

PRESSEMITTEILUNG

Lichtblicke auf dem Ausbildungsmarkt

39/2023
13.12.2023

Mehr Verträge, mehr Angebote, steigende Nachfrage – aber: Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze auf neuem Höchststand

Der Ausbildungsmarkt erholt sich langsam von den starken Einbußen, die es mit Beginn der Coronapandemie zu verzeichnen gab. Im Berichtsjahr 2023 wurden bundesweit 489.200 duale Ausbildungsverträge neu abgeschlossen. Das entspricht einem Plus von 3,0 % (+14.000) im Vergleich zum Vorjahr. Seit dem Einbruch im Jahr 2020 ist die Zahl der neuen Ausbildungsverträge zwar um rund 21.700 (+4,6 %) gestiegen. Insgesamt verbleibt die Zahl der Neuabschlüsse aber weiterhin um 35.900 Verträge (-6,8 %) unter dem Niveau von 2019 vor Ausbruch der Coronapandemie.

Nach den Rückgängen in den Vorjahren stieg im Jahr 2023 die Nachfrage der Jugendlichen nach einer dualen Berufsausbildung um 17.300 auf 552.900 (+3,2 %) an. Auch das Angebot an Ausbildungsstellen nahm in vergleichbarem Umfang zu (+18.600 beziehungsweise +3,4 %) und liegt nun bei 562.600. Damit übertraf das Angebot zum zweiten Mal in Folge die Nachfrage der Jugendlichen.

Dies sind zentrale **Ergebnisse der Analysen des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB)** zur Entwicklung des Ausbildungsmarktes im Jahr 2023 auf Basis der BIBB-Erhebung über neu abgeschlossene Ausbildungsverträge zum Stichtag 30. September sowie der Ausbildungsmarktstatistik der Bundesagentur für Arbeit (BA).

Allerdings nahmen auch die Schwierigkeiten weiter zu, das Ausbildungsangebot der Betriebe und die Nachfrage der Jugendlichen zusammenzuführen. Sowohl der Anteil der unbesetzten Ausbildungsstellen als auch der Anteil der erfolglos suchenden Ausbildungsplatznachfrager/-innen ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Bundesweit blieben 2023 rund 73.400 Ausbildungsstellen unbesetzt. Das sind 13,4 % des gesamten betrieblichen Angebots – ein neuer Höchstwert. Gleichzeitig hatten 63.700 junge Menschen zum Stichtag 30. September noch keinen Ausbildungsplatz gefunden und hielten deshalb ihren Vermittlungswunsch weiter aufrecht. 11,5 % der Jugendlichen blieben damit bei ihrer Suche nach einem Ausbildungsplatz erfolglos.

Die verbesserte Ausbildungsbilanz ist für **BIBB-Präsident Friedrich Hubert Esser** zwar ein „erfreuliches Ergebnis“, das uns aber nicht zufrieden stellen könne. „Die Zahlen liegen immer noch deutlich hinter denen aus dem Jahr 2019, dem Jahr vor der Coronapandemie, zurück. Dazu haben die Passungsprobleme weiter zugenommen, die zielführende

Maßnahmen erfordern. Gefragt sind insbesondere eine die Jugendlichen erreichende Berufsorientierung sowie verbesserte Maßnahmen zur Unterstützung der Mobilität von Auszubildenden. Auch Klein- und Kleinstbetriebe brauchen mehr Unterstützung, wenn es um die jugendgerechte Akquise von Schulabgängerinnen und Schulabgängern geht, vor allem bei der digitalen Kommunikation in den sozialen Netzwerken.“

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Besetzungsprobleme rückt das Vorgehen der Betriebe bei der Suche nach künftigen Auszubildenden verstärkt in den Blickpunkt. Im Durchschnitt nutzen Unternehmen fünf bis sechs unterschiedliche Rekrutierungskanäle, um Jugendliche auf ihr Ausbildungsangebot aufmerksam zu machen und sie als Bewerberinnen und Bewerber zu gewinnen. Das zeigen Ergebnisse einer weiteren aktuellen **BIBB-Analyse**, die auf den Angaben von rund 1.600 Ausbildungsbetrieben basieren, die im Jahr 2022 innerhalb des „BIBB-Betriebspanels zu Qualifizierung und Kompetenzentwicklung“ befragt wurden.

Demnach setzen weite Teile der Betriebe besonders auf indirekte Rekrutierungskanäle, die eine große Reichweite haben. Favorit ist hier mit 75 Prozent der Weg über die Vermittlungsdienste der örtlichen Arbeitsagentur. Die sozialen Medien werden inzwischen von fast der Hälfte der Betriebe für die Verbreitung von Ausbildungsangeboten genutzt. Das Betriebspraktikum wird zwar auch von 70 Prozent der Betriebe genutzt, doch legt nur ein kleinerer Anteil der Betriebe den Schwerpunkt bei der Suche nach Auszubildenden insgesamt auf direkte Rekrutierungskanäle – also auf Wege, über die potenzielle Bewerberinnen und Bewerber unmittelbar angesprochen werden.

Die Analyse zeigt ferner: Betriebe, die viele indirekte Rekrutierungskanäle nutzen, erhalten zwar viele Bewerbungen. Das Risiko, Ausbildungsplätze nicht besetzen zu können, sinkt dadurch aber nicht. Als Erfolg versprechender erweisen sich hauptsächlich direkte, persönliche Wege für die Suche nach zukünftigen Auszubildenden.

Weitere Informationen, Statistiken, Tabellen, Grafiken und interaktive Regionalkarten

- im Internetangebot des BIBB unter www.bibb.de/naa309-2023,
- im BIBB-Fachbeitrag „Die Entwicklung des Ausbildungsmarktes im Jahr 2023“ unter www.bibb.de/ausbildungsmarkt2023 sowie
- im BIBB REPORT „Viel hilft viel?! – Welche Wege Betriebe nutzen, um Ausbildungsplatzbewerber/-innen zu finden, und wie erfolgreich sie damit sind“ unter www.bibb.de/dienst/publikationen/de/19359

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.