

# Etwas Handfestes lernen

**STUDIE.** Die duale Ausbildung ist aus Sicht der Akteure in den Betrieben vitaler als vielfach behauptet, das zeigt eine aktuelle Studie. Dennoch stehen Hausaufgaben an.



Die Ausbilder müssen sich auch mit neuen Themen wie digitalen Verfahren auskennen.

Von **Christoph Beck** und **Felicia Ullrich**

Im Jahr 2015 blieben so viele Ausbildungsplätze in Deutschland unbesetzt wie seit 1996 nicht mehr, besagt der aktuelle Berufsbildungsbericht des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Ein positiveres Bild von der dualen Ausbildung in Deutschland liefert die Studie „Azubi-Recruiting-Trends 2016“ - und zwar sowohl

vonseiten der Unternehmen als auch vonseiten der Azubis.

Die Mehrheit der befragten 1.295 Ausbildungsverantwortlichen sieht die duale Ausbildung gut ausgestattet und fest in ihren Unternehmen verankert: 72 Prozent der Ausbildungsverantwortlichen fühlen sich gut oder sehr gut auf die Anforderungen der jungen Zielgruppe vorbereitet. 66 Prozent bewerten die finanziellen Ressourcen als gut oder sehr

gut, bei den personellen Ressourcen sind 59 Prozent dieser Meinung. „Chefsache“ ist die duale Ausbildung in immerhin 64 Prozent der befragten Betriebe. Die Aufmerksamkeit für Ausbildungsthemen ist in den Fach- und Personalabteilungen naturgemäß noch deutlich höher als in den Geschäftsleitungen (siehe Abbildung).

Auch die meisten der befragten 3.343 Schüler und Azubis sehen sich mit einer dualen Ausbildung gut für die berufliche Zukunft gerüstet. Ihnen wurde eine Reihe von Statements zur dualen Ausbildung vorgelegt, die sie mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten konnten. Der Aussage „mit einer Ausbildung hat man etwas Handfestes und lernt nicht nur pure Theorie“ stimmen 90 Prozent zu. Das Statement „mit einer Ausbildung verdiene ich von Anfang an Geld“ bejahen 88 Prozent. Dass Ausbildung „etwas Solides ist und sie später immer noch studieren“ können, sehen ebenfalls 88 Prozent als zutreffend an.

## Neue Themen in der Ausbildung

Allerdings scheinen Themen wie „Industrie 4.0“ oder „Digitale Transformation“ in den Ausbildungsbetrieben noch nicht flächendeckend eine Rolle zu spielen. 35 Prozent der teilnehmenden Ausbildungsbetriebe beantworteten die Frage nach der Integration von Industrie 4.0 und Digitalisierung in die Ausbildung mit „Ja“, 65 Prozent mit „Nein“.

Zwar berühren diese Themen nicht alle Branche gleich stark. So sind der Maschinenbau, das Verlagswesen, die Hotellerie und Gastronomie höchst un-

terschiedlich und unterschiedlich stark betroffen. Aber es ist zu vermuten, dass der Anteil der Ausbildungsbetriebe, für die Digitalisierung und Industrie 4.0 eine Rolle spielen, größer sein dürfte als die 35 Prozent der Befragungsteilnehmer, die mit „Ja“ geantwortet haben.

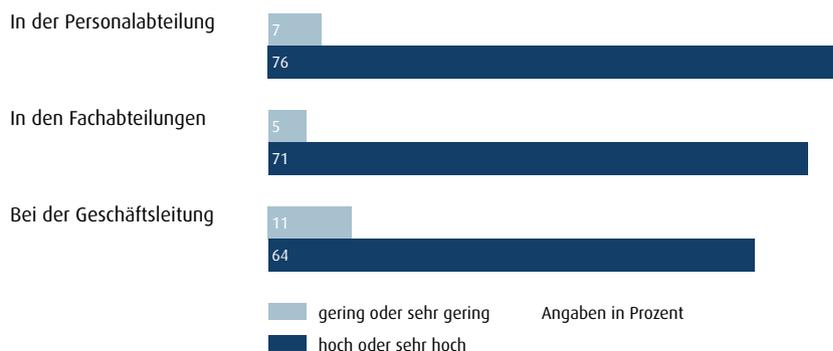
Diese Vermutung wird durch ein weiteres Studienergebnis bekräftigt: 62 Prozent der befragten Ausbildungsverantwortlichen sind der Ansicht, dass im Zusammenhang von Digitalisierung und Industrie 4.0 andere Ausbildungsinhalte benötigt werden. 29 Prozent erwarten, dass Digitalisierung und Industrie 4.0 wesentlich höhere Investitionen in die Berufsausbildung zur Folge haben werden. Und 45 Prozent meinen, dass künftig eine völlig andere Schulung der Ausbilder benötigt wird.

### Ausbilder müssen zukunftsfit werden

Doch nur in 17 Prozent der Unternehmen sind Ausbildungsverantwortliche schon jetzt auf die entsprechenden Inhalte geschult. Die rund 60 Kommentare in den Freitextfeldern zur Frage „Sind Ihre Ausbilder/-innen auf diese Inhalte der digitalen Transformation geschult?“ zeigen, dass das Thema für die Betriebe relativ neu ist und sich gerade erste Überlegungen zur Aktualisierung der Ausbildungsinhalte konkretisieren. Von „ersten Ansätzen“ berichten einige Teilnehmer. Andere Ausbildungsverantwortliche sind etwas weiter und geben an: „Neue Qualifikation in Planung ab Mitte/Ende 2016“. Einige Kommentare verweisen auf die schulende Wirkung des „Tagesgeschäfts“ der Ausbilder oder auf „Selbstschulung durch Lektüre und Kontakte“. Ein Teilnehmer äußert sich zur Unsicherheit beim Thema: „Wer kennt jetzt schon alle Aspekte der Digitalisierung und deren Auswirkungen? Das wird eine gemeinsame Reise.“

Und wie denken (angehende) Azubis über die mit Digitalisierung und Industrie 4.0 verbundenen Veränderungsprozesse? Dazu wurden den Teilnehmern verschiedene Statements vorgelegt, bei

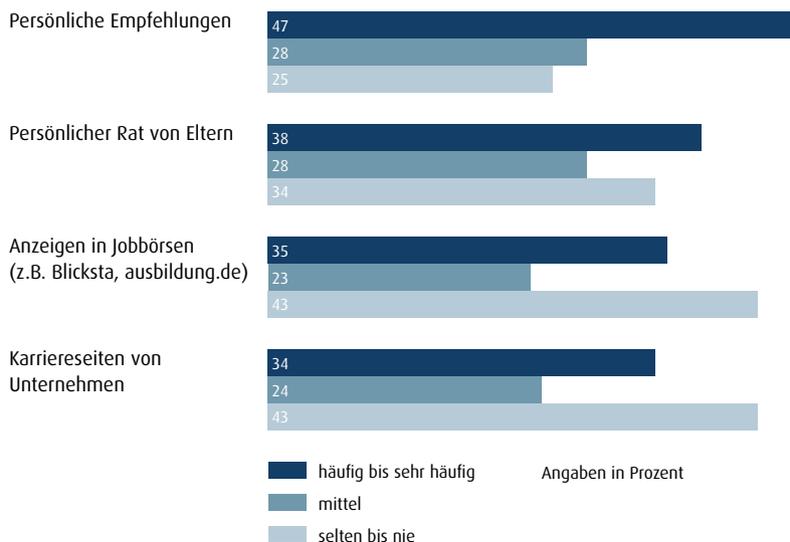
## BEDEUTUNG DER AUSBILDUNG



Die größte Bedeutung nimmt die duale Ausbildung in den Personalabteilungen der befragten Unternehmen ein. Hoch ist auch die Relevanz in den Fachabteilungen.

QUELLE: U-FORM TESTSYSTEME, 2016

## KANÄLE FÜR DIE AUSBILDUNGSSUCHE



Die vier am häufigsten genutzten Kanäle und Medien für die Suche nach einem passenden Ausbildungsplatz: Persönliche Kontakte stehen aus Sicht der Bewerber weit oben.

QUELLE: U-FORM TESTSYSTEME, 2016

denen sie jeweils auf einer Skala von Null bis 100 bewerten sollten, ob ihnen diese Entwicklungen eher „Angst“ oder „Hoffnung“ machen.

### Azubis zwischen Hoffnung und Angst

Das Statement „Die Arbeitswelt wird immer stärker digitalisiert“ lieferte folgendes Ergebnis: Nur 28 Prozent der befragten Azubis und Schüler verbinden mit der zunehmenden Digitalisierung Angst und 51 Prozent Hoffnung. Das Statement „einfache, sich wiederholende Tätigkeiten werden von Maschinen

übernommen“ ruft bei 52 Prozent der Befragten Angst und nur noch bei 30 Prozent Hoffnung hervor.

Bei der Aussicht auf maschinelle Intelligenz (Statement „In Zukunft werden Maschinen mit Maschinen kommunizieren“) werden Transformationsprozesse für eine größere Mehrheit der Befragten zur Angstvorstellung: 67 Prozent neigen hier dem Pol „Angst“ zu, bei „Hoffnung“ sind es nur noch 20 Prozent. Je stärker also Maschinen an die Stelle des Menschen treten und von Menschen unabhängig agieren, desto größer ist

die Anzahl derjenigen, die damit Angst verbinden.

### Bewerber mögen es persönlich

Die Studie untersuchte außerdem spezielle Aspekte des Recruitings, beispielsweise: Wie informieren sich angehende Azubis über mögliche Ausbildungsbetriebe? Das Ergebnis lautet - durchaus überraschend: Der wichtigste Informationskanal ist offline. Der persönliche Rat von Freunden oder Eltern stellt nach wie vor die wichtigste Informationsquelle bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz dar. 47 Prozent nutzen persönliche Empfehlungen häufig oder sehr häufig für die Suche nach einem Ausbildungsplatz (siehe Abbildung). Anzeigen in Online-Jobbörsen mit Azubi-Fokus dagegen stehen lediglich bei 35 Prozent der Befragten im Fokus. Arbeitgeberbewertungsplattformen wie Kununu nutzen nur 14 Prozent der Befragten häufig oder sehr häufig.

Auch in den Auswahlverfahren mögen es angehende Azubis persönlich. 89 Prozent fänden es gut, wenn Ausbildungsbetriebe neben Leistungs- auch Persönlichkeitsaspekte testen würden. 60 Prozent wären für ein Testverfahren in der Erstauswahl offen, das die Auswahl durch Schulnoten ersetzt. Auch bei den Ausbildungsverantwortlichen herrscht zunehmend Skepsis gegenüber der Auswahl nach Schulnoten. 48 Prozent von ihnen machen zum Beispiel regelmäßig die Erfahrung, dass die Schulnoten schlechter sind als die tatsächliche Leistungsfähigkeit der Bewerber.

Auch bei weiteren Themen birgt die Studie Überraschungen: „Karriere“ spielt als Argument für die Attraktivität eines Ausbildungsunternehmens zunächst eine nachgeordnete Rolle. Bei der Antwort auf die Frage „Welche drei Dinge sind Dir für Deine berufliche Karriere besonders wichtig?“ kristallisieren sich drei Kriterien heraus: „eine sinnvolle Tätigkeit auszuüben“ (65 Prozent), „Ausgewogenheit zwischen Beruf und Freizeit“ (60 Prozent) sowie „immer mehr zu ler-

## ÜBER DIE STUDIE

Die von U-Form Testsysteme initiierte deutschlandweite Online-Befragung wird jährlich durchgeführt. Im Jahr 2016 haben insgesamt 4.638 Azubi-Bewerber und Auszubildende sowie Ausbildungsverantwortliche teilgenommen. Wissenschaftlich begleitet wurde die Studie von Professor Christoph Beck (Hochschule Koblenz). Weitere Informationen zur Studie und Bestellmöglichkeit unter:

[www.testsysteme.de/studie](http://www.testsysteme.de/studie)

nen“ (53 Prozent). Unter den wichtigsten Gründen für die konkrete Wahl des Ausbildungsbetriebs liegen die Faktoren „Nähe zum Wohnort“ (40 Prozent) und „Jobsicherheit“ (33 Prozent) vorn.

### Duale Ausbildung besser verkaufen

Die duale Ausbildung ist vitaler als ihr Ruf und hat die größten Fans in Gestalt der Azubis selbst. Die Studie zeigt aber auch, dass mehr als 40 Prozent von ihnen aktuell nicht überzeugt sind, mit einer dualen Ausbildung ebenso gut für die berufliche Zukunft gerüstet zu sein wie mit einem Studium.

Ausbildungsverantwortliche sind deshalb gefragt, Überzeugungsarbeit für die duale Ausbildung zu leisten. Sie sollten auf entsprechende Studien zur Bildungsrendite verweisen und aufzeigen, dass „große Karrieren“ für ehemalige Azubis möglich sind. Nachschärfen müssen viele Betriebe beim Thema „Digitalisierung/Industrie 4.0“. Ausbildungsverantwortliche müssen hier ins Gespräch mit denjenigen gehen, die für die strategische Ausrichtung des Unternehmens verantwortlich sind und Inhalte für eine zukunftsfeste duale Ausbildung in ihren Unternehmen ableiten. Betriebe, die schon jetzt ihre Ausbildung für die Themen „Industrie 4.0“ oder „Digitalisierung“ fit machen, sollten dies in die Azubi-Kommunikation einfließen lassen.

### Mit Geschichten Interesse wecken

Apropos Attraktivität der Ausbildungsbetriebe: Schon 2014 offenbarte die Studie „Azubi-Recruiting-Trends“ Azubi-Bewerber als „Sinnsucher“. Auch die Ergebnisse der aktuellen Studie weisen auf die Wichtigkeit der Sinndimension für die Attraktivität von Ausbildungsbetrieben hin. Unternehmen sollten

daher in kurzen spannenden Geschichten (so genanntes „Storytelling“) etwas über den Sinn ihres Unternehmens, von Ausbildungen sowie Berufsbildern verraten. Ausbildungsbetriebe setzen stattdessen nach wie vor stärker auf die vermeintliche Überzeugungskraft von Marktposition, Umsatz oder Anzahl der Mitarbeiter. Meist haben Jugendliche wenig Bezug dazu. Spannende Geschichten, in denen Azubis oder ehemalige Azubis die Hauptrolle spielen, erreichen dagegen Herzen und Köpfe der Bewerber.

### Lieber Tests als Schulnoten

Angehende Azubis nutzen bei der Wahl der Ausbildung persönliche Empfehlungen, zudem spielt bei der Wahl des Ausbildungsbetriebs die räumliche Nähe zum Wohnort eine große Rolle. Ausbildungsbetriebe, die stark auf lokales Empfehlungsmarketing setzen, bedienen beide Präferenzen.

Und last but not least: Viele Ausbildungsbetriebe sehen die Differenzierungsmöglichkeiten durch Noten heute eher skeptisch und auch an Noten als Indiz für Leistungsfähigkeit und Begabung wird gezweifelt. Ausbildungsbetriebe könnten daher verstärkt über den Einsatz von Persönlichkeits- und Leistungstests nachdenken. ■



**CHRISTOPH BECK** ist Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Human Resource Management an der Hochschule Koblenz.



**FELICIA ULLRICH** ist Geschäftsführerin von U-Form Testsysteme.