

azubi.report 2021

Die große Studie zur Situation von
Auszubildenden in Deutschland

Inklusive Themenschwerpunkt:

*Was Corona für die Ausbildung
bedeutet, was Unternehmen in der
Krise gerade richtig machen und
warum der Konkurrenzdruck
trotzdem hoch ist*



Haben sich die Auszubildenden krisenbedingt bereits von ihrem großen Traum nach Freiheit und Selbstverwirklichung verabschiedet, halten nun auch noch existenzielle Sorgen Einzug. Doch auch die Unternehmen selbst sind zum Teil einer großen Ungewissheit ausgesetzt – sowohl wirtschaftlich als auch politisch.

Generation Corona? Noch ist es nicht zu spät!

Ob Wirtschaft, Politik oder Gesellschaft – in der Corona-Krise sind alle gefordert. Neue Regeln, Verbote und Einschränkungen stellen alle vor große Herausforderungen. Manche Berufe etablieren sich als systemrelevant, andere sind plötzlich zum völligen Stillstand gezwungen. Die Pandemie wirbelt Strukturen und Systeme gehörig durcheinander und fordert nach neuen Ansätzen, Ideen und Lösungen.

Das gilt auch für die Ausbildung. Denn trotz angespannter Wirtschaftslage war es nie wichtiger, Auszubildende einzustellen und Auszubildende zu halten. Das mag zunächst paradox klingen, wird die andauernde Krise doch gerade zu einer zusätzlichen Belastung für die Betriebe. Aber genau jetzt besteht dringender Handlungsbedarf. Denn eines ist bereits absehbar: Der War for Talents wird sich verschärfen. Auszubilden bleibt daher die wichtigste Option, um einem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Auszubildende von heute – Fachkräfte von morgen

Auch die Politik hat die Notwendigkeit erkannt, die Ausbildung in der Krise besonders zu fördern. So setzte die Bundesregierung das Bundesprogramm *Ausbildungsplätze sichern* auf, um gerade kleinen und mittelständischen Betrieben in der Krise weiterhin zu ermöglichen, die Fachkräfte von morgen auszubilden. Aufgrund der andauernden Pandemielage wurde sogar schon nachjustiert: Die Fördervoraussetzungen für die Ausbildungsprämien sind nun deutlich erleichtert worden, Übernahmeprämien und Zuschüsse zur Ausbildungsvergütung bis Mitte 2021 verlängert.

Ausbildungsbetriebe machen vieles richtig

Auch die Betriebe selbst sind ambitioniert, wenn es um die Ausbildung geht, und machen in der Krise vieles richtig. Ob Krisenkommunikation oder Bewerbungsprozess – der azubi.report 2021 zeigt: Auszubildende in den ersten Ausbildungsjahren stellen ihren Unternehmen gute Zeugnisse aus. Doch besonders kurz vor Ende der Ausbildung scheint der Optimismus nachzulassen und einer großen Verunsicherung Platz zu machen. Hoffnungen auf eine Übernahme schwinden. Aber die Pandemie alleine reicht hier nicht als Erklärungsgrund.

Sinkende Zufriedenheit bei den Auszubildenden

Was auffällt: Trotz positiver Grundeinstellung sinkt die Zufriedenheit der Auszubildenden mit jedem Ausbildungsjahr. Dabei ist Zufriedenheit nicht nur der bestimmende Faktor, wenn es darum geht, Azubis als Fachkräfte zu halten, sondern auch in der Kommunikation nach außen. Denn jede:r Auszubildende:r ist heute auch Microinfluencer:in. – ein zufriedener Azubi die beste Werbung. Doch wo geht die Zufriedenheit verloren, wo schwindet der Optimismus und die Hoffnungen?

Konkurrenzdruck im War for Talents

Der azubi.report 2021 gibt die Antworten und ordnet die diesjährigen Ergebnisse in die aktuelle Krisensituation ein. Dabei zeigt sich, dass sich eine Generation Corona – eine Generation ohne Perspektive und Ausbildungschance – durchaus verhindern lässt. Doch alle Akteure müssen dabei Hand in Hand arbeiten. Herausfordernd wird es allemal, denn der Konkurrenzdruck steigt – im Kampf um passende Bewerber und Auszubildende, die dem Unternehmen als Fachkräfte erhalten bleiben. In diesem Sinne wünschen wir viel Spaß beim Lesen und Entdecken neuer Ideen und Ansätze für die Ausbildung in Ihrem Unternehmen.

Bleiben Sie gesund und optimistisch!
Ihr Team von Ausbildung.de

01

Die Befragten auf einen Blick

Seite 05

Kapitel 1: Ausbildung und Corona

Freiheit, Selbstverwirklichung, große Träume. Auszubildende haben große Erwartungen an die Zukunft. Doch wie wirkt sich die Corona-Krise aus? Die Befragung zeigt: Die Träume werden kleiner.

Seite 06

02

Kapitel 2: Zufriedenheit

Azubis starten mit großen Erwartungen und hoher Zufriedenheit in die Ausbildung. Doch davon bleibt am Ende nicht viel übrig.

Seite 14

03

Kapitel 3: Der Weg in die Ausbildung

Ausbildungssuchende finden so leicht wie nie einen Ausbildungsplatz. Unternehmen sind gut aufgestellt. Dennoch verlieren sie zahlreiche Bewerber:innen – ohne es überhaupt zu bemerken.

Seite 24

Fazit

Seite 38

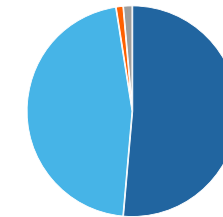
Wir nutzen eine genderneutrale Schreibweise mit einem Doppelpunkt. An einigen Stellen kann es sein, dass nur eine Geschlechtsform verwendet wird, obwohl alle Geschlechter gemeint sind. Alle Angaben in den Diagrammen sind in Prozent angegeben. Daten in Textverlauf und Grafiken sind gerundet.

Die Befragten auf einen Blick

Befragungszeitraum:
14.09.2020–02.11.2020
Teilnehmer:innen:
2748

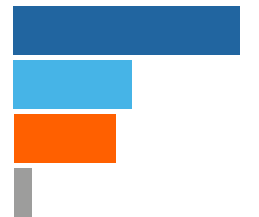
Geschlecht

52 %	Weiblich
46 %	Männlich
1 %	Divers
1 %	Keine Angabe



Ausbildungsjahr

48 %	1. Ausbildungsjahr
26 %	2. Ausbildungsjahr
22 %	3. Ausbildungsjahr
4 %	4. Ausbildungsjahr



Alter

14 %	15–17 Jahre
46 %	18–20 Jahre
26 %	21–23 Jahre
9 %	24–28 Jahre
6 %	29 Jahre oder älter



Berufsfeld

11 %	Handwerkliche Berufe
5 %	Berufe mit Verkauf und Beratung
4 %	Berufe in Gastronomie und Tourismus
21 %	Soziale und Gesundheitsberufe
7 %	IT- und Multimedia-Berufe
22 %	Kaufmännische und administrative Berufe
3 %	Berufe mit Transport und Logistik
9 %	Berufe mit Technik und Elektronik
1 %	Landwirtschaftliche Berufe
1 %	Sicherheitsberufe
2 %	Berufe im Baugewerbe
3 %	Berufe mit Gestaltung, Design und Medien
9 %	Sonstiges



Schulabschluss

14 %	Hauptschulabschluss
43 %	Fachoberschulreife/Real-schulabschluss/mittlerer Schulabschluss
15 %	Fachabitur
26 %	Allgemeine Hochschulreife/Abitur
2 %	Ich habe keinen Schulabschluss.



Ausbildungsart

73 %	Klassische duale Ausbildung
20 %	Schulische Ausbildung
7 %	Duales Studium



Generation Corona: Große Krise, kleine Träume

Freiheit, Selbstverwirklichung, große Träume.
Auszubildende haben hohe Erwartungen an die Zukunft.
Doch wie wirkt sich die Corona-Krise aus?
Die Befragung zeigt: Die Träume werden kleiner
und Freiheit zur Nebensache.



Auf einen Blick:

- Unternehmen machen im Umgang mit Krise und Ausbildung vieles richtig, was im positiven Feedback der Auszubildenden deutlich wird.
- Gerade in Zeiten von Corona rücken bei den Auszubildenden konservative Werte in den Vordergrund.
- Der Wunsch nach einem sicheren Arbeitsplatz wächst.
- Doch die Hoffnung auf eine Übernahme schwindet mit den Ausbildungsjahren. Auch, weil sich Auszubildende zum Teil nicht ausreichend über akute Maßnahmen informiert fühlen.
- Gute Kommunikation stärkt das Sicherheitsgefühl und das Vertrauen in der Krise.
- Unterrichtsausfall und fehlende Digitalisierung in der Berufsschule verstärken die Unsicherheit bei den Azubis.

Im Angesicht der Krise sehen sich Wirtschaft und Politik mit Herausforderungen konfrontiert, für die es kein Patentrezept gibt und bestehende Probleme wie der Fachkräftemangel wachsen weiter. Aber wie sieht es eigentlich bei denjenigen aus, die die Fachkräfte von morgen stellen – den Auszubildenden?

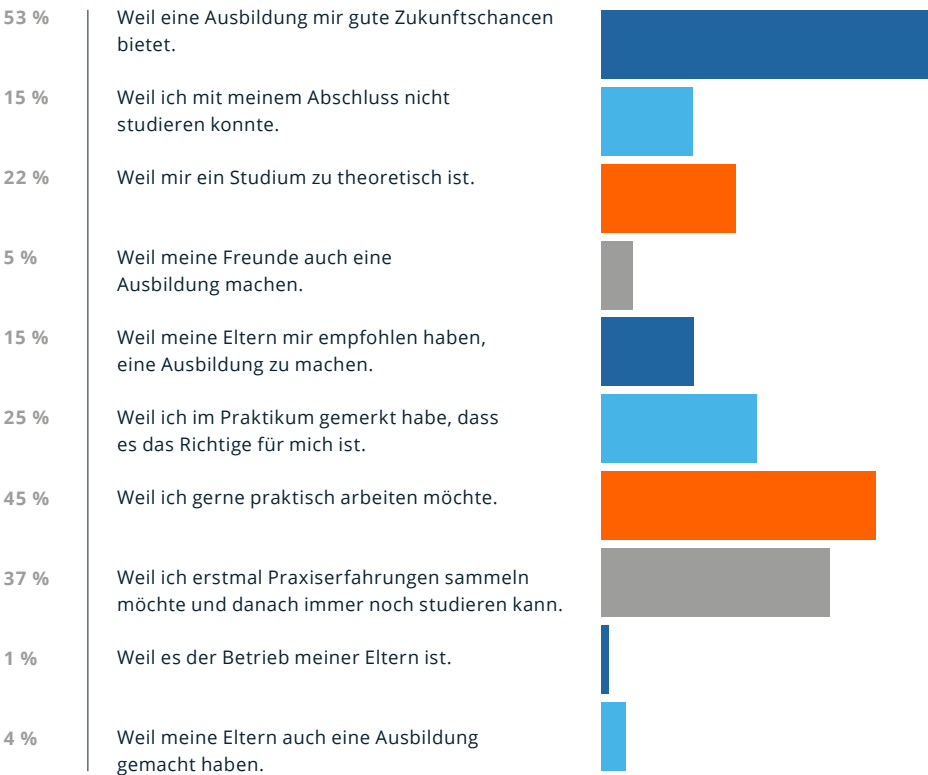
Wie wirkt sich die Corona-Krise auf ihre Ausbildung und ihre berufliche Zukunft aus? Was wird aus den Träumen, die sie antreiben? Und können oder müssen wir bereits von einer Generation Corona sprechen?

Im Trend: konservative Werte

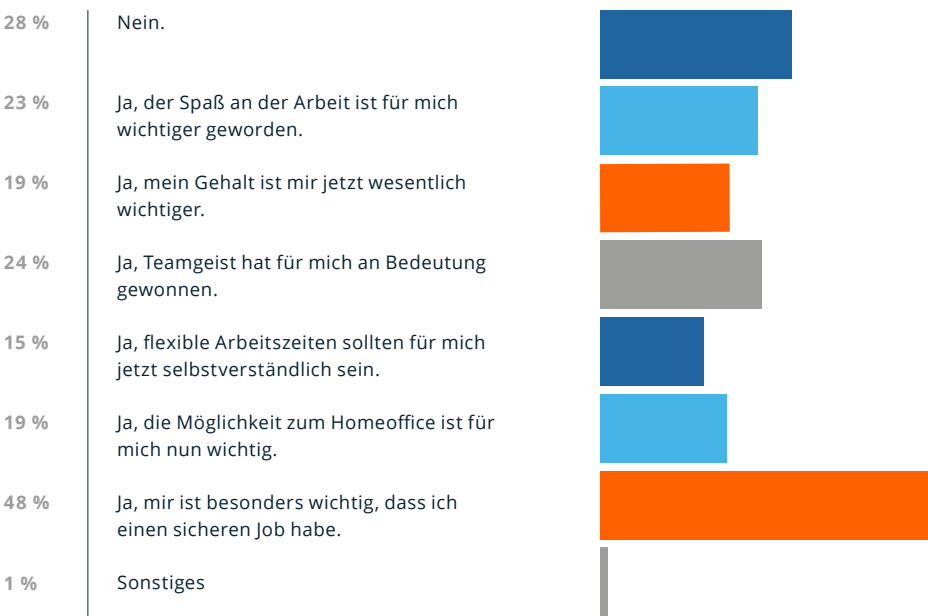
Pandemie vs. Selbstverwirklichung – die Befragung liefert den Reality-Check und zeigt: In Zeiten von Corona rücken konservative Werte in den Fokus. So ist für 69 Prozent der befragten Auszubildenden der größte Wunsch für die Zukunft ein sicherer Arbeitsplatz (Grafik 03). Corona wirkt hier als ein Katalysator: Knapp die Hälfte der Befragten (48 %) gibt an, dass dieses Thema in der Krise wichtiger geworden sei (Grafik 02). Der Wunsch nach Selbstverwirklichung muss diesem weichen. Und auch der große Traum von Freiheit und Unabhängigkeit schrumpft unter den gegebenen Umständen. Frei und ortsungebunden arbeiten zu können, ist nur für 22 Prozent wichtig (Grafik 03). So verwundert es nicht, dass Homeoffice für nur 19 Prozent an Bedeutung gewinnt (Grafik 02).

Auch wenn die Träume schrumpfen, es gibt sie noch – reduziert auf das Wesentliche. Neben einer hohen Jobsicherheit wünschen sich Auszubildende zudem mit Freude zur Arbeit zu gehen (67 %) und eine gute Work-Life-Balance (62 %). Auffällig: Der eigene Ausbildungsbetrieb spielt in der Zukunftsplanung der Befragten eine untergeordnete Rolle. Nur 11 Prozent der Auszubildenden wünschen sich, auch in Zukunft noch für das Unternehmen zu arbeiten, in dem die eigene Ausbildung stattgefunden hat. Fatal für beide Seiten, denn Ausbildungsbetriebe verlieren so ausgebildete Fachkräfte, Auszubildende büßen Sicherheit ein, wenn sie sich erneuert orientieren müssen.

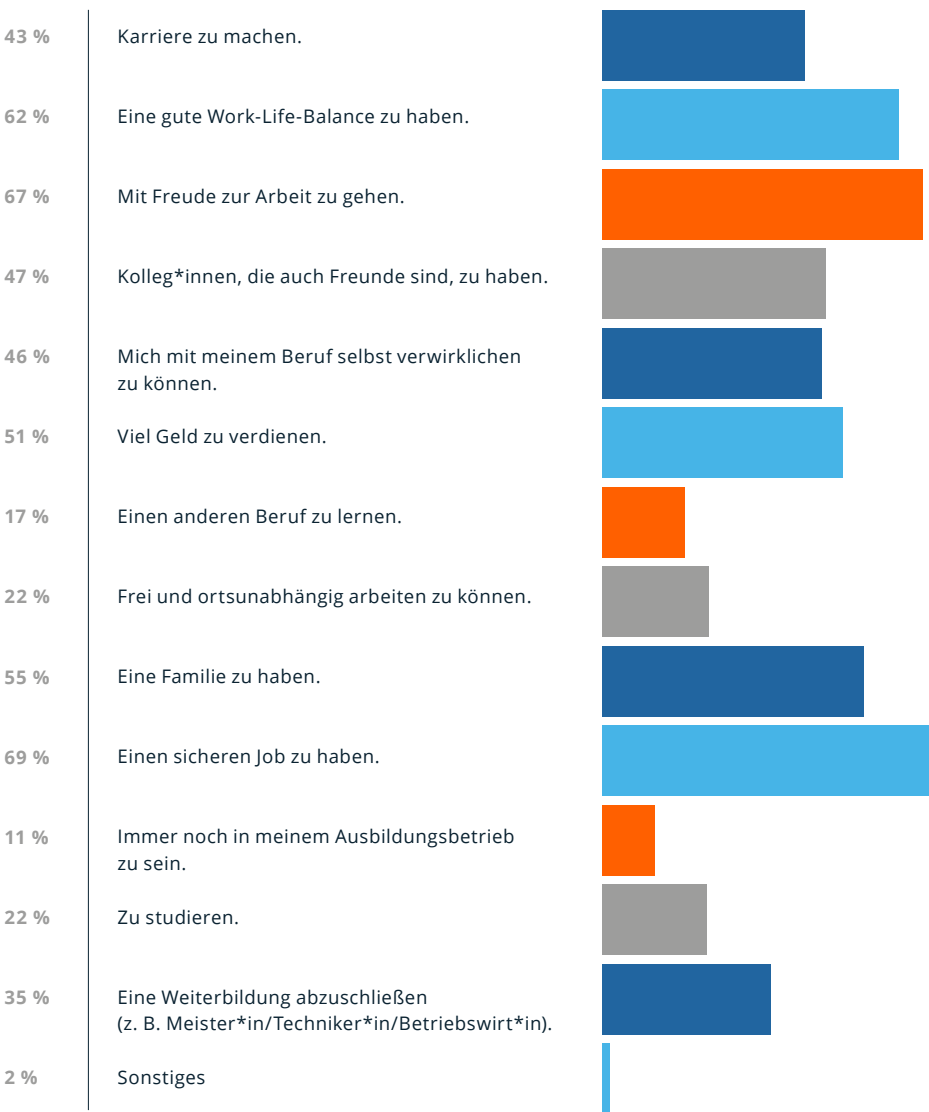
Grafik 1 | Warum sich Auszubildende für ihre Ausbildung entschieden haben (Mehrfachantwort):



Grafik 2 | Ob bestimmte Aspekte durch die Krise in den Vordergrund gerückt sind, die vorher weniger wichtig waren (Mehrfachantwort):



Grafik 3 | Was sich Auszubildende für ihre Zukunft wünschen (Mehrfachantwort):



Sicherheit geben: Unternehmen stehen vor großer Herausforderung

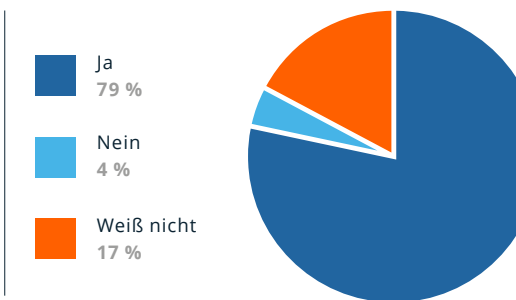
Unternehmen sind durchaus bemüht, den Auszubildenden auch in Krisenzeiten ein Gefühl der Sicherheit zu geben. So sind insgesamt nur 6 Prozent der Befragten von Auswirkungen wie geplanter oder bereits durchgeführter Vertragsauflösung oder einer Insolvenz betroffen und ganze 79 Prozent der befragten Auszubildenden glauben daran, dass ihr Ausbildungsbetrieb gut durch die Krise kommen wird (Grafik 04). Doch immerhin 19 Prozent der befragten Auszubildenden waren oder sind in Kurzarbeit (Grafik 05).

Wie sicher sich Auszubildende in Zeiten von Corona fühlen, hängt vor allem von einer transparenten Kommunikation und guten Betreuung ab. Die Auszubildenden stellen ihren Betrieben gerade für letzteres ein durchaus gutes Zeugnis aus. Rund 77 Prozent der Auszubildenden fühlen sich trotz der Krise genauso gut betreut, 9 Prozent fühlen sich sogar besser betreut als vorher (Grafik 07). Ähnlich gute Noten erhalten die Ausbildungsbetriebe in Sachen Kommunikation. Hier klagen lediglich 11 Prozent der Auszubildenden darüber, Informationen nur auf Nachfrage zu erhalten und weitere 9 Prozent gaben an, keine ausreichenden Informationen zu haben (Grafik 06). Auf der Suche nach Sicherheit erwächst bei diesen 20 Prozent daraus aber durchaus ein Motiv, sich diese spätestens nach der Ausbildung in einem anderen Betrieb zu suchen.

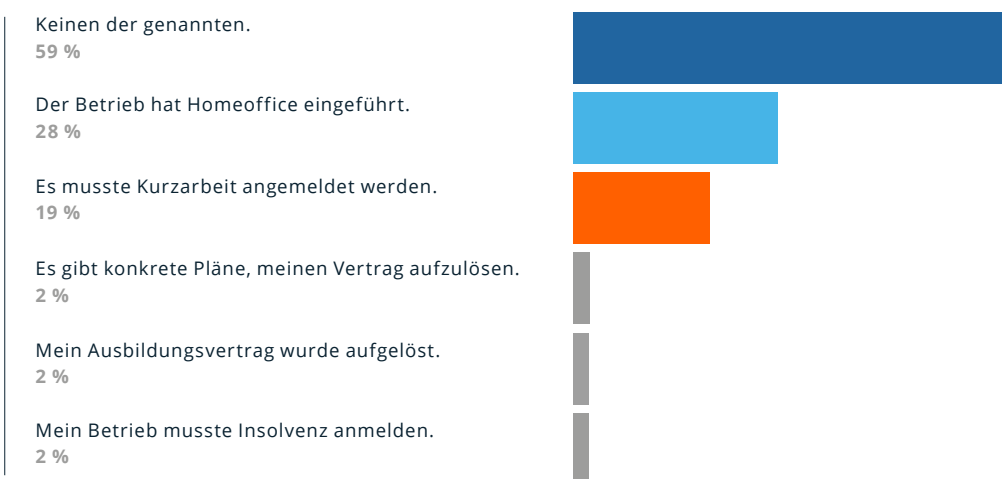
Ich mache eine Friseurausbildung. Durch die Coronapandemie und die geltenden Regeln bleibt meine Ausbildung auf der Strecke.

Anonyme:r Befragte:r

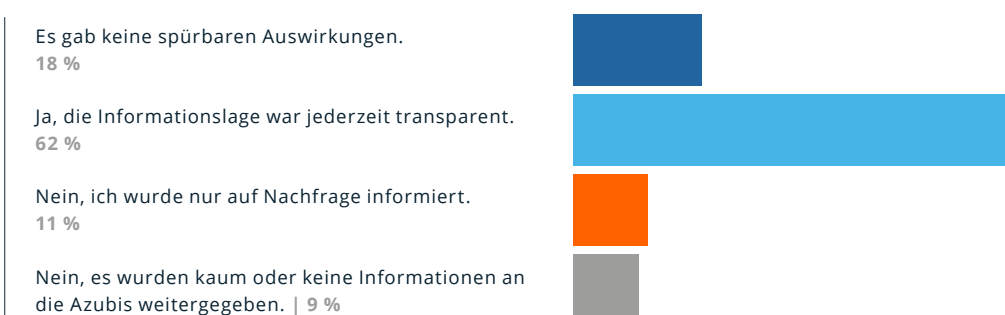
Grafik 4 | Ob Auszubildende zuversichtlich sind, dass Ihr Unternehmen gut durch die Corona-Krise kommt:



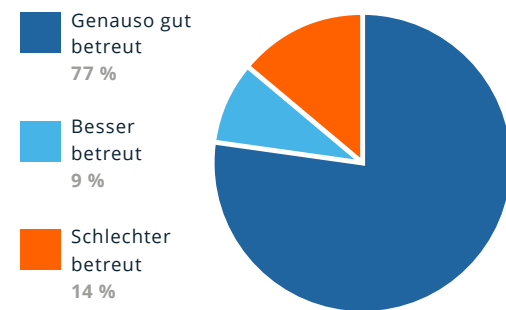
Grafik 5 | Welchen Einfluss die Corona-Krise auf den Ausbildungsplatz hat (Mehrfachantwort):



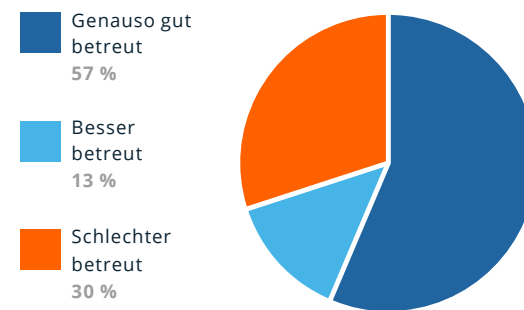
Grafik 6 | Ob sich Auszubildende durch den Ausbildungsbetrieb ausreichend über die betrieblichen Auswirkungen der Corona-Krise informiert fühlen:



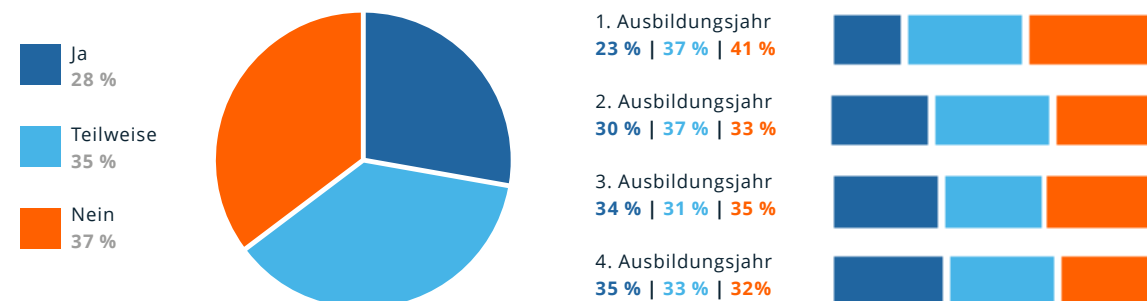
Grafik 7 | Ob Auszubildende in der Corona-Krise vom Unternehmen ausreichend betreut werden:



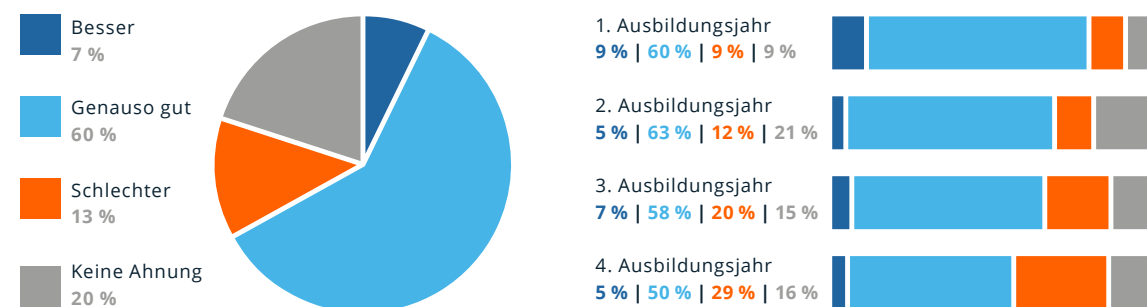
Grafik 8 | Ob Auszubildende in der Corona-Krise von der Berufsschule ausreichend betreut werden:



Grafik 9 | Glaubst du, du könntest aufgrund von Unterrichtsausfall oder Arbeitsausfall Probleme bekommen, deine Prüfungen zu bestehen?



Grafik 10 | Wie Auszubildende – trotz Corona-Krise – ihre Chancen auf eine Übernahme nach erfolgreichem Abschluss der Ausbildung einschätzen:



Kurz vor Schluss platzen die Träume

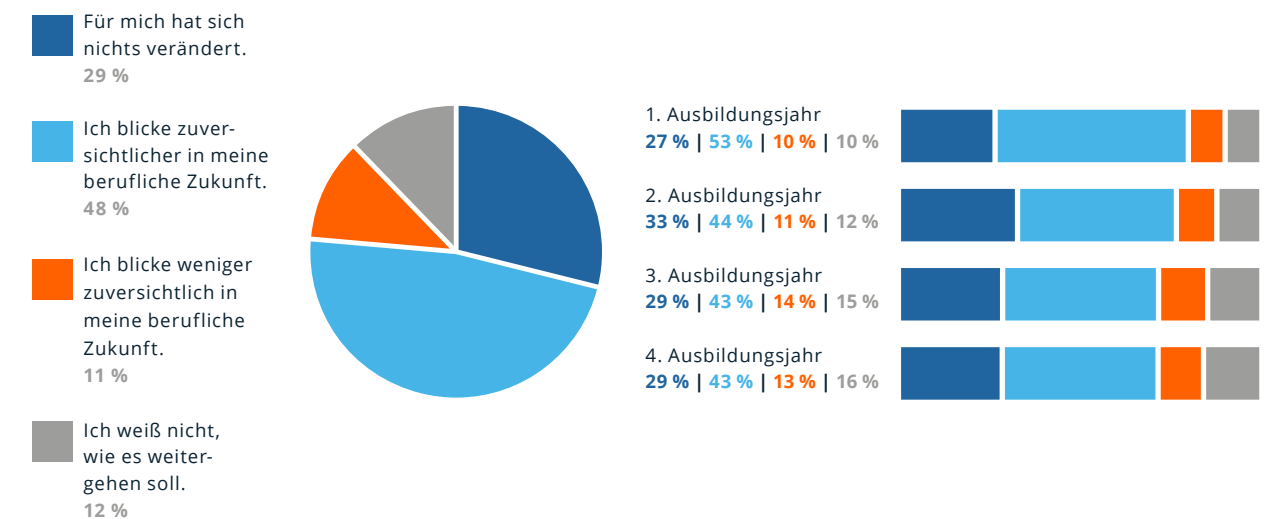
53 Prozent der Auszubildenden haben sich für eine Ausbildung entschieden, weil sie darin gute Zukunftschancen sehen (Grafik 01). Allerdings fällt bei der Befragung auf: Mit den Ausbildungsjahren steigen Sorgen und Unzufriedenheit deutlich an, die Zuversicht schwindet. Gerade die Auszubildenden, die kurz vor dem Abschluss der Ausbildung stehen, scheinen besonders verunsichert zu sein. So schätzen 20 Prozent der Auszubildenden im dritten Ausbildungsjahr und 29 Prozent der Auszubildenden im vierten Ausbildungsjahr ihre Übernahmechancen als schlechter ein (Grafik 10). Ebenso blicken sie deutlich weniger zuversichtlich in ihre Zukunft, als Auszubildende im ersten und zweiten Ausbildungsjahr (Grafik 11).

Haben sich die Auszubildenden krisenbedingt bereits von ihrem großen Traum nach Freiheit und Selbstverwirklichung verabschiedet, halten nun auch noch existenzielle Sorgen Einzug. Doch auch die Unternehmen selbst sind zum Teil einer großen Ungewissheit ausgesetzt – sowohl wirtschaftlich als auch politisch. Eine Herausforderung, wenn es darum geht, den Nachwuchs zu binden. Die Kommunikation mit den Auszubildenden wäre gerade jetzt besonders wichtig, um Sorgen und Nöten entgegenzutreten und Perspektiven zu bieten.

Doch schaffen es viele Unternehmen nicht, in der Krise für Klarheit zu sorgen. Besonders bei Auszubildenden, die sich kurz vor ihrem Abschluss Gedanken über ihren weiteren Werdegang machen, fällt das auf. Aber die Ausbildungsbetriebe stehen nicht in der alleinigen Verantwortung, wenn von Sorgen und Unsicherheit die Rede ist. Auch die schulische Versorgung der Auszubildenden blieb und bleibt in der Krise oft auf der Strecke.

Aufgrund von ausfallendem Berufsschulunterricht befürchtet jeder dritte Auszubildende, die Prüfungen nicht bewältigen zu können (Grafik 09). Damit zählen nicht nur Schüler, sondern auch Auszubildende zu den Leidtragenden der mangelnden Digitalisierung an Schulen. Am Ende könnte damit auch der Traum von einer erfolgreichen Ausbildung platzen. Eine Generation Corona wäre dann kaum noch zu verhindern. Doch noch besteht eine reelle Chance, diese mit geeigneten Mitteln zu verhindern. Dafür müssen Wirtschaft, Politik und Bildungseinrichtungen sich gemeinsam stark machen und schnelle Lösungen für bestehende Probleme finden.

Grafik 11 | Wie Auszubildende ihre Zukunfts- und Karrierechancen in der aktuellen Lage einschätzen:



Azubis so unzufrieden wie noch nie! Doch Corona allein ist nicht schuld

Azubis starten mit großen Erwartungen und hoher Zufriedenheit in die Ausbildung. Doch davon bleibt am Ende nicht viel übrig.



Auf einen Blick:

- Die Zufriedenheit der Auszubildenden nimmt mit jedem Ausbildungsjahr ab.
- Zufrieden ist, wer eine:n feste:n Ansprechpartner:in hat und bis zur Prüfung Unterstützung sowie Respekt für seine Leistung bekommt. In den einzelnen Berufsfeldern spiegelt sich das deutlich wider.
- Auch wenn das Gehalt kein entscheidender Faktor in der Berufswahl ist, so ist er es doch in Bezug auf die Zufriedenheit während der Ausbildung, denn Geldsorgen machen unglücklich.
- Azubis in Transport und Logistik sind die zufriedensten. In Verkauf und Beratung herrscht die größte Unzufriedenheit.

Mit dem Start in die Ausbildung startet ein neuer Lebensabschnitt. Viele angehende Auszubildende freuen sich auf den großen in Schritt Richtung eigener Zukunft. Doch klar ist auch: Das Lernen spielt weiterhin eine zentrale Rolle, sowohl in der Theorie, als auch in der Praxis. Wichtig ist aber auch die Unterstützung, die man im Betrieb, aber auch in Berufsschule erhält, ebenso wie regelmäßiges Feedback sowie Anerkennung für erfolgreich abgeschlossene Aufgaben.

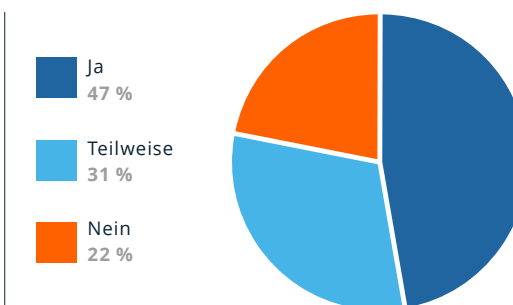
All das trägt zur Zufriedenheit bei und ist gleichzeitig Wegbereiter: Denn zufriedene Auszubildende sind nicht nur Botschafter für Ausbildungsbetrieb und Beruf. Sie sind die Fachkräfte von morgen. Ganz klar, dass Unzufriedenheit in diesem Sinne wenig beflügelnd wirkt, sei es für den Ruf des Ausbildungsbetriebs oder die Gewinnung des Nachwuchses.

Die Zufriedenheit sinkt

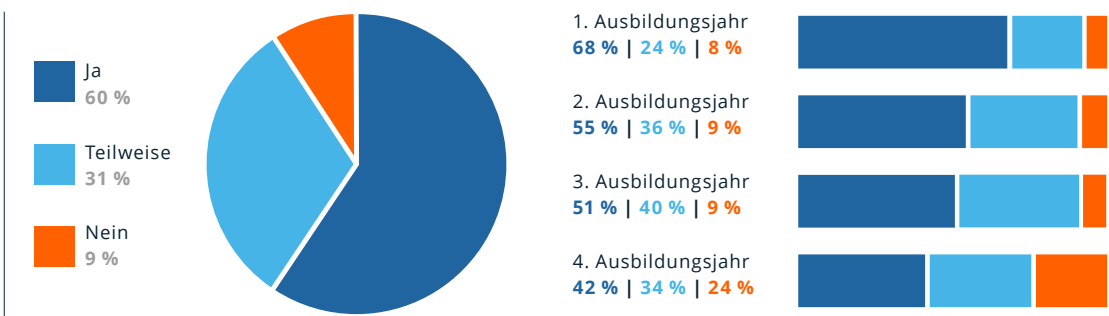
Doch auch wenn Unternehmen im Umgang mit Corona-Krise und Ausbildung schon vieles richtig machen, zeigt der aktuelle azubi.report eines deutlich: Die Zahl der zufriedenen Auszubildenden sinkt. Waren es 2019 noch 65 Prozent (siehe azubi.report 2019) sind es aktuell nur noch 60 Prozent der Auszubildenden, die mit ihrer Ausbildung zufrieden sind (Grafik 13). Doch die schwindende Begeisterung alleine auf Corona zurückführen, wäre falsch und würde zudem nahelegen, dass diese, ohne Zutun der Unternehmen, nach der Krise wieder steigt. Die Befragung verdeutlicht vielmehr, dass die Gründe der sinkenden Zufriedenheit vielfältig sind. Vor allem aber zeigt sich: Die Ausbildungsbetriebe scheitern dabei, die Betreuung der Auszubildenden über die gesamte Ausbildung hinweg auf einem hohen Level zu halten.

Die mit jedem Ausbildungsjahr signifikant sinkende Zufriedenheit der Auszubildenden ist das Ergebnis. Sind zu Beginn der Ausbildung noch 68 Prozent der Auszubildenden zufrieden, sind es im vierten Ausbildungsjahr noch lediglich 42 Prozent (Grafik 13). So gibt über die Hälfte aller Befragten an, nicht der Traumausbildung nachzugehen oder ist sich diesbezüglich unsicher (Grafik 12).

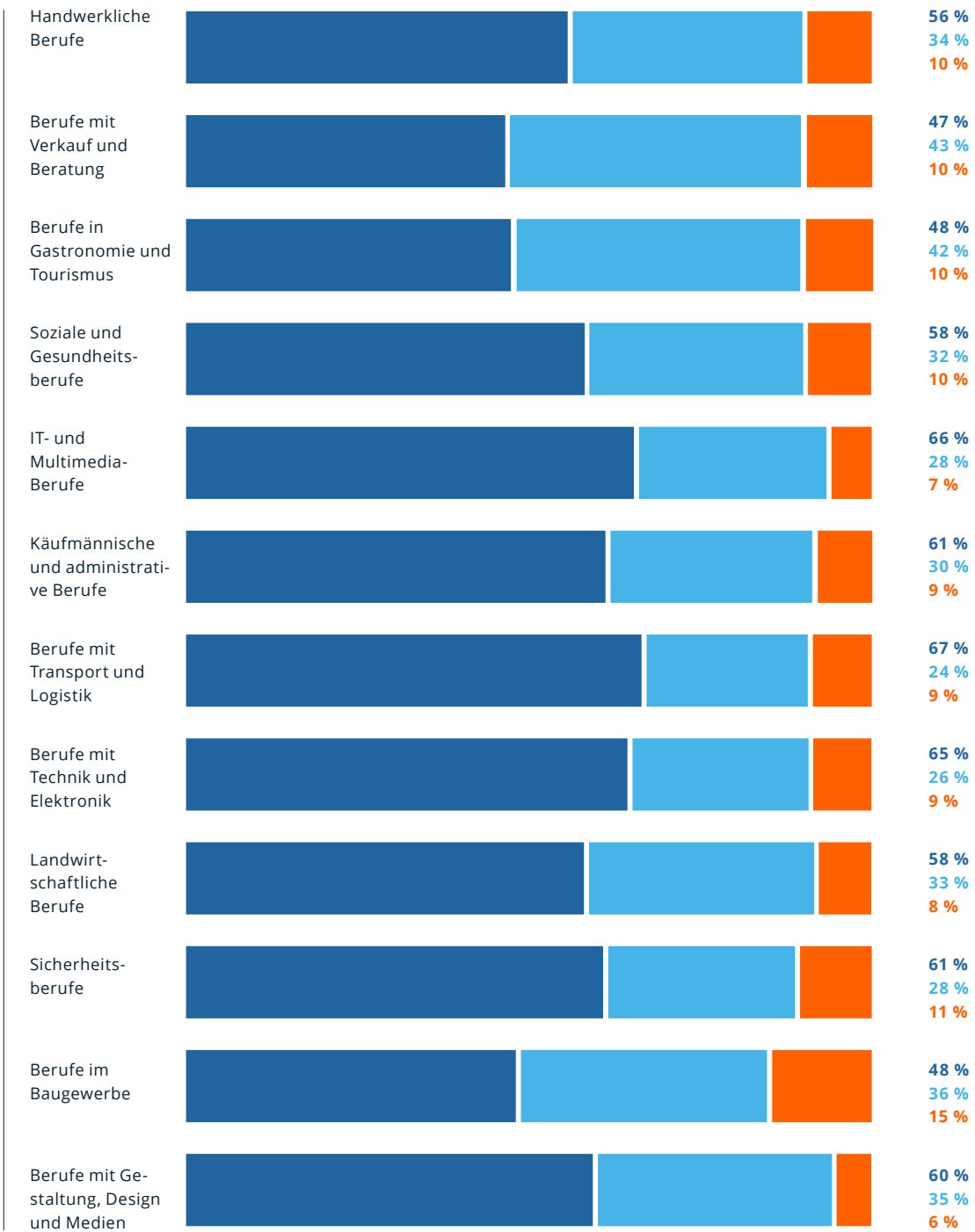
Grafik 12 | Ob Auszubildende ihrer Traumausbildung nachgehen:



Grafik 13 | Ob Auszubildende mit ihrer Ausbildung zufrieden sind:



Nach Berufsfeld:



Hohe Erwartungen und fehlende Betreuung sorgen für Unzufriedenheit

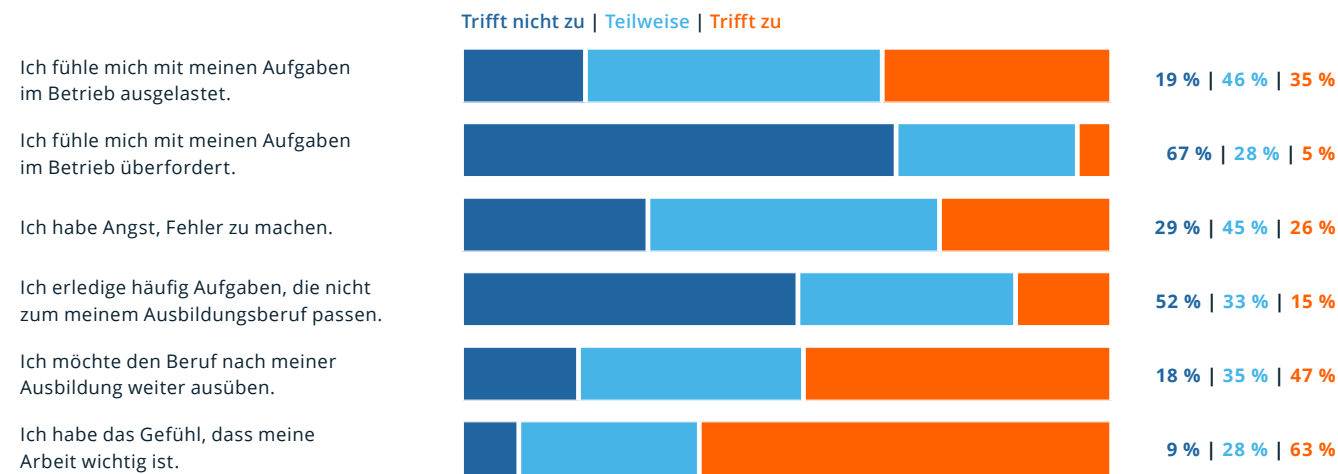
Insbesondere beim Thema Wertschätzung und der bereits angesprochenen Betreuung lassen sich Schwachstellen erkennen. Geben im ersten Ausbildungsjahr nur 8 Prozent der Auszubildenden an, keinen ausreichenden Respekt für ihre geleistete Arbeit zu bekommen, sind es im vierten Ausbildungsjahr 26 Prozent. Ebenso nimmt das Gefühl, ausreichend Unterstützung zu erhalten, mit jedem Ausbildungsjahr ab. Während 68 Prozent der Auszubildenden im ersten Ausbildungsjahr angeben, ausreichend Unterstützung zu erhalten, stimmen nur noch 42 Prozent der Auszubildenden im vierten Ausbildungsjahr dieser Aussage zu (Grafik 15). Ebenso auffallend: Auszubildende im dritten (57 %) und vierten (52 %) Ausbildungsjahr, schätzen ihre Arbeit als weniger wichtig ein als Auszubildende im ersten (69 %) und zweiten (62 %) Ausbildungsjahr (Grafik 14).

Nach einem Jahr soll man praktisch funktionieren wie eine ausgebildete Vollzeitkraft und wird auch so eingesetzt. Dass die Theorie dahinter noch fehlt, ist nicht relevant.

Anonyme:r Befragte:r

Die Folge: Während nur 5 Prozent der Azubis im ersten Ausbildungsjahr ihre Ausbildung nicht weiterempfehlen würden, sind es im vierten Ausbildungsjahr bereits 20 Prozent. Anders ausgedrückt: Die Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit sinkt von 76 Prozent im ersten Ausbildungsjahr auf 47 Prozent im vierten Ausbildungsjahr (Grafik 16). Sollten dabei nicht gerade diejenigen mit Begeisterung auf ihre Ausbildung blicken, die kurz vor dem Abschluss stehen? Schließlich sind sie die Vorbilder und Motivatoren für eine neue Generation an Auszubildenden.

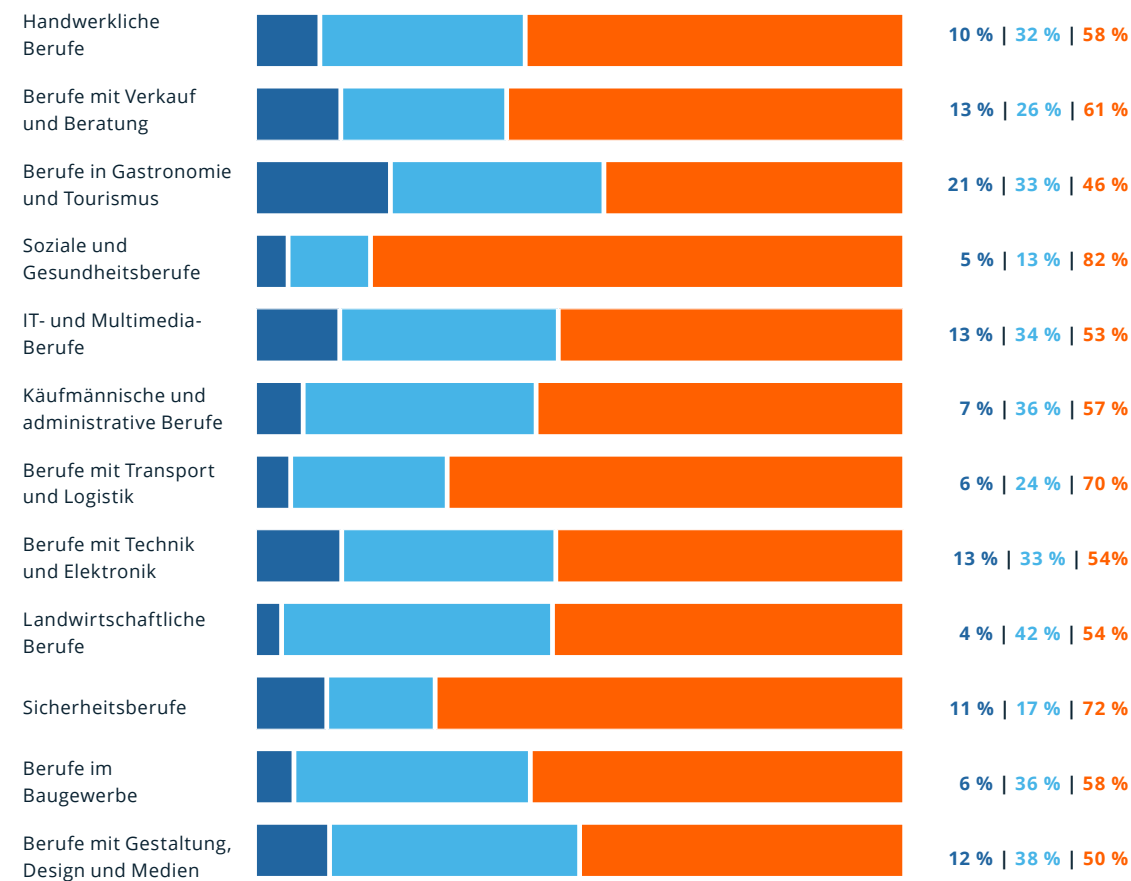
Grafik 14 | Auszubildende über ihre Aufgaben im Betrieb:



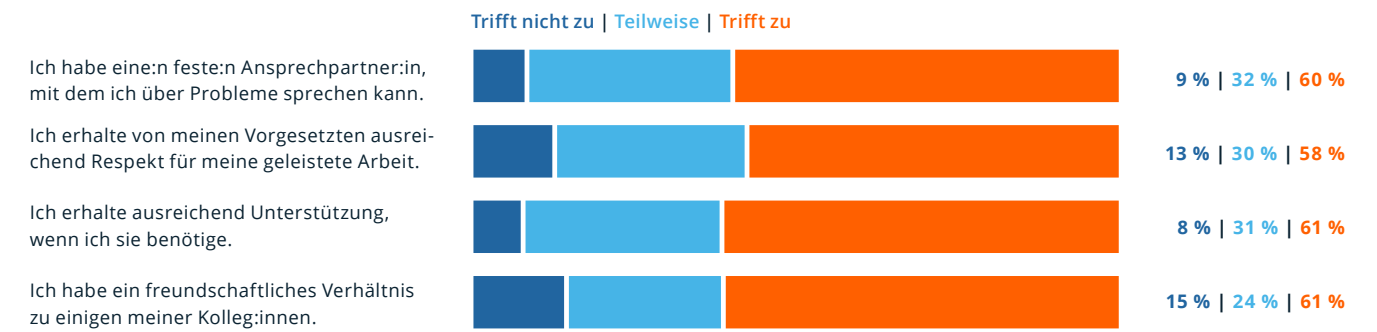
Nach Ausbildungsjahr



Nach Berufsfeld



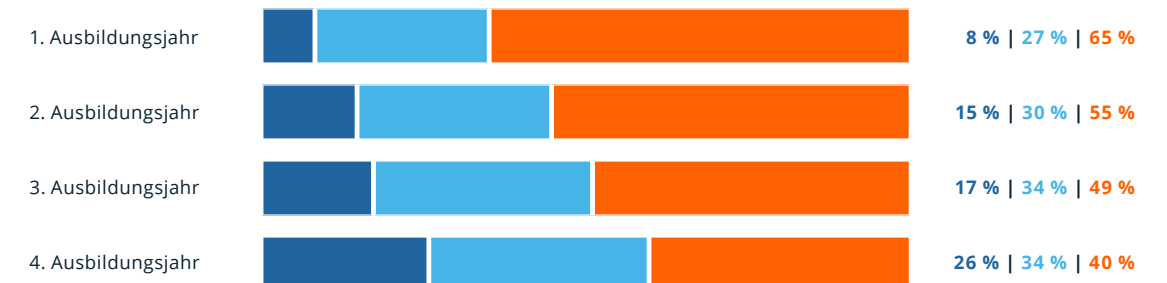
Grafik 15 | Auszubildende über ihr Verhältnis zum Team:



Nach Ausbildungsjahr



Ich erhalte von meinen Vorgesetzten ausreichend Respekt für meine geleistete Arbeit:



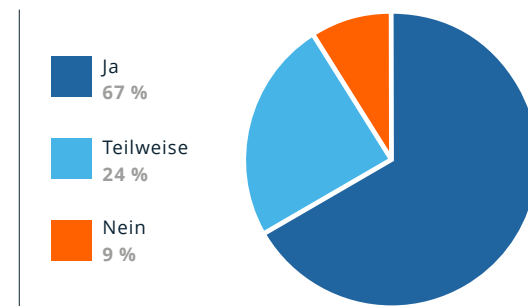
Ich erhalte ausreichend Unterstützung, wenn ich sie benötige:



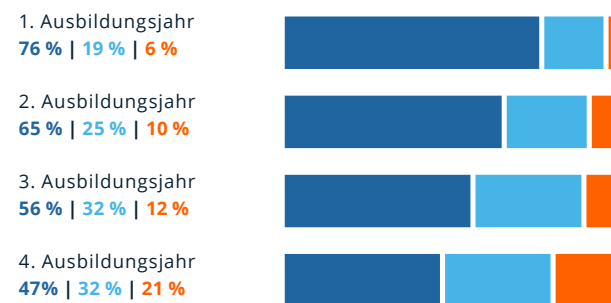
Ich habe eine:n feste:n Ansprechpartner:in, mit dem ich über Probleme sprechen kann:



Grafik 16 | Würdest du deine Ausbildung weiterempfehlen?



Nach Ausbildungsjahr:

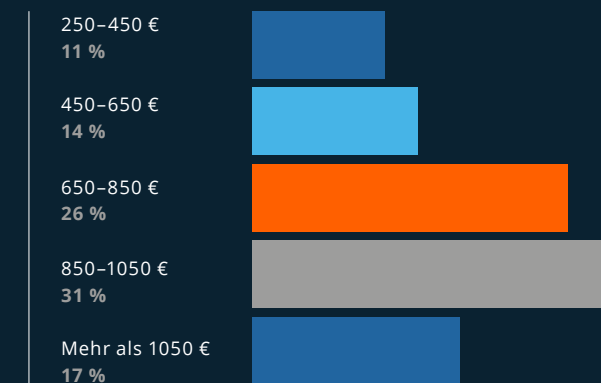


Gehalt ist nicht wichtig, aber ...

Auszubildenden geht es um die Sache, nicht ums Geld. Eigentlich eine positive Erkenntnis, denn sie stellen bei ihrer Berufswahl eigene Fähigkeiten und Interessen in den Fokus. 75 Prozent der Befragten gaben an, dass das Gehalt keine oder nur teilweise eine Rolle bei der Jobwahl gespielt hat. Bei der Wahl des Ausbildungsbetriebs waren es gar 83 Prozent der Befragten, die dem Gehalt keine oder nur eine geringe Rolle beimessen (Grafik 18).

Dennoch finden 60 Prozent der befragten Auszubildenden ihr Gehalt nicht oder nur teilweise angemessen. Für seine Leistung entsprechend entlohnt zu werden, ist letztendlich aber auch Ausdruck von Wertschätzung und Respekt – Punkte, bei denen, wie bereits erwähnt, Verbesserungsbedarf besteht. Weitere 65 Prozent geben zudem an, nicht oder nur teilweise von ihrem Gehalt leben zu können. Zufriedenheit und Geldsorgen – mit Sicherheit zwei Faktoren, die sich schwer vereinen lassen!

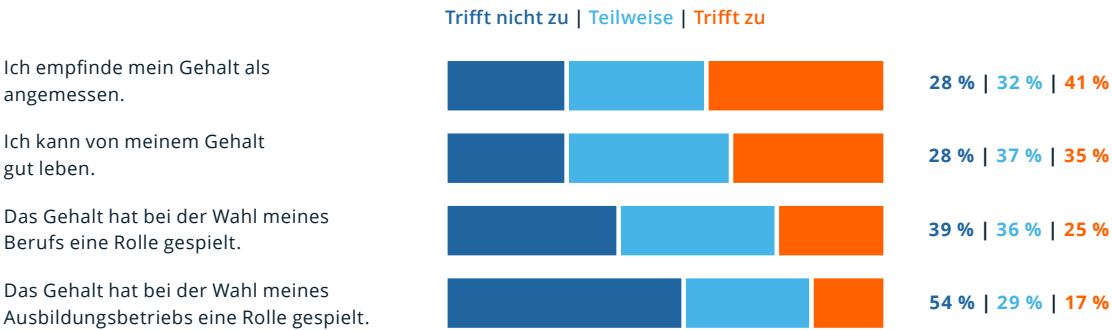
Grafik 17 | Was Auszubildende verdienen:



Mit der Vergütung bin ich sehr unzufrieden. Ich bekomme nur 279 Euro netto pro Monat bei einer 38,5-Stunden-Woche. Ohne die Unterstützung meiner Eltern könnte ich die Erzieher:innen-Ausbildung nicht absolvieren.

Anonyme:r Befragte:r

Grafik 18 | Auszubildende über ihr Gehalt:



Was Online-Shopping mit Ausbildung zu tun hat

Zufriedene Kunden hinterlassen positive Bewertungen und beeinflussen Neukunden in der Kaufentscheidung. Was für das Online-Shopping gilt, lässt sich auch auf das Recruiting der Azubis übertragen:

Zufriedene Azubis beeinflussen den Nachwuchs in der Orientierungsphase positiv. Ob Geschwister, Freunde oder Bekannte – als Microinfluencer können sie, persönlich oder über die Social-Media-Accounts des Ausbildungsbetriebs, ganz direkt ihre Erfahrungen teilen und authentische Einblicke in ihren beruflichen Alltag geben.

So wird Zufriedenheit zum Recruiting-Booster, wenn positives Erleben Verknüpfung mit dem eigenen Ausbildungsbetrieb findet. Zudem steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie nicht nur als Influencer neuen Nachwuchs in das Unternehmen holen, sondern diesem selbst als Fachkraft erhalten bleiben. Übrigens lassen sich durchaus weitere Parallelen zum Online-Shopping-Erlebnis finden, wenn es um die Bewerbung geht: So einfach wie sich der Einkaufswagen füllen lässt und die Bestellung getätigt wird, so einfach muss auch der Upload der Bewerbungsunterlagen funktionieren, damit die Bewerbung versendet wird. Dazu mehr in folgendem Kapitel.

Zufriedenheit im Detail: In welchen Berufsfeldern Nachholbedarf besteht

Wie unterscheidet sich die Zufriedenheit der Auszubildenden nach Berufsfeld?

Während die Auszubildenden der Berufsfelder Transport und Logistik (67 %), IT- und Multimedia (66 %) sowie Technik und Elektronik (65 %) überdurchschnittlich zufrieden sind, ist weniger als jeder zweite Auszubildende im Bereich Verkauf und Beratung (47 %), im Gastgewerbe (48 %) und Baugewerbe (48 %) zufrieden (Grafik 13).

Und auch hier lassen sich die Gründe im Umgang mit Respekt und Betreuung wiederfinden. So geben Auszubildende, die deutlich unzufriedener sind, besonders häufig an, wenig Respekt für geleistete Arbeit zu erhalten, keinen festen Ansprechpartner zu haben und wenig Unterstützung zu bekommen (Grafik 15).

Digital und schnell – Unternehmen sind gefordert

Unternehmen sind gut aufgestellt und haben Einstellungsprozesse optimiert. Das führt zu neuen Herausforderungen.



Auf einen Blick:

- Unternehmen machen schon einen guten Job in Bezug auf den Bewerbungsprozess.
- Der Konkurrenzdruck in der Azubigewinnung steigt dadurch deutlich an.
- Auszubildende suchen Stellen und Orientierung online.
- Die Bedeutung von Karrieremessen nimmt kontinuierlich ab.
- Erfahrungen durch Praktika beeinflussen maßgeblich die Berufswahl.
- Funktionieren digitale Bewerbungsprozesse nicht sauber und einfach, gehen unbemerkt potenzielle Bewerber verloren.
- Die überregionale Suche nach Auszubildenden lohnt sich durchaus, denn nicht jeder findet in der Heimat, was er sucht.

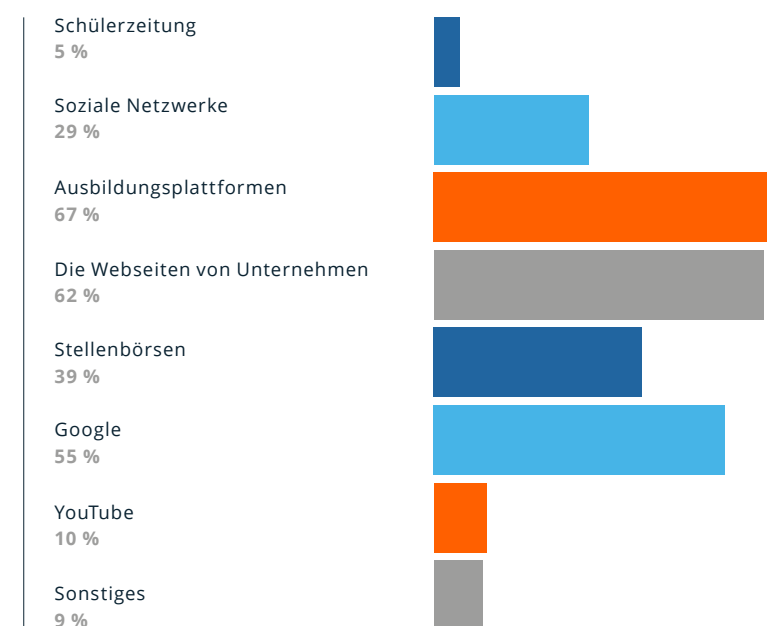
Eine gute Nachricht für alle Auszubildenden: Sie finden so leicht wie nie einen Ausbildungsplatz. Was für Bewerber positiv ist, führt bei Unternehmen zu erhöhtem Druck. Im War for Talents entscheiden vor allem zwei Faktoren: Geschwindigkeit und Angebot. So gilt es, Bewerbungsprozesse weiter zu optimieren, um konkurrenzfähig zu bleiben und Bewerbern mehr zu bieten als andere Ausbildungsbetriebe. In diesem Zusammenhang fällt eines deutlich auf: Die überwiegende Mehrzahl der Unternehmen hat sich inzwischen auf digitale und schnelle Prozesse eingestellt.

Das Problem: Wer noch nicht so weit ist, dem droht jetzt umso mehr den Anschluss zu verpassen. Dazu kommt noch die Hürde der guten Umsetzung. Gerade bei Online-Formularen verlieren Unternehmen zahlreiche Bewerber – ohne es überhaupt zu bemerken.

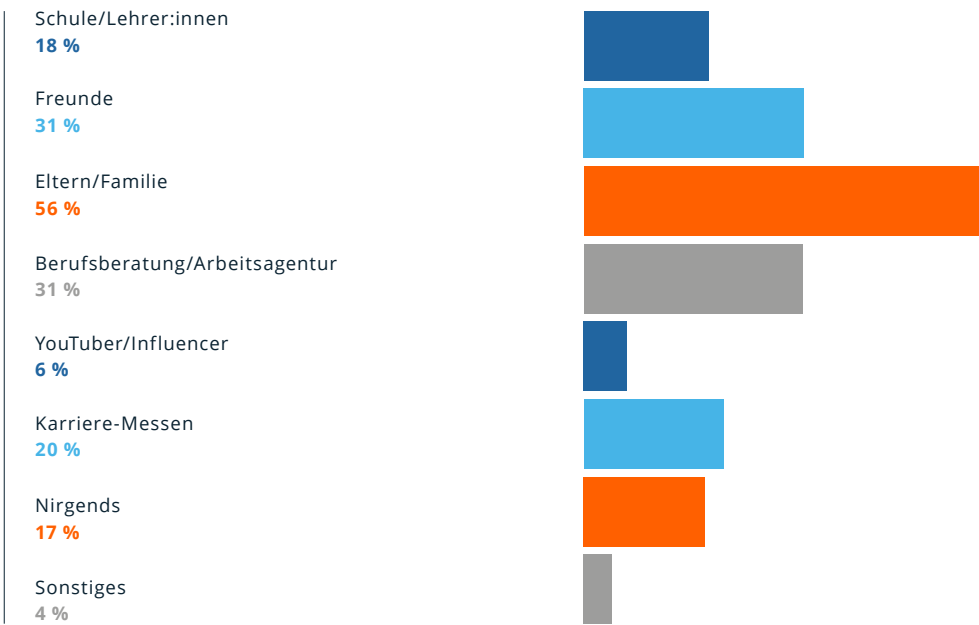
Hier werden Unternehmen gefunden

Dass Schüler:innen online eine Ausbildung suchen, ist nichts Neues. Auch die befragten Auszubildenden sind vielfach diesen Weg gegangen. Ausbildungsplattformen (67 %), Karrierewebsites von Ausbildungsbetrieben (62 %) und Google (55 %) werden dabei mehrheitlich genutzt, um freie Ausbildungsplätze und Orientierung zu finden. Klassische Stellenbörsen waren dagegen nur für rund 39 Prozent der Auszubildenden bei ihrer Suche relevant. Weitere 29 Prozent haben sich darüber hinaus auf sozialen Netzwerken informiert (Grafik 19).

Grafik 19 | Welche Angebote Ausbildungssuchende nutzen, um sich über Berufe und Arbeitgeber zu informieren (Mehrfachantwort):

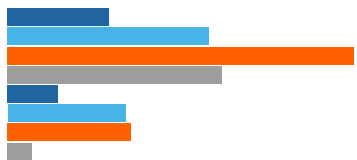


Grafik 20 | Wo sich Ausbildungssuchende Unterstützung holen (Mehrfachantwort):

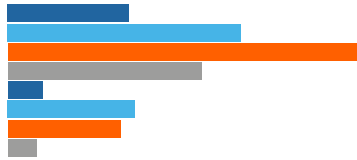


Nach Ausbildungsjahr

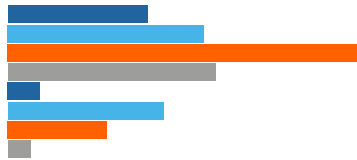
1. Ausbildungsjahr
15 % | 30 % | 52 % | 32 % | 8 % | 18 % | 19 % | 4 %



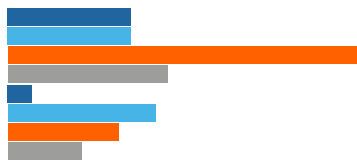
2. Ausbildungsjahr
18 % | 35 % | 57 % | 29 % | 5 % | 19 % | 17 % | 4 %



3. Ausbildungsjahr
21 % | 30 % | 60 % | 31 % | 5 % | 23 % | 15 % | 3 %



4. Ausbildungsjahr
19 % | 19 % | 61 % | 24 % | 4 % | 22 % | 17 % | 11 %



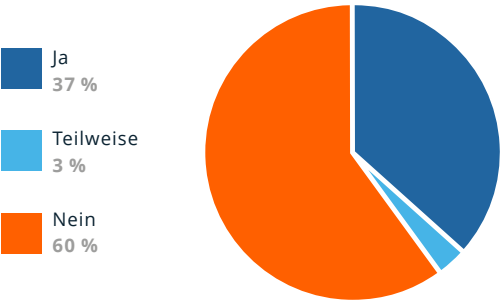
Karrieremesse Ade: Die Bedeutung von Familie, Influencern und Praktika

Unterstützung bei der Ausbildungssuche holen sich zukünftige Auszubildende vor allem im direkten Umfeld. 56 Prozent der Befragten haben Unterstützung von der Familie erhalten, fast jeder dritte von Freunden sowie der Berufsberatung der Bundesagentur für Arbeit. Waren es 2019 noch 54 Prozent, die sich auf Jobmessen orientiert und informiert haben (siehe [azubi.report 2019](#)), geben nun lediglich 20 Prozent der Befragten an, sich auf Karrieremessen informiert zu haben. Zeigt sich hier also der Einfluss der Pandemie? Ja und nein.

Gerade bei den Ausbildungsstartern im ersten Ausbildungsjahr machen sich die Ausfälle von Jobmessen bedingt durch Corona-Maßnahmen bemerkbar. Nur 18 Prozent haben hier Karrieremessen genutzt beziehungsweise nutzen können. Doch die Befragung zeigt auch: Für Auszubildende im zweiten (19 %) und dritten (23 %) Ausbildungsjahr hatten Jobmessen in der Orientierungsphase ebenfalls bereits an Relevanz verloren. Die Teilnahme sinkt also beständig! Schule und Lehrer waren für 18 Prozent eine Anlaufstelle in Sachen Berufsberatung (Grafik 20). Immerhin auf rund 6 Prozent der heutigen Auszubildenden hatten YouTube und Influencer einen Einfluss.

Übrigens: Mit 37 Prozent fällt der Anteil derer überraschend hoch aus, die ihren heutigen Ausbildungsberuf bereits aus dem Schulpraktikum kannten (Grafik 21). Ein wichtiges Indiz für die Bedeutung von praktischen Erfahrungswerten. Denn so manche Aufgaben lassen sich durch abstrakte Beschreibungen in Stellenanzeigen nicht erklären. Hier zählt das Erleben, um begeistert zu werden.

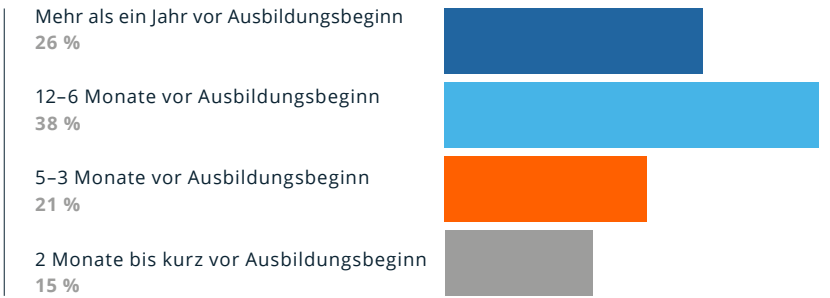
Grafik 21 | Ob Auszubildende ihren heutigen Beruf bereits durch ein Schülerpraktikum kennengelernt haben:



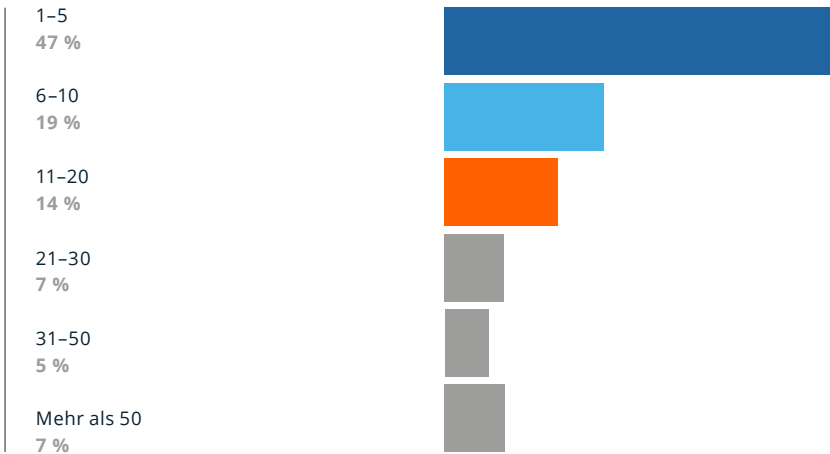
Der Weg in die Ausbildung

Wie gestaltet sich der Bewerbungsprozess, den Bewerber durchlaufen müssen, damit am Ende der Einstieg ins Berufsleben steht? Auf dem Weg in die Ausbildung gilt es zunächst ein paar Hürden zu nehmen, bevor Auszubildende im Betrieb voll durchstarten können. Je geringer diese sind, desto erfolgreicher gestaltet sich der gesamte Prozess – von der Suche über die Bewerbung bis hin zur Zusage. Das Erfreuliche: Der Weg ist gut ausgebaut.

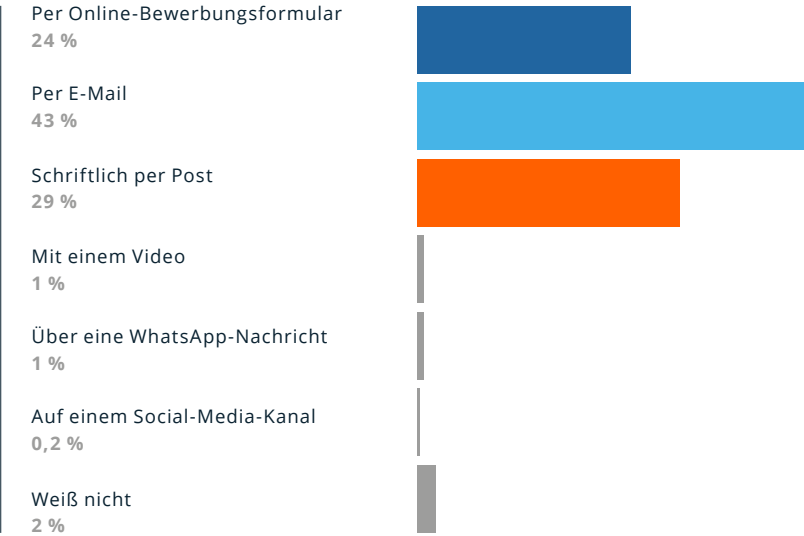
Grafik 22 | Wann Auszubildende mit der Ausbildungssuche begonnen haben:



Grafik 23 | Wie viele Bewerbungen Ausbildungssuchende schreiben:



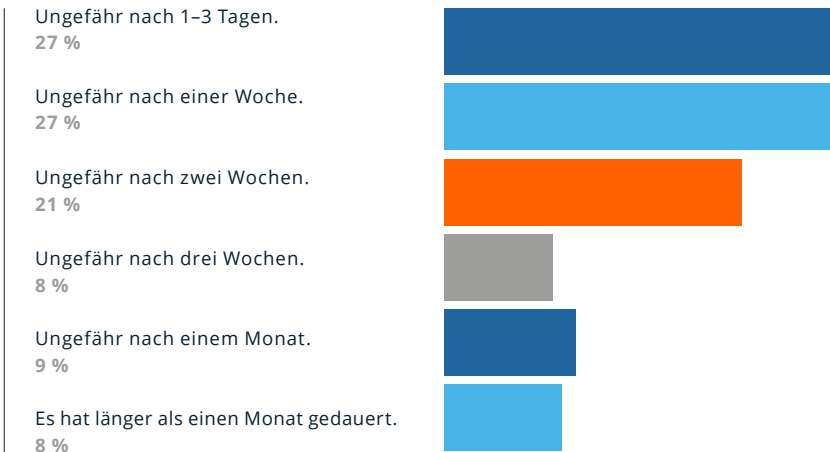
Grafik 24 | Wie sich Auszubildende auf die Ausbildung beworben haben, die sie jetzt ausüben:



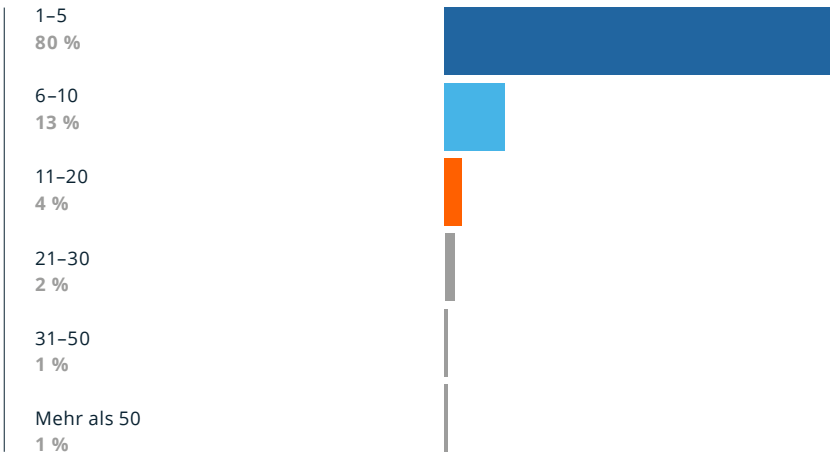
Grafik 25 | Welches Gerät für die Bewerbung genutzt wurde:



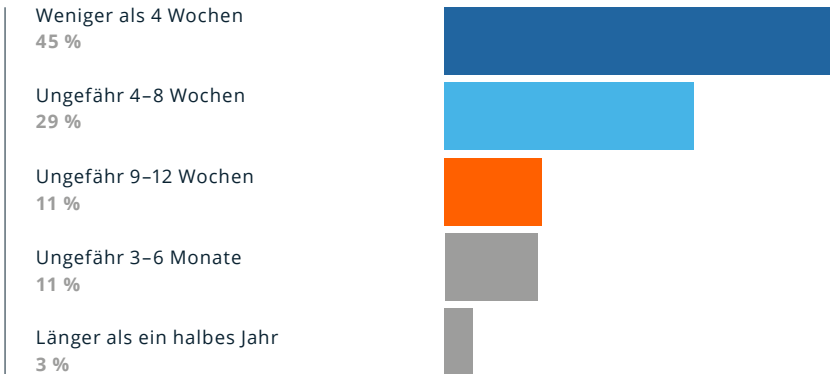
Grafik 26 | Wann Ausbildungssuchende eine persönliche Rückmeldung von ihrem heutigen Ausbildungsbetrieb erhalten haben:



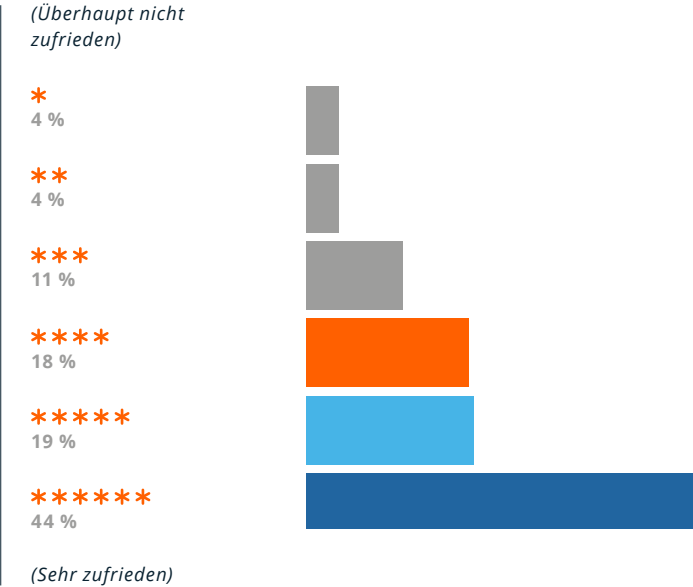
Grafik 27 | Zu wie vielen Bewerbungsgesprächen Ausbildungssuchende eingeladen werden:



Grafik 28 | Wie lang der gesamte Ablauf gedauert hat, also von der Bewerbung bis zur Zusage vom Unternehmen:



Grafik 29 | Wie zufrieden Auszubildende mit der Dauer des Bewerbungsprozesses sind:

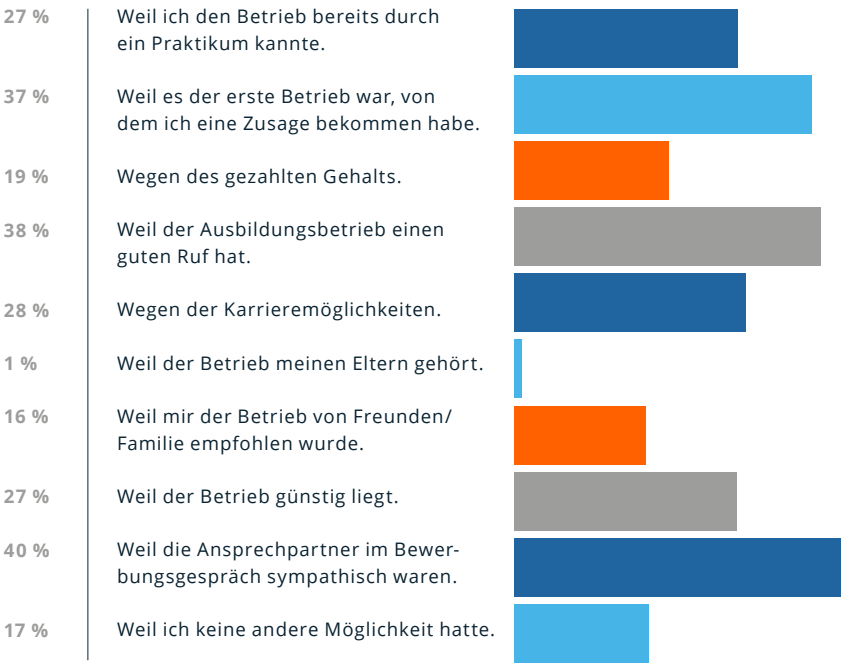


Kurz und gut: Der Bewerbungsprozess

Mit wenigen Bewerbungen schnell zum Erfolg: So kann man die Situation von Ausbildungssuchenden im diesjährigen Report zusammenfassen. Denn die Anzahl an Bewerbungen, die notwendig sind, um eine Stelle zu finden, ist niedrig. 47 Prozent der Befragten haben fünf Bewerbungen oder weniger geschrieben (Grafik 23), 19 Prozent sechs bis zehn. Ebenso positiv: Auch die Zeit des gesamten Bewerbungsprozesses ist vergleichsweise kurz. So haben 45 Prozent der Auszubildenden innerhalb von nur vier Wochen eine Zusage erhalten, 29 Prozent mussten zwischen vier und acht Wochen warten (Grafik 28). Daher ist es nicht verwunderlich, dass nur 20 Prozent der Auszubildenden an mehr als fünf Vorstellungsgesprächen teilgenommen haben (Grafik 27).

Viele Unternehmen machen also bereits einen guten Job, wenn es um das Recruiting des Nachwuchses geht. Das spiegelt sich in der Zufriedenheit der Auszubildenden wider, wenn es um die Dauer des gesamten Bewerbungsprozesses geht. Hier geben immerhin 63 Prozent der Befragten an, sehr zufrieden zu sein (Grafik 29).

Grafik 30 | Warum sich Ausbildungssuchende für ihren Betrieb entschieden haben:



Grafik 31 | Ob Auszubildende bei ihrer Ausbildungssuche einen Bewerbungsprozess vorzeitig abgebrochen haben:



Wie Unternehmen Bewerber:innen überzeugen können

Es zeigt sich: Geschwindigkeit ist die treibende Kraft im Bewerbungsprozess – nicht bei den Auszubildenden, sondern bei den Unternehmen! So geben 37 Prozent der Befragten an, ihre Ausbildung bei dem Betrieb angefangen zu haben, der ihnen als erster die Zusage gegeben hat (Grafik 30). Wenn also ein schneller Bewerbungsprozess zum Erfolg führt, bedeutet das: Ausbildungsbetriebe müssen sich einem starken Konkurrenzdruck stellen. Doch auch eine schnelle Rückmeldung allein ist noch kein Erfolgsgarant. Ebenso zählen ein sympathisches Auftreten der Ansprechpartner im Vorstellungsgespräch (40 %), der gute Ruf des Ausbildungsbetriebs (38 %), die Karrieremöglichkeiten (28 %) und eine günstige Lage zu den ausschlaggebenden Auswahlkriterien. Die besondere Herausforderung für Unternehmen: Ausbildungssuchende können es sich durchaus leisten, den Bewerbungsprozess bei einem Unternehmen vorzeitig abzuberechnen oder sich spontan umzuentcheiden.

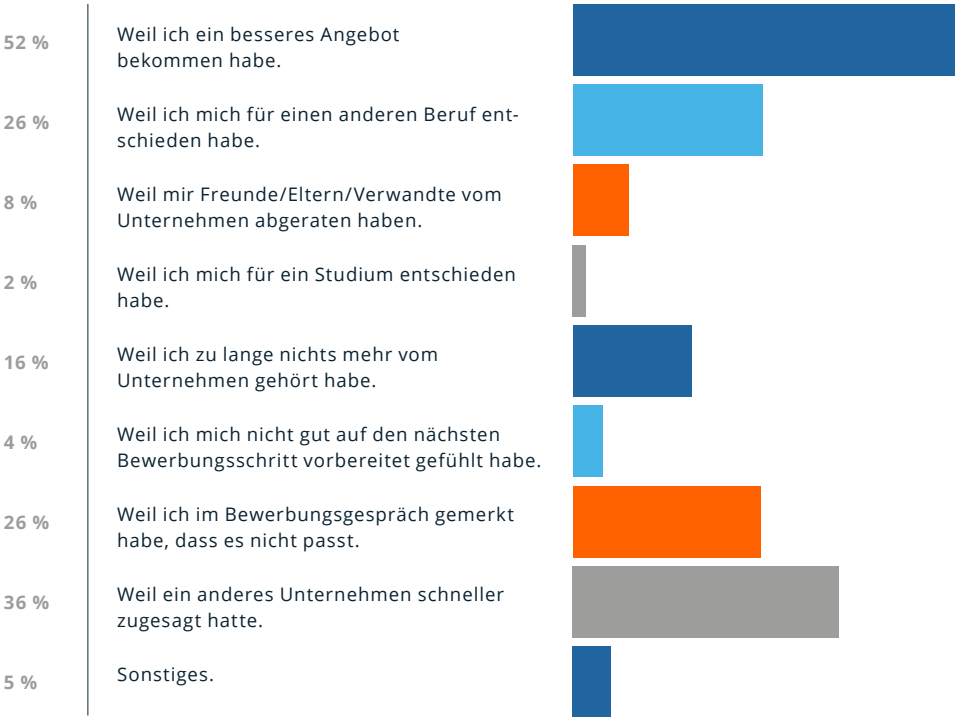
Jeder zweite Bewerber hat dies bereits getan! Denn auch hier gilt: Die Konkurrenz schläft nicht. So gaben 52 Prozent der Befragten als Grund für ihren Entschluss an, ein besseres Angebot erhalten zu haben (Grafik 32). Die Entscheidung für einen anderen Beruf (26 %), lange Rückmeldefristen (16 %) sowie ein schlechtes Gefühl im Vorstellungsgespräch (26 %) sind zudem weitere Gründe, einen Bewerbungsprozess abzuberechnen.

Wo Unternehmen Bewerber:innen verlieren – ohne es zu merken

Tatsächlich, so zeigt es die Befragung, sind es technische Hürden, an denen die Digital Natives scheitern. So gibt jeder zweite Auszubildende an, bereits eine Online-Bewerbung abgebrochen zu haben. Das wirft natürlich Fragen auf, schließlich sind die potenziellen Bewerber:innen online-affin. Ob Shopping, Fitness oder die Pizza am Abend – mit wenigen Klicks finden sie Passendes für ihre Bedürfnisse. Die Gründe für den Ausstieg aus einem Online-Prozess sind daher nicht bei den Bewerber:innen zu suchen, vielmehr besteht Optimierungsbedarf im digitalen Prozess der Ausbildungsbetriebe.

Immerhin gaben 19 Prozent der Befragten an, die Online-Bewerbung zu kompliziert zu finden, weitere 18 Prozent konnten ihre Unterlagen nicht hochladen und 12 Prozent hatten bereits Probleme bei der Registrierung (Grafik 33). Das Fatale an diesen Absprüngen: Unternehmen verlieren potenzielle Bewerber:innen, ohne dies überhaupt zu bemerken.

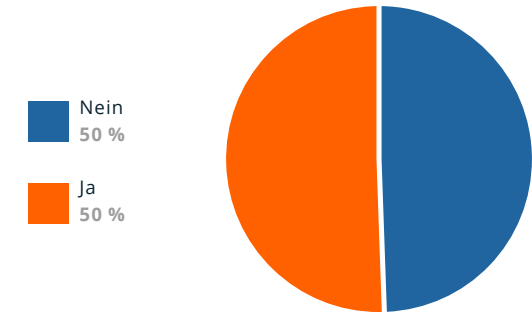
Grafik 32 | Warum Ausbildungssuchende einen Bewerbungsprozess abgebrochen haben:



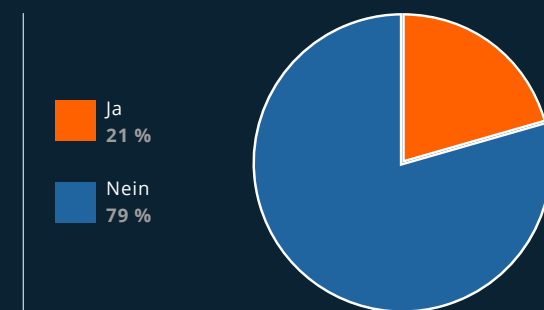
Grafik 33 | Ob Auszubildende bei ihrer Ausbildungssuche ein Bewerbungs-Formular online ausgefüllt und diesen Prozess abgebrochen haben:



Grafik 34 | Ob Auszubildende außerhalb ihrer Heimatregion nach ihrer Ausbildung gesucht haben:



Grafik 35 | Ob Auszubildende für ihre Ausbildung umgezogen sind:



Die Rolle von Mobilität bei der Ausbildungssuche

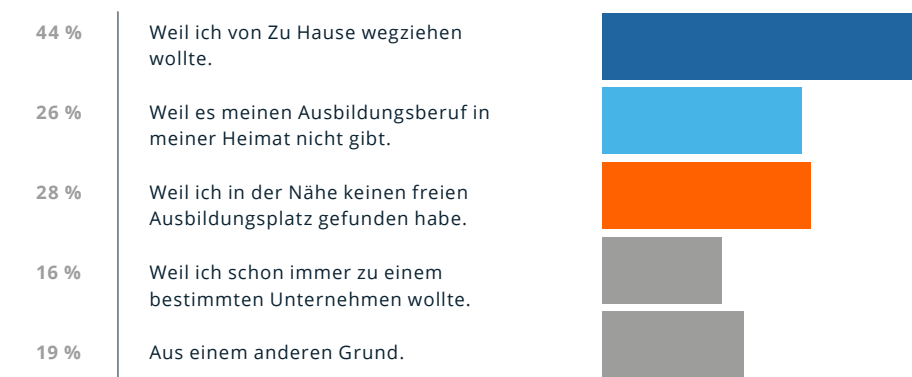
Bleiben Auszubildende tatsächlich am liebsten in ihrer Heimat, in ihrer Region? Nicht zwangsläufig, wie sich zeigt: Bewerber:innen stehen einem Umzug durchaus offen gegenüber: 21 Prozent der Befragten sind für ihre Ausbildung umgezogen (Grafik 35), dabei haben 50 Prozent der Befragten auch außerhalb ihrer Heimatregion nach einer Ausbildung gesucht (Grafik 34). Die Entscheidung für den Ortswechsel fällt jedoch häufig aus Ermangelung an Alternativen, wie die angegebenen Gründe für den Umzug verdeutlichen.

26 Prozent der Befragten gaben an, den Ausbildungsberuf in der Heimat nicht ausüben zu können und 28 Prozent haben zu Hause keinen konkreten Ausbildungsplatz angeboten bekommen. Doch immerhin 44 Prozent der Befragten haben sich einen Umzug gewünscht. Weitere 16 Prozent wollten ihre Ausbildung bei einem bestimmten Unternehmen absolvieren, für das sie schließlich umgezogen sind (Grafik 36). Auch wenn das Interesse an einer Ausbildung in der eigenen Region groß ist, zeigt es doch: Auch überregional lassen sich potenzielle Bewerber finden, die Interesse an Beruf und Unternehmen haben.

Alles eine Frage der Optimierung – für die Unternehmen

Es wird zunehmend herausfordernder, im War For Talents die Fachkräfte von morgen zu sichern – und das nicht nur aufgrund der Corona-Krise. Schnell, einfach und digital – so finden Auszubildende ihren Weg in die Unternehmen. In einer Welt, in der jederzeit alles online verfügbar ist, gibt es für sie keinen Grund zu warten. So hängt viel davon ab, wie effizient der eigene Bewerbungsprozess läuft.

Grafik 36 | Warum Auszubildende für ihre Ausbildung umgezogen sind (Mehrfachantwort):



Ausbildung und Corona: Die Lage ist ernst, aber nicht hoffnungslos

Ganz klar, besonders beschäftigt hat uns im diesjährigen azubi.report, wie sich die Corona-Krise auf die Ausbildung und die Auszubildenden auswirkt. Das Positive: Unternehmen sind bemüht um ein gutes Krisenmanagement. Vor allem der Nachwuchs, der gerade in die Ausbildung startet, sieht diese als Chance und blickt noch größtenteils optimistisch in die Zukunft. Doch das Aber, das folgt, gibt zu denken: Der Optimismus sinkt, je näher die Azubis dem Ende ihrer Ausbildung kommen. Aus Zuversicht wird Zukunftsangst. Die Frage, wie es in Zeiten von Corona nach der Ausbildung weitergeht, rückt in den Vordergrund.

Kommunikation ist wie immer das A und O. Hier gilt es vor allem auch, Auszubildende abzuholen, die aufgrund ihres Ausbildungsfortschritts zwar schon eigenständiger arbeiten, trotzdem aber genauso einen Ansprechpartner benötigen. Gerade wenn es um das wichtige Thema Zukunftsplanung geht, brauchen die Auszubildenden Perspektiven und Unterstützung. Die schwindende Hoffnung auf eine Übernahme mit steigenden Ausbildungsjahren zeigt, dass hier noch Potenzial zur Verbesserung besteht. Das ist gerade jetzt besonders wichtig, denn eines verstärkt die Krise deutlich: den Wunsch nach einem sicheren Arbeitsplatz. Daran gekoppelt, rücken zudem konservative Werte bei den Auszubildenden in den Fokus.

**Zufrieden in die Zukunft:
Wer nicht unterstützt, verliert!**

Für Ausbildungsbetriebe gilt zudem: Unterstützung ist alles, Respekt essenziell – und das bis zum Abschluss der Ausbildung. Nur so kann einer abnehmenden Zufriedenheit der Auszubildenden mit jedem Ausbildungsjahr effektiv entgegen gewirkt werden. Warum das besonders wichtig ist? Weil Zufriedenheit viel bewirkt. So steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Auszubildende dem Betrieb auch in Zukunft als Fachkräfte erhalten bleiben und als Microinfluencer sorgen sie für weiteren Nachwuchs. Übrigens: Auch das Ausbildungsgehalt sollte als Zeichen der Anerkennung und des Respekts für die Leistung der Auszubildenden betrachtet werden. Spielt es bei der Berufswahl keine vordergründige Rolle, so zeigt es während der Ausbildung, wie sehr die eigene Leistung gewürdigt wird. Und Geldsorgen sind kein guter Motivator.

**Warum der Konkurrenzdruck steigt,
wenn es gut läuft**

In Stellenanzeigen klar und offen kommunizieren? Es könnte ein entscheidender Faktor im Bewerbungsprozess sein. Ob Gehalt, Aufgaben oder Perspektiven – ein echter erster Einblick kann eine Entscheidung forcieren. Wichtig, denn der Konkurrenzdruck unter den Ausbildungsbetrieben steigt. Der Grund: Unternehmen machen einen guten Job in Sachen Bewerbungsprozess. So hat sich dieser im Vergleich zu den letzten Jahren enorm beschleunigt. Doch nicht nur wer besonders schnell zusagt, macht das Rennen. Auch Details entscheiden. Sei es das höhere Gehalt, dass die Stellenanzeige kommuniziert, oder das Online-Bewerbungsformular, dessen Nutzung einfacher und schneller ist als bei der Konkurrenz. Fakt ist: Potenzielle Bewerber suchen Stellen und Orientierung online, wer hier nicht präsent ist, hat im Kampf um Fachkräfte kaum Chancen – zumal Karrieremessen vor Ort bereits vor Corona an Besuchern verloren haben. Auch die überregionale Suche, die sich durchaus lohnt, gestaltet sich online leichter.

Was Corona für die Ausbildung bedeutet

Keine Frage: Die Lage ist ernst. Denn trotz positiver Grundeinstellung der Auszubildenden wächst mit anhaltender Dauer der Pandemie die Unsicherheit – auch für die Unternehmen. Doch gerade wer in der Krise die Ausbildung als Investition in die Zukunft erkennt, wird im Anschluss daran davon profitieren. Fachkräfte fallen nicht vom Himmel, genau deshalb sind die Ausbildungsbetriebe gefragt. Sie haben die Chance, dem Nachwuchs Perspektiven aufzuzeigen und Sicherheit zu bieten. Es besteht also Hoffnung: Noch lässt sich eine Generation Corona verhindern – doch dabei sind alle Akteure auf dem Feld gefordert!

Über Ausbildung.de

Ausbildung.de ist das reichweitenstärkste Portal im Bereich Ausbildung. Wir gehen innovative Wege und betreuen unsere Partner jederzeit persönlich und individuell. Ob Kleinunternehmen oder Konzern – auf unserer Plattform stellen sich Unternehmen optimal dar! Gemeinsam gegen den Azubi-Mangel: Mit Ausbildung.de finden Ausbildungsbetriebe die Azubis, die wirklich zu ihnen passen.



Mehr Bewerbungen

- Höchste Sichtbarkeit bei Google
- Optimierte Candidate Journey
- Auf Grundlage von User-Daten optimiertes Stellen-Layout
- Transparente KPI: Sie erhalten regelmäßig Updates über Ihren Recruiting-Erfolg mit Ausbildung.de



Herausragender Service

- Customer-Success-Team – die Experten für erfolgreiches Azubirecruiting
- Persönlicher Ansprechpartner für Ihre Anliegen
- Optional buchbare Servicepakete



Moderne Technologie

- Einfache Bedienung des Partnerdashboards
- Unkomplizierter Stellenimport
- Einziges Ausbildungsportal mit integrierter Bewerbungsfunktion



Zielgruppennah

- Berufsorientierung leicht gemacht: Umfangreiche Inhalte in Text-, Bild- und Videoformat
- Erfolgreiche Social-Media-Kanäle
- Größter YouTube-Kanal zum Thema Ausbildung



Die Zusammenarbeit mit Ausbildung.de ist ein voller Erfolg, um junge Talente auf uns aufmerksam zu machen und für uns zu gewinnen. Die große Reichweite, leichte Handhabung und vor allem persönliche Unterstützung bringen unser Recruiting auf ein neues Level.

Sonja Rickerich
Melle Gallhöfer Dach GmbH





Ausbildung.de
Durchstarten zum Traumjob

Befragung und Auswertung:

Tobias Klem, Sabine Zagar, Christian Stöckl

Text:

Tobias Klem, Sabine Zagar

Design:

brandneo GmbH

Bilder:

© Pietro Tebaldi – unsplash.com

© Deliris – shutterstock.com

© View Apart – shutterstock.com

© Evgeny Atamanenko – shutterstock.com

**Ausbildung.de ist ein Produkt der
TERRITORY EMBRACE GmbH**

Geschäftsführung:

Gero Hesse, Felix von Zittwitz

Kortumstr. 16

D – 44 787 Bochum

Telefon: +49 (0) 234 415 600 00

E-Mail: info@ausbildung.de

www.ausbildung.de/info