



Unternehmensbefragung 2012 des Regionalen Übergangsmanagements im Landkreis Vorpommern-Rügen

Teil 1 Ergebnisbericht



GEFÖRDERT VOM



Unternehmensbefragung 2012 des Regionalen Übergangsmanagements im Landkreis Vorpommern-Rügen

Teil 1 Ergebnisbericht

Impressum

Herausgeber:

»LEUCHTTURM«

Regionales Übergangsmanagement

Landkreis Vorpommern-Rügen

Carl-Heydemann-Ring 67 | 18437 Stralsund

Tel: 03831/357 1269

E-Mail: ruem@lk-vr.de

Internet: www.lk-vr.de/ruem

Bearbeitung, Redaktion und Layout:

Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern mbH

Brandteichstr. 20

17489 Greifswald

In Zusammenarbeit mit:

Bildungswerk der Wirtschaft gGmbH, Neubrandenburg

Prof. Dr. Dirk Engel, Fachhochschule Stralsund

Diplom-Betriebswirtin Vivian Werner, Greifswald

Redaktionsschluss:

Januar 2013

Druck:

Hoffmann-Druck GmbH, Wolgast

Dieses Projekt wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und aus dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union gefördert. Der Europäische Sozialfond ist das zentrale arbeitsmarktpolitische Förderinstrument der Europäischen Union. Er leistet einen Beitrag zur Entwicklung durch Förderung der Beschäftigungsfähigkeit, des Unternehmergeistes, der Anpassungsfähigkeit sowie der Chancengleichheit und der Investition in die Humanressourcen.

Stralsund / Greifswald, Januar 2013

Inhalt

Teil 1 Ergebnisbericht

Inhalt	I
Abbildungsverzeichnis.....	III
Verzeichnis der Abkürzungen.....	V
0 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	1
1 Einleitung.....	3
2 Datenbasis, Methodik und Befragungsschwerpunkte	3
2.1 Datenbasis	3
2.2 Frageaufbau und Fragebogen	4
2.3 Rücklaufquoten und Verteilung der Antworten.....	4
3 Auswertungsergebnisse	10
3.1 Allgemeine Daten	10
3.2 Ausbildungsstrategie	15
3.3 Bewerberauswahl und Rekrutierungsinstrumente	23
3.4 Ausbildungspraxis und -erfahrungen	32
3.4.1 Abschluss von Ausbildungsverträgen.....	32
3.4.2 Besetzung der Ausbildungsplätze.....	34
3.4.3 Übernahmequote	36
3.4.4 Auflösung von Ausbildungsverträgen.....	38
3.4.5 Stellenbesetzung mit lernschwächeren Bewerbern	40
3.4.6 Ausbildungshemmnisse.....	42
3.5 Zukünftige Entwicklung des Fachkräftebedarfes und des Ausbildungsplatzangebotes	49
4 Wünsche und Empfehlungen aus Unternehmenssicht.....	52
5 Ergebnisse der Experteninterviews	54
6 Bewertung der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen.....	59
6.1 Aktuelle Entwicklung der Ausbildungssituation im Landkreis Vorpommern-Rügen	59
6.2 Wesentliche Ausbildungshemmnisse.....	61
6.3 Ausbildungspraxis – Wie reagieren die Unternehmen?.....	63

6.4	Prognose und zukünftige Herausforderungen	68
6.5	Forderungen aus Unternehmenssicht an Politik und Gesellschaft	68
6.6	Handlungsempfehlungen und Maßnahmenvorschläge	69
7	Quellennachweis	73
8	Darstellung der Bearbeiter	75

Teil 2 Datenband

0	Einleitung.....	1
1	Fragebogen	2
2	Gesamtauswertung	11
3	Teilauswertungen	26
3.1	Teilauswertung nach Regionen.....	26
3.2	Teilauswertung nach Branchen	53
3.3	Teilauswertung nach der Betriebsgröße (drei Größenklassen)	88
3.4	Teilauswertung nach der Betriebsgröße (fünf Größenklassen).....	109
4	Wünsche und Empfehlungen aus Unternehmenssicht	144
5	Interviewpartner und Fragenkatalog der Experteninterviews.....	152

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Branchenverteilung (Frage 23)	5
Abbildung 2: Betriebsgröße nach Anteil der Beschäftigten (Frage 24).....	7
Abbildung 3: Betriebsgrößenverteilung in den Branchen (Frage 24).....	9
Abbildung 4: Betriebsgrößenverteilung in den Regionen (Frage 24).....	9
Abbildung 5: Entwicklung der Ausbildungsquote 2010 - 2012 (Frage 1)	10
Abbildung 6: Entwicklung der Ausbildungsquote 2010 - 2012 nach Betriebsgröße (Frage 1).....	11
Abbildung 7: Entwicklung der Ausbildungsquote 2010 - 2012 nach Branche (Frage 1)	12
Abbildung 8: Anzahl der Auszubildenden in Betrieben (Frage 2)	13
Abbildung 9: Beschäftigte in der Altersklasse 55+ (Frage 21).....	14
Abbildung 10: Ausbildungsstrategie (Frage 3)	15
Abbildung 11: Ausbildungsgründe (Frage 4)	16
Abbildung 12: Reaktionen auf rückläufige Bewerberzahlen (Frage 6).....	18
Abbildung 13: Ausbildungschancen für weibliche Jugendliche (Frage 20)	21
Abbildung 14: Gründe für schlechtere Chancen weiblicher Auszubildende (Frage 20).....	23
Abbildung 15: Wichtige Einstellungsvoraussetzungen (Frage 10)	24
Abbildung 16: Beginn der Suche nach künftigen Auszubildenden (Frage 7)	26
Abbildung 17: Rekrutierungsinstrumente zur Gewinnung von Auszubildenden (Frage 8)	27
Abbildung 18: Nutzungsweise des Internets zur Rekrutierung (Frage 8).....	28
Abbildung 19: Bekanntheit des Projektes "Leuchtturm" (Frage 9).....	30
Abbildung 20: Bekanntheit des Projektes "Leuchtturm" nach Betriebsgrößen (Frage 9)	31
Abbildung 21: Abschluss von Berufsausbildungsverträgen 2011 und 2012 (Frage 5).....	32
Abbildung 22: Gründe für den Rückgang von Berufsausbildungsverträgen 2012 (Frage 5).....	33
Abbildung 23: Gründe für den Anstieg von Berufsausbildungsverträgen 2012 (Frage 5)	34
Abbildung 24: Besetzung der Ausbildungsplätze (Frage 11).....	34
Abbildung 25: Gründe für die Nichtbesetzung von Ausbildungsplätzen (Frage 11)	35
Abbildung 26: Übernahme von Auszubildenden 2012 (Frage 12)	36
Abbildung 27: Übernahmequoten im Vergleich	36
Abbildung 28: Übernahme von Auszubildenden 2012 nach Betriebsgrößen (Frage 12).....	37
Abbildung 29: Gründe für die Übernahme von Auszubildenden (Frage 12).....	37
Abbildung 30: Quote der vorzeitig aufgelösten Ausbildungsverträge (Frage 14).....	38
Abbildung 31: Gründe für die Auflösung von Ausbildungsverträgen (Frage 15)	39
Abbildung 32: Voraussetzungen für die Besetzung von Ausbildungsplätzen mit lernschwächeren Jugendlichen (Frage 19)	40

Abbildung 33: Ausbildungshemmnisse (Frage 13)	42
Abbildung 34: Ausbildungshemmnisse bei Nicht-Ausbildungsbetrieben (Frage 13)	44
Abbildung 35: Mängel bei der Ausbildungsreife von Schulabgängern (Frage 16)	45
Abbildung 36: Vergleich Mängel bei der Ausbildungsreife (Frage 16)	46
Abbildung 37: Betriebliche Reaktionen auf mangelnde Ausbildungsreife (Frage 17)	47
Abbildung 38: Zukünftiger Fachkräftebedarf (Frage 18)	49
Abbildung 39: Zukünftiges Ausbildungsplatzangebot (Frage 18)	50
Abbildung 40: Zukünftiger Fachkräftebedarf und zukünftiges Ausbildungsplatzangebot nach ausgewählten Branchen	51

Verzeichnis der Abkürzungen

BdW	Bildungswerk der Wirtschaft gGmbH
BFD	Bundesfreiwilligendienst
BIZ	Berufsinformationszentrum
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
DIHK	Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.
DL	Dienstleistungen
FSJ	Freiwilliges Soziales Jahr
ggü.	gegenüber
HST	Hansestadt Stralsund
HoGa	Hotel- und Gaststättengewerbe
IHK	Industrie- und Handelskammer
i.H.v.	in Höhe von
k.A.	keine Angaben
KWIS	Kommunales Wirtschaftsinformationssystem
n	Zahl der Nennungen
MA	Mitarbeiter
NACE	Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft (aus französisch: Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne)
NVP	(Landkreis) Nordvorpommern
RÜG	(Landkreis) Rügen
RÜM	Regionales Übergangsmanagement
VR	(Landkreis) Vorpommern-Rügen
WFG	Wirtschaftsfördergesellschaft (Vorpommern)
WZ	Wirtschaftsziffer (gem. NACE-Code; siehe NACE)
z.B.	zum Beispiel

0 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Die vorliegende Befragung liefert erstmalig einen verlässlichen und branchenübergreifenden Einblick in die strategischen Überlegungen zur Ausbildung von Nachwuchskräften und die praxisbezogenen Erfahrungen der Betriebe im Landkreis Vorpommern-Rügen. Viele Trends und Entwicklungen auf Bundes- und Landesebene sowie Erfahrungen der regionalen Unternehmens- und Branchenverbände wurden auch für die regionale Ebene des Landkreises bestätigt. Doch es gibt auch eine ganze Reihe regionspezifischer Besonderheiten, die zusammenfassend belegen, dass die Ausbildungssituation in Vorpommern-Rügen sich in einem massiven Umbruch befindet und der Landkreis hierbei in besonderem Umfang von den Folgen des demografischen Wandels betroffen ist.

- Für die Betriebe, die selber ausbilden, stellt die Ausbildung ein wichtiges Instrument zur Fachkräftesicherung und Nachwuchsgewinnung dar.
- Die Zahl der Ausbildungsstätten geht jedoch zurück und es werden weniger Ausbildungsverträge als im Vorjahr abgeschlossen.
- Die Ausbildungsintensität ist die niedrigste der letzten drei Jahre. Der seit Jahren zu beobachtende Trend im Rückgang der Ausbildungsbereitschaft und -intensität der Betriebe ist im Landkreis deutlich höher ausgeprägt als im Bundes- und Landesvergleich.
- Nur noch die Hälfte der Betriebe im Landkreis kann alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen.
- Die Auflösungsquote bei den Ausbildungsverträgen lag schon zu Beginn des Ausbildungsjahres bei 9% und hat sich bis zum Jahresende vermutlich deutlich weiter erhöht.
- Hauptgrund für die Entwicklung ist aus Unternehmenssicht der spürbare Rückgang von (geeigneten) Bewerbern infolge des demografischen Wandels. Zurückgehende Schulabgängerzahlen lassen den Ausbildungsmarkt vom Arbeitgeber- zum Bewerbermarkt werden.
- Fehlende Eignung und Qualität der Bewerber werden von den Unternehmen zunehmend häufiger wahrgenommen und kritisiert. Mangelnde persönliche Voraussetzungen (Belastbarkeit, Leistungsbereitschaft und Disziplin) und fehlende Klarheit über den Berufsweg werden am meisten bemängelt.
- Schulische Schwächen werden ebenso moniert, aber im Landkreis besser bewertet als im überregionalen Vergleich.
- Die Organisation (nicht die Inhalte) der Berufsschulbildung wird von den Ausbildungsbetrieben als weiteres Hemmnis benannt.
- Nicht ausbildende Betriebe sehen ebenfalls mangelnde Bewerberqualifikationen als Haupthemmnis, danach gelten jedoch betriebsinterne und wirtschaftliche Aspekte als Hinderung, eine Ausbildung anzubieten.
- Die Unternehmen reagieren auf die sich verschlechternden Rahmenbedingungen sehr unterschiedlich. Viele, vor allem die größeren Unternehmen verstärken und professionalisieren ihre Ausbildungsbemühungen und ihre Rekrutierungsanstrengungen. Vor allem kleinere Betriebe reagieren verhaltener und beginnen nur zögerlich, ihr Ausbildungsmarketing zu intensivieren. Andere Unternehmen ziehen sich resignierend aus der Ausbildung zurück.
- Die Rekrutierungsbemühungen der Unternehmen sind geprägt von alten Mustern und Wegen, gleichzeitig wenig modern und zielgruppengenau sowie stark ausbaufähig.
- Die Bereitschaft, lernschwächeren Bewerbern eine Ausbildungschance zu bieten, ist noch gering ausgeprägt.

- Im Hotel- und Gaststättengewerbe zeichnet sich im Branchenvergleich die dramatischste Situation ab. Der HoGa-Bereich nimmt im Landkreis daher eine Pilotfunktion ein, da Prozesse, die in dieser Branche wirken, auch für andere Wirtschaftszweige zu erwarten sind.
- Regional betrachtet ist - verursacht durch die Branchenbedeutung des touristischen Gewerbes - die Insel Rügen am stärksten von den aktuellen Veränderungen im Ausbildungsbereich betroffen. In Stralsund stellt sich die Situation noch am besten dar.
- Von Politik und Verwaltung fordern die Unternehmen vordringlich eine Verbesserung der schulischen Ausbildung und der Bildungsvoraussetzungen sowie eine intensivere und frühere Berufsorientierung und -vorbereitung, zum Beispiel durch eine verstärkte berufliche Orientierung im Rahmen der Schulausbildung.
- Weiterhin wird die bessere Organisation der Berufsschulanteile in der Ausbildung, die Sicherung der Mobilität zwischen Wohn- und Ausbildungsstätten und – vor allem im touristischen Raum – die Bereitstellung bezahlbaren Wohnraums gewünscht.
- Mehrheitlich blicken die Unternehmen bezüglich ihres zukünftigen Fachkräftebedarfes positiv in die Zukunft und erwarten einen gleichbleibenden bis wachsenden Bedarf an Mitarbeitern, vor allem in gewerblichen und technischen Berufen. Demgegenüber gehen die Unternehmen aber nicht davon aus, diesen wachsenden Bedarf durch verstärkte und bessere Ausbildung zu decken, und beabsichtigen perspektivisch, ihr Ausbildungsplatzangebot zu verringern.

1 Einleitung

Im Rahmen des Projektes LEUCHTTURM Regionales Übergangsmanagement (RÜM) wird im Auftrag des Landkreises Vorpommern-Rügen von der Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern mbH eine Befragung zur Ausbildungssituation im Landkreis durchgeführt. Als Partner beteiligen sich das Bildungswerk der Wirtschaft, Professor Dirk Engel von der Fachhochschule Stralsund sowie Vivian Werner, diplomierte Betriebswirtin der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald.

Das Ziel des Projektes ist es, aus der Sicht der Unternehmer aktuelle regionale Trends hinsichtlich der Entwicklung des Ausbildungsgeschehens aufzuzeigen. Dabei soll ein aktuelles Abbild des tatsächlichen Bedarfs sowie den Anforderungen an Auszubildende dargestellt werden. Damit soll erstmals eine branchenübergreifende, regionale Erfassung der Ausbildung erfolgen. Die Ergebnisse aus Unternehmenssicht sollen schließlich auch in die zurzeit vom RÜM erarbeiteten Gesamtbewertungen und Strategieentwicklungen für den Landkreis einfließen.

2 Datenbasis, Methodik und Befragungsschwerpunkte

Im Zeitraum vom 27. August bis 10. Oktober 2012 wurden ca. 2.300 Unternehmen im Landkreis Vorpommern-Rügen per E-Mail aufgerufen, sich anonym an der Umfrage zur Ausbildungssituation im Landkreis zu beteiligen. Bei der Auswahl der Unternehmen wurden keine Einschränkungen hinsichtlich der Branche oder der Unternehmensgröße getroffen. Vielmehr wurde eine Auswahl der Teilnehmer aufgrund der statistisch ermittelten Verteilung im Landkreis durchgeführt. Die Durchführung der Umfrage erfolgte mithilfe des Online-Tools „onlineumfragen.com“.

2.1 Datenbasis

Als Grundlage für die Befragung und der hierfür zu erstellenden Datenbasis, diente das Kommunale Wirtschaftsinformationssystem, kurz KWIS. Das KWIS wird seit dem Jahr 2009 gemeinsam von den regionalen Wirtschaftsförderern in Vorpommern unter anderem zur Bestandsaufnahme, -dokumentation und -pflege genutzt. Die Datenbank enthielt für den Landkreis Vorpommern-Rügen insgesamt 5.760 Unternehmensdatensätze. Von diesen konnten ca. 700 Unternehmenskontakte mit einer hinterlegten E-Mail-Adresse identifiziert werden. Weitere 500 E-Mail-Adressen wurden für die Umfrage per Internet oder telefonisch nachrecherchiert. Auch von Partnern wurden Kontaktdaten für die Umfrage zur Verfügung gestellt. So konnten Daten vom Jobcenter NVP, aus dem RÜM-Adresspool und vom Bildungswerk der Wirtschaft für den Datenpool genutzt werden. Bedauerlicherweise konnten seitens der IHK zu Rostock und der Kreishandwerkerschaft keine Adressdaten bereitgestellt werden.

Die Auswahl der 2.300 Unternehmensdatensätze erfolgte nach empirischen Gesichtspunkten. Ziel war es, eine möglichst gute und repräsentative Verteilung hinsichtlich der Branchen, der Betriebsgrößen und der regionalen Verteilung der zu befragenden Betriebe zu erzielen. Ein weiterer wichtiger Aspekt war die Erfassung der strukturbestimmenden (im Sinne großer Mitarbeiterzahlen) Betriebe. Hier wurde angestrebt, möglichst viele der großen Betriebe zur Befragung zu gewinnen, was überwiegend auch gelang. Dies wiederum heißt, dass in der Datenbasis größere Betriebe im Vergleich zur realwirtschaftlichen Verteilung überrepräsentiert sind.

2.2 Frageaufbau und Fragebogen

Die Inhalte der Befragung und die Zusammensetzung der einzelnen Fragen wurden in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber festgelegt. Der Fragebogen beinhaltet insgesamt 26 Fragen, welche in sechs Themenschwerpunkte gegliedert sind:

- Grund- und Strukturdaten,
- Ausbildungsstrategie,
- Rekrutierungsstrategie,
- Ausbildungspraxis,
- Ausblick/Prognose und
- statistische Angaben

Ein Teil der Fragen wurde inhaltlich aus den jährlich durchgeführten DIHK-Befragungen übernommen, womit eine Vergleichbarkeit mit Bundes-, Landes- und Kammerbezirksergebnissen des DIHK aus dem Frühjahr 2012 möglich ist. Ebenso flossen Frageaspekte ein, die auch Sicht des RÜM von wesentlicher Bedeutung für das Projekt LEUCHTTURM sind bzw. Vergleichsmöglichkeiten und Analyseansätze zu vorangegangenen RÜM-Befragungen bei den Schulen und den Schülern bieten.

Die Ergebnisdarstellung in diesem Bericht lehnt sich bewusst nicht an die Fragefolge an, da es den Verfassern darauf ankommt, inhaltliche Zusammenhänge und Schwerpunkte ihrer Bedeutung gemäß darzustellen und auch Wirkungszusammenhänge sinnvoll zu erläutern. Insbesondere bei den tabellarischen und grafischen Abbildungen wird die Fragennummerierung jedoch immer dargestellt, sodass eine Zuordnung zum Fragebogen erfolgen kann.

2.3 Rücklaufquoten und Verteilung der Antworten

Mit einer Teilnahme von 526 Betrieben konnte eine Rücklaufquote von insgesamt 23,2% erreicht werden, somit ist also eine sehr hohe Repräsentativität gewährleistet. Es muss allerdings erwähnt werden, dass davon „nur“ 262 Ausbildungsbetriebe sind. In der eigentlichen Auswertung werden überwiegend auch nur die Ausbildungsbetriebe berücksichtigt.

Die Herkunft der Betriebe nach Branchenzugehörigkeit stellt sich wie folgt dar:

Zu welcher Branche zählt Ihr Unternehmen? (n=262)

Branche	Anzahl	Prozent	VR
Land- und Forstwirtschaft / Fischerei und Fischzucht	11	4,2%	k.A.
Bergbau	1	0,4%	0,1%
Herstellung von Waren	22	8,4%	4,3%
Ver- und Entsorgung (Energie, Wasser, Abwasser, Abfall)	7	2,7%	1,2%
Baugewerbe	16	6,1%	13,1%
Handel, Instandhaltung und Reparatur	41	15,6%	20,9%
Hotel- und Gastgewerbe	45	17,2%	15,7%
Verkehr / Logistik	9	3,4%	} 5,1% ¹
IT und Kommunikation / Medien	9	3,4%	
Kreditinstitute und Versicherungen	5	1,9%	1,9%
Wirtschaftliche Dienstleistungen	10	3,8%	19,8%
Öffentliche Verwaltung, Sozialversicherung	14	5,3%	k.A.
Erziehung und Unterricht	6	2,3%	2,2%
Gesundheits- und Sozialwesen	23	8,8%	7,3%
Sonstige Dienstleistungen	36	13,7%	8,4%
Keine Angabe	7	2,7%	

Abbildung 1: Branchenverteilung (Frage 23)

Die Verteilung der Rückläufe entspricht damit annähernd der tatsächlichen Repräsentanz der Unternehmen nach Wirtschaftsbranchen im Landkreis. Die größten Anteile ausbildender Betriebe stellen die beiden Branchen Handel, Instandhaltung und Reparatur mit 15,5% sowie Hotel- und Gastgewerbe mit 14,7%. Stark unterrepräsentiert ist lediglich das Baugewerbe. Im Bereich der Dienstleistungen ist eine starke Abweichung bei den wirtschaftlichen und sonstigen Dienstleistungen auffällig. Da sich die befragten Unternehmen per Selbsteinschätzung einer der vorgegebenen Branchen der amtlichen Klassifikation zuordnen mussten, ist zu vermuten, dass viele Befragte in Unkenntnis der amtlichen Klassifikationen, sich der Einfachheit halber den sonstigen Dienstleistungen zuordneten und dadurch dort ein stark überdurchschnittlicher Wert sowie im Gegenzug eine deutlich unterdurchschnittliche Quote bei den Wirtschaftlichen Dienstleistungen zu vermerken ist.

Für die Auswertung nach Branchen ist dieser Fakt jedoch irrelevant, da beide Dienstleistungsbranchen nur zusammen betrachtet werden. Außerdem werden Branchen generell nur bewertet und

¹ In der Landkreisstatistik sind die Branchen Verkehr/Logistik und IT und Kommunikation / Medien zusammengefasst dargestellt.

entsprechende Aussagen getroffen, wenn eine empirische Belastbarkeit der Daten (Mindestanzahl von ca. 30 Antworten, Plausibilität des Antwortverhaltens) vorliegt. Daher ist es zum Beispiel aufgrund der zu geringen Anzahl eingegangener und verwertbarer Fragebögen von landwirtschaftlichen Betrieben nicht möglich, Aussagen für die Branche „Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei und Fischzucht“ zu tätigen.

Anhand dessen sind Bewertungen und Aussagen nur für einzelne Branchen bzw. Branchenzusammenschlüsse möglich. Eine branchenbezogene Betrachtung der Ergebnisse ist auf Basis der vorgenannten Prämissen somit nur für folgende Bereiche möglich und erfolgt:

- Herstellung von Waren² (im Text auch als Warenproduktion oder verarbeitendes Gewerbe ver- wandt),
- Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen³ (textlich gekürzt als Handel bezeich- net),
- Hotel- und Gaststättengewerbe (im Text meist HoGa),
- Dienstleistungen als Zusammenfassung der wirtschaftlichen und sonstigen Dienstleistungen (s.o.)⁴ und
- Gesundheit- und Sozialwesen (textlich teilweise unter Gesundheit und Pflege geführt).

Sofern bei einzelnen Fragen teilweise keine oder zu wenige Antworten erfolgten und dadurch die empirische Belastbarkeit nicht gegeben ist, erfolgt auch keine Bewertung.

Im vorliegenden Berichtsband wird inhaltlich lediglich auf Besonderheiten und Branchenunterschiede eingegangen, ohne dass alle Einzelwerte erläutert werden. Im Datenband sind unter (Datenband Kap. 3.2) alle Antwortverteilungen wiedergegeben.

² Nach NACE-Klassifikation (WZ 2008) Abschnitt C fallen hierunter u.a. die Herstellung von Nahrungsmitteln, Bekleidung, Druckerzeugnissen, elektrischen Ausrüstungen, Metallernzeugnissen, sowie Maschinenbau

³ Nach NACE-Klassifikation (WZ 2008) Abschnitt G zahlreiche Formen des Groß- und Einzelhandels

⁴ Nach NACE-Klassifikation (WZ 2008) Zusammenfassung der Abschnitte M (u.a. Erbringung wirtschaftlicher Dienstleistungen, z.B.: Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung, Unternehmensberatung, Architektur- und Ingenieurbüros; Forschung und Entwicklung, Werbung und Marktforschung, sonstige freiberufliche, wis- senschaftliche und technische Tätigkeiten, Veterinärwesen) und N(u.a. Vermietung von beweglichen Sachen, Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften, Reisebüros, Wach- und Sicherheitsdienste, Gebäudebetreu- ung, Garte- und Landschaftsbau, wirtschaftliche Dienstleistungen für Unternehmen und Privatpersonen) und Abschnitt S (Erbringung sonstiger Dienstleistungen, z.B.: Interessenvertretungen, Reparatur von Datenverarbei- tungsgeräten und Gebrauchsgütern, Erbringung von überwiegend persönlichen Dienstleistungen)

Von besonderem Interesse der Befragung ist auch die Fragestellung, ob und wie die Größe eines Betriebes das Ausbildungsverhalten bestimmt. Daher erfolgt eine Teilauswertung nach Betriebsgrößen, gemessen an der Zahl der Mitarbeiter. Deren Rücklaufverteilung stellt sich wie folgt dar.

Wie viel Beschäftigte hat Ihr Unternehmen? (n=526 für alle Betriebe)			Wie viel Beschäftigte hat Ihr Unternehmen? (n=262 für aktuelle Ausbildungsbetriebe)		
Beschäftigte	Anzahl	In Prozent	Beschäftigte	Anzahl	In Prozent
Weniger als 5	75	14%	Weniger als 5	7	3%
5-9	83	16%	5-9	29	11%
10-19	80	15%	10-19	42	16%
20-49	76	14%	20-49	60	23%
50-99	53	10%	50-99	42	16%
100-199	27	5%	100-199	27	10%
200 und mehr	16	3%	200 und mehr	14	5%
Keine Angabe	116	22%	Keine Angabe	41	16%

Abbildung 2: Betriebsgröße nach Anteil der Beschäftigten (Frage 24)

Die Abweichungen in der Verteilung zwischen allen antwortenden Unternehmen (n=526) und den Betrieben, die tatsächlich ausbilden (n=262), zeigt einen deutlich höheren Anteil größerer Betriebe bei den Ausbildungsbetrieben. Dies ist seitens des Auftraggebers im Sinne der Befragung auch gewollt. Es sollen vor allem auch die Struktur bestimmenden größeren Betriebe erfasst werden und daher war von vornherein auch keine realwirtschaftliche Verteilung angestrebt.

Somit weicht die Verteilung der Ausbildungsbetriebe von der Verteilung aller Betriebe im Landkreis Vorpommern-Rügen ab. Es ist klar zu erkennen, dass in der Gesamtheit aller Unternehmen kleine Firmen stärker vertreten sind, bei der Befragung jedoch stärker die ausbildenden Unternehmen der mittleren und größeren Betriebsgrößen erfasst werden.

Für die weiteren Betrachtungen werden drei Betriebsgrößenklassen gebildet, nach denen dann Auswertungen vorgenommen werden:

- Betriebe mit weniger als 20 Mitarbeitern (MA) = kleine Unternehmen im Sinne dieser Befragung
- Betriebe mit 20 bis unter 100 MA = mittlere Unternehmen
- Betriebe mit 100 und mehr MA = große Unternehmen

Diese verwendete Unterteilung weicht also bewusst von der klassischen KMU-Definition ab, nach der kleine Unternehmen weniger als 50, mittlere 50 bis 249 und große 250 und mehr Mitarbeiter haben⁵.

Im Datenband enthalten ist eine Teilauswertung nach fünf Betriebsgrößenklassen (Datenband Kap. 3.4). Diese lässt jedoch nur in Einzelfällen empirisch belastbare Aussagen zu, da bei Teilauswertungen häufig keine ausreichenden Rücklaufquoten erreicht wurden. Im Bericht wird daher vorrangig zwischen den zuvor genannten drei Betriebsgrößen unterschieden.

Eine weitere angestrebte Teilauswertung erfolgt nach Teilregionen des Landkreises. Die Einteilung wurde aufgrund der räumlich-geografischen Gliederung und statistischer Beweggründe in folgende Gebiete vorgenommen:

- die Hansestadt Stralsund als städtisches Zentrum des Landkreises,
- die Insel Rügen als räumlich klar abgrenzbares Arbeitsmarktgebiet und
- der Altkreis Nordvorpommern als restlicher Festlandsbereich.

Die Ergebnisbetrachtung nach Teilregionen erfolgt unter den gleichen empirisch-statistischen Regeln wie die Branchenauswertung (Mindestanzahl Rückläufe, Plausibilität). Die gesamte Teilauswertung ist im Datenband unter Kapitel 3.1 dargestellt.

In der Gesamtbetrachtung der Ergebnisse erweist sich die Betriebsgröße als starkes Kriterium, welches das Ausbildungsverhalten prägend bestimmt. Daher erfolgt nachfolgend eine Darstellung der Unternehmensverteilung unter der Zuordnung zu Branchen und Regionen.

⁵ Gem. den Empfehlung der Kommission vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen (Bekannt gegeben unter Aktenzeichen K(2003) 1422 im Amtsblatt der Europäischen Union)

Wie viel Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?

Unternehmensgröße	Insgesamt (n=262)	HoGa (n=45)	Waren (n=21)	Handel (n=40)	DL (n=44)	Gesundheit (n=23)
Weniger als 20	30%	42%	33%	38%	25%	17%
20-99	39%	31%	33%	58%	36%	39%
100 und mehr	16%	16%	24%	5%	20%	26%
Keine Angabe	16%	11%	10%	0%	18%	17%

Abbildung 3: Betriebsgrößenverteilung in den Branchen (Frage 24)

Wie viel Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?

Unternehmensgröße	Insgesamt (n=262)	Rügen (n=90)	NVP (n=83)	Stralsund (n=52)
Weniger als 20	30%	38%	29%	33%
20-99	39%	34%	53%	40%
100 und mehr	16%	18%	8%	21%
Keine Angabe	16%	10%	10%	6%

Abbildung 4: Betriebsgrößenverteilung in den Regionen (Frage 24)

Es wird darauf hingewiesen, dass angesichts teilweise kleiner und damit nicht mehr repräsentativer Rücklaufquoten nicht immer direkte Ableitungen und Interpretationen zu einzelnen Untergruppen möglich sind. Der Bericht verzichtet aus empirisch-statistischen Gründen konsequenter Weise dann auch auf textliche Teilgruppenanalysen und Interpretationen beziehungsweise weist gesondert auf die fehlende wissenschaftlich belegbare Untersetzung hin.

3 Auswertungsergebnisse

In diesem Kapitel werden zunächst die Ergebnisse der Befragung dargestellt und kurz erläutert. Auf Bewertungen und Interpretationen wird aber an dieser Stelle noch weitgehend verzichtet. Diese erfolgen erst später im Kapitel 6.

Die Ergebnisdarstellung erfolgt überdies nicht in der Reihenfolge des Fragenaufbaus im Fragebogen sondern anhand thematischer Schwerpunkte, die sich erst in der Auswertung herauskristallisierte.

3.1 Allgemeine Daten

Bildet Ihr Betrieb aus bzw. hat er ausgebildet im Jahr... (n=526)		
Mehrfachantwort möglich		
Jahr	Anzahl der Betriebe	In Prozent
2010	230	44%
2011	238	45%
2012	215	41%
Der Betrieb bildet nicht mehr aus	84	16%
Der Betrieb hat noch nie ausgebildet	176	33%

Abbildung 5: Entwicklung der Ausbildungsquote 2010 - 2012 (Frage 1)

Der prozentuale Anteil der ausbildenden Betriebe an allen befragten Unternehmen von 2010 bis 2012 liegt bei durchschnittlich 43%, wobei im laufenden Jahr 2012 mit 41% die geringste Quote der letzten drei Jahre zu verzeichnen ist, die Anzahl der ausbildenden Betriebe nimmt also tendenziell ab. Diese regionale Entwicklung deckt sich mit dem allgemeinen Trend in Ostdeutschland. Hier ist seit Ende der neunziger Jahre ein Rückgang der Ausbildungsbereitschaft zu beobachten, der einhergeht mit dem Sinken der Schulabgängerzahlen und einer geringeren Bedeutung der außerbetrieblichen Ausbildung.

Dass allerdings 16% der Befragten eine Abkehr von der Ausbildung vollzogen haben ist bedenklich. Gründe hierfür wurden in der Befragung nicht direkt erfragt und können daher nur indirekt vermutet werden. Hinweise liefern Aussagen in den offenen Antworten und werden später thematisiert.

Bildet Ihr Betrieb aus bzw. hat er ausgebildet im Jahr...
Mehrfachantwort möglich

Jahr	Insgesamt (n=525)		Unter 20 (n=238)		20-99 (n=129)		100 und mehr (n=44)	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
2010	230	44%	67	28%	94	73%	37	84%
2011	238	45%	74	31%	90	70%	40	91%
2012	215	41%	60	25%	86	67%	37	84%
Der Betrieb bildet nicht mehr aus	84	16%	60	25%	8	6%	0	0%
Der Betrieb hat noch nie ausgebildet	176	33%	99	42%	17	13%	2	5%

Abbildung 6: Entwicklung der Ausbildungsquote 2010 - 2012 nach Betriebsgröße (Frage 1)

Erwartungsgemäß ist die Ausbildungsbereitschaft bei den großen Unternehmen mit 100 und mehr Mitarbeitern am höchsten. Der Wert liegt mit 84% zwar unter dem Vorjahr, ist aber derselbe im Vergleich mit dem Vorvorjahreswert. Auch hat sich hier keiner der befragten Betriebe völlig aus der Ausbildung zurückgezogen. Schließlich ist die Quote der Unternehmen, die noch nie ausgebildet haben, in dieser Gruppe am geringsten, wenn gleichermaßen auch bemerkenswert ist, dass offensichtlich zwei große Unternehmen nicht ausbilden (müssen).

Bei den mittleren Unternehmen (20-99 MA) ist der Abwärtstrend der letzten drei Jahre deutlich ausgeprägt, obwohl die Ausbildungsabbruchquote mit 6% noch relativ gering ist.

Die kleinen Unternehmen mit weniger als 20 MA weisen mit 25% eine im Vergleich sehr hohe Quote bezüglich der Beendigung der Ausbildungsbereitschaft auf. Auch haben über 40% in dieser Gruppe noch nie ausgebildet.

Bildet Ihr Betrieb aus bzw. hat er ausgebildet im Jahr...
Mehrfachantwort möglich

Jahr	Insgesamt (n=525)		HoGa (n=92)		Waren (n=31)		Handel (n=66)		DL (n=108)		Gesundheit (n=48)	
		%		%		%		%		%		%
2010	230	44%	43	47%	22	71%	38	58%	38	35%	18	38%
2011	238	45%	39	42%	20	65%	37	56%	44	41%	23	48%
2012	215	41%	36	39%	18	58%	35	53%	35	32%	20	42%
Der Betrieb bildet nicht mehr aus	84	16%	16	17%	4	13%	10	15%	18	17%	9	19%
Der Betrieb hat noch nie ausgebildet	176	33%	30	33%	5	16%	15	23%	42	39%	16	33%

Abbildung 7: Entwicklung der Ausbildungsquote 2010 - 2012 nach Branche (Frage 1)

Nach Branchen unterschieden ist das verarbeitende Gewerbe (Warenherstellung) der Sektor mit der höchsten Ausbildungsquote. Hier bilden mit 58% deutlich mehr Betriebe aus als im Gesamtdurchschnitt. Mit 16% ist auch die Quote der Betriebe, die noch nie ausgebildet haben, hier am niedrigsten. Bedingt sind diese Werte wohl auch durch die Tatsache, dass in dieser Untergruppe auch überdurchschnittlich viele größere Unternehmen vertreten sind.

Weiterhin ist in der Branchenbetrachtung auffällig, dass der Trend zurückgehender Ausbildungsbereitschaft bei HoGa, verarbeitendem Gewerbe und Handel recht eindeutig ablesbar ist. Eine uneinheitliche Entwicklung weist hingegen der Dienstleistungssektor auf, während das Gesundheits- und Sozialwesen sich dadurch auszeichnet, dass zwar gegenüber dem Vorjahr ebenfalls ein Rückgang der Quote zu verzeichnen ist, der Wert mit 42% aber immer noch über dem Wert des Vorjahres 2011 (38%) liegt. Ein Erklärungsansatz dürfte sein, dass in dieser Branche die Unternehmens- und vor allem Arbeitsplatzentwicklung im Betrachtungszeitraum sich sehr dynamisch und positiv darstellt und das Ausbildungsplatzangebot dementsprechend ebenfalls wächst.

Die Abbruchquote im Ausbildungsverhalten weist hingegen keine branchenspezifischen Abweichungen auf während die Anteile der noch nie ausbildenden Betriebe überwiegend zwischen 33 (= Mittelwert) und 39% schwankt. Abweichungen hiervon stellen die Hersteller von Waren (s.o.) und der Handel (23%) mit unterdurchschnittlichen Ergebnissen dar.

Wie viele Auszubildende hat Ihr Betrieb zurzeit? (n=262)

Insgesamt			davon weiblich		
	Anzahl	Prozent		Anzahl	Prozent
keinen	24	9%	keinen	47	18%
1-2	111	42%	1-2	71	27%
3-4	47	18%	3-4	23	9%
5-6	20	8%	5-6	15	6%
7-8	13	5%	7-8	3	1%
9-10	12	5%	9-10	5	2%
Mehr als 10	23	9%	Mehr als 10	7	3%
Keine Angabe	12	5%	Keine Angabe	91	35%

davon mit Migrationshintergrund		
	Anzahl	Prozent
keinen	94	36%
1-2	9	2%
Mehr als 2	0	0%
Keine Angabe	159	61%

Abbildung 8: Anzahl der Auszubildenden in Betrieben (Frage 2)

Mit 42% bilden Unternehmen mit lediglich ein bis zwei Auszubildenden die größte Gruppe. Gefolgt wird diese mit 18% der Unternehmen, die drei bis vier Auszubildende betreuen. Folglich haben 60% der Betriebe weniger als fünf Auszubildende. Verglichen mit der Umfrage des DIHK (Ausbildungsumfrage 2012) sind die Vergleichswerte im Land mit 56,4% und im Kammerbezirk mit 59,8% ähnlich⁶.

Dagegen weisen große Unternehmen in der Regel zwar mehr Auszubildende auf, gleichzeitig haben insgesamt aber nur 9% der Unternehmen mehr als 10 Auszubildende. Selbst bei den großen Betrieben mit mehr als 100 Mitarbeitern haben weniger als die Hälfte (39%) mehr als 10 Auszubildende.

Allgemein lässt sich ableiten, dass die Anzahl der Auszubildenden durch die Unternehmensgröße bestimmt wird. Hierbei spiegelt sich auch die regionale Unternehmensstruktur deutlich wieder. So kommen im Durchschnitt gesehen 5,4 Auszubildende auf einen Betrieb. Im Vergleich mit der Umfrage des DIHK sind mit durchschnittlich 6,2 Auszubildenden pro Betrieb im Land beziehungsweise 5,7 im Kammerbezirk Rostock höhere Werte zu verzeichnen⁷.

Im HoGa-Bereich finden sich überdurchschnittlich viele Betriebe, die mehr als 10 Auszubildende beschäftigen, der prozentuale Wert liegt hier bei 16% (Durchschnitt insgesamt 9%). Dies ist ein eindeutiges Indiz auf die hohe Bedeutung, die die Auszubildenden in den Betriebsabläufen spielen. Eine

⁶ IHK 2012a, S. 35; IHK 2012b, S. 34

⁷ IHK 2012a, S. 5; IHK 2012b, S. 5

Bewertung weiterer Branchen gestaltet sich aufgrund der zu geringen Antwortzahlen allerdings schwierig.

Von allen ausbildenden Unternehmen geben lediglich 9% an, dass sie momentan keine Auszubildenden haben. Diese 24 Betriebe haben entweder momentan ihren Ausbildungsplatz (oder -plätze) nicht besetzt oder keinen Bewerber gefunden.

Gefragt wurde auch nach dem Anteil weiblicher Auszubildender. Hierzu werden jedoch häufig keine Angaben gemacht, sodass verlässliche Bewertungen nicht möglich sind. Es zeichnet sich aber ab, dass gerade die kleinen Unternehmen, die ein bis zwei Auszubildende beschäftigen, mit 27% ebenfalls am stärksten vertreten sind. Zu berücksichtigen ist allerdings, dass mehr als ein Drittel der Befragten keine Angabe zu dieser Frage geben. Deutlich ist, dass gerade die größeren Betriebe einen geringeren Anteil an weiblichen Auszubildenden aufweisen.

Auszubildende mit Migrationshintergrund werden lediglich in neun Unternehmen beschäftigt, der prozentuale Wert liegt damit bei 2%. Dazu ist aber festzuhalten, dass 61% der Befragten zu dieser Frage keine Angabe machen. Es ist trotzdem davon ausgehen, dass diese Auszubildenden-Gruppe in der Region keine Rolle spielt. Zu vermuten ist, dass die Rekrutierung von ausländischen Auszubildenden bisher höchstens im HoGa-Sektor erfolgt, da hier entsprechende Aktivitäten bekannt sind.

Die Altersstruktur der Belegschaften spielt für die Personalplanung und Fachkräftesicherung eine entscheidende Rolle. Einer drohenden Überalterung kann mit einer vorausschauenden Personalplanung einschließlich der Integration jüngerer Mitarbeiter erfolgreich begegnet werden.

Wie hoch ist der Anteil Ihrer Beschäftigten in der Altersklasse 55+?					
Insgesamt (n=526)			Ausbildungsbetriebe (n=262)		
	Anzahl	in Prozent		Anzahl	in Prozent
0%	72	14%	0%	25	10%
1-10%	76	14%	1-10%	51	19%
11-20%	79	15%	11-20%	56	21%
21-30%	59	11%	21-30%	40	15%
31-40%	27	5%	31-40%	14	5%
41-50%	23	4%	41-50%	10	4%
51-100%	25	5%	51-100%	7	3%
keine Angabe	165	31%	keine Angabe	59	23%

Abbildung 9: Beschäftigte in der Altersklasse 55+ (Frage 21)

Im Durchschnitt aller Betriebe liegt der Anteil der Mitarbeiter, die älter als 55 Jahre sind, bei 19,1 %, wobei der Anteil mit der Größe des Unternehmens tendenziell zunimmt. Große Unterschiede zwischen ausbildenden und nichtausbildenden Betrieben sind nicht vorhanden. Gleiches gilt für die teilregionale Betrachtung, die Verteilung ist hier annähernd gleich. Deutliche Unterschiede gibt es aber zwischen den Branchen. Im HoGa-Sektor liegt bei 70% der Befragten der Anteil der über 55-jährigen unter 20%, im Handel beträgt dieser Wert sogar 75%, hier finden sich also relativ junge Belegschaften. In der Warenproduktion sind es hingegen nur 53%, bei den Dienstleistungen 48% und im Gesundheits- und Sozialwesen lediglich 39%. Je höher dieser Wert, desto jünger die Belegschaft, somit ist das Problem der drohenden Überalterung vor allem im Gesundheitswesen und im Dienstleistungssektor akut.

3.2 Ausbildungsstrategie

Die unternehmerischen Beweggründe für eine Ausbildung haben sich im Laufe der Jahre immer wieder geändert. Mussten die Firmen in vergangenen Zeiten, in denen eine hohe Jugendarbeitslosigkeit zu verzeichnen war und vielen Schulabgängern wenige Ausbildungsangebote gegenüberstanden, von der Politik oft ermuntert und motiviert werden, über den eigenen Bedarf auszubilden, hat sich dies mittlerweile stark verändert. Die Frage, welche unternehmensstrategischen Überlegungen die Entscheider heute bewegen, war daher ein wichtiger Aspekt der Erhebung.

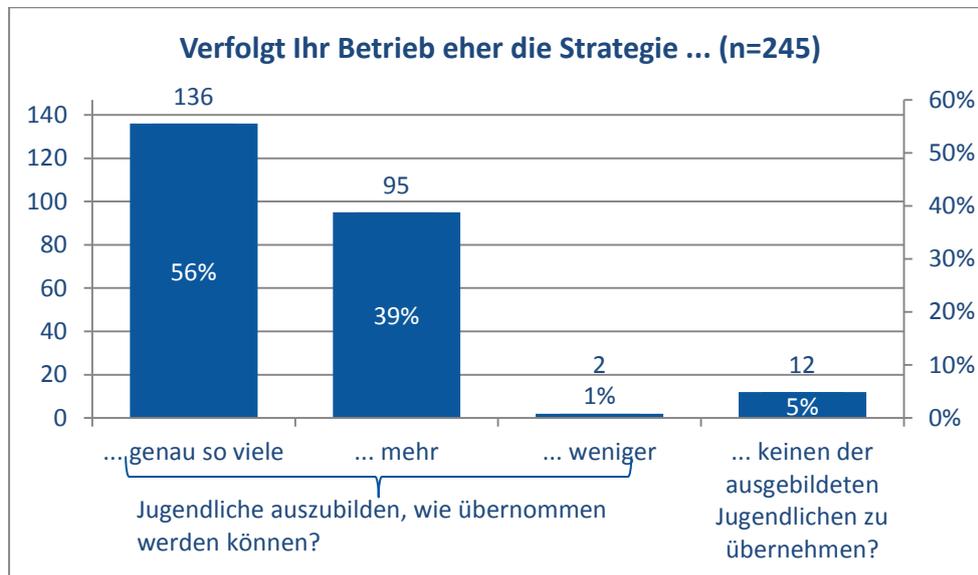


Abbildung 10: Ausbildungsstrategie (Frage 3)

Fast alle Betriebe verfolgen die Strategie, genauso viele (56%) oder sogar mehr Jugendliche (39%) auszubilden, wie später übernommen werden können. Die Quote für die über den eigenen Bedarf hinaus ausbildenden Betriebe ist damit relativ hoch, am stärksten ausgeprägt ist sie im HoGa-Sektor mit 43%. Die Gesundheitsbranche weist mit 57% zwar eine noch höhere Quote auf, diese ist jedoch mit Vorsicht zu betrachten, da dem Ergebnis nur 21 Nennungen zugrunde liegen und die Belastbar-

keit des Wertes nicht gegeben ist. In den anderen Branchen finden sich Werte nahe den Durchschnittsergebnissen.

Die Bereitschaft, über den eigenen Bedarf hinaus auszubilden, wächst außerdem mit der Betriebsgröße deutlich: Gegenüber dem Durchschnitt 39% beträgt dieser Wert bei den Unternehmen mit weniger als 20 MA nur 33%, bei denen mit 20-99 MA 46% und bei den großen Unternehmen mit 100 und mehr MA sogar 49%.

Mit 45% Nennungen der „über den eigenen Bedarf Auszubildende“ verfügt die Teilregion NVP hier über den höchsten Wert. Rügen und Stralsund weisen nur geringe Abweichungen vom Gesamtwert auf.

Immerhin 5% der Unternehmen planen, keinen ihrer Auszubildenden zu übernehmen.

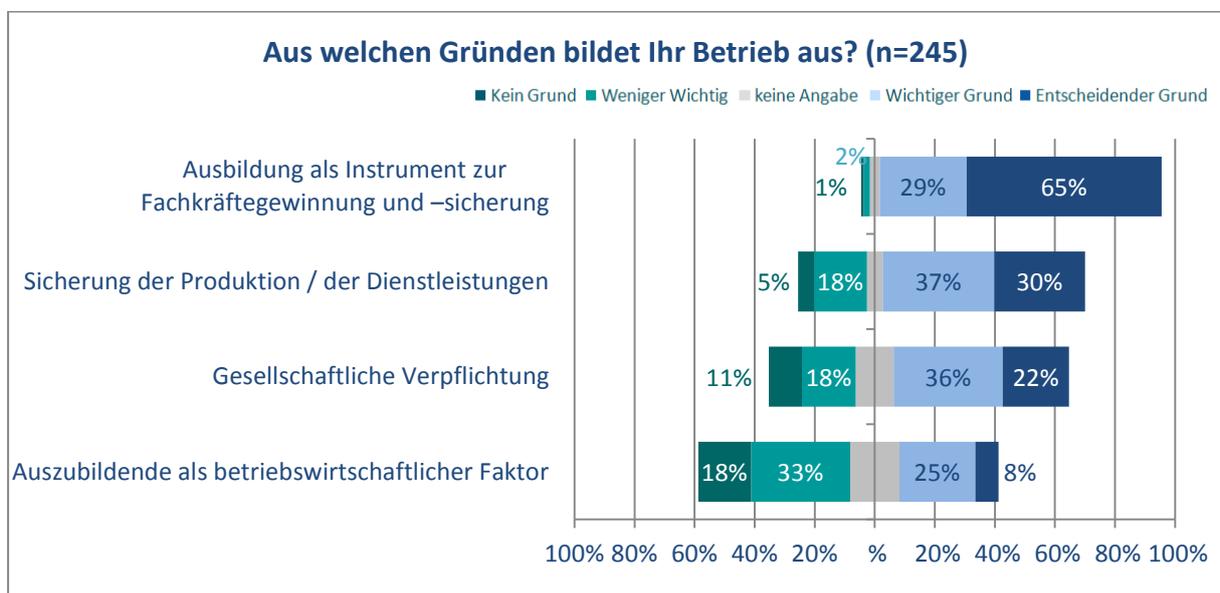


Abbildung 11: Ausbildungsgründe (Frage 4)

Der entscheidende Grund, weshalb die Betriebe im Landkreis Vorpommern-Rügen ausbilden, ist das Instrument zur Fachkräftegewinnung und -sicherung. Das geben insgesamt 94% aller ausbildenden Betriebe an. Die Gruppe der Unternehmen mit 20 bis 99 MA (98%) und die mit 100 und mehr MA (97%) sind sich in diesem Punkt fast völlig einig. Branchenbezogen stimmen sogar 100% der HoGa-Betriebe dieser Feststellung zu, ebenso wie, regional betrachtet, die Unternehmer aus Stralsund. Somit ist ziemlich deutlich, dass die Rekrutierung und die Ausbildung des eigenen Personals von immenser Bedeutung sind. Die Unternehmen setzen also inzwischen auf Ausbildung und müssen – anders als noch vor Jahren – auch nicht mehr sonderlich motiviert und ermutigt werden.

Für zwei Drittel der Befragten insgesamt (67%) ist die Sicherung der Produktion bzw. der Dienstleistungen ein weiterer entscheidender und wichtiger Grund. Gerade die kleinen Unternehmen bestätigen das mit 75% in noch höherem Maße. In der Dienstleistungsbranche liegt der Wert sogar bei 83%. Dieser Grund muss aber in engem Zusammenhang mit dem einen Drittel der Antworten betrachtet werden, die Auszubildende sogar explizit als betriebswirtschaftlichen Faktor bewerten. Das könnte bedeuten, dass die Auszubildenden fehlendes Personal ersetzen und/oder Personalkosten durch

„preisgünstige“ Mitarbeiter reduziert werden. Auch der Hinweis, dass nur verhältnismäßig wenige Unternehmen im Zuge des Bewerberrückgangs über eine Erhöhung der Ausbildungsvergütung nachdenken (siehe unten, Abb. 12), verstärkt die Vermutung, dass nicht wenige Unternehmen – aus welchen Gründen auch immer – über Auszubildende ihre Kostenstrukturen im Rahmen halten. Auffallend ist auch, dass dieser Aspekt im HoGa-Sektor besonders ausgeprägt ist, gerade dort, wo das Branchenimage in der Vergangenheit aus Mitarbeiter- und Bewerbersicht immer schlechter geworden ist und das Interesse zunehmend schwindet.

58% sind sich Ihrer gesellschaftlichen Verpflichtung in Bezug auf das Thema Ausbildung bewusst, wobei dieser Wert bei den größeren Unternehmen gegenüber den kleineren Unternehmen weitaus höher liegt.

Ein Drittel der Unternehmen geben an, dass die Beschäftigung von Auszubildenden als betriebswirtschaftlicher Faktor wichtig oder gar entscheidend ist. Bei der Teilauswertung der Branchen ist zu erkennen, dass dies gerade im HoGa-Bereich mit 57% am stärksten so gesehen wird.

Als weitere Gründe erfolgen zehn Einzelnennungen, darunter drei Mal die Zielsetzung, die Region stärken zu wollen, in dem jungen Menschen eine Perspektive geschaffen werden müsse, eine Auflage im Zuge einer Fördermittelbewilligung erfüllen zu müssen, aber auch, Spaß an der Ausbildung zu haben.

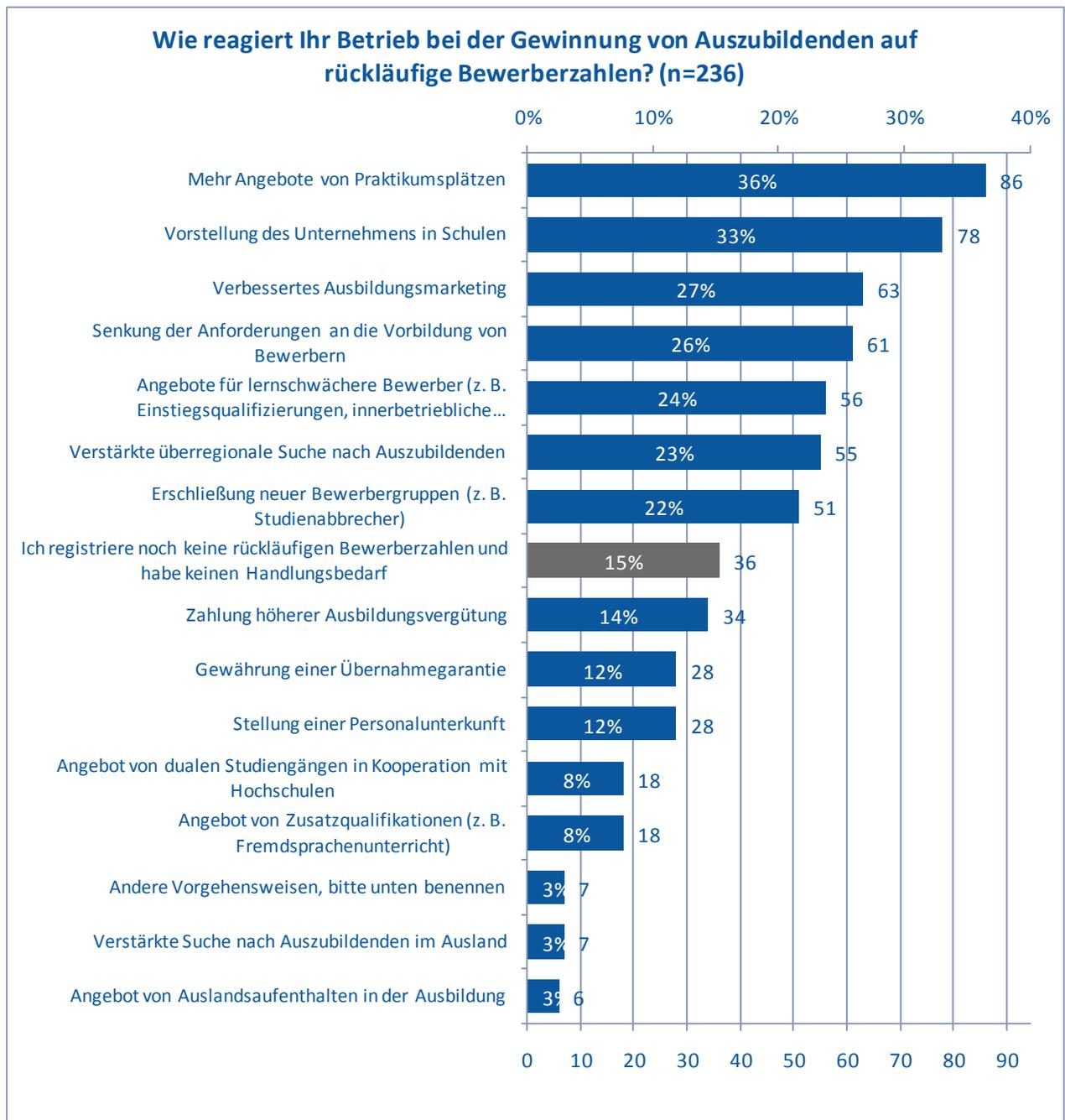


Abbildung 12: Reaktionen auf rückläufige Bewerberzahlen (Frage 6)

Die meisten Unternehmen sind sich der Folgen des demografischen Wandels, konkret dem Rückgang der Schülerzahlen, durchaus bewusst, denn nur 15% der Befragten geben an, noch keine rückläufigen Bewerberzahlen zu registrieren. Folglich reagieren betroffene Betriebe bereits auf diese Entwicklung.

Die Zahl der absoluten Nennungen zu den einzelnen Maßnahmen deutet allerdings darauf hin, dass die meisten Unternehmer sich auf nur wenige Aktivitäten beschränken und dementsprechend auch nur wenige Betriebe breite Handlungsansätze verfolgen, die mehrere Maßnahmen umfassen. Viele der bestehenden Handlungsalternativen werden also nur von wenigen eingesetzt.

Die meisten Unternehmen versuchen, ihre zukünftigen Auszubildenden über verstärkte Praktikumsangebote (36%) und die Vorstellung des Betriebes in Schulen (33%) früher und „an der Quelle“

zu erreichen. Man versucht also erkennbar, Schüler frühzeitig zu erreichen und anzusprechen. Diese Maßnahme deckt sich erfreulicherweise mit der Bedeutung, die Praktika aus Schüler- und Bewerber-sicht haben⁸.

Die Frage nach einem verbesserten Ausbildungsmarketing im Allgemeinen beantwortet etwas mehr als ein Viertel positiv (27%). Als Reaktion auf vermeintlich sinkende Vorbildungen der Bewerber geben weitere 26% an, ihre eigenen Anforderungen schlicht zu senken, fast ebenso viele (24%) bieten über Maßnahmen wie z.B. Einstiegsqualifizierungen, innerbetriebliche Nachqualifizierungen und ausbildungsbegleitende Hilfen lernschwächeren Bewerbern Hilfestellungen an.

Die Ausdehnung des räumlichen Suchradius, also die überregionale Suche nach Auszubildenden, und die Erschließung neuer Bewerbergruppen, wie etwa die Ansprache von Studienabbrechern, spielen mit 23% bzw. 22% noch eine gewisse Rolle.

Nur 14% der Betriebe beabsichtigen, eine bessere Ausbildungsvergütung zu zahlen. Demonstrativ hebt sich in diesem Punkt der HoGa-Bereich stark von den anderen Branchen ab. So ist die Bereitschaft fast doppelt so hoch eine höhere Vergütung zu zahlen als in anderen Branchen.

Die weiteren Handlungs- und Reaktionsmuster erreichen allesamt ebenfalls nur unter 15% Nennungen, darunter: Gewährung einer Übernahmegarantie (12%) oder Stellung einer Personalunterkunft (12%). Weitere in obiger Abbildung aufgeführte Maßnahmen erreichen nur einstellige Prozentwerte.

Bezogen auf die Unternehmensgröße ist wenig überraschend, dass die großen Unternehmen durchgängig in allen Einzelmaßnahmen deutlich höhere Nennungen, zum Teil mehr als doppelt so hoch wie die Durchschnittswerte, aufweisen. Dies nicht zuletzt sicherlich wegen ihrer meist gravierend besseren Möglichkeiten finanzieller und personeller Art. So kann davon ausgegangen werden, dass Großunternehmen eigene Personalverantwortliche oder gar -abteilungen besitzen, die alle Instrumente zur Gewinnung von Mitarbeitern und Auszubildenden sehr viel intensiver nutzen und finanzieren können.

Große Unternehmen mit mehr als 100 MA und mittlere Unternehmen mit 20-99 MA geben zu je 50% an, mehr Praktikumsplätze zu offerieren (Durchschnitt 36%). Sie machen sich mit 63% bzw. 53% auch an Schulen weitaus stärker bekannt als kleinere. Die kleinen Betriebe erreichen diesbezüglich nur Werte von 33% für Praktikumsangebote bzw. 11% bei Vorstellungen an Schulen. Ein ebenfalls signifikanter Gegensatz zeigt sich darin, das eigene Ausbildungsmarketing zu verbessern. Die großen Unternehmen signalisieren mit 55%, dass sie neue Strategien nutzen, um die Schüler zu erreichen. Dagegen wird dieser Punkt mit 11% von den kleineren Unternehmen eher vernachlässigt (vgl. Datenband Kap. 3.3). Mit dieser Einstellung werden es kleinere Unternehmen in Zukunft bedeutend schwerer haben, ihre freien Ausbildungsplätze zu besetzen.

Für die kleinen Unternehmen mit weniger als 20 MA spielt die verstärkte Bereitstellung von Praktikumsplätzen zwar auch eine große Rolle, daneben senken diese aber vor allem die Anforderungen an die Vorbildung von Bewerbern, was jeweils 33% der Befragten dieser Größenklasse bestätigen.

⁸ LEUCHTTURM 2012b, S. 67

Gravierende Unterschiede gibt es weiterhin bei der Möglichkeit der Zahlung einer höheren Ausbildungsvergütung, von der nur 12% der kleinen, aber 25% der großen Betriebe Gebrauch machen. Festzustellen ist jedoch auch, dass die kleinen Unternehmen am häufigsten angeben, noch keine rückläufigen Bewerberzahlen wahrzunehmen (21% ggü. durchschnittlich 15%). Möglicherweise handelt es sich also auch um eine Wahrnehmungsfrage. Insgesamt betrachtet wird sehr anschaulich, dass kleinere Unternehmen zur Bewerberakquise weniger Instrumente nutzen und mehr Zugeständnisse hinsichtlich der Vorbildung der Bewerber machen.

Demonstrativ hebt sich der HoGa-Bereich stark von den anderen Branchen ab. So ist die Bereitschaft fast doppelt so hoch, eine höhere Vergütung als in anderen Branchen zu zahlen. Gerade die Hotel- und Gaststättenbranche reagiert verstärkt und auch breiter auf rückläufige Bewerberzahlen. So betreiben Vertreter dieser Branche sehr stark die überregionale Suche nach Auszubildenden (38%) - ähnlich stark agiert hier nur das Gesundheits- und Sozialwesen mit 30% ggü. dem Durchschnitt i.H.v. 23%. Viele Touristiker und Gastronomen suchen sogar im Ausland nach Nachwuchs (13%). Allerdings werden gleichzeitig auch die Anforderungen, wenn es um die Vorbildung der Bewerber geht, deutlich gesenkt. Mit 59% ist der Wert fast dreimal so hoch wie bei anderen Branchen. Lehrlinge erhalten in der Branche auch eher eine Personalunterkunft gestellt als in anderen Wirtschaftszweigen. Dies ist aber auch naheliegend, da das Wohnraumangebot in den touristischen Zentren begrenzt und nicht preiswert ist und Bewerber die Unterkunftsbereitstellung in Teilen auch erwarten oder zur Bedingung machen.

Die Gesundheitsbranche und das Sozialwesen versuchen, ihre zukünftigen Auszubildenden auch über verstärkte Praktikumsangebote (36%) und die Vorstellung des Betriebes in Schulen (33%) zu finden.

Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes bestreiten überdurchschnittlich große Anstrengungen, lernschwächere Bewerber an die betriebsinternen Anforderungen heranzuführen (42% in der Branche ggü. 24% im Durchschnitt) und gewähren in hohem Maße Übernahmegarantien nach der Ausbildung (Branche 26%, Gesamtdurchschnitt 12%).

Handelsunternehmen schließlich bekennen sich im Vergleich am stärksten zu einem verbesserten Ausbildungsmarketing und bedienen sich überdurchschnittlich der Erschließung neuer Bewerbergruppen, u.a. Studienabbrechern.

Auf Rügen, wo die Zahl der Bewerbungen am geringsten ist, werden überdurchschnittlich große Anstrengungen unternommen, Auszubildende auch überregional und sogar aus dem Ausland zu gewinnen. 30% der Rügener Betriebe suchen außerhalb der Insel und bereits 5% verstärkt im Ausland nach Nachwuchs. Weitere Besonderheiten der Insel sind die Gewährung einer Übernahmegarantie sowie die Bereitstellung einer Personalunterkunft, die von jeweils 21% der Unternehmen angeboten werden. Hier wird deutlich, dass die Not der Personalfindung die Firmen zu größeren Anstrengungen zur Mitarbeitergewinnung treibt.

33% der Stralsunder Betriebe – und damit deutlich mehr als in den anderen Teilregionen – orientieren sich auf die spezielle Gruppe der Studienabbrecher und erschließen damit neue Zielgruppen. Im

Rahmen der Befragung kann jedoch nicht ermittelt werden, ob hier Abbrecher der ortsansässigen Fachhochschule oder aber von anderen Universitäts- und Fachhochschulstandorten akquiriert werden.

Im Vergleich mit der DIHK-Befragung im Frühjahr ergeben sich einige Besonderheiten und Abweichungen für den Landkreis Vorpommern-Rügen gegenüber Bundes-, Landes- und Kammerbezirksergebnissen. Hier fällt zuerst die starke Bedeutung von Praktikumsangeboten auf, das in Vorpommern-Rügen zuallererst genannt, in der DIHK-Befragung in Bund und Land an dritter, im Kammerbezirk Rostock sogar erst an fünfter Stelle steht.

Während ein verbessertes Ausbildungsmarketing in der DIHK-Befragung im Bund an zweiter, im Land Mecklenburg-Vorpommern und im Kammerbezirk Rostock am häufigsten benannt wird, steht diese Aussage in der RÜM-Befragung nur an dritter Stelle.

Für das Land und den Kammerbezirk findet sich schließlich auch ein höherer Anteil von Betrieben, die angeben, noch keine rückläufigen Bewerberzahlen zu registrieren. Dies stellt einen Hinweis auf ein West-Ost-Gefälle der demografischen und ausbildungsbezogenen Auswirkungen dar, der jedoch im Zuge der Befragung nicht aufgeklärt werden kann⁹.

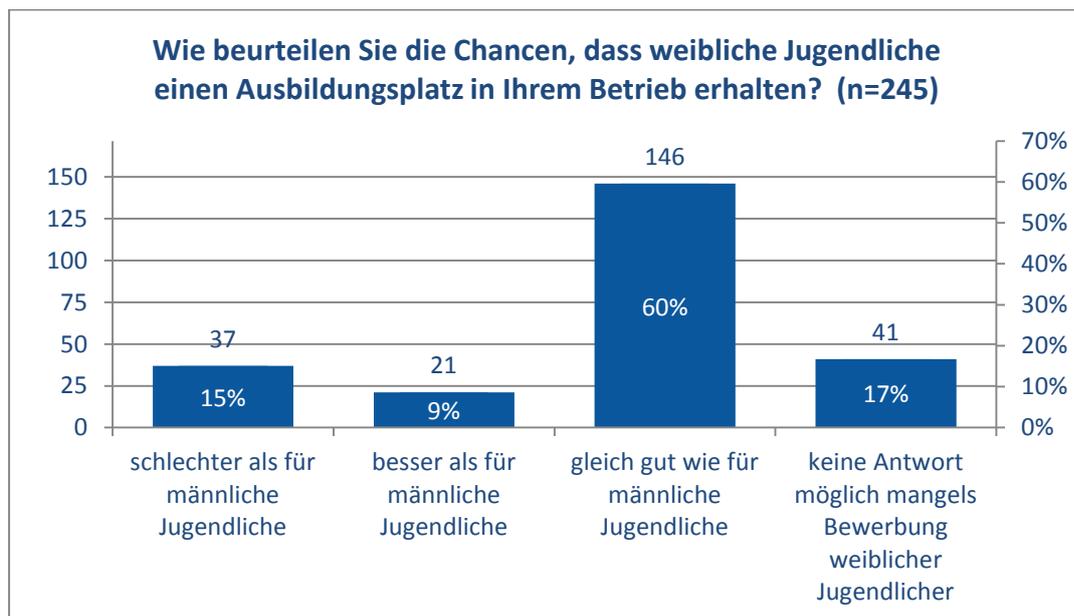


Abbildung 13: Ausbildungschancen für weibliche Jugendliche (Frage 20)

Für weit mehr als die Hälfte der befragten Betriebe, konkret 66%, gilt, dass weibliche Bewerber die gleichen Chancen für einen Ausbildungsplatz haben wie männliche. 17% geben an, dass die Chancen schlechter, 10%, dass sie besser seien. 8% der Unternehmen haben keine weiblichen Bewerbungen erhalten.

⁹ IHK 2012a, S. 9, IHK 2012b, S. 9

Nach Unternehmensgröße betrachtet ist bemerkenswert, dass mit zunehmender Größe das Geschlecht nicht mehr als Zugangsmerkmal für den Ausbildungsplatz angegeben wird. 88% der Unternehmen mit 100 und mehr MA (je 5% besser bzw. schlechter) geben gleich gute Chancen für weibliche Bewerber an. Im Gegensatz dazu sehen nur 49% der Unternehmen mit weniger als 20 MA die gleich guten Chancen, 24% bewerten diese schlechter und 17% besser. Mittlere Unternehmen beurteilen zu 71% die Chancen gleich gut, 16% schlechter und 6% besser. Allerdings bedeutet dies natürlich keineswegs, dass größere Betriebe ebenso viele weibliche wie männliche Auszubildende tatsächlich einstellen. Je kleiner die Unternehmen sind, desto höher sind die Prozentanteile für die beiden Antworten besser bzw. schlechter. Dies liegt vermutlich daran, dass die Befragten ihre wenigen Ausbildungsplätze, unter Umständen auch ihren einzigen, schneller und klarer nach der Eignung für Frauen bewerten.

Erwartungsgemäß zeigen sich bei der Auswertung der Ergebnisse einige Branchenunterschiede. Während weibliche Bewerber im Hotel- und Gaststättenbereich sowie im Gesundheitssektor (hier allerdings nur geringe Rücklaufquote i.H.v. 18 Unternehmen) in der Gesamtbetrachtung tendenziell gleich gute bis bessere Chancen besitzen, und sowohl im Dienstleistungsbereich als auch bei der Herstellung von Waren die Chancen insgesamt als ausgeglichen bewertet werden, zeigt sich im Handel ein anderes Bild. Hier lautet von 25% der Befragten die Aussage, dass weibliche Bewerber schlechtere Chancen besitzen, bei gleichzeitig 10% für bessere und 53% für gleich gute Möglichkeiten. Der Handel weist somit im Branchenvergleich die schlechtesten Zugangsmöglichkeiten aus.

Im regionalen Vergleich zeigen sich keine gravierenden oder auffälligen Abweichungen vom Gesamtbild.

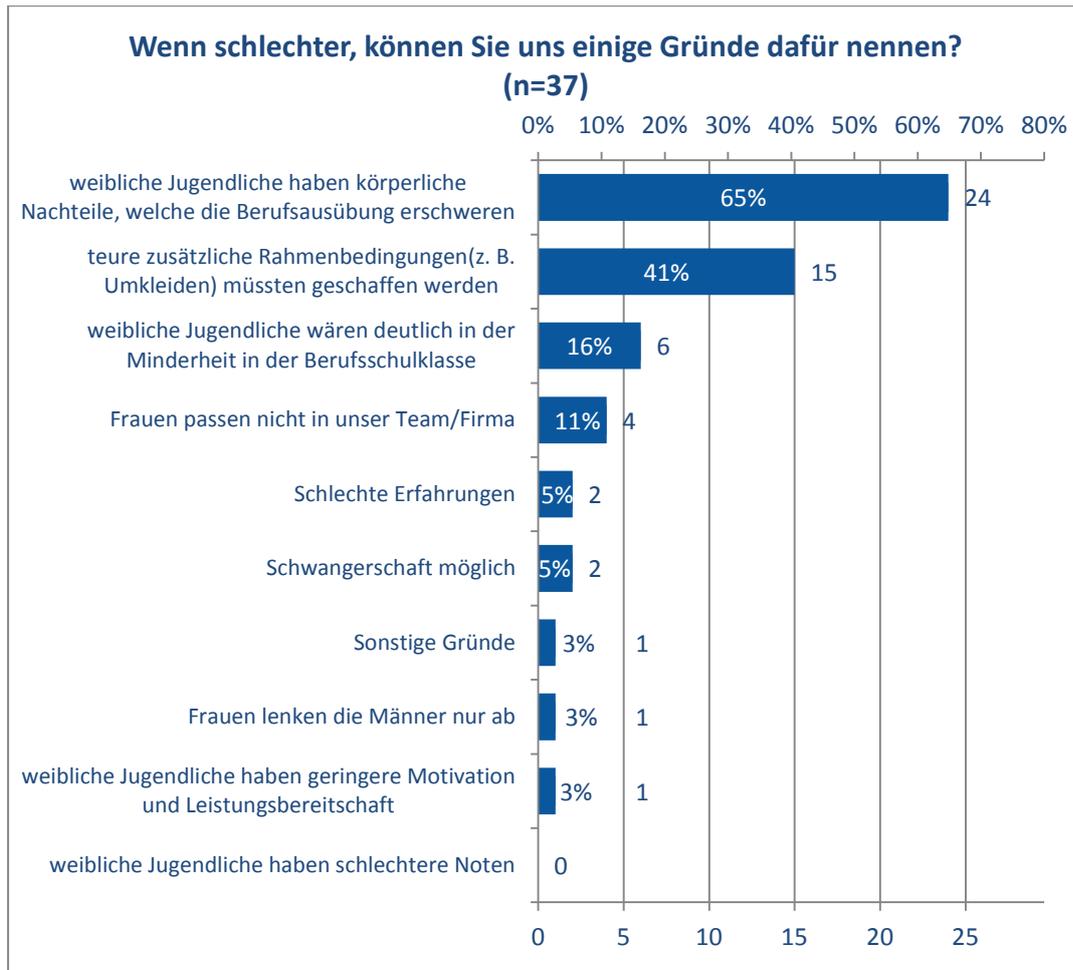


Abbildung 14: Gründe für schlechtere Chancen weiblicher Auszubildende (Frage 20)

Die Betriebe, die die Chancen für weibliche Auszubildende schlechter als für männliche angaben, wurden nach den Gründen hierfür befragt. Für die meisten (65%) spielen die körperlichen Nachteile bei weiblichen Jugendlichen die Hauptrolle. Mit 41% ebenfalls noch von einer Reihe von Befragten genannt, rangiert die Notwendigkeit, spezielle Rahmenbedingungen für weibliche Mitarbeiter schaffen zu müssen, an zweiter Stelle. Die weiteren Gründe werden nur noch von jeweils wenigen Befragten angegeben und sind daher als nicht ausschlaggebend zu bewerten.

Teilauswertungen nach Branchen, Region oder Größe werden aufgrund der geringen Anzahl der Antworten (n=37) nicht durchgeführt.

3.3 Bewerberauswahl und Rekrutierungsinstrumente

Für die Untersuchung interessant ist von vornherein auch die Frage, ob sich im Zuge der knapper werdenden Bewerber Anforderungen verändern. Daher gilt es, zu erfragen, welche Erwartungen Unternehmen an ihre Auszubildenden stellen und welche Voraussetzungen Bewerber aus Unternehmenssicht mitbringen sollten.

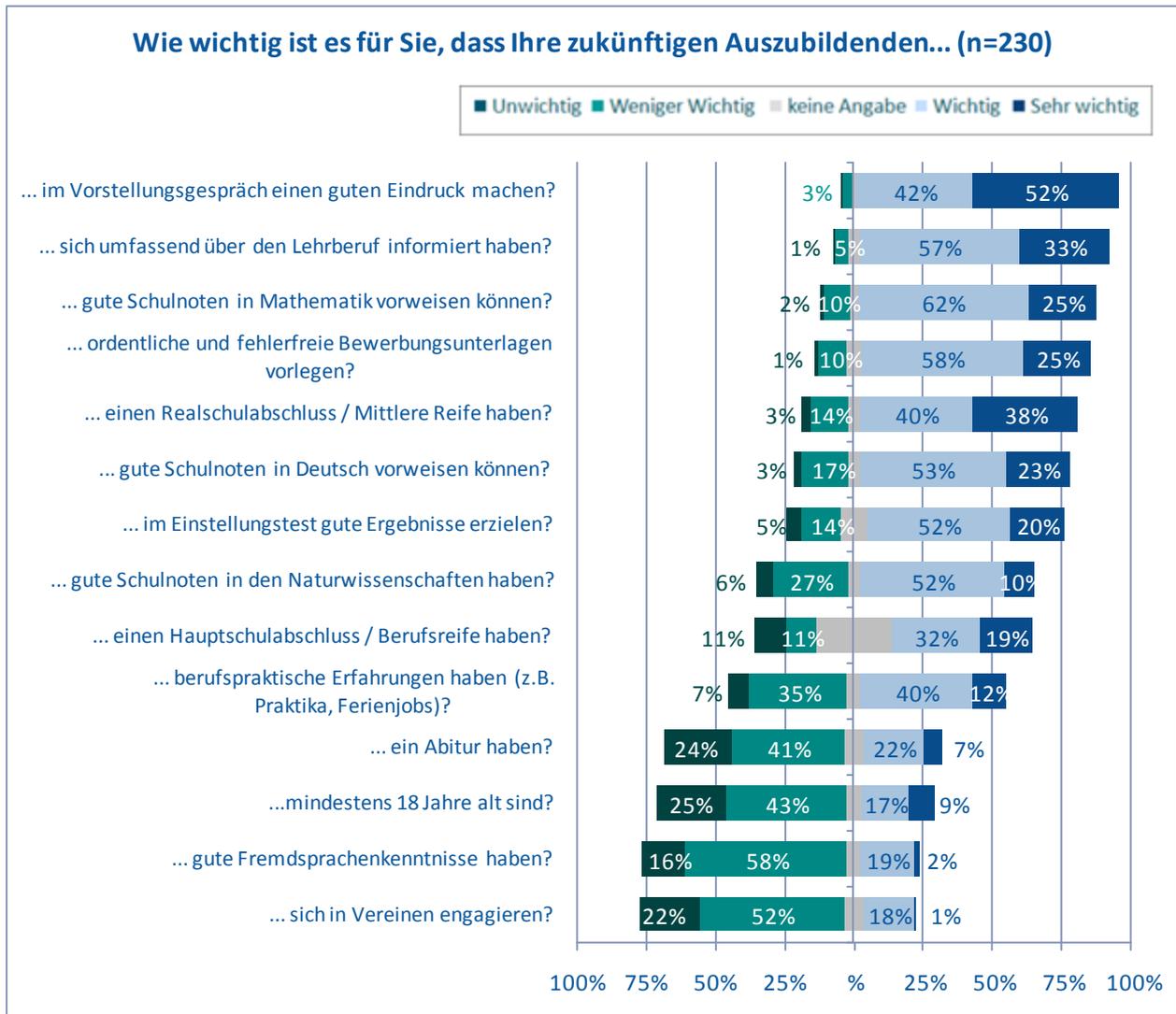


Abbildung 15: Wichtige Einstellungsvoraussetzungen (Frage 10)

Demnach kommt dem Eindruck, den die Bewerber im Vorstellungsgespräch hinterlassen, die größte und wohl auch entscheidende Bedeutung zu. 94% der Befragten bewerten diesen Aspekt als sehr wichtig oder wichtig. Auf Platz zwei folgt mit insgesamt 90% Wichtigkeit die Erwartung, dass sich die Auszubildenden umfassend über ihren zukünftigen Beruf informiert haben.

Unter den schulischen Fähigkeiten, die abgefragt wurden, sind gute Noten in Mathematik am wichtigsten (87%, Platz drei), erst später gefolgt von Deutsch (Platz sechs mit 76%) und den Naturwissenschaften (62%, Platz acht). Gute Fremdsprachenkenntnisse sind für die meisten Betriebe hingegen nur von geringer Bedeutung (21%, Platz 13).

Für 83% der Unternehmen sind ordentliche und fehlerfreie Bewerbungsunterlagen sehr wichtig oder wichtig, Platz vier in der Reihenfolge.

Erst an fünfter Stelle rangiert einer der Schulabschlüsse. Aus Unternehmenssicht scheint der Bildungsabschluss Mittlere Reife mit 78% der gefragteste zu sein. Der Hauptschulabschluss folgt mit 51% sehr wichtig / wichtig auf Platz neun, und das Abitur, welches von 29% der Unternehmen entsprechend wird, erst auf Platz elf.

Auf Platz sieben findet sich mit 72% Wichtigkeit gute Ergebnisse im Einstellungstest.

Auch über ein Praktikum oder einen Ferienjob erworbene Erfahrungen sind noch für etwas mehr als die Hälfte der Befragten (52%) von wichtiger Bedeutung (Platz 10).

Von eher untergeordneter Bedeutung sind das Mindestalter 18 Jahre (26%, Platz 12) und ein Engagement in Vereinen mit 19% auf dem 14. und letzten Platz.

Bedeutsame regionale Unterschiede sind nicht festzustellen beziehungsweise bewegen sich im untergeordneten Rahmen. Zum Beispiel sind auf Rügen die unternehmerischen Erwartungen an die Bewerbungsunterlagen, an gute Noten in den Naturwissenschaften (ebenso in Nordvorpommern) und an berufspraktische Erfahrungen geringer als im Durchschnitt. In Nordvorpommern wird das Abitur weniger wichtig bewertet. In Stralsund ist die höhere Wichtigkeit der ordentlichen Bewerbungsunterlagen (92%, teilregional Platz zwei) auffällig.

Branchenspezifische Besonderheiten gibt es hingegen einige, die Unternehmen formulieren hier sehr stark ihre für den erfolgreichen Arbeitsalltag notwendigen Einstiegsvoraussetzungen. Diese beziehen sich in erster Linie auf die Schulabschlüsse und auf bestimmte Fächerqualifikationen.

Im HoGa-Bereich beispielsweise wird weitaus stärker auf einen Hauptschulabschluss reflektiert als auf die Mittlere Reife. Das Abitur ist kaum gefragt. Ebenso sind Fremdsprachenkenntnisse stärker, Mathematikkenntnisse und vor allem gute naturwissenschaftliche Erfahrungen weitaus weniger bedeutsam. Außerdem legen die Touristiker deutlich weniger Wert auf Einstellungstests sowie auf Praktikums- oder Ferienjoberfahrung.

Im Handel ist auffällig, dass sowohl die Mathematik- als auch die Deutschkenntnisse als klar wichtiger bewertet werden als im Gesamtdurchschnitt über alle Branchen. Auch legt die Branche einen höheren Wert auf das Abitur und die Mittlere Reife und zielt damit gleichzeitig weniger auf den Hauptschulabschluss ab.

Im Dienstleistungsbereich wird das Abitur als viel wichtiger bewertet und folglich verlieren die anderen Schulabschlussqualifikationen an Bedeutung. Außerdem findet sich hier ein besseres Ranking für naturwissenschaftliche Noten.

Sowohl für die Warenproduktion als auch für das Gesundheits- und Sozialwesen liegen nur geringe Rückläufe vor. Daher ist eine belastbare Bewertung nicht möglich. Für beide Branchen deutet sich aber an, dass hier ein größerer Wert auf berufspraktische Erfahrung gelegt wird, der Einstellungstest wichtiger bewertet wird als in den anderen Branchen und die Noten in den naturwissenschaftlichen Fächern ebenfalls überdurchschnittlich bewertet werden.

Bezogen auf die Unternehmensgröße ergeben sich keine besonderen Auffälligkeiten. Das Ranking der Kriterien ist durchgängig fast identisch, Abweichungen in der Platzierung ergeben sich lediglich aus

kleineren Unterschieden im Prozentwert. Die prozentuale Abweichung vom Mittelwert einzelner Kriterien beträgt in folgenden Fällen jeweils 5% oder etwas mehr:

- Kleine Unternehmen unter 20 Mitarbeitern legen weniger Wert auf die Vorinformationen zum Lehrberuf, auf ein Abitur oder auf Vereinsengagement, dafür mehr auf ein Alter von mindestens 18 Jahren.
- Große Betriebe über 100 MA legen jeweils zu fast 100% Wert auf das Vorstellungsgespräch und die Vorinformationen des Bewerbers, sind stärker auf Abiturienten und Realschüler ausgerichtet als kleinere Betriebe und bewerten das ehrenamtliche Engagement höher.
- Mittlere Unternehmen weisen nur geringfügige Abweichungen vom Gesamtdurchschnitt auf.

Entscheidend für den Gewinn geeigneter Auszubildender ist ein effizientes und erfolgreiches Rekrutierungsverfahren. Diesem Aspekt gelten die nachfolgenden Fragen.

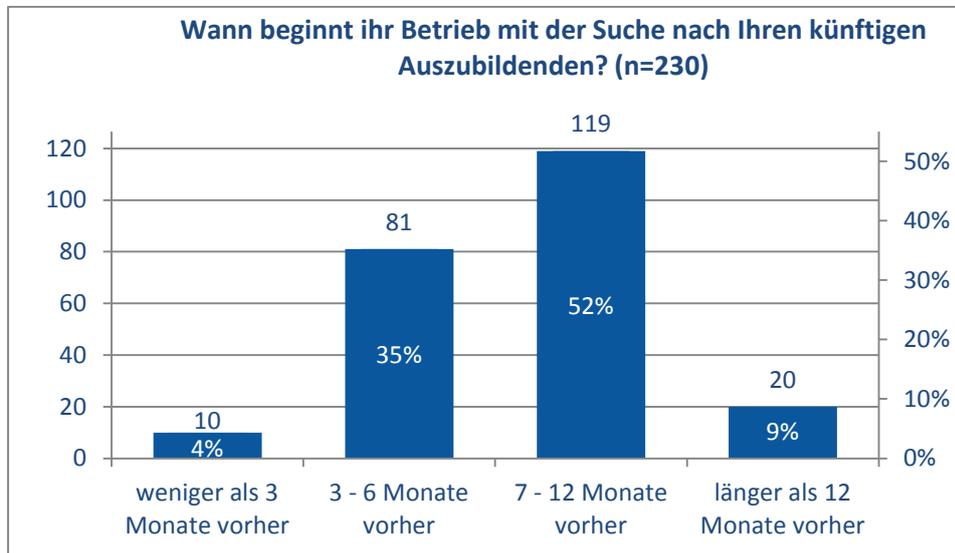


Abbildung 16: Beginn der Suche nach künftigen Auszubildenden (Frage 7)

Die Mehrheit der Unternehmen beginnt über ein halbes Jahr vor Ausbildungsbeginn mit der Suche nach Auszubildenden: etwas mehr als die Hälfte (52%) starten sieben bis 12 Monate, 9% sogar mehr als ein Jahr vor Ausbildungsbeginn. Nur 4% der Befragten beginnen im letzten Quartal mit der Suche während knapp ein Drittel (35%) zwischen drei und sechs Monaten Vorlauf nutzen.

Zwar gibt es keine signifikanten regionalen Besonderheiten oder Abweichungen, doch bei der Branchenbetrachtung fällt auf, dass Unternehmen aus der Warenproduktion sowie dem Hotel- und Gaststättengewerbe leicht überdurchschnittlich früher mit der Suche beginnen. Gleichzeitig ist in diesen Branchen auch der Anteil der Spätsucher sehr gering.

Erhebliche Unterschiede finden sich allerdings bei der Betrachtung nach Unternehmensgröße. Während 74% der Unternehmen mit mehr als 100 MA bereits sieben bis 12 Monate vor Ausbildungsbe-

ginn nach ihren Mitarbeitern suchen, 8% sogar noch früher, beginnen 43% der Unternehmer mit weniger als 20 MA zwischen drei und sechs Monate, 9% noch später mit der Suche.

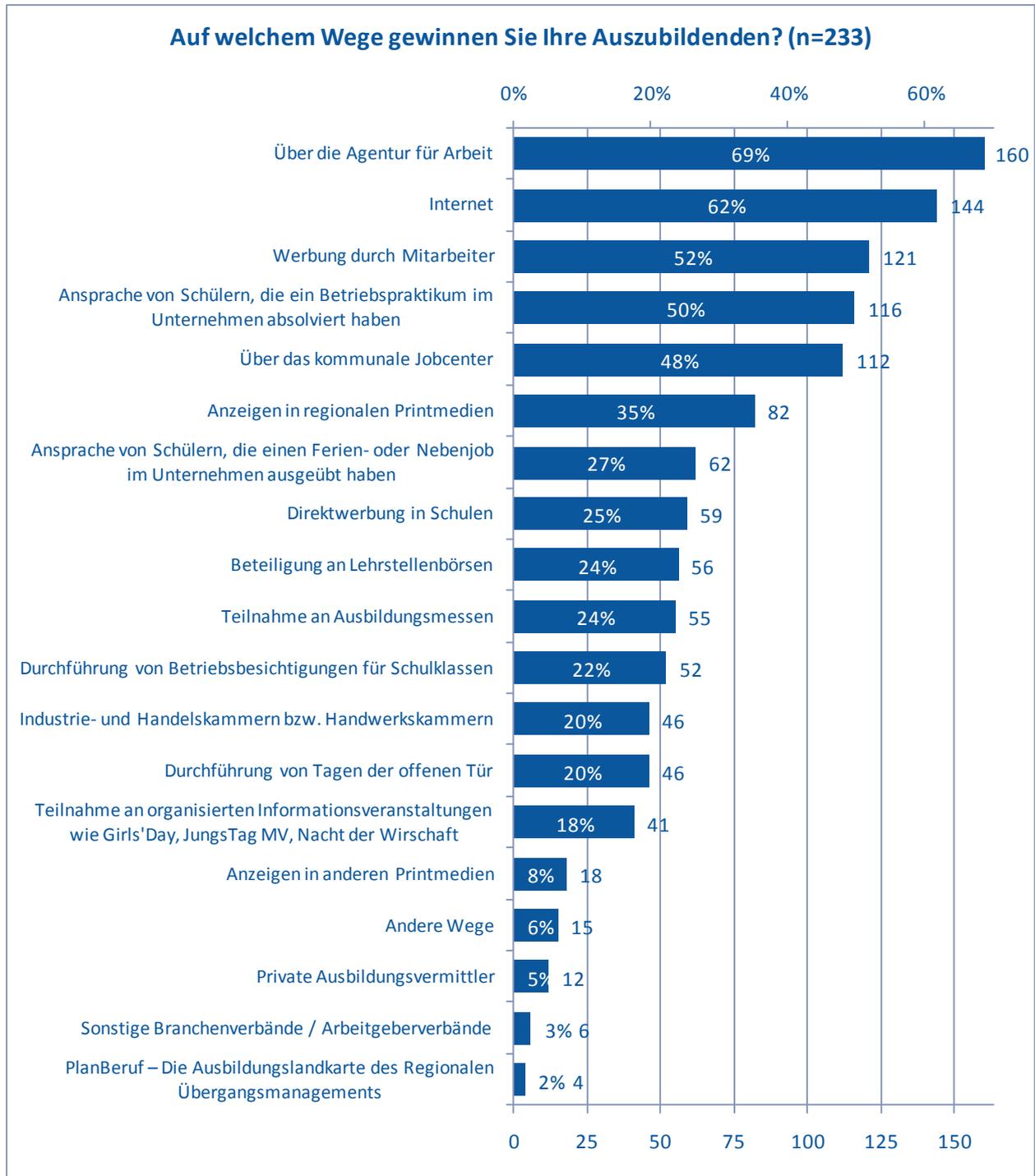


Abbildung 17: Rekrutierungsinstrumente zur Gewinnung von Auszubildenden (Frage 8)

Durchschnittlich nutzen Betriebe rein rechnerisch 5,2 unterschiedliche Instrumente und Handlungsalternativen, um Auszubildende zu finden. Dabei wurden im Fragebogen 19 vorgegebene Alternativen

angeboten, somit darf die Nutzungshäufigkeit hinsichtlich der Breite der zur Verfügung gestellten Instrumente und Wege als eher gering bezeichnet werden. Es fällt auf, dass kleinere Unternehmen mit bis zu 19 MA mit 3,8 gegenüber den größeren mit über 100 MA bei einem Wert von 8,1 die Palette der Rekrutierungsinstrumente weniger intensiv nutzen. Stralsunder Betriebe sind dabei mit im Durchschnitt 5,4 Maßnahmen etwas aktiver als die Kollegen in Nordvorpommern (4,9), während das Rügen-Ergebnis exakt im Durchschnitt liegt. Nach Branchen betrachtet sind die Betriebe des HoGa-Sektors mit 6,0, die aus der Warenproduktion mit 5,9 und die Vertreter aus dem Gesundheits- und Sozialwesen mit 5,8 Maßnahmen am aktivsten.

Bei den konkreten Maßnahmen und Aktivitäten rangiert die Agentur für Arbeit an erster Stelle und wird mit 69% der Nennungen von mehr als zwei Dritteln der Befragten genutzt. Zum Vergleich: im Kammerbezirk Rostock nutzen 74,6% der Betriebe die Agentur als Institution immer, 14,8% hin und wieder (zusammen 89,4%) für die Auszubildendensuche¹⁰. Teilregionale Unterschiede sind in Bezug zur Agentur für Arbeit nicht zu verzeichnen, der Nutzungsgrad variiert auf Rügen, im Altkreis Nordvorpommern und in der Hansestadt Stralsund kaum. Vor allem der Dienstleistungssektor greift mit 87% Nennungen intensiver als andere Branchen auf die Agentur zurück, während Handels- und auch die Gesundheitsunternehmen mit 63% bzw. 58% unterdurchschnittlich vertreten sind.

Auf Platz 2 der Nennungen kommt mit 62% das Internet. Die DIHK-Befragung ermittelte für den Kammerbezirk Rostock mit 61% einen ähnlichen Wert¹¹. Das Hotel- und Gaststättengewerbe ist mit 79% sehr stark über das World Wide Web engagiert, Gesundheits- und Sozialbetriebe (47%) und Warenproduktion (42%) eher weniger.

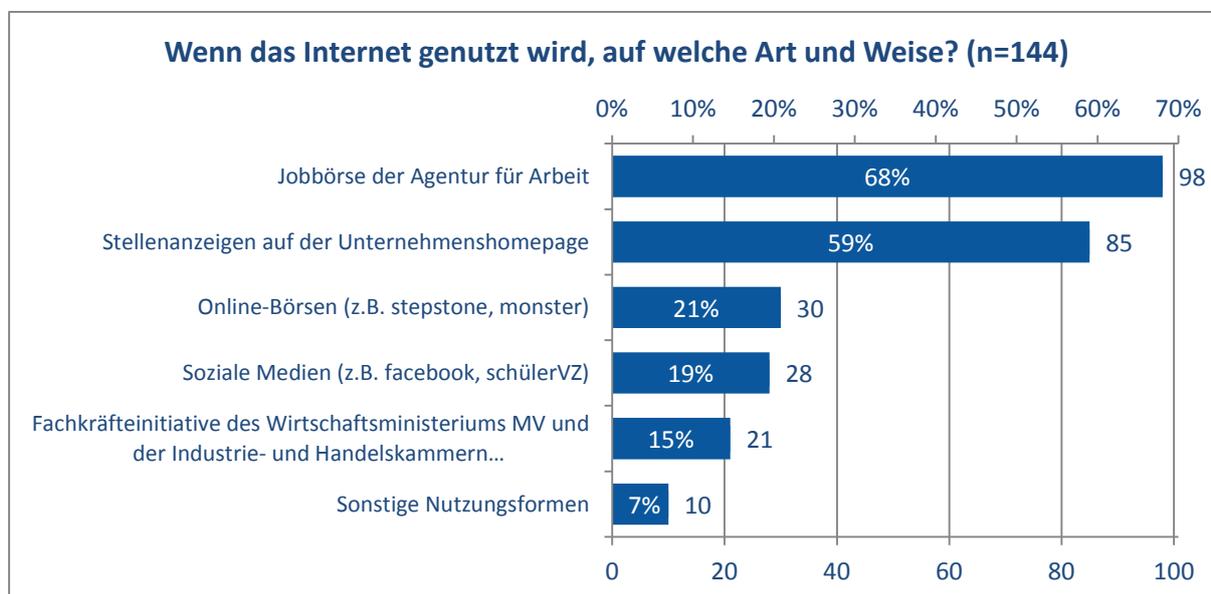


Abbildung 18: Nutzungsweise des Internets zur Rekrutierung (Frage 8)

¹⁰ IHK 2012b; S. 11

¹¹ IHK 2012a, S. 11

Exkurs Internet:

Auch beim Internet spielt wiederum die Agentur für Arbeit eine tragende Rolle, denn deren Online-Jobbörse wird zuallererst genutzt: 68% derjenigen Betriebe, die das Internet allgemein einsetzen, gaben dies an. Danach wird die eigene Unternehmenshomepage von 59% der internetaffinen Betriebe für die Platzierung von Stellenanzeigen eingesetzt. Online-Stellenbörsen wie etwa www.stepstone.de oder www.monster.de werden mit 21%, die sozialen Medien (facebook, schülerVZ u.a.) mit 19%, die Fachkräfteinitiative www.durchstarten-in-mv.de mit 15% oder die Ausbildungslandkarte PlanBeruf des RÜM mit 2% noch nicht in breitem Umfang in Anspruch genommen. Bei den 10% Nennungen zu sonstigen Nutzungsformen des Internets finden eigene Internetauftritte (mehrfach) sowie das Portal www.hotelcareer.de, die Internetdarstellung der Landesforst M-V, die IHK, die AHGZ (Homepage der Allgemeinen Hotel- und Gaststättenzeitung) und Links z. B. bei Krankenkassen Erwähnung.

Stralsunder Firmen geben in überdurchschnittlichem Maße an, das Internet zu nutzen. Dies zeigt sich sowohl bei der Frage nach dem Internet an sich (Stralsund 79%) als auch bei den einzelnen internetbasierten Möglichkeiten, wo die städtischen Vertreter sowohl bei der Jobbörse der Agentur für Arbeit mit 71%, der eigenen Unternehmenshomepage mit 61% sowie bei der der Fachkräfteinitiative www.durchstarten-in-mv.de überdurchschnittliche Nutzungsintensitäten aufweisen. In Nordvorpommern zeigen sich hingegen die Firmen mit nur 48% am wenigsten am Medium Internet interessiert.

Branchen bezogen nutzen das Hotel- und Gaststättengewerbe sowie der Dienstleistungssektor mit 79% bzw. 74% der Nennungen das Internet am stärksten. Deutlich unterdurchschnittlich fällt mit nur 42% der Wert für die Warenproduktion aus.

Eine wichtige Vermittlungsfunktion haben für die Betriebe auch die eigenen Mitarbeiter, die als Vermittler und Werber für das eigene Unternehmen auftreten können, 52% der Befragten geben an, auf diese Art und Weise Auszubildende anzusprechen, Platz 3 im Gesamt-Ranking. Auf diesen Weg setzt insbesondere das Hotel- und Gaststättengewerbe in erhöhtem Maße (70%).

Ähnlich viele Befragte (50%) sprechen gezielt Schüler an, die ein Unternehmenspraktikum absolviert haben. Diese Möglichkeit wird besonders stark von 74% der Hersteller von Waren in Anspruch genommen, während mit 37% der Dienstleister weniger Unternehmen gezielt Praktikanten ansprechen.

Alle weiteren abgefragten Instrumente erhalten nur noch von weniger als der Hälfte der Betriebe eine Nennung. So folgt im Ranking zunächst das kommunale Jobcenter, welches von 48% der Betriebe genutzt wird. Hier sind teilregionale Unterschiede auffällig, so liegt die Quote auf Rügen bei nur 37%, in Stralsund bei 52% und in Nordvorpommern bei 54%.

Anzeigen in regionalen Printmedien rangieren mit 35% auf dem nächsten Platz.

Die weiteren Rekrutierungsmöglichkeiten werden von noch weniger Betrieben genutzt und spielen nicht die herausragende Rolle. In etwa gleichem Umfang fallen hierunter die Ansprache von Schülern, die einen Ferienjob oder ein Praktikum absolviert haben (27%), die Direktwerbung in Schulen

(25%), die Beteiligung an Lehrstellenbörsen und Ausbildungsmessen (je 24%), die Durchführung von Betriebsbesichtigungen (22%), die Werbung über die Industrie- und Handels- bzw. Handwerkskammern (20%) und die Durchführung von Tagen der offenen Tür (20%).

18% der Unternehmen beteiligen sich nach eigenen Angaben an von unterschiedlichen Akteuren organisierten Informationsveranstaltungen, als Beispiele werden benannt: Girls' Day (drei Mal), Ausbildungsmessen (ohne Konkretisierung), die Jobbex, die Job Factory, die Nacht der Wirtschaft, der Tag der Ausbildung in der Stadt Barth und der Tag der Pflege in M-V.

Alle nachfolgenden Maßnahmen spielen eine sehr geringe Rolle, so etwa Anzeigen in anderen Printmedien mit 8%. Hier geben Betriebe die Jugendzeitschrift Piste (zwei Mal) an sowie den Nieparser Amtskurier, die Ostseezeitung, die AHGZ (Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung) und die Erstellung einer eigenen Ausbildungsbroschüre. Teilweise werden auch Nicht-Printmedien wie Radio, das regionale Fernsehen, öffentliche Suchmaschinen oder die Homepage benannt.

Andere Wege, die von 6% der Befragten genutzt werden, werden wie folgt konkretisiert: berufliche Schulen vermitteln die Auszubildenden, die Zusammenarbeit mit dem Bildungszentrum Nord Ost, die Ansprache von ehemaligen Teilnehmern in Bildungsmaßnahmen, Mund-zu-Mund-Propaganda, das FSJ und der BFD, die Zahnärztekammer und Future Plan.

Mit 3% werden Branchen- und Arbeitgeberverbände genutzt. Benannt werden als Einzelnennungen der DEHOGA, die BWA und NORDMETALL.

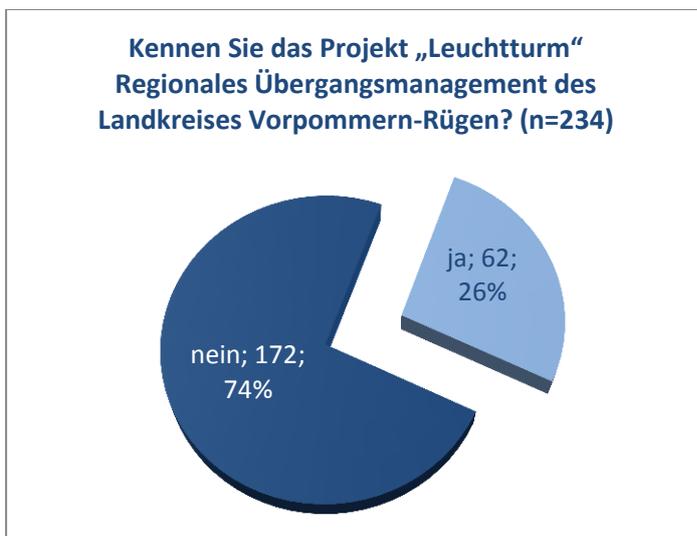


Abbildung 19: Bekanntheit des Projektes "Leuchtturm" (Frage 9)

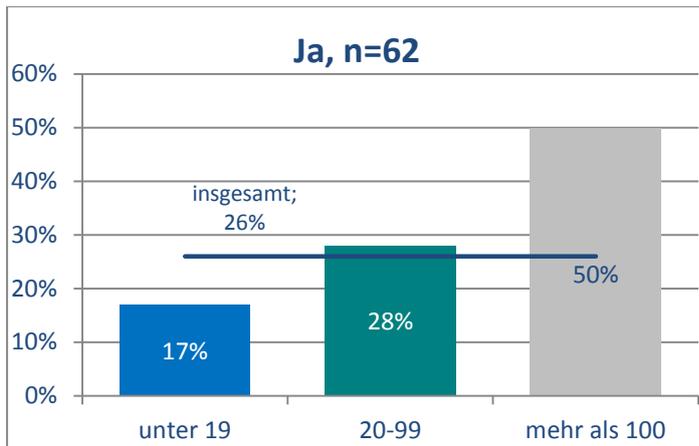


Abbildung 20: Bekanntheit des Projektes "Leuchtturm" nach Betriebsgrößen (Frage 9)

PlanBeruf, die Ausbildungslandkarte des Regionalen Übergangsmanagements, steht mit nur 2% Nennungen am Ende der Maßnahmenliste, obwohl mit 26% rund ein Viertel der Unternehmen das Leuchtturm-Projekt des Landkreises bereits kennt. Der Bekanntheitsgrad schwankt jedoch stark in den Teilregionen. In Stralsund kennen bereits 40% und in Nordvorpommern 27% das Projekt, während auf Rügen nur 19% der Betriebe RÜM zuordnen können. Branchenunterschiede gibt es kaum, lediglich der Hotel- und Gaststättensektor fällt dadurch auf, dass hier nur 21% der Unternehmen das RÜM kennen. Hier ist ein direkter Zusammenhang mit der Unterrepräsentanz auf der Insel Rügen naheliegend.

Auffällig ist aber vor allem, dass der Bekanntheitsgrad des Leuchtturm-Projektes mit der Größe des Unternehmens deutlich steigt. Bei den großen Betrieben liegt dieser bei um die 50% (57% bei den Unternehmen mit mehr als 200 MA, 46% bei Unternehmen mit 100-199 MA), verringert sich bei den anderen Größenkategorien kontinuierlich und liegt bei Kleinbetrieben mit 10-19 MA bei 19%, bei den Kleinstbetrieben mit weniger als 10 MA bei nur noch 14%.

Die Gesamtbetrachtung bringt zutage, dass die Anwendungsbreite und -intensität mit der Unternehmensgröße deutlich steigt. Große Unternehmen beschreiten viel mehr Wege zur Gewinnung von Auszubildenden und dies auch nahezu durchgängig mit höherem Engagement. Besonders auffällig ist dies in folgenden Bereichen, in denen Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern sehr hohe und weit über dem Gesamtdurchschnitt liegende Werte aufweisen:

- Internet (90%): Hier gilt die überdurchschnittliche Anwendung auch für die Nutzung der Unternehmenshomepage, Online-Stellenbörsen sowie der Fachkräfteinitiative des Landes
- PR- und Mediennutzung: Anzeigen Print (54%)
- Event-Maßnahmen: Werbung in Schulen (56%), Lehrstellenbörsen (54%), Ausbildungsmessen (59%), Betriebsbesichtigungen (59%), Tage der offenen Tür (36%) und Info-Veranstaltungen wie Girl's Day u.a. (41%)

3.4 Ausbildungspraxis und -erfahrungen

3.4.1 Abschluss von Ausbildungsverträgen

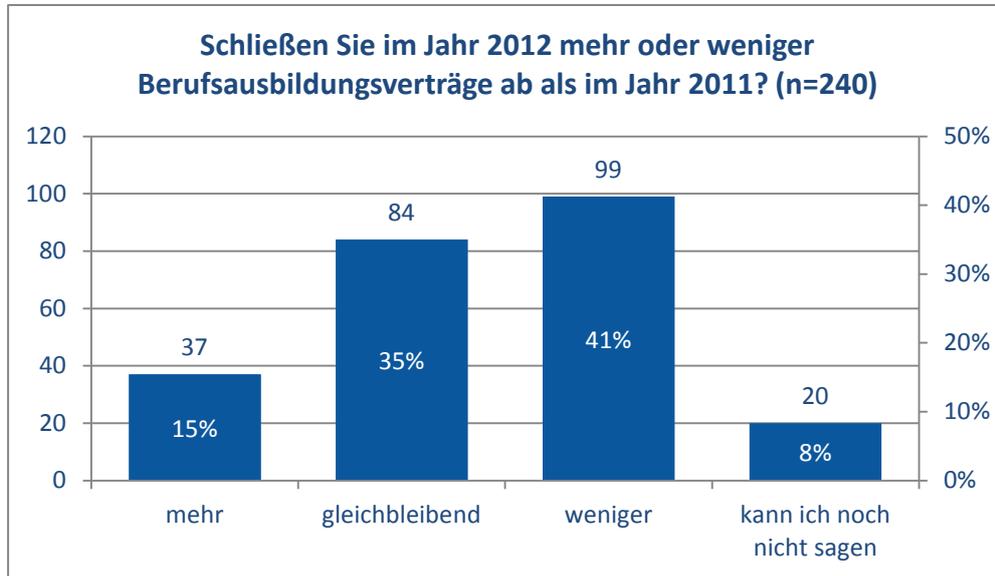


Abbildung 21: Abschluss von Berufsausbildungsverträgen 2011 und 2012 (Frage 5)

Noch in der DIHK-Befragung im Frühjahr, die auf die Planung der Ausbildungsplatzangebote 2012 abzielte, bekundeten im Kammerbezirk Rostock 69% der Unternehmen (MV 66,6%, Bund 61%) die Absicht, dass sie gleichbleibend viele und 14% (MV 15,8%, Bund 21%), dass sie sogar mehr Ausbildungsplätze anbieten wollten. Nur 17% der kammerangehörigen Unternehmen (MV 17,6%, Bund 18%) hatten zu Beginn des Jahres vor, weniger auszubilden.¹²

Nun, nach Abschluss der Besetzungsverfahren und Beginn des Ausbildungsjahres 2012 wird für den Landkreis Vorpommern-Rügen klar, dass weniger Ausbildungsverträge abgeschlossen werden als im Vorjahr und als geplant: 41% der befragten Unternehmen bestätigen dies. Dem stehen Anteile von 35% für gleichbleibend viele und 15% für mehr Vertragsabschlüsse gegenüber. In der Gesamtbeurteilung ist somit eine zurückgehende Ausbildungsintensität trotz einer, zumindest im Frühjahr noch gültigen, großen Ausbildungsbereitschaft festzustellen.

Hier ist ein klarer Zusammenhang zur Unternehmensgröße erkennbar. Zwar liegt der Anteil der Betriebe, die weniger ausbilden, in allen Betriebsgrößenklassen annähernd gleich bei ca. 42%, jedoch zeigen sich gravierende Unterschiede im Anteil der mehr ausbildenden Unternehmen. Dieser liegt bei den kleineren Unternehmen bei nur 9%, bei den mittleren bei 16% und bei den großen bei 28%, den jeweiligen Wert für „gleichbleibend“ immer entsprechend mindernd.

¹² DIHK 2012, S. 7; IHK 2012a, S. 3; IHK 2012b, S. 3

Am problematischsten ist die Lage auf Rügen, wo fast die Hälfte (49%) der Unternehmen angeben, weniger Verträge als im Vorjahr abgeschlossen zu haben, verursacht sicherlich auch durch die regionale Bedeutung des Tourismus. In Stralsund stellt sich die Situation noch am besten dar, hier liegt dieser Anteil bei nur 33% und auf der anderen Seite gibt es mit 44% gleichbleibende und 17% mehr Abschlüsse ein besseres Gesamtverhältnis.

Branchenbezogen gibt es offensichtlich ebenfalls Unterschiede. Diese können jedoch aufgrund geringer Antworthäufigkeit in den einzelnen Branchen nicht durchgängig belastbar bewertet werden. Gesichert ist die Tatsache, dass der HoGa-Bereich mit 65% weniger Ausbildungsverträge und nur 5% mehr als im Vorjahr die stärksten Rückgänge zu verzeichnen hat, was sich mit den jüngst durch die Arbeitsagentur veröffentlichten Zahlen zu den unbesetzten Ausbildungsplätzen deckt. Auch der Dienstleistungsbereich ist leicht überproportional betroffen und verzeichnet 45% Unternehmen mit weniger Abschlüssen als im Vorjahr.

Wenn weniger, warum? (n=99)	Anzahl	
Es lagen zu wenige geeignete Bewerbungen vor	51	52%
Es lagen zu wenige Bewerbungen vor	41	41%
Andere Gründe	26	26%
Die Ausbildungsverträge wurden von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst	9	9%

Abbildung 22: Gründe für den Rückgang von Berufsausbildungsverträgen 2012 (Frage 5)

Nach den Gründen gefragt, benennen von den fast 100 Unternehmen, die weniger Ausbildungsverträge als im Vorjahr abgeschlossen haben, mehr als die Hälfte das Fehlen geeigneter Bewerber (52%). 41% führen an, dass generell zu wenige Bewerbungen vorlagen. Mit 71%-Anteil im HoGa-Bereich ist diese Branche einmal mehr am stärksten und überdurchschnittlich betroffen. Weniger bedeutsam, aber dennoch zu hoch, ist die Auflösung von Ausbildungsverträgen nach dem Beginn der Ausbildung, 9 % der Betriebe sind hier betroffen, für den HoGa-Sektor liegt der Wert mit 14% wiederum über dem Durchschnitt.

Ein Viertel der Befragten (26%) geben andere Gründe an. Die meisten (Klein-)Unternehmen führen aus, dass sie aufgrund ihrer Größe und Struktur nicht jährlich neue Auszubildende einstellen oder keine Kapazitäten frei haben (insg. 14 Nennungen). Sechs Befragte teilen mit, dass sie gar keine Bewerbungen hatten. Schließlich werden verschiedene weitere Gründe aufgeführt wie zum Beispiel die vorzeitige Auflösung des Vertrages durch den Auszubildenden bzw. die Kündigung in der Probezeit, dass keine Förderung für die Verbundausbildung möglich ist, dass die Entfernung zur Berufsschule zu groß ist und es in Mecklenburg-Vorpommern keine Ausbildungsklassen für PDL (Pflegedienstleistung) gibt.

Tendenziell nennen die Kleinbetriebe rückläufige Bewerberzahlen und keine geeigneten Bewerber weniger als Gründe, als mittlere und große Unternehmen. Dafür liegt der Anteil der aufgelösten Ausbildungsverträge hier im Vergleich höher.

Wenn mehr, warum? (n=37)	Anzahl	
Stärkere Bemühungen des Betriebes um Auszubildende	15	41%
Höherer Bedarf im Zuge des demografischen Wandels und des zunehmenden Fachkräftemangels	14	38%
Gute Erfahrungen mit den Auszubildenden der Vorjahre	8	22%
Andere Gründe	8	22%
Zunehmendes Interesse von Bewerbern	6	16%

Abbildung 23: Gründe für den Anstieg von Berufsausbildungsverträgen 2012 (Frage 5)

Von den nur noch 37 Unternehmen, die mehr Ausbildungsverträge als im Vorjahr abgeschlossen haben, führen die meisten dies auf ihre stärkeren Bemühungen um Auszubildende (15 von 37 = 41%) und auf den höheren Bedarf (14 von 37 = 38%) zurück. 22% der Befragten (acht Betriebe) nennen verschiedene andere Gründe für Mehreinstellungen. Die sind im Einzelnen die Vermittlung über einen Bildungsträger, mittelfristig erhöhter Mitarbeiterbedarf, Ersatz für Mitarbeiter, Einstellung auch mit schlechterem Zeugnis, Ausgleich unterdurchschnittliche Auszubildendenanzahl in den Vorjahren bzw. keine Ausbildung im Vorjahr und Einstellung eines vielversprechenden Bewerbers. Nur eine deutliche Minderheit (sechs Nennungen, entsprechend 16%) stellt ein zunehmendes Interesse von Bewerbern fest.

Aufgrund der geringen Teilnehmer- und Antwortzahlen sind branchen-, betriebsgrößen- und regionsbezogene Aussagen nicht möglich.

3.4.2 Besetzung der Ausbildungsplätze



Abbildung 24: Besetzung der Ausbildungsplätze (Frage 11)

Die Hälfte der Unternehmen kann nicht mehr alle Ausbildungsplätze besetzen. Dieser Wert ist vor allem im Vergleich mit dem Vorjahr und im Bundes-, Landes- und Regionsvergleich äußerst besorgniserregend. Denn der DIHK wies in seiner Befragung für das Ausbildungsjahr 2011 noch Werte in

Höhe von nur 21% für ganz Deutschland, 38% für Ostdeutschland, 39,9% für Mecklenburg-Vorpommern und 38,2% für den Kammerbezirk Rostock aus.¹³ Die Situation im Landkreis hat sich also im Regionalvergleich und gegenüber den Vorjahreswerten deutlich verschlechtert.

Betrachtet man die Branchen, scheint die Situation im Bereich Handel/Instandhaltung/Reparatur am besten, hier geben 59% an, alle Plätze besetzt zu haben. Schon mehrheitlich negativ stellt sich der Dienstleistungssektor dar, denn hier konnten bereits 56% der Betriebe ihr Ausbildungsplatzangebot nicht komplett besetzen. Erneut ist der touristische Sektor überdurchschnittlich betroffen: im HoGa-Bereich konnten mit 73% fast drei Viertel aller Unternehmen nicht mehr alle Plätze besetzen.

Die ungleiche Verteilung und Bedeutung des Tourismus in den Teilregionen des Landkreises führt auch zu unterschiedlichen Aussagen hinsichtlich teilregionaler Verteilungen. Während der Altkreis Nordvorpommern eine sehr am Gesamtergebnis orientierte Verteilung aufweist, ist der Anteil derer, die nicht alle Plätze besetzen konnten, mit 55% auf Rügen am höchsten. In Stralsund geben hingegen sogar 61% der Unternehmen an, alle Ausbildungsplätze besetzt zu haben.

Eine detaillierte Teilauswertung nach Betriebsgrößen ist an dieser Stelle unzweckmäßig, da die Wahrscheinlichkeit der Nichtbesetzung mit der Zahl der angebotenen Ausbildungsplätze, die wiederum im direkten Zusammenhang mit der Größe des Betriebs steht, steigt. Umgekehrt ist naheliegend, dass kleinere Unternehmen, die nur ein oder zwei Ausbildungsplätze anbieten, diese auch mit einer höheren Wahrscheinlichkeit besetzen können. Interessant ist dennoch, dass in allen Betriebsgrößenklassen unter 50 Mitarbeiter die Befragten mehrheitlich angeben, alle Plätze besetzt zu haben. Erst oberhalb von 50 Mitarbeitern sinkt dieser Wert unter 50% und selbst von den Unternehmen mit über 200 Mitarbeitern geben noch 37% an, alle Ausbildungsplätze besetzt zu haben.

Wenn nein, warum nicht? (n=104)	Anzahl	In %
Es lagen zu wenige geeignete Bewerbungen vor	63	61%
Es lagen zu wenige Bewerbungen vor	55	53%
Die Ausbildungsplätze wurden von den Auszubildenden nicht angetreten	16	15%
Andere Gründe, bitte benennen:	16	15%
Die Ausbildungsverträge wurden von den Auszubildenden nach Beginn der Ausbildung aufgelöst	12	12%

Abbildung 25: Gründe für die Nichtbesetzung von Ausbildungsplätzen (Frage 11)

Die Gründe der Nichtbesetzung sind nach Ansicht der Betroffenen die gleichen, die auch im Zusammenhang mit der Frage, ob 2012 mehr oder weniger Ausbildungsverträge abgeschlossen wurden, genannt wurden. So geben 61% der Firmen an, dass zu wenige geeignete und 53%, dass grundsätzlich zu wenige Bewerbungen vorlagen. Bei 15% der Antwortenden haben die Auszubildenden ihre Ausbildung nicht angetreten. Ebenfalls 15% geben andere Gründe an. Hier ist allerdings ein Missverständnis in der Frage offensichtlich, denn die meisten Konkretisierungen haben zum Inhalt, dass im

¹³ DIHK 2012, S. 15f; IHK 2012a, S. 4; IHK 2012b, S. 4

laufenden Jahr gar nicht ausgebildet wird. Diese Gruppe hätte die Frage also eigentlich gar nicht beantworten dürfen. 12% schließlich müssen hinnehmen, dass die abgeschlossenen Verträge nach Beginn der Ausbildung vom Auszubildenden aufgelöst worden sind.

3.4.3 Übernahmequote

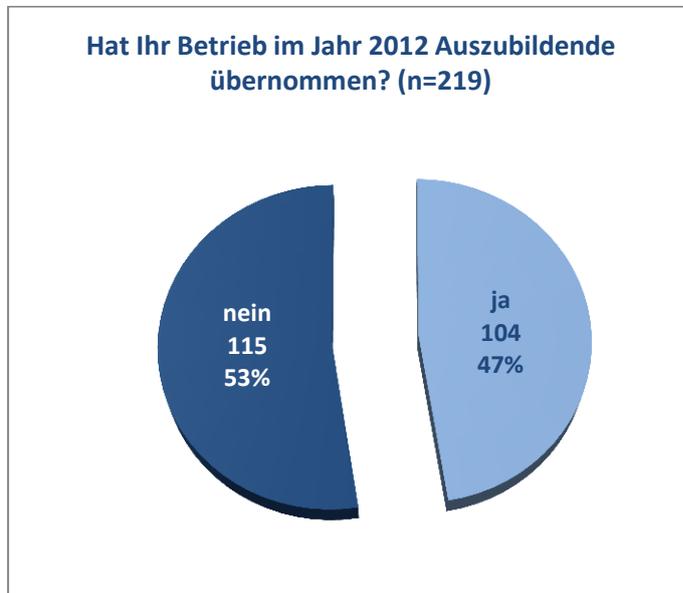


Abbildung 26: Übernahme von Auszubildenden 2012 (Frage 12)

Während 47% der Ausbildungsbetriebe im laufenden Jahr Auszubildende nach dem Abschluss übernommen haben, geben 53% an, dies nicht getan zu haben. Damit ist die Übernahmequote im Vergleich mit den DIHK-Ergebnissen für Bund, Land und Kammerbezirk deutlich höher.

	Bundesrepublik Deutschland in %	Mecklenburg-Vorpommern in %	IHK-Kammerbezirk zu Rostock in %
0-24%	23	29,5	32,0
25-49%	6	13,8	14,0
50-74%	12	11,8	11,3
75-100%	59	44,9	42,7

Abbildung 27: Übernahmequoten im Vergleich

Antwortverteilung aus DIHK-Befragung 2012 zur Frage „Wie viel Prozent Ihrer Auszubildenden, die 2012 voraussichtlich ihre Ausbildung abschließen, planen Sie zu übernehmen?“

Wiederum wird bei der Befragung im Landkreis deutlich, dass sich zwischen dem Befragungszeitpunkt des DIHK zur Übernahmeabsicht im Frühjahr und zur tatsächlichen Übernahme im Herbst 2012 eine Veränderung im Denken und Handeln der Betriebe eingestellt hat. Dies ist ein erneuter Beleg für den rasanten Änderungsverlauf der Rahmenbedingungen und nicht nur Zeichen einer regionalen Besonderheit.

Besonders hoch ist die kreisliche Übernahmequote im HoGa-Bereich (59%), unterdurchschnittlich im Dienstleistungssektor mit nur 40%. Die anderen Branchen liegen in etwa im Gesamtdurchschnitt.

Regional betrachtet fallen die Antworten für Stralsunder Betriebe (53% Ja-Antworten) überdurchschnittlich hoch aus. Nordvorpommern und Rügen weisen in gleicher Höhe leicht unterdurchschnittliche Ja-Quoten auf (beide 46%).

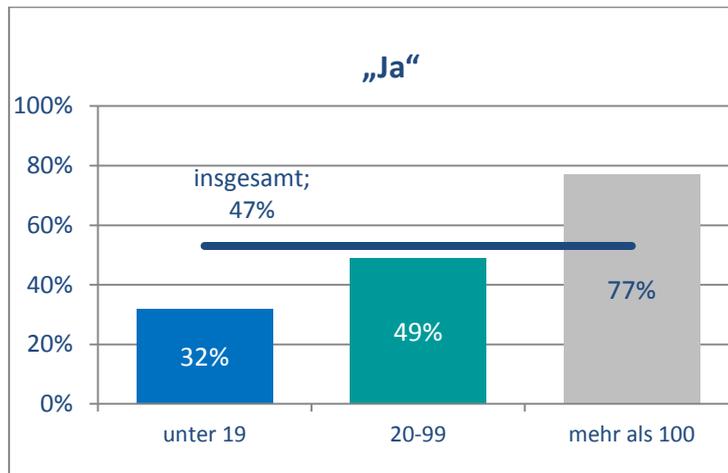


Abbildung 28: Übernahme von Auszubildenden 2012 nach Betriebsgrößen (Frage 12)

Bei den Kleinbetrieben mit weniger als 20 Mitarbeitern geben 32% an, Auszubildende übernommen zu haben. Bei den mittleren Unternehmen steigt der Anteil dann auf knapp 50% und bei den großen Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern sind es 77%.

Wenn ja, warum? (n=104)	Anzahl	Anteil
Ich will gut ausgebildete Fachkräfte für mein Unternehmen sichern.	90	87%
Ich will mich als attraktives Unternehmen positionieren.	36	35%
Die aktuelle wirtschaftliche Lage ist für mich ausschlaggebend.	32	31%
Ich bin an tarifvertragliche Bestimmungen gebunden.	5	5%

Abbildung 29: Gründe für die Übernahme von Auszubildenden (Frage 12)

Die Betriebe, die Auszubildende übernommen haben, geben in hohem Maße als Gründe vor allem an, dies zur Sicherung von Fachkräften zu betreiben (87%). Als weitere Gründe, aber mit weitaus geringeren Quoten, wird von 35% der Befragten die Positionierung als attraktives Unternehmen und von 31% die wirtschaftliche Lage benannt. Tarifvertragliche Bestimmungen spielen nur für 5% der Firmen eine Rolle.

3.4.4 Auflösung von Ausbildungsverträgen

Wie hoch ist die Quote der vorzeitig aufgelösten Ausbildungsverträge in den letzten drei Jahren in Ihrem Betrieb?
(n=222)

Wert	Anzahl	Prozent
0%	118	53%
1 - 10%	38	17%
11 - 20%	25	11%
21 - 30%	18	8%
31 - 40%	5	2%
41 - 50%	13	6%
Über 50%	4	2%

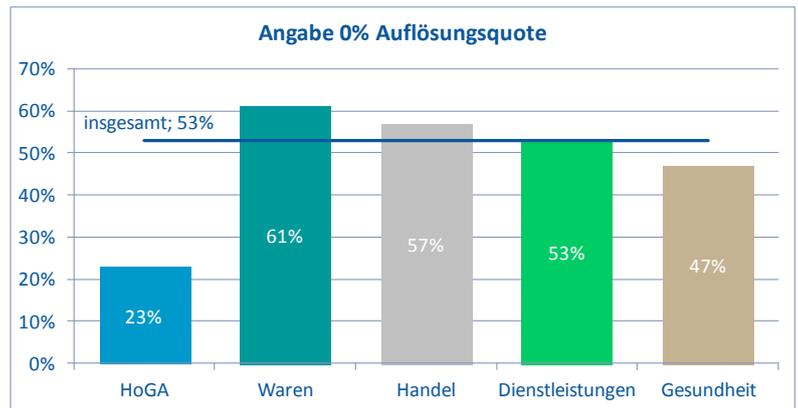


Abbildung 30: Quote der vorzeitig aufgelösten Ausbildungsverträge (Frage 14)

Mit 53% hat die Mehrheit der Unternehmen in den letzten drei Jahren keine Ausbildungsverträge aufgelöst. Dennoch bleiben somit 47% der Betriebe, die die gegenteilige Erfahrung machen mussten. Im Bundesdurchschnitt liegt die jährliche Auflösungsquote im Jahre 2010 bei 23%, während der Wert für Mecklenburg-Vorpommern mit 31,5% deutlich höher ausfällt¹⁴. Die Vergleichbarkeit ist an dieser Stelle jedoch nicht gegeben, da die Erhebung nach den Erfahrungen der letzten drei Jahre fragte.

In der Mehrzahl davon lag die Quote der aufgelösten Verträge pro Betrieb bei bis zu 20%, dies gaben 28% der Befragten an. 16% der Betriebe lösten 21 bis unter 50% der Verträge auf. Mehr als 50% Auflösungen gab es nur bei den verbleibenden 2% Unternehmen. Der rechnerische Gesamtdurchschnitt liegt bei 11,6%.

Am besten erscheint die Situation in der Warenproduktion (61% ohne Vertragsauflösungen), gefolgt von Handel/Instandhaltung/Reparatur (57%) und dem Dienstleistungsbereich mit 53% genau im Durchschnitt. Alarmierend ist die Situation im HoGa-Sektor wo der Anteil stark unterdurchschnittlich bei nur 23% liegt.

Erwartungsgemäß liegt der Anteil der nicht betroffenen Befragungsteilnehmer bei den kleinen Betrieben mit 64% höher und sinkt bei den großen Unternehmen auf 32%, da mit der Anzahl der Auszubildenden automatisch auch die Wahrscheinlichkeit von Vertragsauflösungen steigt.

¹⁴ BIBB 2012, Datenbank; <http://datenreport.bibb.de/html/4700.htm> Stand 15.01.2013; Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern: Pressemeldung Nr. 254/12 vom 12.12.2012

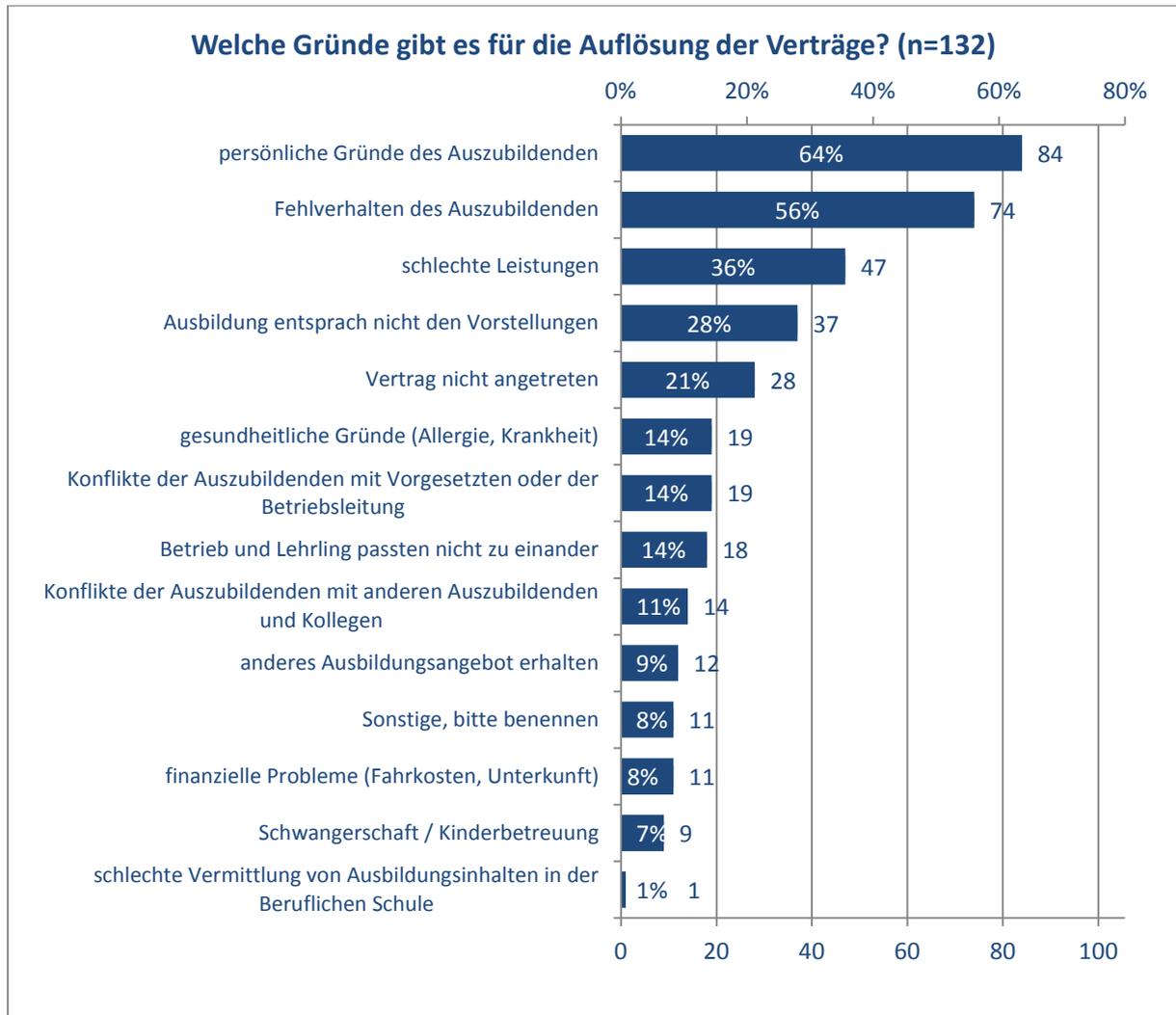


Abbildung 31: Gründe für die Auflösung von Ausbildungsverträgen (Frage 15)

Bei den Gründen für die Beendigung des Ausbildungsverhältnisses dominieren vorrangig in der Person oder dem Verhalten des Auszubildenden zu findende Aspekte wie persönliche Gründe des Auszubildenden (64%), Fehlverhalten (56%), schlechte Leistungen (36%) oder dass der Beruf nicht den Vorstellungen des Auszubildenden entsprach (28%). 21% der Betriebe geben an, dass der Vertrag nicht angetreten wurde. Dies ist im Zusammenhang zu sehen mit dem weiteren Grund, dass der Auszubildende ein anderes Angebot erhalten hat, was von 9% der Befragten genannt wird.

Eine branchenbezogene Bewertung ist aufgrund zu geringer Rückläufe nicht möglich. Auffällig und belastbar ist lediglich die Tatsache, dass die Handels-, Instandhaltungs- und Reparaturbranche mit 57% deutlich über dem Durchschnitt liegt, wenn schlechte Leistungen als Grund angegeben werden, und dieser Grund im HoGa-Sektor weitaus unterdurchschnittlich ausschlaggebend ist.

Erwähnenswerte Unterschiede nach Unternehmensgröße sind:

- Schlechte Leistungen werden von kleinen Betrieben deutlich häufiger registriert als von großen Unternehmen
- Dass der Vertrag nicht angetreten wurde, wird vor allem von großen Betrieben mit 28% überdurchschnittlich registriert, wohingegen die Quote bei den kleinen Betrieben bei 15% liegt.

Bei den genannten sonstigen Gründen tauchen folgende Angaben auf: unentschuldigtes Fehverhalten, längerfristiges Fernbleiben von der Ausbildung durch den Azubi und Faulheit / Unzuverlässig.

3.4.5 Stellenbesetzung mit lernschwächeren Bewerbern

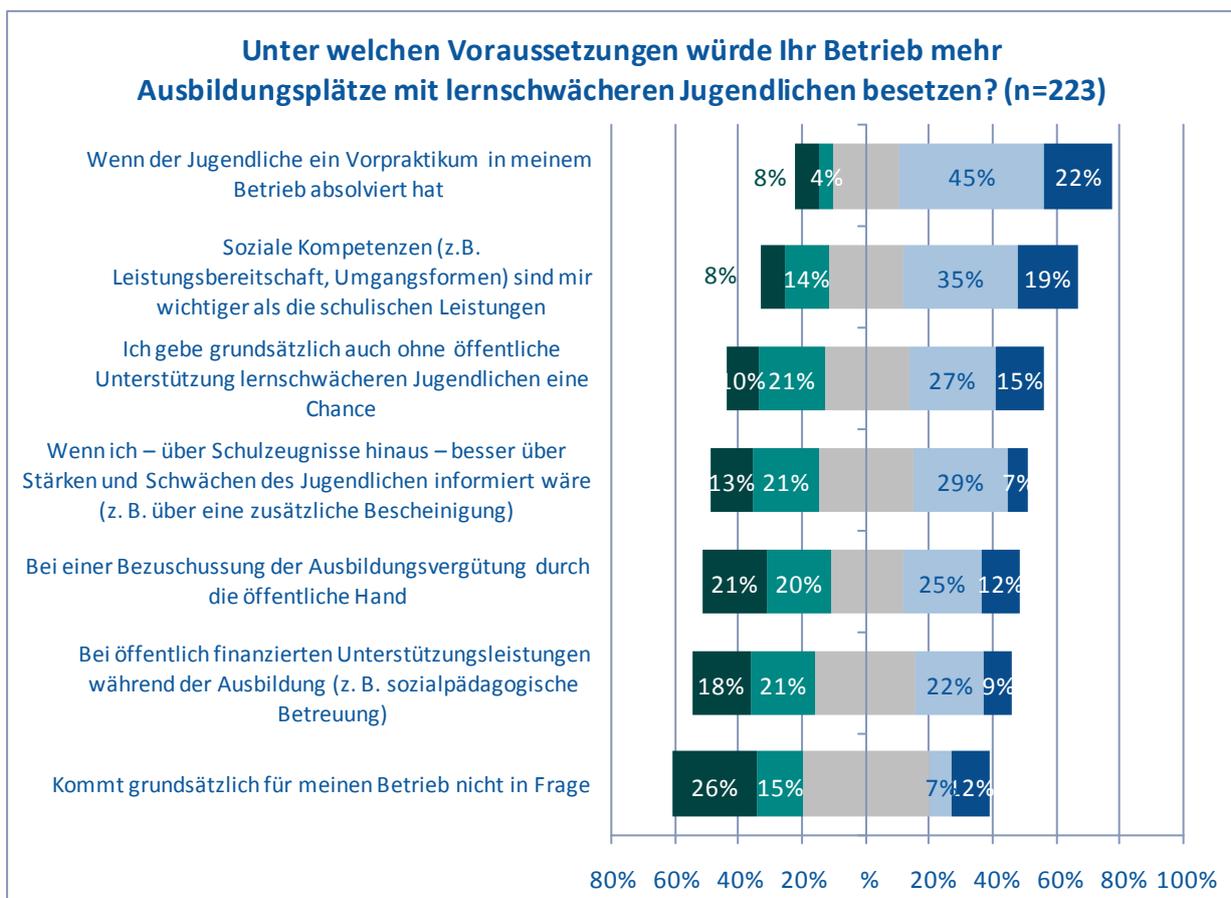


Abbildung 32: Voraussetzungen für die Besetzung von Ausbildungsplätzen mit lernschwächeren Jugendlichen (Frage 19)

Bei der Frage nach den Voraussetzungen für die Einstellung lernschwächerer Bewerber fällt zunächst der hohe Anteil der Befragten auf, die hierzu keine Angaben machen. Dies könnte als Hinweis darauf verstanden werden, dass sich viele Betriebe noch nicht intensiv mit der Einstellung dieser Bewerber auseinandergesetzt hat. Dafür spricht auch der vergleichsweise hohe Anteil der Nicht-Antworten zur letzten Antwortmöglichkeit „Kommt grundsätzlich für meinen Betrieb nicht in Frage“.

Mit 67% für die am häufigsten genannte Möglichkeit, wenn der Bewerber ein Vorpraktikum absolviert hat, fällt schon die Zustimmungsrate für die meistgenannte Voraussetzung nicht sehr hoch aus. Das Vorpraktikum wird gefolgt von der Feststellung, dass soziale Kompetenzen und Leistungsbereit-

schaft ohnehin stärker als die schulischen Leistungen gewertet werden, die von 54% der Befragten benannt werden.

Die nachfolgenden Nennungen werden jeweils nur noch von weniger als der Hälfte der Befragten als Voraussetzungen genannt und haben daher eine untergeordnete Bedeutung. So geben 42% an, lernschwächeren Bewerbern grundsätzlich eine Chance zu geben, auch wenn es hierzu keine gesonderte öffentliche Unterstützung gibt. 36% bräuchten über Schulzeugnisse hinaus, mehr Informationen über die Eignungen und Fähigkeiten der Bewerber, für 37% wäre ein Zuschuss für die Ausbildungsvergütung ein Grund zur Berücksichtigung und für 31% ist die Gewährleistung weiterer, öffentlich geförderter Unterstützungsleistungen ein wichtiger Aspekt. Nur 19% ziehen die Einstellung lernschwächerer Bewerber gar nicht in Betracht.

Auffällig im Vergleich zu Bundes-, Landes- und Kammerbezirksergebnissen der DIHK-Befragung 2012 ist vor allem, dass

- bessere Informationen über den Bewerber, auch über ein Vorpraktikum, eventuelle Vorbehalte am ehesten beseitigen können,
- die kreislichen Betriebe zu einem weitaus geringeren Teil eine Einstellung lernschwächerer Bewerber ausschließen als auf Bundesebene und
- im Landkreis stärker die Bereitstellung von Zuschüssen und monetären Hilfen gewünscht wird als im Bund.

Die Betrachtung nach Branchen zeigt, dass Betriebe des Hotel- und Gaststättenbereichs der Einstellung lernschwächerer Bewerber offensichtlich am stärksten positiv gegenüber stehen. Die Zustimmungsraten zu den einzelnen Voraussetzungen liegen durchgängig – zum Teil deutlich – über den Durchschnittswerten und mit nur 8% gegenüber dem Durchschnitt (19%) ist auch die generelle Ablehnungsquote nur halb so hoch.

Für die Produktion und auch für den Gesundheitssektor scheint, unter dem Vorbehalt geringer Rücklaufquoten, das Vorpraktikum eine weitaus stärkere Rolle zu spielen als in anderen Branchen, denn 84% in der Warenproduktion und 83% der Gesundheits- und Sozialunternehmen benennen ein erfolgreich absolviertes Praktikum als Einstellungsvoraussetzung.

Im Handelsbereich fällt auf, dass auch hier mehrere Voraussetzungen, konkret das Praktikum, die Sozialkompetenzen, die grundsätzliche Bereitschaft und das Vorhandensein von mehr Informationen über den Bewerber, mit einer gegenüber dem Durchschnitt leicht höheren Bewertung versehen sind. Die Abweichung fällt allerdings nicht so deutlich aus wie im HoGa-Sektor.

Dienstleistungsunternehmen weisen erkennbar die höchste Ablehnungsquote auf: 27% wollen keine lernschwächeren Bewerber berücksichtigen. Gleichzeitig ist hier auch der Wert für die Betriebe, die ohne öffentliche Unterstützung lernschwächere Auszubildende berücksichtigen mit wiederum 27% geringer als der Durchschnitt. Außer bei der Bewertung der Sozialkompetenzen, wo Dienstleistungsunternehmen exakt im Gesamtdurchschnitt von 55% liegen, sind alle anderen Voraussetzungen weniger häufig benannt als im Gesamtbranchendurchschnitt.

Die regionsspezifischen Unterschiede sind nicht gravierend und in den einzelnen Werten mit hoher Wahrscheinlichkeit auf die regionale Branchenverteilung zurückzuführen.

3.4.6 Ausbildungshemmnisse

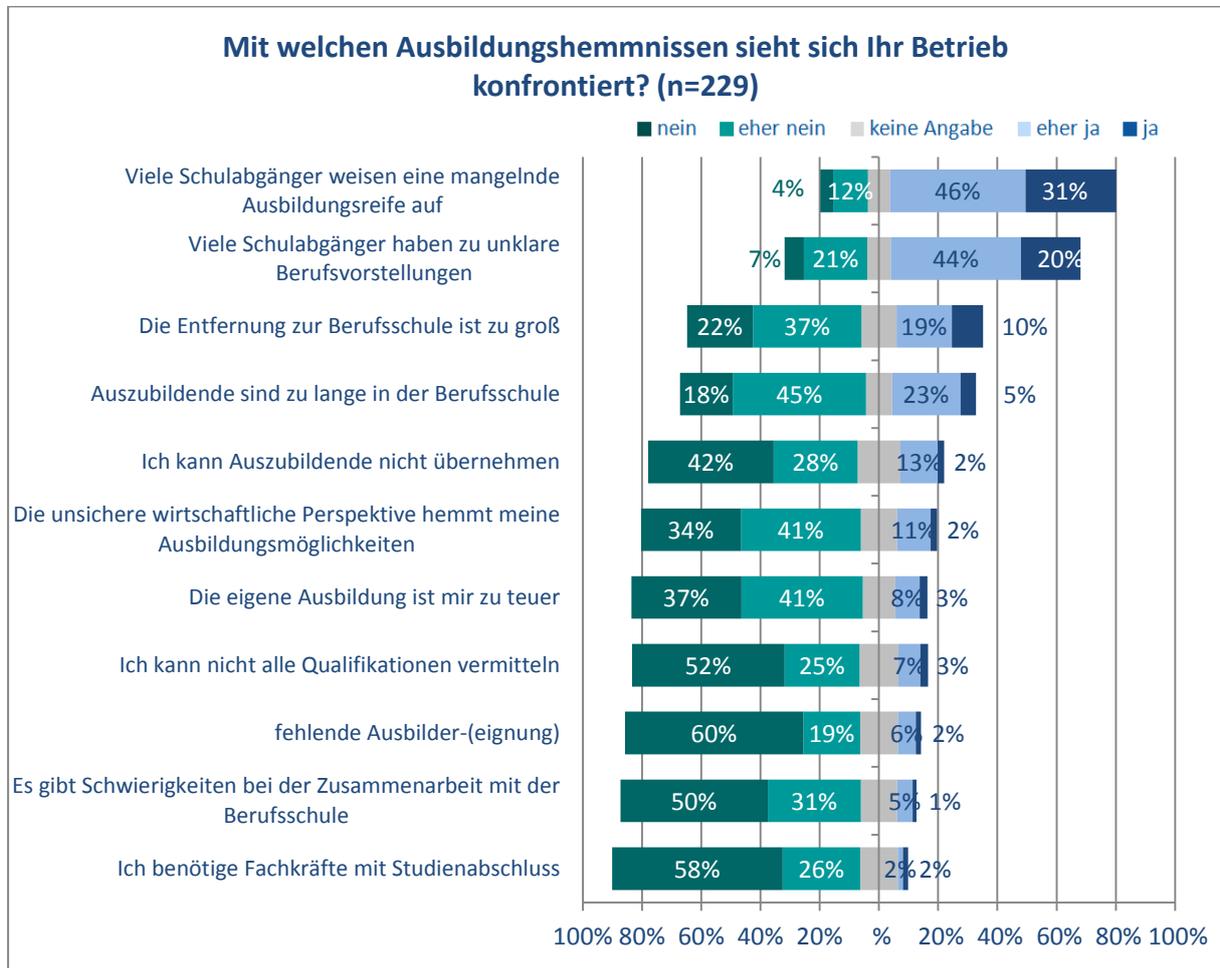


Abbildung 33: Ausbildungshemmnisse (Frage 13)

Fehlende persönliche Voraussetzungen der Auszubildenden werden von den Ausbildungsbetrieben als größte Hemmnisse bewertet. So geben 77% eine mangelnde Ausbildungsreife und 64% unklare Berufsvorstellungen als die beiden dominierenden Mängel an. Der erste Punkt wird stark von den Unternehmen aus der Warenproduktion bemängelt, die in gleichem Maße (je 84%) auch die unklaren Berufsvorstellungen thematisieren. Der HoGa-Sektor ist ähnlich unzufrieden mit der Ausbildungsreife (83%). Interessant sind hier die Ergebnisse der nichtausbildenden Unternehmen, die diese beiden Aspekte ebenfalls am häufigsten benennen.

Mit gewissem Abstand folgt die zu große Entfernung zur Berufsschule (29%), sehr stark kritisiert von Produktionssektor (68%) und - weniger stark, aber immer noch deutlich über dem Durchschnitt - von den Dienstleistern (40%). Auch der aus Sicht der Unternehmen zu lange Aufenthalt in der Berufsschule (28%) wird genannt, was von Handels- (45%) und HoGa-Betrieben (39%) als besonders negativ angesehen wird. Bei den nichtausbildenden Unternehmen stellen die Berufsschulkriterien keine so bedeutsamen Hemmnisse dar, womöglich schlicht aufgrund fehlender aktueller Praxiserfahrungen.

Alle weiteren Aspekte, vorrangig betriebsinterner und wirtschaftlicher Art, wie die fehlende Möglichkeit, Auszubildende zu übernehmen, unsichere wirtschaftliche Perspektiven oder fehlende Ausbildungsreife, spielen anhand der Anzahl der Nennungen nur eine untergeordnete Rolle.

Nach weiteren, nicht in der Antwortliste vorgegebenen Hemmnissen gefragt, nennen drei Ausbildungsbetriebe, dass sie keine Hemmnisse wahrnehmen. Einzelnennungen erfolgen hinsichtlich innerbetrieblicher Gründe, einer zu abgeschiedenen Lage des Betriebes, zu weniger Bewerber, der Unselbständigkeit, fehlender Mathematik- und Deutschkenntnisse, der Lustlosigkeit der Jugendlichen, einer aufwendig teuren Schulung durch die Kammern und nicht angepasster Berufsschulzeiten in der Gastronomie.

Neben den bereits genannten branchenspezifischen Besonderheiten scheint die Gesundheitsbranche in der Gesamtbetrachtung die zufriedenste zu sein, fallen hier die Bewertungen nahezu durchgängig besser aus als anderswo. Die Warenproduktion hingegen weist in fast allen Hemmnissen überdurchschnittlich hohe Werte auf. Auffällig ist hier allerdings ebenso, dass sowohl das Problem, dass Auszubildende nicht übernommen werden können, als auch Schwierigkeiten mit der Berufsschule von keinem der Befragten dieser Branche genannt wurde – dies ist bei sonst keiner der Hemmnisse der Fall.

Vor allem auf Rügen wird regional betrachtet die mangelnde Ausbildungsreife stärker beklagt als auf dem Festland und im Durchschnitt (84%). Auch die an Platz drei und vier gesetzten Berufsschulaspekte (Entfernung und Aufenthaltsdauer) ist für die Rügener Unternehmen stärker relevant. In Stralsund fällt die Bewertung der ersten drei Gründe tendenziell klar besser aus.

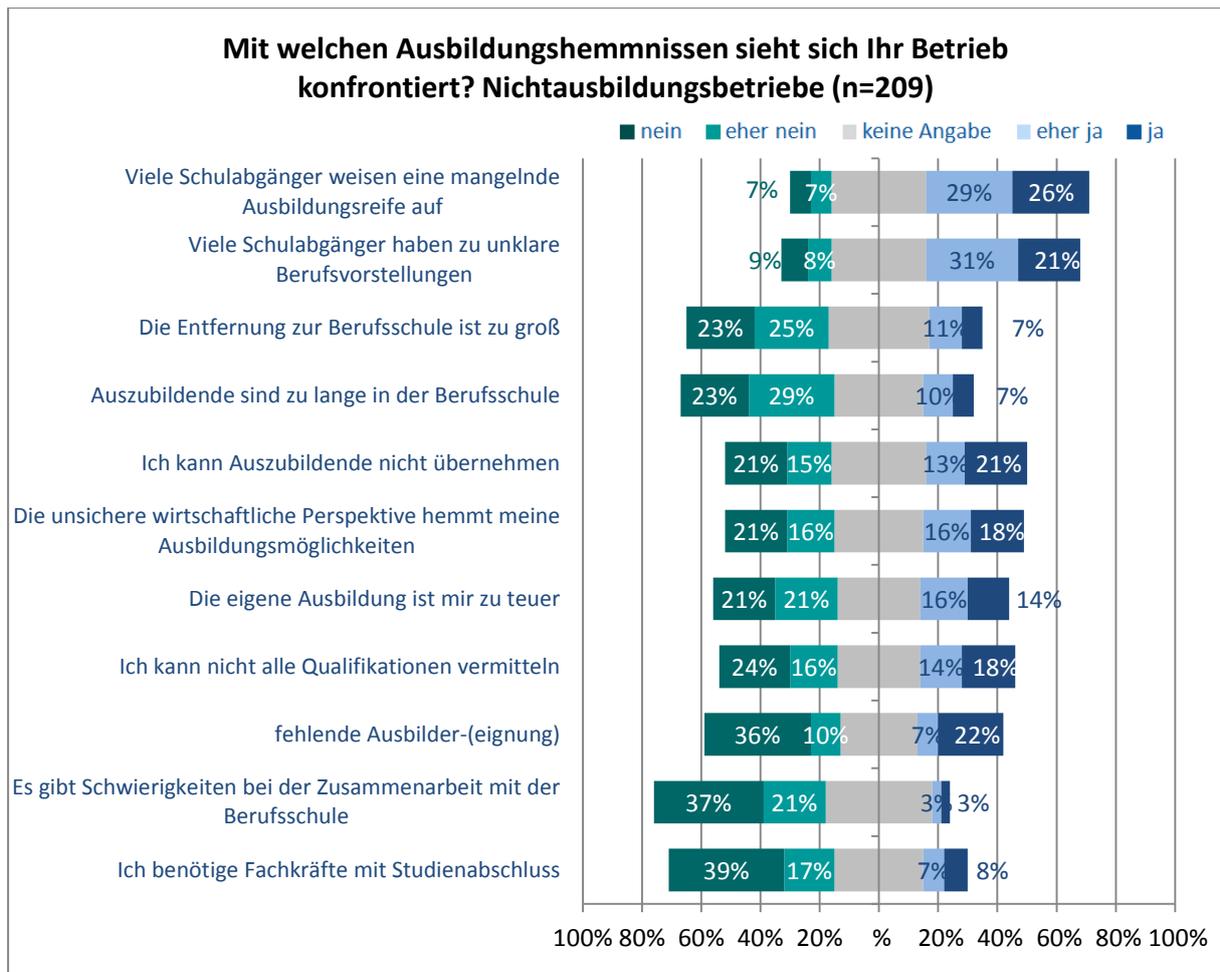


Abbildung 34: Ausbildungshemmnisse bei Nicht-Ausbildungsbetrieben (Frage 13)

Auch bei den 209 nicht ausbildenden Betrieben stellt sich heraus, dass fehlende Ausbildungsreife und unklare Berufsvorstellungen der Bewerber als gravierend angesehen werden. Statt der von den Ausbildungsbetrieben genannten Berufsschuldefizite sind es dann aber fehlende Übernahmemöglichkeiten und wirtschaftliche Perspektiven sowie mangelnde betriebsseitige Ausbildungsvoraussetzungen, die als Hemmnis gesehen werden. Als weitere Gründe werden genannt:

- Ausbildungsberufe sind im Betrieb nicht vorhanden (7x)
- kein Bedarf oder Interesse an Ausbildung (8x)
- Betrieb ist zu klein (5x)
- sonstige betriebsinterne Hinderungsgründe (5x)
- Saisonbetrieb (4x)
- Ausbildung erfolgt in schulischer oder überbetrieblicher Form (3x)
- keine Mittel bzw. fehlende Unterstützung (2x)
- kaum oder keine Bewerbungen (2x)
- zu viel Bürokratie (2x)
- sechs weitere Einzelnennungen

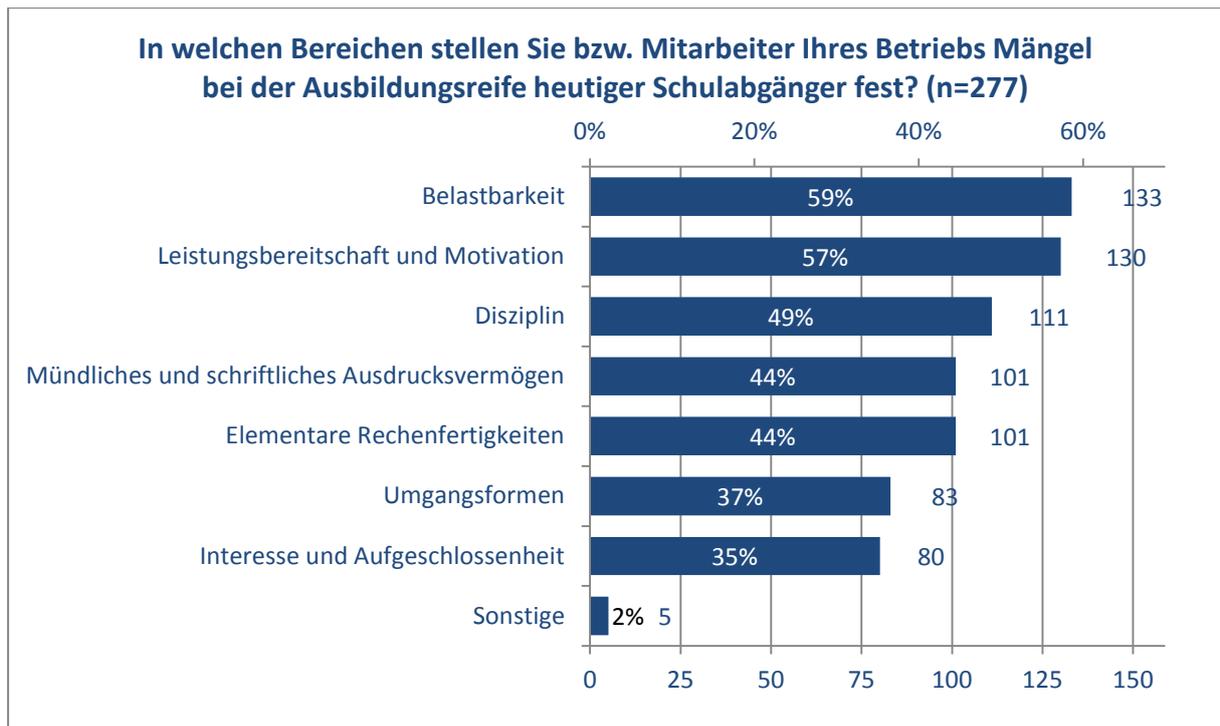


Abbildung 35: Mängel bei der Ausbildungsreife von Schulabgängern (Frage 16)

Der zuvor als Hauptfaktor genannte Mangel der fehlenden Ausbildungsreife wurde in der Folge hinterfragt. Mit 59% für fehlende Belastbarkeit und 57% für mangelnde Leistungsbereitschaft und Motivation werden die beiden Hauptmängel von den Unternehmen aufgeführt. Nicht ausreichende Disziplin mit 49% folgt an dritter Stelle vor den schulischen Mängeln mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen und Rechenfertigkeiten mit jeweils 44%. Umgangsformen sowie Interesse und Aufgeschlossenheit folgend auf den letzten Plätzen mit 37% bzw. 34%. Unter den sonstigen Mängeln finden sich nur noch Einzelnennungen wie die Feststellung, dass der Notendurchschnitt insgesamt gesunken sei, die allgemein schlechte Schulbildung oder mangelnde Körperpflege.

Bemerkenswert ist die Tatsache, dass Befragungsteilnehmer aus Stralsund in fast allen Kriterien noch die besten Bewertungen abgaben.

	Landkreis Vorpommern- Rügen	Bundesrepublik Deutschland	Ostdeutschland	Mecklenburg- Vorpommern	IHK- Kammerbezirk Rostock
Belastbarkeit	59	45	53	50,2	49,4
Leistungsbereitschaft / Motivation	57	49	58	51,6	50,0
Disziplin	49	48	43	41,3	44,7
Mündliches und schriftli- ches Ausdrucksvermögen	44	51	49	41,0	34,1
Elementare Rechenfertig- keiten	44	48	53	46,3	38,8

Abbildung 36: Vergleich Mängel bei der Ausbildungsreife (Frage 16)

Antwortverteilung aus DIHK-Befragung 2012 zur Frage „In welchen Bereichen stellen Sie Mängel bei der Ausbildungsreife heutiger Schulabgänger fest?“ (alle Angaben in Prozent) 15

Der DIHK stellt in seiner Befragung fest, dass in Ostdeutschland hinsichtlich der Aspekte Belastbarkeit und Leistungsbereitschaft/Motivation schlechtere, für den Aspekt Disziplin bessere Werte erzielt werden als im Bundesdurchschnitt. Für Vorpommern-Rügen finden sich diese ostdeutschen Unterschiede tendenziell bestätigt, auffällig ist jedoch, dass die kreislichen Ergebnisse spürbar schlechter sind als die Werte in Mecklenburg-Vorpommern. Sogar innerhalb des Kammerbezirks Rostock ist zumindest bei den persönlichen Ausbildungsvoraussetzungen ein West-Ost-Gefälle zu erkennen.

Bei den schulischen Fertigkeiten der Bewerber liegen die Unternehmensbewertungen im Landkreis deutlich unter dem Bundes- und auch klar unter dem ostdeutschen Durchschnitt. Die Abweichungen zum Landesdurchschnitt sind gering, es fällt jedoch erneut der (negative) Vergleich zum Kammerbezirk auf.

¹⁵ DIHK 2012, S. 32ff; IHK 2012a, S. 20; IHK 2012b, S. 20

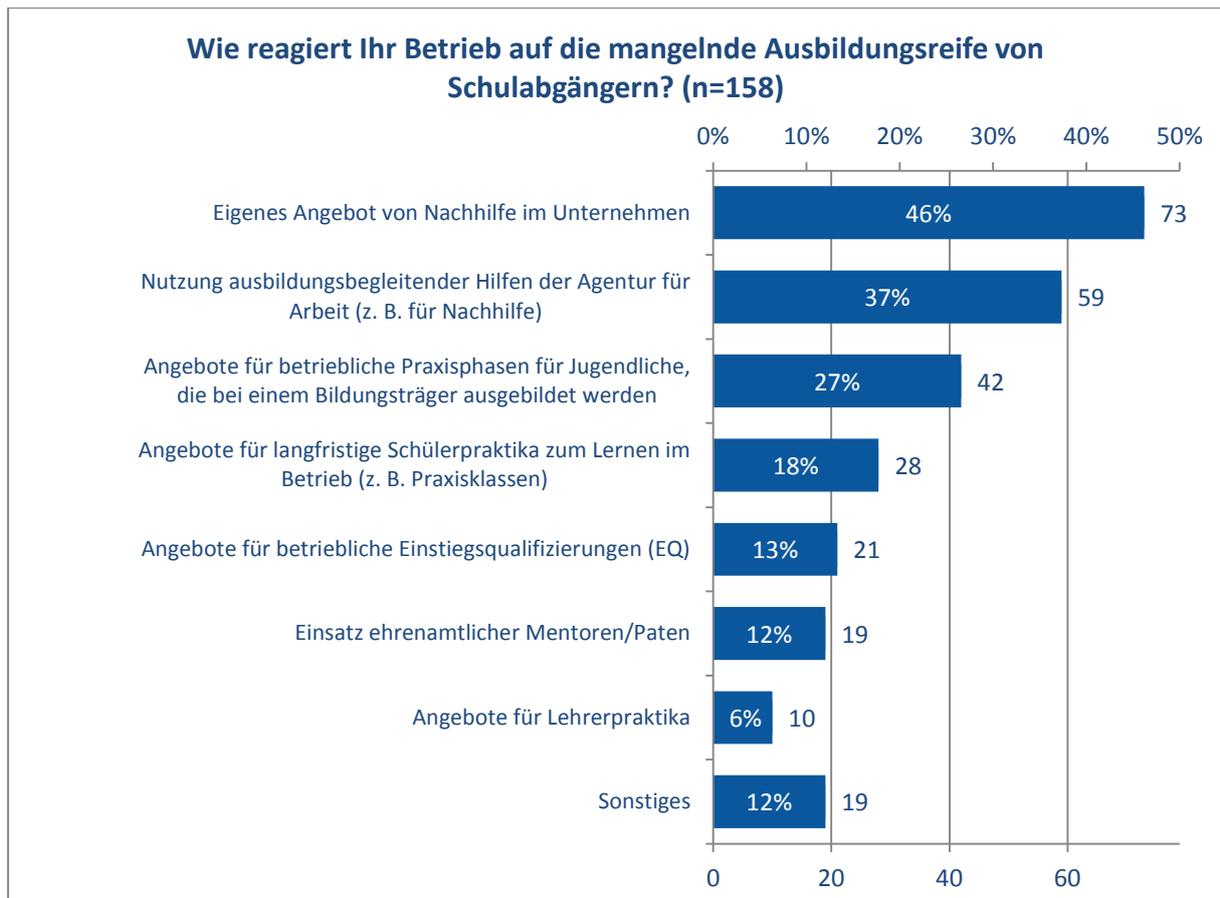


Abbildung 37: Betriebliche Reaktionen auf mangelnde Ausbildungsreife (Frage 17)

Bei der Frage, wie Unternehmen auf die mangelnde Ausbildungsreife reagieren, fällt zunächst auf, dass diese Frage nur von 158 Betrieben beantwortet wurde, vielleicht ein Indiz dafür, dass von den 229 Unternehmen, denen Ausbildungshemmnisse bewusst sind, nur wenige daraus eigenen Handlungserfordernisse ableiten. Die Unternehmen, die reagieren und entsprechende Maßnahmen ergreifen, tun dies vor allem über interne Angebote an den Auszubildenden (46%) oder durch Inanspruchnahme von Hilfen der Agentur für Arbeit (37%). Dabei wird die eigene betriebsinterne Nachhilfe vor allem von kleineren Betrieben angeboten (56%). Große Unternehmen mit über 100 MA geben hier zu 37% an, Nachhilfeangebote zu unterbreiten. Die großen Betriebe nutzen außerdem deutlich stärker die Unterstützung durch die Agentur für Arbeit (52%). Diese nehmen kleine Betriebe unter 20 MA sehr viel weniger in Anspruch (25%).

Auch die Zusammenarbeit mit Bildungsträgern spielt noch eine gewisse Rolle (27%), während alle weiteren Möglichkeiten nur in geringem Maße genutzt werden. Bei den sonstigen Maßnahmen, die von 12% der Unternehmen angegeben werden, dominieren in erster Linie besondere Begleitungen und Unterstützungen des Auszubildenden durch Mitarbeiter des Betriebes und den Ausbilder. Fünf Befragte geben an, Bewerber mit mangelnder Ausbildungsreife gar nicht erst einzustellen.

Auf Bundes-, Landes- und Kammerbezirksebene ist das Ranking der sechs meistgenannten Maßnahmen exakt dasselbe. So stehen die Nachhilfeangebote auch bundesweit an erster Stelle der Maßnahmenliste, allerdings gaben dies 57%, also deutlich mehr Befragte an¹⁶.

Es gibt in dieser Frage allerdings scheinbar erhebliche Branchenunterschiede, denn während der HoGa-Bereich und der Dienstleistungssektor vor allem auf unternehmensinterne Nachhilfe setzen, nutzt die Warenproduktion scheinbar verstärkt die Unterstützung der Agentur für Arbeit. Der Gesundheitssektor wiederum präferiert stärker Bildungsträger-Praxisphasen und Schülerpraktika.

Diese Branchenaussagen sind aber aufgrund geringer Antwortrückläufe nicht ausreichend belastbar für abschließende Einschätzungen.

¹⁶ DIHK 2012, S. 35ff; IHK 2012a, S. 21; IHK 2012b, S. 21

3.5 Zukünftige Entwicklung des Fachkräftebedarfes und des Ausbildungsplatzangebotes

Für eine fundierte Strategieentwicklung des RÜM ist eine Prognose der zu erwartenden Bedarfe unbedingt vonnöten. Daher beinhaltet die Befragung auch in die Zukunft gerichtete Aspekte des Fachkräfte- und Auszubildendenbedarfes.

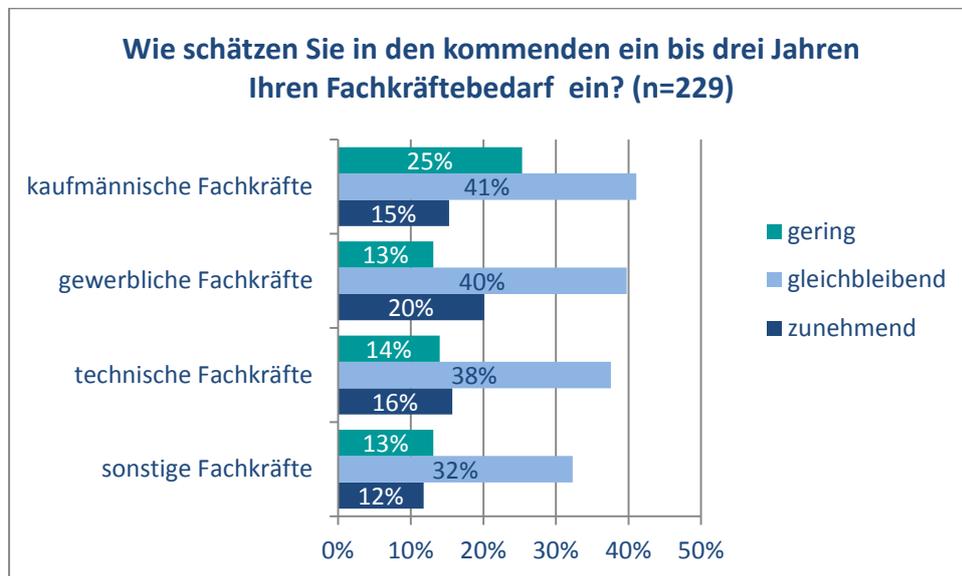


Abbildung 38: Zukünftiger Fachkräftebedarf (Frage 18)

Für gewerbliche und technische Berufe rechnet die Mehrheit der befragten Unternehmen mit gleichbleibendem oder zunehmendem Fachkräftebedarf (60% bzw. 54%). Für kaufmännische Berufe gehen zwar ebenso 56% der Befragten von gleichbleibenden oder erhöhtem Bedarfen aus, gleichzeitig geben aber 25%, davon aus, weniger Fachkräfte zu benötigen. Bei den sonstigen Fachkräften halten sich die Anteile von geringerem und steigendem Bedarf in etwa die Waage.

Zunehmender Bedarf wird in überdurchschnittlichem Maße vor allem von den mittleren Unternehmen und ganz stark von den großen Betrieben gesehen. Die großen Unternehmen mit mehr als 100 MA sehen diesen sogar durchgehend in allen Berufsgruppen. Weitaus weniger optimistisch bewerten die kleinen Betriebe unter 20 MA den Ausblick. Bei diesen liegen die Werte der Unternehmen, die zunehmende Bedarfe sehen, in allen Berufsgruppen durchgängig unter dem Gesamtdurchschnitt.

Auf einzelne Branchen bezogen ergeben sich einige Besonderheiten, betrachtet man den Anteil der Unternehmen genauer, die gleichbleibende oder steigende Fachkräftebedarfe erwarten. Im HoGa-Sektor liegen diese Anteile vor allem für gewerbliche Berufe erheblich, für kaufmännische Berufe in geringerem Maße über dem Durchschnitt. Der Handel erwartet für kaufmännische Berufe einen über dem Gesamtdurchschnitt liegenden Zuwachs. Für die Warenproduktion und den Gesundheitsbereich liegen keine ausreichenden Rückläufe vor, daher kann der höchste Branchenwert für zunehmenden Fachkräftebedarf (42% für sonstige Fachkräfte im Gesundheitssektor) nur als Indiz, nicht aber als Beleg gewertet werden.

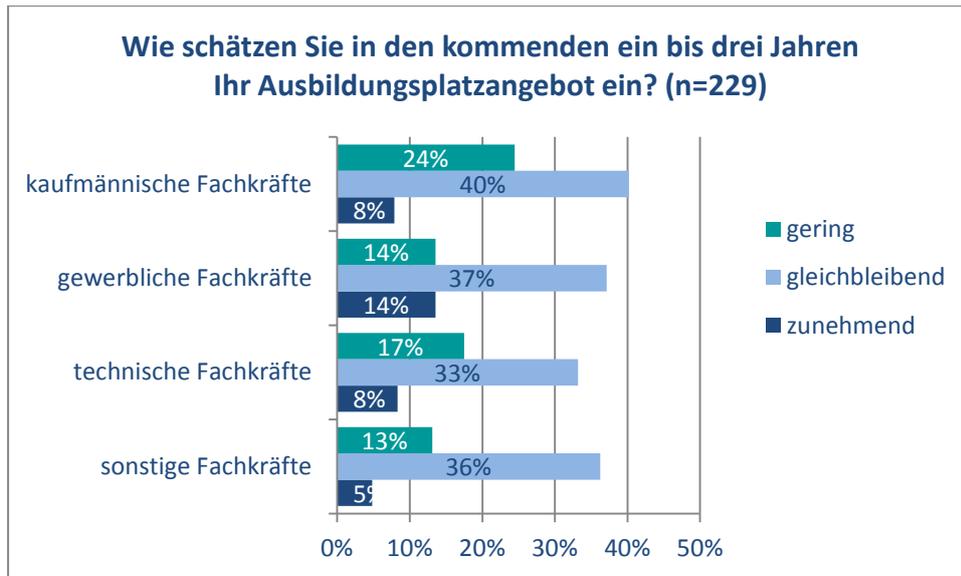


Abbildung 39: Zukünftiges Ausbildungsplatzangebot (Frage 18)

Anders sehen die Einschätzungen hinsichtlich der Entwicklung des Ausbildungsplatzangebotes aus. Zwischen 33 bis 40% der Betriebe erwarten ein gleichbleibendes Ausbildungsplatzangebot, je nach Berufsgruppe. Nur wenige Betriebe gehen diesbezüglich von einem Zuwachs aus. Lediglich bei den gewerblichen Berufen, für die bereits zuvor mit dem stärksten Anstieg im Fachkräftebedarf gerechnet wurde, sehen mit je 14% gleichviel Befragte ein geringer werdendes wie ein steigendes Angebot voraus. Bei den anderen drei Berufsarten überwiegt der Anteil der Betriebe deutlich, die ein abnehmendes Angebot erwarten.

Gravierende Unterschiede nach Betriebsgröße sind nicht ausgeprägt. Die zuvor geltenden Prognosen greifen über alle Größenklassen hinweg. Bei kleinen und mittleren Unternehmen liegen die Anteile des geringer werdenden Ausbildungsplatzangebotes leicht höher als im Durchschnitt. Die großen Unternehmen setzen überdurchschnittlich ein gleichbleibendes Angebot voraus.

Unternehmen aus dem HoGa-Bereich setzen am stärksten auf die Ausbildung als Instrument, vor allem für die gewerblichen Berufe. 35% geben hier an, zukünftig mehr Ausbildungsplatzangebote zu offerieren, damit ebenso hoch wie der Prozentsatz des geschätzten Fachkräftezuwachses. Dies gilt in ähnlichem Maße auch noch für den Dienstleistungsbereich, wo ebenso zu beobachten ist, dass für gewerbliche und technische Berufe tendenziell zusätzliche Ausbildungsplatzangebote geschaffen werden sollen. Für alle anderen Branchen gilt jedoch, dass der Anteil der Betriebe, die mehr Ausbildungsplätze anbieten werden, deutlich geringer ist, als der Anteil, die weniger Ausbildungsplätze anbieten möchten.

In der Zusammenschau von erwartetem Fachkräftebedarf und zukünftigem Ausbildungsplatzangebot wird deutlich, dass zwischen den Ausblicken auf den zukünftigen Fachkräftebedarf und das Ausbildungsplatzangebot von den Betrieben differenziert wird.

3.5 Zukünftige Entwicklung des Fachkräftebedarfes und des Ausbildungsplatzangebotes

	Insgesamt über alle Branchen	HoGa	Handel	Dienstleistungen
Kaufmännische Berufe	56 / 48	61 / 56	71 / 58	56 / 47
Gewerbliche Berufe	60 / 51	85 / 75	60 / 43	50 / 44
Technische Berufe	54 / 41	46 / 38	51 / 36	61 / 53
Sonstige Fachkräfte	44 / 41	48 / 45	28 / 28	52 / 50

Abbildung 40: Zukünftiger Fachkräftebedarf und zukünftiges Ausbildungsplatzangebot nach ausgewählten Branchen

Anteil der Unternehmen, die in den kommenden ein bis drei Jahren einen gleichbleibenden oder zunehmenden Fachkräftebedarf (1. Wert) beziehungsweise Ausbildungsplatzangebote (2. Wert) erwarten (alle Angaben in Prozent)

Der durchgängig geringere 2. Wert verdeutlicht in erster Linie, dass die Betriebe der Ausbildung zukünftig keine wachsende Bedeutung zur Sicherung des Fachkräftebedarfes beimessen, zumindest gehen sie kaum von einem zunehmenden Ausbildungsplatzangebot aus. Dies dürfte den eigenen Erfahrungen der letzten Jahre und der Erkenntnis der Entwicklung der zukünftigen Bewerberzahlen geschuldet sein. Offensichtlich sind sich die Unternehmen der stärker werdenden Problematik schrumpfender Bewerber bewusst. Eine Antwort, wie der Fachkräftebedarf anderweitig gedeckt werden kann, ist durch die vorliegende Befragung nicht zu erbringen.

4 Wünsche und Empfehlungen aus Unternehmenssicht

Im Rahmen der RÜM-Unternehmensbefragung wurde folgende Frage gestellt: „Haben Sie konkrete Wünsche / Verbesserungsvorschläge für die Ausbildungssituation oder auch allgemeine Hinweise an den Landkreis oder die Wirtschaftsförderung?“ 135 Befragte aktivierten das Fragefeld, allerdings wurde einige Male das Feld zwar angeklickt, aber kein definitiver Eintrag vorgenommen.

Die Antworten sind im Datenband komplett und unverändert aufgelistet (Datenband, Kap. 4), wobei jedoch eine grobe thematische Vorsortierung erfolgte, in erster Linie nach dem Adressaten der Wünsche und Verbesserungsvorschläge sowie inhaltlichen Aspekten. Teilweise wurden sehr differenzierte und vielschichtige Antworten gegeben. Um Doppelungen und Fehleindrücke zu vermeiden musste in der Auflistung jede Antwort nur einem Adressaten beziehungsweise Thema zugeordnet werden.

An dieser Stelle erfolgt eine Zusammenfassung der Hinweise. Eindeutig die meisten Einträge und Anmerkungen gibt es zum Themenbereich Schule und Bildung. Hier werden vor allem folgende Aspekte benannt:

- Allgemein: Schul- und Bildungssystem verbessern; Berufswahl und -ausübung thematisch stärker in den Unterricht integrieren; Lehrer motivieren; Lehrerberuf attraktivieren; mehr Geld in die Bildung; kleinere Klassen; mehr und engere Kooperationen zwischen Schule und Wirtschaft
- Berufsorientierung und -vorbereitung intensivieren; mehr Praktika innerhalb der Schulausbildung; mehr Bezug der Unterrichtsinhalte zur Arbeits- und Berufswelt
- Berufsschulen: Erreichbarkeit gewährleisten; Struktur und räumliche Verteilung der Standorte verbessern; andere Unterrichtszeiten (kein Unterricht in der Saison!); mehr Mitspracherechte der Unternehmer

Konkret an den Landkreis gerichtet, werden folgende Aspekte mehrfach genannt:

- Mehr Koordinierung, Informationsaustausch und Vernetzung
- ÖPNV v.a. im dünnbesiedelten ländlichen Raum verbessern (ÖPNV-Qualität, Fahrtkostenzuschuss)
- Unterkünfte und bezahlbaren Wohnraum schaffen
- Einforderung politischen Handelns

An die Wirtschaftsförderung gerichtet sind verhältnismäßig wenige Hinweise:

- Widersprüchliche Förder-Forderungen: Zum einen wird eine Breitenförderung von zahlreichen Branchen gefordert. Daneben wird aber auch eine Schwerpunktförderung ausgewählter Branchen gewünscht. Meist wird auf eine stärkere Förderung (kleiner) Betriebe gedrungen. Einige Befragte weisen auch auf eine grundsätzlich veränderte Wirtschaftsförderung (z.B. auf Zukunftsbranchen) hin.
- Kleinere Betriebe stärker fördern
- Förderung für ältere Arbeitnehmer und für den Erwerb von Zusatzqualifikationen
- Förderung von Sprachausbildung für ausländische Mitarbeiter / Auszubildende

Unter sonstige Hinweise und Anmerkungen fallen folgende Feststellungen:

- Mehrfach wird (selbstkritisch) festgestellt, dass das Lohn- und Vergütungsniveau zu niedrig sei, adressiert an unterschiedliche Akteure, vor allem aber an die Betriebe selbst
- Besteuerung von Kost und Logis für Auszubildende verringern / aufheben

5 Ergebnisse der Experteninterviews

Zur Verifizierung der Ergebnisse der Unternehmensbefragung wurde eine erste Zusammenfassung der Antworten auf die Fragebögen verschiedenen arbeitsmarktrelevanten Akteuren und Experten mit der Bitte um Einarbeitung in das Thema zur Verfügung gestellt. Diese Experten hatten sich auf Anfrage für ein Interview zur Verfügung gestellt. Zur Vorbereitung erhielten Sie anschließend einen Fragenkatalog. Dessen Fragen stellen eine punktuelle Auswahl von besonders wichtig erscheinenden Aspekten des Fragebogens dar. Diese Auswahl ist erforderlich, da für ein Interview nur ca. eine Stunde zur Verfügung stand. In den daraufhin durchgeführten Interviews hatten die Experten die Möglichkeit, sich zu diesen Fragen zu äußern sowie weiterführende Hinweise und Antworten zu geben.

Als Experten wurden sowohl Vertreter der bereits befragten Unternehmen als auch von relevanten Verbänden, Kammern und Institutionen des öffentlichen Rechts um ihre Unterstützung gebeten. Trotz der geringen Zahl der möglichen Interviews wurde versucht, der Branchenstruktur im Befragungsgebiet Rechnung zu tragen. Insbesondere den Vertretern der Unternehmen sollte Gelegenheit gegeben werden, sich nach Vorlage erster aggregierter Ergebnisse nochmals zu unterschiedlichen Sachverhalten bezüglich des Übergangs Schule-Beruf zu äußern.

Im Folgenden werden die Antworten zusammengefasst dargestellt.

Können Sie die Ergebnisse der Befragung aus Ihrer Sicht bestätigen?

1.1. Was überrascht Sie am meisten?

Häufig zeigten sich die Experten nicht von den Ergebnissen überrascht sondern sahen eher die eigenen Erfahrungen bestätigt. Einzelne Befragte waren allerdings überrascht von:

- der Häufigkeit der persönlichen Gründe für vorzeitige Auflösung von Ausbildungsverhältnissen,
- dem Rückgang der Zahl der Ausbildungsverhältnisse,
- der Tatsache, dass weniger als 50% der Unternehmen ausbilden, sowie
- der hohen Anzahl von Betrieben, die nur einen oder zwei Jugendliche ausbilden.

1.2. Was freut Sie am meisten?

Die Experten waren darüber erfreut, dass zahlreiche Unternehmen über Bedarf ausbilden, dass ein hoher Anteil der Auszubildenden übernommen wird, dass die Unternehmen den Ernst der Lage erkannt haben und nach Lösungen suchen, dass Ausbildung als ein Weg zur Fachkräftesicherung angesehen wird und dass viele Unternehmen überhaupt noch ausbilden.

1.3. Was macht Sie nachdenklich?

Nachdenklich reagierten einige Experten aufgrund der Aussage von Unternehmen, dass sie Auszubildende nicht übernehmen wollen. Auch die geringe Nutzung der eigenen Homepage als Rekrutierungsmittel, die Häufigkeit von Ausbildungshemmnissen, insbesondere fehlende Ausbildungsreife und mangelnde Kenntnisse über Beruf und Betrieb stimmten nachdenklich. Besonders kritisch gesehen wurde die Einstellung von Auszubildenden zur Sicherung der Produktion und Dienstleistung sowie der starke Rückgang qualitativer guter Bewerbungen.

Ausbildungsstrategie

1.4. Ausbildungsstrategie, Frage 3: Wie bewerten Sie die Tatsache, dass 39% der ausbildenden Betriebe mehr Jugendliche ausbilden, als übernommen werden können?

Unter der Annahme, dass von Unternehmen nur wenig über dem eigenen Bedarf ausgebildet wird, ist diese Tatsache als positiv zu bewerten, da diesen Unternehmen am Ende der Ausbildung eine größere Auswahl für die Übernahmen zur Verfügung steht. Außerdem profitieren davon Unternehmen, die aus verschiedensten Gründen nicht selbst ausbilden können, wenn sie ihren Fachkräftebedarf decken müssen. Ausbildung weit über den eigenen Bedarf hinaus wird hingegen als negativ eingestuft. Allerdings fehlen diese Jugendlichen anderen ausbildungswilligen Unternehmen. Problematisch ist Ausbildung, wenn Jugendliche nur wegen der Sicherung der Produktion und Dienstleistung ausgebildet werden. Einen Sonderfall stellt die HoGa-Branche dar. Hier wird zum Teil überdurchschnittlich über Bedarf ausgebildet, da üblicherweise ein Großteil der Jugendlichen nach Ausbildungsende das Haus wechselt.

1.5. Ausbildungsstrategie, Frage 5/Ausbildungspraxis, Frage 11: Bei 52% der ausbildenden Betriebe gehen zu wenige geeignete Bewerbungen ein? Was können diese Betriebe aus Ihrer Sicht dazu beitragen, die Anzahl geeigneter Bewerber zu erhöhen?

Das Gros der Antworten auf diese Frage lässt sich unter dem Stichwort „besseres Marketing“ zusammenfassen. Im einzelnen wurden genannt: besser werben, Arbeitgebermarketing verstärken, die Arbeitgebermarke stärken (Employer Branding), in Schulen, den Arbeitskreisen Schule Wirtschaft und weiteren Netzwerken aktiv sein, das Unternehmen für Betriebserkundungen öffnen, vermehrt Praktika anbieten (auch bezahlte), vor allem im direkten regionalen Umfeld aktiv werden, die eigene Homepage umfangreicher nutzen, Maßnahmen der Berufsorientierung unterstützen und für Jugendliche attraktivere Rahmenbedingungen schaffen. Es wurde aber auch darauf verwiesen, dass die eigenen Ansprüche möglicherweise zu hoch sind und gesenkt werden müssten. Defizite im Bereich der Sozialkompetenzen können Betriebe kaum heilen. Wohl aber könnten sie sich mehr in die schulische Ausbildung einbringen.

1.6. Ausbildungsstrategie, Frage 6: Wie beurteilen Sie die Maßnahmen der Betriebe als Reaktion auf rückläufige Bewerberzahlen?

Die von den Unternehmen genannten Maßnahmen wurden alle als richtig bewertet. Allerdings sind regionale und branchenspezifische Unterschiede zu berücksichtigen. Wichtig ist, dass die Betriebe in ihren Darstellungen ehrlich sind, um spätere Enttäuschungen und möglicherweise resultierende Abbrüche der Ausbildung zu vermeiden. Weiterhin müssten auch finanzielle Möglichkeiten, wie höhere Vergütungen ins Kalkül gezogen werden oder weitere Angebote, wie Weiterbildungen.

Rekrutierungsstrategie

1.7. Rekrutierungsstrategie, Frage 8: Halten Sie die Wege, wie Unternehmen ihre Auszubildenden gewinnen für richtig? Wo sollten Schwerpunkte gesetzt werden?

Die Experten stimmen darin überein, dass diese Wege allesamt gut sind. Jedoch werden häufig je Unternehmen nur wenige genutzt. Hier sollten mehrere Möglichkeiten in Betracht

gezogen werden. Als besonders wichtig, gerade in Branchen mit einem weniger guten Ruf, wird die Werbung durch zufriedene Mitarbeiter, Auszubildende und Familienangehörige erachtet. Gerade hinsichtlich der Zielgruppe der Jugendlichen sind weiterhin Ansprachen über Social Media (Facebook und Co.) zu planen. Weiterhin wurden Unternehmenspräsentation an Schulen, die Nutzung von Branchenportalen, der eigene Internetauftritt, die Agentur für Arbeit sowie Messen genannt. Alle Angebote sollten passend zu den besonderen Bedürfnissen der Jugendlichen entwickelt werden.

1.8. Rekrutierungsstrategie, Frage 10: Wie bewerten Sie das Ranking der Erwartungen der Betriebe an ihre zukünftigen Auszubildenden?

Auch hier bestätigen die Ergebnisse der Befragung im Allgemeinen die eigenen Erfahrungen der Experten. Wichtig sind messbare Kriterien bzw. Kriterienkataloge und die Schulnoten. Absehbar ist allerdings ein Wandel der Bedeutung der Schulnoten hin zu persönlichen Kompetenzen. Hier gibt es Unterschiede nach Branchen. Insbesondere im HoGa-Bereich wird stärker Wert auf den äußerlichen Eindruck und soziale Kompetenzen gelegt. Erfahrungen mit Praktikanten sind valider und wichtiger als Eindrücke aus Bewerbung (Schulnoten) und Vorstellungsgespräch.

Ausbildungspraxis

1.9. Ausbildungspraxis, Frage 13: Bitte bewerten Sie die beiden Hauptausbildungshemmnisse, mit denen sich die Betriebe konfrontiert sehen.

Die eigenen Erfahrungen decken sich mit den Antworten der Unternehmen. An dieser Stelle wurde wiederholt geäußert, dass der Eindruck einer mangelnden Ausbildungsreife möglicherweise in direktem Zusammenhang mit den zu hohen Erwartungen der Unternehmen steht. Diese resultieren aus einem Gewöhnungseffekt, da in der Vergangenheit eine Vielzahl (zu) hoch qualifizierter Schulabgänger unter den Bewerbern zu finden war. Den Unternehmen ist bewusst, dass schlechten Schulnoten eher entgegenzuwirken ist als Mängeln in den sozialen Kompetenzen. Die Verantwortung bezüglich der Ausbildungsreife (soziale Kompetenzen) liegt bei Schulen und Eltern. Hinsichtlich der zu unklaren Berufsvorstellungen müssen Betriebe umfassender und ehrlicher berichten.

1.10. Ausbildungspraxis, Frage 14/15: Wie beurteilen Sie die Quote der vorzeitig aufgelösten Ausbildungsverträge bzw. die dafür verantwortlich gemachten Hauptgründe?

Die Mehrzahl der Experten war von dieser Quote positiv überrascht. Sie sei besser als erwartet. Ein häufiger Grund für die vorzeitige Auflösung von Ausbildungsverträgen sind möglicherweise falsche Erwartungen aufgrund mangelnder Information über Betrieb und/oder Beruf. Praktika würden hier Möglichkeiten zu umfassender Information liefern. In einem der befragten Unternehmen erfolgt nach Bewerbung und Vorstellungsgespräch immer ein Pflichtpraktikum vor Vertragsabschluss. So kann man sich gegenseitig gut kennenlernen. Es entstehen keine falschen Erwartungen, die folglich nicht enttäuscht werden können. In diesem Unternehmen gibt es nahezu keine vorzeitigen Abbrüche. Ein häufiger Grund für Abbrüche sind persönliche Gründe des Auszubildenden. Hier empfehlen die Experten zu ermitteln, was denn persönliche Gründe im Einzelnen sind. Ferner wird darauf hingewiesen, dass zum Teil Systemfehler zu der Zahl der nicht angetretenen Ausbildungen bzw. der vorzeitig

aufgelösten Verträge führen. So unterschreiben Jugendliche nachweislich erst einmal mehrere Verträge, um sich dann den besten aussuchen zu können.

1.11. Ausbildungspraxis, Frage 16: Können Sie die genannten Mängel bezüglich der Ausbildungsreife heutiger Schulabgänger bestätigen?

Die genannten Mängel werden grundsätzlich bestätigt. Schulabgänger können betriebliche Belastungssituationen nicht kennen. Sie müssen erst daran gewöhnt werden. Mängel in Sozialkompetenz, z.B. in den allgemeinen Umgangsformen, werden in der HoGa-Branche als besonders wichtig erachtet (im Vergleich zu Schulnoten) und demnach auch eher bemerkt. Wiederholt wurde darauf hingewiesen, dass sich die Vertreter der Unternehmen bei der Bewertung der Mängel bewusst machen müssen, dass sie möglicherweise sehr hohe Erwartungen haben. Defizite in Belastbarkeit können, wenn überhaupt vor Beginn der Ausbildung, nur in Praktika erkannt werden. Bewerbungsunterlagen und Vorstellungsgespräche eignen sich dafür nicht.

Schlussfrage – Kernfrage: Wie kann der Übergang von Schule in den Beruf aus unternehmerischer Sicht verbessert werden?“ (ausführliche Auflistung aller Antworten)

- Schulen müssen stärker verpflichtet werden, Jugendliche entsprechend ihrer Möglichkeiten zu fördern und zu fordern. Hierzu eignen sich Potenzialanalysen und Eignungsdiagnostik. Auf deren Ergebnissen können passende Berufe empfohlen werden. Diese Vorschläge sind dann durch Praktika zu überprüfen.
- Schule und Elternhaus müssen besser auf betriebliche Realität (z.B. frühes Aufstehen, eigenverantwortliches Abmelden) vorbereiten. Die Jugendlichen müssen öfter in Betriebe (Betriebsbegehungen). Nur so haben die Interessenten die Möglichkeit, die „Gerüche und Hitze in einer Küche oder den Lärm in einer Werkhalle zu erfahren“ und können sich ein Bild vom Beruf und Betrieb machen.
- Der Übergang von Schule in den Beruf für die künftigen Auszubildenden kann beispielsweise durch Aktivierung des Bundesfreiwilligendienstes oder mittels eines, für jeden Schulabgänger verpflichtend durchzuführenden sozialen Jahres, erleichtert werden. Des Weiteren ist ein vor Ausbildungsbeginn zu leistendes Praktikum empfehlenswert.
- Wünschenswert wären feste Ansprechpartner für Unternehmen in jeder Schule, um feste Kontakte und Kooperationen aufbauen zu können.
- Hochschulen, Betriebe, Kammern, Verbände, etc. müssen zusammenarbeiten.
- Einzelne Maßnahmen wären: die Zahl der auspendelnden Auszubildenden reduzieren (Auszubildende, die die Region zur Ausbildung verlassen), Maßnahmen des Employer Branding, Beruf und Unternehmen interessanter machen, Potenzial der Studienabbrecher erschließen, Helfer zu Facharbeitern entwickeln.
- Alle Partner müssen miteinander arbeiten - Schulen, Eltern und Unternehmen. Zum Beispiel in den Arbeitskreisen Schule Wirtschaft, RÜM, Kammern. Alle Möglichkeiten müssen genutzt werden (Stichwort „passgenaue Vermittlung“).
- Gegenseitige Schuldzuweisungen helfen nicht.
- Wünschenswert wäre eine bessere Zusammenarbeit von Schulen und Betrieben. Insbesondere, dass die Schulen auch auf die Betriebe zugehen, nachdem sie das entsprechende Interesse bei ihren Schülern festgestellt haben. Dann müssen die Schüler in die Be-

triebe kommen, um einen realen Eindruck vom Beruf und Betrieb erhalten zu können. Ein Powerpointvortrag des Unternehmers kann das nicht. Und das auch schon bevor "der Zug abgefahren ist", also etwa ab Klasse 6/7.

- Durch eine kontinuierliche Wertevermittlung in Gesellschaft und Familie als Symbiose aus Pflichten und Rechten. Das Erlernen eines Berufes sollte nicht nur primär dem Gelderwerb dienen, sondern auch als Erfüllung persönlicher Bedürfnisse, wie Anerkennung, Wertschätzung und Entwicklung von Fähigkeiten dienen.
- Schulen sollten auch auf Unternehmen zugehen, z.B. im Rahmen von Betriebserkundungen. Schulen müssen selbst aktiv werden.

6 Bewertung der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen

In diesem Kapitel werden die wesentlichen Entwicklungstrends und Erkenntnisse der Befragung zusammengefasst dargestellt und bewertet. Außerdem erfolgen Erklärungsansätze, Ausblicke auf zukünftige Entwicklungen und abschließend auch Handlungsempfehlungen, sowohl aus Sicht der befragten Betriebe als auch ergänzend durch die Bearbeiter der Untersuchung.

6.1 Aktuelle Entwicklung der Ausbildungssituation im Landkreis Vorpommern-Rügen

Deutliche Abweichungen von Bundes- und Landeswerten

Die Situation und die Entwicklung der betrieblichen Ausbildung im Landkreis Vorpommern-Rügen unterscheiden sich tendenziell nicht von den großen Trends, die bundesweit und auf Länderebene zu beobachten sind. Allerdings gibt es eine Reihe von regionalen Besonderheiten. Bei vielen Indikatoren wird deutlich, dass die Entwicklungen im Landkreis im Tempo dynamischer und in den Ausprägungen extremer ablaufen als im Vergleich mit dem Bund und dem Land. Selbst innerhalb des Landes Mecklenburg-Vorpommern werden Disparitäten offensichtlich.

Der Ausbildungsmarkt in Vorpommern-Rügen ist geprägt von erkennbaren Rückgängen bei der Zahl der Ausbildungsbetriebe, der angebotenen Ausbildungsplätze, deren Besetzungen und der abgeschlossenen Ausbildungsverträge (Kapitel 3.1, 3.4.1 und 3.4.2). Dies deckt sich zunächst mit den gesamtdeutschen Entwicklungen der letzten Jahre. So ging in Industrie, Handel und Handwerk die Zahl der Ausbildungsbetriebe bundesweit zwischen 2008 und 2011 um mehr als acht Prozent zurück, in Ostdeutschland sogar um mehr als 20%. Seit 2005 verzeichnet die Bundesrepublik einen Rückgang der Ausbildungsbetriebe mit bis zu 19 Beschäftigten um über 9%. Demgegenüber gab es jedoch im gleichen Zeitraum auch einen Anstieg der Ausbildungsbetriebe mit mehr als 500 Beschäftigten um knapp 5%¹⁷.

Gegenüber dem Bundesdurchschnitt ist für Vorpommern-Rügen das weitgehende Fehlen größerer Betriebe kennzeichnend. Die von kleinen und mittleren Unternehmen geprägte Wirtschaftsstruktur der Region führt daher zu einigen Besonderheiten. Bei den kleinen Unternehmen ist die Ausbildungsbereitschaft generell geringer als bei den Größeren. Auch bilden 60 befragte kleine Unternehmen und damit 25% in dieser Betriebsgrößenklasse nicht mehr aus, haben sich also aus der Ausbildung komplett zurückgezogen. Schon dies kann als Trend zu Resignation und der Abkehr von Ausbildung bei kleinen Betrieben interpretiert werden. Bei den großen Unternehmen der Region hingegen ist eine solche Tendenz nicht zu beobachten.

Geradezu besorgniserregend ist die rückläufige Zahl von abgeschlossenen Ausbildungsverträgen. Über 40% der Unternehmen in Vorpommern-Rügen schließen weniger Ausbildungsverträge ab als im Vorjahr (Kap. 3.4.1).

¹⁷ DIHK 2012, S. 15

Der Vergleich mit den DIHK-Zahlen aus dem Frühjahr 2012, als viele Betriebe im Land noch planten, mehr Auszubildende einzustellen als im Vorjahr 2011, macht den Unterschied zwischen Wunsch und Wirklichkeit deutlich und zeigt, wie schwer es wird, die Ausbildungsplätze zu besetzen.

Diesbezüglich sind bundesweit gegenläufige Entwicklungen zu beobachten. Während sich in Westdeutschland die Zahl der abgeschlossenen Ausbildungsverträge deutlich erhöhte, setzt sich in Ostdeutschland der Rückgang der letzten Jahre fort¹⁸. Mecklenburg-Vorpommern und der Landkreis Vorpommern-Rügen sind hier überproportional betroffen, eine Folge der verstärkt wirkenden demografischen Schrumpfungsprozesse.

Positiv zu bewerten ist die Tatsache, dass immer noch 39% der Betriebe - bei den Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern sind es sogar fast die Hälfte - über den eigenen Bedarf hinaus ausbilden (Kap. 3.2, Abb. 10). Auch wenn dies in der Regel nicht selbstlos geschieht, denn diese Unternehmen sichern sich letztendlich ihre eigenen Nachwuchskräfte, besteht hier auch die Chance für andere Betriebe, einschließlich der nichtauszubildenden, nach dem Abschluss geeignete Mitarbeiter zu gewinnen und Fachkräftesicherung zu betreiben. Allerdings ist natürlich davon auszugehen, dass die Ausbildungsbetriebe sich die guten und engagierten Kollegen für sich selbst sichern und entsprechende Übernahmeangebote unterbreiten werden. Ein hoher Teil der gut ausgebildeten Fachkräfte wird also nicht auf den freien Markt kommen. Arbeitskräfte suchende Unternehmen werden entsprechend bessere Angebote unterbreiten und sich bei der Mitarbeitergewinnung sehr anstrengen müssen.

Auch die Übernahmebereitschaft der Betriebe ist erfreulich: fast die Hälfte der Unternehmen (47%) haben 2012 Auszubildende übernommen, bei den größeren Unternehmen sind es sogar 77%. Kleine Betriebe bieten aber deutlich weniger Übernahmemöglichkeiten (32%) und sind damit für Bewerber weniger attraktiv. Sie haben somit aber in der Erhöhung der Übernahmequote auch nicht unerhebliche Verbesserungsmöglichkeiten, um zukünftige Nachwuchskräfte zu generieren (Kap. 3.4.3, Abb. 29 und 31).

Fast die Hälfte der Unternehmen (47%) musste sich in den vergangenen drei Jahren mit der Auflösung abgeschlossener Ausbildungsverträge befassen. Dies stellt gerade in Mecklenburg-Vorpommern ohnehin ein besonderes Problem dar, da die Auflösungsquote im Lande die höchste aller Bundesländer ist (31,5% in MV, 23,0% im Bund; Angaben für 2010¹⁹). Dabei gibt es im Landkreis große Branchenunterschiede: so ist der HoGa-Bereich besonders stark, die Warenproduktion am geringsten betroffen.

Die hohen Wechsel- und Vertragsauflösungsquoten wie auch das Nichtantreten des Ausbildungsvertrages können als Beleg dafür angesehen werden, dass Auszubildende zunehmend nach der Unterzeichnung des (Erst-)Ausbildungsvertrages weiter auf der Suche sind beziehungsweise mehrere Bewerbungsverfahren durchlaufen und ihre endgültige Entscheidung erst spät treffen. Vor allem von großen Betrieben wird das Nichtantreten der Ausbildung mit 28% überdurchschnittlich registriert, wohingegen die Quote bei den kleinen Betrieben bei 15% liegt. Branchenbezogen herrscht im HoGa-Sektor der höchste Anteil.

¹⁸ BIBB 2012, S. 9

¹⁹ BIBB-Datenbank <http://datenreport.bibb.de/html/4700.htm> Stand 15.01.2013

Nachdenklich stimmt die Antwortverteilung auf die Frage, aus welchen Gründen ausgebildet wird. Hier dominiert zunächst die Feststellung, dass 94% der Unternehmen Ausbildung als Instrument zur Fachkräftegewinnung und -sicherung sehen – ein erfreulicher Wert, der vor dem Hintergrund des drohenden Fachkräftemangels die Ausbildung stärkt. Allerdings geben auch 67% der Betriebe an, Ausbildung als Sicherung der Produktion bzw. der Dienstleistungen zu betrachten und noch beachtliche 33% sehen Ausbildung als betriebswirtschaftlichen Faktor. Hinter den letzten beiden Zahlen lässt sich ein nicht geringer Anteil von Unternehmen vermuten, die aus Kostengründen heraus den Einsatz von Auszubildenden als preiswerte Personalalternative betrachten.

Sowohl die Betrachtung der Trendentwicklung der jüngeren Vergangenheit als auch der Vergleich mit anderen Regionen lässt die Feststellung zu, dass die Entwicklung in Vorpommern-Rügen gravierende Rückgänge in Bezug zu Ausbildungsstätten, -betriebe, angebotene Ausbildungsplätze und abgeschlossene Ausbildungsverträge geprägt ist und ein überdurchschnittlich zunehmender Bewerbermangel und eine Zunahme der aufgelösten Ausbildungsverträge zu verzeichnen ist: Alles in allem herrscht somit ein bedenklicher Zustand, erst Recht im Hinblick auf die zu erwartenden weiteren Folgen des demografischen Wandels (Überalterung der Belegschaften und Verharren der Schulabgängerzahlen auf niedrigem Niveau).

6.2 Wesentliche Ausbildungshemmnisse

Bewerberdefizite werden von den Betrieben stärker wahrgenommen

Immer stärker nehmen die Betriebe zurückgehende Bewerberzahlen und mangelnde Ausbildungsvoraussetzungen der Bewerber wahr (Kap. 3.4.6, Abb. 36). Allerdings stellt sich hierzu zunächst grundsätzlich die Frage, in welchem Verhältnis sich reale Fakten und subjektive Wahrnehmung verändern und sich gegenseitig beeinflussen. Sicherlich stoßen heute Inhaber und Geschäftsführer bei der Bewerberauswahl und den Bewerbungsgesprächen auf Kandidaten, die sie in vergangenen Zeiten des Bewerberüberschusses nicht einmal in die Auswahl gezogen hätten. Insbesondere die Betriebe, die sich zu spät oder zu wenig intensiv um Auszubildende bemühen, nehmen unter Umständen nur noch die „übrig gebliebenen“ Bewerber wahr und werden verstärkt mit fehlenden Eignungsvoraussetzungen konfrontiert. So spricht eine verstärkte Wahrnehmung von Defiziten aber noch nicht für generell weniger geeignete Bewerber. Allerdings kann wiederum auch nicht ausgeschlossen werden, dass sich das Gesamtniveau der Bewerber verschlechtert hat. Weiter unten werden diesbezügliche Gesamttrends aufgezeigt, die Erklärungsansätze liefern.

Über drei Viertel der Befragten sehen sich mit dem Problem der mangelnden Ausbildungsreife vieler Bewerber konfrontiert – eine außerordentlich hohe Anzahl von Nennungen. Diese Mängel werden in erster Linie definiert als fehlende Belastbarkeit, fehlende Leistungsbereitschaft und Motivation sowie mangelhafte Disziplin (Kap. 3.4.6, Abb. 38). Es dominieren also Defizite im Bereich persönlicher Eigenschaften der Bewerber. Mangelnde schulische Fertigkeiten spielen demgegenüber erst eine nachgeordnete Rolle.

Der DIHK stellt hierzu in seiner Befragung fest, dass in Ostdeutschland hinsichtlich der Aspekte Belastbarkeit und Leistungsbereitschaft/Motivation schlechtere, aber für die Disziplin bessere Werte erzielt werden als im Bundesdurchschnitt²⁰. Die Ergebnisse für den Landkreis weichen hiervon recht deutlich ab, denn für Vorpommern-Rügen werden in allen drei Kriterien schlechtere Werte erzielt, selbst im Vergleich zu den Landes- und Kammerbezirksergebnissen. Diese starke Abweichung insbesondere im Land ist auffällig und bedarf einer weitergehenden Befassung.

Fast zwei Drittel der Befragten registrieren außerdem zu unklare Berufsvorstellungen der Bewerber, ebenfalls ein sehr hoher Wert, der deutlich macht, dass Jugendliche berufliche Orientierungsprobleme haben und überfordert oder zu wenig in der Lage sind, ihre beruflichen Ziele zu definieren (Kap. 3.4.6, Abb. 36). Hieraus ergibt sich später auch die eindeutige Forderung der Betriebe nach mehr beruflicher Frühorientierung im Zuge der Schulausbildung (Kap. 4). Gleichzeitig bieten Unternehmen als Reaktion auf die zurückgehenden Bewerberzahlen als häufigstes Mittel mehr Praktikumsplätze an und geben so Schülern die Möglichkeit, den Beruf und das Unternehmen kennen zu lernen (Kap. 3.2, Abb. 12).

Schulische Fertigkeiten im Landkreis besser als in Bund und Land

Erst nach den beschriebenen personenbezogenen Mängeln werden nicht ausreichende schulische Fertigkeiten wie Ausdrucksvermögen und Rechenfertigkeiten von den Unternehmen moniert. Mathematik und Deutsch sind als schulische Fähigkeiten zunächst am meisten gefragt. Naturwissenschaften und Fremdsprachenkenntnisse spielen eine nur nachgeordnete Rolle. Gleichzeitig stellen jeweils 44% der Betriebe Mängel im Bereich des mündlichen und schriftlichen Ausdrucksvermögens und in den Rechenfertigkeiten fest (Kap. 3.4.6, Abb. 38). Dies scheint auf dem ersten Blick ein nicht tragbarer Zustand zu sein. Es muss aber beachtet werden, dass der Unzufriedenheitsgrad bundesweit seit sechs Jahren kontinuierlich sinkt²¹ und die kreislichen Werte im Vergleich sowohl mit dem Bund als auch mit Ostdeutschland deutlich besser sind. Beachtenswert ist allerdings die Abweichung gegenüber den Ergebnissen für den Kammerbezirk Rostock aus der DIHK-Befragung. Die deutlich schlechteren Werte des Landkreises lassen einen nicht unerheblichen Unterschied zwischen der Region Rostock und Vorpommern-Rügen erkennen. Ohne echte Erklärung bleibt auch die Tatsache, dass die Kammerbezirkswerte sehr viel besser ausfallen als die Landeswerte. Die große Diskrepanz bei den Ergebnissen bleibt widersprüchlich und bedarf einer gesonderten Befassung. Berücksichtigt werden müssten dabei auch entsprechen Ergebnisse verschiedener PISA-Studien, die regionale Unterschiede im Bildungssystem feststellen und meist gute Werte im Süden und schlechtere im Norden und Osten diagnostizieren.

Organisation der Berufsschulen in der Kritik

Interessant sind die Feststellungen zu den Berufsschulen. Hier wird von 29% der Unternehmen die zu große Entfernung zu, und von 28% eine zu lange Aufenthaltsdauer an den Berufsschulen als weiteres Hemmnis definiert (Kap. 3.4.6, Abb. 36). Die Werte liegen damit deutlich über denen für das Bundesgebiet, das Land und den Kammerbezirk. Demgegenüber werden die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Berufsschule an sich und damit vermutlich auch die inhaltliche Seite und die Ausbil-

²⁰ DIHK 2012, S. 34f

²¹ DIHK 2012, S. 33

dungsqualität nicht thematisiert. Dies lässt zunächst darauf schließen, dass die duale Ausbildung an sich von den meisten Betrieben geschätzt und geachtet wird. Doch drohen perspektivisch auch hier negative Veränderungen einhergehend mit dem demografischen Wandel. Eine weitere Ausdünnung der Berufsschulstandorte beziehungsweise die Konzentration der Fachunterrichte auf einzelne Standorte wird den Fahr- und Zeitaufwand weiter erhöhen und den Unternehmen und den Auszubildenden zusätzliche Belastungen aufbürden.

Unternehmerische Ausbildungsverantwortung ist ausbaufähig

Hinsichtlich der demografischen Entwicklung ist kurzfristig nicht mit spürbaren Veränderungen zu rechnen. Daher ist auch nachvollziehbar, dass aus betrieblicher Sicht vorrangig Verbesserungen am Bildungssystem und bei der Berufsorientierung gefordert werden (Kap. 4). Grundsätzlich stellen Defizite bei den persönlichen und schulischen Fertigkeiten aber kein reines Problem der schulischen Bildungsvermittlung dar. Hier sind auch Eltern und das gesamte Lebensumfeld der Schüler gefragt wie Familie, Vereine, Politik und Gesellschaft. Daher wäre eine reine Schuldzuweisung an die Schulen kaum tragbar. Zum Handeln aufgefordert sind alle Beteiligten der Bildungskette, angefangen bei den Eltern über Vorschulen und Schulen bis hin zu den Betrieben selbst, die letztendlich auch einen (Aus-)Bildungsauftrag zu erfüllen haben.

Das eigene unternehmerische Handeln darf sich somit nicht in Forderungen an andere Akteure erschöpfen sondern muss auch die Frage nach den eigenen Handlungsmöglichkeiten einschließen. Bisher gezeigte Aktivitäten, zum Beispiel bessere Ausbildungsbedingungen (u.a. hinsichtlich der Lohnentwicklung) zu bieten oder auch lernschwächeren Bewerbern eine Ausbildungschance zu geben, sind allerdings noch nicht weit verbreitet. Es erklären sich weniger als ein Viertel der Unternehmen bereit, lernschwächeren Bewerbern eine Ausbildungschance zu geben. Noch weniger ziehen in Erwägung, die Ausbildungsvergütung zu erhöhen. Stattdessen bejahen 26% der Unternehmen, dass sie (lieber) die Anforderungen an die Vorbildung der Bewerber senken (Kap. 3.2, Abb. 12). Diese Ergebnisse machen deutlich, dass viele Unternehmen noch sehr zurückhaltend reagieren, andererseits aber noch ungenutzte Handlungsoptionen vorhanden sind. Damit geht zögernden Betrieben zurzeit die Chance zur Erhöhung ihrer Arbeitgeberattraktivität und zur Integration zusätzlicher Zielgruppe verloren.

6.3 Ausbildungspraxis – Wie reagieren die Unternehmen?

Unterschiedliche Reaktionsmuster und -intensitäten auf Bewerberrückgang

Den immer deutlicher werdenden Erkenntnissen zu wachsenden Schwierigkeiten, Auszubildende zu gewinnen, folgen keineswegs ausreichende Handlungsreaktionen und „Gegenmaßnahmen“ der Betriebe. Denn obwohl nur 15% der Befragten noch keine rückläufigen Bewerberzahlen registrieren, zeigt sich etwa, dass auf die Frage nach einem verbesserten Ausbildungsmarketing nur etwas mehr als ein Viertel der Unternehmen dies mit ja beantwortet. Die Zahl der absoluten Nennungen zu möglichen Einzelmaßnahmen lässt ebenfalls darauf schließen, dass die meisten Unternehmer sich nur auf verhältnismäßig wenige Aktivitäten beschränken und nur wenige Betriebe breite Handlungsansätze verfolgen, die mehrere Maßnahmen umfassen (Kap. 3.2).

Die Unternehmen, die reagieren, tun dies sehr unterschiedlich. So sind sehr konträre Entwicklungen wie einerseits verstärkte Bemühungen um Auszubildende und eine Verstärkung des Ausbildungsmar-

ketings als auch andererseits resignative Reaktionen in Form der Abkehr von der Ausbildung zu beobachten.

Der Anteil der Betriebe, die ihre Ausbildungsbemühungen steigern und eigentlich mehr ausbilden (wollen), steigt mit der Betriebsgröße deutlich an. Größere Unternehmen gelten aus Bewerbersicht häufig als die attraktiveren Arbeitgeber, sie intensivieren ihre Ausbildungsanstrengungen und die Suche nach Nachwuchskräften wesentlich stärker und haben hierzu auch die besseren Möglichkeiten in Form personeller und finanzieller Ressourcen. Dadurch erzielen sie potenziell größere Erfolge im Wettbewerb um den Nachwuchs. Allerdings haben sie höhere quantitative Bedarfe und müssen ihre Arbeitgeberattraktivität schon deshalb zwingend optimieren.

Kleine Betriebe haben hingegen zunächst eine geringere und unregelmäßigere Nachfrage nach Auszubildenden und stellen zu guten Teilen nicht jährlich, sondern nach Bedarf und Möglichkeiten ein. Sie nehmen den Bewerberrückgang aufgrund dieser unsteten Bewegung am Ausbildungsmarkt daher verhältnismäßig spät und weniger deutlich wahr und reagieren anders und verhaltener. Schließlich wollen oder können sie ihr Ausbildungsengagement oft nicht deutlich stärken. Da die Zunahme der Betriebe, die sich aus der Ausbildung verabschieden, bei den kleinen Betriebsgrößen stärker ausgeprägt ist, ist zu vermuten, dass sich hier bei einer Reihe von Unternehmen Resignation breitmacht. Selbst wenn sie ihre Ausbildungsbemühungen intensivieren wollen, haben sie es schwer, gegenüber ihren größeren und schlagkräftigeren Bewerbern im Kampf um Bewerber und Mitarbeiter zu bestehen. Sie erhalten möglicherweise nur noch den Teil der Bewerber, der von den größeren Unternehmen nicht gebunden wurde. Sie werden es perspektivisch deshalb schwerer haben, weil sie mit ihrer niedrigeren Übernahmequote für Bewerber weniger attraktiv sind. Profitieren können Sie allerdings von den größeren Konkurrenten dennoch, da diese wesentlich stärker über den eigenen Bedarf ausbilden und somit nach dem Ende der Ausbildung Fachkräfte freisetzen.

Ein unterschiedlicher Umgang mit den aktuellen Herausforderungen lässt sich auch in Bezug zu den Branchen feststellen. Durchgängig fällt auf, dass vor allem im HoGa-Sektor die Personalsituation sehr angespannt ist. Die Branche leidet am stärksten unter Bewerberrückgang, Image- und Attraktivitätsverlust sowie Wettbewerb um Nachwuchs. Sie reagiert daher sehr stark und spürbar mit Gegenmaßnahmen aller Art. Es bleibt jedoch offen, ob es gelingen wird, den Ansehensverlust wett zu machen und gegen andere Branchen, die ebenfalls um Auszubildende buhlen, zu bestehen. In jedem Fall erlebt der HoGa-Sektor als Pilotbranche die Gesamtentwicklung wesentlich intensiver als alle anderen Wirtschaftszweige. Damit kann sie auch in eine Art Labor-Funktion geraten und Mittel und Methoden entwickeln und testen, die von anderen Betrieben übernommen werden könnten.

Grundsätzlich werden große sowie kleine Betriebe in allen Wirtschaftsbereichen es zukünftig immer schwerer haben, geeignete Bewerber zu finden und für sich zu gewinnen. Folglich verschärft sich der Wettbewerb zwischen den Unternehmen. Gewinnen werden nur die Arbeitgeber, die attraktive Arbeitsbedingungen bieten, intensiv um ihre zukünftigen Mitarbeiter werben und hierzu breite Handlungsansätze nutzen.

Parallel dazu ist jedoch zu befürchten, dass ein wachsender Teil der Betriebe sich resignierend aus dem Ausbildungsgeschäft zurückzieht. Dabei dürfte es sich anteilig stärker um kleinere Betriebe handeln, da die mittleren und großen Unternehmen nicht die Wahl haben, auf die Ausbildung gänzlich zu verzichten.

Unternehmerische Erwartungen an die Bewerber ändern sich

Die sinkende Verfügbarkeit von Bewerbern verändert ebenfalls die Erwartungen der Betriebe an die Bewerber. Die Bedeutung einzelner Kriterien für die Bewerberauswahl ist einer hohen Dynamik unterworfen. Die Bewerbungsgespräche sowie ordentliche und fehlerfreie Bewerbungsunterlagen, in Verbindung mit nachzuweisenden umfassenden Kenntnissen über den angestrebten Beruf, bilden die wichtigsten Aspekte für die Einstellungsentscheidung des Ausbildungsbetriebes. Wichtig für die Vorauswahl sind dabei die Bewerbungsunterlagen einschließlich eines guten Schulabschlusses und gute Noten in den jeweiligen branchenrelevanten Fächern. Dabei ist die Mittlere Reife als Bildungsabschluss am stärksten nachgefragt, mit deutlichem Abstand vor dem Hauptschulabschluss und dem Abitur (Kap. 3.3, Abb. 15).

Die einzelnen Branchen haben hinsichtlich des Schulabschlusses und der Fächerqualifikationen sehr unterschiedliche Erwartungen an ihre Bewerber und formulieren spezielle Anforderungsinhalte. Zum Beispiel gibt es eine stärkere Präferenz des HoGa-Sektors auf den Hauptschulabschluss. Dies dürfte auch eine Reaktion darauf sein, dass Jugendliche zunehmend weniger Ausbildungsberufe in Tourismus und Gastronomie nachfragen und die Betriebe stärker auf andere Schulabschlüsse reflektieren (müssen), um ihre freien Plätze noch besetzen zu können. Hierfür spricht auch der Fakt, dass an anderer Stelle der Befragung ermittelt wird, dass rund ein Viertel der befragten Betriebe seine Erwartungshaltungen und Anforderungen an die Vorbildung der Bewerber verringert hat (vgl. Kap. 3.2, Abb. 12).

Dem Trend, Hauptschülern mehr Chancen auf einen Ausbildungsplatz zu geben, dürften sich in der Zukunft andere Branchen anschließen. So werden immer mehr Unternehmen ihre Ansprüche an die Schulausbildungsart ändern oder senken. Daher werden Hauptschüler zukünftig noch bessere Chancen haben, einen Ausbildungsplatz in ihrem Wunschberuf zu erhalten, immer unter der Voraussetzung, dass sie die Grundanforderungen der Unternehmen außerhalb des eigentlichen Schulabschlusses erfüllen.

Im Bewerbungsgespräch selbst, wenn also die erste Hürde aus Sicht des Bewerbers bereits überwunden ist, ist vor allem entscheidend, wie gut sich der Kandidat dahingehend präsentieren kann, dass er glaubhaftes Interesse für den Ausbildungsberuf besitzt und Vorkenntnisse über die Tätigkeit hat. Grundwissen und Empathie zum Ausbildungsberuf werden von den Unternehmen geschätzt und sind neben dem guten allgemeinen Eindruck das wichtigste Entscheidungskriterium für die Vergabe des Platzes. Gerade in diesem Punkt gibt es aber eine große Diskrepanz, denn das Fehlen eben dieser beruflichen Vorstellung wird von den einstellenden Unternehmen oftmals auch bemängelt (Kap. 3.4.6).

Das Vorliegen berufspraktischer Erfahrungen spielt in diesem Zusammenhang nur eine zweitrangige Rolle. Dies überrascht, denn die Betriebe versuchen gerade über verstärkte Praktikumsangebote, auf zurückgehende Bewerberzahlen zu reagieren und mehr Auszubildende zu gewinnen (Kap. 3.2, Abb. 12; hier von 36% der Befragten benannt). Ebenso messen auch die jugendlichen Bewerber selbst dem Praktikum eine hohe Bedeutung bei. Scheinbar gewichten die Betriebe also nur das Praktikum im eigenen Unternehmen, bei dem der Bewerber ganz persönlich in Augenschein genommen wurde, als verlässliche Eignungsbewertung, während das Sammeln von Berufseindrücken und -erfahrungen durch den Jugendlichen an anderer Stelle nicht adäquat anerkannt wird.

Als noch viel zu hoch muss die Zahl der Unternehmen eingestuft werden, die der mangelnden Ausbildungsreife ihrer Bewerber tatenlos gegenüber stehen. Offensichtlich setzen sich noch sehr viele Betriebe mit diesem Problem nicht aktiv auseinander. Nur 158 von 262 befragten Unternehmen beantworteten die Frage, wie sie auf die mangelnde Ausbildungsreife reagieren. Die Anzahl der Nennungen zu einzelnen Möglichkeiten lässt darauf schließen, dass dann diese auch nur sehr vereinzelt und wenige Maßnahmen ergreifen (Kap. 3.4.6, Abb. 40).

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage, unter welchen Voraussetzungen mehr Ausbildungsplätze mit lernschwächeren Bewerbern besetzt werden würden (Kap. 3.4.5, Abb. 35). Hier besteht für die Zukunft noch großes Handlungspotenzial, denn ob sie es wollen oder nicht: Ausbildungsbetriebe, die es auch morgen noch sein müssen oder wollen, werden in gewissem Umfang zu Nachhilfeeinrichtungen und verlängerten Schulbänken. Schließlich werden sie kaum gänzlich auf die Zielgruppen der lernschwächeren Bewerber oder Bewerber mit schlechteren Einstellungsvoraussetzungen verzichten können. Hoffnung besteht zumindest dahingehend, dass monetäre Anreize, lernschwächere Bewerber einzustellen, offensichtlich nicht ausschlaggebend sind und diese Voraussetzung damit keine zwingende ist.

Rekrutierung bisher nur mäßig kreativ, zukünftig eine echte Herausforderung

Art und Intensität, wie Betriebe ihre Auszubildenden suchen und finden, lassen ebenfalls zahlreiche Rückschlüsse auf Veränderungsprozesse im Ausbildungsgeschehen zu. Hierzu ist festzustellen, dass die gegenwärtig angewandten Rekrutierungsmethoden der Betriebe im Landkreis noch sehr konservativ und traditionell geprägt und bei vielen Unternehmen nicht mehr zeitgemäß sind. Die Suche nach Auszubildenden erfolgt mit Mitteln und Methoden, die in Zeiten des Bewerberüberschusses ausgereicht haben mögen. Damals wurden die Ausbildungsplätze von den Jugendlichen, die sich ihrerseits verstärkt um einen der raren Ausbildungsplätze bemühen mussten, auf diese Weise wohl auch gesucht und gefunden. Diesbezüglich gab es jedoch einen Paradigmenwechsel par excellence, denn heute und auch zukünftig werden die Job- und Ausbildungsangebote zu den Bewerbern getragen werden müssen. Dies gilt gegenwärtig bereits in einigen Branchen wie dem HoGa-Sektor für qualifizierte Fachkräfte, wird aber schon kurz- und erst recht mittelfristig immer stärker auch für weitere Branchen und die Gewinnung von Auszubildenden erfolgen.

Vorhandene Möglichkeiten und Instrumente werden insgesamt nicht ausreichend genug genutzt (Kap. 3.3). Eher altbekannte Wege wie über die Agentur für Arbeit werden beschränkt als neue, zeitgemäße Vertriebskanäle wie die sozialen Medien zu nutzen. Es scheint fast, als wenn zwischen alten Arbeitgebern und jungen Auszubildenden ein generationengroßer Kommunikationsgraben verläuft. Als Beispiel mag das Internet herhalten, welches von den Arbeitgebern zwar genutzt, nicht aber in den jugendgerechten Wegen beschränkt wird. Auch das Leuchtturm-Projekt, vor allem aber die Ausbildungslandkarte PlanBeruf, weisen in Teilregionen und Unternehmensbereichen in diesem Zusammenhang noch einen zu geringen Bekanntheitsgrad auf.

Wieder sind Unterschiede nach den Betriebsgrößen auffällig. Große Betriebe betreiben ihre Rekrutierungsbemühungen dabei weitaus intensiver als kleinere, in einer größeren Bandbreite und professioneller. Kleine Unternehmen begeben sich häufig zu spät auf die Suche nach ihren Auszubildenden und betreiben ihre Bemühungen weitaus weniger intensiv. Zweifellos besteht für die kleinen Unternehmen die Gefahr, abgehängt zu werden.

Im räumlichen Sinne sucht die Mehrheit der Betriebe im unmittelbaren Umfeld des Standortes nach Bewerbern und nur wenige Betriebe betreiben bereits eine überregionale Suche. Auch dies kann sich zukünftig im dünn besiedelten ländlichen Raum als Nachteil erweisen. Die Suchradien werden sich kurzfristig deutlich erweitern müssen, was gleichzeitig die Nutzung anderer Kommunikationskanäle bedingt. Vielen Betrieben, vor allem kleineren in ländlichen Teilregionen, aber auch größeren, die einen quantitativ höheren Bedarf an Mitarbeitern haben, wird es nicht mehr gelingen, ausreichend Auszubildende zu akquirieren, da der Wettbewerb deutlich steigt und Konkurrenten besser positioniert sind. Gleichzeitig ist durch die zu beobachtende Wandermobilität in Mecklenburg-Vorpommern, die durch einen verstärkten Zuzug in die Ober- und Mittelzentren und demgegenüber einem Leerzug des ländlichen Raumes gekennzeichnet ist. Damit wird auch die bereits in Ansätzen zu beobachtende Suche im Ausland, zum Beispiel im HoGa-Sektor, sich ausweiten und an Bedeutung gewinnen. Hieraus ergeben sich wiederum für kleinere Betriebe besonders große Herausforderungen, die nicht über die Ressourcen verfügen, Fern- und Auslandsakquise zu betreiben. Hier stellt sich damit schon kurzfristig die Frage, wer hier koordinierende Aufgaben und externe Aufgaben übernehmen kann.

Die Lage der Ausbildungsbetriebe im Raum, Erreichbarkeit, Zentralität und verkehrliche Aspekte werden zukünftig für die Wahl des Ausbildungsplatzes an Bedeutung gewinnen. Bei einem steigenden Angebot an Ausbildungsplätzen werden Bewerber bei gleichzeitig weiter steigenden Transportkosten durch erhöhte Benzin- und ÖPNV-Preise auch diesen Aspekt stärker in ihre Auswahlentscheidung einbeziehen. Pendlerzeiten und -kosten lassen sich für Auszubildende also verringern, wenn der Betrieb nah dem Wohnort gelegen ist. Dadurch erlangen im Umkehrschluss Betriebe, die eine gute Erreichbarkeit gewährleisten, zum Beispiel weil sie zentral liegen oder über eine gute ÖPNV-Anbindung verfügen, bessere Wettbewerbsbedingungen. Vor diesem Hintergrund ist die Forderung aus Unternehmenssicht nach einem gut ausgebauten ÖPNV und Fahrtkostenzuschüssen nur zu verständlich.

Das Unternehmensverhalten bezüglich der Rekrutierung von Auszubildenden muss auch im Zusammenhang mit den Ergebnissen der Schülerbefragung interpretiert werden. Am häufigsten nutzen Schüler demnach ihre Eltern, Betriebspraktika, Betriebsbesichtigungen, Gespräche mit Freunden, das Internet, die Berufsberatung in der Schule und Planet Beruf für ihre Berufsorientierung. Nach dem größten Nutzen gefragt, rangierten aus Schülersicht die Praktika noch vor den Eltern, gefolgt von Berufsberatungen an der Schule, Betriebsbesichtigungen und dem Internet²². Der großen Bedeutung von Betriebspraktika aus Schülersicht werden die Unternehmen somit für die Gewinnung von Auszubildenden nicht gerecht, denn nur die Hälfte der Unternehmen spricht Praktikanten an. Jedoch deutet das verstärkte Angebot von Praktikumsplätzen - an erster Stelle genannt, wenn nach Reaktionen auf die zurückgehenden Bewerberzahlen gefragt wird (Kap. 3.2) - hier bereits eine Änderung im Werbungsverhalten an.

²² LEUCHTTURM 2012b, S. 66f

6.4 Prognose und zukünftige Herausforderungen

Beim Blick in die Zukunft sind sich die meisten Unternehmen offenbar im Klaren darüber, dass eine Trendumkehr hinsichtlich der Bewerberverfügbarkeit und -eignung kurzfristig nicht zu erwarten ist. Auch wenn in einigen Berufsgruppen mit wachsendem Fachkräftebedarf gerechnet wird und die Überalterung der eigenen Belegschaft eine Verjüngung der Mitarbeiter in Verbindung mit einer strategischen Personalplanung erforderlich macht (Kap. 3.1, 3.2 und 3.5), geht die Mehrheit der Betriebe davon aus, das Ausbildungsplatzangebot in den nächsten Jahren zu verringern, bestenfalls gleichbleibend zu halten (Kap. 3.5, Abb. 42). Somit ist kurz- und mittelfristig in der Gesamtbetrachtung eine Fortsetzung des Rückgangs der Ausbildungsaktivitäten zu erwarten.

Dieser Ausblick der Unternehmen stellt allerdings ein interpretationswürdiges Ergebnis dar und wirft zahlreiche Fragen auf, die im Rahmen dieser Untersuchung aber nicht ansatzweise beantwortet werden können und dezidiert weitere Untersuchungen bedürfen.

- Messen die Betriebe der innerbetrieblichen Ausbildung zukünftig insgesamt weniger Bedeutung bei?
- Wie wollen sie dann aber eine gesicherte Personalentwicklung betreiben bei gleichzeitig tendenziell überalternder Mitarbeiterschaft und zunehmendem Fachkräftemangel?
- Schätzen Sie die Verfügbarkeit von Auszubildenden und Mitarbeitern, die eigene Wettbewerbsfähigkeit und andere ausbildungsrelevante Aspekte realistisch ein?
- Wie hoch wird der Anteil resignierender Unternehmen sein, die sich aus der Ausbildung zurückziehen?
- Wenn Ausbildung für die zukünftige Fachkräftesicherung eine weniger wichtige Rolle einnimmt, auf welche anderen Instrumente wird gesetzt?
- Angesichts der Überalterung der Belegschaften ist die Verjüngung und Nachwuchsförderung jedenfalls eine weitere große betriebliche Herausforderung schon der näheren Zukunft.

Für die Zukunft wird unter anderem ausschlaggebend sein, ob es den Betrieben gelingt, aus dem regionalen Bewerber- und Nachwuchspool ausreichend Mitarbeiter zu generieren, oder ob sie beim Rekrutieren von Mitarbeitern auf außerregionale Potenziale orientieren. Branchenbezogen werden sich hier vermutlich vielfältige Herangehensweisen entwickeln, zum einen, weil sich Handlungsdrücke stark unterschiedlich aufbauen, zum anderen, weil die wirtschaftlichen Spielräume bei der Lohngestaltung sich sehr different darstellen.

6.5 Forderungen aus Unternehmenssicht an Politik und Gesellschaft

In den formulierten Forderungen der Unternehmen an Politik und Verwaltung (Kap. 4 sowie im Datenband ebenfalls Kap. 4) wird deutlich, welche Verbesserungen und Handlungsansätze sich Unternehmer dringend wünschen. Vorrangig wird eine veränderte Bildungspolitik eingefordert, verbunden mit einer frühzeitig einsetzenden und intensiver betriebenen Berufsorientierung an den Schulen. Dies stellt eine offensichtliche Reaktion auf die zunehmend deutlicher zutage tretenden Schwächen dar, die die Unternehmen bei ihren Bewerbern feststellen.

Die Forderungen richten sich mehrheitlich an die Bildungsverantwortlichen sowie die Schulen und Lehrer als scheinbar Alleinverantwortlichen für die berufliche Ausbildungsfähigkeit. Unberücksichtigt bleibt die Tatsache, dass auch Eltern und das weitere Umfeld der Kinder und Jugendlichen nicht unwesentlich für die Herausbildung von Fähigkeiten und Qualifikationen verantwortlich sind, zumal die Befragung auch deutlich macht, dass es weniger die schulischen als vielmehr die mentalen und sozialen Defizite sind, die als Ausbildungshemmnisse wirken.

An die öffentliche Hand, teilweise auch an den Landkreis, richten sich vornehmlich Forderungen nach einem verbesserten und bezahlbaren ÖPNV-Angebot und die Verfügbarkeit von Unterkünften. Hier spiegeln sich typische regionale Probleme wieder, die dadurch gekennzeichnet sind, dass die Entfernungen zwischen Wohn- und Arbeitsort aber auch zu den Berufsschulen im ländlichen Raum zunehmend größere Mobilitätsprobleme nach sich ziehen. Bezahlbare Mobilität und Unterkunft kann nur teilweise von Land und Kommunen beeinflusst und gestaltet werden, doch dennoch liegt hier eine der maßgeblichen Aufgaben öffentlicher Institutionen und der Politik.

Des Weiteren werden - meist weniger konkret und fassbar - Forderungen nach einer stärkeren Übernahme politischer Verantwortung sowie besserer Koordinierung der Ausbildung aufgestellt.

Von den Unternehmen häufig ausgeblendet werden hingegen die eigenen Verantwortlichkeiten, vor allem aber die eigenen Handlungsmöglichkeiten, die dazu beitragen können, das Ausbildungsgeschehen qualitativ zu verbessern (quantitativ kann dem demografischen Wandel und den zurückgehenden Bewerberaufkommen nur schwer begegnet werden). Dies ist angesichts der vielfach aufgezeigten Defizite unternehmerischen Handels insofern verwunderlich, als dass das Problembewusstsein ja bereits sehr stark ausgeprägt ist.

Dennoch finden sich einige durchaus selbstkritische Anmerkungen, die sich an die Unternehmen selbst richten. Hierzu zählen etwa die Feststellung, dass manche Unternehmen es in der Vergangenheit selbst versäumt haben, sich als attraktive Arbeitsgeber zu positionieren oder akzeptable Arbeitsbedingungen zu schaffen. Auch die Bemerkung, dass bessere Löhne und Gehälter den Berufszweig bei Bewerbern begehrt machen könnten, findet sich.

6.6 Handlungsempfehlungen und Maßnahmenvorschläge

Ziel dieser deskriptiv angelegten Unternehmensbefragung ist es nicht, ein Maßnahmenkonzept zur Verbesserung der Ausbildungssituation im Landkreis zu entwickeln. Dies wird Aufgabe vor allem der Unternehmen selbst, aber auch aller arbeitsmarktrelevanten Akteure sein. Letztlich zeichnet auch das Regionale Übergangsmanagement des Landkreises verantwortlich für die Entwicklung einer Handlungsstrategie. Dennoch sollen nachfolgend einige Hinweise und Empfehlungen zu möglichen Maßnahmen aufgezeigt werden, die aus Sicht der Bearbeiter der Befragung sinnvoll sind. Aufgegriffen werden dabei die Forderungen aus Unternehmenssicht (Kap. 4, sowohl im Ergebnisbericht als auch im Datenband), als auch zusätzliche Empfehlungen der Verfasser dieser Befragung. Auf ein Ranking wird aber ebenso verzichtet wie auf den Anspruch auf Vollständigkeit.

Bildung und Schule

- Allgemein:
 - Das Schul- und Bildungssystem muss insgesamt verbessert und die Bildungsqualität erhöht werden. Hierzu soll mehr Geld in die Bildung bereitgestellt werden.
 - Die Berufswahl und -ausübung soll stärker in den Unterricht integriert werden.
 - Lehrer müssen motiviert und der Lehrerberuf attraktiver gemacht werden. Kleinere Schulklassen werden gefordert.
 - Zwischen Schule und Wirtschaft müssen mehr und engere Kooperationen geschaffen werden.
- Der Anteil an Stunden und Angeboten zur Berufsorientierung und -vorbereitung soll erhöht werden. Dadurch kann mehr Bezug der Unterrichtsinhalte zur Arbeits- und Berufswelt erreicht werden.
- Mehr Praktika innerhalb der Schulausbildung werden gewünscht. Dabei sollten auch mehr Praktika und Vorpraktika für lernschwächere Schüler im Rahmen der schulischen Ausbildung angeboten und vermittelt werden.
- Die Berufsberatung in der Schule wird auch von vielen Schülern geschätzt und sollte daher optimiert werden.
- Berufsschulen:
 - Die Erreichbarkeit der Berufsschulen muss gewährleistet werden. Hierzu sind eine gesunde Struktur und eine verbesserte räumliche Verteilung der Standorte zu schaffen.
 - Der Berufsschulunterricht soll anders organisiert werden (andere Unterrichtszeiten und kein Unterricht in der Saison). Die Unternehmen fordern außerdem mehr Mitspracherechte bei der Berufsschulausbildung.
- Der Appell zur Verbesserung der Bildungsvoraussetzungen ist nicht nur an die Schulen zu richten, sondern hier sind auch Eltern, Jugendarbeit, Politik und Gesellschaft gefragt.

Unternehmen

- Unternehmen müssen als Arbeitgeber attraktiver werden, etwa im Rahmen des Employer Branding oder der Corporate Social Responsibility, und stärker Ausbildungsanreize schaffen, z.B. durch verbesserte Ausbildungsvergütungen, bessere Arbeitsbedingungen, erhöhte Übernahmequoten usw..
- Die Rekrutierung von Auszubildenden muss verstärkt betrieben werden. Im Wettbewerb der Unternehmen untereinander wird es immer stärker darauf ankommen, früh, zielgruppengenaue und mit geeigneten Maßnahmen an die potenziellen Auszubildenden heranzutreten und sie auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen. Das Ziel wird daher sein, mehr und besser um Mitarbeiter zu werben.
- Besonders kleinere Unternehmen sind aufgefordert, ihre Auszubildenden früher und intensiver zu akquirieren. Sie werden mit mehr Engagement die sich bietenden Möglichkeiten nutzen müssen, um auf sich aufmerksam zu machen. Ansonsten besteht die Gefahr, dass sie nur noch die weniger qualifizierten Bewerber erreichen, die von den „großen und schnellen Konkurrenten“ nicht genommen wurden, oder sie werden bei der Mitarbeitersuche erfolglos bleiben.

- Unternehmen müssen die Jugendlichen dort abholen, wo diese sich körperlich und kommunikativ bewegen, also in den Schulen, in den Freizeiträumen oder in den sozialen Medien. Auch die Eltern als wichtige Berater für die Berufswahl ihrer Kinder stellen eine wichtige Zielgruppe für Unternehmen dar und sollten ebenso angesprochen und gewonnen werden.
- Bei der Nutzung des Internets als Akquiseinstrument, insbesondere über die sozialen Netzwerke, besteht bei den Betrieben erheblicher Nachholbedarf. Die Nutzung der Jobbörse der Agentur für Arbeit oder der eigenen Homepage allein reichen nicht, da sie nicht den Kommunikationsstrukturen von Jugendlichen entsprechen. Es stellt sich somit für jeden Ausbildungsbetrieb die Frage, wie zielgruppengerecht Schüler und Jugendliche über Internet und soziale Medien angesprochen werden können, da diese sich erfahrungsgemäß stärker dort informieren.
- Das Anbieten von Betriebsbesichtigungen wäre für viele Betriebe, die dies bisher nicht offerieren, eine gute Möglichkeit, mehr Interesse bei Schülern zu wecken.
- Auch überregional und aus dem Ausland werden zukünftig Bewerber angesprochen werden müssen, denn allein mit den regionalen Bewerbern wird es aufgrund weiterhin geringer Verfügbarkeiten junger Menschen schwer werden.
- Unternehmen werden stärker Ausbildungsverantwortung übernehmen und lernschwächeren Bewerbern Chancen geben und innerbetriebliche Unterstützung gewähren müssen. Die unternehmerische Zurückhaltung, verstärkt lernschwächere Bewerber einzustellen, ließe sich vermutlich am ehesten durch mehr Angebote an Vorpraktika mindern. So kann der Betrieb sich eine eigene Einschätzung zur Eignung des betreffenden Jugendlichen verschaffen.
- Die bestehenden Arbeitskreise Schule-Wirtschaft sind von Seiten der Unternehmen noch stärker zu nutzen. Gegenwärtig ist die Unternehmerseite in diesen Strukturen noch unterrepräsentiert.
- Letztendlich können die meisten Unternehmen in allen angesprochenen Bereichen der Mitarbeitersuche und der Ausbildungspraxis noch kräftig zulegen.

Politik und Verwaltung

- Es besteht ein hoher Bedarf an stärkerer Koordinierung, besserem Informationsaustausch und höherer Vernetzung aller ausbildungsrelevanten Akteure im Kreisgebiet. Der Landkreis steht hier in einer besonderen Verpflichtung seinen Betrieben aber auch seinen Bürgerinnen und Bürgern gegenüber.
- Seitens der Unternehmen ist hiermit auch die Einforderung politischen Handelns verbunden.
- Die Erkenntnisse und Ergebnisse des RÜM-Projektes bilden eine wesentliche Grundlage für eine Handlungsstrategie auf kreislicher Ebene und sollen daher in anstehende Entscheidungsprozesse und das zukünftige Handeln einfließen.
- Zunehmend entwickeln Betriebe Interesse, direkt an den Schulen nach Bewerbern zu suchen. Es ist zu befürchten und teilweise auch bereits zu beobachten, dass Schulen an ihre organisatorischen Grenzen stoßen. Es entsteht in jedem Falle ein höherer Organisations- und Koordinierungsbedarf für Beratungs- und Werbeaktivitäten an Schulen. Diesbezüglich ist die Frage zu klären, wer im Landkreis eine gesamtkoordinierende Funktion übernimmt.
- Die bestehenden Arbeitsstrukturen Schule-Wirtschaft sollten ausgebaut und intensiviert werden. Dabei können die bereits bestehenden Arbeitskreise Schule - Wirtschaft, die in der Region zum Teil schon länger etabliert sind, wichtige koordinierende Aufgaben übernehmen. Der grundsätzli-

chen dezentralen Struktur in den Teilarbeitsregionen ist der Vorzug vor einer zentralen zu geben, um zu gewährleisten, dass die wichtigen Vor-Ort-Akteure auch aktiv teilnehmen.

- Die Leistungsfähigkeit des ÖPNV im ländlichen Raum muss erhalten und verbessert werden (ÖPNV-Qualität, Fahrtkostenzuschuss).
- Die Sicherung und Schaffung verfügbarer Unterkünfte und bezahlbaren Wohnraums für Auszubildende sollte sowohl durch kommunale als auch Wohnungsbauträger gewährleistet werden. In den kommunalen Flächennutzungsplanungen soll dieses Ziel insbesondere für die Küstenregionen seinen Niederschlag finden.
- Das Leuchtturm-Projekt und die Ausbildungslandkarte PlanBeruf müssen vor allem bei kleineren Betrieben und auf Rügen noch bekannter gemacht werden.
- Der Verwechslungsgefahr zwischen Planet Beruf (Portal der Agentur für Arbeit) und PlanBeruf (des RÜM) sollte aufgehoben werden.
- Für die Region sollte eine koordinierte Folge von Berufsmessen und Ausbildungsveranstaltungen organisiert werden. Nicht Masse sondern Klasse, in Form von hoher Attraktivität für Schüler, intensiver Vorkommunikation über Schulen und Elternhäuser, guter Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und räumlich sowie zeitlich abgestimmte Veranstaltungsplanung sind ausschlaggebende Erfolgskriterien. Nicht Wildwuchs sondern größtmöglicher Nutzen für Betriebe und Schüler bei geringstmöglichen organisatorischen und finanziellen Aufwänden sind hier die bestimmenden Faktoren.

Sonstige Hinweise

- Das Thema Ausbildung kann nicht isoliert sondern nur als Teil des Gesamtarbeitsmarktes und im Zusammenhang mit demografischen Entwicklungen und Fachkräftesicherung betrachtet werden.
- Die Eltern als die wichtigsten Bezugspersonen von Jugendlichen, die auch die Berufswahl maßgeblich beeinflussen, sind stärker anzusprechen und in die beruflichen Entscheidungsfindungen der Kinder einzubinden. Hier können die Schulen, die Betriebe selbst, zum Beispiel über noch stärkere Einbindung der eigenen Mitarbeiter, und weitere Akteure Verantwortung übernehmen.
- Einige von der Agentur für Arbeit bzw. den Jobcentern angewandte Instrumente (BIZ, Planet Beruf) werden von den Jugendlichen nur begrenzt als nützlich angesehen. Insofern stellt sich hier die Frage, ob die Betriebe, die vorrangig auf die genannten Institutionen setzen, den optimalen Weg beschreiten. Gleichzeitig ist zu prüfen, ob die eingesetzten Instrumente von Arbeitsagentur und Jobcentern optimiert werden können.
- Da finanzielle Anreize für die Betriebe nicht ausschlaggebend für die Entscheidung sind, lernschwächere Bewerber einzustellen, sollte sich die öffentliche Förderung für diese Klientel darauf konzentrieren, organisatorische und strukturelle Voraussetzungen für eine bessere Vermittlung und Kommunikation zu schaffen.

7 Quellennachweis

Autorengruppe Bildungsberichterstattung W. Bertelsmann Verlag (Hg.): Bildung in Deutschland 2012; Bielefeld 2012

BIBB Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.): Gestaltung und Durchführung der betrieblichen Ausbildung - Fragebogen; Bonn 2008

BIBB Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.); Margit Ebbinghaus unter Mitarbeit von Christin Rothe: Ideal und Realität Betrieblicher Ausbildungsqualität - Sichtweisen ausbildender Betriebe; Bonn 2009

BIBB Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.): Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2012 – Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung; Bonn 2012

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.: Ausbildung 2011 – Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung; Berlin 2011

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.: Ausbildung 2012 – Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung; Berlin 2012

Europäische Kommission - Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften (Hg.): NACE Rev. 2 - Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft; Luxemburg 2008

Industrie- und Handelskammer zu Rostock: IHK-Ausbildungsumfrage 2011 – Auswertung Mecklenburg-Vorpommern (Präsentation); Rostock 2011a

Industrie- und Handelskammer zu Rostock: IHK-Ausbildungsumfrage 2011 – Auswertung IHK zu Rostock (Präsentation); Rostock 2011b

Industrie- und Handelskammer zu Rostock: IHK-Ausbildungsumfrage 2012 – Auswertung Mecklenburg-Vorpommern (Präsentation); Rostock 2012a

Industrie- und Handelskammer zu Rostock: IHK-Ausbildungsumfrage 2012 – Auswertung IHK zu Rostock (Präsentation); Rostock 2012b

Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesagentur für Arbeit (Hg.): Demografische Veränderungen in Ostdeutschland – Jugendliche finden immer öfter eine Lehrstelle vor Ort (IAB-Kurzbericht Nr. 16), Nürnberg 2012

LEUCHTTURM Regionales Übergangsmanagement, Landkreis Nordvorpommern (Hg.): Schule vorbei – ab in den Beruf? Berufsorientierung an Schulen im ehemaligen Landkreis Nordvorpommern 2011 in Auswertung einer Schülerinnen- und Schülerbefragung - Ergebnisse einer Basiserhebung; Grimmen 2011

LEUCHTTURM Regionales Übergangsmanagement, Landkreis Vorpommern-Rügen (Hg.): Übergang Schule-Beruf – Eine Standortbestimmung für den Landkreis Vorpommern-Rügen; Stralsund 2012a

LEUCHTTURM Regionales Übergangsmanagement, Landkreis Vorpommern-Rügen (Hg.): Berufsorientierung an Schulen mit dem Förderschwerpunkt Lernen – Ergebnisse einer Schülerinnen- und Schülerbefragung im Landkreis Vorpommern-Rügen 2012; Stralsund 2012b

UdW Unternehmensberatung der Wirtschaft: Projekt REAL - Unternehmensbefragung im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte (Auswertung, Diagramme, Präsentation); Neubrandenburg 2012

8 Darstellung der Bearbeiter



Die Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern mbH (WFG)

Die Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern ist eine seit 10 Jahren regional agierende Wirtschaftsförderagentur mit den Hauptgeschäftsfeldern Investorenakquise & Ansiedlungsmanagement, Bestandspflege & Bestandsentwicklung, Regional- & Standortmarketing und Projektentwicklung & -management.

In der Vergangenheit hat die WFG Vorpommern mehrere sowohl schriftliche angelegte als auch online-gestützte Unternehmensbefragungen organisiert und durchgeführt, so eine große Befragung in Vorpommern 2010 bei über 1.400 Betrieben (Rücklaufquote bei ca. 350 beantworteten Fragebögen bei 26 %), eine Befragung zu Messeaktivitäten regionaler Unternehmen 2010 und 2011 eine Befragung zur Thematik „Analyse der Aktivitäten zur betrieblichen Gesundheitsförderung in Vorpommern“ mit über 900 angefragten Unternehmen, worauf 180 Unternehmen antworteten (Rücklaufquote fast 20 Prozent)

Für das Projekt Unternehmensbefragung „LEUCHTTURM“ zeichneten folgende Mitarbeiter verantwortlich:



Rolf Kammann, Geschäftsführer der WFG Vorpommern als Projektleiter. Rolf Kammann ist diplomierter Stadt- und Regionalplaner, hat als selbständiger Planer gearbeitet und zwischen 1999 und 2007 die Wirtschaftsförderung auf der Insel Rügen geleitet. Seit 2009 ist er Geschäftsführer der WFG Vorpommern. Er verfügt über langjährige Führungserfahrung in der Wirtschaftsförderung und besitzt intensive Regionalkenntnisse. In der Befragung fungierte er als Projektleiter.



Ingo Schier, Berater der WFG Vorpommern. Herr Schier ist diplomierter Wirtschaftsinformatiker (FH) und seit 2009 in der WFG tätig, wo er unter anderem für die Branchen Schiff- und Metallbau und IuK-Technologien verantwortlich zeichnet. Als IT-Verantwortlicher betreute er im Projekt auch die technische Umsetzung der Online-Befragung.

Die WFG trat in dem Projekt als Auftragnehmer und Vertragspartner auf und übernahm die Gesamtverantwortung des Projektes.

Mehr Informationen zur WFG Vorpommern unter <http://www.invest-in-vorpommern.de>

Als Bildungsdienstleister der Vereinigung der Unternehmensverbände für Mecklenburg-Vorpommern stellt sich die Bildungswerk der Wirtschaft gGmbH bewusst seit 1990 den besonderen Weiterbildungsaufgaben in unserem Land.

Ausgehend von einem ganzheitlichen Ansatz bieten wir maßgeschneiderte Trainings- und Qualifizierungskonzepte für Unternehmen verschiedener Branchen, Weiterbildung, Coaching bis hin zu Beratung. Hochqualifizierte Trainer sichern den Wissenstransfer in die Praxis.

Im Rahmen internationaler Projekte zur Entwicklung des sozialen Dialogs im Balticum und im Kaukasus hat das BdW umfangreiche Erfahrungen im Projektmanagement gewonnen, verfügt über hochqualifizierte, erfahrene Projektleiter und ein auf die Steuerung von Projekten ausgerichtetes Qualitätsmanagementsystem. Folgende Referenzen des BdW zielen konkret auf das Themenspektrum unternehmerische Ausbildung und Befragungen: Arbeitsbewältigungscoaching: Gespräche, Erstellung Interviewleitfaden, Durchführung strukturierter Interviews und Analysebericht für mehr als 100 Mitarbeiter; Zeichen setzen – Standards für einen attraktiven Arbeitgeber: Entwicklung einer Mitarbeiterbefragung, Durchführung und Auswertung für 15 KMU in Mecklenburg-Vorpommern, Begleitung in Employer Branding; Bildungsbedarfsanalysen bei mehr als 50 Unternehmen

Seitens des BdW wurde das Projekt Unternehmensbefragung „LEUCHTTRUM“ von folgenden Mitarbeitern bearbeitet:



Dr. Sylvia Neu ist in Wolgast geboren und ist seit 2012 Geschäftsführerin der Bildungswerk der Wirtschaft gGmbH. Zuvor war sie Regionalverantwortliche beim BdW. Sie kann auf umfangreiche Projekterfahrung in der Begleitung von Studenten zur Existenzgründung an verschiedenen Hochschulen des Landes verweisen. Gegenwärtig leitet sie erfolgreich Projekte zum betrieblichen Gesundheitsmanagement und zur Fachkräfteentwicklung. Sie verfügt über umfangreiche Kontakte zu Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern.



Michael Zeipelt ist in Neubrandenburg geboren. Nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann und Bankbetriebswirt sowie mehrjähriger Tätigkeit im Wertpapiergeschäft studierte er an der Universität Rostock Wirtschaftspädagogik mit dem Schwerpunkt Marketing. Als Diplom-Handelslehrer leitet er seit seinem Eintritt in die Bildungswerk der Wirtschaft gGmbH 2008 verschiedene Bildungsprojekte, unter anderem an der Hochschule Neubrandenburg (Existenzgründung) sowie an Regionalen Schulen des Landes Mecklenburg-Vorpommern.

Prof. Dr. Dirk Engel



Seit September 2008 hat Prof. Dr. Dirk Engel die Professur für "Volkswirtschaftslehre und International Business" an der Fachhochschule Stralsund inne. Zuvor arbeitete er an zwei renommierten Wirtschaftsforschungsinstituten, dem Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung (RWI) und dem Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW). Im Juni 2003 schloss er sein Promotionsvorhaben an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder) zum Thema „Venture Capital für junge Unternehmen“ erfolgreich ab. Hierfür erhielt er im Jahr 2003 den FGF/bifego-Gründungsforschungspreis.

Im Rahmen seiner beruflichen Tätigkeit hat er sich umfangreiche Fertigkeiten im praktischen Umgang mit (unternehmens-)individuellen Daten (z.B. Creditreform-Datenbank) sowie der Konzeptionierung, Durchführung und Auswertung von Unternehmens- bzw. Personenbefragungen erworben. Dirk Engel bearbeitete und leitete zahlreiche Forschungsvorhaben im Auftrag von Bundes- und Landesministerien zu Themen der Mittelstands-, Gründungs- und Innovationsforschung. Überdies veröffentlichte Prof. Dr. Dirk Engel zahlreiche Aufsätze in renommierten wissenschaftlichen Zeitschriften und Büchern. Eine detaillierte Auflistung findet sich unter: <http://www.engel.fh-stralsund.de/index.html>.

Vivian Werner



Vivian Werner unterstützte die Unternehmensbefragung als selbstständige Projektmitarbeiterin. Im März 2012 hat sie erfolgreich ihr Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Greifswald abgeschlossen. Während des Studiums war Vivian Werner als studentische Mitarbeiterin bei der Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern mbH tätig und führte gemeinsam mit dem Team bereits verschiedenste Unternehmensbefragungen durch.