

## PRESSEMITTEILUNG

# Ausbildungsplatzsuche: Unternehmen und junge Menschen kommunizieren oft aneinander vorbei

**Zum Start des Ausbildungsjahres rückt die Kluft zwischen unbesetzten Lehrstellen und Schulabgänger:innen ohne Ausbildungsplatz wieder in den Blickpunkt. Dass junge Menschen und Betriebe häufig nicht zueinander finden, hat mehrere Ursachen. Einen bislang wenig beleuchteten Grund stellt die Kommunikation dar: So nutzen Unternehmen häufig andere Angebote zur Beruflichen Orientierung und andere Social-Media-Plattformen für Stellenausschreibungen als die junge Zielgruppe.**

Gütersloh/Köln, 29. August 2024. Die Ausbildungslücke in Deutschland bleibt groß. Zuletzt blieben über 73.000 Ausbildungsplätze unbesetzt, während gleichzeitig mehr als 63.000 junge Menschen keine Lehrstelle fanden. Rund 44 Prozent der Unternehmen konnten ihre Ausbildungsplätze im Ausbildungsjahr 2023/24 nur anteilig oder überhaupt nicht besetzen. Trotzdem meint jede:r vierte junge Mensch in Deutschland, es gebe zu wenig Ausbildungsplätze. Diese Diskrepanz entsteht dadurch, dass die Ausbildungsangebote von Betrieben und die Berufswünsche von jungen Menschen hinsichtlich Region, Beruf oder Qualifikation häufig nicht zusammenpassen. Wie eine gemeinsame Jugend- und Unternehmensbefragung der Bertelsmann Stiftung und des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) jetzt zeigt, liegt es aber auch an der Kommunikation, dass Bewerber:innen und Unternehmen nicht zueinanderfinden.

Bei der Bedeutung der Informationswege sind sich Unternehmen und junge Menschen zwar weitgehend einig: Für beide Seiten spielen Online-Stellenausschreibungen die wichtigste Rolle, gefolgt von der Vermittlung durch die Bundesagentur für Arbeit und Social Media. Bei der Nutzung von sozialen Netzwerken gibt es aber auffällige Abweichungen: Instagram ist jeweils am beliebtesten, doch während 71 Prozent der Unternehmen auf Facebook über ihre Ausbildungsplätze informieren, sucht hier nur ein Viertel der jungen Menschen nach Ausbildungsangeboten. Umgekehrt nutzen junge Menschen häufig YouTube (47 Prozent), WhatsApp (38 Prozent) und TikTok (30 Prozent) – diese Kanäle werden von Unternehmen aber deutlich seltener bespielt, bei YouTube beispielsweise nur von 18 Prozent.

„Das Ausbildungsplatz-Marketing über Social Media bietet Verbesserungspotenzial. Unternehmen sollten ihre Kommunikation stärker an das Medienverhalten der jungen Menschen anpassen, um mehr potenzielle Bewerber:innen zu erreichen“, empfehlen die Studienautoren. Auch bei der analogen Kommunikation lohnt ein genauerer Blick: So nutzen vor allem Jugendliche mit niedriger Schulbildung Stellenanzeigen in Zeitungen oder den Aushang an „schwarzen Brettern“ in Schulen häufiger, als Unternehmen es tun.

## **Bedeutung von Schulabschlüssen wird unterschiedlich bewertet**

Aus den Befragungsdaten geht eine weitere interessante Abweichung hervor: Während knapp drei Viertel der Unternehmen angeben, dass für die Besetzung einer Ausbildungsstelle persönliche Kompetenzen gegenüber formalen Abschlüssen immer bedeutender werden, glaubt das nur etwas mehr als die Hälfte der jungen Menschen. Hierin liegt eine große Chance: „Junge Menschen sollten selbst bei schwächeren Noten nicht auf eine Bewerbung verzichten, sondern auf ihre Stärken vertrauen. Unternehmen können Kandidat:innen gezielt zur Bewerbung motivieren, indem sie den Stellenwert persönlicher Kompetenzen in Ausschreibungen herausstellen“, sagt Clemens Wieland, Experte für berufliche Bildung bei der Bertelsmann Stiftung.

## Wunsch und Wirklichkeit liegen teils deutlich auseinander

Auch bei den Formaten zur Berufsorientierung könnten Unternehmen und junge Menschen besser zueinanderfinden. Die Bedeutung von Praktika stufen beide Seiten zwar am höchsten ein. Doch während 88 Prozent der jungen Menschen Betriebsbesichtigungen wichtig sind, bietet sie nur knapp jedes zweite befragte Unternehmen an. Auch bei Ausbildungsbotschafter:innen im Unterricht, Schulkooperationen oder Ausbildungsmessen liegen die Wünsche der jungen Generation und das tatsächliche Angebot der Unternehmen weit auseinander. „Bei der Berufsorientierung gibt es noch Luft nach oben: Zwar können Unternehmen, vor allem kleine und mittlere, nicht alle Formate anbieten, doch der Einsatz von nur ein oder zwei zusätzlichen Maßnahmen kann bereits zu mehr Bewerbungen führen. Gemessen am Aufwand lohnt sich zudem eine kontinuierliche Partnerschaft mit Schulen“, betont Dirk Werner, Leiter des Clusters Berufliche Qualifizierung und Fachkräfte beim IW.

Als positives Signal ist zu werten, dass jeweils mehr als 80 Prozent der jungen Menschen und der Unternehmen in einer Berufsausbildung eine gute Karrieregrundlage sehen. Weitgehend einig sind sie sich auch über die Faktoren, die einen Ausbildungsplatz attraktiv machen: ein gutes Betriebsklima, spannende Aufgaben, sichere Zukunftsaussichten und die Möglichkeit, sich im Berufsleben weiterentwickeln zu können. Die Verdienstaussichten mit einer Ausbildung schätzen sechs von zehn befragten jungen Menschen als ausreichend für ein „gutes Leben“ ein. Dennoch fehlt vielen die Anerkennung: Ungefähr die Hälfte der Unternehmen und jungen Menschen ist der Meinung, dass die duale Ausbildung zu wenig gesellschaftliche Wertschätzung erfährt. Hier sollten Politik, Wirtschaft und Schulen gemeinsam ansetzen.

### Zusatzinformationen:

In die Studie sind Daten aus zwei Quellen eingeflossen. Zum einen hat das Institut iconkids & youth im Auftrag der Bertelsmann Stiftung zwischen dem 23. Februar und 24. März 2024 eine repräsentative Stichprobe von 1.729 jungen Menschen in Deutschland im Alter zwischen 14 und 25 Jahren befragt. Zum anderen hat das Institut der deutschen Wirtschaft in der 35. Welle des IW-Personalpanel Personalverantwortliche in 895 Unternehmen aller Branchen mit Ausnahme des öffentlichen Dienstes befragt. Die Ergebnisse sind repräsentativ.

### **Ansprechpartner:**

**Clemens Wieland, Telefon: 0 52 41 81 81 352**  
E-Mail: [clemens.wieland@bertelsmann-stiftung.de](mailto:clemens.wieland@bertelsmann-stiftung.de)

**Dirk Werner, Telefon: 0 221 49 81 712**  
E-Mail: [werner@iwkoeln.de](mailto:werner@iwkoeln.de)

Außerdem neu erschienen: Die Studie „**Big-Data-Einblicke in den Ausbildungsmarkt**“ analysiert über 2,4 Mio. Online-Stellenausschreibungen für Ausbildungsplätze. Eine zentrale Erkenntnis: Der Trend geht zu Stellenausschreibungen ohne explizite Nennung eines Schulabschlusses. In Regionen mit besonders wenigen Ausbildungsbewerber:innen werden jedoch gezielt Jugendliche mit niedrigem Schulabschluss angesprochen. Zur vollständigen Studie: [www.chance-ausbildung.de/big-data-2024](http://www.chance-ausbildung.de/big-data-2024).

---

### **Über die Bertelsmann Stiftung: Menschen bewegen. Zukunft gestalten.**

Die Bertelsmann Stiftung setzt sich dafür ein, dass alle an der Gesellschaft teilhaben können – politisch, wirtschaftlich und kulturell. Unsere Programme: Bildung und Next Generation, Demokratie und Zusammenhalt, Digitalisierung und Gemeinwohl, Europas Zukunft, Gesundheit, Nachhaltige Soziale Marktwirtschaft. Dabei stellen wir die Menschen in den Mittelpunkt. Denn die Menschen sind es, die die Welt bewegen, verändern und besser machen können. Dafür erschließen wir Wissen, vermitteln Kompetenzen und erarbeiten Lösungen. Die gemeinnützige Bertelsmann Stiftung wurde 1977 von Reinhard Mohn gegründet.

**Weitere Informationen:** [www.bertelsmann-stiftung.de](http://www.bertelsmann-stiftung.de)



### **Über das Institut der deutschen Wirtschaft**

Das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) ist ein privates Wirtschaftsforschungsinstitut, das sich für eine freiheitliche Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung einsetzt. Unsere Aufgabe ist es, das Verständnis wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Zusammenhänge zu verbessern.

**Weitere Informationen:** [www.iwkoeln.de](http://www.iwkoeln.de)