



# Abschlussbericht Sicherung des Fachkräftebedarfs in Kleinst-, kleinen und mittleren Unternehmen im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>Einführung und Motivation</b>	<b>3</b>
Unternehmensklassen	4
Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge	5
Arbeitsmarkt	5
Schulen	6
<b>Methodisches Vorgehen und Stichprobe</b>	<b>7</b>
Unternehmensbefragung	7
Interviews	8
Schülerbefragung	8
<b>Ergebnisse</b>	<b>9</b>
Unternehmensumfrage	9
Vor der Ausbildung	10
Während der Ausbildung	12
Nach der Ausbildung	15
Genutzte Angebote	16
Interviews	19
Maßnahmen gegen den Fachkräfteengpass	19
Angebote	20
Bedarfe	20
Fördermittel	21
Wünsche an die Politik und die Kammern	24
Umfrage unter Schülerinnen und Schülern	22
Einflussfaktoren	24
<b>Schlussfolgerungen und Zusammenfassung</b>	<b>26</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>27</b>

### **Autoren:**

Martin Nettling, TU Dresden  
Manuela Niethammer, TU Dresden  
Robert Eichinger, IHK Dresden

Stand: 31.07.2018

## Einführung und Motivation

Die Wirtschaft in Sachsen wächst. Das zeigt sich beispielsweise am IHK-Geschäftsklimaindex, der zum Jahresbeginn 2018 auf einen bisher nicht erreichten Wert von 138 gestiegen war. [1] Demnach verzeichneten alle Wirtschaftsbereiche Umsatzwachstum. Chancen ergaben sich beispielsweise aus dem wachsenden Auslandsgeschäft oder der Digitalisierung der Wirtschaft. [1]

Parallel dazu stieg die Zahl der Aufträge in den Unternehmen. Diese hat einen größeren Personalbedarf zur Folge. Laut aktuellem Konjunkturbericht Sachsen planen im Jahr 2018 27 % der Unternehmen zusätzliches Personal einzustellen. [1]

Die beschriebene, auf den ersten Blick positiv erscheinende Situation stellt Unternehmen jedoch vor große Herausforderungen. Geplante Personalzuwächse werden oftmals wegen fehlender Bewerberinnen und Bewerber nicht realisiert. In Sachsen bleibt derzeit jede zweite, freie Stelle länger als sechs Monate unbesetzt. [2]

Aus dem sächsischen Fachkräftemonitoring 2018 geht hervor, dass auf 1.000 Beschäftigte 52 vakante Stellen kommen. Dies ist die höchste Quote seit Beginn der Befragungen. [2] Am stärksten betroffen ist das Handwerk mit 132 offenen Stellen pro 1.000 Mitarbeiter. Wird nach dem Qualifikationsniveau differenziert, fehlen mit 57 % vor allem Meister und Techniker.

Die Gründe hierfür sind vielfältig. Drei Viertel der suchenden Unternehmen brauchen zusätzliche Mitarbeiter aufgrund der eingangs erwähnten guten Nachfrage. [2] Zudem scheiden demografiebedingt mehr Arbeitnehmer aus als neue nachkommen. 89 % der suchenden Unternehmen müssen Mitarbeiter, hauptsächlich aufgrund von Altersabgängen und Wechsel zu anderen Unternehmen, ersetzen. Der Anteil junger Beschäftigter kompensiert die zu erwartenden Abgänge nicht. [3] „Durch die Verringerung des Potentials junger Erwerbsfähiger und die Verschiebung stark besetzter Jahrgänge in das Rentenalter, ergibt sich künftig ein Rückgang der Altersgruppe der 20- bis unter 65-Jährigen in allen Gemeinden außer in Dresden und Leipzig.“ [4, p. 14] Vor allem für kleine Unternehmen ist es schwierig, freie Stellen zu besetzen. [2]

Dieser Personalmangel geht überwiegend zu Lasten der bestehenden Mitarbeiter. 77 % der betroffenen Firmen kompensieren ihn durch Mehrarbeit. Zudem werden Aufträge abgelehnt oder Termine können nicht eingehalten werden. [2]

Einstellungsprobleme resultieren hauptsächlich aus den mangelnden Bewerbungen und geringer Motivation bzw. Arbeitsbereitschaft. [2]

Daraus resultiert die Frage, ob und welche Unterstützung Firmen und vor allem Kleinunternehmen brauchen.

Auffällig ist zudem die Tatsache, dass bei gleichzeitig immer mehr offenbleibenden Berufsausbildungsstellen die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber wächst, die keinen Ausbildungsplatz finden (kurz „Unversorgte Bewerber“, vgl. Abb. 4). [5]

Dieses **Passungsproblem** ist gekennzeichnet durch ein sich nicht aufhebendes nebeneinander Bestehen von Angebot und Nachfrage. [3]

Die Bundesagentur für Arbeit registrierte zum 30. September letzten Jahres 72 unversorgte Bewerber im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge (vgl. Tabelle 1). Dies entspricht einem sachsenweiten Anteil von circa 11 % und liegt deutlich über dem Bevölkerungsanteil von 6 %. Das Passungsproblem tritt demnach überproportional in der untersuchten Gegend auf.

Um diese Problematik genauer zu charakterisieren und mögliche Handlungsschwerpunkte zu definieren, wurden kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) hinsichtlich ihrer Bedarfe an Information, Beratung, Unterstützung und Auslagerung befragt.

Tabelle 1: Unversorgte Bewerber zum 30.09.2017 in Sachsen

Landkreis	Unversorgte Bewerber
Chemnitz, Stadt	32
Erzgebirgskreis	35
Mittelsachsen	48
Vogtlandkreis	39
Zwickau	34
Dresden, Stadt	97
Bautzen	10
Görlitz	58
Meißen	14
Sächs. Schweiz-Osterzgebirge	72
Leipzig, Stadt	153
Leipzig	31
Nordsachsen	37

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit

Diese vier Kategorien beinhalten Folgendes:

- **Information:** z. B. Materialien, Infoveranstaltungen zu bestehenden Angeboten
- **Beratung:** z. B. Analyse der Unternehmenssituation, Benennung von Handlungsstrategien
- **Unterstützung:** z. B. Hilfe bei der Umsetzung benannter Handlungsstrategien
- **Auslagerung:** z. B. Abgabe von Aufgaben an andere Dienstleister.

Die Befragung erfolgte in Zusammenarbeit mit der Industrie- und Handelskammer Dresden und der Handwerkskammer Dresden.

Zusätzlich führte die TU Dresden eine Umfrage unter Schülerinnen und Schülern zu deren Sichtweise auf die Berufswahl durch.

## Unternehmensklassen

Gemäß der EU-Empfehlung 2003/361/EG werden kleine und mittlere Unternehmen (KMU) nach ihrer Größe in verschiedene Klassen unterteilt. Die Klassen sind definiert anhand der Mitarbeiterzahl und des Jahresumsatzes (siehe Abb. 1).

Dabei steht ein Mitarbeiter für eine Jahresarbeitseinheit. Es wird davon ausgegangen, dass dieser im kompletten Berichtsjahr in Vollzeit angestellt war. [6]

Nach diesen Vorgaben stellen Kleinstunternehmen und kleine Unternehmen eine Teilmenge der Kategorie der KMU dar. [6]

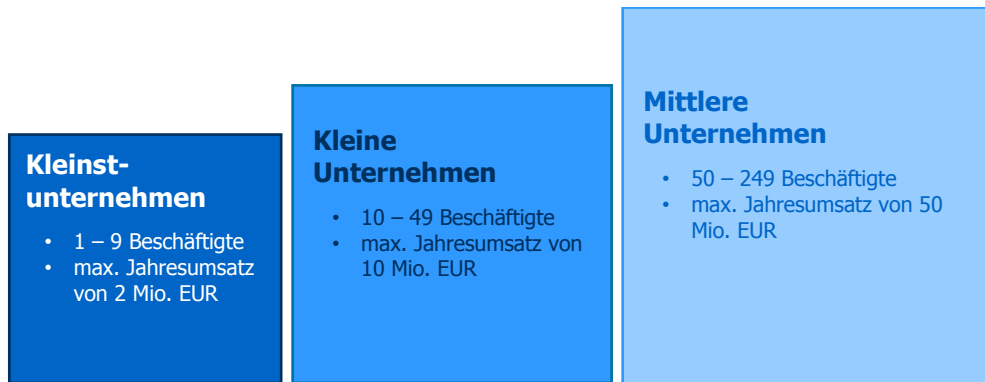
Der vorliegenden Studie liegt diese Definition zugrunde. Allerdings werden zum besseren Verständnis und zur eindeutigeren Auswertung die Unternehmensklassen nicht als Teilmengen voneinander betrachtet, sondern als disjunkt zueinander. Das bedeutet, ein Unternehmen wird nur genau einer Klasse zugeordnet, nicht mehreren (siehe Abb. 2). Sobald mindestens eine obere Grenze der Beschäftigtenzahl oder des Jahresumsatzes überschritten wird, wird das Unternehmen zur nächst höheren Klasse gezählt.

Im Folgenden wird der Begriff Unternehmensart äquivalent zu Unternehmensklasse verwendet.

Abb. 1: Definition der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) nach EU-Empfehlung



Abb. 2: Definition der KMU in diesem Bericht



## Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge

Im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge leben 246.066 Einwohner auf einer Fläche von 1.654 km<sup>2</sup> (Stand Januar 2018). [7] Damit ergibt sich eine Dichte von 149 Einwohnern pro km<sup>2</sup>.

### Arbeitsmarkt

Ansässig sind 10.336 Unternehmen mit 11.186 Betriebsstätten.

Tabelle 2: Aktive Betriebe zum 30.09.2017

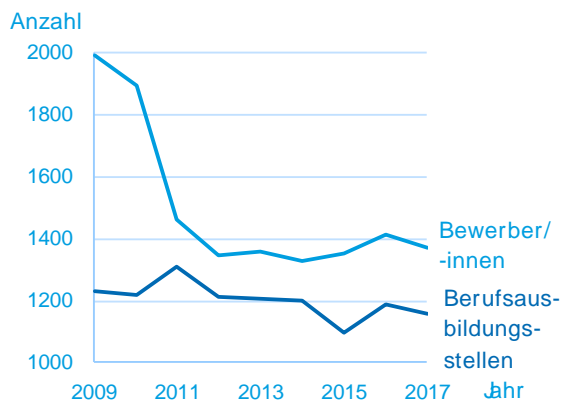
	<b>Kleinstunternehmen</b> (1-9 Beschäftigte)	<b>Kleine Unternehmen</b> (10-49 Beschäftigte)	<b>Mittlere Unternehmen</b> (50-249 Beschäftigte)	<b>Große Unternehmen</b> (>250 Beschäftigte)	<b>Gesamt</b>
Anzahl der Unternehmen	9.393	760	154	29	10.336
	90,9%	7,3%	1,5%	0,3%	100 %
Anzahl der Betriebe	9.914	1.032	215	25	11.186
	88,7 %	9,2 %	1,9 %	0,2 %	100 %
Anzahl der svpfl. Beschäftigten	15.653	20.955	21.754	12.328	70.690
	22,1 %	29,6 %	30,8 %	17,5 %	100 %
Durchschnittlich Beschäftigte pro Betrieb	1,6	20,3	101,2	493,1	6,3

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Kamenz, 2018

Tabelle 2 zeigt, dass Kleinstunternehmen im Landkreis überwiegen, während in den mittleren Unternehmen die meisten sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten (30,8 %) arbeiten.

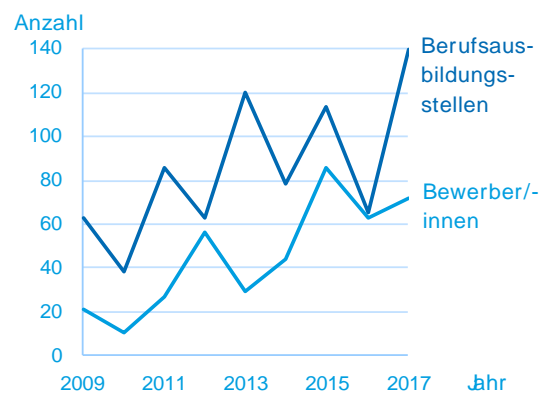
Seit 2009 sank die Zahl der gemeldeten Bewerberinnen und Bewerber signifikant von knapp 2.000 auf 1.373 im Jahr 2017. [5] Aber sie liegt dennoch über der Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen (siehe Abb. 3). Bis zum 30. September blieben viele Berufsausbildungsstellen unbesetzt, ihre Zahl stieg mit 140 im Jahr 2017 auf ihr bisheriges Maximum. Gleichzeitig nahm die Zahl der unversorgten Bewerberinnen und Bewerber zu (siehe Abb. 4). Dies verdeutlicht das eingangs beschriebene Passungsproblem im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge.

Abb. 3: Entwicklung der gemeldeten Berufsausbildungsstellen im Vergleich zu den gemeldeten Bewerbern im Landkreis



Nach: Statistik der Bundesagentur für Arbeit

Abb. 4: Zum 30. September unbesetzte Berufsausbildungsstellen im Vergleich zu den unversorgten Bewerbern im Landkreis



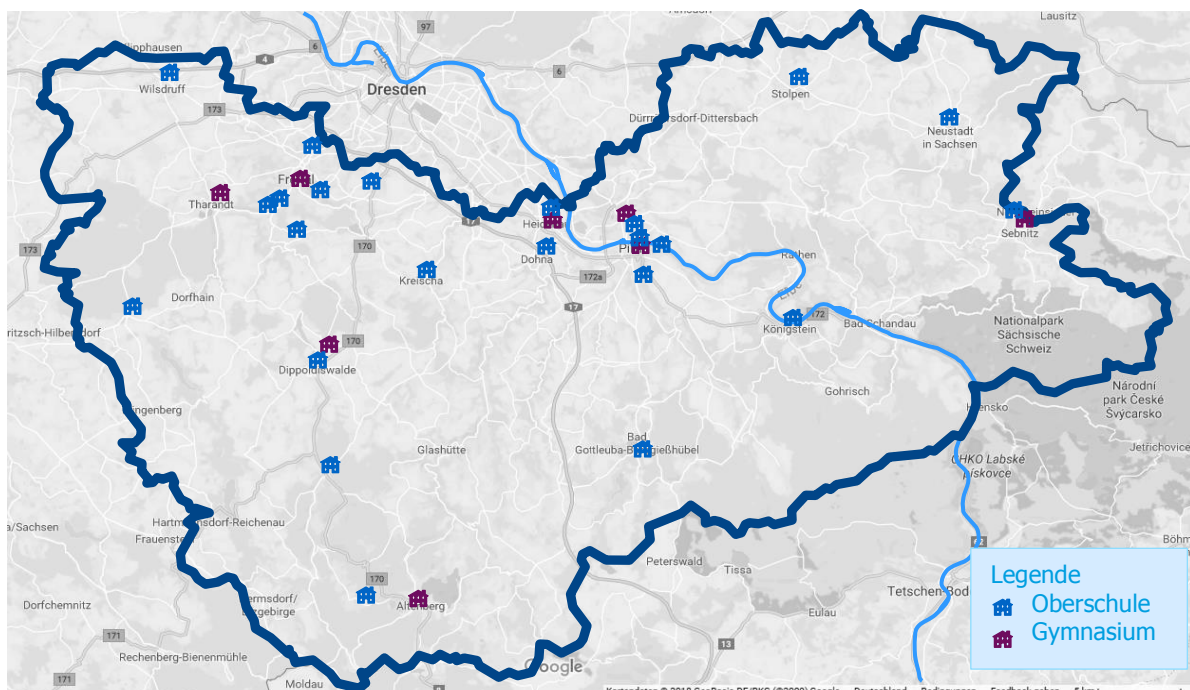
Nach: Statistik der Bundesagentur für Arbeit

## Schulen

Im Landkreis gibt es 30 allgemeinbildende Sekundarschulen, davon 23 Oberschulen und sieben Gymnasien, an denen im Schuljahr 2017/18 12.444 Schülerinnen und Schüler lernten. [8] [9] Nimmt man eine Gleichverteilung der Anzahl der Lernenden pro Klassenstufe an, entfallen 5.019 auf die Klassen neun bis zwölf.

Abb. 5 verdeutlicht eine Konzentration der Schulen nahe dem Raum Dresden, die Richtung Bundesgrenze abnimmt.

Abb. 5: Lage der allgemeinbildenden Sekundarschulen im Landkreis



## Methodisches Vorgehen und Stichprobe

### Unternehmensbefragung

In Zusammenarbeit mit der IHK Dresden und der HWK Dresden wurden 485 bzw. 534 Ausbildungsbetriebe im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge angeschrieben. Die HWK Dresden begrenzte die Auswahl auf Unternehmen, die innerhalb der vergangenen fünf Jahre Lehrlinge beschäftigt hatten. Insgesamt nahmen 36 (7,4 %) bzw. 39 (7,3 %) Mitgliedsunternehmen der IHK respektive HWK an der Befragung teil. Damit ergab sich eine Gesamtrücklaufzahl von insgesamt N = 75 (7,4 %) Zusendungen.

Zur besseren Vergleichbarkeit mit internen Ergebnissen der IHK wurde eine Differenzierung der Unternehmen bei einem Jahresumsatz mit  $\leq 1$  Mio. EUR vorgenommen statt definitionsgemäß bei  $\leq 2$  Mio. EUR (siehe Seite 4). Dementsprechend wurden die Unternehmen nach Tabelle 3 in Klassen eingeteilt.

Tabelle 3: Zuordnung der Unternehmensklassen nach Mitarbeiterzahl und Jahresumsatz

Mitarbeiter \ Umsatz	< 10	10 – 49	$\geq 50$	keine Angabe
< 1 Mio. EUR	Kleinstunternehmen	Kleines U.	Mittleres U.	Kleinstunternehmen
$\geq 1 - 10$ Mio. EUR	Kleines U.	Kleines U.	Mittleres U.	Kleines U.
$\geq 10 - 50$ Mio. EUR	Mittleres U.	Mittleres U.	Mittleres U.	Mittleres U.
keine Angabe	Kleinstunternehmen	Kleines U.	Mittleres U.	

Damit ergibt sich folgende Verteilung der zurückgemeldeten Firmen (Abb. 6, Tabelle 4).

Abb. 6: Verteilung der Unternehmensarten

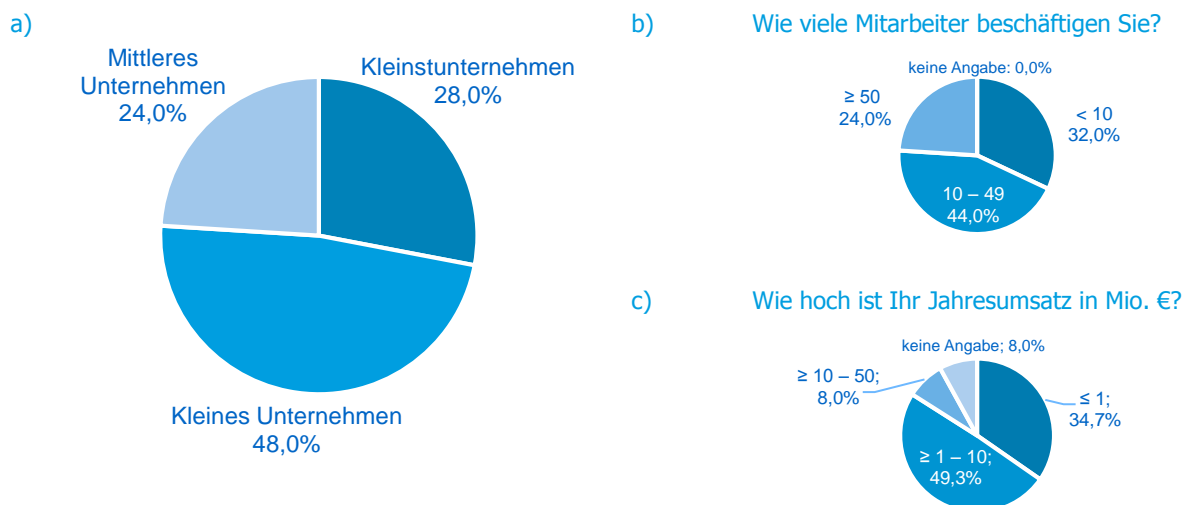


Tabelle 4: Verteilung der Unternehmensarten

	Kleinst- unternehmen	Kleines Unternehmen	Mittleres Unternehmen
1 Absolute Anzahl	21	36	18
2 In Bezug zur Gesamtzahl N = 75	28,0%	48,0%	24,0%
3 Anzahl der von der IHK angeschriebenen Unternehmen	154	219	112
4	31,8%	45,2%	23,1%

Abb. 7: Branchen der Unternehmen

Seitens der IHK Dresden kann die Anzahl der angeschriebenen Unternehmen (485 Unternehmen) wie in Tabelle 4 aufgeschlüsselt werden.

Neben der absoluten Zahl (534 Unternehmen) liegen für die HWK Dresden keine zusätzlichen Kenngrößen vor, die Rückschlüsse auf die angeschriebenen Unternehmen und ihre Größe zulassen. Aber die Gesamtverteilung der Rückantworten ähnelt in ihrer Struktur der der seitens der IHK Dresden angeschriebenen Unternehmen. Von daher liegt die Vermutung nahe, dass auch die gesamte Zusammensetzung der Rückantworten dem aller angeschriebenen Unternehmen ähnelt.

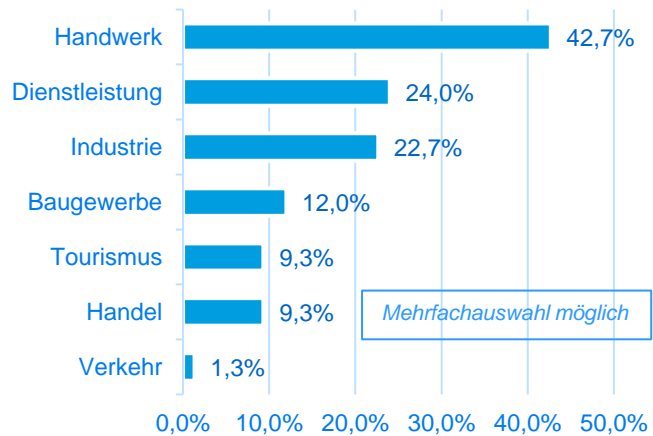


Abb. 7 zeigt die Aufteilung der Unternehmen nach Wirtschaftsbranche.

## Interviews

Zur qualitativen Untermauerung der schriftlichen Befragung wurden einzelne Unternehmen interviewt, die dazu ihr Einverständnis erklärt hatten.

Die Interviewpartner wurden auf Grundlage der schriftlichen Erhebung befragt. Der Schwerpunkt lag auf den Maßnahmen, welche die Firmen zur Behebung ihres individuellen Fachkräfteengpasses bisher unternommen hatten. Weitere Aspekte bildeten die Nutzung der Unterstützungsangebote sowie der zur Verfügung stehenden Fördermittelprogramme. Zudem wurden auch Hemmnisse gegenüber den genannten Möglichkeiten thematisiert.

Die leitfadengestützten Interviews dauerten durchschnittlich 20 Minuten und wurden telefonisch durchgeführt. Insgesamt signalisierten 16 Firmen ihre Bereitschaft, darunter zwei Kleinunternehmen, zehn kleine und vier mittlere Unternehmen. Um eine der schriftlichen Umfrage ähnliche Verteilung zu erreichen, wurden acht Interviews durchgeführt mit je zwei Kleinst- und mittleren Unternehmen (je 25 %) sowie vier kleinen Firmen (50 %).

## Schülerbefragung

Die TU Dresden schrieb alle allgemeinbildenden Sekundarschulen im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge an und bat um Teilnahme an einer Online-Befragung. Schwerpunkte dieser Untersuchung waren die Laufbahnplanungen der Lernenden nach Schulschluss sowie Einflussfaktoren auf deren Berufswahl.

Die Umfrage wurde über die Plattform [www.soscisurvey.de](http://www.soscisurvey.de) erstellt und programmiert.

Von den eingangs erwähnten 5.019 möglichen Teilnehmern meldeten sich 61 (1,2 %) zurück. 56 besuchten die neunte Klassenstufe einer Oberschule, davon 53,6 % männlichen Geschlechts und 46,4 % weiblichen Geschlechts. Ein Datensatz davon konnte nicht verwendet werden aufgrund nicht ausgefüllter Daten.

Die übrigen fünf waren Schülerinnen und Schüler der zehnten bis zwölften Klasse eines Gymnasiums.

Aufgrund des geringen Rücklaufs und des hohen Anteils von Oberschülern und -schülerinnen ist die Befragung nur bedingt repräsentativ aussagefähig. Allerdings gibt sie einen Einblick in die Ansichten der Lernenden der Klassenstufe neun an Oberschulen im Landkreis.

Über die Gründe der geringen Beteiligung kann nur spekuliert werden. Wahrscheinlich ist, dass aufgrund der Prüfungszeit, die aus organisatorischen Gründen parallel stattfindende Umfrage, weniger Aufmerksamkeit bei Lehrenden und Lernenden gefunden hatte.

Den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Online-Umfrage wurden verschiedene Themen aus den Bereichen Arbeit, Arbeitsumfeld und Qualifikation präsentiert. Diese sollten sie mit Schulnoten bewerten.



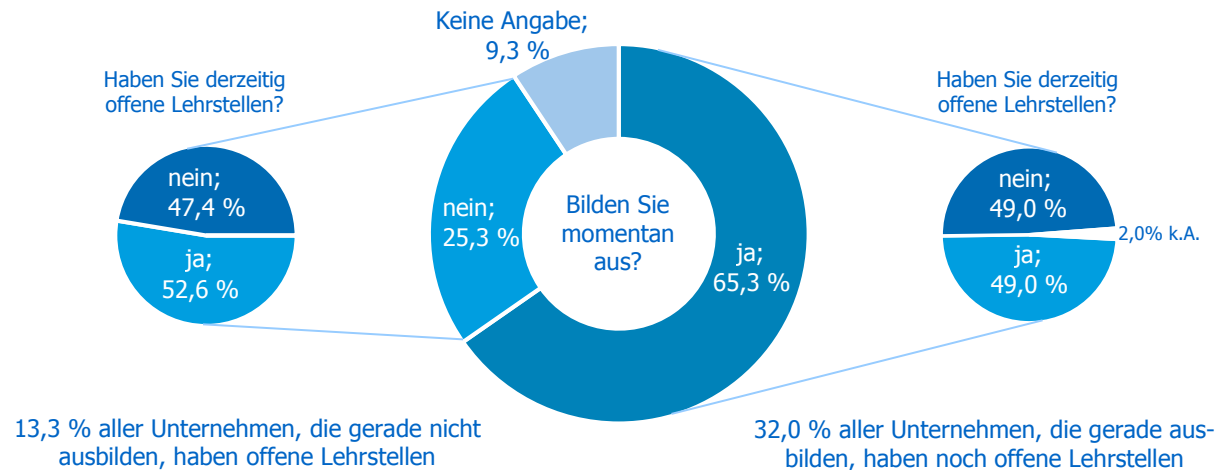
## Ergebnisse

### Unternehmensumfrage

Mit 70,7% wurde der Großteil der teilnehmenden Unternehmen in der Nachwendezeit 1990 – 2009 gegründet. 17,3% gaben ein Gründungsdatum von vor 1949 an. 2,7 % existieren seit 2009.

Zum Zeitpunkt der Befragung bildeten 65,3 % der untersuchten Unternehmen aus, 45,3 % gaben an, Lehrstellen nicht besetzen zu können (siehe Abb. 8). Das entspricht den eingangs gemachten Erläuterungen hinsichtlich offener Ausbildungsplätze.

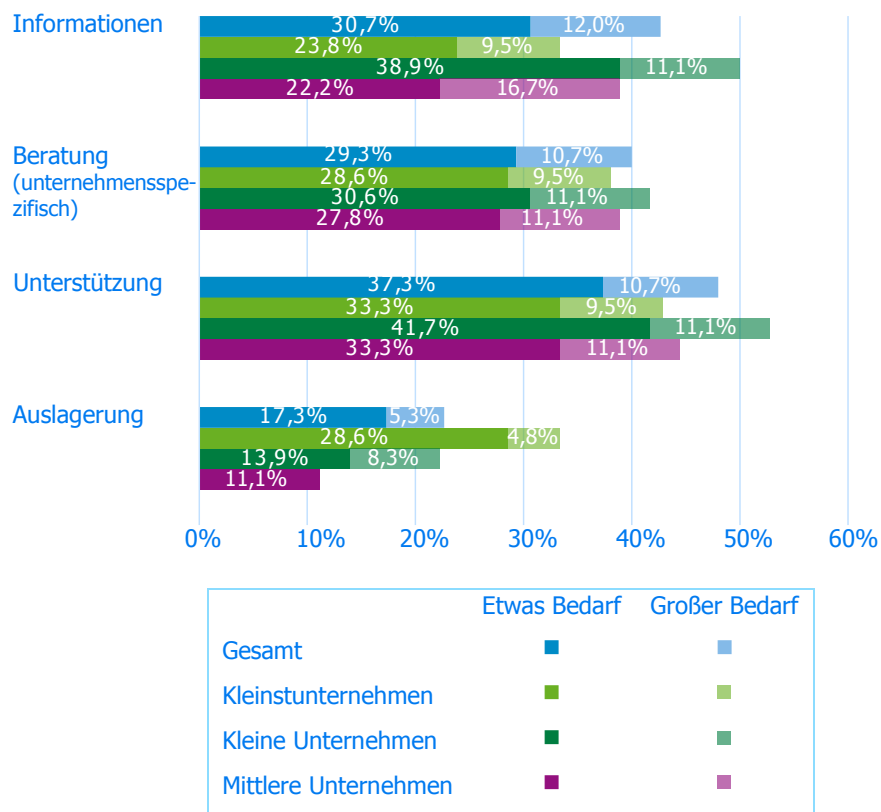
Abb. 8: Verteilung der ausbildenden Unternehmen und der mit offenen Lehrstellen



Zu ihren Bedarfen bei der Aus- und Weiterbildung befragt (Abb. 9), zeigt sich, dass mit 48,0 % bei fast jedem zweiten Unternehmen Unterstützungsbedarf vorliegt. Ebenso gibt es Bedarf an Information mit 42,7 % und an Beratung mit 40,0 %. Der Wunsch nach Auslagerung wird von 22,6 % der untersuchten KMU geäußert.

Bei kleinen Unternehmen sind die Bedarfe generell größer als bei mittleren Unternehmen. Das lässt die These zu, dass die zuletzt genannten eher in der Lage sind, ihre Bedarfe selbst zu decken. Daraus lässt sich schließen, dass Kleinstunternehmen noch größere Bedarfe haben als kleine Unternehmen. Allerdings trifft dies nur auf den Bereich der Auslagerung zu. In allen anderen Bereichen geben die kleinen Unternehmen die größten Bedarfe an. Eine mögliche Erklärung für diese festgestellte Situation ist, dass Eigentümer von Kleinstunternehmen sehr viel häufiger in Personalunion Geschäftsführertätigkeiten und Ausgaben des Tagesgeschäfts wahrnehmen und strategische Überlegungen hinsichtlich etwaiger Unterstützungsbedarfe aufgrund zeitlicher Engpässe nicht erfolgen können.

Abb. 9: Beratungsbedarf bei der betrieblichen Aus- und Weiterbildung



Im Folgenden wurden die Bedarfe danach differenziert, ob sie vor, während und/oder nach der Ausbildung bestehen. Dabei zeigte sich, dass diese in der Zeitspanne von vor der Ausbildung (über 50 %) bis nach der Ausbildung (unter 40 %) abnahmen. Der Hauptfokus konzentrierte sich auf dem Bedarf nach mehr Informationen.

### Vor der Ausbildung

Abb. 10: Bedarfe aller Unternehmensarten vor der Ausbildung

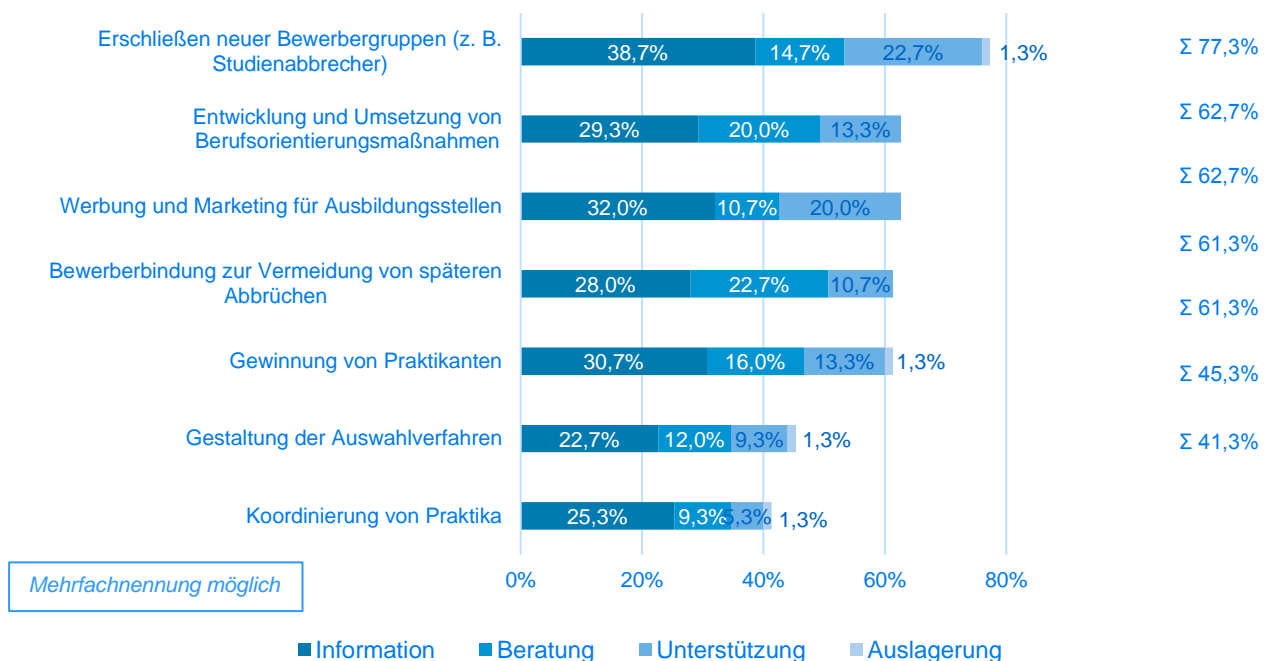


Abb. 11: Bedarfe der Kleinstunternehmen vor der Ausbildung

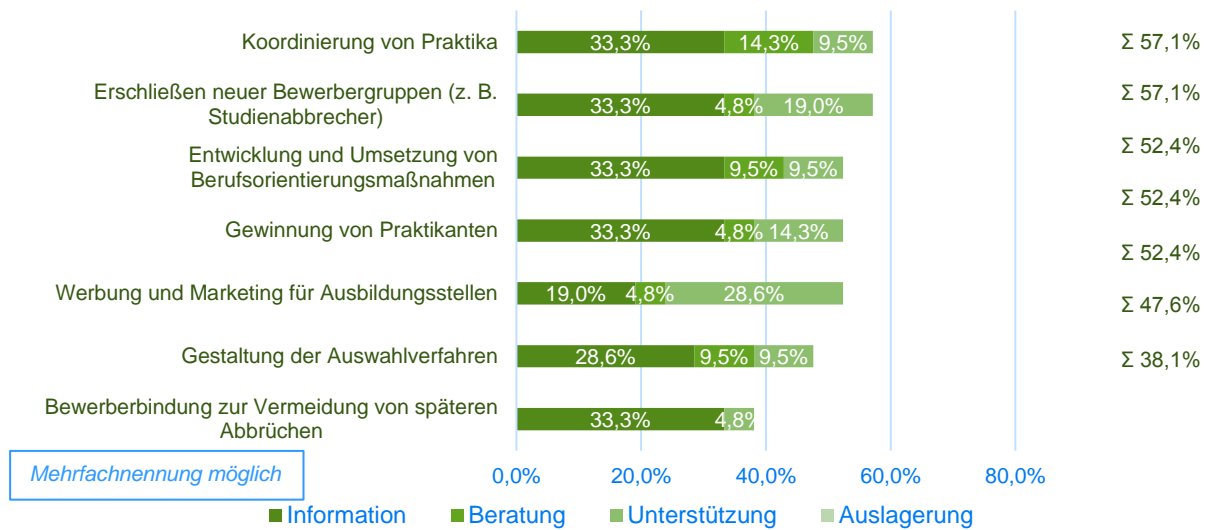


Abb. 12: Bedarfe der kleinen Unternehmen vor der Ausbildung

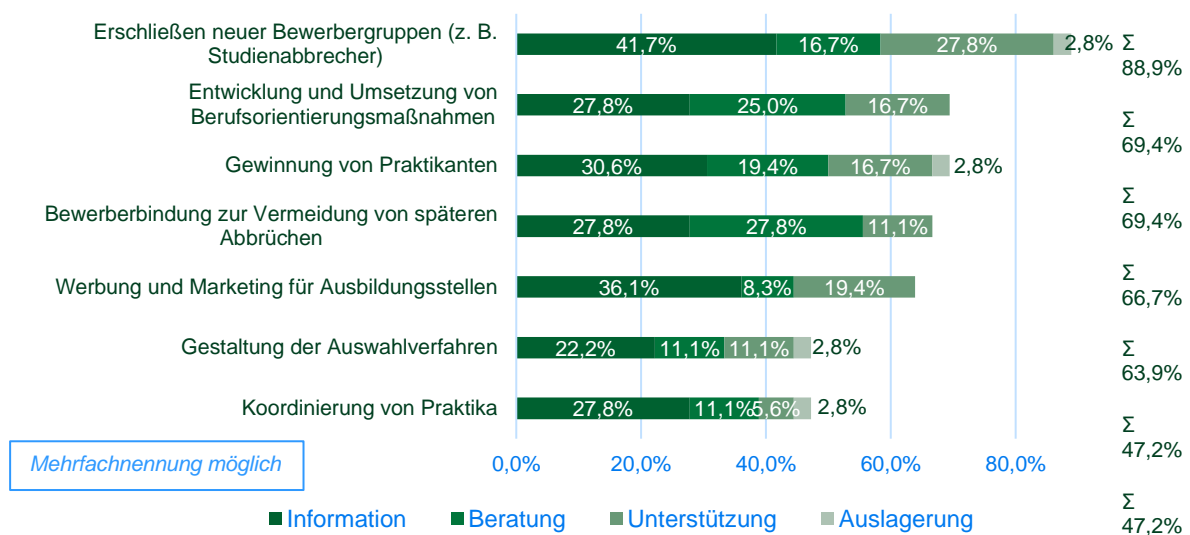
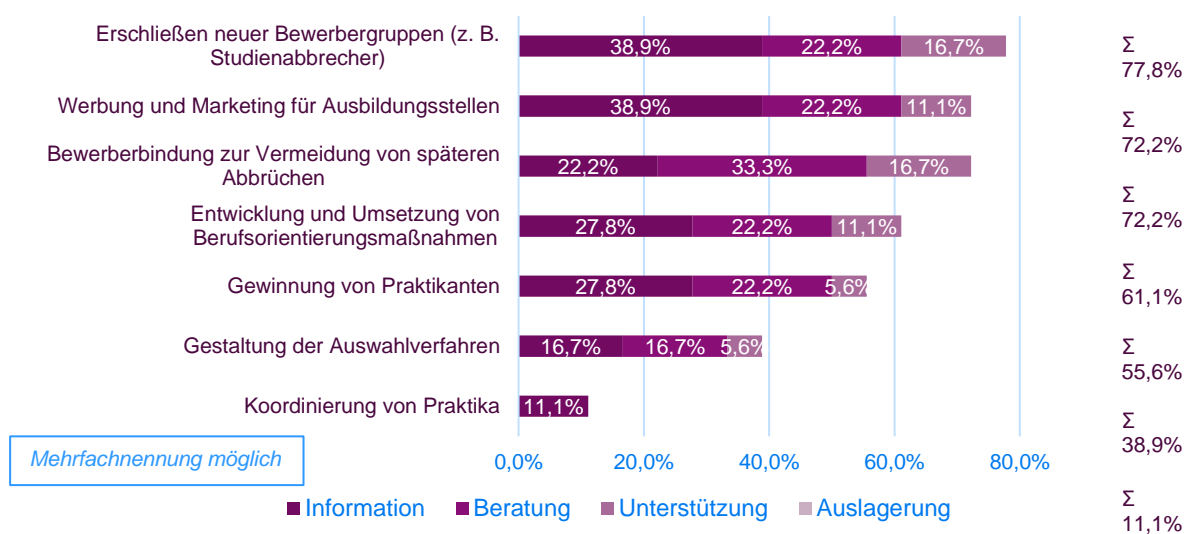


Abb. 13: Bedarfe der mittleren Unternehmen vor der Ausbildung



Die Abbildungen 11 bis 13 verdeutlichen, dass Kleinstunternehmen prinzipiell geringere Bedarfe angeben als andere Unternehmensarten. Die größten Bedarfe zeigten kleine Unternehmen an. Kleinstunternehmen meldeten, im Gegensatz zu den anderen, hauptsächlich Bedarf an Information, Beratung und Unterstützung ( $\Sigma$  57,1 %) bei der Koordinierung von Praktika an, während kleine ( $\Sigma$  47,2 %) und mittlere Unternehmen ( $\Sigma$  11,1 %) in diesem Bereich die geringsten Bedarfe anzeigen.

Ebenso wird Hilfe bei der Erschließung neuer Bewerbergruppen benötigt. Besonders kleine Unternehmen weisen mit 88,9 % einen großen Bedarf auf.

Neben mehr Information wünschen sich zudem 19 % der Kleinstunternehmen und 27,8 % der kleinen Unternehmen mehr Unterstützung bei der Umsetzung. Mittlere Unternehmen sahen dagegen mehr Bedarf bei Information und Beratung.

Zudem deuten die Untersuchungsergebnisse darauf hin, dass Themen wie Werbung bzw. Marketing über Ausbildungsstellen für Unternehmen mittlerer Größe an Bedeutung gewinnen. Dagegen schenken Klein- und Kleinstunternehmen mit rund zehn Prozentpunkten dieser Thematik weniger Beachtung (siehe Tabelle 5). Die Bewerberbindung spielt bei 38,1 % der Kleinstunternehmen eine Rolle, während sie bei den übrigen Firmen fast doppelt so oft genannt wird.

Die Vermutung liegt nahe, dass diese Unternehmen zunächst andere Aspekte vor der Ausbildung abdecken müssen, bevor sie sich dem Marketing zuwenden können. Zudem besitzen mittelgroße Firmen eher genügend personelle Ressourcen, um diese Aspekte stärker zu berücksichtigen und entsprechende Bedarfe artikulieren.

Auslagerung spielt bis auf einzelne Ausnahmen keine Rolle. Demnach legen Firmen hinsichtlich der Ausbildung besonderen Wert darauf, diese selbst zu gestalten.

Tabelle 5: Summe der Bedarfe der Unternehmensarten im Vergleich

	Kleinst- unternehmen	Kleines Unternehmen	Mittleres Unternehmen
Erschließen neuer Bewerbergruppen (z. B. Studienabbrecher)	57,1%	88,9%	77,8%
Entwicklung und Umsetzung von Berufsorientierungsmaßnahmen	52,4%	69,4%	61,1%
Gewinnung von Praktikanten	52,4%	69,4%	55,6%
Bewerberbindung zur Vermeidung von späteren Abbrüchen	38,1%	66,7%	72,2%
Koordinierung von Praktika	57,1%	47,2%	11,1%
Werbung und Marketing für Ausbildungsstellen	52,4%	63,9%	72,2%
Gestaltung der Auswahlverfahren	47,6%	47,2%	38,9%

## Während der Ausbildung

Auch während der Ausbildung (Abb. 14 bis 17) gibt es in allen Unternehmensarten, besonders in den Bereichen Information, Beratung und Unterstützung, hohe Bedarfe. Die potenzielle Auslagerung von Ausbildungsleistungen spielt indessen nur in Einzelfällen eine Rolle.

Abb. 14: Bedarfe aller Unternehmensarten während der Ausbildung

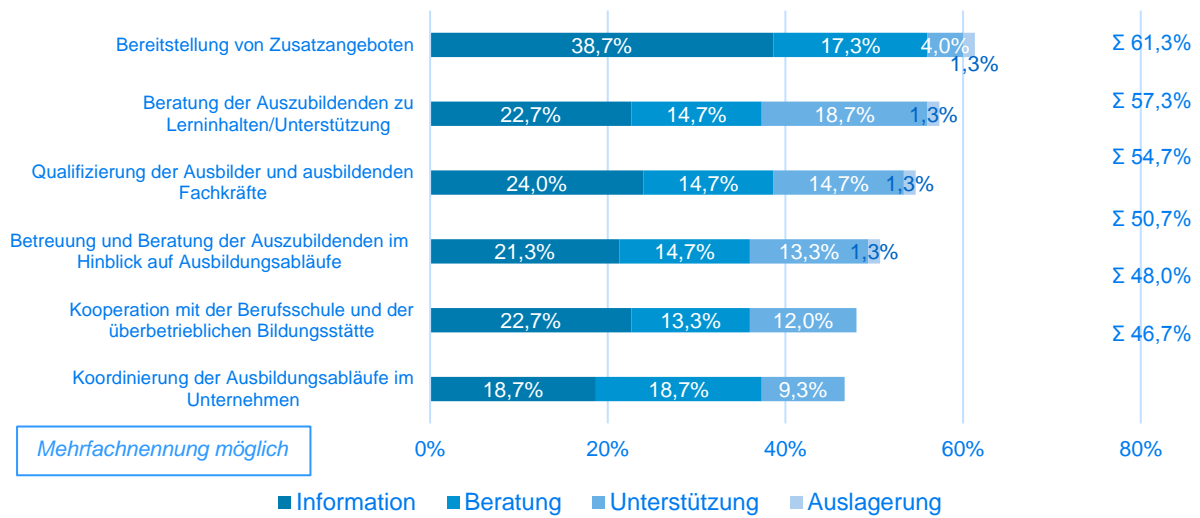


Abb. 15: Bedarfe der Kleinstunternehmen während der Ausbildung

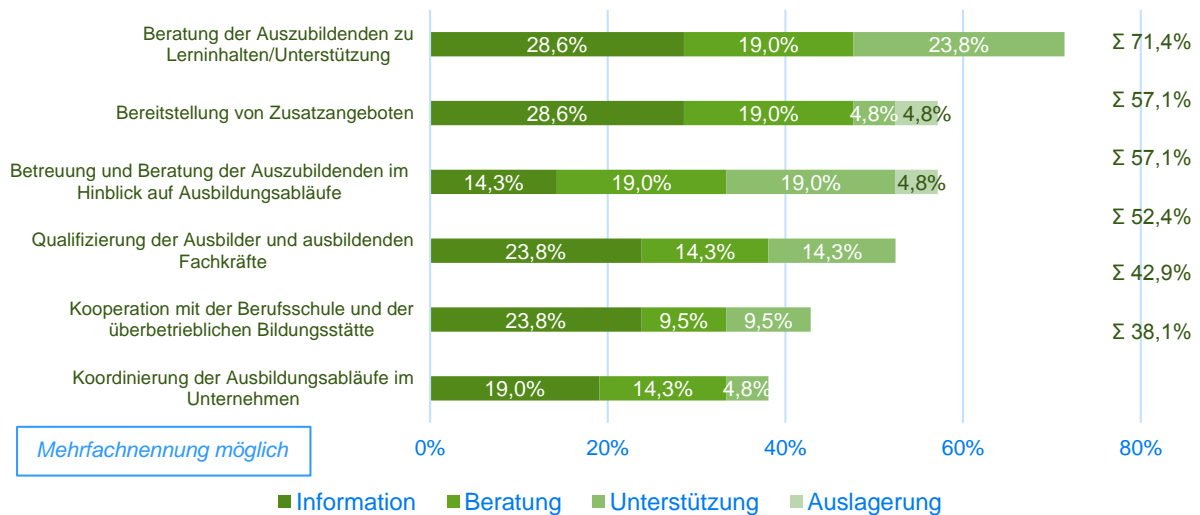


Abb. 16: Bedarfe der kleinen Unternehmen während der Ausbildung

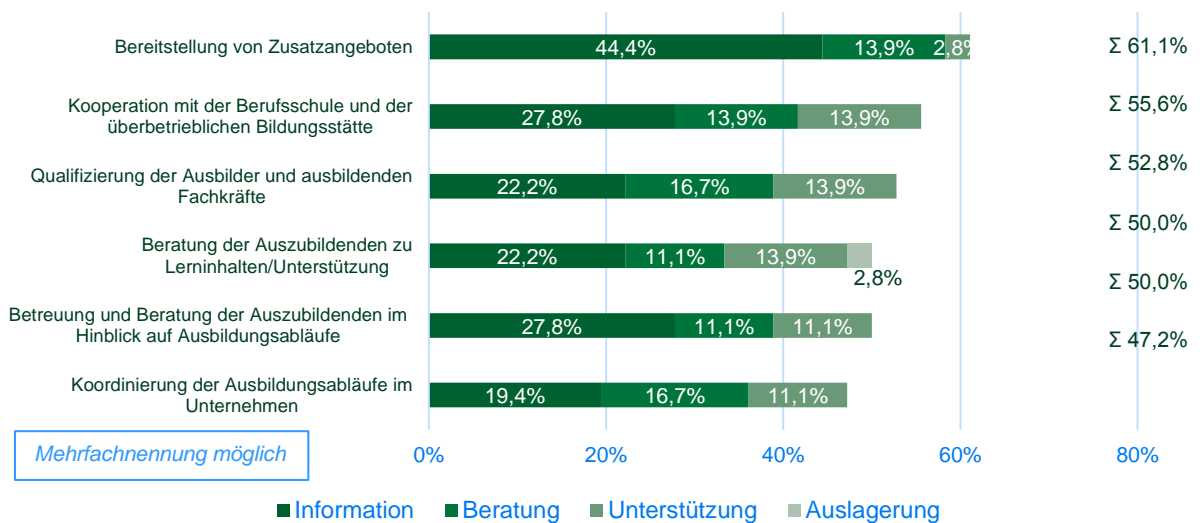
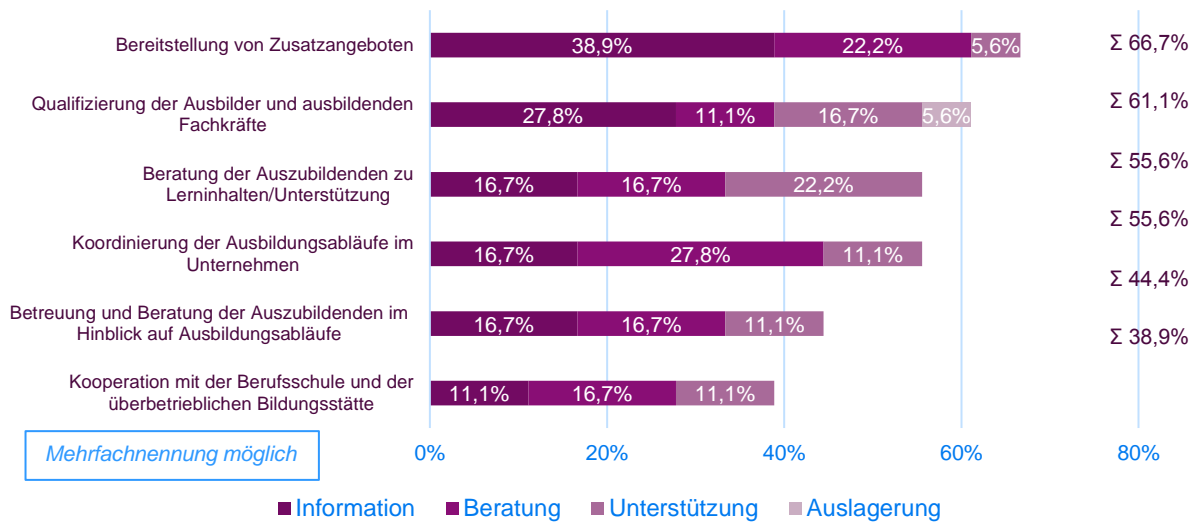


Abb. 17: Bedarfe der mittleren Unternehmen während der Ausbildung



Für Kleinstunternehmen ist, wie in Abb. 15 zu sehen, vor allem die Beratung der Auszubildenden zu den Lerninhalten eine Herausforderung (Σ 71,4 %). So wünschen 23,8 % unter ihnen Unterstützung bei der Bewältigung von Ausbildungsproblemen. In mittleren Unternehmen (Abb. 17) ist der Bedarf hierzu mit 22,2 % ähnlich hoch und wird als wichtiger als Beratungs- oder Informationsleistungen erachtet.

In Kleinstunternehmen beläuft sich der angegebene Bedarf hinsichtlich Beratung und Unterstützung (Abb. 15) bei der Betreuung der Auszubildenden auf jeweils 19 %. Kleine und mittlere Firmen sind offensichtlich besser in der Lage, diese Herausforderung zu bewältigen, beziffern ihre Bedarfe dennoch mit Σ 50,0 % und Σ 44,4 % (Abb. 16, 17).

Großer Informationsbedarf existiert bei der Bereitstellung von Zusatzangeboten (Tabelle 6). Für kleine und mittlere Unternehmen steht die Bereitstellung an erster, für Kleinstunternehmen an zweiter Stelle. Dazu zählen beispielsweise Zusatzqualifikationen oder Auslandsaufenthalte.

Mehr als jedes zweite kleine Unternehmen wünscht Hilfe bei der Kooperation mit der Berufsschule. Dagegen sehen Kleinstunternehmen und mittlere Firmen bei diesem Thema geringeren Bedarf.

Mittlere Unternehmen schätzen den Bedarf zur Qualifizierung ihrer Ausbilder mit Σ 61,1 % groß ein, während er bei den anderen Unternehmensarten um rund zehn Prozentpunkte geringer liegt.

Tabelle 6: Summe der Bedarfe der Unternehmensarten im Vergleich

	Kleinst- unternehmen	Kleines Unternehmen	Mittleres Unternehmen
Bereitstellung von Zusatzangeboten (Zusatzqualifikationen, Auslandsaufenthalte etc.)	57,1%	61,1%	66,7%
Beratung der Auszubildenden zu Lerninhalten/ Unterstützung bei Ausbildungsproblemen	71,4%	50,0%	55,6%
Qualifizierung der Ausbilder und ausbildenden Fachkräfte	52,4%	52,8%	61,1%
Betreuung und Beratung der Auszubildenden im Hinblick auf Ausbildungsabläufe	57,1%	50,0%	44,4%
Koordinierung der Ausbildungsabläufe im Unternehmen	38,1%	47,2%	55,6%
Kooperation mit der Berufsschule und der überbetrieblichen Bildungsstätte	42,9%	55,6%	38,9%

## Nach der Ausbildung

Abb. 18: Bedarfe aller Unternehmen nach der Ausbildung

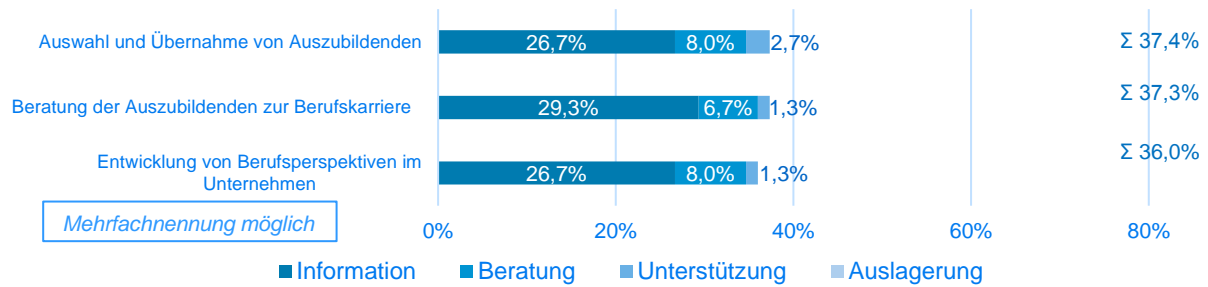


Abb. 19: Bedarfe der Kleinstunternehmen nach der Ausbildung

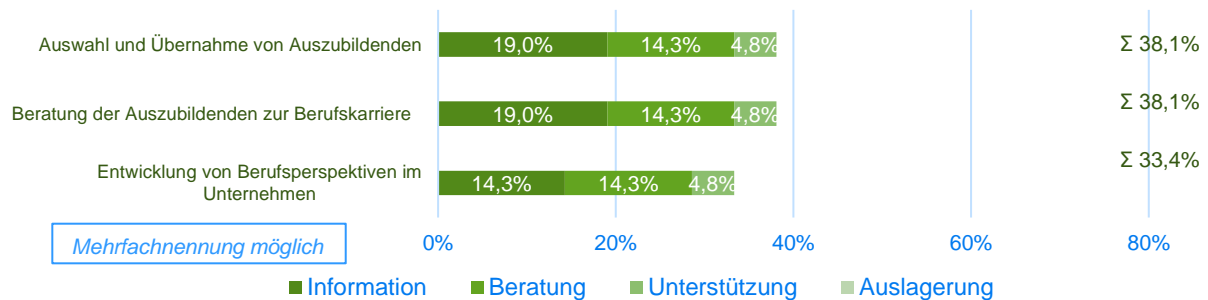


Abb. 20: Bedarfe der kleinen Unternehmen nach der Ausbildung

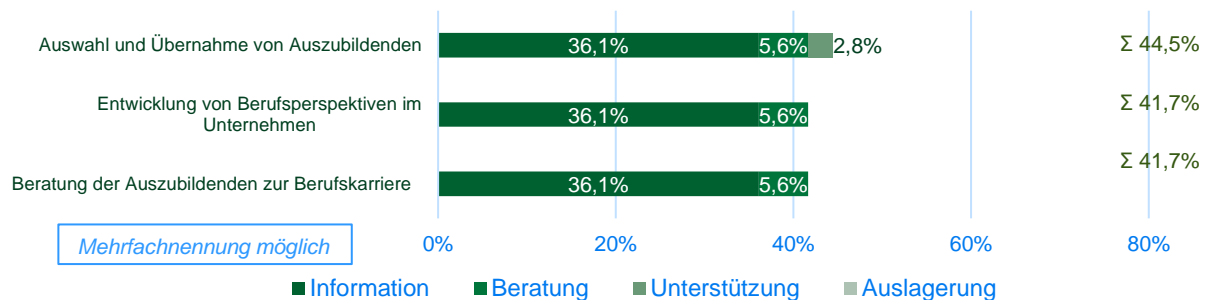
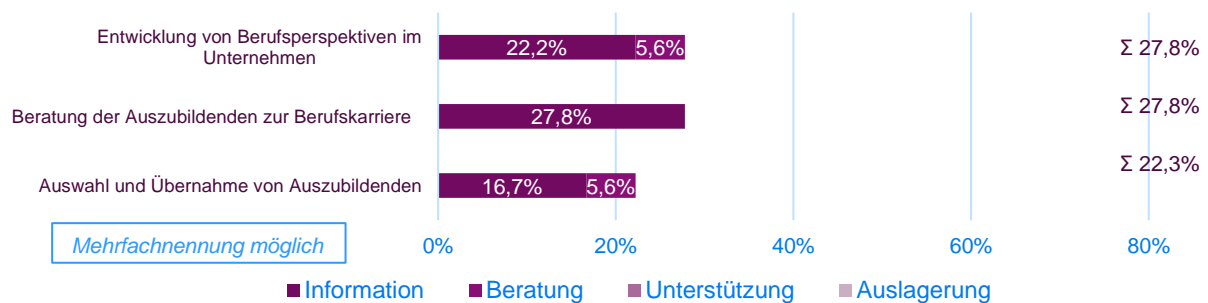


Abb. 21: Bedarfe der mittleren Unternehmen nach der Ausbildung



Waren die Bedarfe aller Unternehmensarten während der Ausbildung nur geringfügig gesunken im Vergleich zu vor der Ausbildung, sind sie nach der Ausbildung erheblich geringer, wie die Abb. 18 bis 21 verdeutlichen. Der Gesamtdurchschnitt bewegt sich unterhalb von 40 % (Abb. 18), während er vor der Ausbildung bei über 50 % lag. Von allen Unternehmensklassen zeigen kleine Firmen die höchsten Bedarfe an. Der hauptsächlich artikuliert Bedarf liegt bei der Bereitstellung von Information. Dahingegen wird Beratung selten gewünscht. Hinsichtlich Unterstützung und Auslagerung liegt sehr wenig bis kein Bedarf vor. Kleinst- und Kleinunternehmen geben mit  $\Sigma 38,1\%$  bzw.  $\Sigma 44,4\%$  vor allem Informationsbedarf zur Auswahl und Übernahme von Auszubildenden an, während nur jedes fünfte mittlere Unternehmen danach fragt (Tabelle 7).

In den Interviews (vgl. Seite 20) führten die befragten Firmen als Gründe an, dass sie bestrebt seien, ihre Auszubildenden nach erfolgreicher Ausbildung als Mitarbeiter zu übernehmen. Nach erfolgreicher

Stellenbesetzung sank vor allem bei Kleinstunternehmen der Bedarf weiter auszubilden und damit einhergehend die Nachfrage an Hilfsangeboten.

Tabelle 7: Summe der Bedarfe der Unternehmensarten im Vergleich

	Kleinst- unternehmen	Kleines Unternehmen	Mittleres Unternehmen
Auswahl und Übernahme von Auszubildenden	38,1%	44,4%	22,2%
Beratung der Auszubildenden zur Berufskarriere	38,1%	41,7%	27,8%
Entwicklung von Berufsperspektiven im Unternehmen	33,3%	41,7%	27,8%

Über die gezeigten Bereiche hinaus hatten die Befragten die Möglichkeit sonstige Bedarfe anzugeben. Selten wurde diese Option genutzt. Kleine Unternehmen zeigten am ehesten Interesse an Information, Beratung und Unterstützung bei der Facharbeiter-Gewinnung; zur Aktion „SCHAU REIN! – Woche der offenen Unternehmen Sachsen“ sowie an Motivationsstrategien für junge Menschen an einer Ausbildung teilzunehmen.

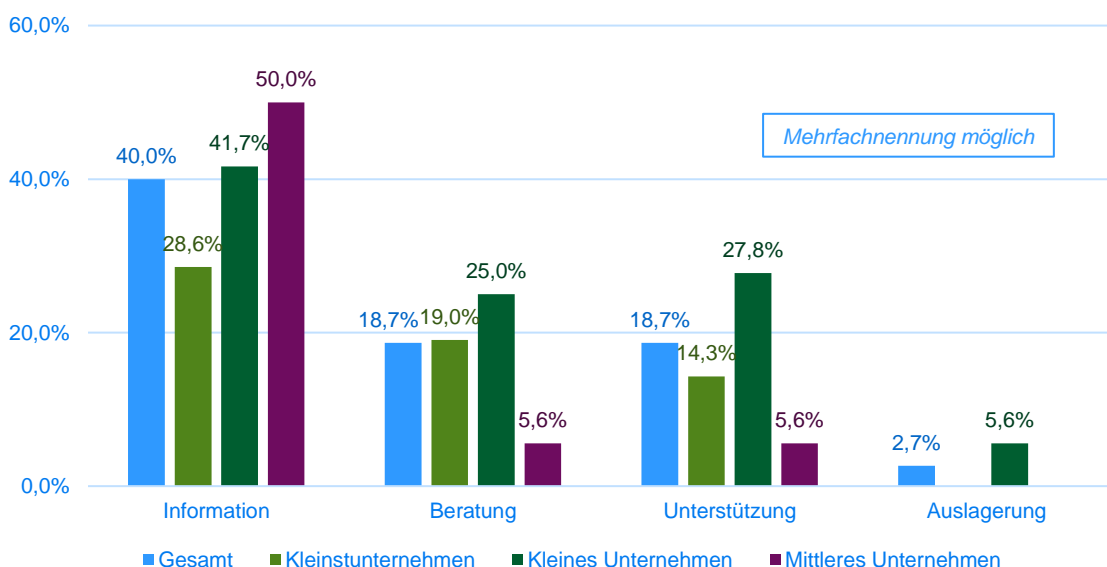
Die „Woche der offenen Unternehmen“ wird auch von Jugendlichen als sehr zielführend empfunden, um Einblick in Betriebe und Berufsfelder zu erlangen. [10]

### Genutzte Angebote

40 der 75 Unternehmen (53,3 %) haben in der Vergangenheit Hilfsangebote in ihrem Geschäftsalltag berücksichtigt. Verteilt nach Arten nutzten 38,1 % der Kleinstunternehmen, 61,1 % der kleinen und 55,6 % der mittleren Unternehmen Angebote. Dabei zeigt sich, dass kleine Unternehmen in vielen Bereichen nicht nur die höchsten Bedarfe angeben, sondern am ehesten Angebote nutzten.

40,0 % aller Unternehmen haben bisher Informationsangebote genutzt. Am höchsten war die Resonanz mit 50 % bei mittleren Unternehmen. Am niedrigsten lag dieser Wert mit 28,2 % bei den Kleinstunternehmen (Abb. 22). Während mittlere Firmen mit je 5,6 % bisher nur wenig Beratung oder Unterstützung in Anspruch genommen haben, nutzte dieses Angebot knapp jedes fünfte Kleinst- und mindestens jedes vierte kleine Unternehmen. Auslagerung wurde nur sehr selten von kleinen Unternehmen genutzt.

Abb. 22: Vergleich welche Firmen bereits welche Angebote genutzt haben



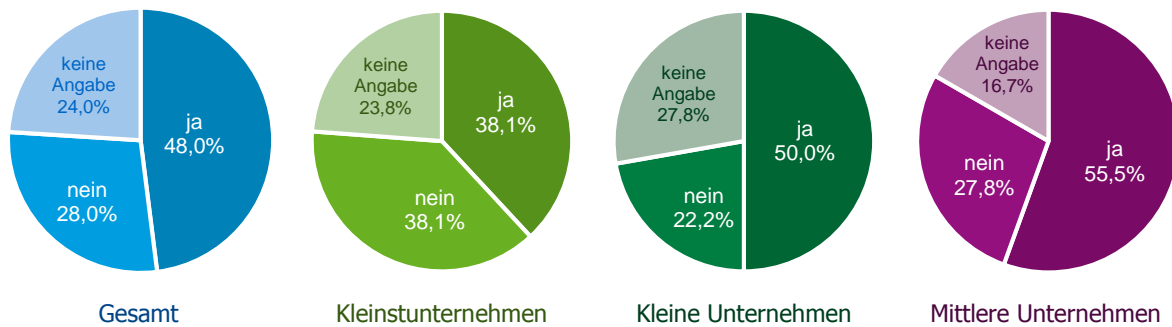
Zwar wurden Angebote genutzt, aber noch nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft. Ein im Interview genannter Grund könnte der finanzielle Aufwand sein. Kleine und mittlere Unternehmen müssten zur Nutzung solcher Angebote Mitarbeiter freistellen.

Zudem sind nicht alle Firmen bereit, eigene Ressourcen für solche Angebote zur Verfügung zu stellen. Abb. 23 zeigt, dass mit der Unternehmensgröße die Bereitschaft dafür wächst. Für Kleinstunternehmen,



die auch den geringsten Jahresumsatz haben, ist es am schwierigsten eigene Mittel für externe Dienstleistungen aufzubringen. Dies spiegelt sich im Anteil der Firmen in Höhe von 38,1 % wider, die dafür keine Ressourcen bereitstellen wollen.

Abb. 23: Bereitschaft der Unternehmen eigene Ressourcen zur Verfügung zu stellen

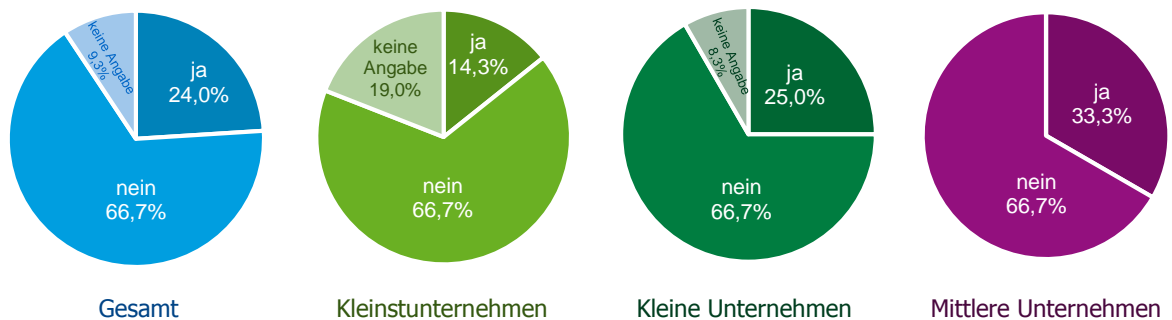


Es gibt eine Reihe von Förderprogrammen seitens der öffentlichen Hand bzw. verschiedener Aufbau- respektive Förderbanken, zur Deckung der Bedarfe an Information, Beratung, Unterstützung und Auslagerung. Allerdings kennen zwei Drittel aller Unternehmen keine dieser Möglichkeiten, wie Abb. 24 zeigt. Diese Unkenntnis erstreckt sich gleichermaßen über alle Unternehmensklassen.

Allerdings nimmt die Zahl derer, die keine Angabe machten mit steigender Unternehmensgröße ab. Interpretiert man „keine Angabe“ als Unsicherheit hinsichtlich der verschiedenen Fördermöglichkeiten, ist diese auch eine Form der Unkenntnis.

Die Zahl derer, die direkt bejahten, Förderprogramme zu kennen, nimmt mit der Firmengröße zu.

Abb. 24: Kenntnis der Fördermöglichkeiten für Beratungs- und Unterstützungsangebote



Vielen Unternehmen sind Fördermittelprogramminhalte unbekannt und nur wenige Unternehmen (16,0 %) haben bisher Fördermittel abgerufen (Abb. 25). Während kleine und mittlere Firmen mit 19,4 % und 16,7 % ähnliche Zahlen aufweisen, fällt die Partizipationsrate von Kleinunternehmen mit 9,5 % deutlich geringer aus.

Nach Hindernissen befragt (Abb. 26) nannte die Mehrzahl der Unternehmen den hohen Bürokratieaufwand für die Beantragung von Fördermitteln als Grund für die geringe Beteiligung. Besonders Klein- und kleine Unternehmen zeigen sich davon betroffen. An zweiter Stelle, genannt von 21,3 % der Firmen, folgt der hohe zeitliche Aufwand. Des Weiteren wurde angeführt, Fördermittel in ausbildungsfreien Phasen nicht zu benötigen. Zusätzlich sahen Klein- und kleine Unternehmen in der Nachweisführung einen Faktor für das geringe Interesse, während mittlere Unternehmen diesen Punkt gar nicht nannten.

Innerhalb der Interviews wurde zudem deutlich, dass besonders Klein- und kleine Unternehmen die Beantragung von Fördermitteln als Investition betrachten, deren Nutzen den Aufwand nicht übersteige.

Sobald Firmen Fördermöglichkeiten kennen, steigt die Bereitschaft diese zu nutzen. 61,1 % dieser Unternehmen nutzen bzw. haben in der Vergangenheit öffentliche Unterstützung genutzt.

Abb. 25: Abgerufene Fördermittel für Beratungs- und Unterstützungsangebote

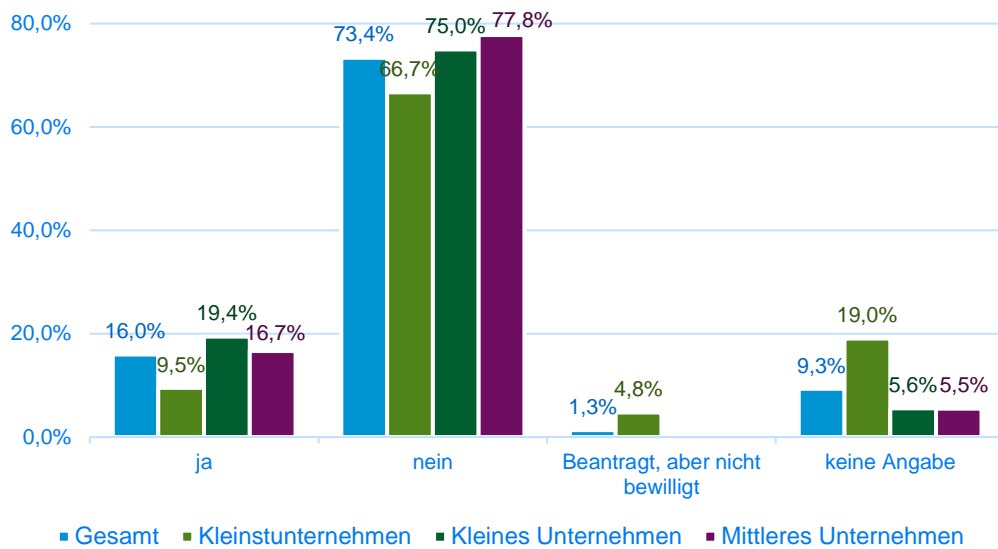
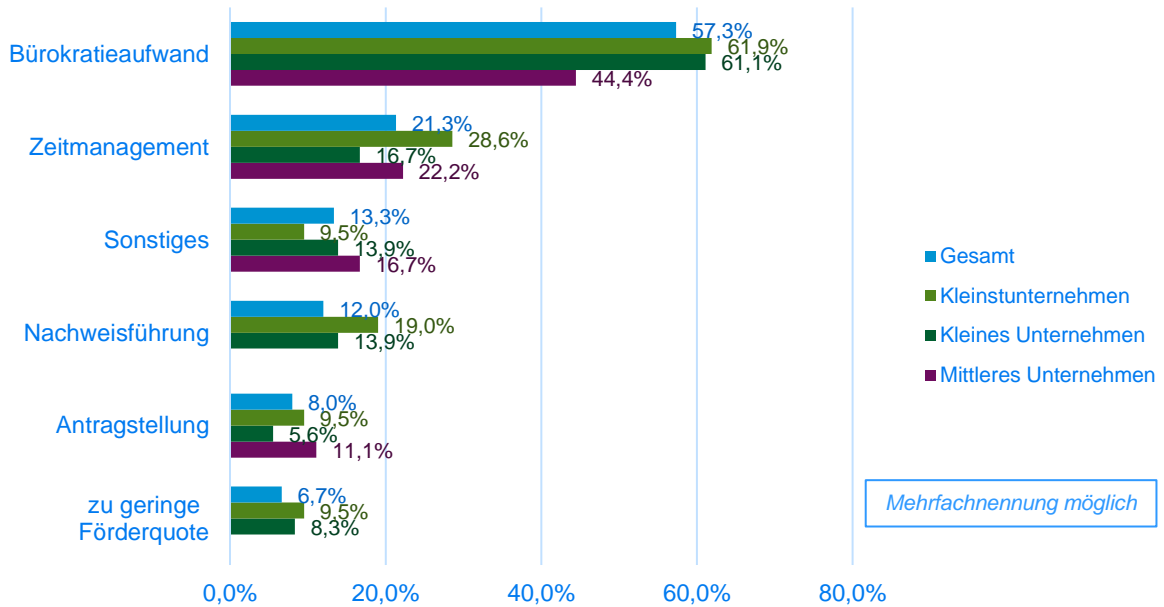


Abb. 26: Hindernisse Fördermittel zu beantragen



## Interviews

### Maßnahmen gegen den Fachkräfteengpass

Zunächst ist zu bemerken, dass der Fachkräfteengpass unterschiedlich stark von den Unternehmen wahrgenommen wird, variierend nach deren Größe und Wirtschaftsbranche. So gab ein Baubetrieb an, deutlich davon betroffen zu sein während ein Tourismusunternehmen den Engpass zwar wahrnehme, aber noch keine Maßnahmen dagegen unternommen habe.

Die Mehrheit der befragten Interviewpartner hat bereits verschiedene Maßnahmen ergriffen. Oft nannten sie, dass sie selbst ausbilden und damit ihre eigenen Fachkräfte „generieren“. Dabei seien bei der Ausbildung jedoch gewisse Risiken zu bedenken, ob der oder die Auszubildende den Abschluss schaffe und anschließend im Unternehmen bleiben würde.

Um einen höheren Bekanntheitsgrad zu erlangen, präsentieren sich die Firmen auf Ausbildungsmessen und auf der eigenen Homepage. Die Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit wurde als eng und passend beschrieben. Über ihre Portale würden viele Interessenten und Interessentinnen erreicht. Auch in der Azubiumfrage der IHK zeigte sich, dass die Bundesagentur für Arbeit für Jugendliche, vor allem von denen, die in ländlichen Regionen wohnen, am meisten als Informationsquelle dient. [10]

Besonders Unternehmen, die aktiv und permanent für sich warben, konnten häufig aufgrund mündlicher Empfehlung neue Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen gewinnen. Gleichzeitig hatte der bestehende Mitarbeiterstamm dadurch die Gelegenheit, Einfluss auf die Auswahl neuer Kollegen und Kolleginnen zu nehmen.

Überdies sei der direkte Kontakt zu potenziellen Auszubildenden sehr wichtig. Die Firmen bieten Praktika und Ferienarbeit an sowie Führungen durch den Betrieb. Dadurch werde gewährleistet, dass die Interessenten und Interessentinnen einen fundierten Einblick in das Berufsleben und dessen Ablauf erhalten. Eine Firma gab zudem an, für Schulen eine Freizeitaktivität mit einer Betriebsführung zu verbinden. Damit bieten sie direkt das an, was von Schülerinnen und Schülern als hilfreichste Orientierungsmaßnahme angesehen wird. [10]

Als erfolgreich stellte sich zudem heraus, wenn Medien, während der Berichterstattung über eine Region, das jeweilige Unternehmen mit dem Hinweis auf freie Lehrstellen erwähnten.

Einige Unternehmen führten an, Quereinsteiger und Quereinsteigerinnen einzustellen und die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei Umschulungen zu unterstützen. Ebenso würden sie osteuropäische Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen beschäftigen oder Schülern und Schülerinnen eine Chance bieten, die bislang Probleme bei der Integration in den Arbeitsmarkt hatten.

### Angebote

Die Interviewpartner wurden befragt, wie passend sie die verfügbaren Angebote an Information, Beratung, Unterstützung und Auslagerung finden und welche Faktoren sich ändern müssten, um diese noch stärker zu nutzen.

Zu dieser Thematik gehen die Meinungen weit auseinander. Es wurde beispielsweise genannt, dass gar nicht bekannt sei, welche Angebote es gibt, verbunden mit dem Wunsch nach mehr Angeboten. Es kann vermutet werden, dass die Unternehmen sich erst über solche Möglichkeiten informieren, wenn der Fachkräftemangel bei ihnen stärker angekommen ist. Nichtsdestotrotz sollten die Unterstützungsmöglichkeiten transparenter sein, beispielsweise durch ausführliche Beschreibungen. Dann könnten die Firmen bei Bedarf besser auf diese zugreifen. Ein Pool zur gezielten Auswahl wurde angeregt. Andernfalls sei es für die Unternehmen schwer einzuschätzen, welche der Angebotsformate sie tatsächlich brauchen. Außerdem wurde der Wunsch nach Qualität laut. Die Firmen möchten im Vorhinein erkennen können, wie qualitativ hochwertig Unterstützungsangebote seien. So wurde von Unternehmensberatungen berichtet, bei denen der Experte selbst wenig auskunftsfähig zu seinem Themengebiet gewesen sei.

Informationsveranstaltungen unter dem Motto „Was kann ich tun?“ wurden als sinnvoll erachtet, sollten aber über diese alleinige Frage hinausgehen. Tiefergehende, mit einem größeren Zeitraum einhergehende Workshops wurden vorgeschlagen. Allerdings bemerkte ein Interviewpartner, dass Weiterbildungen und Lehrgänge von kürzerer Dauer sein sollten. Statt 160 Stunden würden 16 Stunden in Form eines zweitägigen Angebots ausreichen, da man sonst bei der Fülle an Informationen nicht alles aufnehmen könne und überfordert abschalte.

Als wichtiger Aspekt wurde zudem erwähnt, dass die Angebote nicht zu viel Input enthalten sollten. Sie sollten anwendungsbezogen und direkt in der Praxis umsetzbar sein.

Beratungen der Arbeitsagentur wurden als gut bis sehr gut eingeschätzt. Während die einen meinten, der Betreuer bzw. die Betreuerin sei „dem Unternehmen und den Arbeitern sehr zugewandt“, waren andere der Auffassung, die Behörde sollte nicht nur verwaltend arbeiten, sondern sich mehr an den Bedürfnissen der Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen sowie Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen ausrichten. Zudem war eine kundengegebene Meinung während des Interviews, Arbeitslose würden nur bedingt Arbeit finden und vornehmlich in öffentlich-finanzierten Maßnahmen verschwinden.

Insgesamt wurde der Fachkräftemangel als eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung beschrieben. Er ist zum einen durch den demografischen Wandel begründet: „Wenn keiner da ist, wo sollen sie herkommen?“ Zum anderen sei die Mehrzahl der Unterstützungsangebote nur symptomlindernd. Die Wurzel läge tiefer, beispielsweise im Schulsystem. So wurde kritisiert, dass zu viele Schüler und Schülerinnen als weiterführende Schule das Gymnasium besuchen, obwohl für deren Leistungen die Oberschule besser geeignet sei. Für die Betroffenen und für den Arbeitsmarkt sei es schädlich, wenn erst durch Scheitern im Studium die Vorzüge einer Berufsausbildung erkannt werden. In diesem Zusammenhang wurde der Bedarf zu der Frage „Wie komme ich an Studienabbrecher und wie begeistere ich sie für das Handwerk?“ betont und eine noch intensivere schulische Berufsorientierung angemahnt.

Neben der aus ihrer Sicht unpassenden Scholorientierung beklagten einige interviewte Unternehmer die zum Teil mangelhaften Kompetenzen der Auszubildenden nach dem Schulabschluss. Vor allem im ersten Lehrjahr müssten viele Grundlagen vom Unternehmen gelehrt werden, die frühere Auszubildende aus der Schule mitgebracht hätten.

Ein mittleres Unternehmen gab zu verstehen, dass es mit den Angeboten zufrieden sei und keine Änderungswünsche habe. Dabei wurde auch erwähnt, dass die Erreichbarkeit potenzieller Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie Auszubildender durch die modernen Medien bereits hoch sei.

## Bedarfe

Der Rückgang der Bedarfe von vor zu nach der Ausbildung wurde von den meisten ähnlich erklärt. Bevor die Unternehmen Personen ausbilden, müssen sie mit diesen in Kontakt kommen. Dafür werden Hilfen benötigt. Dieser Grund entfällt nach der Ausbildung. Außerdem würden als Fachkraft übernommene Auszubildende in ihren Betrieben den Bedarf senken.

Unternehmen können zudem aus den Informationen und Beratungen von vor der Ausbildung vieles für die Zeit danach mitnehmen und benötigen später keine zusätzliche Information mehr. Zudem würden sich beispielsweise die Gesellen und Gesellinnen sowie Meister und Meisterinnen gegenseitig unterstützen und externe Hilfe überflüssig machen.

Hinzu kommen finanzielle Aspekte. Die Gewinnung von Auszubildenden habe einen so hohen Stellenwert, dass die Unternehmen eher bereit sind, dafür Geld zu investieren. Nach der Ausbildung managen die Firmen die Abläufe eher selbst, sodass sie keine weiteren finanziellen Mittel zur Verfügung stellen wollen.

## Fördermittel

Im Fragenteil zu Förderprogrammen konnten die Unternehmen ihre Kenntnisse und ihr Nutzungsverhalten von Fördermitteln angeben. Sie wurden zu den aus ihrer Sicht bestehenden Hindernissen befragt und konnten potenzielle Förderschwerpunkte vorschlagen.

Genau wie in der schriftlichen Befragung zeigte sich in den Interviews große Unkenntnis über verfügbare Fördermittel. Während einige Interviewpartner angaben, ausschließlich seitens der Bundesagentur für Arbeit bereitgestellte Fördermittel genutzt zu haben, war nur ein Kleinstunternehmen mit dem Aufgabenfeld der Sächsischen Aufbaubank vertraut.

Als Gründe für den geringen Fördermittelabruf (vgl. Abb. 25) gab ein mittleres Unternehmen an, dass die Programme oft nicht für die Bewältigung der gegenwärtigen betrieblichen Situation geeignet seien. Beispielsweise bezögen sie sich nicht selten darauf, einen Abschluss zu erlangen und dies strebe die Firma nicht an. Außerdem würde häufig die Bewilligung zu lang dauern. Bei akut vorliegendem Handlungsbedarf könne nicht schnell genug reagiert werden.

Hinzu komme, dass in Vorkasse gegangen werden müsse. Selbst wenn das Geld später in Form von Fördermitteln zurückkäme, könnte das kleine oder Kleinstunternehmen die Vorfinanzierung nicht immer stemmen.

Überdies sei die Bürokratie, gerade für Kleinstunternehmen, ein erhebliches Hindernis. Sie würden die Bereitstellung eigener finanzieller Mittel vorziehen, als den Aufwand der bürokratischen Antragstellung in Kauf zu nehmen. Ein Interviewpartner berichtete von circa sechs Tagen Arbeit, um eine Förderung in Höhe von 950 € zu beantragen, die später nicht bewilligt wurde. Die Arbeitszeit stehe nicht im Verhältnis zur beantragten und später bewilligten Fördermittelsumme.

Je größer ein Projekt sei, desto größer sei auch der Bürokratieraufwand. Das sei immens und in dieser Zeit würde nichts produziert, die eigentliche Arbeit des Betriebs.

Viele Interviewte räumten aber auch ein, dass gewisse Bürokratie nötig sei, um Betrug vorzubeugen. Leider verhindere dies auch in nicht unerheblichem Maße die Nutzung der Fördermittel. Ein weiteres Problem sei die verwendete Verwaltungssprache, die vor allem Unternehmer im fortgeschrittenen Alter schlecht verstünden.

#### *Möglichkeiten zur Verringerung des bürokratischen Hindernisses*

Zur Senkung der bürokratischen Hürden wäre die Verschlinkung umfangreicher Antrags- und Verwaltungsprozesse notwendig. Da dies aber schwierig sei, kam mehrfach der Vorschlag, dass Unternehmen gemeinsam mit Experten die Fördermittelanträge ausfüllen. Diese könnten von Fördermittelgebern oder den Kammern kommen. Das würde die oben genannten Probleme beheben und vor allem kleinste Unternehmen erheblich entlasten.

Außerdem sollten die Anträge auf den fördermittelsuchenden Betrieb beschränkt bleiben. Ein Interviewter berichtete, dass bei Vorhandensein eines Unternehmenspartners auch alle Strukturen und Finanzen desselben mitangegeben werden mussten, wodurch sich der Aufwand enorm vergrößere.

#### *Was gefördert werden sollte*

Die Firmen wünschten sich, dass vor allem die zu Ausbildungsbeginn vorhandenen etwaigen schulischen Defizite und der Aufbau eines entsprechenden theoretischen Fundaments Gegenstand einer Förderung sein sollten. Dafür seien externe Angebote wie ausbildungsbegleitende Hilfen eine Variante.

Für Arbeitslose wurden Praktika in den Unternehmen der Region gewünscht, die von der Arbeitsagentur finanziert werden sollten. So würden die Firmen Mitarbeiter oder Mitarbeiterinnen gewinnen und müssten keine Risiken tragen. Die Arbeitssuchenden hingegen könnten Erfahrungen sammeln und gewännen Einblick in möglicherweise neue Arbeitsfelder. Bei gegenseitigem Interesse, könnten sie übernommen werden. Damit würde ein wertvoller Beitrag gegen den Fachkräfteengpass geleistet.

Zudem sollte es Zuschüsse oder Steuernachlässe geben, wenn Langzeitarbeitslose, Flüchtlinge oder Ungelernte eingestellt werden. Bis der Mitarbeiter oder die Mitarbeiterin allein agieren könne, dauere es eine Weile. Um diese Zeit zu überbrücken, wäre eine Förderung für die Firmen sinnvoll zur Minimierung finanzieller Risiken.

Während einige sehr zufrieden waren mit der Arbeit der Kammern, regten andere hingegen an, dass sie sich mehr gebiets- und branchenspezifische Hilfen von diesen wünschen würden, beispielsweise im Tourismus.

Im Pflegebereich sollten auch niedrigere Abschlüsse, wie die der Helfer gefördert werden (vgl. [3]), um diese später durch Weiterqualifikation zur Fachkraft auszubilden. In diesem Zusammenhang wurde gewünscht, dass es für die Auszubildenden keine Schulgebühren geben dürfe. Neben der Ausbildung sollten auch Umschulungen gefördert werden.

#### Wünsche an die Politik und die Kammern

Ein zentraler Wunsch von vielen Interviewten war, dass in den Medien und der Politik ein besseres Berufsbild vermittelt werden müsse. Nach ihrer Auffassung werde der Blick meist nur auf die Schattenseiten und Nachteile eines klassischen Berufs gelenkt. Der Stress werde überbetont. Aber die positiven Seiten und Werte kämen zu kurz. Beispielsweise könne man im Handwerk stolz darauf sein, mit seinen Händen etwas gefertigt zu haben oder in der Pflege einen guten Dienst am Menschen zu leisten. Das müsse auch weiter in die Gesellschaft getragen werden.

Dabei wurde auch erwähnt, dass manche Berufsausbildungen nicht zielführend, sondern zu generalisiert für den eigentlichen Beruf seien. Aus diesem Grund entscheide sich beispielsweise kaum jemand nach der Ausbildung für die Arbeit in der Altenpflege, sondern gehe eher in die Kinderkrankenpflege.

Generell sollten auch die Zugangsvoraussetzungen für verschiedene Berufe einfacher werden und nicht an starre Regularien gebunden sein. Berufe könnten nicht nur über die Theorie, sondern vor allem über die Praxis erschlossen und dieses Wissen durch spezielle Abschlüsse bescheinigt werden. Das hätte den Vorteil, dass mit dem Abschluss eine bessere Entlohnung verbunden sei und damit wiederum die Attraktivität der Berufe stiege. Hier sei Intervention seitens der Politik und der Kammern notwendig.

Außerdem wurde gewünscht, dass die verschiedenen Angebote und Möglichkeiten der Kammern besser, rechtzeitig und zentral über ein Portal bekannt gegeben werden. Zur zeitlichen Planung der Unternehmen wäre eine Vorschau für das kommende Jahr zum Ende des alten Jahres zu befürworten.

Außerdem könne die Politik den Unternehmen helfen in der Gesellschaft ein neues Bewusstsein von Qualität zu vermitteln. Beispielsweise werde der Trend billig einzukaufen von großen Möbelketten vorangetrieben. Diesem preislichen Druck können kleine Handwerksbetriebe nicht standhalten. Ihre höheren Preise aber stünden für eine hohe Qualität.

## Umfrage unter Schülerinnen und Schülern

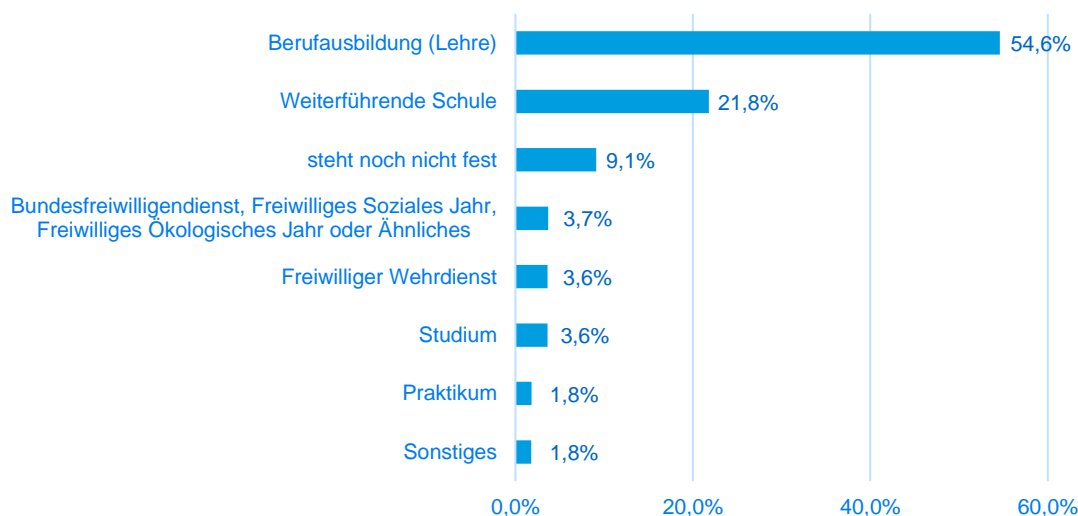
An dieser Stelle sei noch einmal erwähnt, dass die folgenden Ergebnisse lediglich einen Einblick gewähren in die Sichtweise einer neunten Oberschulklasse.

Der Großteil der an der Online-Umfrage teilnehmenden Lernenden konnte entweder präzise Aussagen machen (46,4 %) oder besaß zumindest ungefähre Pläne (41,1 %) hinsichtlich der eigenen Zukunft.

52,7 % fühlten sich zudem gut und 14,5 % sogar sehr gut vorbereitet auf Bewerbungsgespräche. Des Weiteren konnten drei Viertel der Teilnehmer mindestens ein Ausbildungsunternehmen in der näheren Umgebung und 85,5 % prinzipiell Ausbildungsberufe benennen. Genannt wurden u. a. die Berufsbilder wie Uhrenmacher, Zahnmedizinische Fachangestellte, Fluggerätelektroniker, Hebamme und Kaufmann bzw. -frau in verschiedenen Branchen. Diese Ergebnisse deuten auf eine gute Berufsorientierung durch die Schule hin und unterstreichen zudem die Bedeutung berufsorientierender Angebote für kurz vor dem Abschluss stehender Schüler und Schülerinnen.

Die Befragung zeigt, dass über die Hälfte nach Beendigung der Schule eine Berufsausbildung beginnen möchte (Abb. 27). Jeder Fünfte plant den Besuch einer weiterführenden Schule. Wenige entscheiden sich für ein Freiwilliges Soziales Jahr oder Ähnliches.

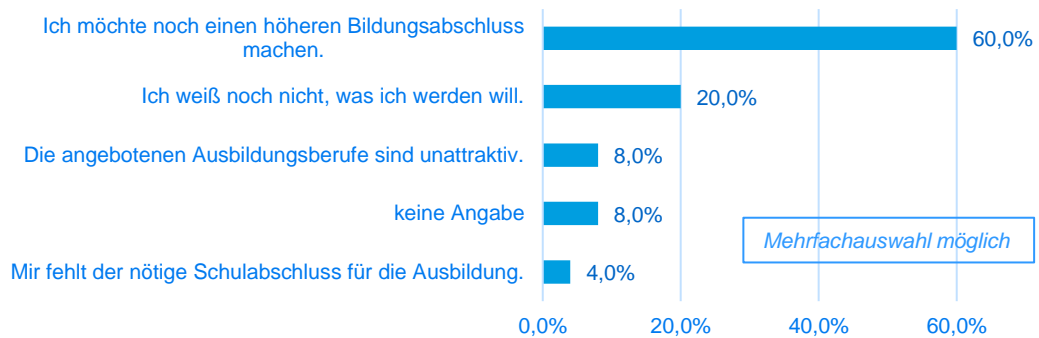
Abb. 27: Gewünschter Verbleib nach der Schule



Darüber hinaus wurden diejenigen, die nach der Schule keine Berufsausbildung absolvieren, zu ihren Beweggründen für diese Entscheidung befragt (Abb. 28). Die überwiegende Mehrheit von 60 % gab an,

dass sie nach der Schule noch einen höheren Bildungsabschluss anstrebt. 20 % in dieser Gruppe konnten kein Berufsfeld, in dem sie später tätig sein möchten, benennen. 8 % gaben zudem an, dass die Ausbildungsberufe aus ihrer Sicht unattraktiv seien.

Abb. 28: Gründe, sich gegen eine Berufsausbildung zu entscheiden

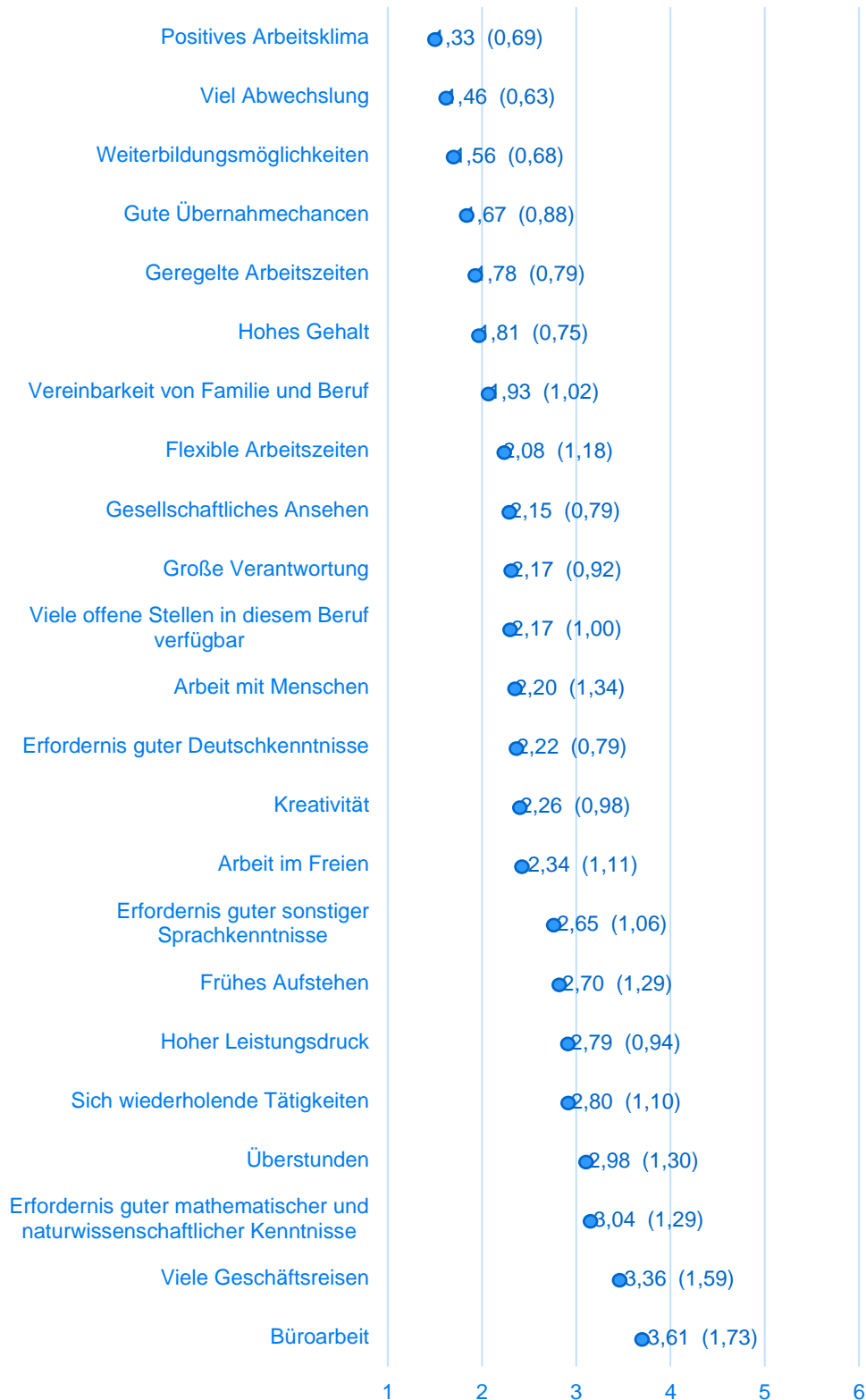


Von den teilnehmenden Schülern und Schülerinnen, die planen, eine Berufsausbildung aufzunehmen, haben 6,7 % einen Ausbildungsplatz. Dieser geringe Teil ist nicht verwunderlich, da der Start ins Berufsleben erst mehr als ein Jahr später erfolgt.

## Einflussfaktoren

Aus den in Abb. 29 erfassten und mit Schulnoten bewerteten Punkten werden die für Schüler und Schülerinnen wichtigen Aspekte bei der Wahl eines Berufes ersichtlich. Im Umkehrschluss sind dies potenzielle Stellschrauben für Unternehmen, um ihre Ausbildungsberufe für junge Menschen attraktiver zu machen.

Abb. 29: Durchschnittliche Bewertung der Einflussfaktoren auf die Berufswahl, Standardabweichung in Klammern

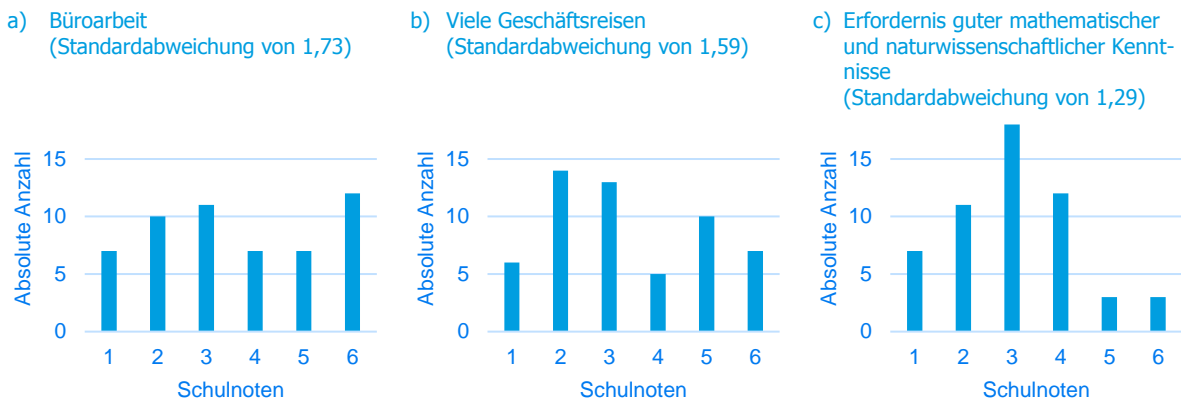




Positiv auf die Berufswahl wirken sich ein ansprechendes und positives Arbeitsklima, viel Abwechslung, Weiterbildungsmöglichkeiten und gute Übernahmechancen aus. Daneben stehen auch geregelte Arbeitszeiten, gute Verdienstmöglichkeiten sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf hoch im Kurs. Alle diese Punkte wurden durchschnittlich besser als 2,0 bewertet.

Unattraktiv wirken dagegen Büroarbeit, häufige Geschäftsreisen und die Notwendigkeit mathematischer und naturwissenschaftlicher Kenntnisse. Diese drei Aspekte wurden im Durchschnitt mit 3,0 oder schlechter bewertet. Die durchschnittlichen Einschätzungen liegen in der Mitte der Notenskala, allerdings weist die große Streuung auf die sehr differenzierte Betrachtungsweise der jungen Menschen hinsichtlich dieser Aspekte hin. Sie sind in Abb. 30 dargestellt. Lediglich bei mathematisch-naturwissenschaftlichen Kenntnissen in Abb. 30c ist eine Gauß-Verteilung der absoluten Häufigkeiten erkennbar. Die anderen beiden Einflussfaktoren weisen keine punktuelle Kristallisierung der geäußerten Meinungen auf.

Abb. 30: Ausgewählte Verteilungen der bewerteten Einflussfaktoren



Darüber hinaus konnten sonstige Einflussfaktoren genannt werden. Unattraktiv sind demnach ein langer Arbeitsweg, körperlich sehr anstrengende Arbeit und schnelles Arbeitstempo. Attraktiv erscheinen hingegen gute, teamfähige Kollegen sowie breite Auswahlmöglichkeiten mit dem gelernten Beruf Fuß zu fassen. Noch einmal wurden eine gute Bezahlung sowie flexible Arbeitszeiten betont.

Die Arbeit mit Menschen wurde ebenfalls positiv erwähnt. Aber auch bei diesem Punkt gibt es eine große Streuung der Bewertungen mit Häufung bei 1, wie Abb. 31 zeigt.

Abb. 31: Verteilung „Arbeit mit Menschen“

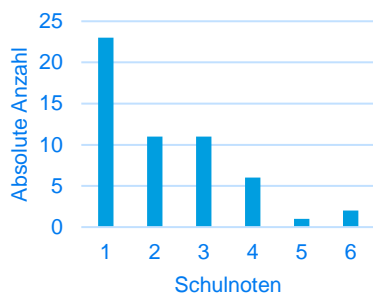
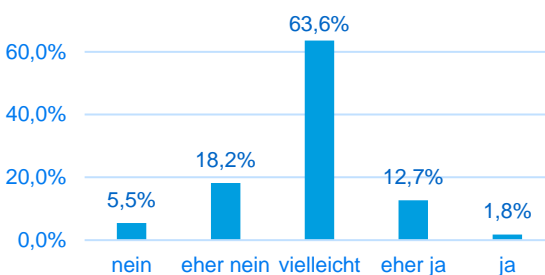


Abb. 32: Einfluss des Firmenimages



Außerdem scheint das Image eines Unternehmens keinen signifikanten Einfluss auf die Berufswahl zu haben. Auf die Frage „Würdest du eine Ausbildung in einem Unternehmen machen, auch wenn es nicht dein Wunschberuf ist, aber deiner Qualifikation entspricht und das Unternehmen ein gutes Image hat?“ antworteten die meisten mit „vielleicht“. Abb. 32 zeigt eine klassische Gauß-Verteilung.

## **Schlussfolgerungen und Zusammenfassung**

Das Passungsproblem ist im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge deutlich erkennbar, aber je nach Branche unterschiedlich stark strukturiert. Die Unternehmen gehen damit unterschiedlich um. Vor allem Kleinunternehmen brauchen externe Unterstützung, aber ebenso Hilfe beim Beantragen von Fördermitteln oder der Gewinnung von Fachkräften.

Eine entsprechende Person von außen, die die Unternehmen hierin unterstützt, wurde von vielen gewünscht. Die Kammern können hierbei mitwirken.

Außerdem ist „das Engagement in der beruflichen Aus- und/oder Weiterbildung [...] das zentrale Element, um dem realen oder vorausgesagten Fachkräftemangel entgegen zu steuern“ [3] Die Unternehmen nutzen bereits verschiedene Angebote in der Aus- und Weiterbildung. Allerdings könnten diese weitaus mehr ausgeschöpft werden. Die Interviews zeigten eine Vielzahl von Bedarfen seitens der Unternehmen auf. Bei genauerer Betrachtung wird deutlich, dass zu einem nicht unerheblichen Teil bereits Unterstützungsangebote bzw. Förderprogramme hinsichtlich dieser Bedarfe existieren. Die zukünftige Herausforderung besteht demnach hauptsächlich darin, diese bekannter und ggf. anwenderfreundlicher zu machen bzw. zu gestalten.

Die Ergebnisse der befragten Schüler und Schülerinnen deuten darauf hin, dass die berufsorientierten Angebote angenommen und verinnerlicht werden. Mehr als die Hälfte strebt eine Berufsausbildung an. Keine Aussage konnte für Gymnasiasten getroffen werden. Die Berufs- und Studienorientierung in allen Schularten ist auch ein zentraler Punkt, um die Schüler und Unternehmen zusammenzubringen.

Bei alledem sollte bedacht werden, dass der Fachkräftemangel auch ein generelles, gesellschaftliches Problem ist, das tiefere Ursachen hat. Erst wenn sie in Angriff genommen werden, kann der Mangel langfristig ausgeglichen werden.

## Literaturverzeichnis

- [1] Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern im Freistaat Sachsen, „Konjunkturbericht Sachsen Jahresbeginn 2018,“ Online-Publikation, 2018.
- [2] M. Witschaß, S. Kunze und S. Meinhold, „Fachkräftesituation der sächsischen Wirtschaft: Monitoring 2018,“ Online-Publikation, 2018.
- [3] M. Niethammer und R. Eichinger, „Fachkräftesituation in Sachsen,“ in *Demografie, Bildung und Fachkräftesicherung in den ostdeutschen Bundesländern: Befunde und Problemlagen aus berufs- und wirtschaftspädagogischer Perspektive*, R. W. Jahn, M. Niethammer, A. Seltrecht und A. Dietrich, Hrsg., Bielefeld, W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, 2018, pp. 119-132.
- [4] S. L. d. F. S. „6. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis 2030,“ 2017.
- [5] S. d. B. f. Arbeit, „Bewerber und Berufsausbildungsstellen - Deutschland, West/Ost, Länder und Kreise (Zeitreihe Monatszahlen ab März 2009),“ 2018.
- [6] E. Kommission, „EMPFEHLUNG DER KOMMISSION vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen,“ Brüssel, 2003.
- [7] S. L. d. F. Sachsen, „Statistik - Bevölkerungsbestand,“ [Online]. Available: <https://www.statistik.sachsen.de/html/426.htm>. [Zugriff am 25. 05. 2018].
- [8] S. L. d. F. Sachsen, „Schulen und Schüler an Mittel-/Oberschulen nach Kreisfreien Städten und Landkreisen,“ 2018.
- [9] S. L. d. F. Sachsen, „Schulen und Schüler an Gymnasien nach Kreisfreien Städten und Landkreisen,“ 2018.
- [10] Industrie- und Handelskammer Dresden, „IHK-Azubiumfrage 2017 Im Kammerbezirk Dresden,“ Dresden, 2017.

## Kontakt

### Postadresse (Briefe)

TU Dresden | Fakultät Erziehungswissenschaften  
Professur für Bautechnik und Holztechnik sowie Farbtechnik und  
Raumgestaltung/Berufliche Didaktik  
Berufliche Fachrichtung Labor- und Prozesstechnik; Didaktik der Chemie  
01062 Dresden

### Besucheradresse

Weberplatz 5, WEB 24b | 01217 Dresden

## Impressum

Sicherung des Fachkräftebedarfs in Kleinst-, kleinen und mittleren  
Unternehmen im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge - Abschlussbericht

### Titelbild

© tomertu - fotolia.com | Gestaltung: IHK Dresden

### Autoren

Martin Nettling, TU Dresden  
Manuela Niethammer, TU Dresden  
Robert Eichinger, IHK Dresden

Stand 31.07.2018

Weitere Informationen und Download unter:

[https://tu-dresden.de/gsw/ew/ibbd/ct/forschung/projekte\\_abgeschlossen](https://tu-dresden.de/gsw/ew/ibbd/ct/forschung/projekte_abgeschlossen)

