

Im ostdeutschen Maschinenbau steigt Zahl offener Lehrstellen – Betriebe kritisieren Niveau der Schulbildung



Ausbildungsangebot bleibt hoch, aber das Interesse sinkt +++ Jugendliche mit Wissenslücken in Mathe, Naturwissenschaften und Sprachen +++ Unternehmen fordern höheren Bildungsstandard und bessere Berufsorientierung

Die Zahl der ostdeutschen Maschinen- und Anlagenbauer, die ihren Fachkräftenachwuchs selbst ausbilden, ist auch 2022 konstant hoch. Wie in den Vorjahren können Jugendliche in vier von fünf Unternehmen eine Lehre beginnen. Doch die Sorgenfalten der Betriebe werden von Jahr zu Jahr tiefer. Vor dem Start des neuen Ausbildungsjahres 2022/2023 machte den Firmen vor allem die weiter sinkende Bewerberzahl zu schaffen. Zudem kämpfen viele Betriebe mit der unzureichenden Ausbildungsfähigkeit der Berufsanfänger. Dies ergab eine Umfrage des VDMA Ost unter den 350 Mitgliedern in Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen.

“Das Fachkräftedilemma der Branche beginnt bereits bei den Jüngsten. So hatten in diesem Jahr nahezu 60 Prozent der Betriebe Probleme, geeignete Mädchen und Jungen für eine kaufmännische oder gewerblich-technische Berufsausbildung zu gewinnen“, sagt Oliver Köhn, Geschäftsführer des VDMA Ost. “Besonders schwierig ist die Situation in den technischen Berufsfeldern. Hier gibt es in vier von zehn Firmen freie Ausbildungsplätze. Das ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr“, ergänzt Köhn (2022: 37,3 Prozent – 2021: 29 Prozent).

Ausbildung bietet viele Chancen – trotzdem lässt

Interesse nach

Das Angebot der gewerblich-technischen Ausbildungsstellen im ostdeutschen Maschinenbau ist groß, doch die Nachfrage lässt kontinuierlich nach. Erstmals seit Erhebungsbeginn im Jahr 2015 verwiesen ausnahmslos alle von Azubi-Problemen betroffenen Unternehmen auf niedrigere Bewerberzahlen. Vor allem der demografische Wandel, die Konkurrenz von Konzernen und großen Mittelständlern sowie der ungebrochen hohe Studienwunsch vieler Jugendlicher führen zu einem sinkenden Interesse an einer Berufsausbildung in technisch-orientierten Berufen.

“Der auch von der Politik angefachte Akademisierungstrend fällt der Industrie zunehmend auf die Füße. Dabei ist eine duale Berufsausbildung für Jugendliche sehr wertvoll“, betont Köhn. Sie schnuppern vom ersten Tag an Praxisluft, sind finanziell unabhängiger als Studenten und haben sehr gute Übernahmechancen. “Was viele nicht wissen: Auch mit einer Berufsausbildung lässt sich Karriere machen! Weiterbildungen wie Meister- und Technikerlehrgänge oder ein anschließendes berufsbegleitendes Studium eröffnen spannende Perspektiven“, verdeutlicht der Verbandsgeschäftsführer.

Schulische Vorbildung, Sozialverhalten und Berufsvorstellungen mangelhaft

Fast 78 Prozent der Maschinenbau-Betriebe führten ihre Schwierigkeiten bei der Azubi-Suche darauf zurück, dass die Schulabsolventen nur mangelhaft auf die Anforderungen in der betrieblichen Praxis vorbereitet sind. Das sind deutlich mehr als im Vorjahr (73 Prozent). Ein Grund dafür könnten die pandemiebedingten Schulschließungen sein, welche die ohnehin vorhandenen Bildungslücken verstärkt haben. Defizite in der schulischen Vorbildung ließen sich vor allem in Mathematik, in den Naturwissenschaften, Deutsch und Englisch beobachten. “Die Firmen fordern seit Jahren, den Standard der Schulbildung anzuheben. Anstatt Fächer und Lehrinhalte zu streichen, muss dringend mehr Wissen in den Themenfeldern Wirtschaft und Technik sowie in den Naturwissenschaften vermittelt werden“, sagt Köhn.

Die Unternehmen vermissen zudem grundlegende soziale Eigenschaften wie Motivation, Leistungsbereitschaft, Pünktlichkeit, Höflichkeit und eine altersgerechte Kommunikationsfähigkeit. Häufig haben Jugendliche auch falsche oder unzureichende Berufsvorstellungen. “Deshalb ist es enorm wichtig, zügig die bestehenden Angebote zur Berufsorientierung an allen allgemeinbildenden Schulen auszubauen“, appelliert Köhn an die Politik.

Unternehmen setzen auf Mix aus Bewährtem und Neuem

Die Branche nimmt das Heft auch selbst in die Hand. So können Jungen und Mädchen in neun von zehn Unternehmen in einem Praktikum ausloten, ob der Beruf zu ihren

Interessen passt. Ein Großteil der Betriebe präsentiert sich zudem auf klassischen Azubi-Messen und kooperiert mit Schulen. Auch bauen immer mehr Firmen ihre Aktivitäten in den sozialen Medien aus. 2022 nutzten rund 59 Prozent der Firmen Social-Media-Kanäle, 2017 waren es erst 25 Prozent. "Die sozialen Netzwerke gehören für die meisten Jugendlichen zum Alltag. Daher ermuntern wir auch kleinere Betriebe, mutig neue Wege zu gehen. Wenn sie die Kanäle auswählen, welche die Jugendlichen am meisten nutzen, lohnt sich der Aufwand", erklärt Landesverbandsgeschäftsführer Köhn.

Zudem engagiert sich der Verband rund um die Fachkräfte- und Nachwuchswerbung. Wichtige Bausteine sind unter anderem die virtuelle Ausbildungsmesse für Techniknachwuchs TechTalents, die Plattform talentmaschine.de, die Nachwuchsstiftung Maschinenbau und die Kooperation von VDMA Ost und Cluster IT Mitteldeutschland.