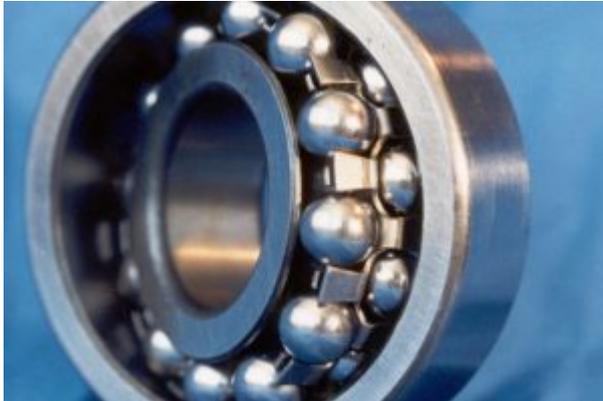


Ausbildung 2021: Hohe Hürden für ostdeutsche Maschinenbauer bei Azubi-Suche



Der Großteil der Unternehmen hält an Ausbildungsangebot fest – Offene Plätze vor allem in den gewerblich-technischen Berufen – Jugendliche mit enormen Defiziten in Mathe, Deutsch und Englisch

Leipzig, 18. August 2021 – Der ostdeutsche Maschinen- und Anlagenbau sendet auch während der Coronavirus-Pandemie positive Signale an den Fachkräftenachwuchs: Die Zahl der Ausbildungsbetriebe ist 2021 konstant geblieben. Zudem haben viele Unternehmen zu Beginn des neuen Ausbildungsjahres am Umfang der geplanten Angebote festgehalten. Die Lage am Ausbildungsmarkt ist jedoch weiter unbefriedigend. Etwa die Hälfte der ausbildenden Firmen (48 Prozent) hatte in diesem Jahr Schwierigkeiten, geeignete Jugendliche zu finden. Vier von zehn betroffenen Firmen konnten letztlich nicht alle geplanten Stellen besetzen. Aufgrund rückläufiger Bewerberzahlen und großer Wissenslücken bleiben zum Ausbildungsstart vor allem Plätze in den gewerblich-technischen Berufen frei. Das ergab eine Umfrage des VDMA Ost unter den 350 Mitgliedern in Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen.

Demnach bilden 2021 vier von fünf ostdeutschen Maschinenbau-Betrieben aus. Das sind genauso viele wie im Vorjahr. Trotz der folgenreichen Pandemie halten zudem 84 Prozent der Ausbildungsbetriebe am Umfang ihres Ausbildungsangebotes fest – 16 Prozent der Firmen müssen hingegen Abstriche machen und bieten in diesem Jahr weniger Ausbildungsplätze an.

„Die betriebliche Ausbildung ist und bleibt ein zentraler Baustein der eigenen Fachkräftesicherung. Wie konsequent dies selbst in der harten Pandemie-Zeit umgesetzt wird, ist ein starkes Zeichen einer zukunftsorientierten, spannenden Branche“, betont Oliver Köhn, Geschäftsführer des VDMA-Landesverbandes.

Vielfältige Gründe für niedrige Bewerberzahlen

86 Prozent der Unternehmen, die Probleme bei der Suche nach passenden Auszubildenden hatten, führten die Schwierigkeiten auf sinkende Bewerbungszahlen

zurück. Insbesondere die eingeschränkten Möglichkeiten der Berufsorientierung, fehlende Kontaktmöglichkeiten zu den Schülern, die demografische Entwicklung und die Konkurrenz mit Konzernen und großen Mittelständlern machen den ostdeutschen Maschinen- und Anlagenbauern zu schaffen. Jedes dritte Unternehmen gibt an, dass auch die eigene geografische Lage Einfluss auf die geringe Bewerberzahl hat. „Gerade für Betriebe im ländlichen und kleinstädtischen Raum spielt die Infrastruktur eine entscheidende Rolle, von der Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr über die Entfernung zum Berufsschulstandort bis hin zu attraktiven Lebensbedingungen“, erklärt Köhn.

Unternehmen vermissen fachliche und soziale Kompetenzen

Zudem bemängelten 72 Prozent der Maschinenbau-Unternehmen, dass Schulabsolventen oftmals nur mangelhaft auf die Anforderungen in der betrieblichen Praxis vorbereitet sind. Ihnen fehle es an wesentlichen Kenntnissen, vor allem in Mathematik, Deutsch, Physik, Englisch und Technik. „Die Betriebe beobachten vermehrt, dass die Jugendlichen technische Zusammenhänge nicht verstehen und einfachste Dinge wie Grundrechenarten, Prozentrechnung oder das Umrechnen von Maßeinheiten nicht beherrschen“, sagt Köhn.

Um die Defizite auszugleichen, geben die Unternehmen Nachhilfekurse und stellen förderbedürftigen Azubis Mentoren an die Seite. „Doch die Last darf nicht allein auf deren Schultern liegen. Dringend gefragt ist die Bildungspolitik. Unterrichtspläne dürfen nicht weiter ausgedünnt werden, MINT-Fächer müssen stärker in den Fokus rücken“, fordert Köhn. Neben den fachlichen vermissen die Firmen auch soziale Kompetenzen wie Motivation, Pünktlichkeit, Durchhaltevermögen, Kommunikationsfähigkeit und angemessenes Verhalten.

Neue Wege bei Azubi-Suche

Aufgrund der Pandemie sind die Unternehmen gezwungen, sich mit neuen Formaten des Azubi-Marketings auseinanderzusetzen. „Klassiker wie Praktika oder Tage der offenen Tür waren zuletzt nicht möglich. Für die häufig kleineren Unternehmen des ostdeutschen Maschinenbaus ist es jedoch leichter gesagt als getan, schnell digitale Angebote bereitzustellen. Am häufigsten, aber mit zweigeteiltem Erfolg, werden derzeit virtuelle Nachwuchsmessen genutzt“, sagt Köhn. Die Unternehmen sollten sich aus Verbandssicht den virtuellen Angeboten nicht verschließen. Sie könnten die bisherigen Maßnahmen ergänzen und sind eine Chance, die Jugendlichen besser zu erreichen.

Auch der VDMA beschreitet neue digitale Wege. So veranstaltet der Verband Ende September seine erste virtuelle Ausbildungsmesse für Techniknachwuchs TechTalents. Weitere wichtige Bausteine rund um die berufliche Bildung sind die Nachwuchsstiftung Maschinenbau und die Plattform talentmaschine.de. Zudem kooperieren seit Kurzem der Landesverband Ost und das Cluster IT Mitteldeutschland, um Unternehmen speziell beim wachsenden Bedarf an IT-Fachkräften zu unterstützen.