

Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2022

1 Einleitung

Für die diesjährige Umfrage spielen die Auswirkungen der Corona-Pandemie eine untergeordnete Rolle. So konnten wieder Ausbildungsmessen und Praktika für die Nachwuchskräftegewinnung in Präsenz durchgeführt werden. Daher wurden die Fragen zu den Auswirkungen von Corona auf die Ausbildungs- und Fachkräftesituation gestrichen. Allerdings bleibt die Suche nach geeigneten Auszubildenden ein schwieriges Unterfangen. In diesem Jahr wurde zum ersten Mal nach der Übernahme von ausgelernten Auszubildenden gefragt.

Aber nicht nur Auszubildende sondern auch Fachkräfte sind immer schwerer zu finden. Um die benötigten Fachkräfte hat sich ein Konkurrenzkampf mit anderen Branchen entwickelt. Hier kann nur durch eine verstärkte positive Außendarstellung der Druck- und Medienbranche Abhilfe geschaffen werden. Dabei ist es wichtig, auf die Zukunftsaussichten, aber auch auf die guten Aufstiegsmöglichkeiten verstärkt hinzuweisen. Die Druck- und Medienindustrie bietet spannende Tätigkeiten mit modernster Technik und produziert Produkte, die das Leben lebenswerter machen.

2 Teilnehmerstruktur

Zum fünften Mal wurde die bundesweite Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation durchgeführt. Dank der hohen Beteiligung von 324 Unternehmen konnten belastbare und aussagekräftige Informationen zur aktuellen Situation erhoben werden. Die Befragung erfolgte vom 5. bis 19. Oktober 2022.

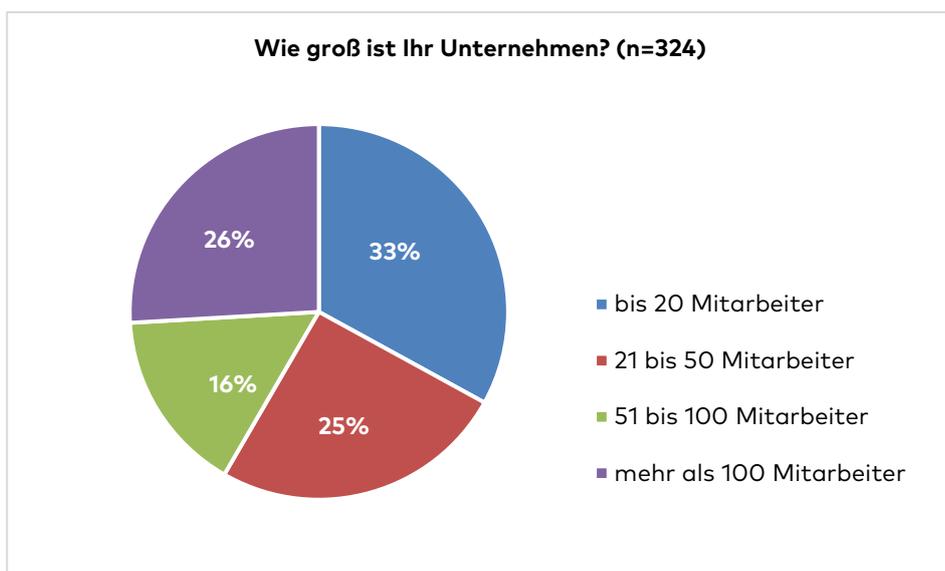
Die Anzahl der befragten Unternehmen ist gegenüber dem Vorjahr um 14 Prozent auf 324 gestiegen. Die Quote der Teilnehmer, welche die Umfrage vollständig beendet haben, liegt bei 89 Prozent.

Die prozentualen Angaben beziehen sich auf die jeweilige Gesamtzahl der Antworten (n), die in den Grafiken ausgewiesen werden. Gab es die Möglichkeit von Mehrfachantworten, dann ist dies vermerkt.

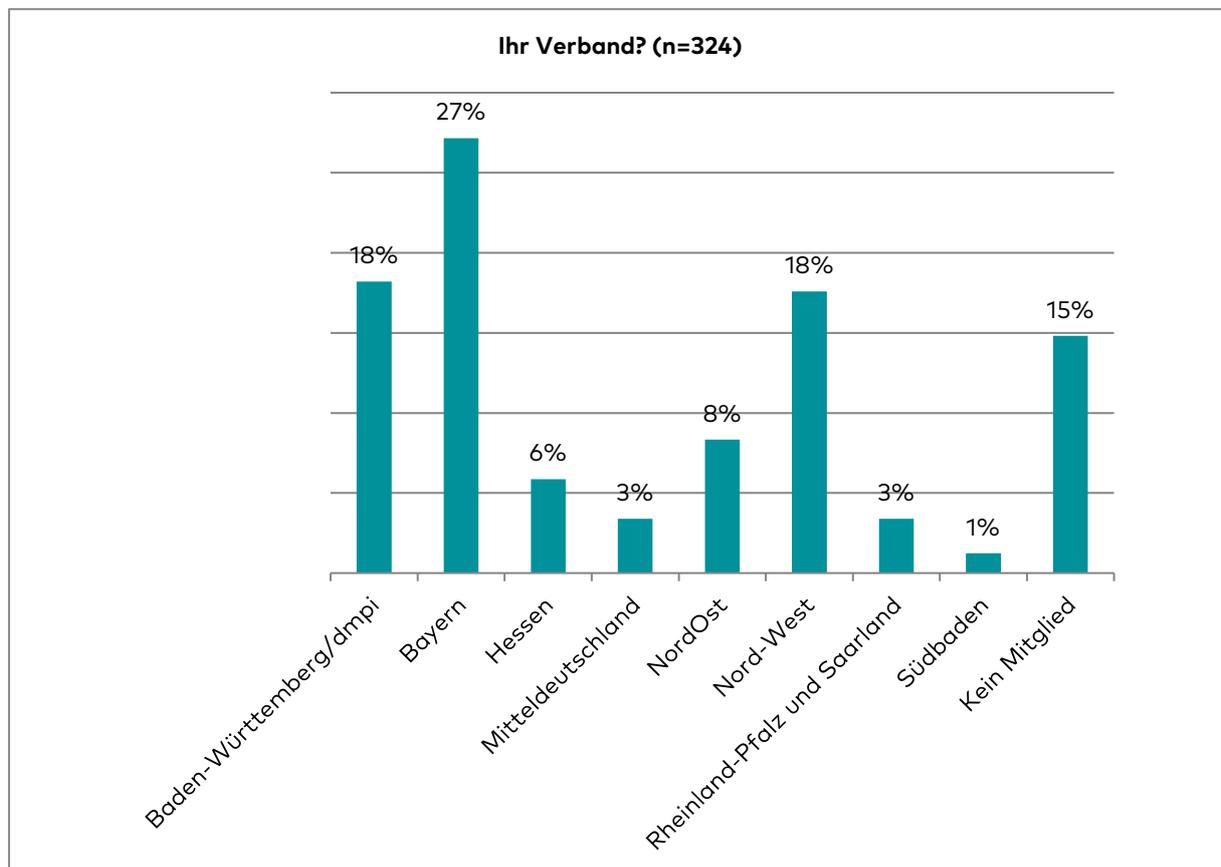
2.1 Unternehmensgröße

Die Verteilung der befragten Unternehmen nach Anzahl der Mitarbeiter weicht deutlich von der Beschäftigungsstatistik der Druck- und Medienindustrie (Stand: 31. März 2022) ab. Dort repräsentieren Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern mit einem Anteil von 82 Prozent die stärkste Gruppe, die Gruppe von 21 bis 50 Mitarbeitern kommt auf 11 Prozent, 50 bis 100 Mitarbeiter liegen bei 4 Prozent, und Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern stellen einen Anteil von nur 3 Prozent dar.

Die Verteilung nach Betriebsgröße ist identisch mit der Umfrage 2021.



2.2 Verbandszugehörigkeit



3 Ausbildungssituation

Nach dem drastischen Rückgang bei den neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen im Corona-Jahr 2020 und einer leichten Erholung in 2021 melden die Berufsschulen für die Druck- und Medienberufe weiter leicht steigende Ausbildungszahlen. Allerdings bleibt die Anzahl der Berufsanfänger noch weit unter dem Vor-Corona-Niveau zurück. Die detaillierte Aufstellung der endgültigen Zahlen nach Berufen und Bundesländern erscheint in der ZFA-Statistik Berufsausbildung und Fortbildung Druck und Medien im April 2023.

Die Lage auf dem Ausbildungsmarkt hat sich weiter zu Gunsten der Bewerberinnen und Bewerber entwickelt. So standen Ende September 2022 laut [Statistik zur Situation am Ausbildungsmarkt](#) der Bundesagentur für Arbeit 105.900 mehr gemeldete betriebliche Ausbildungsstellen als Interessenten zur Verfügung. Daraus ergibt sich eine Relation von 80 gemeldeten Bewerberinnen und Bewerbern auf 100 gemeldete betriebliche Ausbildungsstellen. Bei den Bewerberinnen und Bewerbern setzt sich der rückläufige Trend fort. So sank die Anzahl um 3 Prozent wesentlich schwächer als im Vorjahr auf 422.400. Demgegenüber ist das Angebot an betrieblichen Ausbildungsstellen nach zwei rückläufigen Jahren um 4 Prozent auf 528.300 gestiegen.

Diese Rahmenbedingungen erschweren die Suche nach Auszubildenden gravierend. Auch haben sich die Ansprüche der Jugendlichen gewandelt. Häufig stehen Freizeit und flexible Arbeitszeiten höher im Kurs als die Bezahlung. Ebenso spielt die Sinnhaftigkeit der Tätigkeit eine große Rolle. Arbeitsplatzsicherheit, Verdienstmöglichkeiten und Aufstiegsmöglichkeiten bleiben weiterhin wichtige Entscheidungsfaktoren.

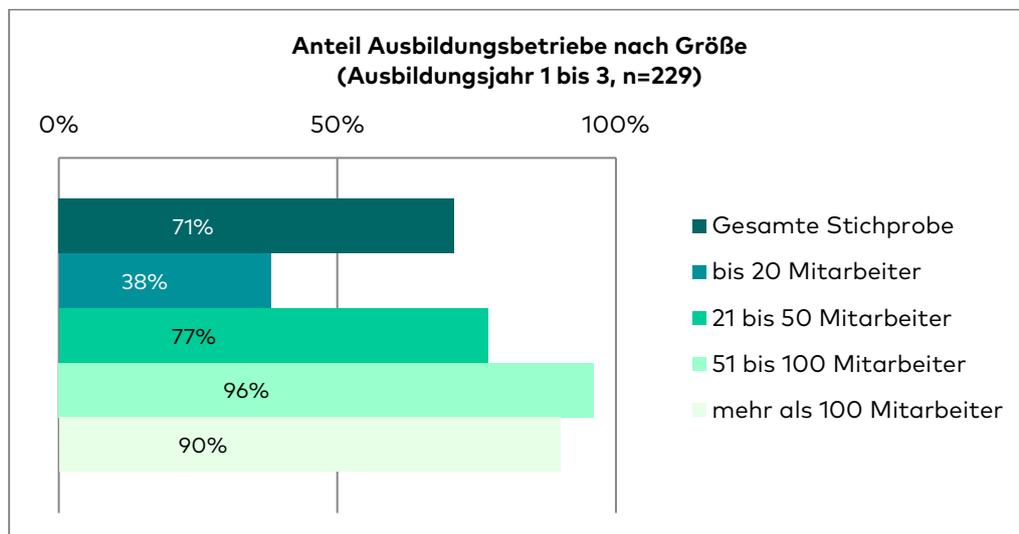
Die Bundesregierung hat durch verschiedene Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit auf die Bedeutung der dualen Ausbildung hingewiesen. Allerdings bleibt es eine große Herausforderung, Jugendliche für eine Ausbildung in den Druck- und Medienberufen zu begeistern. Die Unternehmen sind sich durchaus bewusst, welche Bedeutung die Ausbildung für die Fachkräftesicherung hat: knapp dreiviertel der Unternehmen, die an dieser Umfrage teilgenommen haben, bilden aus.

3.1 Anteil der Ausbildungsbetriebe leicht gesunken

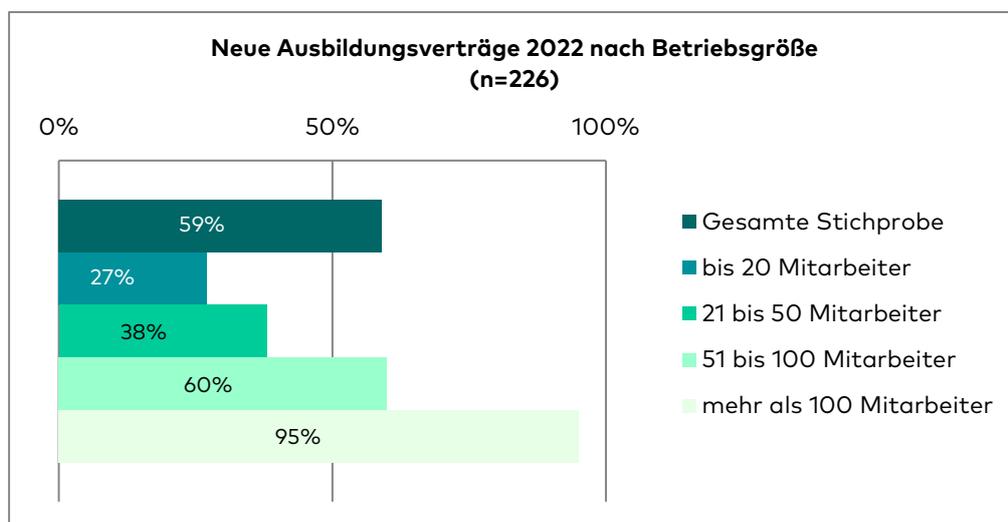
Die Anzahl der Ausbildungsbetriebe ist gegenüber 2021 um 5 Prozentpunkte auf 71 Prozent gesunken. In dieser Gruppe sind auch Ausbildungsbetriebe, die 2022 keine neuen Auszubildende eingestellt haben.

Die Betrachtung nach Betriebsgröße zeigt einen deutlichen Rückgang in der Kategorie 21 bis 50 Mitarbeiter um 11 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Den größten Anteil haben die Unternehmen mit 51 bis 100 Mitarbeitern,

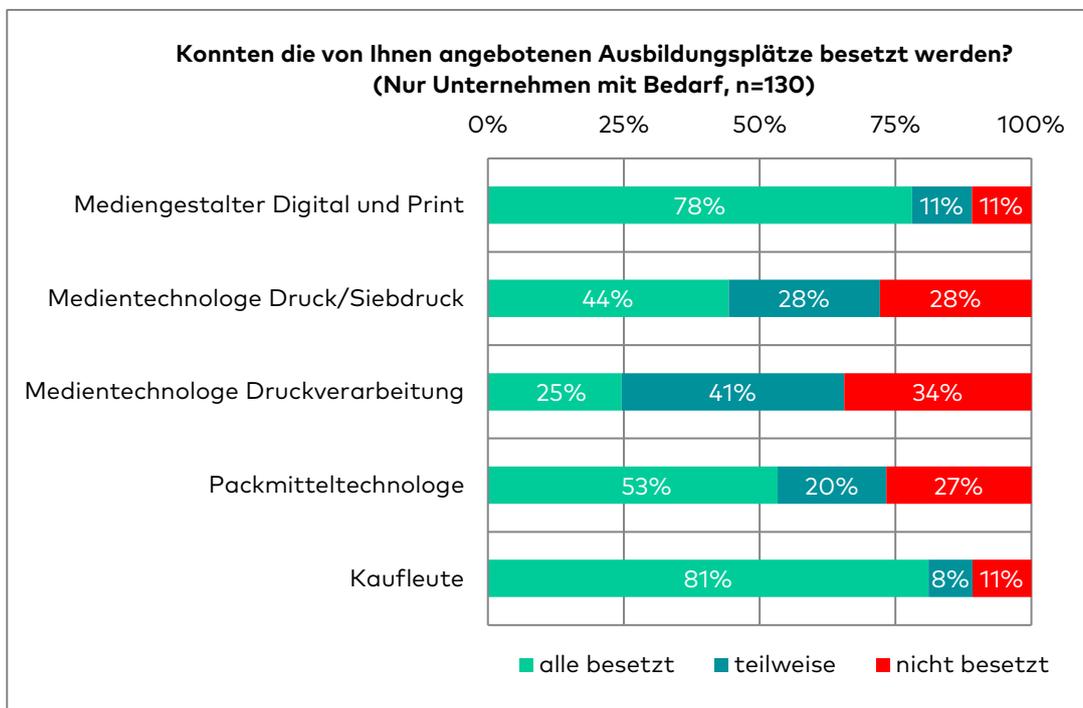
während die Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern um 10 Prozentpunkte auf 90 Prozent gefallen sind.



Von den Ausbildungsbetrieben haben 59 Prozent in 2022 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen. Dies ist ein leichter Rückgang zum Vorjahr um 4 Prozentpunkte. Je mehr Mitarbeiter das Unternehmen hat, umso größer ist der prozentuale Anteil der Ausbildungsbetriebe. So steigt der Anteil von 27 Prozent bei bis zu 20 Mitarbeitern auf 95 Prozent bei über 100 Mitarbeitern an. Dies verdeutlicht, dass der steigende Aufwand zur Gewinnung von Nachwuchskräften von kleineren Betrieben kaum geleistet werden kann. Auf die Gründe für unbesetzte Lehrstellen sowie die eingesetzten Maßnahmen zur Nachwuchsgewinnung wird in den folgenden Kapiteln näher eingegangen.



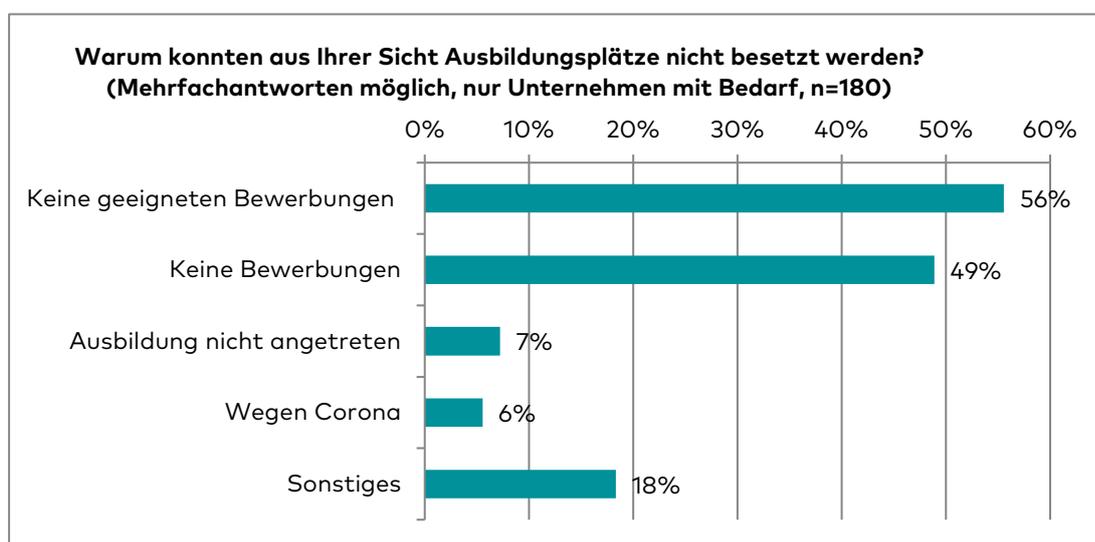
Die Aufstellung nach Berufen zeigt, dass es bei Mediengestaltern Digital und Print weiterhin am leichtesten fällt, die angebotenen Ausbildungsstellen zu besetzen. 78 Prozent der Unternehmen waren hier erfolgreich, 11 Prozent konnten nicht alle und weitere 11 Prozent keine Stellen besetzen. Bei den Medientechnologen Druck/Siebdruck konnten weniger als die Hälfte der Betriebe alle Stellen besetzen, 28 Prozent fanden keine Auszubildenden, eine Steigerung um 12 Prozentpunkte zu 2021. Die Medientechnologen Druckverarbeitung haben mit nur 25 Prozent bei „alle besetzt“ den schlechtesten Wert, ein Rückgang von 10 Prozentpunkten zum Vorjahr. Die dramatische Steigerung der unbesetzten Stellen bei den Packmitteltechnologern um 19 Prozentpunkte betrifft in Summe nur 8 Unternehmen, da hier nur 15 der an der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen auf der Suche waren.



Von vielen Jugendlichen werden Ausbildungsberufe bevorzugt, bei denen man sich nicht die Hände schmutzig macht, obwohl dort die Bezahlung und Aufstiegsmöglichkeiten häufig schlechter sind. Daher ist es erforderlich, auf die Zukunftssicherheit und die guten Aufstiegsmöglichkeiten durch Fortbildungen zum Bachelor Professional hinzuweisen. Auch müssen die Jugendlichen stärker in den Fokus genommen werden, die eher praktisch veranlagt sind. Bei der Aufarbeitung von schulischen Defiziten können kostenlose Angebote in Form der assistierten Ausbildung ([AsA flex](#)) oder VerA ([Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen](#)) in Anspruch genommen werden. Ebenso kann über die Einstiegsqualifikation ([EQ](#)) schwächeren Jugendlichen die Möglichkeit gegeben werden, während eines Praktikums ihre Eignung zu beweisen.

3.2 Gründe für unbesetzte Ausbildungsplätze

Haben in den Jahren 2018 bis 2020 rund ein Drittel der befragten Unternehmen keine Bewerbungen erhalten, so stieg der Anteil 2021 auf 45 Prozent und 2022 weiter auf 49 Prozent. Hingegen ging die Nennung „ungeeignete Bewerbungen“ von rund dreiviertel auf gut die Hälfte zurück. Da insbesondere die Bewerberinnen und Bewerber für die Medientechnologen-Berufe in der Regel eher schlechtere Abschlusszeugnisse haben, sollte ihre Eignung über den Online-Eignungstest erhoben werden. Der zusammen mit u-form Testsysteme speziell für die Berufe der Druck- und Medienindustrie entwickelte Test gibt strukturiert und vergleichbar Auskunft über die Stärken und Schwächen der potenziellen Kandidatinnen und Kandidaten. Weitere Informationen erhalten Sie über Ihren Landesverband.



3.3 Maßnahmen zur Azubigewinnung

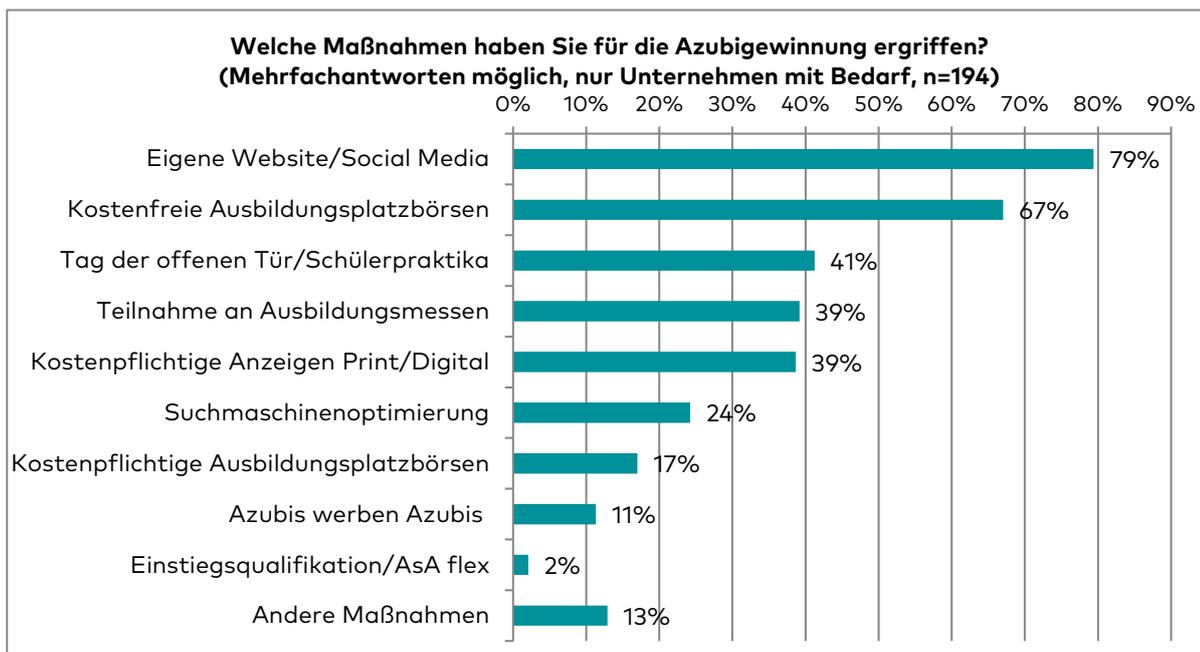
Zwar hat sich der Anteil der Unternehmen, die freie Ausbildungsstellen auf den eigenen digitalen Kanälen publik machen, um 11 Prozentpunkte auf 79 Prozent erhöht, aber es ist erstaunlich, dass diese Möglichkeit nicht alle nutzen. Ein Viertel verbessert die Auffindbarkeit durch Suchmaschinenoptimierung. Bei der Nutzung der kostenfreien Ausbildungsplatzbörsen der IHK und der Bundesagentur für Arbeit stieg der Anteil um 9 Prozentpunkte auf 67 Prozent.

Der persönliche Kontakt zu den Jugendlichen bleibt der beste Weg, Nachwuchskräfte zu gewinnen. Durch den Wegfall von Coronabeschränkungen stiegen die Teilnahme an Ausbildungsmessen sowie die Angebote für Tage der offenen Tür/Schülerpraktika um rund 10 Prozentpunkte.

Nachdem Jugendliche auf ein Ausbildungsplatzangebot aufmerksam geworden sind, werden sie sich als erstes auf der Homepage informieren. Daher ist es wichtig, dass sich dort das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber präsentiert. Dabei können die Filme der Nachwuchsseite www.teammedien.de kostenfrei genutzt werden, um den Interessenten die Ausbildungsinhalte näher zu bringen. Noch besser sind natürlich eigene Videos, in denen Azubis berichten, warum ihnen die Ausbildung Spaß macht. Auch können Ausbilderinnen oder Ausbilder das Unternehmen kurz vorstellen. Zusätzliche Angebote wie Zuschüsse zu den Fahrtkosten oder spezielle Azubi-Events erhöhen die Attraktivität der Ausbildungsplätze und sollten daher unbedingt genannt werden. Ebenso kann ein Engagement des Unternehmens für die Umwelt, soziale Projekte oder den örtlichen Sportverein bei den Jugendlichen die Entscheidung bei der Wahl der Ausbildungsstelle positiv beeinflussen.

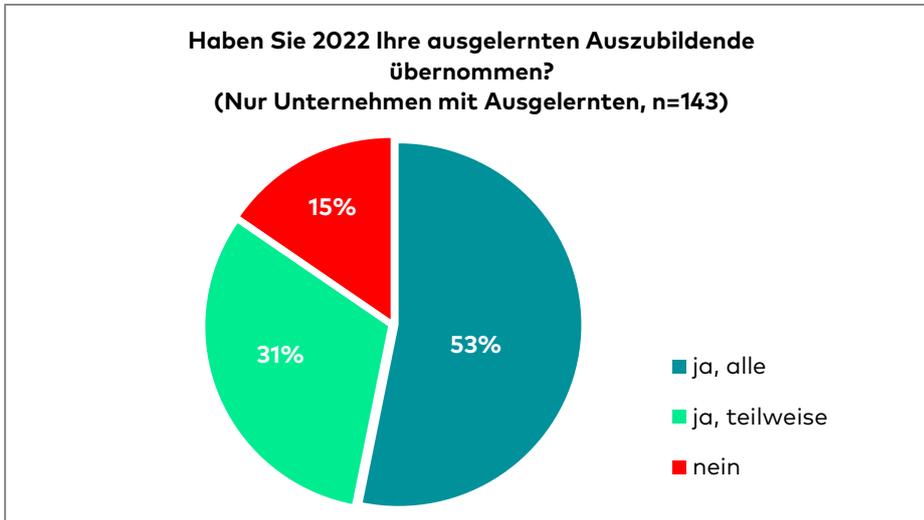
Leider gibt es keine Patentlösung für die Nachwuchskräftegewinnung, da viele Faktoren die Berufswahl der Jugendlichen beeinflussen. Für Berufsanfänger spielen ein gutes Betriebsklima sowie Aufstiegschancen eine große Rolle. Daher haben Unternehmen den meisten Erfolg, wenn Sie sich authentisch und im besten Fall auf Augenhöhe durch ihre Auszubildenden präsentieren. Wichtig ist, den Jugendlichen ein realistisches Bild des Berufes zu präsentieren, wobei man hervorheben sollte, dass unsere Branche zahlreiche Produkte herstellt, die das Leben schöner machen.

Weitere Anregungen gibt der aktualisierte Leitfaden für die Azubi-Gewinnung „Gesucht? Gefunden!“, der über die Landesverbände Druck und Medien bezogen werden kann.

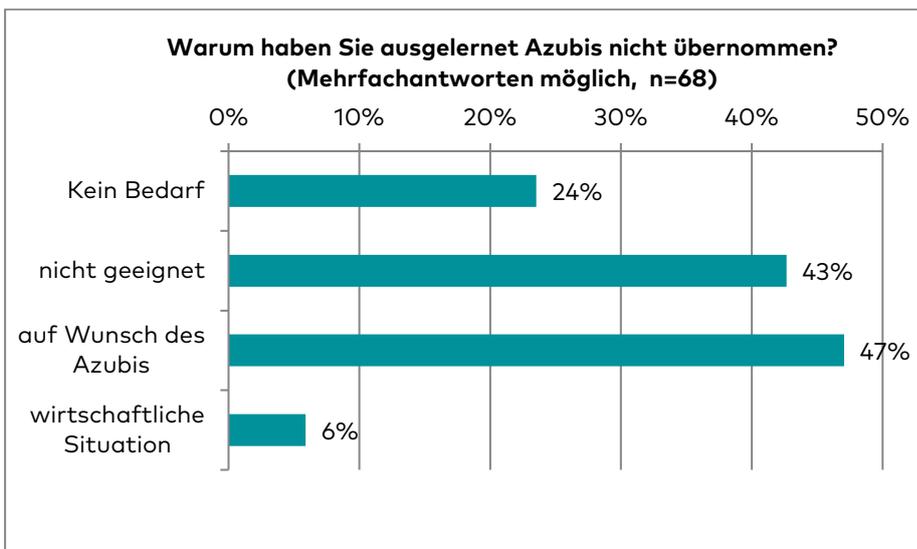


3.4 Übernahme von Auszubildenden

Zum ersten Mal wurde nach der Übernahmebereitschaft von ausgelernten Auszubildenden gefragt. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen haben alle, ein Drittel nur einen Teil der jungen Facharbeiter übernommen.



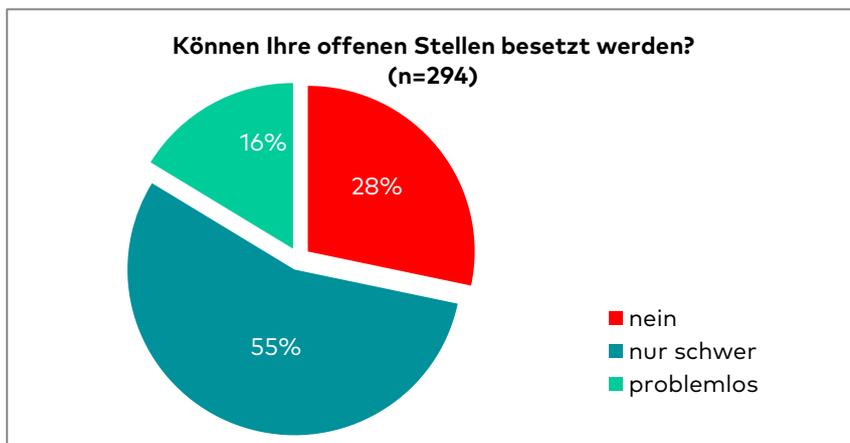
Die 15 Prozent, die keine Ausgelernten übernommen haben, nannten als Gründe „auf Wunsch des Azubis“ mit 47 Prozent am häufigsten, gefolgt von der Aussage „nicht geeignet“ (43 Prozent). Es ist erstaunlich, dass nach einer dreijährigen erfolgreich abgeschlossenen Ausbildung die Facharbeiter nicht den geforderten Ansprüchen gerecht werden.



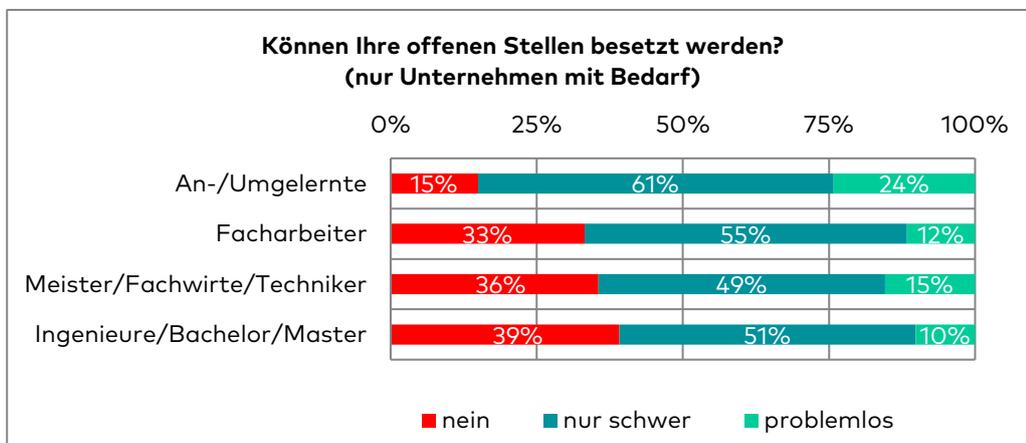
4 Fachkräftesituation

4.1 Fachkräfte schwer zu finden

Die Hälfte der befragten Unternehmen war auf der Suche nach Arbeitskräften. Wie aus der Branchenbefragung zur wirtschaftlichen Lage 2022 hervorgeht, rechnet ein Anteil von 35 Prozent der Unternehmen aufgrund der zunehmenden Verschärfung des wirtschaftlichen Umfelds mit einem Personalabbau. Allerdings ist es für Unternehmen mit Personalbedarf immer schwieriger, geeignete Fachkräfte zu finden. 28 Prozent gaben an, dass sie nicht alle ausgeschriebenen Stellen besetzen konnten.

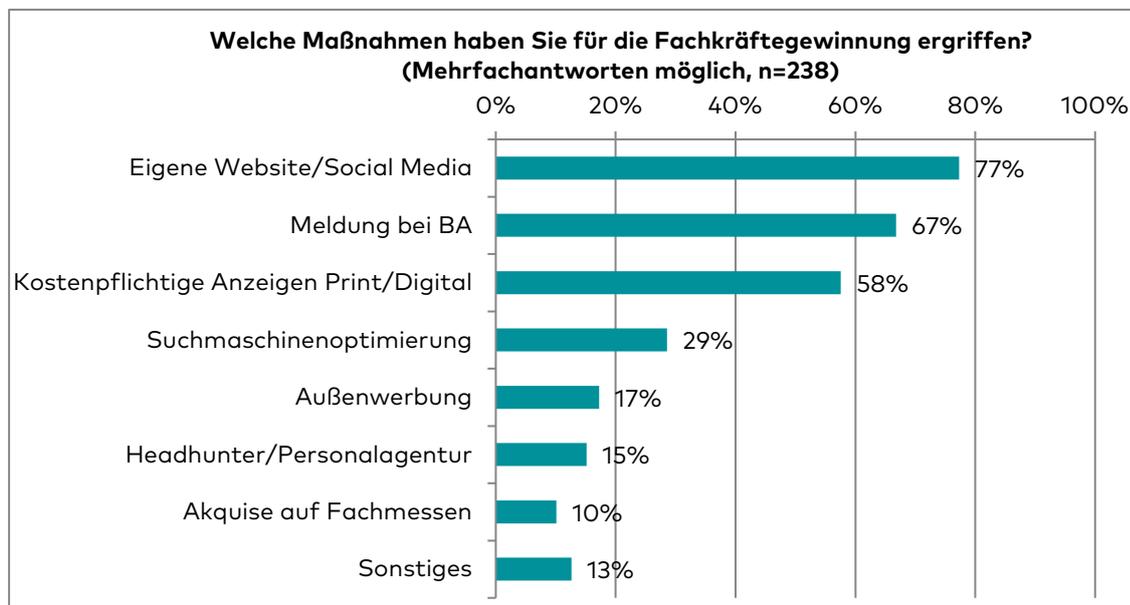


Die Unterscheidung nach dem geforderten Ausbildungsniveau verdeutlicht, dass es umso schwieriger wird, Mitarbeiter zu gewinnen, je höherwertiger der Abschluss ist. Allerdings ist gegenüber dem Vorjahr der Anteil unbesetzter Stellen bei den Facharbeitern mit 15 Prozentpunkten am stärksten gestiegen. Nur ein kleiner Anteil der offenen Stellen lässt sich problemlos besetzen.



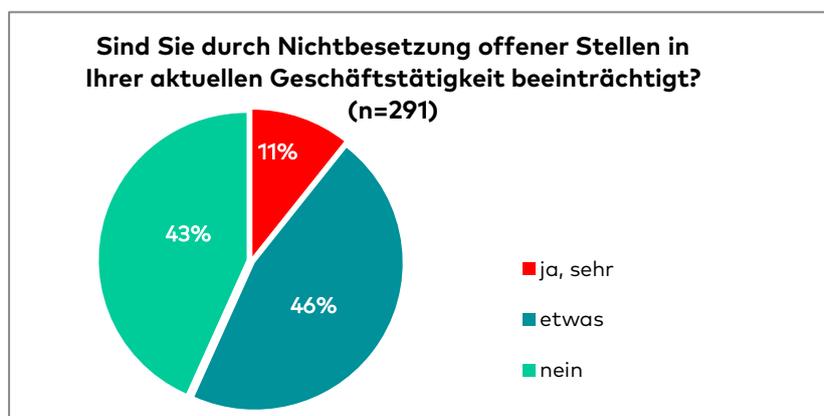
4.2 Maßnahmen zur Fachkräftegewinnung

Ähnlich wie bei den Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden werden auch bei der Suche nach Fachkräften noch nicht alle Mittel ausgenutzt.



4.3 Geschäftsbeeinträchtigung durch nicht besetzte Stellen

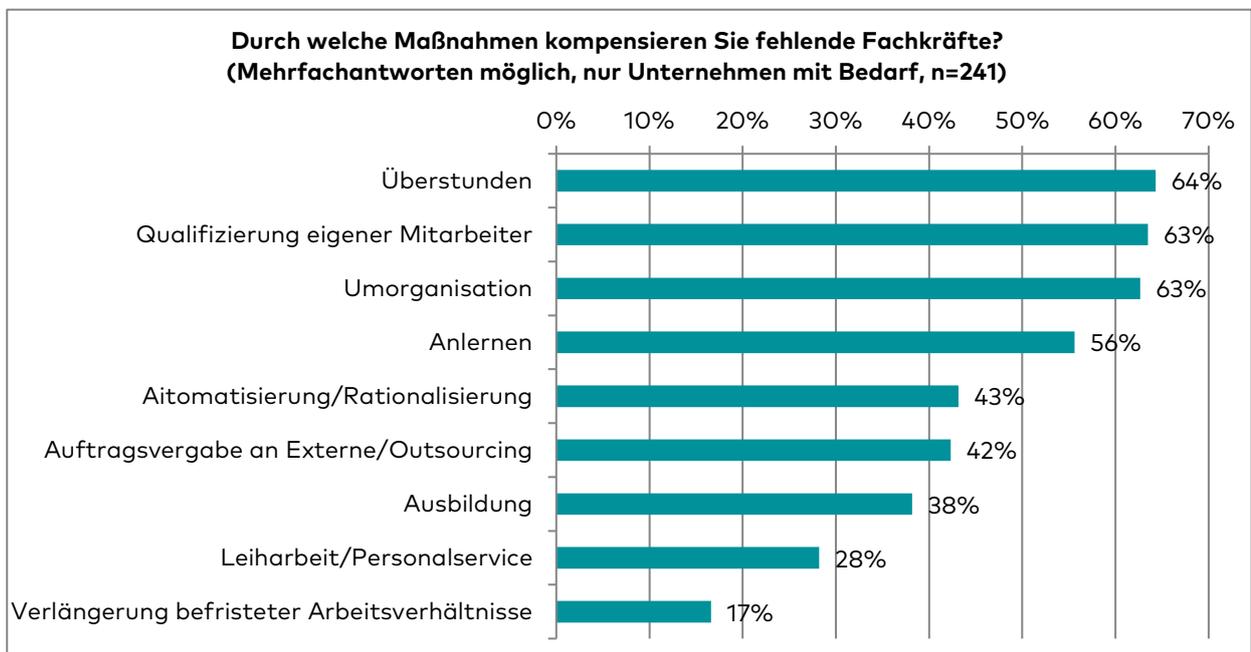
Der Anteil der Unternehmen, die sich durch die Nichtbesetzung von offenen Stellen in ihrer Geschäftstätigkeit beeinträchtigt fühlen, entspricht in etwa dem Ergebnis von 2019, also vor der Corona-Krise. Sieht man die gestiegenen Schwierigkeiten bei der Besetzung von ausgeschriebenen Stellen, dann erklärt sich die geringe Anzahl der Unternehmen, die sich sehr stark beeinträchtigt fühlen, daraus, dass nur gut die Hälfte angaben, dass sie auf der Suche nach Fachkräften sind.



4.4 Kompensation von fehlendem Personal

Fehlendes Personal wird weiterhin am häufigsten durch Überstunden kompensiert, dicht gefolgt von der Qualifizierung der eigenen Mitarbeiter und der Umorganisation innerhalb des Unternehmens. Dies sind logische Auswirkungen der Problematik, Fachkräfte zu finden. In diesem Zusammenhang erklärt sich auch die Steigerung um 8 Prozentpunkte bei der Maßnahme „Anlernen“ und um 7 Prozentpunkte bei „Automatisierung/Rationalisierung“.

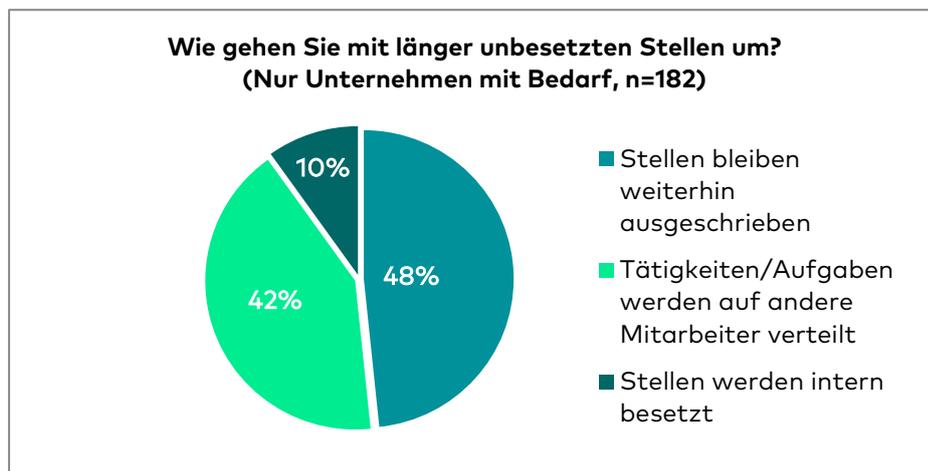
Der relativ geringe Anteil mit 38 Prozent bei der Ausbildung als Mittel zur Vorbeugung des Fachkräftemangels ist auf die erschwerte Nachwuchsgewinnung zurückzuführen.



4.5 Langfristig unbesetzte Stellen

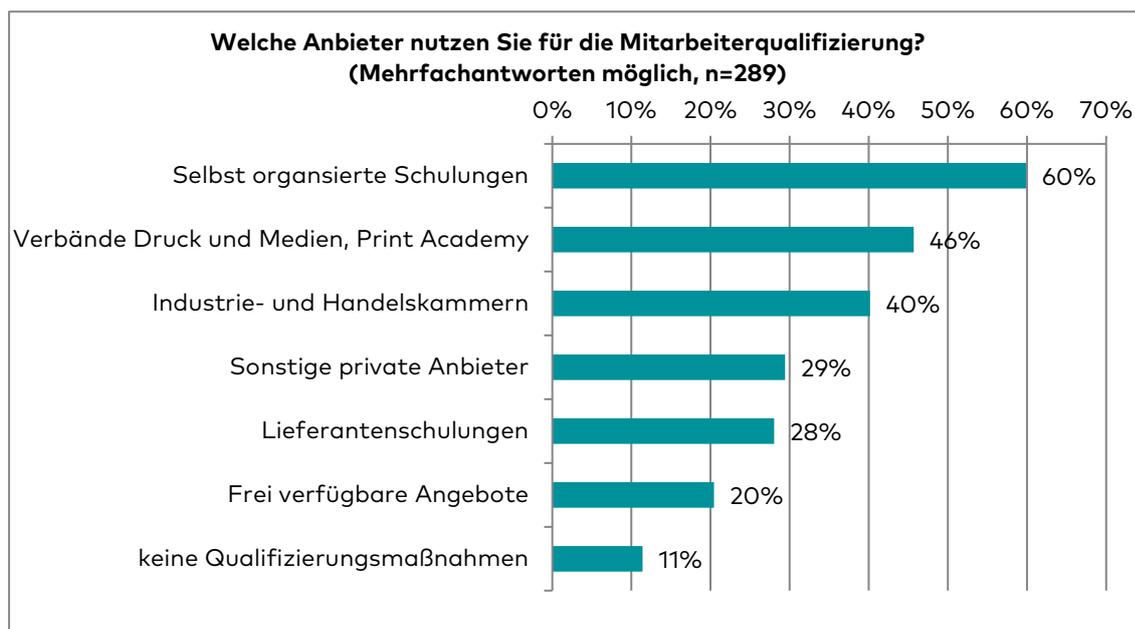
Rund 63 % aller Teilnehmer geben an, dass sie vom Problem langfristig unbesetzt gebliebener Stellen betroffen sind. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einer Zunahme um rund 6 Prozentpunkte und dürfte hauptsächlich darauf zurückzuführen sein, dass die insbesondere im Jahr 2021 beobachtete konjunkturelle Erholung der Branche zu einer erneuten Ausschreibung von langfristig unbesetzt gebliebenen Stellen geführt hat. Die zunehmende Angebotsreduzierung auf dem Arbeitsmarkt für Arbeitskräfte der Druckindustrie und ein gleichzeitiger Anstieg der offenen Stellen dürften dafür sorgen, dass der Bestand an längerfristig unbesetzten Stellen trotz des krisenbedingten Produktionsrückgangs auf hohem Niveau bleibt. Das 52 % der Unternehmen aussagen, vakante Stellen entweder intern zu

besetzen oder ihre Tätigkeiten und Aufgaben auf andere Mitarbeiter zu verteilen, deutet zudem an, dass sie nicht mit einer kurzfristigen Besetzung der Stelle rechnen und nach Alternativlösungen suchen. Damit bestätigen auch die Ergebnisse der Umfrage die bereits in den Branchenindikatoren angedeutete Verschärfung des Fachkräftemangels im Jahr 2022.



4.6 Anbieter für Mitarbeiterqualifizierung

Selbst organisierte Schulungen werden mit 60 Prozent am häufigsten für die Mitarbeiterqualifizierungen genutzt. Diese fördern den strukturierten Wissenstransfer innerhalb des Unternehmens und können genau auf die individuellen Gegebenheiten abgestimmt werden.



Die Schulungsangebote der Akademien der Druck- und Medienverbände werden von 46 Prozent der befragten Unternehmen genutzt. Die weiterhin hohe Zustimmung belegt die Kompetenz der Akademien für branchenspezifische Weiterbildungen.

Drei Viertel der Unternehmen nutzen mehrere Anbieter oder Formate für die Mitarbeiterqualifikation, da je nach Qualifizierungsbedarf die jeweiligen Anbieter ihre Stärken haben. Auch spielen Schulungstermine, Veranstaltungsorte und Kosten bei der Anbieterauswahl eine Rolle.

4.7 Erwartungen an die Verbände Druck und Medien

99 Teilnehmer haben die Chance genutzt, um uns ihre Erwartungen, Wünsche oder Anregungen mitzuteilen. Dabei werden am häufigsten die Forderungen nach einer positiven Darstellung der Druck- und Medienindustrie sowie einer besseren Bekanntmachung der Ausbildungsberufe genannt.

Die Verbände Druck und Medien wirken aktiv auf die Außendarstellung unserer Branche und Produkte ein. Über die Klimainitiative wird auch die Nachhaltigkeit der Druckprodukte sowie die zusätzlichen Möglichkeiten zur CO₂-Reduzierung aufgezeigt. Über die Kampagne „Nah. Nützlich. Nachhaltig. Lokale Werbepost erhalten!“ konnte ein Werbeverbot von Printmedien verhindert werden. Auch tritt der bvdm entschieden gegen Unternehmen ein, die aus vermeintlichen ökologischen Gründen zukünftig auf Printprodukte verzichten wollen. Dabei geht es um die Klarstellung, dass die Unternehmen dies in erster Linie aus Kostengründen tun. Auch soll dadurch verhindert werden, dass Printprodukten generell ein negatives Image erhalten.

Für die Nachwuchskräftegewinnung wurde die Landingpage teammedien.de im Stil Nachwuchswerbung „Mach Dein Leben BUNT!“ gestaltet und speziell auf die Zielgruppe der Jugendlichen ausgerichtet. Hier gibt es Informationen zu den Ausbildungsberufen, Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme sowie Hinweise zu Berufsmessen. Für die eigene Suche nach Auszubildenden stehen aktualisierte Berufsflyer bereit, auch mit der Möglichkeit, diese mit dem eigenen Firmenlogo und Ansprechpartner zu personalisieren. Die Abbildungen zu den einzelnen Berufen gibt es in unterschiedlichen Formaten für die Verwendung auf der Unternehmenswebsite oder die Gestaltung von Anzeigen. Der Leitfaden für die Nachwuchskräftegewinnung „Gesucht? Gefunden!“ gibt Tipps und Anregungen, wie geeignete Azubis erfolgreich gefunden werden. Die Stärken und Schwächen der Bewerberinnen und Bewerber können mit Hilfe des Online-Eignungstest für die Druck- und Medienberufe vergleichbar erhoben werden. Für mehr Informationen wenden Sie sich an Ihren Landesverband Druck und Medien.

Um die Berufe bei den Jugendlichen bekannter zu machen, wurden in Zusammenarbeit mit der Initiative „Damit Du Bescheid weißt“ die Berufe Medientechnologe Druck und Mediengestalter Digital und Print im Rahmen einer pädagogischen Handreichung an 4.500 weiterführende Schulen verschickt. So können Lehrkräfte die Berufssteckbriefe im Unterricht einsetzen (siehe Rundschreiben BP_08_2022_Berufsinitiative).

Die [Print Academy](#) bietet ein breites Angebot an Online-Schulungen an. Besonders attraktiv ist dabei die Flatrate als innovatives Preismodell. Daneben werden natürlich auch weiterhin Kurse zur Prüfungsvorbereitungen oder Weiterbildungen in Präsenz von den Akademien der Verbände vor Ort angeboten.

Es gab aber auch Lob für die passgenauen und guten Bildungsangebote sowie die neuen Nachwuchswerbemittel.

Vielen Dank für die Anregungen, die uns sehr weiterhelfen, unsere Angebote und Bemühungen an Ihre Bedürfnisse auszurichten.

Linksammlung:

Assistierte Ausbildung (AsA flex):

<https://www.arbeitsagentur.de/unternehmen/ausbilden/assistierte-ausbildung-betriebe>

Bundesagentur für Arbeit, Situation am Ausbildungsmarkt2021/22, November 2022:

<https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Fachstatistiken/Ausbildungsmarkt/Produkte/Alle-Produkte-Nav.html>

Einstiegsqualifikation (EQ):

<https://www.arbeitsagentur.de/unternehmen/ausbilden/einstiegsqualifizierung-arbeitgeber>

Landingpage Nachwuchswerbung: <https://www.teammedien.de/>

Statistik Berufsausbildung und Fortbildung Druck und Medien 2020/21 des ZFA:

<https://www.bvdm-online.de/druckindustrie/ausbildungszahlen/>

Programm VerA zur Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen: <https://vera.ses-bonn.de/>

5 Anhang Fragebogen



Willkommen!

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank, dass Sie sich an unserer bundesweiten Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation in der Druck- und Medienindustrie beteiligen.

Sie benötigen ungefähr 10 Minuten, um die Fragen zu beantworten. Pflichtfragen sind mit einem * gekennzeichnet. Wenn Sie die Bearbeitung unterbrechen möchten, dann notieren Sie bitte den oben rechts erscheinenden persönlichen Teilnahmecode, um wieder an der entsprechenden Stelle fortzufahren.

Die erhobenen Daten werden absolut vertraulich behandelt. Die Ergebnisse in der Veröffentlichung lassen keine Rückschlüsse auf Ihre Teilnahme oder Ihr Antwortverhalten zu.

Bis zum 19. Oktober 2022 können Sie an der Umfrage teilnehmen.

Für Rückfragen erreichen Sie uns unter bildung@bvdm-online.de.

Ihre Verbände Druck und Medien

Strukturfragen

Frage 1:

Wie groß ist Ihr Unternehmen? *

Hinweis: Das Sternchen hinter dieser sowie den kommenden Fragen deutet auf eine Pflichtfrage hin.

- bis 20 Mitarbeiter
- 21 bis 50 Mitarbeiter
- 51 bis 100 Mitarbeiter
- mehr als 100 Mitarbeiter

Strukturfragen

Frage 2:

Sind Sie Mitglied in einem Verband Druck und Medien? *

- Baden-Württemberg/dmp
- Bayern
- Hessen
- Mitteldeutschland
- NordOst
- Nord-West
- Rheinland-Pfalz und Saarland
- Südbaden
- Kein Mitglied

Ausbildungssituation

Frage 4a:

Was sind die Gründe für unbesetzte Ausbildungsstellen?

Konnten alle Stellen besetzt werden, dann klicken Sie auf weiter!
Mehrfachauswahl möglich

- Es lagen keine Bewerbungen vor
- Es lagen keine geeigneten Bewerbungen vor
- Die Ausbildungsplätze wurden nicht angetreten
- Coronabedingte Auswirkungen
- Sonstige:

Ausbildungssituation

Frage 4b:

Welche Maßnahmen haben Sie für die Azubigewinnung ergriffen? *

Mehrfachauswahl möglich.

- Stellenanzeigen auf Unternehmens-Website/Social Media-Kanälen
- Optimierung der Stellenanzeige für die Auffindbarkeit durch google
- Kostenpflichtige Stellenanzeigen Print/Digital
- Kostenfreie Ausbildungsplatzbörsen (z.B.: IHK, Bundesagentur für Arbeit)
- Kostenpflichtige Ausbildungsplatzbörsen
- Teilnahme an Ausbildungsmessen
- Tag der offenen Tür/Schülerpraktika
- Azubis werben Azubis (z.B.: IHK-Botschafter, Vermittlungsprämie, Social Media)
- Einstiegsqualifizierung (EQ), Assistierte Ausbildung (AsA flex)
- Sonstige Maßnahmen:

Ausbildungssituation

Frage 5:

Haben Sie 2022 Ihre ausgelernten Auszubildenden übernommen? *

Hatten Sie 2022 keine ausgelernten Auszubildende, dann klicken Sie bitte auf weiter.

- keine ausgelernten Auszubildende in 2022
- ja, alle
- ja, teilweise
- nein

Ausbildungssituation

Frage 3:

Bilden Sie in Ihrem Unternehmen aus? *

- ja
- nein

Ausbildungssituation 3a

Frage 3a:

Haben Sie 2022 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen? *

- ja
- nein

Ausbildungssituation 4j

Frage 4:

Konnten die von Ihnen angebotenen Ausbildungsplätze besetzt werden? *

	alle besetzt	teilweise	nicht besetzt	Nicht gesucht
Mediengestalter Digital und Print	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medientechnologe Druck/Siebdruck	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medientechnologe Druckverarbeitung/Buchbinder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Packmitteltechnologe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaufmännische Berufe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere Berufe: <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ausbildungssituation 4n

Frage 4:

Warum haben Sie 2022 keine Auszubildende eingestellt? *

- Kein Bedarf
- andere Gründe

Ausbildungssituation

Frage 5a:

Warum haben Sie ausgelernten Auszubildenden nicht übernommen? *

Mehrfachauswahl möglich

- kein Bedarf
- nicht geeignet
- auf Wunsch des Auszubildenden
- wirtschaftliche Situation
- Sonstige:

Fachkräftesituation

Frage 6:

Konnten Sie Ihre offenen Stellen besetzen? *

	nein	nur schwer	problemlos	kein Bedarf
An-/Ungelernte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facharbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meister/Fachwirte/Techniker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingenieure/Bachelor/Master	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fachkräftesituation

Frage 7:

Welche Maßnahmen haben Sie für die Fachkräftegewinnung ergriffen?

Wenn Sie keine Fachkräfte gesucht haben, dann klicken Sie auf weiter.
Mehrfachauswahl möglich.

- Stellenanzeigen auf Unternehmens-Website/Social Media-Kanälen
- Optimierung der Stellenanzeige für die Auffindbarkeit durch google
- Kostenpflichtige Stellenanzeigen Print/Digital
- Meldung bei der Bundesagentur für Arbeit
- Akquise auf Fachmessen
- Außenwerbung (z. B.: Werbebanner, Fahrzeugbeschriftung)
- Headhunter beauftragt
- Sonstige Maßnahmen:

Fachkräftesituation

Frage 8:

Sind Sie durch Nichtbesetzung offener Stellen in Ihrer aktuellen Geschäftstätigkeit beeinträchtigt? *

ja, sehr

etwas

nein

Fachkräftesituation

Frage 9:

Durch welche Maßnahmen kompensieren Sie fehlende Fachkräfte? *

Mehrfachauswahl möglich

Keine fehlenden Fachkräfte

Qualifizierung eigener Mitarbeiter

Anlernen

Ausbildung

Verlängerung befristeter Arbeitsverhältnisse

Inanspruchnahme von Leiharbeit/Personalservice

Überstunden

Automatisierung/Rationalisierung

Umorganisation innerhalb des Unternehmens

Auftragsvergabe an andere Unternehmen/Outsourcing

Sonstige Maßnahmen:

Fachkräftesituation

Frage 10:

Wie gehen Sie mit Stellen um, die über einen längeren Zeitraum unbesetzt geblieben sind? *

Wählen Sie die wichtigste Maßnahme aus.

Keine langfristig unbesetzten Stellen vorhanden

Stellen bleiben weiterhin ausgeschrieben

Stellen werden intern besetzt

Tätigkeiten/Aufgaben werden auf andere Mitarbeiter verteilt

Sonstiges:

Qualifizierung

Frage 11:

Welche Anbieter nutzen Sie für die Qualifizierung Ihrer Fachkräfte? *

Mehrfachauswahl möglich

- Verbände Druck und Medien, Print Academy
- Industrie- und Handelskammern
- Sonstige private Anbieter
- Lieferanten
- Frei verfügbare Angebote (z.B.: tutorials)
- Selbst organisierte Schulungen
- Keine Qualifizierungsmaßnahmen
- Sonstige Anbieter:

Erwartungen

Frage 12:

Welche Erwartungen haben Sie an die Verbände Druck und Medien zu den Themen Aus- und Weiterbildung sowie Fachkräftesicherung?

Zu guter Letzt ...

... vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Die Ergebnisse der Umfrage erhalten Sie über Ihren Verband Druck und Medien. Am Ende der Umfrage werden Sie auf die Webseite des Bundesverbandes Druck und Medien weitergeleitet.

Ihre Verbände Druck und Medien

Unternehmen:

(Angabe freiwillig)

Unternehmen:

E-Mail:

» Benutzerdefinierte Umleitung bei Umfrageabschluss: <http://www.bvdm-online.de/bundesverband-druck-medien/> (ändern)