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau

Bundesweit haben die Industrie- und Handelskammern (IHK) im Jahr 2024 ihre Mitgliedsunternehmen erneut zu ihren Aus- und Weiterbildungsmotiven und -erfahrungen befragt. Hierzu führte die IHK Halle-Dessau im Zeitraum vom 13. Mai bis zum 31. Mai 2024 eine Online-Befragung durch. Zentrale Ergebnisse der Umfrage werden nachfolgend vorgestellt. An der Umfrage haben sich 81 Unternehmen beteiligt.

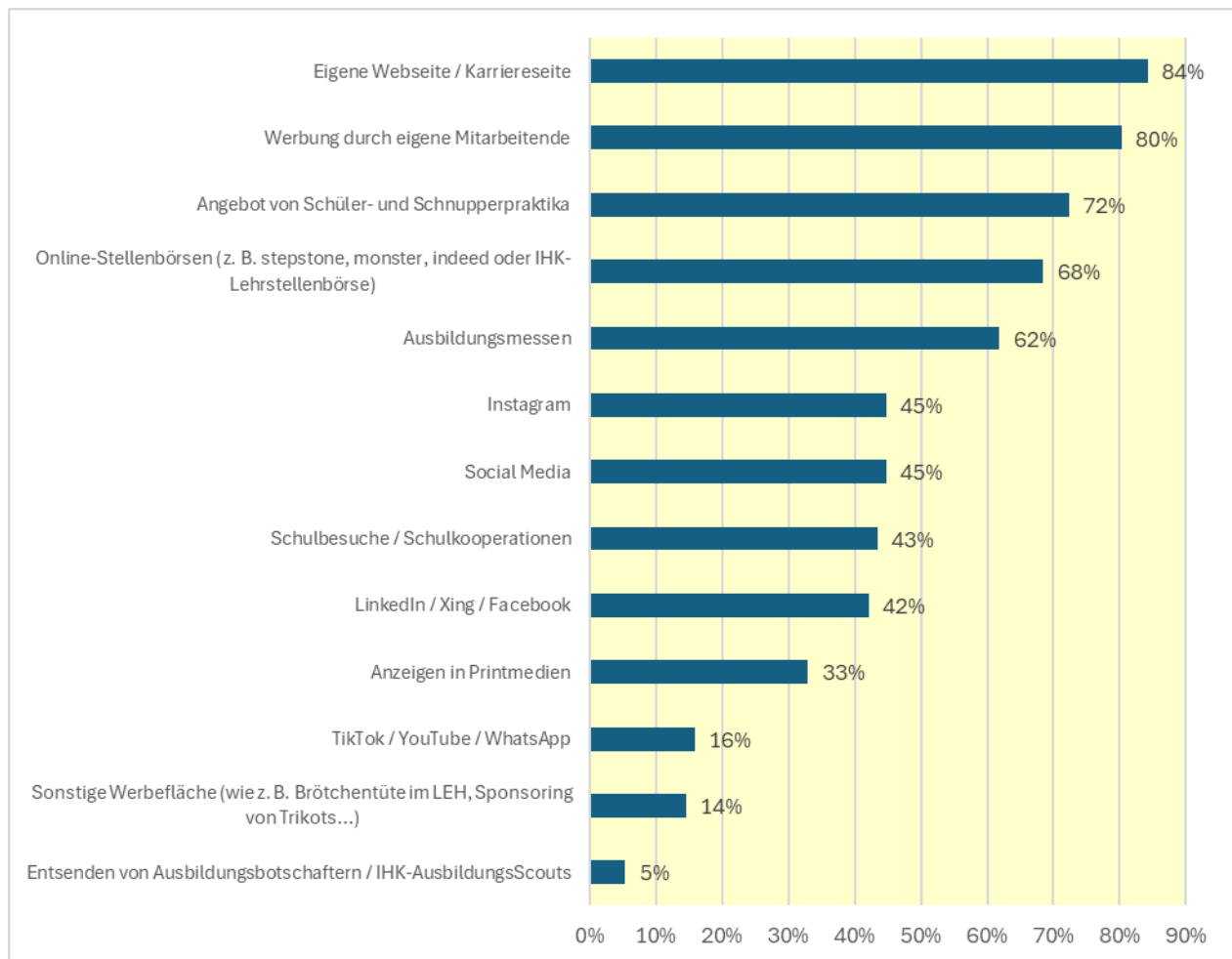
Im Jahr 2023 konnten 51% der Unternehmen nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen. Das ist ein Anstieg um 4% im Vergleich zum Vorjahr. Die Gründe für die Nichtbesetzung waren sehr verschieden und sind in **Abbildung 1** dargestellt. Allen voran wurde angeführt, dass keine geeigneten Bewerbungen vorlagen (70%). Bei 42% Unternehmen ist gar keine Bewerbung eingegangen. Dies entspricht einem Anstieg um 5% im Vergleich zum Vorjahr. Außerdem gaben 15% der Befragten an, dass der Ausbildungsvertrag durch das Unternehmen nach Beginn der Ausbildung aufgelöst wurde und bei 12% wurden die Ausbildungsverträge von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst. Zu den „anderen Gründen“ gehört, dass zum Beispiel nur wenige Bewerbungen vorlagen.

**Abbildung 1: Warum konnte der Platz / konnten die Plätze nicht besetzt werden?** (Mehrfachnennungen möglich)



Die Unternehmen setzen auf verschiedene Kanäle und Aktivitäten, um Jugendliche frühzeitig auf sich aufmerksam zu machen. Diese Vielfalt ist in **Abbildung 2** zu sehen. Auf den ersten drei Plätzen logieren: die eigene Website/Karriereseite (84%), die Werbung durch eigene Mitarbeiter (80%) sowie das Angebot von Schüler- und Schnupperpraktika (72%).

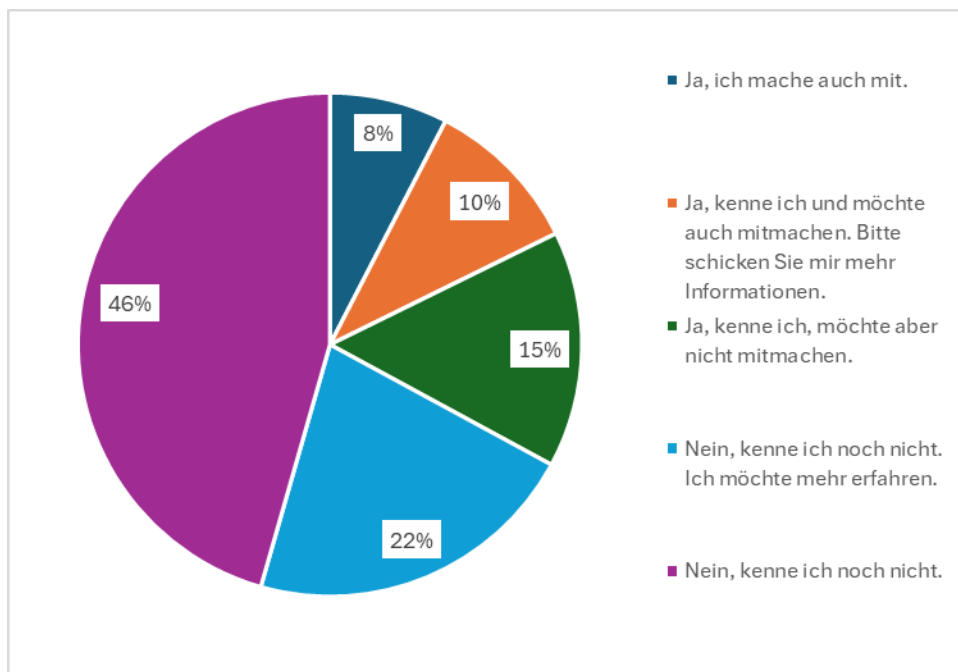
**Abbildung 2: Welche Kanäle und Aktivitäten nutzen Sie, um auf sich als Ausbildungsbetrieb aufmerksam zu machen?** (Mehrfachnennungen möglich)



Bundesweit haben sich alle IHKn gemeinsam auf den Weg gemacht und unter dem Motto „Jetzt #könnenlernen“ eine Kampagne zur Stärkung der dualen Berufsausbildung ins Leben gerufen. Ziel der Kampagne ist es, Aufmerksamkeit für Ausbildungsberufe in Industrie, Handel und Dienstleistungen zu schaffen, deren Image nachhaltig zu verbessern und dadurch dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Die Azubi-Bundeskampagne ist eine Mit-Mach-Kampagne für alle Ausbildungsunternehmen.

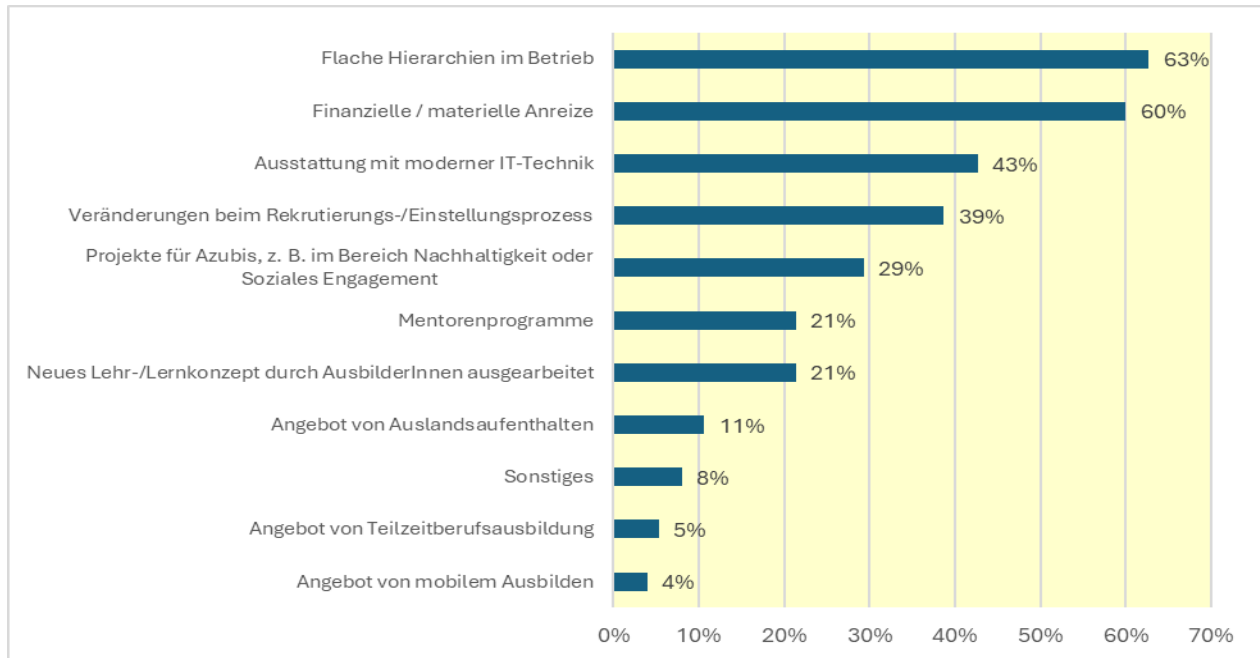
Der Bekanntheitsgrad der Kampagne ist in **Abbildung 3** aufgeführt. 46% der Unternehmen sind mit der Kampagne noch nicht vertraut. Im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 55% und hat sich damit um 9% verbessert. Knapp jedes fünfte Unternehmen wünscht sich mehr Informationen zur Kampagne. 15% kennen die Kampagne bereits, werden diese aber nicht unterstützen. 8% sind bereits beteiligt und 10% wollen sich hierzu informieren und auch mitmachen.

**Abbildung 3: Kennen Sie schon die Mitmach-Ausbildungskampagne der Industrie- und Handelskammern „Ausbildung macht mehr aus uns – Jetzt #Könnenlernen“?**



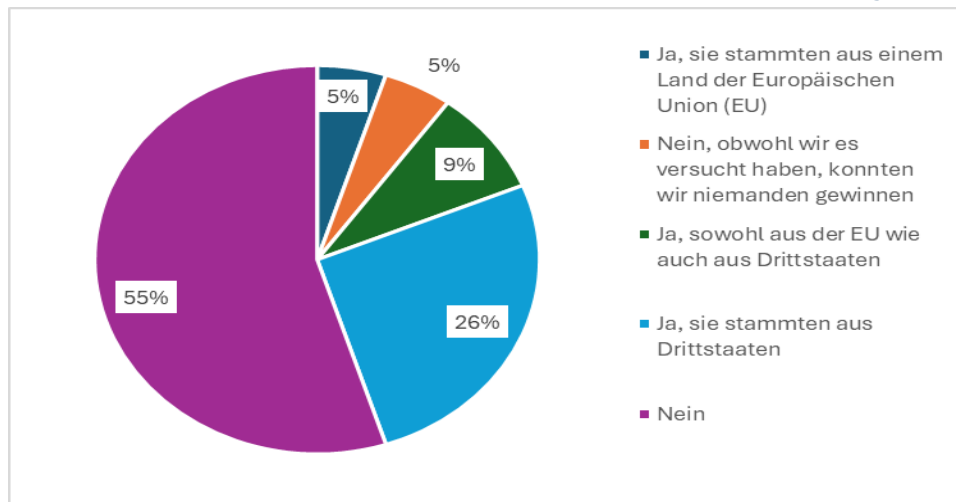
Die Unternehmen nutzen verschiedene Möglichkeiten, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für neue Auszubildende aufzustellen. **Abbildung 4** zeigt, welche Bereiche dies betrifft. Die Mehrheit der Unternehmen setzt auf flache Hierarchien (63%), gefolgt von finanziellen/materiellen Anreizen (60%) und der Ausstattung mit moderner IT-Technik (43%). Im Vergleich zum Vorjahr haben die beiden ersten Aktivitäten ihre Plätze getauscht. Zu den „sonstigen Wegen“ gehören hier zum Beispiel die Zertifizierung als „Top-Ausbildungsbetrieb“, Online-Trainings-Tools und extra Ausbildungsseminare.

**Abbildung 4: Inwiefern haben Sie in den vergangenen Jahren Ihre Ausbildung verändert, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für zukünftige Azubis zu machen? (Mehrfachnennungen möglich)**



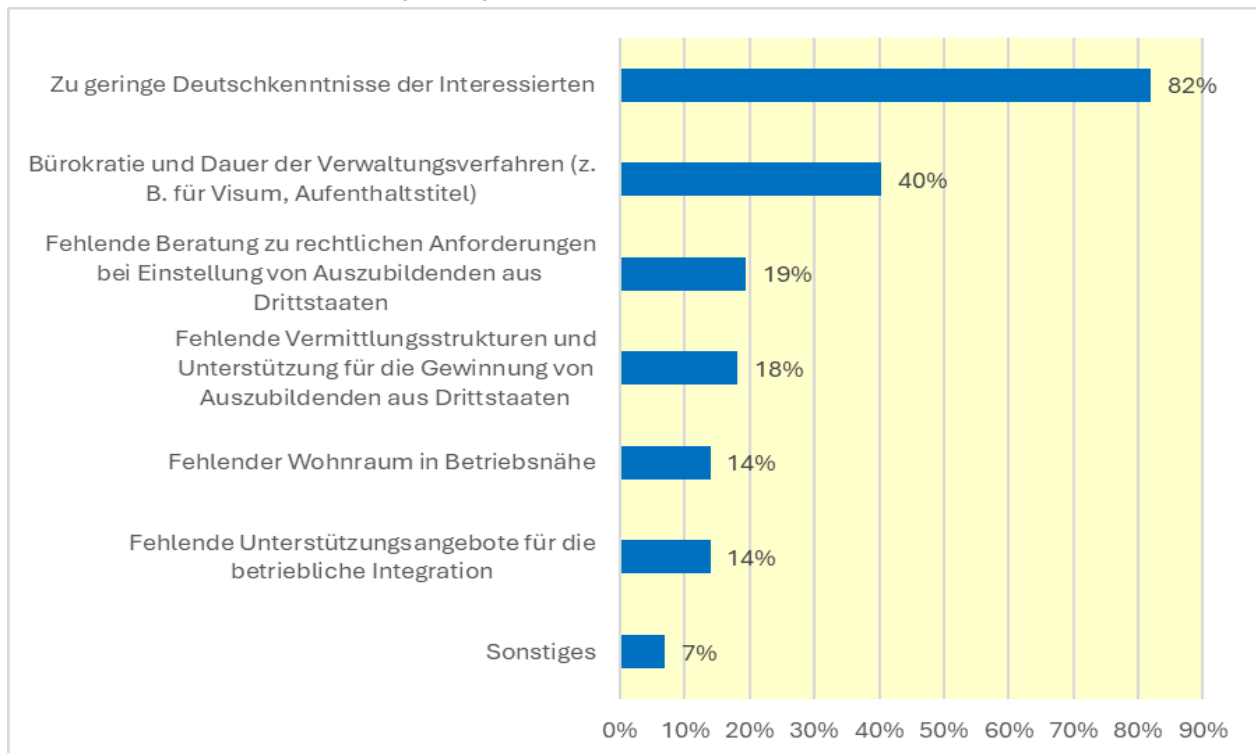
Die Unternehmen wurden auch dazu befragt, ob sie schon einmal Auszubildende aus anderen Herkunftsländern ausgebildet haben. Das Ergebnis zeigt **Abbildung 5**. Insgesamt 55% der Befragten verneinen diese Frage. 26% haben Erfahrungen mit der Ausbildung von jungen Menschen aus Drittstaaten. 9% haben sowohl Auszubildende aus der Europäischen Union als auch aus Drittstaaten ausgebildet. 5% haben nur europäische Jugendliche ausgebildet. 5% der Befragten hatten Interesse, an einer Ausbildung von Auszubildenden aus anderen Herkunftsländern, konnten aber keine gewinnen.

**Abbildung 5: Haben Sie schon einmal Auszubildende aus anderen Herkunftsländern ausgebildet?**



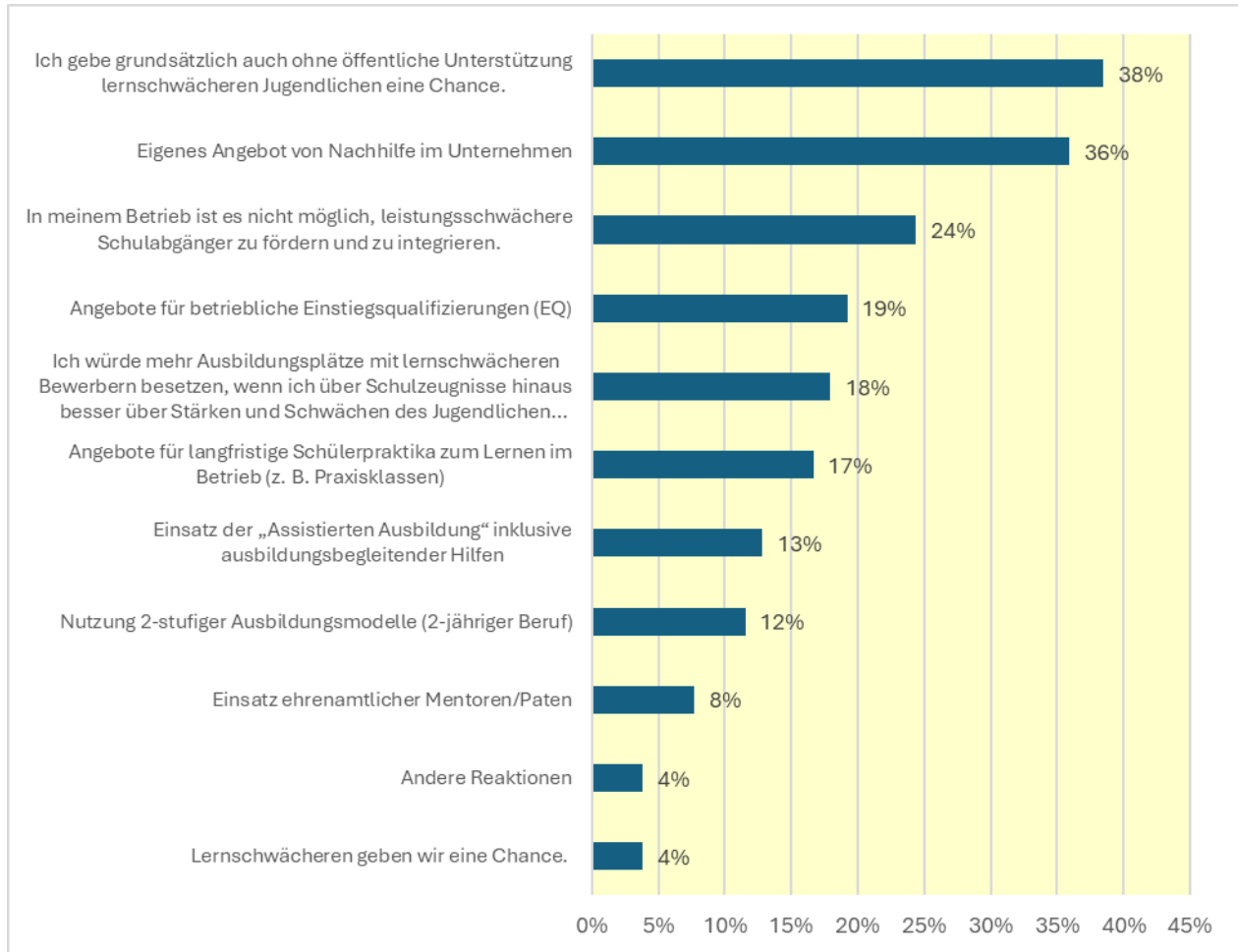
Die Haupthindernisse bei der Einstellung von Auszubildenden aus Drittstaaten sind in **Abbildung 6** aufgeführt. Das größte Hindernis stellen zu geringe Deutschkenntnisse dar (82%), gefolgt von viel Bürokratie und einem langen Verwaltungsverfahren (40%). Knapp jedes fünfte Unternehmen vermisst sowohl eine Beratung zu rechtlichen Anforderungen bei der Einstellung von Auszubildenden aus Drittstaaten (19%) als auch hinreichende Vermittlungsstrukturen sowie Unterstützungsinstrumente bei der Gewinnung von ausländischen Auszubildenden (18%). Sonstige Hindernisse sind u.a. die weiten Wege zur Berufsbildenden Schule und eine höhere Mindestausbildungsvergütung für Auszubildende aus Drittstaaten gegenüber inländischen Auszubildenden.

**Abbildung 6: Was sind für Ihr Unternehmen die Haupthindernisse bei der Einstellung von Auszubildenden aus Drittstaaten?** (Mehrfachnennungen möglich)



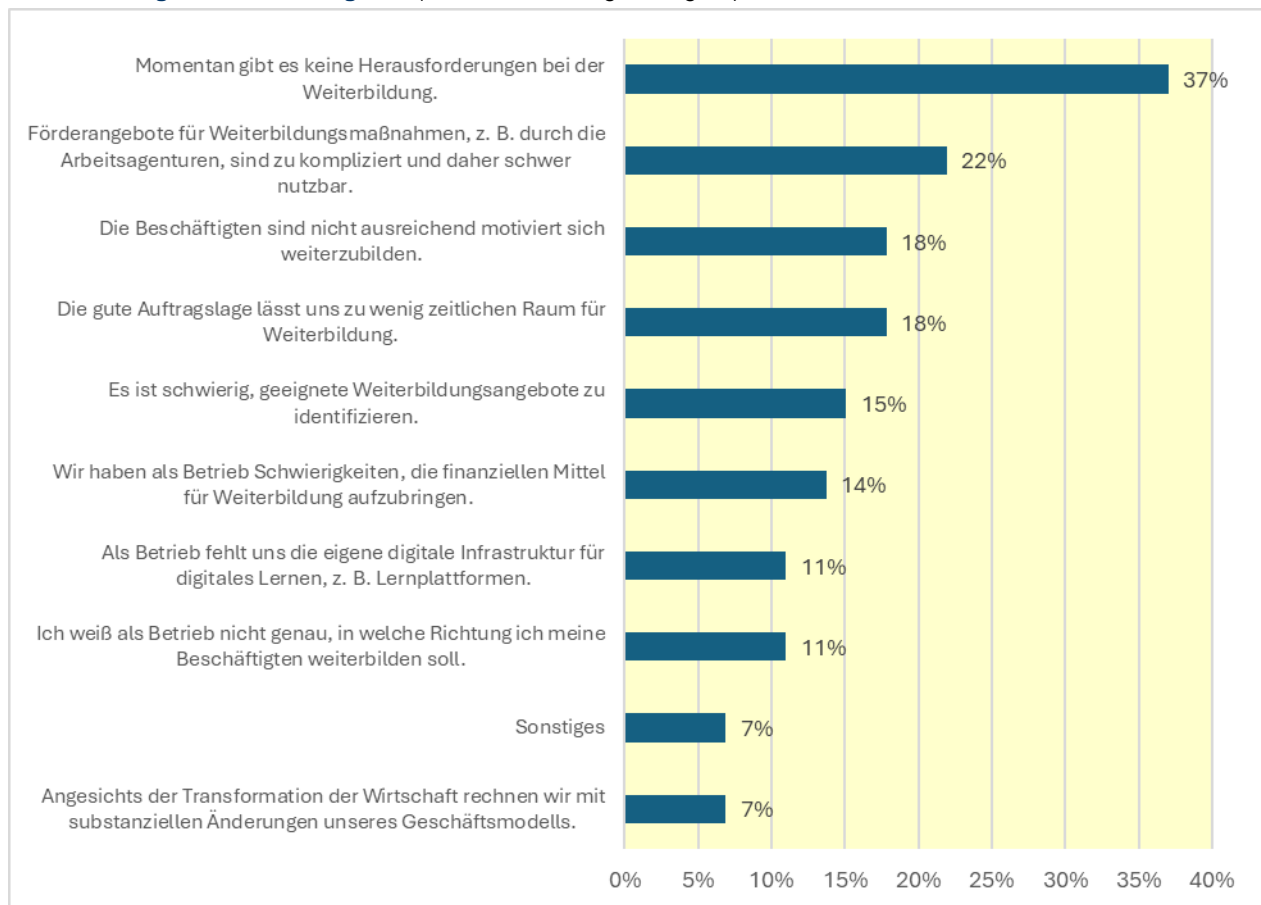
Die zahlreichen unternehmerischen Reaktionen auf die mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängern sind in **Abbildung 7** dargestellt. Mit 38% führen die meisten Unternehmen an, dass sie grundsätzlich auch ohne öffentliche Förderung leistungsschwächeren Jugendlichen eine Chance geben. 36% bieten eigene Nachhilfeprogramme im Unternehmen an. 19% nutzen die Angebote der Einstiegsqualifizierung. Für 25% der ist es nicht möglich, leistungsschwächere Schulabgänger zu fördern und zu integrieren.

**Abbildung 7: Wie reagieren Sie auf die mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängern?**  
(Mehrfachnennungen möglich)



Die größten Herausforderungen für Unternehmen bei der beruflichen Weiterbildung zeigt **Abbildung 8**. Es ist erfreulich zu sehen, dass 37% der Unternehmen gegenwärtig keine größeren Herausforderungen bei der Weiterbildung ihrer Mitarbeiter wahrnehmen. Dieser Wert ist im Vergleich zum Vorjahr nochmals um 5% angestiegen. 22% der Befragten führen an, dass die Förderangebote für Weiterbildungsmaßnahmen zu kompliziert und daher schwer nutzbar seien. 18% der Unternehmen beklagen, dass die Beschäftigten nicht ausreichend motiviert seien, sich weiterzubilden. Ebenfalls 18% der Befragten geben an, dass die gute Auftragslage aktuell wenig zeitlichen Raum für Weiterbildung lässt. Zu den „sonstigen Herausforderungen“ gehört, zum Beispiel eine fehlende Weiterbildungsstrategie im Unternehmen.

**Abbildung 8: Welches sind aus Ihrer Sicht derzeit die größten Herausforderungen bei der beruflichen Weiterbildung Ihrer Beschäftigten? (Mehrfachnennungen möglich)**



### Ausgewählte Unternehmensangaben

Unternehmen, die an der Befragung teilnahmen, gehörten vor allem der Industrie, dem Handel und dem Verkehr an. Bei der Betriebsgröße dominierten klein- und mittelständische Unternehmen. 55% haben zwischen 20 und 199 Beschäftigte. 58% haben weniger als fünf Auszubildende. 24% bilden zwischen 5 und 15 Auszubildende aus. 33% der befragten Unternehmen ist an einen Tarifvertrag gebunden. 56% der Unternehmen bildet kaufmännische Berufe, 41% industriell-technische Berufe und 3% Querschnittsberufe aus.