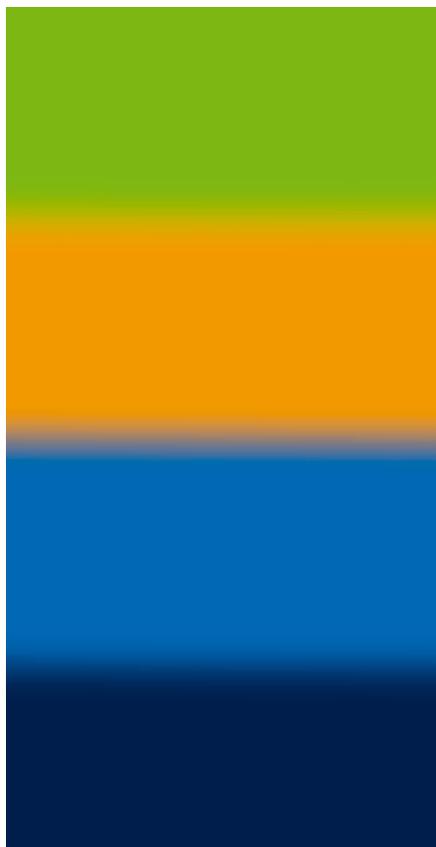


Stephanie Matthes, Joachim Gerd Ulrich, Elisabeth M. Krekel, Günter Walden

Wenn Angebot und Nachfrage immer seltener zusammenfinden

Wachsende Passungsprobleme auf dem Ausbildungsmarkt: Analysen und Lösungsansätze



Bundesinstitut
für Berufsbildung **BiBB** ▶

- ▶ Forschen
- ▶ Beraten
- ▶ Zukunft gestalten

Herausgeber:
Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
Der Präsident
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn

© Copyright:
Die veröffentlichten Inhalte sind urheberrechtlich geschützt.
Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers dar.

Veröffentlichung im Internet: 23.05.2014
URN: urn:nbn:de:0035-0531-8

Stephanie Matthes, Joachim Gerd Ulrich, Elisabeth M. Krekel, Günter Walden

Wenn Angebot und Nachfrage immer seltener zusammenfinden

Wachsende Passungsprobleme auf dem Ausbildungsmarkt: Analysen und Lösungsansätze

Überblick

1.	Einleitung	1
2.	Gründe für die steigenden Passungsprobleme	1
2.1	Ursachen des seit 2011 gestiegenen Versorgungsproblems.....	1
2.2	Ursachen des (zunehmenden) Besetzungsproblems	3
3.	Ansätze zur Lösung von Passungsproblemen	5
3.1	Ansatzpunkte für unmittelbar wirkende Maßnahmen.....	5
3.1.1	Informationsverhalten der bislang erfolglosen Betriebe	6
3.1.2	Auswahlverhalten der bislang erfolglosen Betriebe	6
3.1.3	Informationsverhalten der bislang erfolglosen Bewerber/-innen	7
3.1.4	Auswahlverhalten der bislang erfolglosen Bewerber/-innen	7
3.2.	Ansatzpunkte für mittelbar wirkende Maßnahmen	8
3.2.1	Erschließung neuer Ausbildungsinteressenten	8
3.2.2	Erschließung neuer Ausbildungsplätze	8
4.	Zusammenfassung und Fazit	9
5.	Literatur	12

Wachsende Passungsprobleme auf dem Ausbildungsmarkt: Analysen und Lösungsansätze

1. Einleitung

Nachdem der Ausbildungsmarkt in den vergangenen Jahren als relativ entspannt galt, zeigen sich in jüngerer Zeit zunehmende Passungsprobleme. Von wachsenden Passungsproblemen spricht man, wenn sich nicht nur die Besetzungsprobleme auf dem Ausbildungsmarkt verschärfen (mehr Ausbildungsplatzangebote bleiben ungenutzt), sondern auch die Versorgungsprobleme (mehr Ausbildungsstellenbewerber/-innen bleiben bei ihrer Ausbildungsplatzsuche erfolglos) (**Abbildung 1**).

Abbildung 1: Problemtypen auf dem Ausbildungsmarkt

		Zahl der erfolglos suchenden Bewerber/-innen	
		niedrig	hoch
Zahl der unbesetzten Lehrstellen	niedrig	Kein Problem	Versorgungsproblem
	hoch	Besetzungsproblem	Passungsproblem

Quelle: Matthes und Ulrich (2014a, 5)

Genau diese Entwicklungen sind in jüngerer Zeit zu beobachten: Die Zahl der unbesetzten Plätze stieg von 2011 bis 2013 bundesweit um +3.800 bzw. +13,0% auf 33.500, und die Zahl der erfolglos suchenden Bewerber/-innen vergrößerte sich um +11.200 bzw. +15,5% auf 83.600 (Bundesagentur für Arbeit, 2013; Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2014; Matthes und Ulrich, 2014a; Ulrich u.a., 2014).

Die vorliegende Analyse wurde für die Diskussion dieser Entwicklungen im Ständigen Unterausschuss des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) erstellt. Ziel ist es, in kurzer Form Hintergründe der wachsenden Passungsprobleme auf dem Ausbildungsmarkt zu erläutern und Ansatzpunkte für mögliche Lösungen vorzustellen.

2. Gründe für die steigenden Passungsprobleme

Was sind nun die Gründe für die wieder wachsenden Versorgungsprobleme von Ausbildungsplatznachfragenden¹ und die zunehmenden Besetzungsprobleme von Ausbildungsstellenangeboten?

2.1 Ursachen des seit 2011 gestiegenen Versorgungsproblems

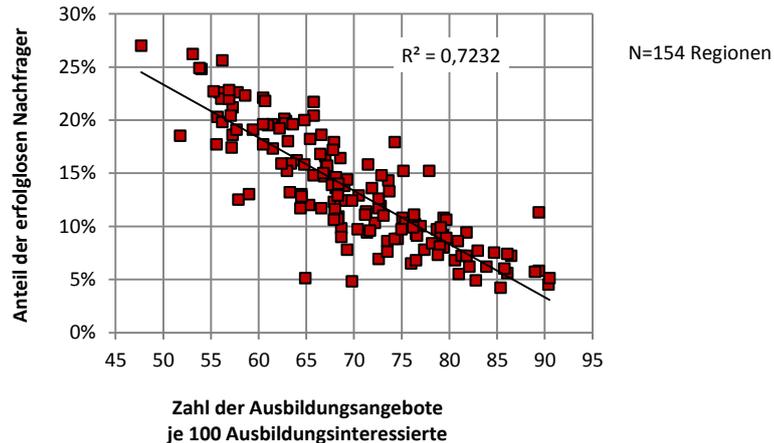
Ungeachtet der deutlich besseren Lage auf dem Ausbildungsmarkt als etwa noch zur Mitte des letzten Jahrzehnts bleibt ein zentrales Problem auf dem Ausbildungsstellenmarkt weiterhin bestehen: Ausbildungsinteressierte Jugendliche – das sind alle Jugendlichen, die im Laufe eines Jahres den Beginn einer Berufsausbildung in Betracht ziehen, einen Ausbildungsvertrag unterschreiben oder sich bei den Beratungs- und Vermittlungsdiensten als Ausbildungsstellenbewerber/-innen registrieren lassen – sind auf eine ausreichende Zahl von Ausbildungsangeboten angewiesen. Doch ist dies immer noch nicht in allen Regionen Deutschlands gegeben. Die regionalen Unterschiede in der Versorgungslage mit Ausbildungsplätzen waren auch 2013 weiterhin groß. Während in einigen Regionen rechnerisch deutlich über 80 Ausbildungsangebote auf 100 Ausbildungsinteressierte entfielen, waren es in anderen kaum mehr als 50. Zwischen der relativen Höhe des in den Regionen (Agenturbezirken) be-

¹ Im Folgenden wird der Begriff (Ausbildungsplatz-)Nachfrager verwendet.

reitgestellten Ausbildungsplatzangebots und der Quote erfolgloser Nachfrager besteht aber ein sehr enger Zusammenhang (**Abbildung 2**).

In vielen Regionen war also das Angebot 2013 so knapp bemessen, dass Nachfrager relativ oft ohne Ausbildungsplatz blieben. Ein Teil des wachsenden Versorgungsproblems ist darauf zurückzuführen, dass sich die Relation zwischen der Zahl betrieblicher Ausbildungsangebote und der Zahl der Nachfrager in einigen Regionen wieder verschlechterte. Zudem wurde in den letzten Jahren die Zahl der überwiegend öffentlich finanzierten, „außerbetrieblichen“ Ausbildungsplätze stark abgebaut – zum Teil so stark, dass es das sinkende betriebliche Angebot nicht mehr kompensieren konnte.

Abbildung 2: Regionale Ausbildungsmarktlagen 2013



Erfolgreiche Nachfrager sind in Anlehnung an § 86 BBiG all jene bei der Bundesagentur für Arbeit gemeldeten Bewerber/-innen, die zum Stichtag 30. September noch einen Ausbildungsplatz suchen. Als (institutionell erfasste) Ausbildungsinteressierte gelten all jene Personen, die entweder einen Ausbildungsvertrag unterschrieben oder aber zumindest bei der Bundesagentur für Arbeit als Ausbildungsstellenbewerber/-innen registriert waren.

Quellen: Ausbildungsmarkstatistik der Bundesagentur für Arbeit zum 30. September; BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zum 30. September; eigene Berechnungen der Autoren.

Es gibt aber auch rein statistische Gründe für die steigende Zahl erfolgloser Ausbildungsplatznachfrager. Denn die offiziell ausgewiesene Ausbildungsplatznachfrage umfasst definitionsgemäß nur einen Teil der in einem Berichtsjahr ausbildungsinteressierten Personen (2013: rd. 75%). Ausgeschlossen sind die bei der Berufsberatung registrierten Ausbildungsstellenbewerber/-innen, die noch vor dem Stichtag 30. September anderweitig verbleiben und für die der Vermittlungsauftrag vorzeitig eingestellt wird. Sie zählen offiziell nicht als Ausbildungsplatznachfrager. Die Gründe für den anderweitigen Verbleib sind vielfältig. Zum Teil orientieren sich die Jugendlichen um und entschließen sich aus freien Stücken z.B. für eine schulische Berufsausbildung oder ein Studium. Zum Teil sind unter den anderweitig verbliebenen Jugendlichen aber auch Personen zu finden, die lange Zeit auf dem Ausbildungsmarkt erfolglos nach einer Ausbildungsstelle gesucht hatten, ihren Ausbildungswunsch (vorläufig) aufgaben und sich zunächst für eine Zwischenlösung oder Überbrückungsmaßnahme entschieden (z.B. berufsvorbereitende Maßnahmen).

Ein solches Verhalten ist zwiespältig zu bewerten. Einerseits sind diese Jugendlichen zunächst einmal aufgefangen und gelten offiziell auch als „versorgt“. Andererseits ist damit das ursprüngliche Ziel – ein vollqualifizierender Ausbildungsbeginn zum Start des neuen Ausbildungsjahres – nicht erreicht, und es erscheint auch wenig zweckmäßig, dass Ausbildungsstellenbewerber/-innen, denen die grundsätzlichen Voraussetzungen zur Aufnahme einer Berufsausbildung bereits bescheinigt wurden, (erneut) in ausbildungsvorbereitende Qualifizierungsmaßnahmen einmünden. Verringern sich nun aber für Ausbildungsstellenbewerber/-innen die Angebote alternativer Verbleibe (z.B. Fördermaßnahmen 2009: 40.700, 2013: 20.700), so steigt die Wahrscheinlichkeit, dass erfolglose Bewerber/-

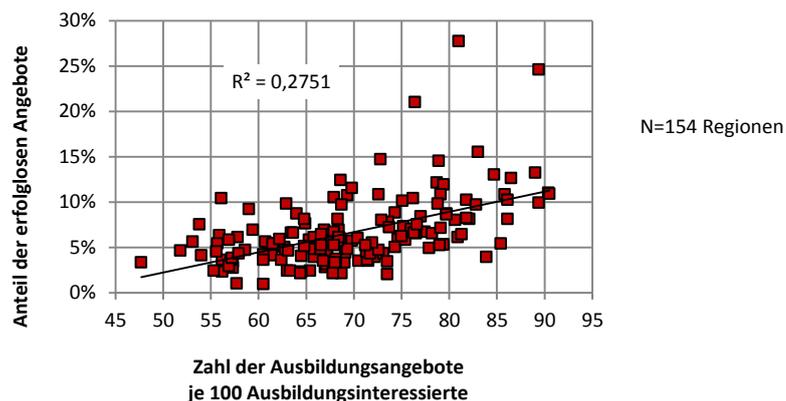
innen keine Zwischenlösungen nutzen und auch noch zum Bilanzierungstichtag statistisch zu den unversorgten Bewerberinnen und Bewerbern (und damit erfolglosen Nachfragern) zählen.

Ein ähnlicher Zusammenhang besteht in Hinblick auf den Kreis der unbekannt verbliebenen Bewerber/-innen (2013: 95.600). Aus der BA/BIBB-Bewerberbefragung ist bekannt, dass sich viele dieser Jugendlichen in prekären Lebenslagen befinden, ohne dass ihnen eine effiziente institutionelle Hilfe angeboten werden kann (Beicht, Eberhard und Gei, 2013). Ziel der Politik ist es deshalb, die Zahl der unbekannt Verbliebenen zu verringern. Gelingt dies, steigen aber rechnerisch Zahl und Anteil der erfolglosen Ausbildungsplatznachfrager. Hamburg ist hierfür ein Beispiel. Noch 2009 verblieben hier 26,7% aller gemeldeten Ausbildungsstellenbewerber/-innen unbekannt. Bis 2011 sank ihr Anteil auf 21,0 % und bis 2013 weiter auf nur noch 12,1%. Parallel zum stark sinkenden Anteil der unbekannt Verbliebenen stieg der Anteil der „unversorgten Bewerber“ von 3,8% in 2009 auf 15,6% in 2013 (vgl. dazu auch Matthes und Ulrich, 2014b, mit ausführlichen Analysen zu den Ursachen der wieder gestiegenen Quote erfolgloser Ausbildungsplatznachfrager).

2.2 Ursachen des (zunehmenden) Besetzungsproblems

Grundsätzlich steigt die Wahrscheinlichkeit für Besetzungsprobleme, je mehr Ausbildungsplatzangebote in der Region den ausbildungsinteressierten Jugendlichen gegenüberstehen und sich damit die Konkurrenzlage der Ausbildungsplatzanbieter verschärft (**Abbildung 3**).

Abbildung 3: Regionale Ausbildungsmarktlagen 2013



Erfolgreiche Angebote sind in Anlehnung an § 86 BBiG all jene bei der Bundesagentur für Arbeit gemeldeten Ausbildungsstellen, die zum Stichtag 30. September noch unbesetzt sind. Das Ausbildungsplatzangebot insgesamt ergibt sich durch Addition der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge (= erfolgreich besetztes Angebot). Als (institutionell erfasste) Ausbildungsinteressierte gelten all jene Personen, die entweder einen Ausbildungsvertrag unterschrieben oder aber zumindest bei der Bundesagentur für Arbeit als Ausbildungsstellenbewerber/-innen registriert waren.

Quellen: Ausbildungsmarktstatistik der Bundesagentur für Arbeit zum 30. September; BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zum 30. September; eigene Berechnungen der Autoren

Die Intensität der Besetzungsprobleme ist aber auch von der Art des Angebots abhängig: Je stärker im Jahr 2013 Berufe der Rohstoffgewinnung, Produktion und Fertigung die regionale Ausbildungsstruktur dominierten, desto größer fiel tendenziell auch das Besetzungsproblem aus. In diesem Ergebnis spiegeln sich die besonderen Nöte des Fertigungsbereichs wider, dessen Berufe von den Jugendlichen, insbesondere von Mädchen, deutlich seltener als die Berufe des Dienstleistungsbereichs nachgefragt werden (vgl. auch Mohr, Trotsch und Gerhards, 2014, 29f.).

Ein großer Teil der in jüngerer Zeit wieder gestiegenen Besetzungsprobleme ist wahrscheinlich auf ein verändertes Berufswahlverhalten der Jugendlichen zurückzuführen. Die Motivation, sich für einen bestimmten Beruf zu bewerben, hängt vom *Anreiz* (Attraktivität des Berufs) und der vermuteten *Erfolgswahrscheinlichkeit* ab. Zu vermuten ist deshalb, dass die große berufliche Varianz im Nachfrageverhalten der ausbildungsinteressierten Jugendlichen – erkennbar an der starken Streuung der

rechnerischen Angebots-Nachfrage-Relationen in den einzelnen Berufen (**Abbildung 4**) – mit entsprechend unterschiedlichen Motivationslagen der Jugendlichen zusammenhängen, bestimmte Berufe außer Acht zu lassen oder in Betracht zu ziehen.

Schätzen Jugendliche nun ihre Erfolgschancen auf dem Ausbildungsmarkt höher als bislang ein, bewerben sie sich auf aus ihrer Sicht attraktivere Berufe (mit höherem Anreiz) und sehen verstärkt von Bewerbungen in weniger attraktiven Berufen ab (vgl. dazu Schier/Ulrich 2014 mit ausführlichen Analysen). So waren bestimmte Berufe (z.B. im kaufmännischen Bereich) vom Rückgang der Schulabgängerzahlen bislang kaum betroffen. Berufe im Lebensmittelhandwerk und in der Gastronomie hatten dagegen viel stärker mit Besetzungsproblemen ihrer Ausbildungsangebote zu kämpfen, als allein aufgrund des relativen Rückgangs der Schulabgängerzahlen zu erwarten gewesen wäre.

Herrschen wenig nachgefragte Berufe in einer Region vor, besteht die Gefahr, dass die Jugendlichen ungeachtet einer quantitativ guten Versorgungslage mit Ausbildungsplätzen die Region verlassen. Umgekehrt lockt eine Ausbildungsmarktregion mit sehr attraktiven Ausbildungsangeboten verstärkt auch Jugendliche von außerhalb an, selbst dann, wenn die Versorgungslage in dieser Region nicht besonders gut ist. In beiden Fällen vergrößert sich das Passungsproblem (vgl. auch Seibert und Wesling, 2014, 13).

Abbildung 4: Berufe mit besonders großen Besetzungs- und Versorgungsproblemen

Beruf	erweiterte Angebots-Nachfrage-Relation		Anteile erfolgreicher Marktteilnehmer			
			Angebote		Nachfrager	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Besetzungsprobleme						
Restauranfachmann/-frau	127,9	129,3	29,8	30,2	8,5	8,3
Fachverkäufer/-in im Lebensmittelhandwerk	117,4	123,3	22,1	25,6	5,4	6,3
Fleischer/-in	118,8	120,0	24,9	25,3	7,4	7,5
Klempner/-in	121,6	124,6	22,9	24,7	4,6	4,3
Bäcker/-in	112,9	115,3	21,4	22,8	7,5	8,2
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	122,4	118,2	22,0	19,5	4,1	4,5
Koch/ Köchin	104,6	105,0	17,8	17,7	9,8	9,8
Gebäudereiniger/-in	108,2	110,2	15,4	16,4	6,3	6,4
Hörgeräteakustiker/-in	109,4	111,1	13,2	14,3	4,5	4,7
Versorgungsprobleme						
Raumausstatter/-in	75,3	75,7	6,5	7,0	22,9	23,4
Florist/-in	73,0	74,6	5,4	6,1	25,1	25,3
Bürokaufmann/-frau	76,0	73,8	2,7	2,7	22,0	24,6
Biologielaborant/-in	79,2	72,5	0,0	0,6	20,8	27,9
Sport- und Fitnesskaufmann/-frau	73,4	71,7	6,2	7,0	30,3	32,7
Veranstaltungskaufmann/-frau	75,7	71,5	1,6	1,9	24,2	29,5
Mediengestalter/-in Digital und Print	72,0	68,5	1,3	1,8	27,6	31,2
Fotograf/-in	72,0	65,8	4,3	4,7	30,2	36,8
Mediengestalter/-in Bild und Ton	59,5	59,1	0,7	2,4	40,4	42,1
Gestalter/-in für visuelles Marketing	58,7	55,6	2,8	2,4	42,5	44,7
Tierpfleger/-in	50,9	50,7	2,5	1,3	48,6	48,3

Quellen: Ausbildungsmarktstatistik der Bundesagentur für Arbeit zum 30. September; BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zum 30. September; Matthes u.a. (2014, 19)

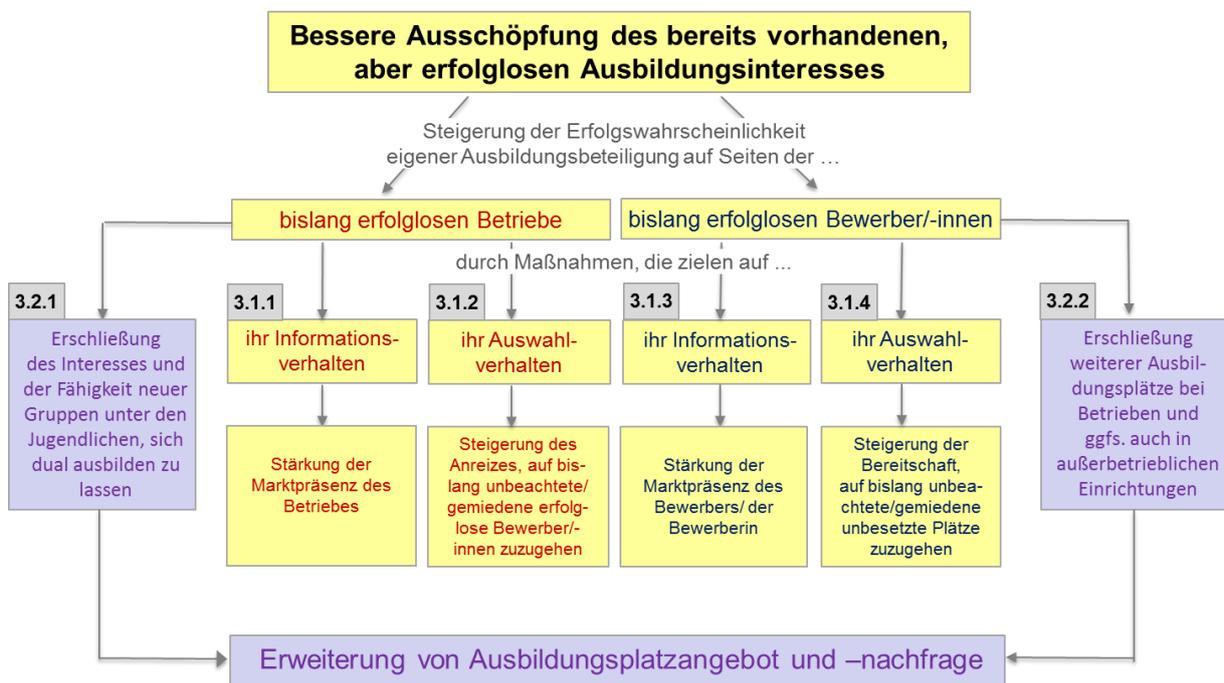
3. Ansätze zur Lösung von Passungsproblemen

Passungsprobleme lassen sich auf *unmittelbare* und *mittelbare* Wege angehen (**Abbildung 5**):

- Eine *unmittelbare* Lösung besteht darin, die bei der Berufsberatung gemeldeten Ausbildungsstellen, die unbesetzt zu bleiben drohen, und die dort gemeldeten Ausbildungsbewerber/-innen, die erfolglos zu bleiben drohen, stärker als bislang miteinander in Verbindung zu bringen. Entsprechende Maßnahmen – sofern erfolgreich – verringern das Passungsproblem sehr effizient, denn sie reduzieren die Probleme stets *zugleich* auf *beiden* Seiten des Ausbildungsmarktes (die doch noch besetzte Stelle verbindet sich mit einem/einer doch noch erfolgreichen Bewerber/-in).
- Eine *mittelbare* Lösung besteht darin, neben den bereits ausbildungsinteressierten Jugendlichen und den bereits ausbildungsinteressierten Betrieben *zusätzliche* Ausbildungsplatznachfrage und *zusätzliches* Ausbildungsplatzangebot zu erschließen. Mit der Erschließung des Interesses und der Fähigkeit neuer Gruppen unter den Jugendlichen steigt die Chance für die bereits ausbildungsinteressierten Betriebe, ihre Plätze besetzen zu können. Spiegelbildlich erhöht eine Erweiterung des Ausbildungsplatzangebots die Chancen der schon ausbildungsinteressierten Bewerber/-innen, ihre Ausbildungsplatzsuche erfolgreich abzuschließen.

Die im Folgenden vorgestellte Systematik von Lösungsansätzen liefert keinen bis ins Detail ausgefeilten Maßnahmenkatalog. Sie soll vielmehr die Vielfalt und Bandbreite möglicher Ansätze aufzeigen, das Ausbildungsplatzangebot und die Ausbildungsplatznachfrage besser als bislang zusammenzuführen.

Abbildung 5: Ansatzpunkte zur unmittelbaren und mittelbaren Linderung von Passungsproblemen



Quelle: Eigene Darstellung der Autoren

3.1 Ansatzpunkte für unmittelbar wirkende Maßnahmen

Passungsprobleme werden rechnerisch über jene erfolglosen Marktteilnehmer/-innen ermittelt, welche die Beratungs- und Vermittlungsdienste in Anspruch nehmen und bis zum Stichtag 30. September erfolglos bleiben. Alle Maßnahmen, die sich auf eine unmittelbare Verringerung des Passungsproblems richten, müssen sich dementsprechend *auf den unterjährig laufenden Vermittlungs-*

prozess von Marktteilnehmern und –teilnehmerinnen konzentrieren, die bei der Bundesagentur für Arbeit registriert sind und die auf dem Ausbildungsmarkt ungeachtet ihrer offiziell attestierten Eignung zu scheitern drohen. Sie müssen darauf zielen, *bislang erfolglose Marktteilnehmer/-innen* auf den beiden Seiten des Ausbildungsmarktes *zusammenzuführen*.

Ansatzpunkte zur Ausgestaltung entsprechender Maßnahmen hängen von den Gründen des bisherigen Scheiterns ab. Für das Scheitern am Markt kommen grundsätzlich zwei mögliche Ursachenkreise² in Betracht:

- a) das *Informationsverhalten* war womöglich nicht effizient genug und die eigene Präsenz auf dem Ausbildungsmarkt (einerseits durch das Informieren Dritter über das eigene Ausbildungsinteresse, andererseits durch das Sich-Informieren über Ausbildungsinteressierte auf der Gegenseite des Marktes) fiel zu gering aus.
- b) das *Auswahlverhalten* war zu restriktiv und der Anreiz, auf möglichst viele bislang erfolglose Teilnehmer auf der Gegenseite des Ausbildungsmarktes zuzugehen, fiel zu gering aus.

Bisherige Forschungsergebnisse zeigen, dass es tatsächlich eine beträchtliche Varianz in dem von Betrieben und von Jugendlichen praktizierten Informations- und Auswahlverhalten gibt. Demnach bestünde die Aufgabe darin, durch Maßnahmen das Verhalten der Marktteilnehmer/-innen zu unterstützen, die trotz fortgeschrittenen Vermittlungsjahres bislang erfolglos blieben (vgl. 3.1.1 bis 3.1.4 in **Abbildung 5**).

3.1.1 Informationsverhalten der bislang erfolglosen Betriebe

Im Zeitalter des Internets ist es für Betriebe zwar nicht mehr schwierig, Ausbildungsplätze auf entsprechenden Plattformen wie Lehrstellenbörsen anzubieten. Bloße Bekundungen des eigenen Ausbildungsinteresses sind jedoch ohne zusätzliche Selbstdarstellungsmaßnahmen oft unzureichend. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die entsprechenden Ausbildungsberufe als wenig attraktiv gelten. Um die eigenen Chancen zu optimieren, Ausbildungsplätze zu besetzen, gilt es somit nicht nur, das bisherige Repertoire des eigenen Marktverhaltens zu reflektieren, sondern sich auch zu erkundigen, wie offensiv konkurrierende Betriebe auf dem Ausbildungsmarkt über ihr Ausbildungsinteresse und über sich selbst informieren.

Maßnahmen, die darauf zielen, die Marktpräsenz von bislang erfolglosen Ausbildungsplatzanbietern zu stärken, könnten – je nach den Bedürfnissen und Möglichkeiten des Betriebes, aber auch je nach der noch verbleibenden Zeit bis zum Beginn des neuen Ausbildungsjahres – von einer intensivierten Beratung bis hin zur Übertragung der eigenen Marktaktivitäten an ein externes Rekrutierungsmanagement reichen (vgl. dazu auch Mohr, Troltsch und Gerhards, 2014, 30).

3.1.2 Auswahlverhalten der bislang erfolglosen Betriebe

In der Regel hängen die Restriktionen, die Betriebe bei der Auswahl ihrer Auszubildenden setzen, mit der vermuteten Eignung zusammen. Nicht geeignete Bewerber/-innen einzustellen, kommt einer Fehlinvestition gleich. Die Beratungs- und Vermittlungsdienste sind zwar vom Gesetz her verpflichtet, nur jene Jugendlichen als Ausbildungsstellenbewerber/-innen zu führen, welche die Eignung für eine Ausbildung in den von ihnen anvisierten Berufen mitbringen. Doch stellen viele ausbildende Betriebe darüber hinaus auch unternehmensspezifische Auswahlkriterien in Rechnung, die über die berufsspezifische Eignung hinausgehen.

Eine Flexibilisierung des Auswahlverhaltens der Betriebe ist nur möglich, wenn Betriebe in Hinblick auf die vermuteten Erfolgswahrscheinlichkeiten, Jugendliche mit bestimmten Merkmalen zum erfolgreichen Ausbildungsabschluss zu bringen, zu anderen Schlussfolgerungen als bislang kommen, oder aber ihre Risikobereitschaft erhöhen. Beides könnte z.B. durch kooperative Ausbildungsformen erreicht werden, in denen externe Ausbildungsträger Betriebe bei der betrieblichen Ausbildung der Jugendlichen unterstützen und gegebenenfalls die Berufsausbildung alleine zu Ende führen, sollte sich der Betrieb wider Erwarten auch mit Unterstützung durch Dritte nicht in der Lage sehen, die

² Dies gilt für einen Markt, der von Passungsproblemen gekennzeichnet ist. Einen dritten Ursachenkreis, eine insgesamt zu niedrige Nachfrage oder aber ein insgesamt zu niedriges Angebot, lassen wir hier außer Acht, weil dieser für Märkte von Bedeutung ist, die einseitig von Besetzungs- oder aber Versorgungsproblemen geprägt sind.

Ausbildung bis zum regulären Abschluss zu Ende zu führen. Ein entsprechendes öffentlich finanziertes Programm müsste sich spiegelbildlich auf jene registrierten Ausbildungsstellenbewerber/-innen konzentrieren, die bis zum Beginn des neuen Ausbildungsjahres keinen Ausbildungsplatz fanden und könnte eine Ergänzung/Alternative zur außerbetrieblichen Berufsausbildung für marktbenachteiligte Jugendliche sein.

3.1.3 Informationsverhalten der bislang erfolglosen Bewerber/-innen

Ebenso wie es womöglich einer dynamischen Unterstützung des Informationsverhaltens bei einem Teil der Betriebe bedarf, sollten auch Bewerber/-innen, die trotz vorangeschrittenen Vermittlungsjahres noch keinen Ausbildungsplatz finden konnten, mithilfe eines „externen Bewerbungsmanagements“ verstärkt unterstützt werden.

Ziel muss es einerseits sein, dass die Jugendlichen sich selbst umfassend über Ausbildungsplatzanbieter und ihre Angebote informieren. Andererseits geht es auch darum, dass sie auch Andere informieren, also gegenüber möglichst vielen Betrieben ihr Ausbildungsinteresse bekunden, sei es durch Anrufe, persönliche Kontaktaufnahmen oder schriftliche Bewerbungen. Neben der Berufsberatung bietet die Berufseinstiegsbegleitung bereits ein etabliertes Instrument, um Jugendliche in ihrem Suchverhalten zu unterstützen.

3.1.4 Auswahlverhalten der bislang erfolglosen Bewerber/-innen

Die Ausbildungschancen von bislang erfolglosen Bewerberinnen und Bewerbern würden darüber hinaus deutlich steigen, gelänge es, sie zu bewegen, bisherige Grenzen des eigenen Suchverhaltens zu überdenken. Dies gilt in Hinblick auf räumliche und berufliche Grenzen.

Im Gegensatz zu Betrieben, die ihren Standort nicht so rasch verändern können, sind Jugendliche – sofern ihr Entwicklungsstand nicht dagegen spricht – leichter in der Lage, sich auch durch eine regionale Veränderung an die Ausbildungsmarktbedingungen anzupassen. Die Förderung der regionalen Mobilität vergrößert die Auswahlbasis und bietet somit einen weiteren zentralen Ansatzpunkt, um bislang erfolglose Bewerber/-innen und bislang erfolglos suchende Betriebe zusammenzubringen.

Eine weitere Möglichkeit zur besseren Ausschöpfung des bereits vorhandenen, aber erfolglosen Ausbildungsinteresses auf Seiten der Bewerber/-innen ist es, den Anreiz zu stärken, sich in bislang unbeachteten bzw. gemiedenen Berufen zu bewerben. Die Chancen hierfür sind – geht man von berufswahltheoretischen Überlegungen aus – günstiger, als man vielleicht vermuten würde. Jugendliche sind demnach in Hinblick auf ihre tätigkeitsspezifischen Interessen relativ flexibel, vorausgesetzt, sie rechnen sich gute Chancen aus, durch ihre Ausbildung ihre soziale Identität im Allgemeinen zu stärken (Gottfredson, 2002). Jugendliche berücksichtigen deshalb bei der Wahl ihres Ausbildungsplatzes auch nicht nur berufsspezifische, sondern auch betriebsspezifische Merkmale. Betriebe, die über ein sehr gutes Image verfügen, können insofern das negative Image, das einem Beruf anhaften mag, zu großen Teilen kompensieren.

Eine wichtige Determinante für die Berufswahlentscheidungen der Bewerber/-innen bilden ihre subjektiven Erfolgswahrscheinlichkeiten. Haben sie ein zu geringes Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten und befürchten sie zu scheitern, meiden sie die entsprechenden Berufe. Die Jugendlichen sollten dementsprechend darin unterstützt werden, kein zu optimistisches Bild, aber auch kein zu pessimistisches Bild ihrer eigenen Fähigkeiten zu entwickeln.

Darüber hinaus ist es für die Berufswahlentscheidung wichtig, dass den Jugendlichen ein realistisches, nüchternes Bild ihrer faktischen Erfolgchancen auf dem Ausbildungsmarkt vermittelt wird. Ein zu positives Bild der Ausbildungsmarktlage birgt die Gefahr, dass Bewerber/-innen ihre weiteren Erfolgchancen überschätzen und sich infolgedessen nicht mehr für vermeintlich weniger attraktive Berufe mit faktisch guten Bewerbungsaussichten interessieren, sondern weiterhin allein auf den Bewerbungserfolg in Berufen konzentrieren, in denen ihre Chancen nur unterdurchschnittlich sind (Schier und Ulrich, 2014).

3.2. Ansatzpunkte für mittelbar wirkende Maßnahmen

3.2.1 Erschließung neuer Ausbildungsinteressenten

Möchte man neue Nachfragergruppen gewinnen, um Besetzungsprobleme zu mindern, so lautet die zentrale Herausforderung, die Attraktivität der dualen Berufsausbildung insgesamt zu steigern.

Neben einer flächendeckenden Ausweitung der Berufsorientierung bedarf es hierfür branchenspezifischer Werbekampagnen gerade für jene Berufe, die besonders unter Besetzungsproblemen leiden. Diese sollten sich nicht nur unmittelbar an Schüler und Eltern richten. Vielmehr sollten sie durch die Entwicklung von Informations- und Begleitmaterialien für Lehrkräfte und Pädagogen eine Einbindung in Maßnahmen der Berufsorientierung an allgemeinbildenden Schulen ermöglichen.

Eine Steigerung der Bereitschaft Jugendlicher, sich für duale Berufsausbildung zu interessieren, kann jedoch nicht allein durch Imagekampagnen erreicht werden. In vielen Branchen und Berufen bedarf es hierfür einer Optimierung der Ausbildungsbedingungen und Karrieremöglichkeiten, da gerade Aspekte wie die Vergütung von Jugendlichen oftmals als Statussignal der Berufe interpretiert werden. Um Verbesserungen in der Ausbildungsqualität auch effektiv zu kommunizieren, könnte zum Beispiel die Auszeichnung guter Ausbildungsbetriebe regional ausgeweitet werden, um diese als Beispiele guter Praxis öffentlichkeitswirksam für den jeweiligen Ausbildungsberuf darzustellen.

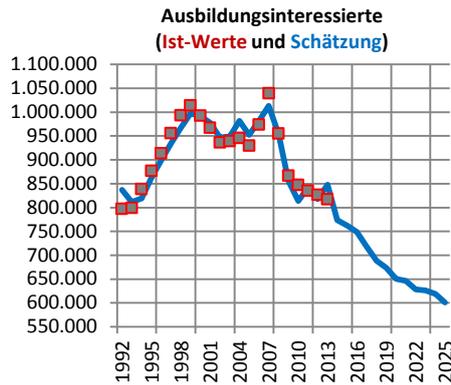
Für die verstärkte Rekrutierung von Abiturienten dürfte eine flächendeckende Ausweitung des Berufsorientierungsprogramms an Gymnasien hilfreich sein. Weitere Zielgruppen könnten unter anderem durch den Ausbau von Bildungsgängen gewonnen werden, bei denen neben einem Berufsabschluss auch die Hochschulzugangsberechtigung erworben werden kann. Ausbildungsmodelle für Studienabbrecher/-innen („Meister statt Master“) und Wiedereinstiegsprogramme für ehemalige Ausbildungsabbrecher/-innen stellen sinnvolle Ergänzungen dar, um möglichst alle potenziell an dualer Berufsausbildung interessierten Jugendlichen anzusprechen. Schließlich dürfte auch die Schaffung von Jugendberufsagenturen nach dem Hamburger Vorbild zur Erschließung weiterer Interessentengruppen beitragen, da durch die erhöhte Transparenz gezielt auch jene Jugendlichen angesprochen werden können, die bislang oft unbekannt verbleiben.

Vor dem Hintergrund der aus demografischen Gründen stetig sinkenden Zahl ausbildungsinteressierter Jugendlicher in Deutschland ist zudem eine verstärkte Anwerbung von Jugendlichen aus dem europäischen Ausland (z.B. durch Ausweitung des MobiPro-EU Programms) in Regionen ratsam, die Ausbildungsstellen vermehrt nicht besetzen können.

3.2.2 Erschließung neuer Ausbildungsplätze

Wie statistische Analysen zeigen, lässt sich der Anteil erfolgloser Nachfrager durch eine Erhöhung der vollqualifizierenden Ausbildungsplatzangebote in Relation zur Zahl der ausbildungsinteressierten Jugendlichen wirksam reduzieren. Um Versorgungsprobleme ausbildungsinteressierter Jugendlicher zu mindern, bedarf es somit einer *relativen* Steigerung des Ausbildungsplatzangebots, möglichst im betrieblichen Bereich.

Da die Zahl der ausbildungsinteressierten Personen aus demografischen Gründen auch in den kommenden Jahren weiter sinken wird (**Abbildung 6**), wird eine allgemeine Verbesserung der Angebots-Nachfrage-Relation auch dann erreicht, wenn es zu keiner *absoluten* Steigerung des betrieblichen Angebots käme und das heutige Niveau gehalten werden würde. Eine auf diese Weise gesteigerte Angebots-Nachfrage-Relation setzt jedoch voraus, dass Betriebe ihr Angebot nicht an die sinkende Nachfrage anpassen und Ausbildungsangebote selbst dann noch aufrechterhalten, wenn die Wahrscheinlichkeit sinkt, diese zu besetzen.

Abbildung 6: Anzahl der Ausbildungsinteressierten 1992-2025 (Ist-Werte und Schätzung)

Quellen: Ausbildungsmarktstatistik der Bundesagentur für Arbeit zum 30. September; BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zum 30. September; eigene Berechnungen der Autoren

Dies kann nur dann gelingen, wenn sich die Besetzungsrisiken gleichmäßiger als bislang verteilen. Konzentrieren sich die Risiken dagegen immer stärker auf bestimmte Branchen, Berufe und Betriebe, ist die Gefahr groß, dass diese eine weitere Ausbildungsbeteiligung als weitgehend aussichtslos einschätzen und ihr Ausbildungsplatzangebot zurückziehen.

Werbekampagnen bei Betrieben zur Ausbildungsbeteiligung dürften sich insbesondere in Berufen mit hoher Ausbildungsplatznachfrage lohnen. Hier ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass neu gewonnene Betriebe auch Abnehmer für ihre Angebote finden. Zur Stärkung betrieblicher Ausbildungsbereitschaft sind zudem Unterstützungen wie assistierte Ausbildung oder Verbundausbildung und eine ausreichende Information über solche Modelle sinnvoll. Gleichzeitig bedarf es nach wie vor außerbetrieblicher Ausbildungsstellen, wenn Versorgungsprobleme selbst bei optimaler Ausschöpfung des (bei der Arbeitsverwaltung registrierten) betrieblichen Ausbildungsinteresses weiterhin bestehen.

4. Zusammenfassung und Fazit

Der Ausbildungsmarkt in Deutschland ist in jüngster Zeit von zunehmenden Passungsproblemen gekennzeichnet: Angebot und Nachfrage finden immer weniger zueinander. Die vorliegende Analyse beschreibt zentrale Ursachen des gestiegenen Versorgungsproblems von Ausbildungsplatznachfragern sowie des zunehmenden Besetzungsproblems von Ausbildungsstellenangeboten und systematisiert mögliche Lösungsansätze.

Passungsprobleme lassen sich hiernach auf *unmittelbare* und *mittelbare* Wege angehen. Während unmittelbare Lösungen darauf abzielen, bislang unbesetzte Ausbildungsangebote und bislang unversorgte Ausbildungsstellenbewerber/-innen besser zueinander zu bringen, bestehen mittelbare Lösungsansätze darin, zusätzliche Ausbildungsplatzangebote sowie zusätzliche Ausbildungsplatznachfrage zu erschließen (vgl. auch zusammenfassend [Abbildung 7](#)).

Wenngleich der mittelbare Weg geeignet scheint, um jeweils die Besetzungs- bzw. Versorgungsprobleme der bereits interessierten Ausbildungsmarktteilnehmer/-innen zu lindern, ist er mit dem Risiko verbunden, dass es unter den neu erschlossenen Angeboten und Nachfragern Marktteilnehmer/-innen geben wird, die ebenfalls erfolglos bleiben. Zudem könnten die neuen Marktteilnehmer/-innen eine Konkurrenz für vorher schon ausbildungsinteressierte Betriebe und Jugendliche bilden und deren Chancen schmälern.

Insofern ist die Erschließung zusätzlicher Nachfrage- und Angebotspotenziale zwar effizient, um dem Mangel an dualem Fachkräftenachwuchs entgegenzuwirken. Die quantitativen Effekte speziell auf die Minderung der Passungsprobleme sind aber ungewiss. Unmittelbar wirksame Lösungsansätze haben hingegen das Potenzial, Passungsprobleme sehr effizient zu lösen, da sie auf beiden Seiten des Ausbildungsmarktes zugleich ansetzen. Um langfristige Verbesserungen zu erreichen, bedarf es einer ausgewogenen Mischung aus Maßnahmen, die auf das Informations- und Auswahlverhalten sowohl

von bislang erfolglosen Betrieben als auch von bislang erfolglosen Bewerberinnen und Bewerbern abzielen.

Abbildung 7: Ansätze zur unmittelbaren und mittelbaren Linderung von Passungsproblemen

<p>3.1.1 Informationsverhalten bislang erfolgloser Betriebe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dynamische Unterstützung für Betriebe, die trotz vorangeschrittenen Jahres noch keinen Auszubildenden fanden • „externes Rekrutierungsmanagement“ 	<p>3.1.3 Informationsverhalten bislang erfolgloser Bewerber</p> <ul style="list-style-type: none"> • dynamische Unterstützung für Bewerber, die trotz vorangeschrittenen Jahres noch keinen Ausbildungsplatz fanden • „externes Bewerbungsmanagement“, Berufseinstiegsbegleitung
<p>3.1.2 Auswahlverhalten der bislang erfolgreichen Betriebe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärkung des Anreizes und der erwarteten Erfolgswahrscheinlichkeit, bislang unbeachtete/gemiedene Bewerber einzustellen • assistierte Ausbildungsmodelle • ausbildungsbegleitende Hilfen • kooperative Ausbildungsmodelle 	<p>3.1.4 Auswahlverhalten der bislang erfolgreichen Bewerber</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intensivierung der Berufsberatung/Stärkung des Anreizes, sich in bislang unbeachteten/gemiedenen Berufen zu bewerben • regionale Mobilitätsprogramme • Stärkung des eigenen Zutrauens • nüchterne Kalkulation der realen Ausbildungsmarktchancen
<p>3.2.1 Erschließung des Interesses und der Fähigkeit neuer Gruppen unter den Jugendlichen, sich dual ausbilden zu lassen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagekampagnen für duale Berufsausbildung, insbesondere auch in Berufen und Branchen mit Besetzungsproblemen • Optimierung der Ausbildungsbedingungen/Karrieremöglichkeiten • Unmittelbare Verknüpfung von Aus- und Fortbildungsberuf • Vermittlung von Zusatzqualifikationen während der Ausbildung • Berufsorientierung ausweiten/an Gymnasien intensivieren • Ausbau von Bildungsgängen „Abitur und Berufsabschluss“ • Ausbildungsmodelle für Studienabbrecher: „Meister statt Master“ • Wiedereinstiegsprogramme bei Vertragslösungen • Gewinnung ausländischer Jugendlicher 	<p>3.2.2 Erschließung weiterer Ausbildungsplätze bei Betrieben und ggfs. außerbetrieblichen Einrichtungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werbekampagnen bei Unternehmen, Praxen und Verwaltungen zur Beteiligung an dualer Berufsausbildung - insbesondere in Berufen mit hoher Ausbildungsplatznachfrage • außerbetriebliche Berufsausbildung für „Marktbenachteiligte“ • Verbundausbildungen

5. Literatur

- Beicht, Ursula; Eberhard, Verena; Gei, Julia (2013): Ergebnisse der BA/BIBB-Bewerberbefragung 2012. In: Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): *Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2013. Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung* (S. 87-99). Bielefeld: W. Bertelsmann.
- Bundesagentur für Arbeit (2013): *Arbeitsmarkt in Zahlen. Zeitreihe Bewerber und Berufsausbildungsstellen*. Nürnberg: Bundesagentur für Arbeit.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (2014): *Berufsbildungsbericht 2014 (Entwurf)*. Bonn/Berlin: BMBF.
- Gottfredson, Linda S. (2002): Gottfredson's theory of circumscription, compromise, and self-creation. In: Brown, Duane (Hrsg.): *Career choice and development*. 4. Auflage (S. 85-148). San Francisco: Jossey-Bass.
- Matthes, Stephanie; Ulrich, Joachim Gerd (2014a): Wachsende Passungsprobleme auf dem Ausbildungsmarkt. *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis*, 43 (1). S. 5-7.
- Matthes, Stephanie; Ulrich, Joachim Gerd (2014b): *Warum ist der Anteil erfolgreicher Ausbildungsplatznachfrager wieder gestiegen? (unveröffentlichtes Manuskript)*. Bonn: BIBB.
- Matthes, Stephanie; Ulrich, Joachim Gerd; Flemming, Simone; Granath, Ralf-Olaf (2014): Ausbildungsmarktbilanz. Ausbildungsplatzangebot und -nachfrage. In: Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): *Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2014* (S. 9-27). Bonn: BIBB.
- Mohr, Sabine; Troltsch, Klaus; Gerhards, Christian (2014): Regionale Passungsprobleme und Betriebe mit rückläufigen Ausbildungsstellen. *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis*, 43 (2). S. 26-30.
- Schier, Friedel; Ulrich, Joachim Gerd (2014): Übergänge wohin? Auswirkungen sinkender Schulabgängerzahlen auf die Berufswahl und Akzeptanz von Ausbildungsangeboten. *Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik*, 110 (in Vorbereitung)
- Seibert, Holger; Wesling, Mirko (2014): Auspendlerüberschuss trotz guter Lehrstellenversorgung in Ostdeutschland. Verschärfter Wettbewerb um Nachwuchskräfte fordert ländliche Regionen heraus. *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis*, 43 (2). S. 10-14.
- Ulrich, Joachim Gerd; Matthes, Stephanie; Flemming, Simone; Granath, Ralf-Olaf; Krekel, Elisabeth M. (2014): *Die Entwicklung des Ausbildungsmarktes im Jahr 2013. Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge fällt auf historischen Tiefstand. BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zum 30. September*. Bonn: BIBB.