



Forschungsprojekt: Abschlussbericht

2.1.305 - Rekrutierung von Auszubildenden - Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen Wandels

Margit Ebbinghaus (Anke Bahl, Julia Gei, Simone Flemming) (*)



Laufzeit I/12 bis IV/16
Bonn, Mai 2017

Bundesinstitut für Berufsbildung
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn
Telefon: 0228/107-1616
E-Mail: ebbinghaus@bibb.de
www.bibb.de

Zitiervorschlag:

Ebbinghaus, Margit; Bahl, Anke; Gei, Julia; u. a.: Rekrutierung von Auszubildenden - Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen Wandels; Abschlussbericht 2.1.305. Bonn, 2017.



© Bundesinstitut für Berufsbildung, 2017

Dieses Dokument gehört zu der VET Repository-Sammlung „BIBB Projektberichte“.

Herausgeber:

Bundesinstitut für Berufsbildung
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn
Internet: www.vet-repository.info
E-Mail: repository@bibb.de

CC Lizenz

Der Inhalt dieses Werkes steht unter Creative-Commons-Lizenz (Lizenztyp: Namensnennung – Keine kommerzielle Nutzung – Keine Bearbeitung – 4.0 International).

Weitere Informationen finden sie im Internet auf unserer Creative-Commons-Infoseite

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Diese Netzpublikation wurde bei der Deutschen Nationalbibliothek angemeldet und archiviert.

(*) Anmerkung:

Auf dem Deckblatt sind ausschließlich die zum Projektabschluss zum Projektteam gehörenden Mitarbeiterinnen aufgeführt.

Inhaltsverzeichnis

Das Wichtigste in Kürze.....	3
1 Problemdarstellung.....	4
2 Projektziele, Forschungsfragen und Hypothesen/forschungsleitende Annahmen	4
3 Methodische Vorgehensweise.....	7
4 Ergebnisse.....	12
5 Zielerreichung	22
6 Ausblick und Transfer.....	23
Veröffentlichungen	23
Anhang/Literaturverzeichnis.....	26

Das Wichtigste in Kürze

Die duale Berufsausbildung ist in Deutschland traditionell von hoher Bedeutung für die Sicherung des Fachkräftenachwuchses. Seit einigen Jahren ist diese Funktion der dualen Berufsausbildung allerdings durch zunehmende Schwierigkeiten bei der Besetzung angebotener Ausbildungsstellen gefährdet. Insbesondere kleine und mittlere Betriebe sind von diesen Schwierigkeiten betroffen, wobei das Ausmaß berufsspezifisch variiert.

Hiervon ausgehend wurde im Projekt der Frage nachgegangen, inwieweit berufsspezifisch unterschiedlich ausgeprägte Probleme bei der Nachfrage nach und Besetzung von Ausbildungsplätzen mit unterschiedlichen Vorgehensweisen von Betrieben bei der Rekrutierung ihrer zukünftigen Auszubildenden einhergehen.

Auf der Grundlage explorativer und standardisierter Befragungen kleiner und mittelständischer Betriebe konnten u. a. bei den eingeschlagenen Rekrutierungs- resp. Akquisewegen berufsspezifische Unterschiede aufgedeckt werden, die eine gewisse Korrespondenz mit bestimmten Charakteristika des in Frage stehenden Berufes aufweisen. So setzten Betriebe bei der Suche nach Ausbildungsinteressenten und -interessentinnen für (computer)technisch geprägte Berufe verstärkt auf netzbasierte Akquisewege. Demgegenüber haben bei Berufen mit hohen Anteilen an Kundenkontakten persönliche Beziehungen einen auffällig hohen Stellenwert.

Die Anpassung des Rekrutierungsverhaltens an veränderte Ausbildungsmarktbedingungen stellt sich berufsübergreifend eher reaktiv dar. Sowohl die Ausweitung der eingeschlagenen Akquisewege als auch eine stärker an den Interessen Jugendlicher ausgerichtete inhaltliche Ausgestaltung von Ausbildungsangeboten wird von den Betrieben primär erst dann angegangen, wenn Nachfrage- und Besetzungsprobleme bereits eingetreten sind. Vergleichbares scheint auf die Öffnung der Ausbildungsangebote für Ausbildungsinteressenten und -interessentinnen aus anderen als den bisher anvisierten Zielgruppen zuzutreffen. So zeigen sich u. a. solche Betriebe von sich aus gegenüber jungen Geflüchteten als Auszubildende aufgeschlossener, die aus anderen Kreisen zu wenig oder gar keine Bewerbungen mehr für die von ihnen angebotenen Ausbildungsplätze erhalten haben.

1 Problemdarstellung

Die duale Berufsausbildung hat in Deutschland traditionell einen hohen Stellenwert. Sie gehört für junge Menschen zu den wichtigsten Einstiegswegen in eine qualifizierte Berufstätigkeit und für die Wirtschaft zu den bedeutendsten Säulen der Fachkräftesicherung. Seit einigen Jahren zeichnen sich allerdings deutliche Veränderungen ab. Hierzu zählt insbesondere der Umbruch am Ausbildungsmarkt. Seit 2009 ist die Anzahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge deutlich zurückgegangen, wohingegen ein kontinuierlicher Anstieg bei der Anzahl der unbesetzt gebliebenen Ausbildungsstellen zu verzeichnen ist – und das trotz eines insgesamt rückläufigen Trends bei den angebotenen Ausbildungsstellen (Bundesinstitut für Berufsbildung 2016).

Diese Entwicklungen werden neben den demografisch bedingt sinkenden Schulabgängerzahlen unter anderem auch mit einem veränderten beruflichen Orientierungsverhalten junger Menschen in Verbindung gebracht, das sowohl die Entscheidung zwischen dualer und hochschulischer Bildung als auch innerhalb der dualen Berufsausbildung die Wahl zwischen den einzelnen Berufen betrifft (vgl. u. a. SCHIER & ULRICH 2014; GRANATO et al. 2016). In der Folge bleibt in einigen dualen Ausbildungsberufen die Zahl der Bewerber/-innen immer weiter hinter der Anzahl angebotener Ausbildungsstellen zurück, wohingegen in anderen Ausbildungsberufen die Nachfrage das Angebot deutlich übersteigt (u. a. MATTHES et al. 2016). Das Problem unbesetzt bleibender Ausbildungsstellen ist damit kein generell für die duale Berufsausbildung charakteristisches Phänomen, sondern eines, das berufsbezogen in Erscheinung tritt, darüber hinaus aber auch regional sowie betriebsbezogen variiert. So haben kleine und mittlere Betriebe häufiger Schwierigkeiten, ihre Ausbildungsplätze besetzen zu können, als größere Betriebe (u. a. TROLTSCH 2017).

Hiervon ausgehend wurde im Projekt der Frage nachgegangen, inwieweit berufsspezifisch unterschiedlich ausgeprägte Probleme bei der Nachfrage nach und Besetzung von Ausbildungsplätzen mit unterschiedlichen Vorgehensweisen von Betrieben bei der Rekrutierung ihrer zukünftigen Auszubildenden einhergehen. Dabei interessiert auch, ob ausgeprägtere Problemlagen eine Neujustierung des Rekrutierungsverhaltens – insbesondere zu Gunsten bislang nicht oder nur bedingt anvisierter Zielgruppen – befördern oder die Verlagerung auf Alternativen zur eigenen Ausbildung begünstigt, um den eigenen Fachkräftebedarf zu sichern.

2 Projektziele und Forschungsfragen

2.1 Projektziele

Vorrangiges Ziel des Forschungsprojektes war es, empirisch zu untersuchen, wie Betriebe derzeit die Rekrutierung von Auszubildenden gestalten und inwieweit sich dabei Unterschiede in Abhängigkeit davon zeigen, ob Auszubildende für Berufe mit oder ohne Nachfrageprobleme gesucht werden. *Rekrutierung* (Synonyme: Recruitment, Personalbeschaffung) wurde dabei als ein übergeordnetes Konzept verstanden, das alle Aktivitäten im Zusammenhang mit der Besetzung einer Ausbildungsstelle – von der Entscheidung, eine Stelle anzubieten, über die Suche und Auswahl von Bewerbern und Bewerberinnen bis hin zum Vertragsabschluss und Antritt der Stelle – umfasst (u. a. DGfP 2004, S. 15). Um ein möglichst umfassendes Bild vom

betrieblichen Rekrutierungsverhalten zu gewinnen, galt es, jede einzelne dieser Facetten zu beleuchten.

Über die reine Abbildung des aktuellen Vorgehens zielte das Projekt aber auch darauf ab, Umgestaltungen im Rekrutierungsverhalten auszuloten und dahingehend zu hinterfragen, inwieweit diese durch (quantitative und/oder qualitative) Veränderungen in der Nachfrage Jugendlicher nach Ausbildungsplätzen und/oder durch andere Faktoren – wie beispielsweise ökonomische Kalküle – angestoßen wurden. Dabei galt ein besonderes Augenmerk der Frage, inwieweit die Umgestaltungen im Rekrutierungsverhalten auch einen flexiblen, an den Leistungsvoraussetzungen der erreichten resp. erreichbaren Bewerber/-innen orientierten Umgang mit Auswahlkriterien und -anforderungen umfasst. Darüber sollten Hinweise auf die Möglichkeit gewonnen werden, dass Betriebe ihr Ausbildungsangebot unter – aus ihrer Sicht – angespannten Ausbildungsmarktbedingungen für ansonsten marktbenachteiligte Jugendliche öffnen. Diese Zielsetzung wurde im Projektverlauf aufgrund aktueller Entwicklungen im Berufsbildungsdiskurs auf die Erschließung einer völlig anderen, aber ebenso bislang nur bedingt fokussierten Zielgruppe erweitert, und zwar die Gruppe der Studienabbrecher/-innen.

Ferner sollten im Zusammenhang mit möglichen Umgestaltungen des Rekrutierungsverhaltens auch Erkenntnisse darüber gewonnen werden, ob und unter welchen Bedingungen – etwa bestehende Alternativen zur eigenen Ausbildung – Betriebe die Intensität ihrer Ausbildungsbeteiligung reduzieren oder ihr Ausbildungsengagement gänzlich einstellen.

Schließlich wurden die Projektziele aufgrund der seit 2015 stark angestiegenen Fluchtmigration nach Deutschland auf die Gewinnung erster Erkenntnisse darüber ausgeweitet, inwieweit Betriebe ihre Ausbildungsangebote für (junge) Geflüchtete öffnen.

2.2 Forschungsfragen

Im Wesentlichen sollten durch das Projekt Antworten auf folgende Forschungsfragen gefunden werden:

- (1) Wie gestaltet sich das derzeitige Vorgehen von Betrieben bei der Rekrutierung von Auszubildenden in inhaltlicher, verfahrensmäßiger wie zeitlicher Hinsicht? Welche Muster oder Typen des betrieblichen Rekrutierungsverhaltens lassen sich erkennen? Unter welchen betriebsinternen und -externen Rahmenbedingungen haben sich die einzelnen Muster betrieblichen Rekrutierungsverhaltens herausgebildet?
- (2) Inwieweit lassen die aktuellen Rekrutierungsmuster Anpassungen an Veränderungen in der Nachfrage nach Ausbildungsplätzen erkennen? Worin äußern sich diese Anpassungen?
- (3) Sind die einzelnen Muster betrieblichen Rekrutierungsverhaltens unterschiedlich erfolgreich? Worauf lassen sich die Unterschiede zurückführen?
- (4) Welche Zielgruppen stehen im Zentrum des betrieblichen Rekrutierungsverhaltens? Tragen Veränderungen in der Ausbildungsnachfrage dazu bei, dass Betriebe von ihren bisherigen Zielgruppen abweichen bzw. die an die Zielgruppe gestellten Anforderungen flexibilisieren? In welchen Bereichen (z. B. kognitive Fähigkeiten, soziale Kompetenzen)

sind Betriebe zu solchen Flexibilisierungen bereit, in welchen nicht? Werden dadurch bestehende Benachteiligungen bestimmter Gruppen von Jugendlichen abgebaut?

- (5) Setzt die Veränderung in der Ausbildungsplatznachfrage bei Betrieben Prozesse in Gang, die die Sicherung des Fachkräftebedarfs durch eigene Ausbildung teilweise oder gänzlich durch andere Optionen zu substituieren und wenn ja, um welche Optionen handelt es sich?

Die Forschungsfragen wurden während der Projektlaufzeit aufgrund aktueller Entwicklungen, die Schnittstellen zur Rekrutierungsthematik aufweisen, um Fragestellungen erweitert, die zum einen die Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung und zum anderen den Zugang (junger) Geflüchteter zur dualen Berufsausbildung betreffen.

Die Ausweitung der im Projekt bearbeiteten Fragen auf die Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung geht darauf zurück, dass die Erschließung dieser Personengruppe seit 2013 verstärkt als ein Ansatz diskutiert wurde, dem zunehmenden Problem unbesetzt bleibender Ausbildungsplätze zu begegnen (vgl. u. a. WANKA 2013; Zentralverband des Deutschen Handwerks 2013). Gleichzeitig war wenig darüber bekannt, wie sich die Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung gestalten ließe und wie Betriebe diesem Ansatz gegenüberstehen. Vor diesem Hintergrund wurden im Projekt insbesondere folgende Fragen aufgegriffen:

- (1) Inwieweit besteht unter Betrieben Interesse und Bereitschaft, Studienabbrechern und -abbrecherinnen als Auszubildende zu gewinnen? Inwieweit verfügen sie bereits über Erfahrungen mit dieser Gruppe?
- (2) Mit welchen Herausforderungen sehen sich Betriebe bei der Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen als Auszubildende konfrontiert?
- (3) Wie stehen Betriebe Ansätzen gegenüber, die derzeit mit dem Ziel diskutiert werden, die Attraktivität einer dualen Berufsausbildung für Studienabbrecher/-innen als Anschlussoption zu erhöhen?

Die Ausweitung der im Projekt bearbeiteten Fragen auf den Zugang junger Geflüchteter zur dualen Berufsausbildung steht im Kontext der seit 2015 stark gestiegenen Zuwanderung von Flüchtlingen nach Deutschland und der damit verbundenen Herausforderung, sie in die Gesellschaft zu integrieren. Aufgrund des überwiegend jungen Alters der Geflüchteten kommt hierbei dem Zugang zur dualen Berufsausbildung hohe Bedeutung zu. In diesem Zusammenhang wurden insbesondere folgende Fragen im Projekt aufgegriffen:

- (1) Inwieweit zeigen Betriebe bereits Engagement in der Ausbildung junger Geflüchteter?
- (2) Lassen sich Zusammenhänge zwischen dem betrieblichen Engagement in der Ausbildung Geflüchteter und betrieblichen Strukturmerkmalen sowie Ausbildungscharakteristiken erkennen?
- (3) Kann das betriebliche Engagement in der Ausbildung Geflüchteter durch Unterstützungsleistungen befördert werden und wenn ja, durch welche?

3 Methodische Vorgehensweise

3.1. Betriebsbefragung zur Rekrutierung Auszubildender

Dem Projekt zur Rekrutierung Auszubildender wurde eine berufsbezogene Vorgehensweise mit zwei empirischen Phasen zugrunde gelegt.

In der ersten empirischen Phase wurden qualitativ-explorative Interviews zum Forschungsgegenstand mit insgesamt 48 Betrieben durchgeführt, die zum Befragungszeitpunkt Auszubildende für einen von vier ausgewählten Ausbildungsberufen suchten. Die Auswahl der Ausbildungsberufe orientierte sich dabei primär an den Ausbildungsmarktlagen. Konkret wurden vier Berufe mit unterschiedlich ausgeprägten Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen ausgewählt, um erste Erkenntnisse darüber zu gewinnen, inwieweit neben beruflichen Anforderungen auch die Nachfragesituation Unterschiede im Rekrutierungsverhalten bedingt (vgl. hierzu den Zwischenbericht zum Projekt sowie EBBINGHAUS et al. 2013).

Die zweite empirische Phase konzentrierte sich auf eine standardisierte, computergestützte Telefonbefragung ausbildender Betriebe zum Forschungsgegenstand. Hierbei wurde der berufsbezogene Zugang beibehalten, das Spektrum der einbezogenen Berufe jedoch auf zehn ausgeweitet. Darüber hinaus erfolgte eine Fokussierung auf kleinste, kleine und mittlere Ausbildungsbetriebe, da Betriebe dieser Größenklassen am stärksten von den Problemen bei der Besetzung angebotener Ausbildungsstellen betroffen sind.

3.1.1 Auswahl der in die standardisierte Telefonbefragung einbezogenen Ausbildungsberufe

Für die Auswahl der in die Telefonbefragung zum Rekrutierungsverhalten einbezogenen Ausbildungsberufe wurde an das Verfahren angeknüpft, über welches die Auswahl der Ausbildungsberufe für die qualitativ-explorative Befragung vorgenommen wurde. Das Verfahren besteht im Kern aus der Adaptation eines auf Veneri (1999) zurückgehenden Ansatzes zur Identifizierung von Berufen mit Fachkräftemangel an den deutschen Ausbildungsmarkt. Der Ansatz knüpft das Vorliegen eines berufsspezifischen Fachkräftemangels daran, dass sich mehrere Arbeitsmarktindikatoren, darunter die Arbeitslosenquote und die Beschäftigtenzahl, über einen festgelegten Zeitraum in einer definierten Weise entwickeln. Für die Anwendung auf den Ausbildungsmarkt wurden die betrachteten Indikatoren angepasst. Konkret wurde die erweiterte Angebots-Nachfrage-Relation, der Anteil unbesetzter an allen angebotenen Ausbildungsplätzen und der Anteil unversorgter Bewerber/-innen an allen Bewerbern und Bewerberinnen, jeweils auf Basis der BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zum 30.09. in Verbindung mit der Ausbildungsmarktstatistik der Bundesagentur für Arbeit (BA) zum 30.09. für die Jahre 2009 bis 2013, herangezogen. Anhand des Vergleichs der berufsbezogenen Verläufe der Indikatoren mit dem Indikatorenverlauf für den Ausbildungsmarkt insgesamt wurde zunächst eine Vorauswahl an Ausbildungsberufen getroffen, in die stärker besetzte Ausbildungsberufe aus den Bereichen Industrie und Handel, Handwerk und Freie Berufe mit einer regulären Ausbildungsdauer von drei oder dreieinhalb Jahren eingingen. Aus diesen wurde dann unter Berücksichtigung einer angemessenen Durchmischung technischer, kaufmännischer und dienstleistungsorientierter Ausbildungsberufe die abschließende Auswahl vorgenommen. Durch diese wurden die vier für die erste empirische Phase ausgewählten Berufe

- Bäcker/-in
- Kaufmann/-frau für Versicherungen und Finanzen
- Mechatroniker/-in
- Restaurantfachmann/-frau

um folgende sechs weiteren Berufe ergänzt:

- Anlagenmechaniker/-in für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik
- Elektroniker/-in für Betriebstechnik
- Fachinformatiker/-in
- Friseur/-in
- Kaufmann/-frau im Einzelhandel
- Zahnmedizinische/-r Fachangestellte/-r

3.1.2 Erhebungsinstrument

Das im Rahmen der telefonischen Befragung von Betrieben zum Vorgehen bei der Rekrutierung von Auszubildenden eingesetzte Erhebungsinstrument war thematisch entlang des breiten Verständnisses von Rekrutierung strukturiert, das dem Projekt zugrunde gelegt wurde. Dabei wurden die im Vordergrund stehenden Fragen zur aktuellen Ausgestaltung der verschiedenen mit der Besetzung von Ausbildungsstellen im Zusammenhang stehenden Aktivitäten um einige Fragen zu jüngeren Veränderungen in der Vorgehensweise ergänzt. Gerahmt wurden diese Fragen zum einen durch Fragen zu Gründen und Umfang der betrieblichen Ausbildungsbeteiligung und zum Übernahmeverhalten und zum anderem durch Fragen zum zukünftig beabsichtigten Ausbildungsengagement, zum erwarteten Fachkräftebedarf und zu potenziellen Alternativen zur eigenen Ausbildung. Fragen zu betrieblichen Grund- und Strukturmerkmalen bildeten den Abschluss des Fragebogens.

Die im Erhebungsinstrument zusammengestellten Einzelfragen und Itembatterien wurden zum Teil aus Erhebungsinstrumenten aus anderen BIBB-Forschungsprojekten (z. B. Kosten-Nutzen-Erhebung) übernommen oder bauten auf diesen auf. Andere Fragen und Batterien wurden u. a. aufgrund der Erkenntnisse aus den qualitativ-explorativen Interviews entwickelt.

Im Pretest, der im Sommer 2014 bei (netto) 30 Ausbildungsbetrieben durchgeführt wurde, erwies sich die ursprünglich entwickelte Version des Erhebungsinstrumentes als zu umfangreich. Zwar variierte die Interviewdauer in Abhängigkeit der Filterführung erheblich, fiel aber im Durchschnitt deutlich länger als angestrebt und für Telefoninterviews adäquat geltend aus. Die formulierten Fragen und angebotenen Antwortmöglichkeiten stellten sich demgegenüber als weitgehend unproblematisch dar. Entsprechend lag der Überarbeitungsschwerpunkt darauf, das Fragevolumen zu reduzieren. Hierfür wurde insbesondere auf alle Fragen zur Bindung der Jugendlichen zwischen Vertragsabschluss und Ausbildungsantritt verzichtet. Die Entscheidung wurde anhand der Ergebnisse aus dem Pretest getroffen, denen zufolge auf Bindung zielende Aktivitäten von den Pretestbetrieben kaum unternommen wurden.

3.1.3 Stichprobe und Datenerhebung

Mit dem entwickelten Erhebungsinstrument sollten bei (netto) 2.200 kleinsten, kleinen und mittleren Ausbildungsbetrieben Daten zum Rekrutierungsverhalten erhoben werden. Dabei sollte jeder Betrieb zum Vorgehen bei der Rekrutierung von Auszubildenden für einen der zehn ausgewählten Ausbildungsberufe befragt und je Beruf insgesamt mindestens 200 Interviews realisiert werden.

Die Befragung wurde – einschließlich der Überführung des Fragebogens in ein CATI-Instrument – vom Umfragezentrum Bonn (uz bonn) durchgeführt. Grundlage hierfür war eine aus der Betriebsdatei der BA gezogene Stichprobe. Kriterien für die Zufallsziehung der 19.799 von der BA bereitgestellten Betriebsadressen (Brutto-Stichprobe) waren

- Beschäftigung von mindestens einem/einer Auszubildenden zum Stichtag 30.09.2016 in einem Beruf, der zu einer der Berufsgruppen gehört, in die auch die zehn ausgewählten Ausbildungsberufe fallen,

- Betriebsgrößenklasse (Kleinst-, Klein oder Mittelbetrieb) sowie
- Region, definiert über eine vom Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) erarbeitete Einteilung von Arbeitsagenturbezirken in vier regionale Ausbildungsmarkttypen (KLEINERT & KRUPPE 2012).

Nach Prüfung auf Dopplungen wurde aus der bereinigten Stichprobe von 19.731 Betrieben eine Einsatzstichprobe von 10.048 Betrieben gezogen. Diese wurden – zur Erreichung der angestrebten Fallzahl je Ausbildungsberuf – nach einem dynamischen Quotenplan kontaktiert und um Teilnahme an der Befragung ersucht. Ansprechpartner/-in war jeweils diejenige im Betrieb tätige Person, in deren Verantwortungsbereich die Rekrutierung Auszubildender lag.

Teilnahmebereiten Betrieben wurden vor der eigentlichen Befragung einige Screening-Fragen gestellt, um zu überprüfen, ob und wann sie zuletzt Ausbildungsplätze in (mindestens) einem der zehn ausgewählten Ausbildungsberufe angeboten haben. Da das aktuelle Vorgehen bei der Rekrutierung Auszubildender abgebildet werden sollte, wurden nur solche Betriebe weiter berücksichtigt, die im Ausbildungsjahr 2015/2016 oder zumindest 2014/2015 eine oder mehrere Lehrstellen in einem oder mehreren der interessierenden Ausbildungsberufe besetzen wollten. Suchte ein Betrieb für mehrere der interessierenden Ausbildungsberufe Auszubildende, wurde die Befragung nicht für alle, sondern für einen – zu Beginn der Feldphase zufällig, später mit Blick auf die je Beruf angestrebte Fallzahl gesteuert – davon ausgewählten Beruf durchgeführt.

Bis zum Ende der Feldphase konnten 2.231 Interviews realisiert werden, die sich gleichmäßig auf die zehn Ausbildungsberufe verteilen (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Realisierte Interviews nach Ausbildungsberufen

Ausbildungsberuf	Realisierte Interviews
Anlagenmechaniker/-in für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik	223
Bäcker/-in	223
Elektroniker/-in für Betriebstechnik	222
Fachinformatiker/-in	226
Friseur/-in	223
Kaufmann/-frau für Versicherungen und Finanzen	223
Kaufmann/-frau im Einzelhandel	222
Mechatroniker/-in	223
Restaurantfachmann/-frau	222
Zahnmedizinische/-r Fachangestellte/-r	224
Alle zehn Ausbildungsberufe zusammen	2.231

Um ein Interview erfolgreich durchzuführen, wurde ein Betrieb im Durchschnitt rund sechs Mal kontaktiert. Die mittlere Interviewdauer betrug 24 Minuten.

Zum Ausgleich der durch den Stichprobenplan und die Quotierung bedingten Verzerrungen wurden für die Auswertung Gewichte über die Randverteilungen nach Betriebsgröße und Beruf-(sgruppe) berechnet. Dennoch sind gewisse Unterschiede zwischen der Struktur der hier befragten Betriebe, also von Betrieben mit Ausbildungsangeboten für 2015/2016 bzw. 2014/2015, und der Struktur der Gesamtheit der Betriebe, aus der die Stichprobe gezogen wurde, möglich. Damit erlaubt die Gewichtung zwar eine Annäherung, aber nicht unbedingt eine vollständige Anpassung des Stichprobenprofils an das Profil der Gesamtheit.

3.2 Befragungen zur Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen als Auszubildende

Zur Bearbeitung der im Projektverlauf neu aufgenommenen Fragen zur Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung wurde zunächst eine Befragung mit dem BIBB-Expertenmonitor Berufliche Bildung durchgeführt. Anschließend erfolgte eine Befragung der im Referenz-Betriebs-System (RBS) des BIBB gelisteten Betriebe, um ausgewählte Ergebnisse aus dem Expertenmonitor zu vertiefen und zu ergänzen.

3.2.1 BIBB-Expertenmonitor zur Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung

Beim BIBB-Expertenmonitor Berufliche Bildung (kurz: Expertenmonitor) handelt es sich um ein im Jahr 2004 angelegtes Online-Access-Panel. Das vorrangige Ziel des Expertenmonitors besteht darin, das fachliche Urteil von Berufsbildungsfachleuten zu aktuellen bildungspolitischen Fragestellungen einzuholen. Zu diesem Zweck umfasst der Expertenmonitor einen Pool aus langfristig teilnahmebereiten Fachleuten, die sich in unterschiedlichen institutionellen Kontexten professionell mit Fragen der beruflichen Aus- und Weiterbildung befassen.

Gegenstand der Expertenbefragung zur Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung waren Herausforderungen, die sich bei der Erschließung dieser Zielgruppe stellen, die Gestaltung von Modellen, Konzepten und Maßnahmen für ihre Erschließung sowie die Beteiligung unterschiedlicher Akteure der beruflichen Bildung an der Umsetzung solcher Ansätze. Flankierend wurden Einschätzungen zu potentiellen Chancen und Grenzen verstärkter Bemühungen, Studienabbrecher/-innen für die duale Berufsausbildung zu gewinnen, thematisiert. Die in das Erhebungsinstrument aufgenommenen Fragen und Ansätze wurden aus den damaligen Diskussionslinien zur Thematik, aber auch aus bereits aufgelegten Projekten und Programmen abgeleitet und einem Pretest unterzogen.

Die anschließende Expertenbefragung fand zwischen Mitte August und Mitte September 2014 statt. Hierfür wurden alle 1.279 zum Befragungszeitpunkt gelisteten Experten und Expertinnen per E-Mail zur Teilnahme eingeladen und kurz vor Ablauf des Erhebungszeitraums erneut um ihre Beteiligung gebeten. In 187 Fällen war die registrierte E-Mail-Adresse nicht mehr aktiv. Von dem um diese Ausfälle bereinigten Expertenpool von 1.092 Berufsbildungsfachleuten beteiligten sich 306 Experten und Expertinnen an der Befragung. Ihre Zusammensetzung nach institutioneller Herkunft entspricht weitgehend der Struktur des Expertenpools (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Struktur des Expertenpools und der Teilnehmenden an der Befragung zur Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung

Institution	Anteil Expertenpool	Anteil Befragungsteilnehmende
Betrieb	15 %	13 %
Kammer	13 %	16 %
Arbeitgeberverband	5 %	5 %
Arbeitnehmerorganisation	7 %	8 %
Überbetriebliche Berufsbildungsstätte	15 %	10 %
Schule	10 %	10 %
Forschungseinrichtung	14 %	16 %
Öffentliche Bildungsverwaltung	11 %	13 %
Sonstige	10 %	9 %
Institutionen insgesamt	100 %	100 %

3.2.2 Referenz-Betriebs-System zur Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung

Das RBS ist ebenfalls ein (Paper and Pencil) Access-Panel. Bei den registrierten Mitgliedern handelt es sich allerdings ausschließlich um Betriebe, wobei Ausbildungs- und Nicht-Ausbildungsbetriebe vertreten sind. Das RBS wurde eingerichtet, um zu Fragestellungen der beruflichen Aus- und Weiterbildung, deren Beantwortung Einschätzungen der betrieblichen Praxis erfordern, zeitnah Betriebsbefragungen durchführen zu können.

Die Befragung zur Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung umfasste einen geschlossenen und einen offenen Teil.

Im geschlossenen Teil wurden von den Betrieben Bewertungen und Stellungnahmen

- zu übergreifenden, aus dem laufenden Diskurs abgeleiteten Aussagen zur Thematik,
- zu Aufgaben, die mit Gewinnung und Ausbildung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen verbunden sind, und
- zu aktuell diskutierten Ansätzen, die die Attraktivität der dualen Berufsausbildung für Studienabbrecher/-innen erhöhen sollen,

eingeholt.

Im offenen Teil wurde über Freitextangaben ermittelt,

- ob und wenn ja, in welchen Berufen Betriebe bereits Erfahrungen mit der Ausbildung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen haben und/oder
- in welchen Berufen sie grundsätzlich bereit wären, junge Menschen dieser Gruppe auszubilden.

Der Fragebogen wurde nach Durchführung eines Pretests mit anschließender Überarbeitung postalisch an die 1.421 zum Befragungszeitpunkt gelisteten Panelbetriebe versandt. 716 Betriebe schickten den ausgefüllten Fragebogen zurück, darunter 569 Ausbildungsbetriebe.

3.3 Befragung zur dualen Ausbildung (junger) Geflüchteter

Im Jahr 2015 stieg mit der Zuwanderung insbesondere junger Geflüchteter nach Deutschland der Bedarf an Informationen darüber, inwieweit ihnen Wege in die duale Berufsausbildung eröffnet werden können, um ihre gesellschaftliche Integration und soziale Teilhabe zu fördern.

Betriebe stellen in diesem Zusammenhang eine wesentliche Gelenkstelle dar. Um Hinweise darauf zu gewinnen, wie sie der Ausbildung junger Geflüchteter gegenüberstehen, wurde die Befragung ausbildender Klein- und Mittelbetriebe zur Rekrutierung Auszubildender (vgl. Abschnitt 3.1) um ein Zusatzmodul zur Ausbildung junger Geflüchteter ergänzt. Das Modul enthielt zunächst einen Einschätzungs- und Positionierungsteil. In diesem Teil wurden zum einen Zustimmungsggrade zu Thesen zur Thematik abgeholt und zum anderen Einschätzungen erfragt, inwieweit verschiedene Unterstützungsmaßnahmen Betriebe dazu bewegen könnten, zusätzliche Ausbildungsplätze für Geflüchtete einzurichten. Im sich anschließenden Erfahrungsteil wurden Angaben zu intern und extern initiierten Impulsen zur Ausbildung Geflüchteter und den daraus hervorgegangenen Ausbildungs- aber auch Praktikumsverhältnissen erhoben. Ergänzend wurden Fragen zu betrieblichen Strukturmerkmalen aufgenommen.

Das Zusatzmodul ging angekoppelt an die Befragung zur Rekrutierung Auszubildender im ersten Quartal 2016 ins Feld. Entsprechend wurde hierfür die gleiche Betriebsstichprobe eingesetzt wie für die im Mittelpunkt des Projektes stehende Befragung. Hierbei wurden Betriebe, die an der Befragung zur Auszubildendenrekrutierung teilgenommen hatten, nach Abschluss dieser gebeten, noch die Fragen des Zusatzmoduls zu beantworten. Betriebe, die nicht zur Zielgruppe der Rekrutierungsbefragung gehörten oder an dieser nicht teilnehmen wollten, wurden ebenfalls gebeten, die Fragen des Zusatzmoduls zu beantworten. Diese

Konstruktion wurde gewählt, weil zum einen die Zusatzbefragung keinen Berufsbezug aufwies und zum anderen, weil erwartet wurde, dass von den zum Rekrutierungsverhalten befragten Betrieben aufgrund der Dauer dieser Befragung nur wenige zusätzlich für das weitere Modul gewonnen werden konnten. Entgegen dieser Erwartung beteiligten sich allerdings 1.572 der 2.231 Betriebe, die an der Rekrutierungsbefragung teilgenommen hatten, auch an der Zusatzbefragung. Aus den beiden anderen Gruppen konnten 77 Betriebe für die Beantwortung der Fragen zur Ausbildung Geflüchteter gewonnen werden.

4 Ergebnisse

4.1 Betriebliches Vorgehen bei der Rekrutierung Auszubildender

Im Mittelpunkt der Auswertung der standardisierten Betriebsbefragung stand bislang die Vorgehensweise von Betrieben bei der Gewinnung von Ausbildungsplatzbewerbern und -bewerberinnen. Die Ergebnisse werden nachfolgend in ihren wesentlichen Zügen dargestellt. Auf noch laufende Arbeiten zu weiteren Facetten des Rekrutierungsverhaltens wird verwiesen. Ergebnisse aus den qualitativen Betriebsinterviews werden hier nicht im Detail vorgestellt. Sie können u. a. dem Zwischenbericht entnommen werden, fließen aber auch in die Zusammenfassung der im Projekt gewonnenen Erkenntnisse (vgl. Abschnitt 4.4) ein.

Ergebnisse

Eine erste wichtige Weichenstellung für die Besetzung bzw. Besetzbarkeit angebotener Ausbildungsstellen betrifft die Gewinnung ausbildungsinteressierter junger Menschen als Bewerber/-innen. Das richtet den Blick auf das betriebliche Vorgehen beim Ausbildungsmarketing oder der Bewerberakquise. Hierbei geht es darum, das Ausbildungsangebot so am Markt anzubringen, dass genügend „passende“ ausbildungsinteressierte Jugendliche erreicht und motiviert werden, sich auf das Angebot zu bewerben. Es geht also darum, das Ausbildungsangebot so zu platzieren und zu präsentieren, dass die Bewerbungsentscheidung der „richtigen“ ausbildungssuchenden Jugendlichen nicht nur für den angebotenen Beruf, sondern auch zugunsten des anbietenden Betriebes ausfällt. Das Ausbildungsmarketing umfasst damit (mindestens) zwei Facetten: zum einen die Wege (auch Instrumente oder Kanäle genannt), über die (potenzielle) Bewerber/-innen angesprochen werden, zum anderen die Informationen, über die sie zu einer Bewerbung bewegt werden sollen.

Um die von den Betrieben beschrittenen Wege, das Ausbildungsplatzangebot am Markt bekannt zu machen, abzubilden, wurde zu insgesamt 13 unterschiedlichen Wegen (vgl. Übersicht 1) erhoben, ob der Betrieb sie genutzt hat. Sechs der einbezogenen Wege lassen sich den indirekten Wegen, sechs weitere den direkten Wegen zurechnen; der verbleibende Weg ist am ehesten im Überschneidungsbereich zu verorten, wird aber für Analysezwecke den indirekten Wegen zugeordnet. Für die von einem Betrieb genutzten Wege wurde ergänzend erfragt, ob ihre Bedeutung für das betriebliche Ausbildungsmarketing in den letzten drei Jahren angestiegen, abgesunken oder gleichgeblieben ist. Über direkte Akquisewege werden potenzielle Bewerber/-innen unmittelbar und persönlich auf im Betrieb bestehende Ausbildungsmöglichkeiten angesprochen (z. B. Betriebspraktika, Informationsveranstaltungen in Schulen, Teilnahme an Ausbildungsmessen). Bei der indirekten Akquise werden sogenannte Akquisemittel (z. B. Stellenanzeigen in Zeitungen oder Online-Stellenbörsen) eingesetzt, über die ein mittelbarer Kontakt mit (potenziellen) Bewerbern und Bewerberinnen aufgebaut wird (vgl. u. a. REES 1966; MOUW 2002).

Übersicht 1: Thematisierte indirekte und direkte Wege des betrieblichen Ausbildungsmarketings

- Meldung bei der Agentur für Arbeit oder beim Jobcenter
- Information auf Betriebshomepage
- kostenlose Online-Ausbildungsbörsen
- kommerzielle, also kostenpflichtige Online-Ausbildungsbörsen
- Social Media, wie Facebook
- Zeitungsinserate
- Aushänge, Plakate, Werbung im Laden, in öffentlichen Verkehrsmitteln u. ä.
- aktive Beteiligung an Ausbildungsmessen, Speed-Dating-Veranstaltungen u. ä.
- feste Kooperationen mit Schulen oder Bildungsträgern
- Durchführung von Schüler- bzw. Betriebspraktika
- Informationsveranstaltungen im eigenen Betrieb
- gezielte Werbung über Mitarbeiter/-innen und Auszubildende
- gezielte Nutzung anderer persönlicher Kontakte und Beziehungen, zu Kunden, Lieferanten u. ä.

Bei den zum Ausbildungsangebot transportierten Informationen wurden Such-, Erfahrungs- und Vertrauenseigenschaften (u. a. ABRAMOVSKIJ 2013, S. 33 ff.) berücksichtigt. Sucheigenschaften betreffen Merkmale des Ausbildungsplatzangebotes, die von potentiellen Bewerbern und Bewerberinnen im Vorfeld einer Bewerbung relativ leicht ermittelt und beurteilt werden können (ebd., S. 34). Hierzu zählen etwa die wesentlichen Inhalte und die reguläre Dauer der Ausbildung, aber auch die Größe des Betriebes. Sucheigenschaften beziehen sich dementsprechend auf die weitgehend feststehenden Rahmengrößen der Ausbildung bzw. des Ausbildungsplatzangebotes. Demgegenüber entziehen sich Erfahrungseigenschaften so lange einer Beurteilung durch die Jugendlichen, bis sie sich auf das Ausbildungsangebot beworben oder dieses sogar angetreten haben. Zugangsvoraussetzungen oder die Möglichkeit einer verkürzten Ausbildung sind dieser Eigenschaftsgruppe zu subsumieren. Sie lassen sich erst durch unmittelbare eigene Erfahrungen mit und im Betrieb prüfen (ebd., S. 34). Während Erfahrungseigenschaften relativ zeitnah zur Bewerbung auf oder zum Antritt von einer angebotenen Ausbildungsstelle feststellbar sind, können Vertrauenseigenschaften nur langfristig überprüft werden. Das ist etwa in Bezug auf Aufstiegsmöglichkeiten nach erfolgreichem Ausbildungsabschluss der Fall (ebd., S. 34).

Je nach Informationstyp wurden Angaben darüber, ob sie für Akquisezwecke eingesetzt wurden, entweder ein- oder zweistufig erhoben (vgl. Übersicht 2). Für Sucheigenschaften wurde unmittelbar erfragt, ob über sie in Ausbildungsangeboten informiert wurde. Das gleiche Vorgehen wurde für Erfahrungseigenschaften gewählt, die sich auf Anforderungen an die Eingangsvoraussetzungen potenzieller Bewerber/-innen beziehen. Andere Erfahrungseigenschaften wurden ebenso wie Vertrauenseigenschaften zweistufig ermittelt. Im ersten Schritt wurde erfragt, ob das betriebliche Ausbildungsangebot über die Eigenschaft verfügt. Sofern dies der Fall war, wurde im zweiten Schritt erhoben, ob mit dem Ausbildungsangebot über die Eigenschaft informiert wurde.

Übersicht 2: Thematisierte Inhalte des betrieblichen Ausbildungsmarketings

Einstufig erfasste Informationen	Zweistufig erfasste Informationen
• Ausbildungsdauer, -inhalte u. ä. • Ausbildungsvergütung • Berufsschulstandort • Betriebsdaten, wie Größe • Arbeitszeiten	• Übernahmemöglichkeit • Aufstiegsmöglichkeiten* • Ausbildung in Teilzeit • Verkürzung der Ausbildung • Auslandsaufenthalte

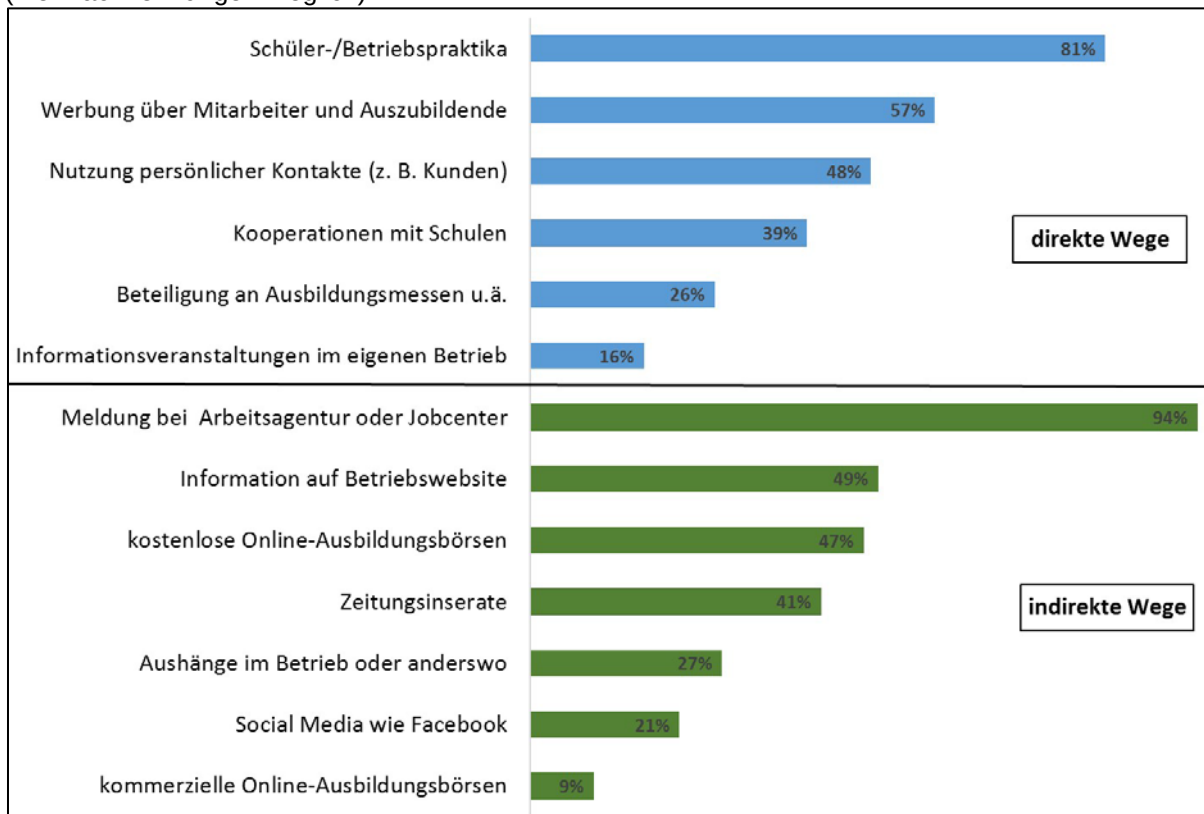
Anforderungen an • Schulabschluss und -noten • Tugenden wie Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit • Kommunikationsfähigkeit • Teamfähigkeit • Motivation und Engagement	• Erwerb von Zusatzqualifikationen • Übernahme von Fahrtkosten • Übernahme von Unterkunftskosten • andere Sonderleistungen, wie Führerschein • besondere Sozialleistungen, wie Weihnachtsgeld
--	---

* wurde nur erfragt, wenn Übernahmemöglichkeiten bestanden

Genutzte Akquisewege

Die Gewinnung von Ausbildungsplatzbewerbern und -bewerberinnen wird von zwei Wegen dominiert – je einem direkten und einem indirekten. Der dominante indirekte Akquiseweg führt über die örtliche Arbeitsagentur oder das Jobcenter und kann – da er von annähernd allen befragten Betrieben eingeschlagen wurde – als Standard angesehen werden. Der vorherrschende direkte Weg besteht in der Durchführung von Schüler- und anderen Betriebspraktika, um potenzielle Ausbildungsplatzbewerber/-innen zu gewinnen. Vier von fünf befragten kleinen und mittleren Betrieben der ausgewählten Segmente greifen hierauf zurück. Die übrigen direkten wie indirekten Wege werden von deutlich weniger Betrieben genutzt. Dabei scheint ein Zusammenhang mit dem finanziellen und oder zeitlichen Aufwand, den die Wege mit sich bringen, zu bestehen. Je aufwändiger ein Akquiseweg ist, desto kleiner ist der Anteil der Betriebe, die auf ihn zurückgreifen. Diese Betriebe genauer zu charakterisieren ist Gegenstand einer laufenden Arbeit.

Abbildung 1: Anteil der Betriebe, die den jeweiligen Weg zur Bewerbergewinnung genutzt hat (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: BIBB-Projekt 2.1.305; gewichtete Daten

Je nach Beruf, für den Auszubildende gesucht werden, zeigen sich allerdings gewisse Unterschiede im Rückgriff auf die einzelnen Akquisewege. Exemplarisch soll dies an den zwei technischen Ausbildungsberufen Elektroniker/-in für Betriebstechnik und Fachinformatiker/-in sowie an den zwei dienstleistungsorientierten Ausbildungsberufen Restaurantfachmann/-frau und Friseur/-in illustriert werden.¹ Neben der Ausrichtung unterscheiden sich die Berufe zudem in der Nachfrage. In den beiden technischen Ausbildungsberufen liegen Nachfrageüberhänge vor, wohingegen im Beruf Friseur/-in ein Nachfragemangel einsetzt, der im Beruf Restaurantfachmann/-frau bereits seit Jahren deutlich ausgeprägt ist.

¹ Für die weiteren im Projekt berücksichtigten Berufe vgl. <https://www.bibb.de/de/49505.php>

Abbildung 2: Nutzung indirekter Akquisewege nach Ausbildungsberufen

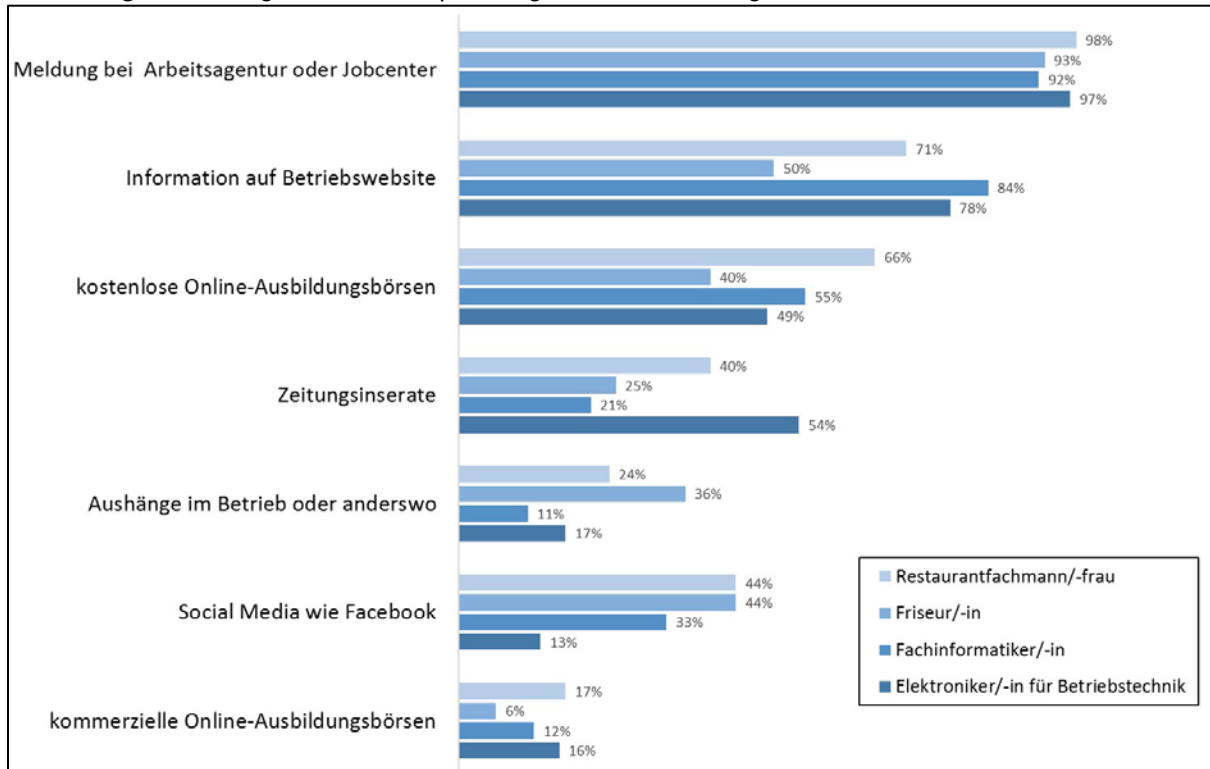
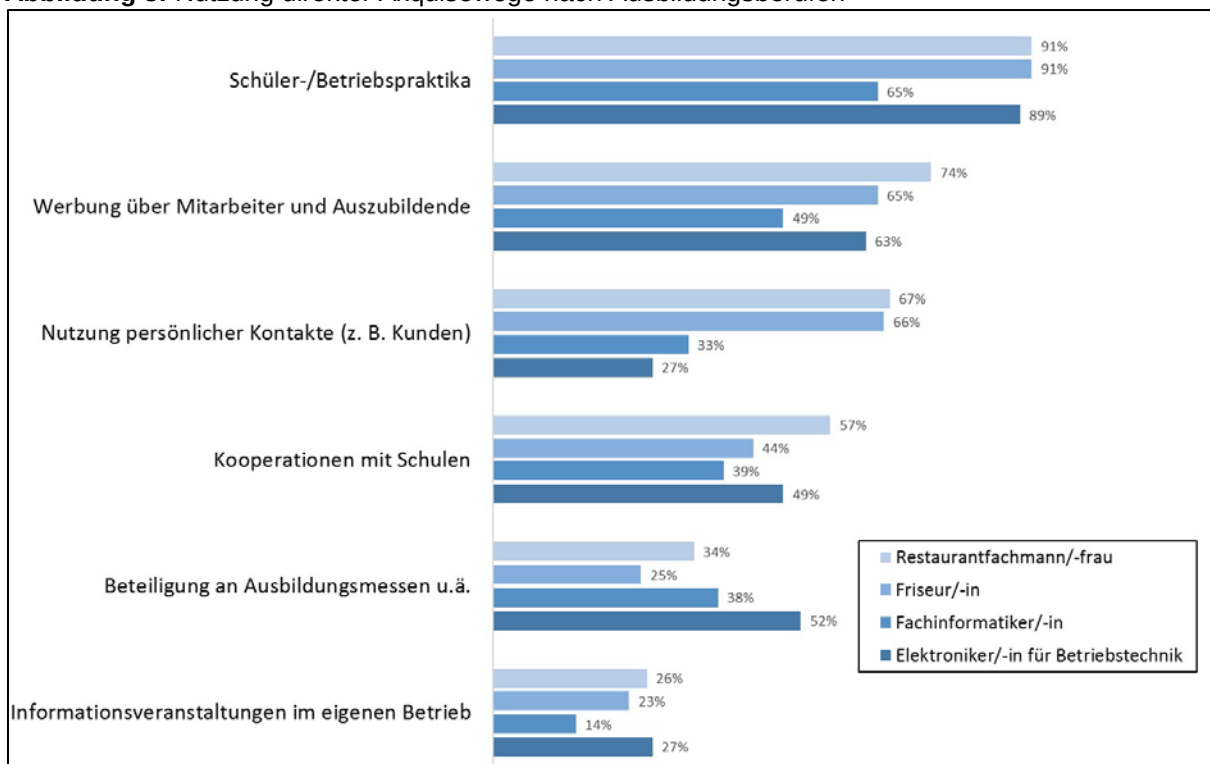


Abbildung 3: Nutzung direkter Akquisewege nach Ausbildungsberufen



Abbildungen 2 und 3 verdeutlichen unter anderem, dass Betriebe, die Auszubildende für Berufe suchen, die durch hohen Kundenkontakt geprägt sind, Kontakte zu Kunden – aber auch andere direkte Wege – häufiger zur Gewinnung von Ausbildungsplatzbewerbern und -bewerberinnen nutzen, wohingegen für den durch Computertechnologie geprägten Beruf Fachinformatiker/-in vergleichsweise häufig auf netzbasierte Akquisewege zurückgegriffen

wird, insbesondere auf den eigenen Internetauftritt. Betriebe, die Auszubildende zum/zur Elektroniker/-in für Betriebstechnik suchen, gehen bei der Nutzung indirekter Wege vergleichsweise häufig den „klassischen Weg“ über Zeitungen. Von den direkten Wegen nutzen sie vergleichsweise oft solche, die ihnen die Gelegenheit geben, den Beruf zu demonstrieren. Die Ergebnisse werden derzeit noch weiter vertieft, u. a. in Hinblick auf die Bedeutung betrieblicher Merkmale.

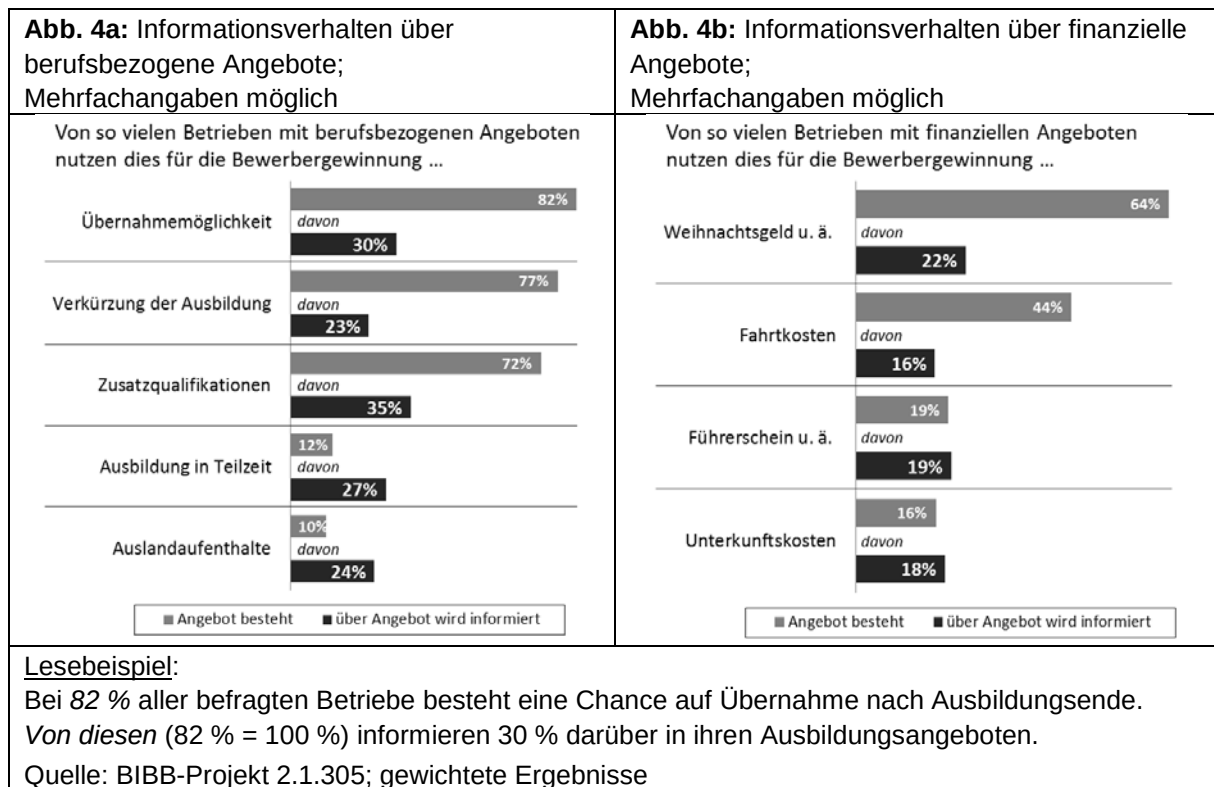
Veränderungen im Stellenwert der einzelnen Akquisewege wurden bislang exemplarisch für Friseursalons bzw. die Suche nach Auszubildenden für den Beruf Friseur/-in betrachtet. Die Ergebnisse indizieren, dass Friseursalons ihre Anstrengungen, angebotene Ausbildungsplätze zum/zur Friseur/-in bekannt zu machen, deutlich intensiviert haben. Denn nahezu alle thematisierten Akquisewege haben für die Mehrheit derjenigen Salons, die sie aktuell nutzen, in den letzten drei Jahren an Relevanz gewonnen, Bewerber/-innen zu akquirieren. Einzige Ausnahme bilden klassische Zeitungsinserate. Diese haben für die meisten der sie schaltenden Salons einen gleichbleibenden bis rückläufigen Stellenwert. Aus noch laufenden Vergleichen mit der Bedeutungsveränderung der einzelnen Akquisewege sollen Rückschlüsse darauf gewonnen werden, inwieweit berufsspezifisch besondere Akquiseinstrumente an Bedeutung gewonnen haben, sich also die intensivere Nutzung von Wegen je nach Beruf auf ein bestimmtes Set konzentriert.

Zum Ausbildungsangebot transportierte Informationen

Schriftliche Ausbildungsangebote bündeln in der Regel unterschiedliche Informationen zur Ausbildungsstelle. Für 69 % der befragten Betriebe gehören dazu (auch) Informationen zum Ausbildungsberuf (reguläre Ausbildungsdauer, wesentliche Ausbildungsinhalte). Über den Rahmen, in dem die Ausbildung stattfindet, lassen Betriebe deutlich seltener Informationen in Ausbildungsangebote einfließen. Weniger als jeder zweite Betrieb informiert über sich selbst – etwa seine Größe oder Tradition. Der Standort der Berufsschule wird von gut jedem vierten Betrieb genannt, jeweils ein Fünftel thematisiert die Ausbildungsvergütung bzw. die Arbeits- resp. Ausbildungszeiten.

Anders verhält es sich mit Anforderungen an die Bewerber/-innen bzw. bei ihnen erwünschten Eigenschaften. Sie werden – im Vergleich zu den Rahmenbedingungen – deutlich häufiger von Betrieben angesprochen. So gehen 69 % der Betriebe auf Teamfähigkeit ein, 63 % auf Tugenden wie Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit und ebenso viele auf Motivation und Engagement. 61 % formulieren Erwartungen an die schulischen Qualifikationen. Mit 54 % gehen vergleichsweise wenige Betriebe auf die Kommunikationsfähigkeit ein.

In Ausbildungsangeboten können nicht nur Informationen zu den Rahmenbedingungen und Anforderungen des Ausbildungsplatzes gebündelt werden; sie können auch Informationen über Leistungen umfassen, die der Ausbildungsplatz bzw. -betrieb dem Auszubildenden bietet. Das setzt allerdings voraus, dass der Betrieb entsprechende Leistungen vorhält. Das ist bei vielen der befragten Betriebe der Fall (vgl. Abbildungen 4a und 4b). Am häufigsten trifft das auf die für ausbildungssuchende Jugendliche besonders wichtige Aussicht auf Übernahmechancen im Anschluss an die Ausbildung zu. Gut vier von fünf Betrieben eröffnen diese Perspektive. In den meisten dieser Betriebe bestehen zudem für die weiterbeschäftigten Ausgebildeten langfristige Entwicklungsmöglichkeiten, die Aufstiegschancen mit einschließen.



Die grundsätzliche Möglichkeit, die reguläre Ausbildungszeit zu verkürzen und damit früher in das Berufsleben einzusteigen, ist in drei von vier Betrieben gegeben. Teilzeitausbildungsmodelle bieten demgegenüber nur vergleichsweise wenige Betriebe an. Ähnlich ist es mit einer Schärfung des Qualifikationsprofils. In gut sieben von zehn Betrieben können Auszubildende bei den entsprechenden Voraussetzungen das Ausbildungsberufsprofil um Zusatzqualifikationen erweitern; eine Option, die das berufliche Fortkommen begünstigen dürfte. Eine Anreicherung des Profils um Auslandserfahrungen und dort erworbene Qualifikationen zählt hingegen nur bei einem von zehn Betrieben zu den „Extras“, die Auszubildenden geboten werden.

Insgesamt nicht ganz so häufig wie berufsbezogene Optionen werden finanzielle Sonderleistungen für Auszubildende vorgehalten. An erster Stelle steht hier die – oft tarifvertraglich geregelte – Zahlung eines Weihnachtsgeldes. In gut vier von zehn Betrieben können Auszubildende darauf hoffen, dass Fahrtkosten zwischen Wohnung und Ausbildungsstätte ganz oder teilweise übernommen werden. Jeder sechste Betrieb würde auch die Unterkunftskosten tragen, wenn Jugendliche für die Ausbildung ihren Wohnort wechseln müssten.

Nahezu alle Betriebe verfügen über mindestens eine der Leistungen für Auszubildende. Damit besteht deutliches Potenzial, diese Leistungen für Akquisezwecke einzusetzen, indem auf sie in Ausbildungsangeboten hingewiesen wird. Dieses Potenzial wird aber von vielen Betrieben nicht oder nur partiell ausgeschöpft. 53 % der befragten Betriebe weisen in Ausbildungsangeboten auf keine der vorhandenen Leistungen hin, 31 % informieren über einige und nur 11 % über alle Leistungen, die Auszubildende bei ihnen in Anspruch nehmen können.

Laufende und geplante Arbeiten

Die zuvor berichteten Befunde zum betrieblichen Informationsverhalten im Rahmen der Akquise von Ausbildungsplatzbewerbern und -bewerberinnen sollen weiter vertieft werden.

Dabei geht es zum einen um Fragen des Zusammenhangs zwischen dem Informationsverhalten und Nachfrage- und Besetzungsproblemen, zum anderen um Fragen nach der Wirksamkeit des Informationsverhaltens im Hinblick auf den gewonnenen Bewerberpool und die darüber besetzten Ausbildungsplätze. Vorläufige Ergebnisse deuten darauf hin, dass Informationen über besondere Leistungen verstärkt dann im Akquiseprozess kommuniziert werden, wenn bereits Nachfrage- und Besetzungsprobleme eingetreten sind. In Bezug auf die Wirksamkeit deutet sich berufsspezifisch uneinheitliches Bild an, dem noch genauer nachzugehen ist.

In Bezug auf die Selektion zukünftiger Auszubildender wird an der Frage gearbeitet, ob, unter welchen Bedingungen und in welchen Bereichen Betriebe bereit sind, ihre Anforderungen an Ausbildungsplatzbewerber/-innen zu senken. Unter anderem soll untersucht werden, inwieweit sich Muster in den vorgenommenen Anforderungssenkungen finden lassen. Hieran anknüpfend soll beleuchtet werden, ob und welche Maßnahmen Betriebe ergreifen, um die niedrigeren Eingangsvoraussetzungen der Auszubildenden aufzufangen.

In einer weiteren anstehenden Arbeit wird abgeglichen, inwieweit die Merkmale und Kriterien, nach denen die befragten Betriebe Ausbildungsplatzbewerber/-innen auswählen, mit den Kriterien und Merkmalen übereinstimmen, die in Berufsinformationsblättern u. ä. als wichtige Voraussetzungen bzw. Eignungsaspekte beschrieben werden. Diese Arbeit steht im Kontext von Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen, die vorwiegend auf qualifikatorische Mis-Matches zurückgehen.

Zusammenfassung

Aus den bisherigen Projektergebnissen lässt sich ableiten, dass das betriebliche Vorgehen bei der Gewinnung von Ausbildungsplatzbewerbern und -bewerberinnen eine erkennbar berufsspezifische Komponente aufweist, die die Akquisewege betrifft. „Standardwege“, auf die aktuell nahezu alle Betriebe zurückgreifen, werden besonders durch solche Wege ergänzt, die Charakteristiken des Berufes widerspiegeln und damit voraussichtlich die anvisierte Zielgruppe am ehesten erreichen dürften. So führt die Gewinnung von Ausbildungsplatzinteressenten und -interessentinnen für den Beruf Fachinformatiker/-in vorrangig über netzbasierte Wege, wohingegen etwa bei der Suche nach Interessenten/Interessentinnen für die Berufe Restaurantfachmann/-frau und Friseur/-in verstärkt auf Kundenkontakte gesetzt wird.

Über die Berufe hinweg indizieren die vorliegenden Befunde insgesamt eine Intensivierung der betrieblichen Bemühungen, Ausbildungsangebote am Markt zu präsentieren. Dabei scheint die möglichst breite Streuung der Angebote unter ausbildungssuchenden Jugendlichen im Vordergrund zu stehen, indem zum einen etablierte Akquisewege verstärkt frequentiert, zum anderen bislang ausgeblendete Wege (wieder) entdeckt werden. Zu den neu oder wieder beschrittenen Wegen zählen vorrangig persönliche Kontakte und Beziehungen. Die Haltung der Betriebe gegenüber diesen Wegen ist allerdings ambivalent. So würden, so die Erkenntnisse aus den qualitativen Interviews, manche Betriebe auf diese Wege lieber verzichten, weil sie in Ausbildungsverhältnissen, die über persönliche Kontakte zustande gekommen sind, hohes Konfliktpotenzial sehen. Die Schwierigkeiten, auf anderen Wegen Auszubildende zu gewinnen, machen aber einen Rückgriff auch auf diese Kanäle erforderlich. Demgegenüber verbinden andere Betriebe mit Auszubildenden, die über persönliche Kontakte in den Betrieb gekommen sind, den Vorteil hoher motivationaler und sozialer Passung – ein Vorteil, den es unter den derzeitigen Bedingungen am Ausbildungsmarkt stärker auszuschöpfen gilt, um vorzeitigen Vertragslösungen, entgegenzuwirken.

Auch aus den Ergebnissen zur inhaltlichen Ausgestaltung der Ausbildungsangebote lässt sich darauf schließen, dass kleine und mittelständische Betriebe ihre Rekrutierungsverhalten eher reaktiv denn proaktiv verändern. So werden Informationen über Vergünstigungen, die Betriebe für Auszubildende vorhalten, den vorläufigen Analysen zufolge besonders dann für Akquisezwecke genutzt, wenn bereits Nachfrage- und Besetzungsprobleme aufgetreten sind, kaum aber, um diesen entgegenzuwirken.

Die qualitativen Befunde verweisen darauf, dass das reaktive Verhalten der Betriebe weniger Ausdruck mangelnden Problembewusstseins als vielmehr davon, dass sich Betriebe nur unter Schwierigkeiten von der Position des „Umworbenen“ zu lösen und in die Position des „Umwerbenden“ zu begeben vermögen.

4.2 Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung

Seit einiger Zeit wird in der Integration von Studienabbrechern und -abbrecherinnen in die duale Berufsausbildung verstärkt ein Weg gesehen, dem Problem unbesetzter Ausbildungsplätze wegen fehlender Bewerbungen leistungsstarker Jugendlicher entgegenzuwirken. Wie dieser Weg ausgestaltet werden könnte, welche Chancen er eröffnet, aber auch welche Risiken er möglicherweise birgt, wurde zunächst im Rahmen einer unter den Berufsbildungsfachleuten des BIBB-Expertenmonitors durchgeführten Befragung thematisiert. Diese signalisierte eine deutliche Befürwortung, Studienabbrecher/-innen als Auszubildende zu gewinnen, verwies aber auch auf hiermit verbundene Herausforderungen.

Konkret ist die Integration von Studienabbrechern und -abbrecherinnen in die duale Berufsausbildung aus Sicht der befragten Berufsbildungsfachleute vor allem mit Chancen für das duale System verbunden. Jeder zweite Experte ist davon überzeugt, dass die Akquise von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für duale Ausbildungsgänge die Attraktivität des dualen Systems insgesamt steigert, aber auch dazu beiträgt, dass Betriebe sich weiterhin in der Ausbildung engagieren. Vor allem aber sehen die Fachleute in der Integration vorzeitig Exmatrikulierter in die duale Berufsausbildung einen wichtigen Beitrag, die Durchlässigkeit in der Berufsbildung zu erhöhen.

Damit diese Vorteile zum Tragen kommen und die aus Expertensicht für die Sicherung des Fachkräftebedarfs unverzichtbaren Potenziale von Studienabbrechern und -abbrecherinnen genutzt werden können, ist es erforderlich, dass Betriebe und vorzeitig Exmatrikulierte zusammenfinden. Gerade hierin besteht nach Ansicht der Experten/Expertinnen jedoch die Hauptschwierigkeit. Entsprechend favorisieren sie Modellvorhaben, die die Vermittlung von Kontakten zwischen den beiden Beteiligten zum Gegenstand haben. Die Steuerung solcher Modellvorhaben sollte nach vorwiegender Expertenmeinung auf Bundesebene erfolgen, an der Umsetzung vor Ort sollten vorrangig Kammern, Wirtschaftsverbände, Hoch- und Berufsschulen sowie die Arbeitsagenturen beteiligt werden.

Ungeachtet dessen stellen sich die Aussichten auf eine erfolgreiche Akquise von Studienabbrechern und -abbrecherinnen als Auszubildende der dualen Berufsausbildung für die Bildungsfachleute je nach Beruf, Betrieb und Branche sehr unterschiedlich dar. Als sehr gering stufen die Experten/Expertinnen die Erfolgsaussichten für die von Nachfrage- und Besetzungsprobleme besonders betroffenen Segmente der dualen Berufsausbildung ein (darunter Klein- und Handwerksbetriebe sowie Gastronomieberufe), wesentlich günstiger werden sie für die (noch) kaum betroffenen Segmente eingeschätzt – darunter Großbetriebe, Betriebe aus Industrie und Handel sowie kaufmännisch-verwaltende Berufe. Der durch die Gewinnung von vorzeitig Exmatrikulierten zu erzielende Nutzen liegt für die

Experten/Expertinnen folglichen weniger darin, bestehende Probleme am Ausbildungsmarkt zu bewältigen, als vielmehr dazu beizutragen, das Aufkommen weiterer Problemlagen abzuwenden.

Die zentralen Ergebnisse der Expertenbefragung wurden anschließend in einer Befragung der im RBS gelisteten Ausbildungsbetriebe aufgegriffen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Studienabbrecher/-innen für Ausbildungsbetriebe eine interessante, aber schwierig zu akquirierende Zielgruppe sind. Drei von vier Betrieben würden Studienabbrecher/-innen als Auszubildende einstellen, einem Drittel ist dies allerdings erst gelungen. Die weiteren Ergebnisse unterstreichen die von den Experten und Expertinnen herausgestellte Bedeutung des Ausbildungsberufes. Die von Betrieben mit Studienabbrechern und -abbrecherinnen eingegangenen Ausbildungsverhältnisse konzentrieren sich vorrangig auf insgesamt stärker nachgefragte Berufe, darunter Automobilkaufmann/-frau, Industriekaufmann/-frau, Kaufmann/-frau für Büromanagement, Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel sowie Veranstaltungskaufmann/-frau aus der Gruppe der kaufmännisch-verwaltenden Ausbildungsberufe und Elektroniker/-in, Fotograf/-in, Kraftfahrzeugmechatroniker/-in, Mechatroniker/-in sowie Tischler/-in aus der Gruppe der gewerblich-technischen Ausbildungsberufe. Berufe, für die Betriebe Interesse an Studienabbrechern und -abbrecherinnen als Auszubildende signalisierten, ohne dass es ihnen bislang gelungen ist, Auszubildende aus dieser Gruppe zu gewinnen, zeigen mit den zuvor genannten Berufen zwar gewisse Überschneidungen. Darüber hinaus handelt es sich aber vielfach um Ausbildungsberufe mit weniger günstigen Nachfragebedingungen, darunter Berufe wie Anlagenmechaniker/-in, Bäcker/-in, Fleischer/-in, Maler/-in und Lackierer/-in sowie Steuerfachangestellte/-r.

Ebenfalls in Übereinstimmung mit den Experteneinschätzungen sehen auch die Betriebe eine wesentliche Herausforderung darin, mit Leistungen und Qualifikationen, die Studienabbrecher/-innen an der Hochschule erbracht bzw. erworben haben, umzugehen. Dieser Herausforderung vorgelagert ist jedoch das Grundproblem, in Kontakt zu kommen. Das berichten Betriebe mit bereits realisiertem sowie mit bestehendem Interesse an Studienabbrechern und -abbrecherinnen als Auszubildende gleichermaßen (nachfolgend als erfahrene und aufgeschlossene Betriebe bezeichnet).

Programmen und Projekten, die die Kontaktaufnahme unterstützen sollen, stehen die Betriebe zwar grundsätzlich befürwortend gegenüber. Das gilt aber nicht gleichermaßen auch für die verschiedenen Ansätze, die derzeit für die Ausgestaltung solcher Programme und Projekte diskutiert werden.

So wird die Überlegung, Studienabbrecher/-innen, die eine Ausbildung aufnehmen, vom Berufsschulunterricht freizustellen, weitgehend abgelehnt. 89 % der in der Ausbildung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen erfahrenen und 85 % der unerfahrenen, aber diesbezüglich aufgeschlossenen Betriebe halten einen solchen Vorstoß für (sehr) schlecht. Etwas differenzierter, wenngleich immer noch eher ablehnend, fällt das Meinungsbild zur Einrichtung separater Berufsschulklassen für Studienabbrecher/-innen aus. Während diese Idee bei über der Hälfte der Betriebe beider Gruppen keinen Anklang findet, halten jeweils um die 30 % diesen Ansatz für (sehr) gut, um die Attraktivität einer Berufsausbildung für Studienabbrecher/-innen zu steigern.

Ähnlich zweigeteilt positionieren sich die Betriebe dazu, es Studienabbrechern und -abbrecherinnen zu ermöglichen, die Ausbildungszeit über das derzeit geltende Maß hinaus zu verkürzen. Bei den erfahrenen Betrieben stehen 28 % Befürwortern eine Mehrheit von 56 % entgegen, die sich dagegen sperrt. Unter den aufgeschlossenen Betrieben findet dieser Ansatz bei einem Drittel der Betriebe Zustimmung, bei knapp der Hälfte stößt er auf Ablehnung.

Größere Meinungsdivergenzen zwischen erfahrenen und aufgeschlossenen Betrieben zeigen sich in Bezug auf die Frage, ob Studienleistungen Teile der Ausbildungsabschlussprüfung

ersetzen, d. h. mit ihnen gleichgesetzt werden sollten. Auf geteiltes Echo stößt zudem die Überlegung, an die Ausbildung unmittelbar eine Fortbildungsprüfung anzuschließen.

4.3 Duale Berufsausbildung junger Geflüchteter

Damit die duale Berufsausbildung ihr hohes Potenzial, die berufliche und gesellschaftliche Teilhabe junger Geflüchteter zu fördern, entfalten kann, ist es erforderlich, dass Betriebe dieser Gruppe Ausbildungsmöglichkeiten eröffnen.

Unter kleinen und mittleren Ausbildungsbetrieben verschiedener Berufs- und Wirtschaftsbereiche scheint diese Bereitschaft durchaus gegeben. Das äußert sich insbesondere darin, dass jeder zehnte der befragten Betriebe angab, in dem zwischen dem ersten Quartal 2015 und dem ersten Quartal 2016 liegenden Zeitraum von sich aus gegenüber der örtlichen Arbeitsagentur, der Kammer oder auch anderen Stellen angeboten zu haben, junge Geflüchtete auszubilden. In multivariaten Analysen fanden sich Hinweise darauf, dass die Wahrscheinlichkeit, auf eigene Initiative Ausbildungsmöglichkeiten für Geflüchtete anzubieten, in Klein- und Mittelbetrieben höher ist als in Kleinstbetrieben. Dahinter stehen vermutlich Unterschiede in den für die Ausbildung zur Verfügung stehenden Ressourcen, insbesondere in personeller Hinsicht. Darüber hinaus konnte aber auch ein Zusammenhang mit Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen gefunden werden. Erhält ein Betrieb zu wenig oder gar keine Bewerbungen, so erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, Ausbildungsplätze gezielt für Geflüchtete anzubieten. Ein Mangel an geeigneten Bewerbungen scheint den bisherigen Befunden zufolge hingegen nicht dazu beizutragen, dass sich Betriebe verstärkt der Ausbildung junger Geflüchteter zuwenden.

Aktuell wird noch der Frage nachgegangen, inwieweit Betriebe, die nicht selbst angeboten haben, junge Geflüchtete auszubilden, aber von außen auf hierfür bestehende Möglichkeiten angesprochen wurden, sich jungen Geflüchteten gegenüber aufgeschlossen zeigen. Die Befunde deuten darauf hin, dass sich über unmittelbare Anfragen bei Betrieben nicht nur vorhandene, sondern auch zusätzliche Ausbildungsmöglichkeiten für junge Geflüchtete erschließen lassen.

Zur Förderung der betrieblichen Bereitschaft, Ausbildungskapazitäten für Geflüchtete einzurichten, könnten auch ausgewählte Unterstützungsleistungen beitragen. Tragfähig dürften vor allem solche Unterstützungsleistungen sein, die Flüchtlinge und Betriebe beim Übergang in Ausbildung sowie im Ausbildungsprozess unterstützen. Hierzu gehören u. a. ausbildungsbegleitende Deutschkurse und ausbildungsbegleitende Hilfen für junge Geflüchtete, aber auch die Entlastung der Betriebe von formalen Angelegenheiten sowie die passgenaue Vermittlung von geeigneten ausbildungsinteressierten Geflüchteter.

Weitere Fragen zur Ausgestaltung von Unterstützungsmaßnahmen für junge Geflüchtete sowie Betriebe beim Übergang in und im Verlauf der Ausbildung wurden in einer Anfang 2017 durchgeführten Expertenbefragung aufgegriffen.

5 Zielerreichung

Die im Projektantrag formulierten Ziele wurden erreicht. In der ersten empirischen Phase wurde das betriebliche Vorgehen bei der Rekrutierung von Auszubildenden für ausgewählte Berufe exploriert. Die gewonnenen Erkenntnisse sind in die Konzeption der zweiten empirischen Phase eingeflossen, in der die angestrebte Zahl von 2.200 standardisierten Betriebsinterviews zur Rekrutierung Auszubildender realisiert werden konnte.

Die bislang aus der Befragung hervorgegangenen Ergebnisse indizieren ein differenziertes, von der Nachfragesituation, aber auch anderen beruflichen sowie auch betrieblichen Merkmalen geprägtes Vorgehen bei der Suche nach und Auswahl von Ausbildungsplatzbewerbern und -bewerberinnen. Weitere Analysen sind geplant, um die bereits erzielten Ergebnisse weiter zu fundieren und zu vertiefen.

Es ist gelungen, einige während der Projektlaufzeit zusätzlich aufgetretene, bildungspolitisch relevante Fragestellungen in das Projekt zu integrieren. Die Verlängerung der Projektlaufzeit ist allerdings nicht hierdurch bedingt. Vielmehr geht sie auf erhebliche Verzögerungen bei der Bereitstellung der Betriebsadressen durch die BA zurück, in deren Folge die standardisierte Betriebsbefragung erst Anfang 2016 – statt wie ursprünglich geplant Ende 2013/Anfang 2014 – durchgeführt werden konnte.

6 Ausblick und Transfer

Die Ergebnisse aus der Befragung zum betrieblichen Rekrutierungsverhalten stoßen ebenso wie die Ergebnisse aus den zusätzlich im Projekt durchgeführten Befragungen zu Studienabbrechern und -abbrecherinnen und Geflüchteten auf vielfältiges Interesse in Politik, Praxis und Wissenschaft.

Der Transfer in die Politik erfolgte durch Beiträge zur Rekrutierung Auszubildender, Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen sowie zur Ausbildung junger Geflüchteter, die in 2015, 2016 bzw. 2017 in die jeweiligen Schwerpunktkapitel des BIBB-Datenreports zum Berufsbildungsberichts eingeflossen sind.

Beiträge in Handbüchern und Vorträge u. a. bei Berufsverbänden zu Ansätzen und Strategien betrieblichen Ausbildungsmarketings adressieren eher die Praxis. In der Praxis bestand allerdings auch hohes Interesse an Fragen der Gewinnung von Studienabbrechern und -abbrecherinnen für die duale Berufsausbildung, was sich neben Vorträgen und Beiträgen auch in Interviews niederschlug.

Über erfolgreiche Beteiligungen an Call-for-Paper-Verfahren konnten Ergebnisse aus allen Bereichen, die im Projekt thematisiert wurden, in eher wissenschaftlich orientierten Kreisen vorgestellt und diskutiert werden. Darüber hinaus sind Projektergebnisse in Lehrveranstaltungen eingeflossen.

Bei der weiteren Veröffentlichung von Projektergebnissen werden ebenfalls die unterschiedlichen Zielgruppen berücksichtigt.

Veröffentlichungen

a) Veröffentlichungen zum betrieblichen Rekrutierungsverhalten:

BAHL, Anke; EBBINGHAUS, Margit: Betriebliche Rekrutierungslogiken und die Frage der Diskriminierung. Fallanalysen zur Auswahl von Auszubildenden im Bäckerhandwerk und Versicherungswesen. In: Scherr, Albert (Hrsg.): Diskriminierung migrantischer Jugendlicher in der beruflichen Bildung. Stand der Forschung, Kontroversen, Forschungsbedarf. Weinheim: Beltz Juventa 2015, S. 170-192

- BELLMANN, Lutz; DUMMERT, Sandra; EBBINGHAUS, Margit; KREKEL, Elisabeth M.; LEBER, Ute:
Qualifizierung von Beschäftigten in einfachen Tätigkeiten und Fachkräftebedarf.^(R) 2015.
URL: www.die-bonn.de/zfw/22015/betriebliche-weiterbildung-01.pdf
- EBBINGHAUS, Margit: Nachwuchsgewinnung im Friseurhandwerk – Ausgestaltung des betrieblichen
Ausbildungsmarketings.
URL: <https://www.berufsbildung.nrw.de/cms/veroeffentlichungen/hochschultage-bb-2017/index.html> (in Vorbereitung)
- EBBINGHAUS, Margit: Berufliche Qualifizierung Geflüchteter: Führen direkte Anfragen zur Beteiligung
von Betrieben? Manuskript angenommen für Heft 2/2017 der Zeitschrift für
Flüchtlingsforschung
- EBBINGHAUS, Margit; GEI, Julia; BAHL, Anke; FLEMMING, Simone: Wie suchen Betriebe Auszubildende für
den Beruf ...? Zehn Kurzberichte mit ersten Ergebnissen aus der standardisierten
Telefonbefragung von Betrieben zum Vorgehen bei der Rekrutierung von Auszubildenden.
Bonn 2016 –
abrufbar unter: <https://www.bibb.de/de/49505.php>
- EBBINGHAUS, Margit; GERHARDS, Christian: Ausbildungsplatzbewerber gesucht - Welche Wege und
Strategien Betriebe wählen, um auf ihr Ausbildungsplatzangebot aufmerksam zu machen In:
Dietl, Stefan F.; Schmidt, Hermann; Weiß, Reinhold; Wittwer, Wolfgang (Hrsg.): Ausbilder-
Handbuch. Loseblatt-Sammlung. Köln: Deutscher Wirtschaftsdienst, 2015.
- EBBINGHAUS, Margit; GERHARDS, Christian: Betriebliche Flexibilität beim Qualifikationsprofil von
Ausbildungsanfängern bei Besetzungsproblemen von Ausbildungsstellen.^(R) Zeitschrift für
Nachswissenschaftler, 6 (2014) 1
URL: <http://www.nachswissenschaftler.org/2013/2/20/ZfN-2013-2-20.pdf>
- EBBINGHAUS, Margit; BAHL, Anke; FLEMMING, Simone; GEI, Julia; HUCKER, Tobias: Rekrutierung von
Auszubildenden – Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen
Wandels. Erste Ergebnisse aus Betriebsinterviews. Bonn 2013
URL: http://www.bibb.de/dokumente/pdf/a21_22-0067_Rekrutierung_vonAuszubildenden_Berichte_aus_den_Interviews_201307.pdf
- GERHARDS, Christian; EBBINGHAUS, Margit: Gewinnung von Ausbildungsplatzbewerberinnen und –
bewerbern. In: Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Datenreport zum
Berufsbildungsbericht 2015: Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen
Bildung. Bonn 2015, S. 411-415
- GERHARDS, Christian; EBBINGHAUS, Margit: Betriebe auf der Suche nach Ausbildungsplatzbewerberinnen
und -bewerbern. Instrumente und Strategien. Ergebnisse aus dem BIBB-Qualifizierungspanel
2013. BIBB-Report 3/2014
URL: <https://www.bibb.de/veroeffentlichungen/de/publication/show/id/7458>

b) Veröffentlichungen zu flankierenden Themen:

- EBBINGHAUS, Margit: Berufliche Qualifizierung Geflüchteter: Inwieweit direkte Anfragen dazu
beitragen, dass Betriebe sich daran beteiligen. Zeitschrift für Flüchtlingsforschung, 1 (2017) 2,
im Druck

- EBBINGHAUS, Margit: Praktikums- und Ausbildungsstellen für Geflüchtete: Wann Klein- und Mittelbetriebe sie von sich aus anbieten. BIBB-Report 1/2017
- EBBINGHAUS, Margit: Betriebliches Engagement in der Ausbildung Geflüchteter. Ergebnisse einer Befragung von Klein- und Mittelbetrieben. Fachbeiträge im Internet. Stand Juli 2016
URL: https://www.bibb.de/dokumente/pdf/2016_09_08_betriebliches_engagement_barrierefrei.pdf
- EBBINGHAUS, Margit: Studienabbrecher/-innen: Als Auszubildende in Betrieben willkommen - aber möglichst ohne Extrabehandlung. Ergebnisse einer Betriebsbefragung mit dem Referenz-Betriebs-System. BIBB-Report 2/2016
URL: <https://www.bibb.de/veroeffentlichungen/de/publication/show/id/7977>
- EBBINGHAUS, Margit: Studienabbrecher/-innen als Chance für die duale Berufsausbildung - Duale Berufsausbildung als Chance für Studienabbrecher/-innen. In: Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2016. Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung. Bonn 2016, Kapitel C
- EBBINGHAUS, Margit; BEICHT, Ursula; GEI, Julia; MILDE, Bettina: Studienabbrecher für die duale Berufsausbildung gewinnen. Ergebnisse aus dem BIBB-Expertenmonitor Berufliche Bildung 2014.
URL: https://expertenmonitor.bibb.de/downloads/Ergebnisse_20141208.pdf
- EBBINGHAUS, Margit; GEI, Julia: Erfolgreich zur Ausbildungsstelle. Wie werden Jugendliche auf ihre Ausbildungsstellen aufmerksam? Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 44 (2015) 6, S. 4-5
- EBBINGHAUS, Margit; GEI, Julia: Image der dualen Berufsausbildung – Einschätzungen und Ansatzpunkte zur Verbesserung aus Expertensicht. In: CRAMER, Günter; DIETL, Stefan; SCHMIDT, Hermann; WITTWER, Wolfgang (Hrsg.): Ausbilder-Handbuch. Loseblattsammlung, 146. Ergänzungslieferung. Köln: Deutscher Wirtschaftsdienst 2013
- EBBINGHAUS, Margit; GEI, Julia; HUCKER, Tobias; ULRICH, Joachim Gerd: Image der dualen Berufsausbildung in Deutschland. Ergebnisse aus dem BIBB-Expertenmonitor 2012.
URL: https://expertenmonitor.bibb.de/downloads/Ergebnisse_20130222.pdf
- EBBINGHAUS, Margit; HUCKER, Tobias: Imagekampagnen zur dualen Berufsausbildung aus Sicht von Berufsbildungsfachleuten.^(R) Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik 109 (2013), Heft 4, S. 556-578
- EBBINGHAUS, Margit; MILDE, Bettina; WINTERHAGER, Moritz: Duale Berufsausbildung nach Studienausstieg? Ergebnisse des BIBB-Expertenmonitors. Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 44 (2015) 3, S. 30-34

Vorträge

- EBBINGHAUS, Margit: Rekrutierung Auszubildender für den Beruf Friseur/Friseurin. Vortrag bei den 19. Hochschultagen Berufliche Bildung, Fachtagung 12 „Körperpflege“. Köln: 13.März 2017

- EBBINGHAUS, Margit: Auf der Suche nach Auszubildenden. Vortrag im Rahmen der bundesweiten Fachtagung des Deutschen Bauernverbandes „Grüne Berufe – Berufsinformation und Nachwuchswerbung“. Berlin, 9. November 2016
- EBBINGHAUS, Margit: Berufliche Ausbildung von Geflüchteten - Positionen und Engagement von klein- und mittelständischen Betrieben. Vortrag bei der Konferenz des Netzwerks Flüchtlingsforschung – Panel „Flucht und Arbeit“. Osnabrück: 08.10.2016
- EBBINGHAUS, Margit: Studienabbrecher - Neue Zielgruppe der dualen Berufsausbildung?! Vortrag bei der Jahrestagung der Landesinstitute. Hannover, 07.06.2016
- EBBINGHAUS, Margit: Gewinnung von Studienaussteigern für die duale Berufsausbildung aus Sicht von Experten und Betrieben. Vortrag bei der HIBB-Tagung Berufsbildung 2020. Hamburg, 17./18.09.2015
- EBBINGHAUS, Margit: Vom Studi zum Stift. Ergebnisse aus dem BIBB-Expertenmonitor zur Gewinnung von Studienabbrechern für die duale Berufsausbildung. Vortrag im Rahmen des Auftaktworkshops zur JOBSTARTER plus Förderlinie III "Unterstützung von KMU bei der Gewinnung von Studienabbrecher/-innen als Auszubildende". Bonn, 05.03.2015
- EBBINGHAUS, Margit: Vom Studi zum Stift. Expertenmeinungen zur Integration von Studienabbrechern in die duale Berufsausbildung. Vortrag im Rahmen des Workshops "Studienabbrecher - Potenziale für die duale Berufsausbildung" bei den 18. Hochschultagen Berufliche Bildung 2015, Dresden, 20.03.2015
- EBBINGHAUS, Margit: Regionale und berufsspezifische Besonderheiten bei der Rekrutierung von Auszubildenden – oder: Rekrutieren Betriebe mit Nachfragemangel anders? Vortrag im Rahmen der BIBB-DJI-IAB-Fachtagung „Chancen und Risiken aus der demografischen Entwicklung für die Berufsbildung in den Regionen“. Bonn, 26. September 2013
- EBBINGHAUS, Margit: Demografie und betriebliche Rekrutierungsstrategien. Merkmale des Ausbildungsmarktes von Morgen. Vortrag anlässlich eines Informationsbesuches des Kenniscentrum Beroepsonderwijs Arbeidsmarkt (KBA) im BIBB. Bonn, 1. Februar 2012
- EBBINGHAUS, Margit: Klasse Ruf!? Image der dualen Berufsausbildung. Vortrag im Rahmen des 7. Ausbildungsinformationstages des Berufskollegs Rhein-Sieg. Siegburg, 5. Juni 2013
- EBBINGHAUS, Margit: Image der dualen Berufsausbildung in Deutschland – Ergebnisse einer Expertenbefragung. Vortrag im Rahmen der Sitzung des Bildungsrates Chemie. Hannover 20. Juni 2013
- EBBINGHAUS, Margit: Gesucht und gefunden!? Strategien und Erfolge von Betrieben bei der Rekrutierung von Auszubildenden. Vortrag anlässlich der überregionalen Ausbildertagung der Landwirtschaftskammer NRW „Wunschberuf Hauswirtschaft?! Auszubildende finden, begleiten, begeistern“. Bad Sassendorf, 14. November 2013 / Essen, 21. November 2013

Literaturverzeichnis

- ABRAMOVSKIJ, M.: Determinanten der Arbeitgeberwahl von potenziellen Bewerbern in der Ernährungsindustrie. Göttingen 2013

- BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG: BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zu 30.09. Ergebnisse der BIBB-Erhebung zum 30. September 2016 / Stand: 12.12.2016.
Tabelle 60: Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge, Ausbildungsplatzangebot und -nachfrage (incl. Daten der zugelassenen kommunalen Träger) 2009 bis 2016
URL: https://www.bibb.de/dokumente/pdf/naa309_2016_tab060_0bund.pdf (15.05.2017)
- DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR PERSONALFÜHRUNG e.V. (Hrsg.): Berufsausbildung in der Praxis. Ausgabe 7/2004. Ergebnisse des Arbeitskreises „Berufsausbildung“. Düsseldorf 2004
- GRANATO, M. et al.: Warum nicht „Fachverkäufer/-in im Lebensmittelhandwerk“ anstelle von „Kaufmann/-frau im Einzelhandel“? Berufsorientierung von Jugendlichen am Beispiel zweier verwandter und dennoch unterschiedlich nachgefragter Berufe. BIBB-Report 1/2016
- KLEINERT, C.; KRUPPE, T.: Neue Typisierung – Regionale Ausbildungsmärkte verändern sich. IAB-Kurzbericht 17/2012
URL: <http://doku.iab.de/kurzber/2012/kb1712.pdf>
- MATTHES, S. et al.: Stabiles Ausbildungsangebot, leicht sinkende Nachfrage, mehr unbesetzte Plätze. Die Entwicklung des Ausbildungsmarktes im Jahr 2016. BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zum 30. September (vorläufige Fassung vom 14.12.2016). Bonn 2016
URL: https://www.bibb.de/dokumente/pdf/ab21_beitrag_naa-2016.pdf (15.05.2017)
- MOUW, T.: Social Capital and Finding a Job: Do Contacts Matter? American Sociological Review 68, 2003, S. 868-896
- REES, A.: Information networks in labor markets. American Economic Review 56 (1966) 1/2, S. 559–566
- SCHIER, F.; ULRICH, J. G.: Übergänge wohin? Auswirkungen sinkender Schulabgängerzahlen auf die Berufswahl und Akzeptanz von Ausbildungsangeboten. Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik, 110. Band, Heft 3 (2014), S. 358 – 373
- TROLTSCH, K.: Betriebliche Ausbildungsbeteiligung – Ergebnisse aus dem BIBB-Qualifizierungspanel. In: BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (Hrsg.): Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2017. Bonn 2017, S. 228 – 236
- VENERI, C. M.: Can occupational labor shortage be identified using available data? Monthly Labor Report, March 1999, pp. 15-21
- WANKA, J.: Auf jeden einzelnen kommt es an. In: WANKA, J. et al.: „Akademisierungswahn“: Studieren zu viele? ifo Schnelldienst 23/2013, S. 3-6
URL: <http://www.cesifo-group.de/de/ifoHome/publications/docbase/details.html?docId=19102957>
- ZENTRALVERBAND DES DEUTSCHEN HANDWERKS (ZDH): Integration von Studiaussteigern in das duale Berufsbildungssystem. Ergebnisse einer Umfrage. Berlin 2013