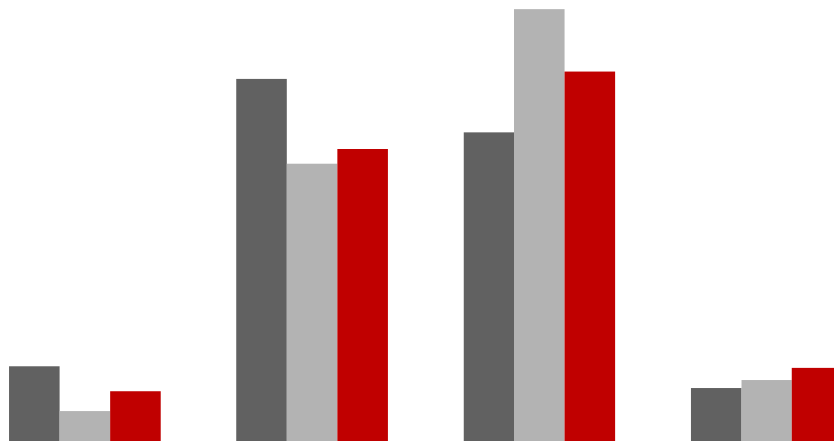


Fachkräftemonitoring 2018

**Eine multiperspektivische Analyse der aktuellen
Situation im Landkreis Wesermarsch**



Maria Tonder
Bildungsbüro Wesermarsch
14. Februar 2019

Hintergrund



- Initiierung des FKM Mitte/Ende 2017 in Analyse- und Lösungswerkstatt mit Transferagentur
- Nutzung Instrument der Metropolregion Nordwest (LK Osnabrück & LK Verden)
- Gründung AG (Kreisverwaltung, Bildungsbüro, Wirtschaftsförderung)
- Befragung der SuS im März/April 2018 (Papier)
- Befragung der ArbeitgeberInnen, Auszubildenden, Institutionen im Juli/August 2018 (online & Papier)

Eckdaten

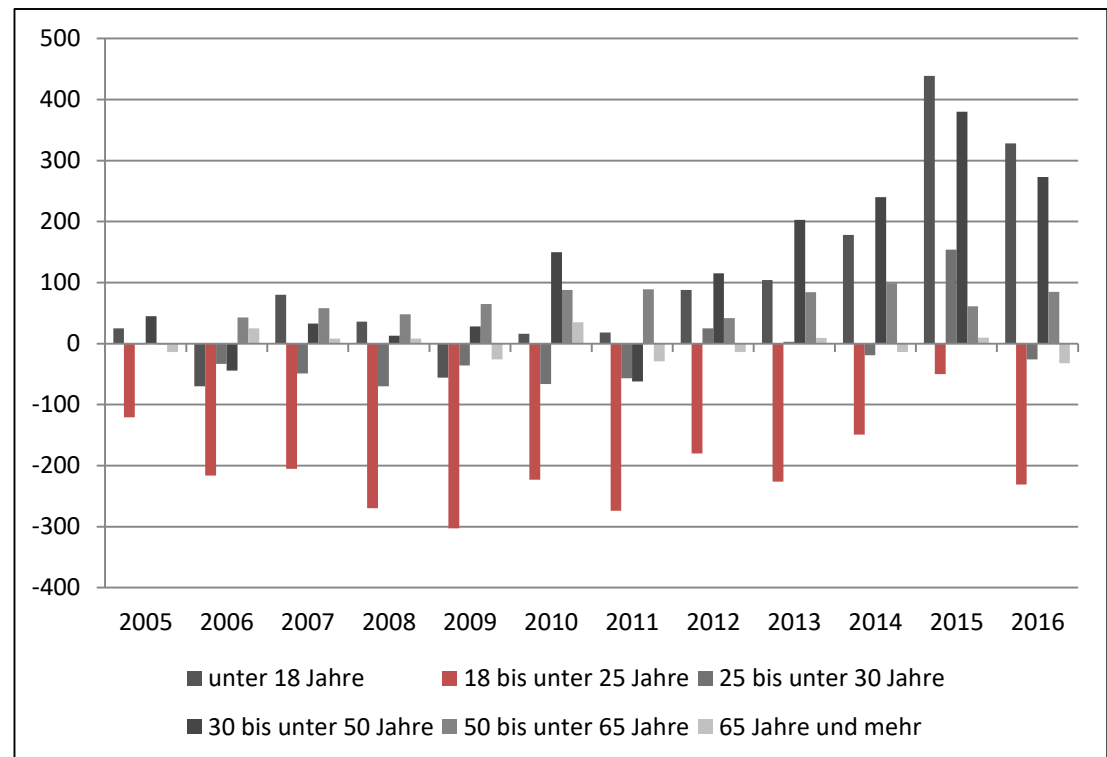


Zielgruppe	insg.	N	%
SuS an weiterführenden Schulen	992	815	82,2 %
SuS in den BBS	561	228	40,2 %
SPRINT	45	35	77,8 %
Auszubildende duales System	-	44	-
ArbeitgeberInnen	655	140	21,4 %*
Institutionen	9	2	22 %

*Gruppe, die kontaktiert wurde entspricht nicht der Gesamtheit der ArbeitgeberInnen in der Wesermarsch, dementsprechend ist die Rücklaufquote nur bedingt aussagekräftig

Ausgangslage

- Bis 2031 schrumpft die Gruppe der Erwerbspersonen (15- bis 65-Jährige) um voraussichtlich knapp 20 %.
- Die Gruppe der Nachwuchskräfte (15- bis 25-Jährige) wird sich um ca. 30 % verringern.
- Junge Menschen zwischen 18 und 25 Jahren verlassen den Landkreis überproportional häufig.



Ausgangslage



- Frauen wandern besonders stark ab.
- 63 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und 59 % der Auszubildenden sind männlich.
- Die Frauenarbeitslosenquote liegt im überdurchschnittlich hohen Bereich (7,4 %; vgl. Niedersachsen: 5,9 %)
- Die jährlich bei der Agentur für Arbeit gemeldeten sozialversicherungspflichtigen Arbeitsstellen haben sich zwischen 2008 und 2018 mehr als verdoppelt.

Fragestellungen

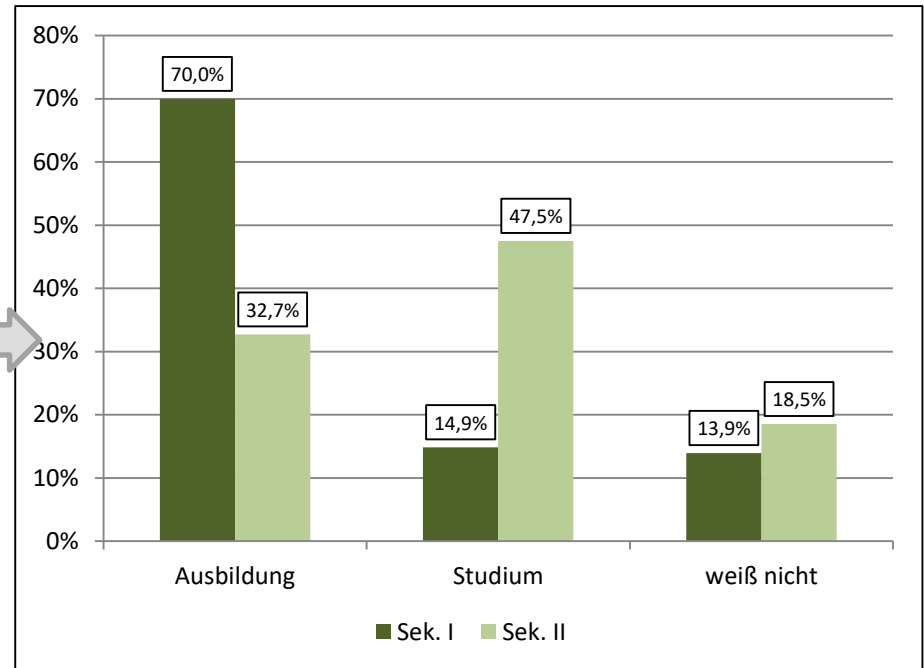


- Wie (un-)attraktiv ist die Wesermarsch für junge Leute?
- Wie gut sind Nachwuchskräfte über die Arbeitsmarktsituation vor Ort informiert?
- Was macht Berufe und Jobs attraktiv?
- Wie schätzen ArbeitgeberInnen/Institutionen die Fachkräftesituation in der Wesermarsch ein?
- Wie (un-)attraktiv ist die Wesermarsch aus ArbeitgeberInnen- und Institutionensicht für potenzielle ArbeitnehmerInnen?
- Was tun ArbeitgeberInnen der Region bereits, um für sich/ihre Branche zu werben?

Berufliche Zukunft

SuS, Auszubildende

- 70 % der SuS in der Sek. I und knapp 33 % der SuS in der Sek. II streben die **Aufnahme einer Berufsausbildung** an.



- Informationen zu (Ausbildungs-) Stellen** suchen die Befragten überwiegend online und im sozialen Umfeld (Familie & Freunde).

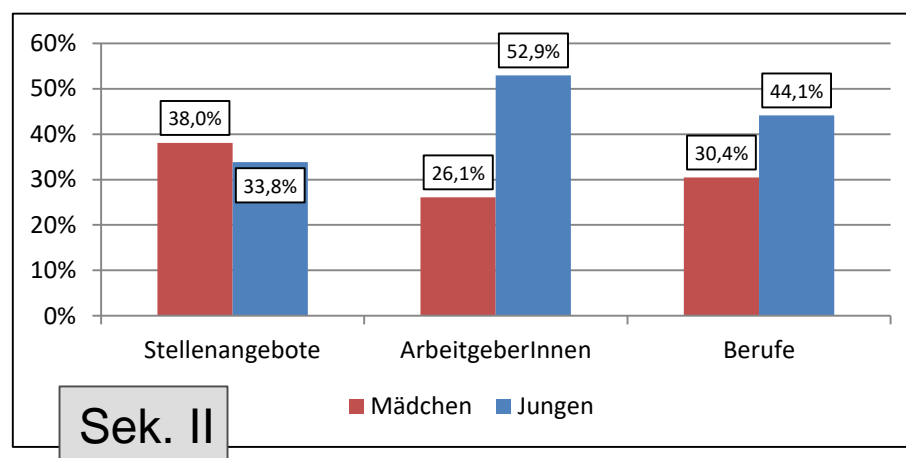
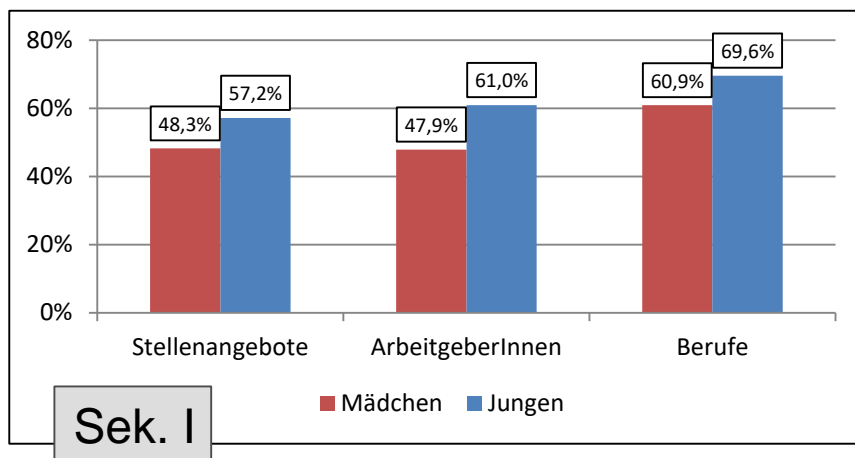
- Die lokale Presse wird von den SuS der weiterführenden Schulen wenig (\emptyset 18 %), von den SuS an den BBS etwas (32 %) und von den befragten Auszubildenden vergleichsweise oft genutzt (46 %).

Berufliche Zukunft

SuS



- Jungen in den weiterführenden Schulen fühlen sich durchschnittlich besser **über den regionalen Arbeitsmarkt informiert** als ihre weiblichen Peers.



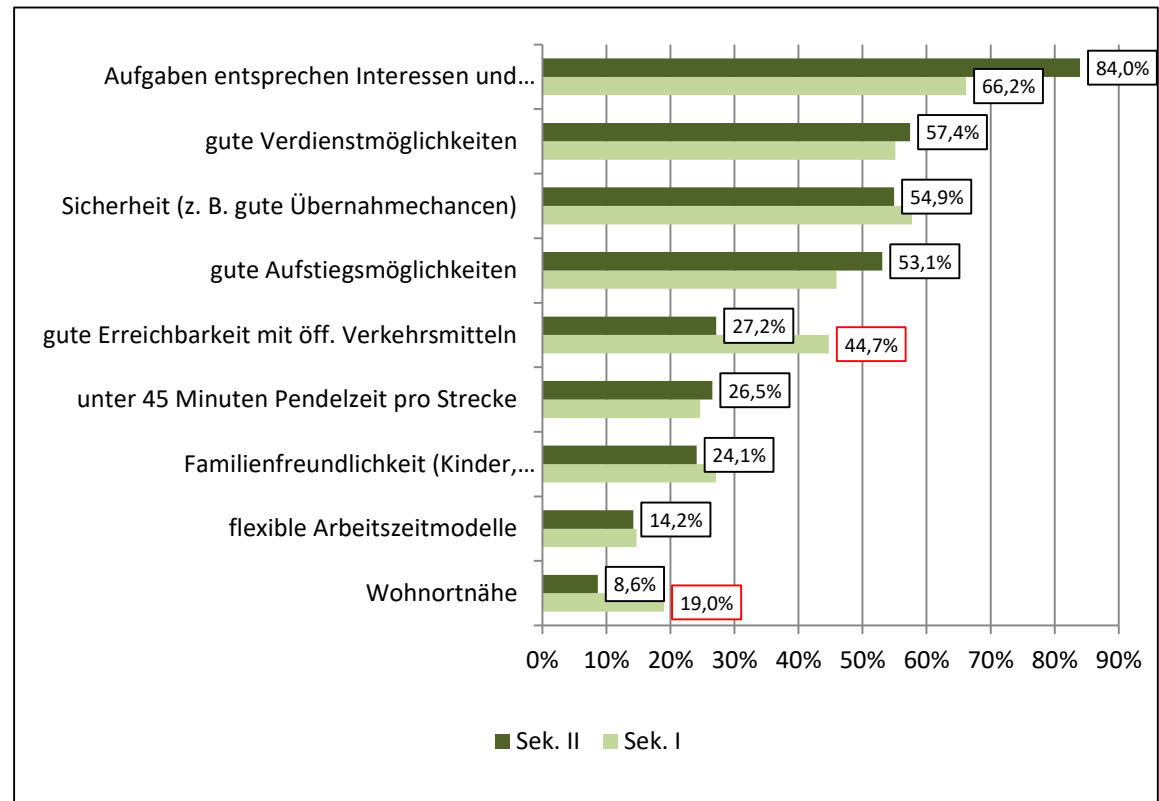
Was würdest du dir wünschen, um bessere Informationen über Praktikums- und Ausbildungsplätze zu erhalten?

	SuS BBS (N=100)	SuS weiterführende Schulen (Ø; N=377)
Schule	24 %	25,1 %
Übersicht	18 %	8,4 %
persönlicher Kontakt/(eigene) Erfahrung	12 %	31 %
aktuelle Informationen/Werbung	11 %	5,6 %

Berufliche Zukunft

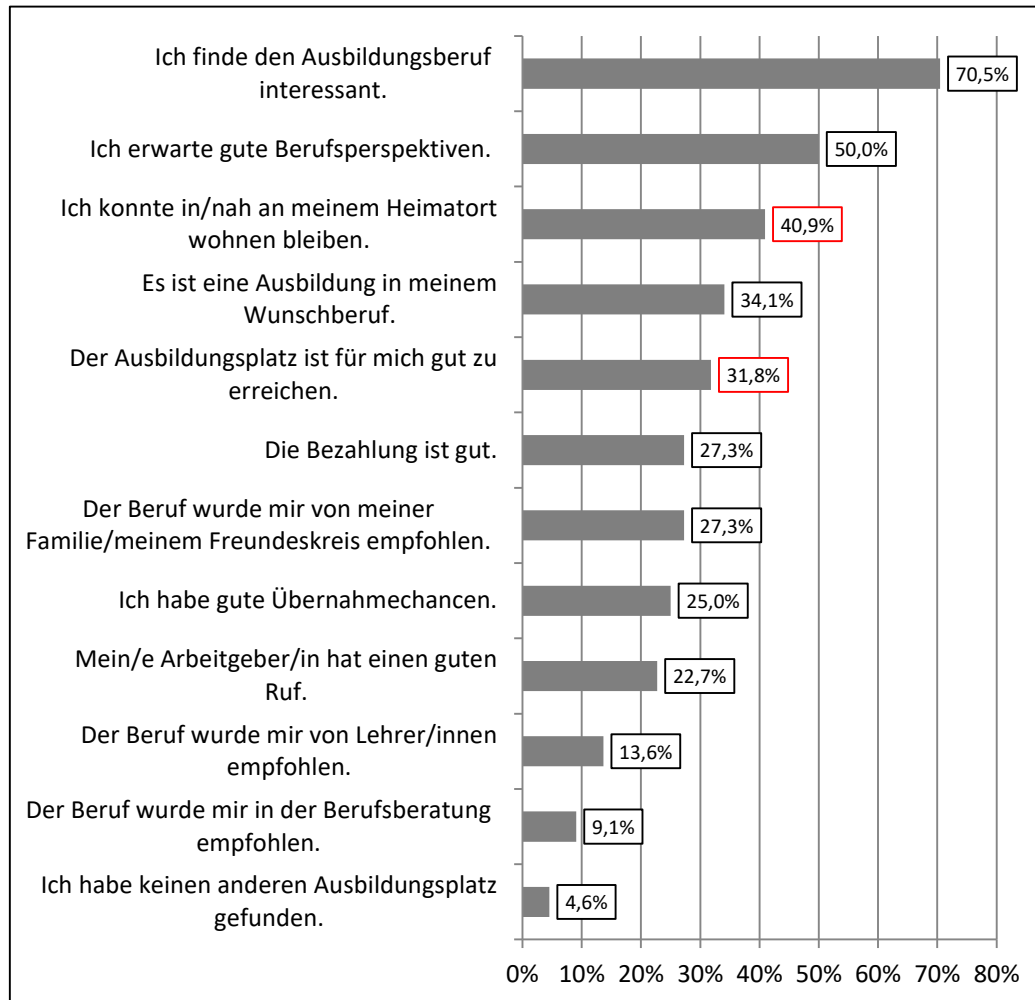
SuS (weiterführende Schulen)

- **Im späteren Arbeitsleben** ist den SuS **besonders wichtig**, dass die Aufgaben ihren Interessen und Fähigkeiten entsprechen, sie gute Verdienstmöglichkeiten haben, einen sicheren Arbeitsplatz bekleiden und sich ihnen gute Aufstiegsmöglichkeiten bieten.
- Die gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln (ca. 45 %) und die Nähe des Arbeitsplatzes zum Wohnort (ca. 20%) wurden von den SuS der Sek. I deutlich stärker gewichtet.
- Ungefähr ein Viertel der (männlichen) Sek. I-Schüler betrachtet Familienfreundlichkeit als sehr wichtig.



Berufliche Zukunft

Auszubildende



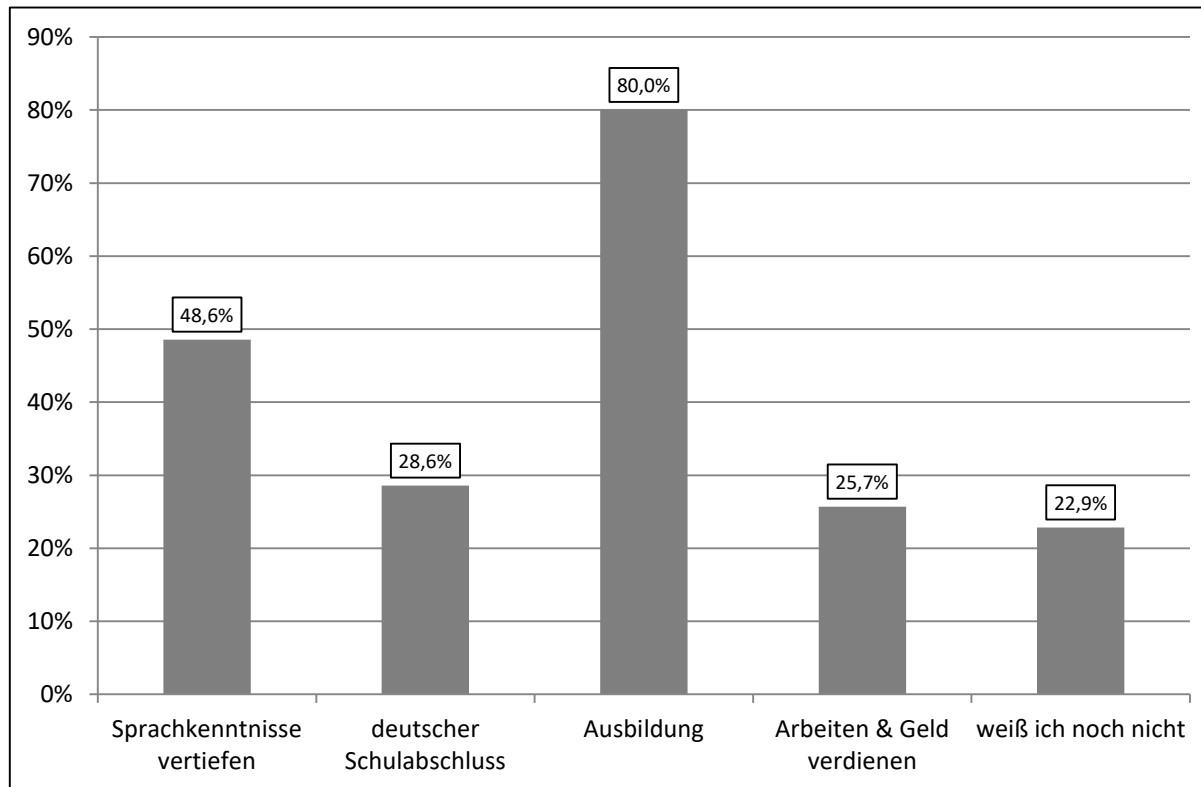
- Die **Wahl des Ausbildungsplatzes** erfolgte überwiegend aus folgenden drei Gründen: Interesse am Ausbildungsberuf (71 %), gute Berufsperspektiven (50 %) und der Möglichkeit, nah in/am Heimatort wohnen zu bleiben (41 %).
- Empfehlungen von LehrerInnen (14 %) und der Berufsberatung (9 %) haben (besonders im Vergleich zum sozialen Umfeld mit 27 %) einen kleinen Einfluss auf die Ausbildungsplatzwahl – speziell bei männlichen Personen (LehrerInnen 10 %; Berufsberatung 5 %).

Berufliche Zukunft

SPRINT



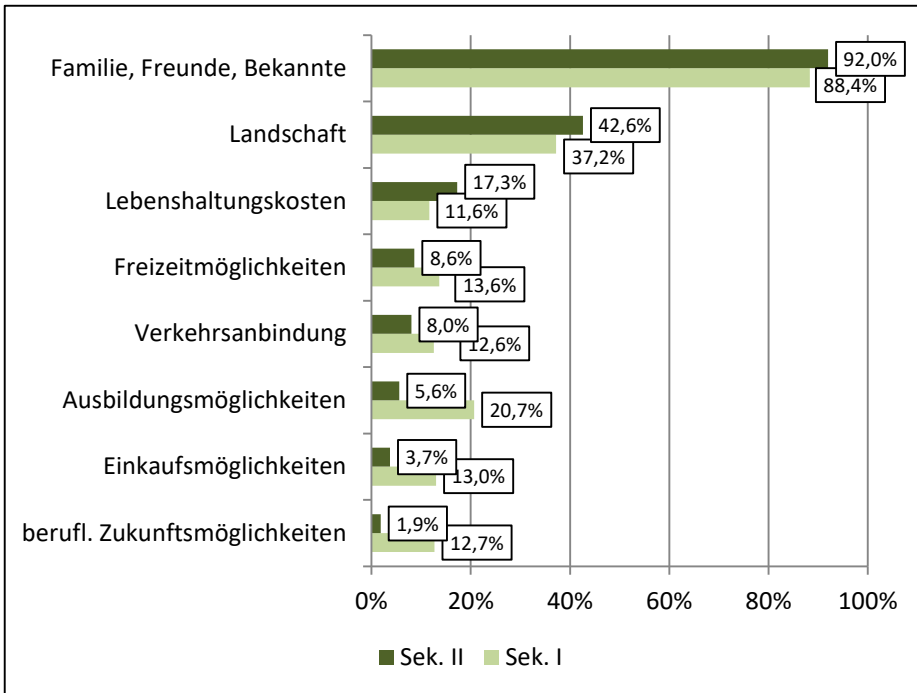
- **Nach Besuch der SPRINT-Klasse** wollen 80 % der Befragten eine Ausbildung aufnehmen – etwas weniger als die Hälfte hat jedoch (auch) Interesse an einer weiteren Vertiefung ihrer Sprachkenntnisse.



- Das größte **Interesse** besteht an Ausbildungsberufen im Handwerk (65 %) und im Gesundheitsbereich (35 %).

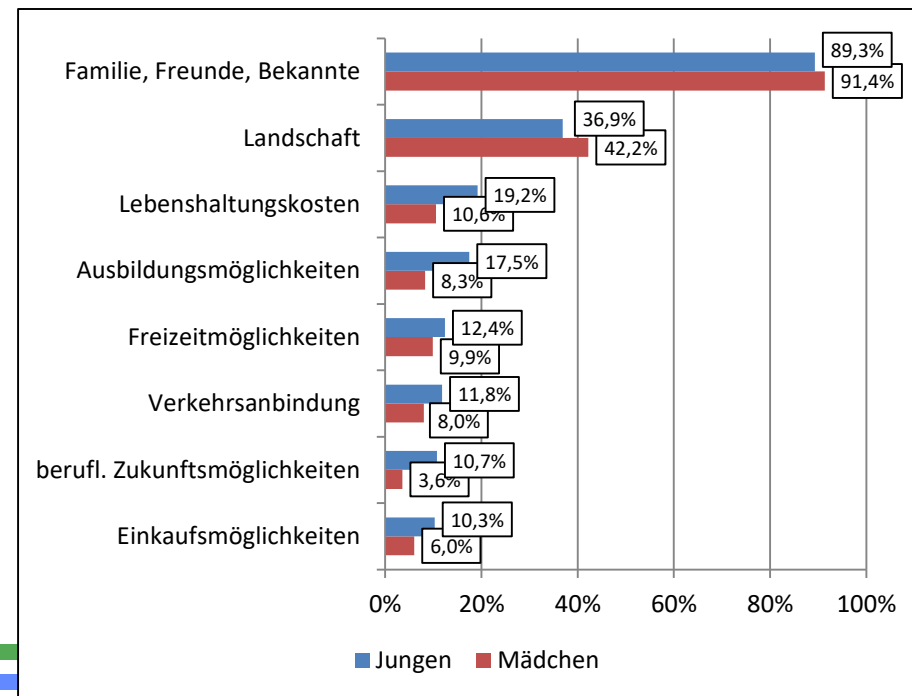
Leben in der Wesermarsch

SuS (weiterführende Schulen)



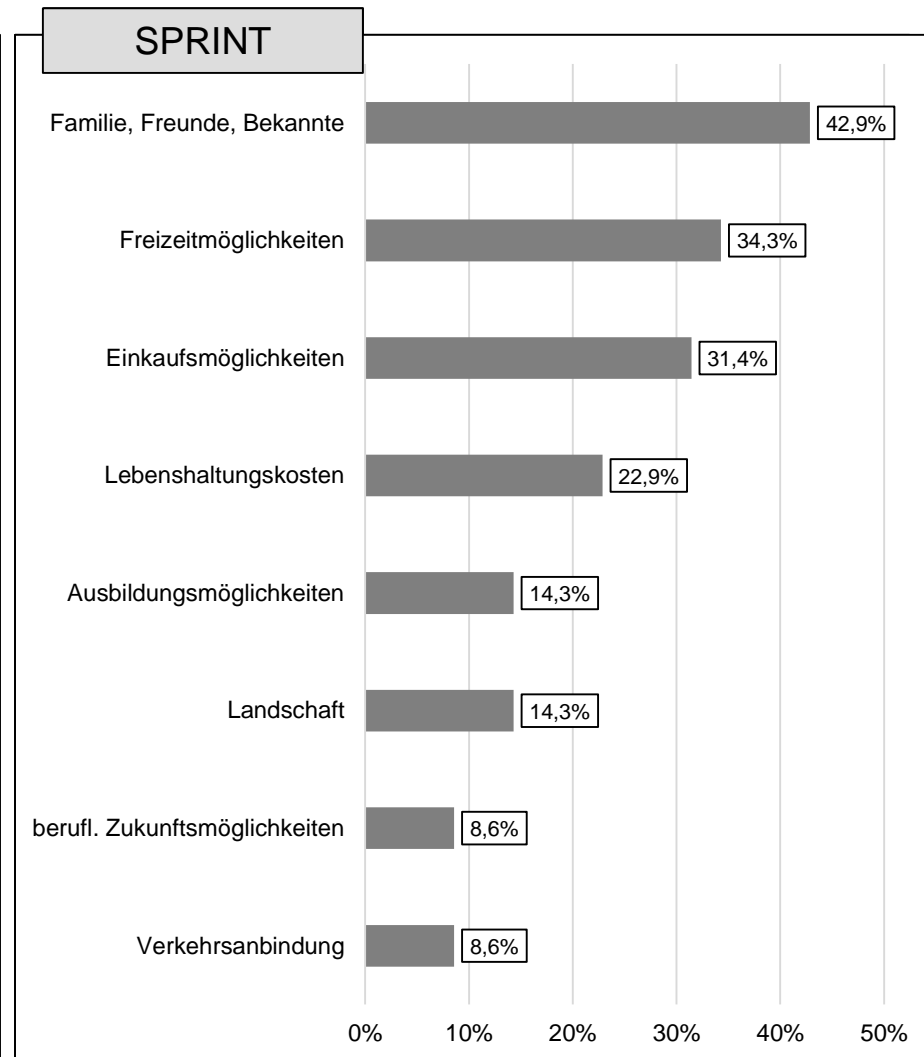
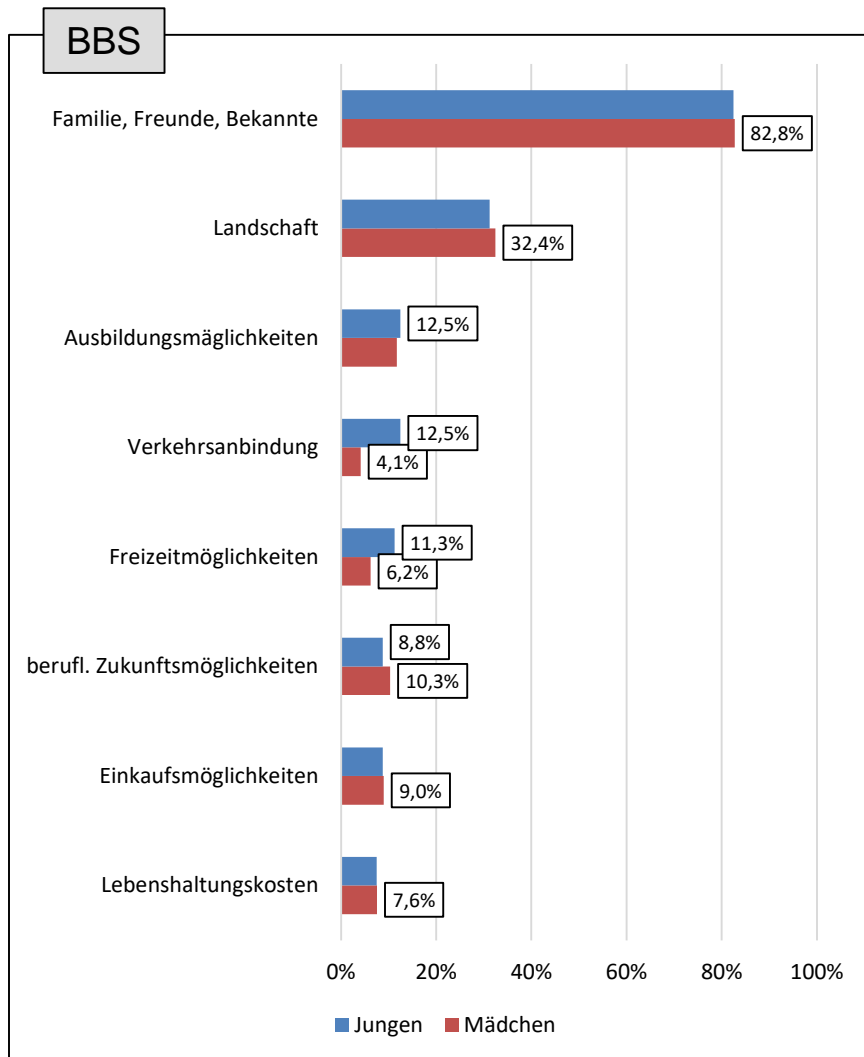
- Die Gruppe Sek. I bewertet den Landkreis als Wohn- und Arbeitsort insgesamt positiver als die Vergleichsgruppe Sek. II; ebenso verhält es sich mit Jungen, die die Wesermarsch im Vergleich positiver wahrnehmen als Mädchen.

- Das **Leben in der Wesermarsch** wird vom größten Teil der Befragten besonders aufgrund des sozialen Umfeldes (Familie, Freunde und Bekannte) und der Landschaft als **positiv** wahrgenommen.



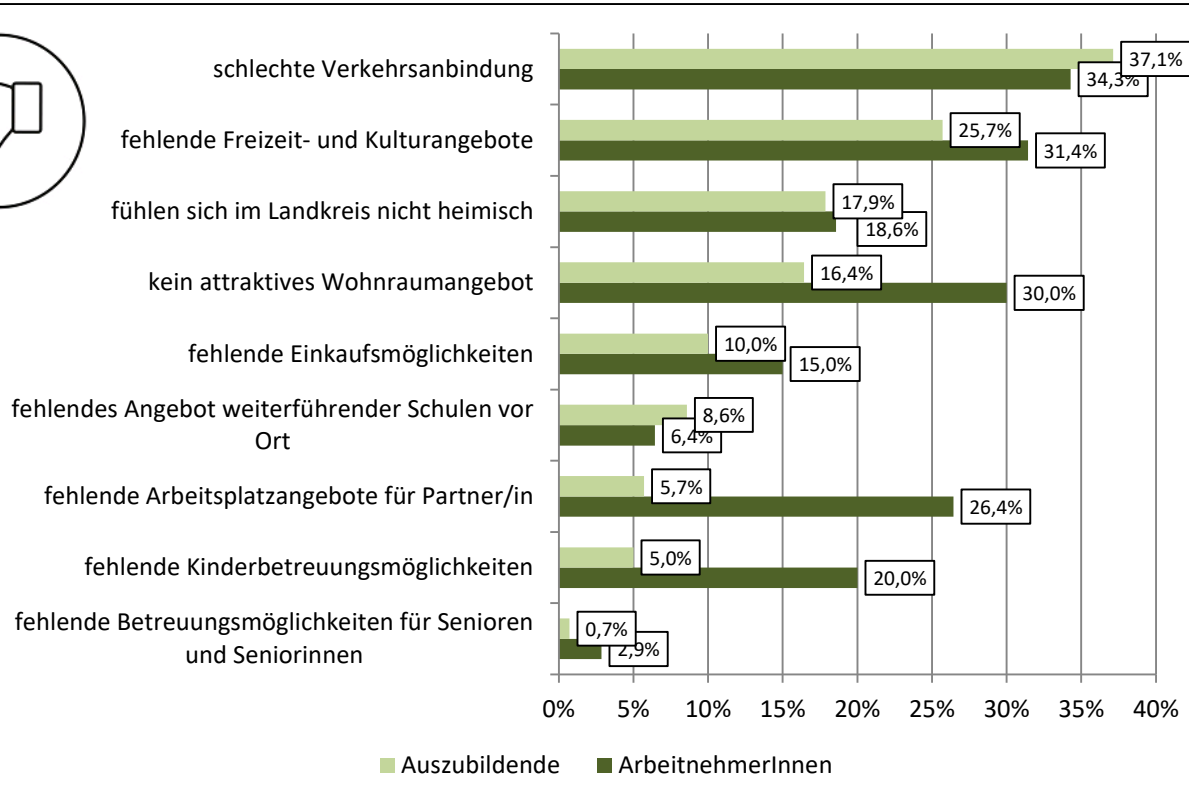
Leben in der Wesermarsch

SuS (BBS & SPRINT), Auszubildende



Leben in der Wesermarsch

Arbeitgeber & Arbeitgeberinnen



- Als unattraktiv für potenzielle ArbeitnehmerInnen oder Auszubildende bewerten die Arbeitgeberinnen besonders den Mangel an einer guten Verkehrsanbindung (Ø 36 %) und an abwechslungsreichen Kultur- und Freizeitangeboten (Ø 29 %).

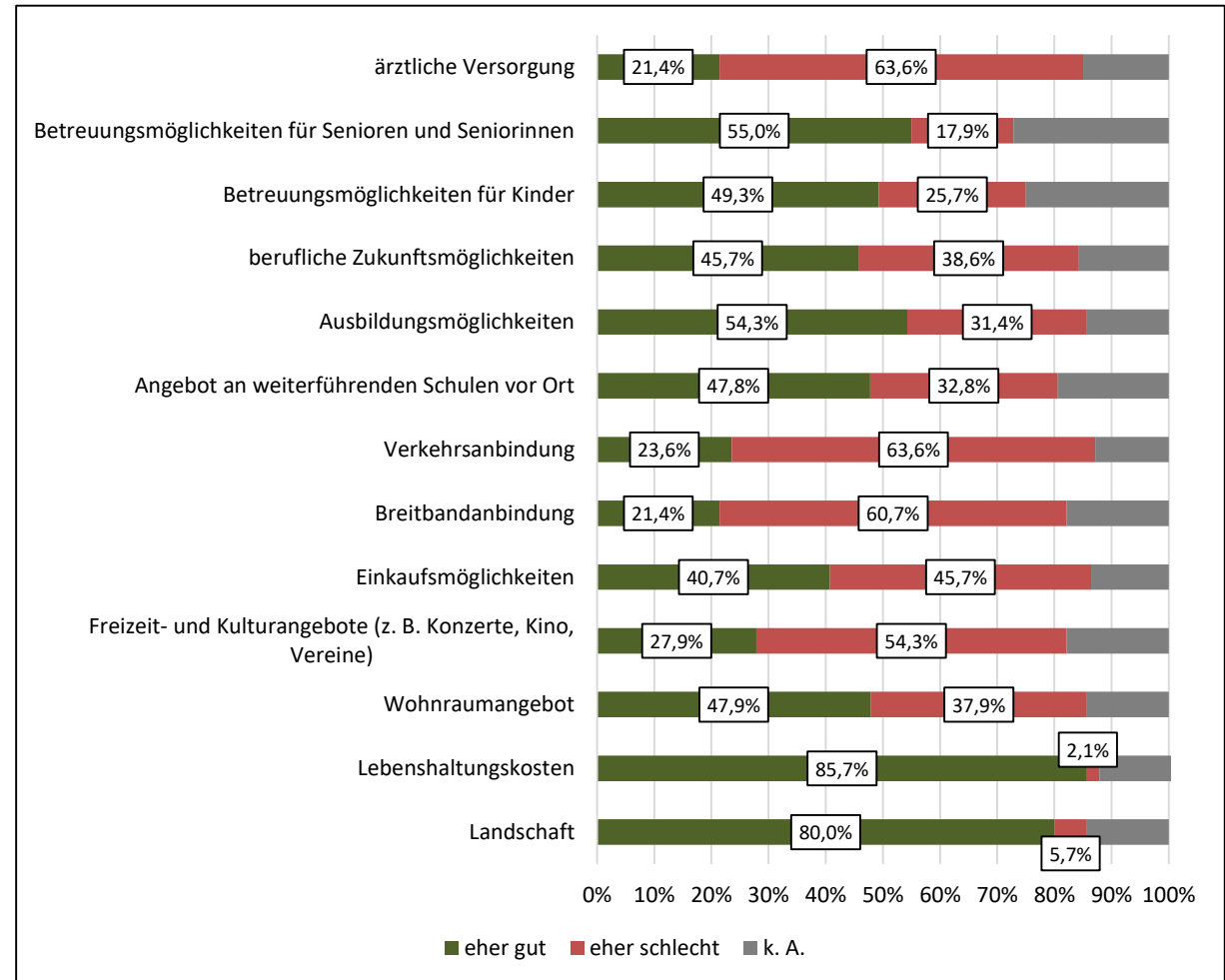
- Für die Gruppe der ArbeitnehmerInnen (ausgebildete Fachkräfte) werden zudem besonders das Fehlen eines attraktiven Wohnraumangebotes (30 %), guter Arbeitsplatzangebote für die Partnerin oder den Partner (26 %) sowie ausreichender Betreuungsmöglichkeiten für Kinder (20 %) als unattraktiv eingeschätzt.

Leben in der Wesermarsch

Arbeitgeber & Arbeitgeberinnen



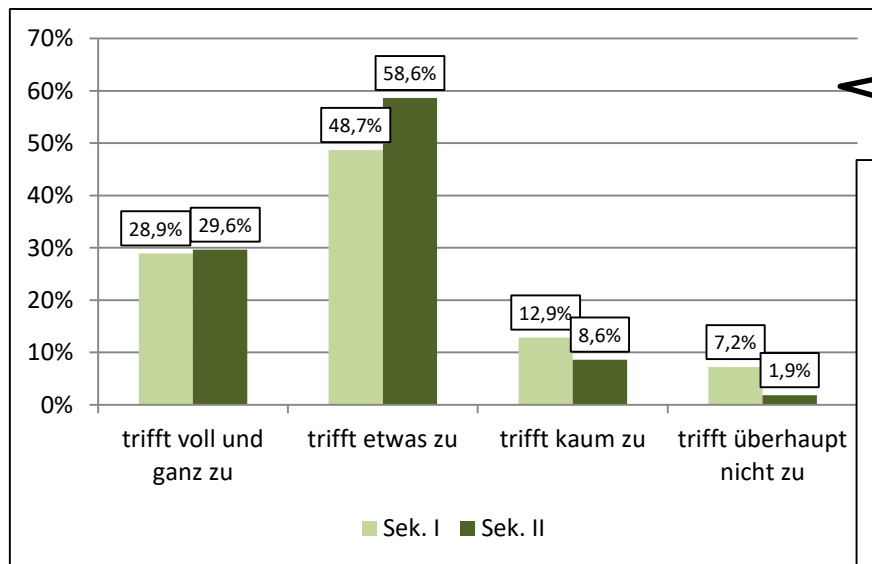
- Die günstigen Lebenshaltungskosten (86 %) und die Landschaft (80 %) werden von den ArbeitgeberInnen gut bewertet, die ärztliche Versorgung sowie die Verkehrs- und Breitbandanbindung hingegen eher schlecht.



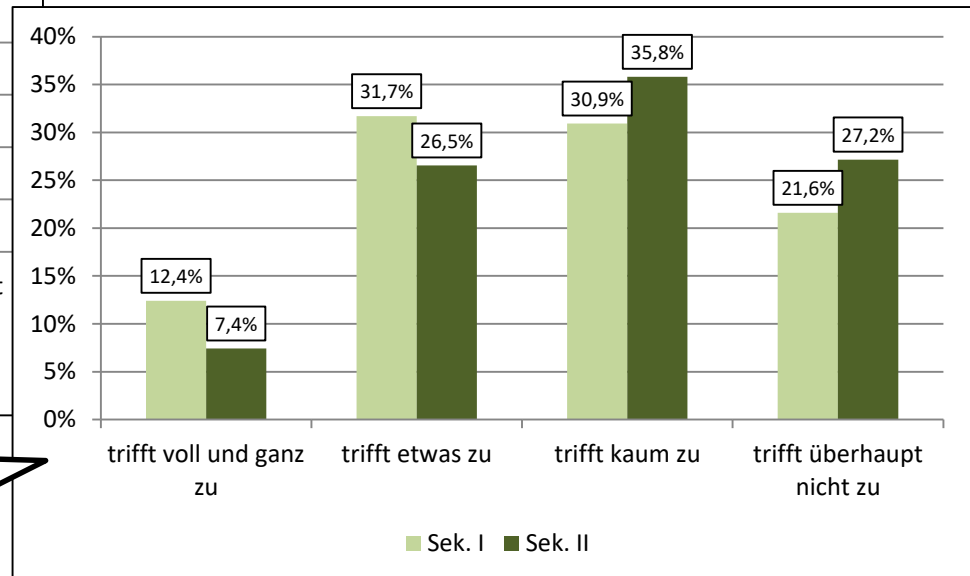
Zukunft in der Wesermarsch?

SuS (weiterführende Schulen)

- Ungefähr 82 % der SuS fühlen sich in der Wesermarsch sehr wohl, allerdings sehen nur 40 % der Befragten eine Zukunft im Landkreis (in der Sek. II sogar nur 34 %).
- Die SuS der Sek. II verlassen den Landkreis vor allem wegen (langfristig) besserer beruflicher Perspektiven. Die Aufnahme eines Studiums außerhalb der Wesermarsch wurde am zweithäufigsten angegeben.



Ich fühle mich in der Wesermarsch sehr wohl.



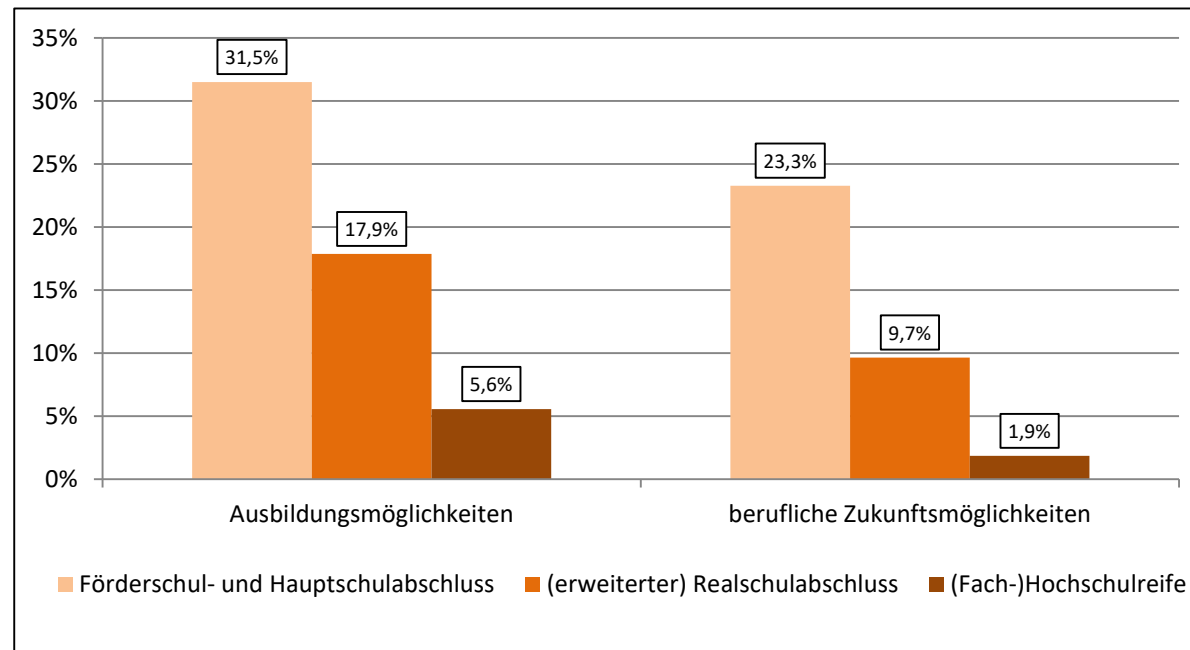
Ich sehe meine Zukunft im Landkreis Wesermarsch.

Zukunft in der Wesermarsch?

SuS (weiterführende Schulen)



- Je höher der angestrebte Schulabschluss, desto schlechter werden die Ausbildungs- und beruflichen Zukunftsmöglichkeiten vor Ort eingeschätzt.

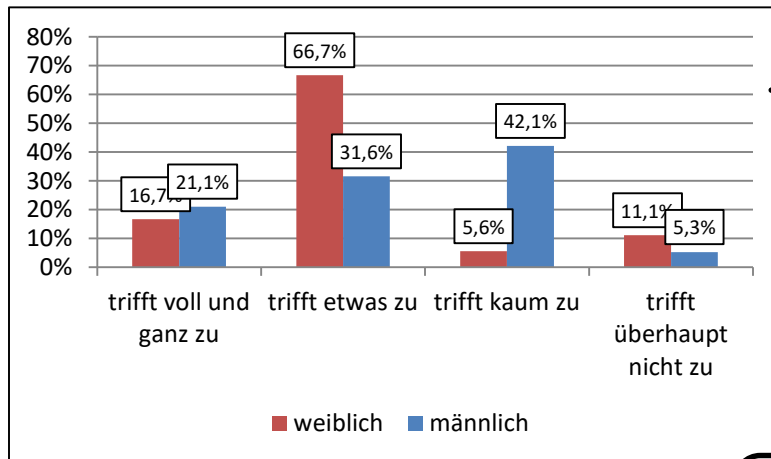


Zukunft in der Wesermarsch?

Auszubildende

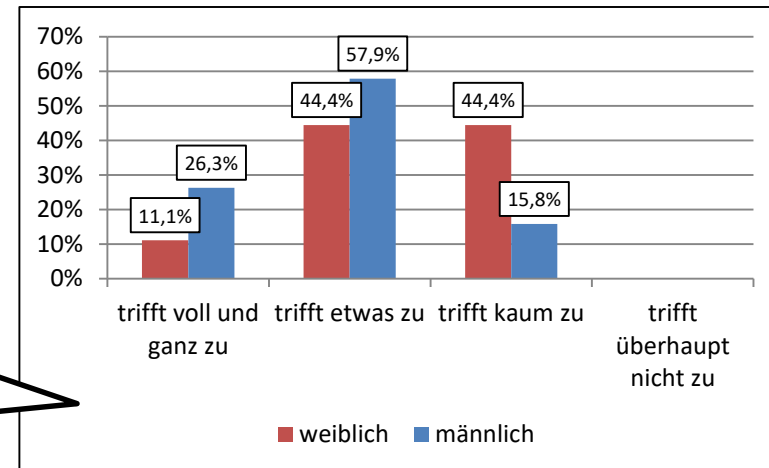


- 56 % der befragten weiblichen Auszubildenden sehen eine Zukunft im Landkreis, während dies auf 84 % der männlichen Teilnehmer zutrifft.



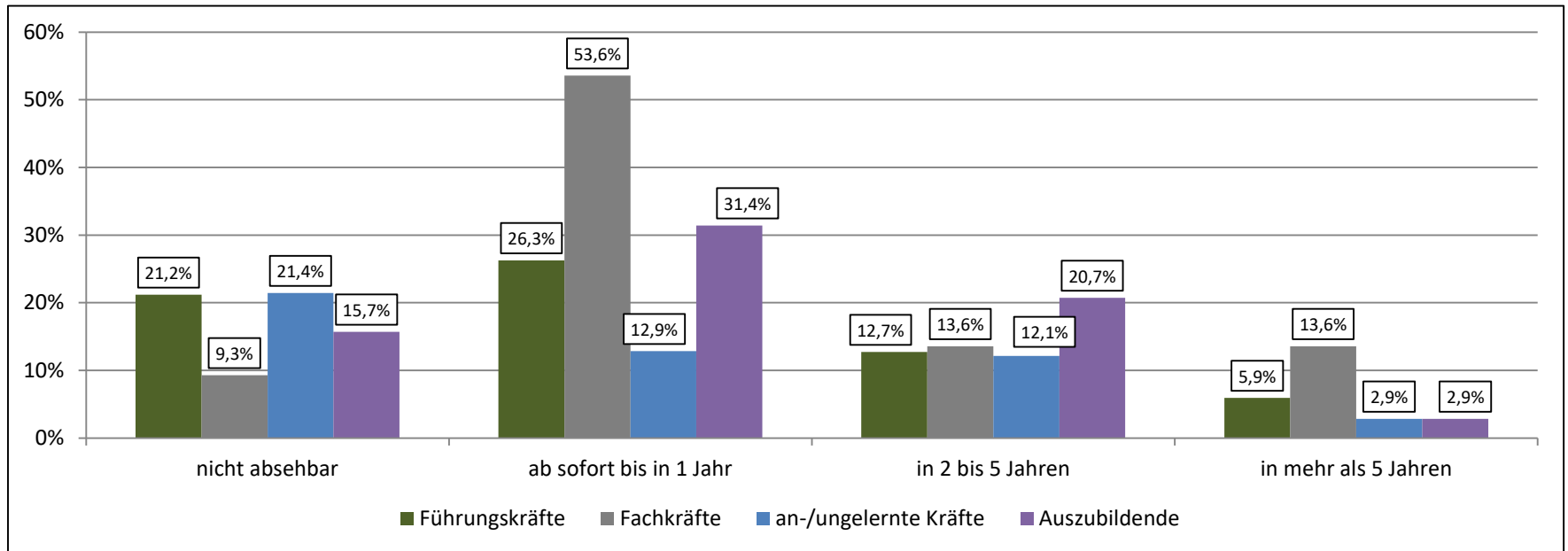
Es würde mir schwerfallen, von hier wegzuziehen.

Ich sehe meine Zukunft im Landkreis Wesermarsch.



Fachkräfte

Arbeitgeber & Arbeitgeberinnen



- 42 % der Befragten sind aktuell vom **Fachkräftemangel betroffen**.
- **Besetzungsschwierigkeiten** gibt es akut besonders bei vakanten Stellen für Fachkräfte (54 %) und Auszubildende (31 %). Die Besetzung von Führungspositionen gestaltet sich bereits bei einem guten Viertel problematisch.

Fachkräfte

Arbeitgeber & Arbeitgeberinnen



- Dem (drohenden) Fachkräftemangel wirken die ArbeitgeberInnen entgegen, indem sie im eigenen Betrieb ausbilden (70 %), ein positives Betriebsklima schaffen (69 %) oder in- und externe Weiterbildungsangebote ermöglichen (59 %).



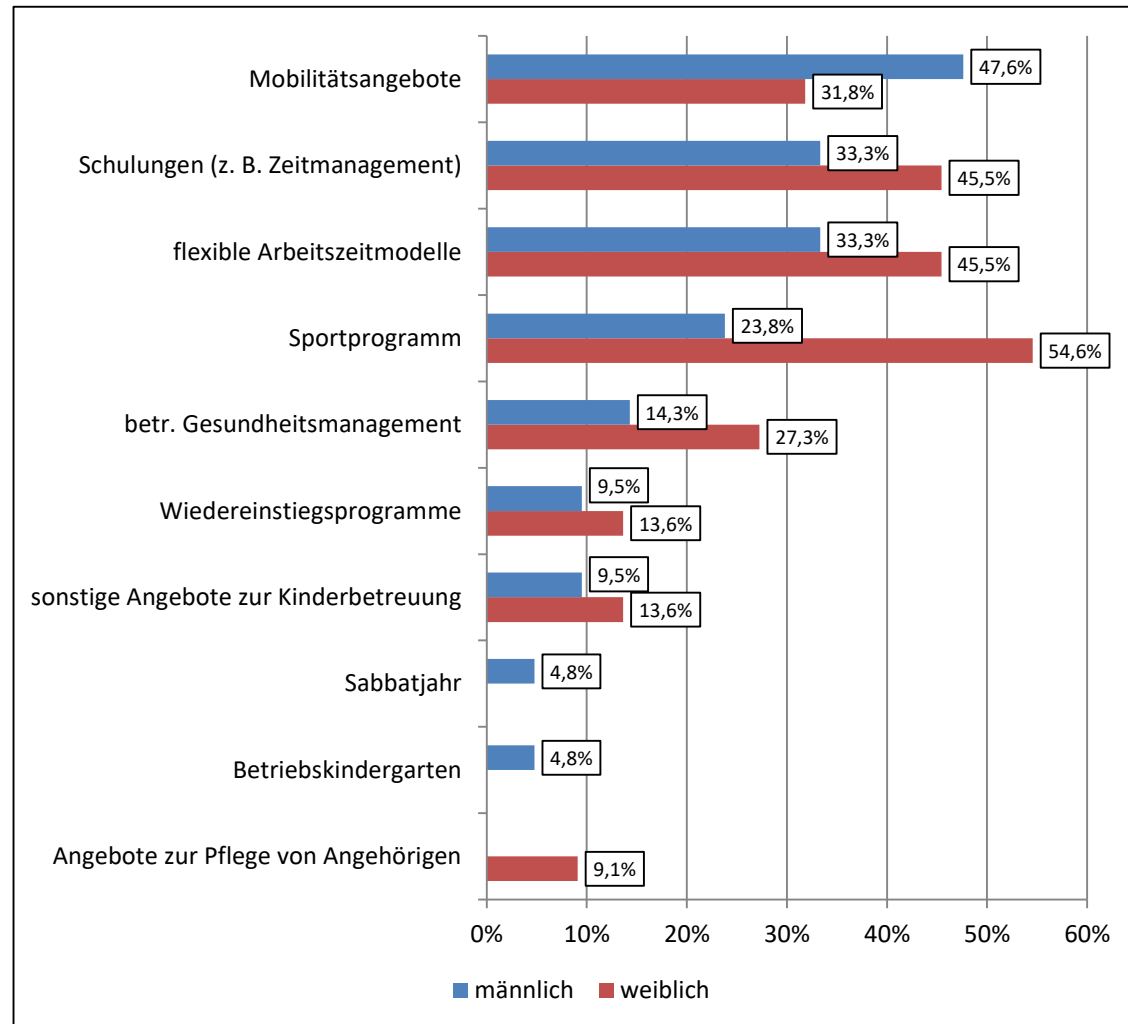
- In einer offenen Frage nach (weiteren) Aspekten, die im späteren Berufsleben von Bedeutung sind, nannten durchschnittlich 62 % der Antwortgebenden „gutes Betriebsklima“.

Angebote & Rekrutierung

Auszubildende

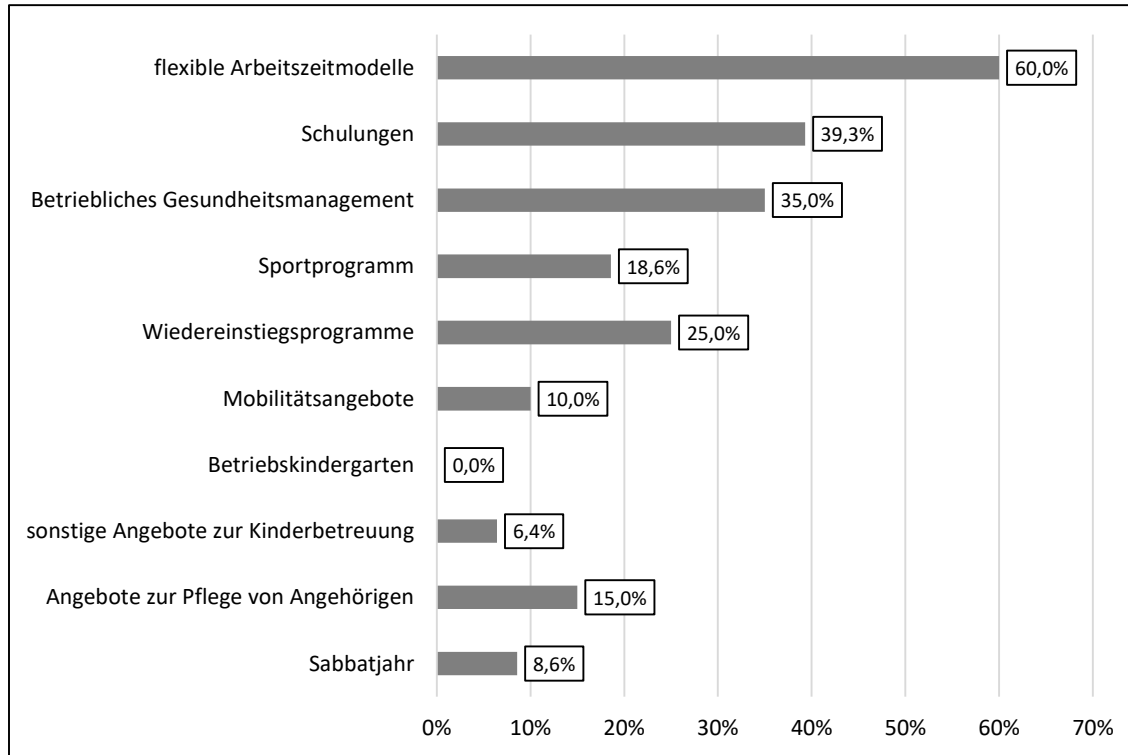


- Die Auszubildenden wünschen sich vor allem
Mobilitätsangebote (besonders männliche Teilnehmer),
übergreifende Schulungen z. B. zum Zeitmanagement,
flexible Arbeitszeitmodelle und ein betriebliches Sportprogramm (besonders weibliche Teilnehmerinnen).



Angebote & Rekrutierung

Arbeitgeberinnen & Arbeitgeber

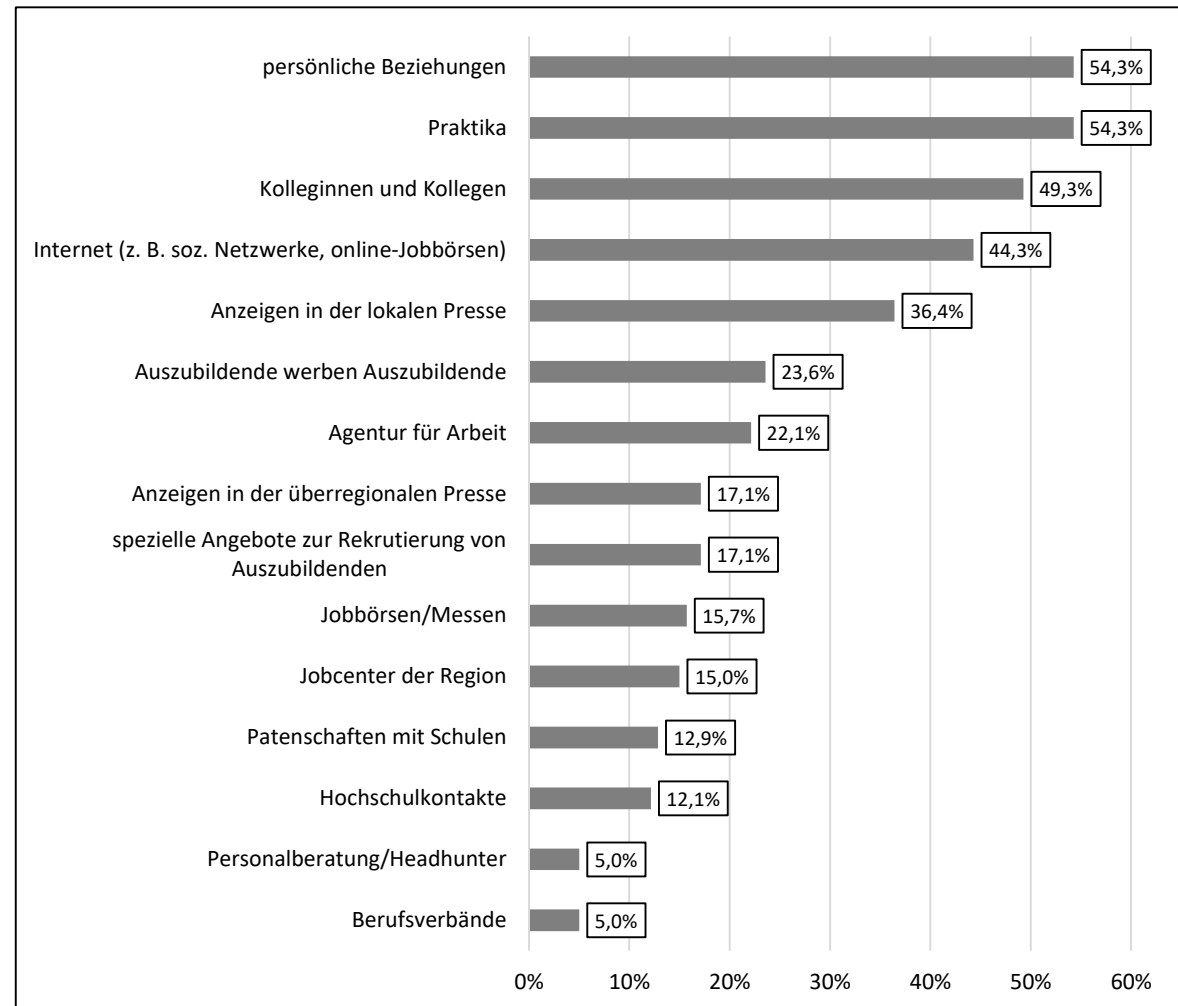


- Etwa 10 % der Befragten machen ihren Angestellten „Mobilitätsangebote“, es wünschen sich allerdings 39 % der Auszubildenden.

Angebote & Rekrutierung

Arbeitgeberinnen & Arbeitgeber

- Die erfolgreichsten Rekrutierungswege sind persönliche Beziehungen, Praktika (je 54 %) und Empfehlungen von Kolleginnen und Kollegen (49 %).

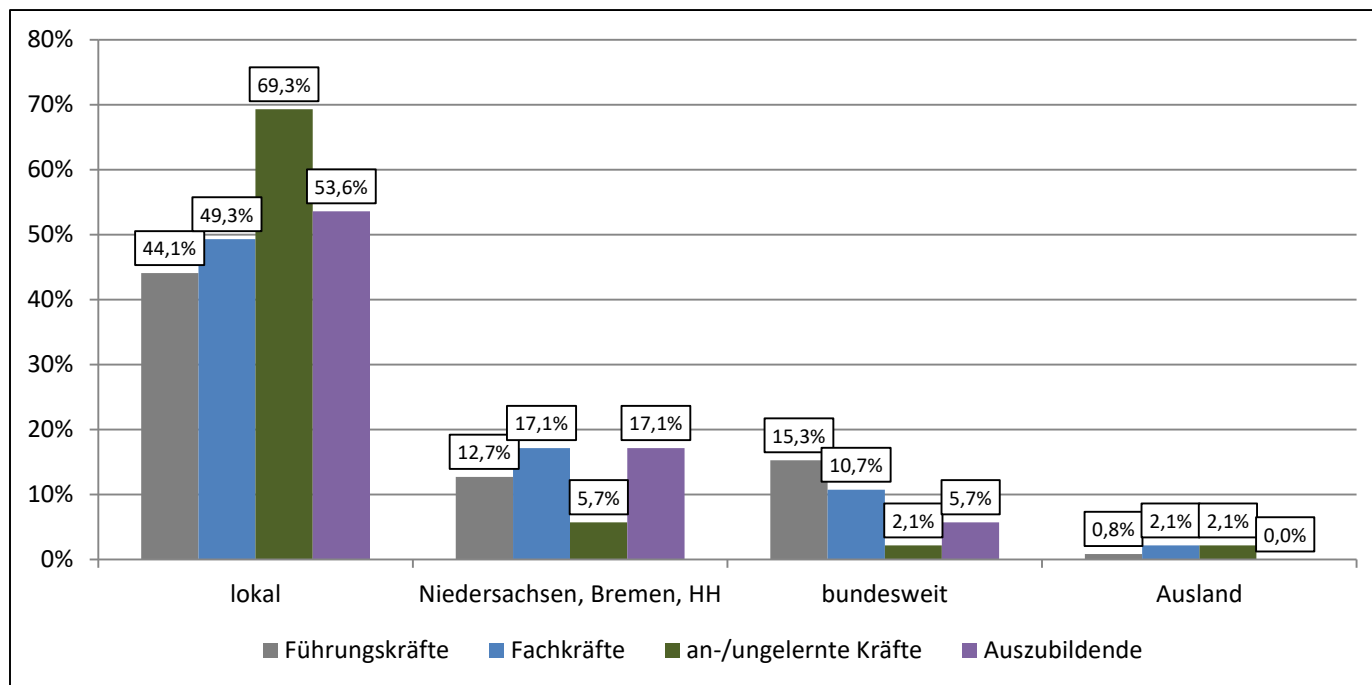


Angebote & Rekrutierung

Arbeitgeberinnen & Arbeitgeber

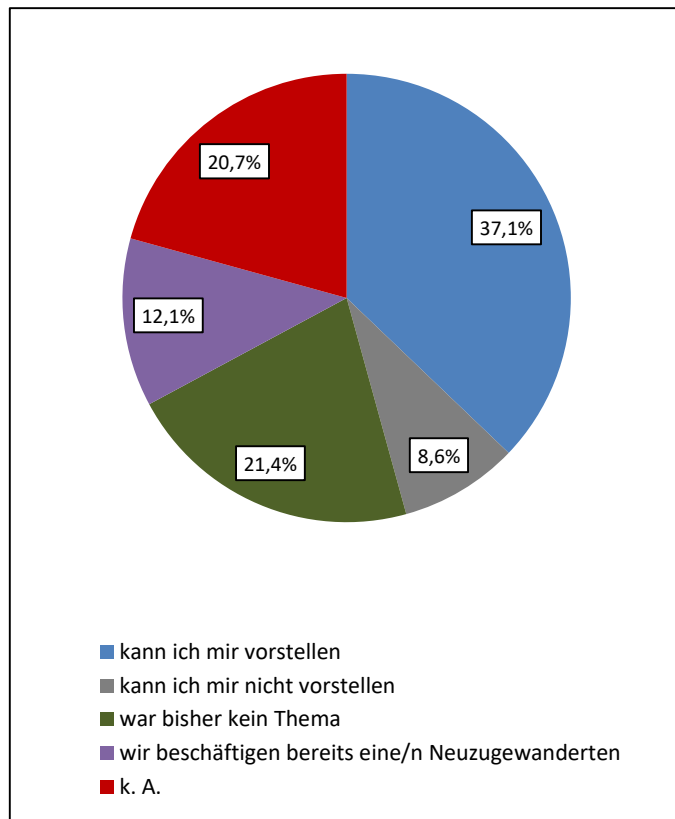


- Neue MitarbeiterInnen werden in der Regel lokal rekrutiert. Fachkräfte und Auszubildende (je 17 %) werden vereinzelt auch landesweit gesucht, Führungskräfte von 15 % der Befragten auch bundesweit.



Neuzugewanderte

Arbeitgeber & Arbeitgeberinnen

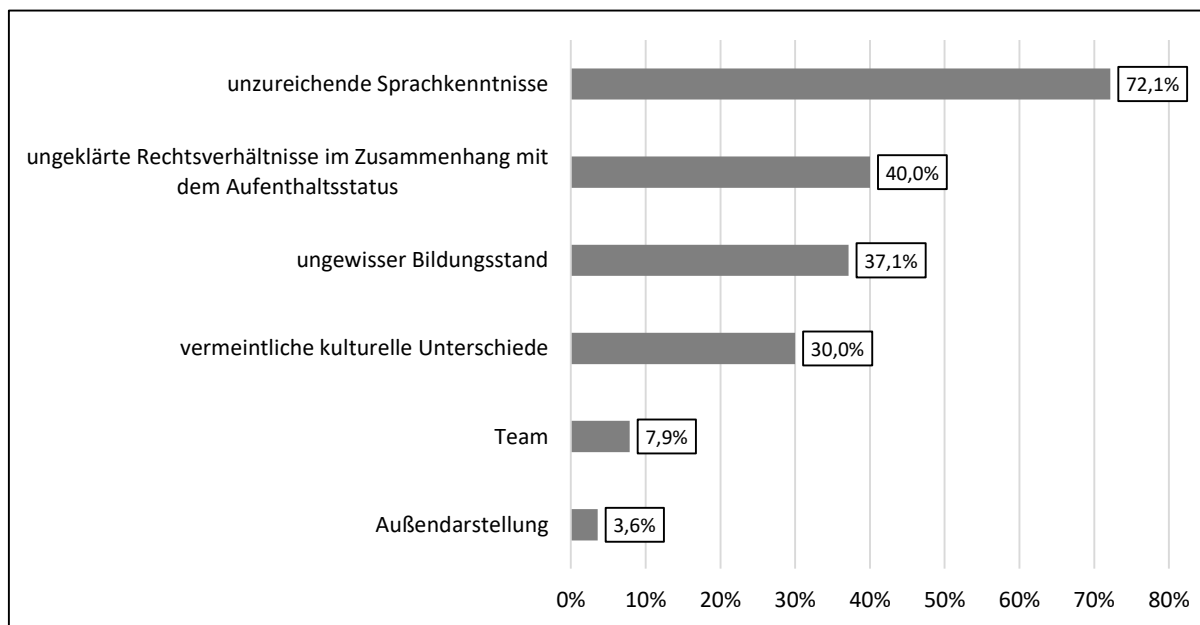


- 37 % können sich vorstellen, eine/n Neuzugewanderte/n zu beschäftigen oder auszubilden, 12 % beschäftigen bereits eine/n Neuzugewanderte/n und für knapp 9 % kommt dies nicht infrage.
- Etwas über ein Viertel der ArbeitgeberInnen wurde bereits von Neuzugewanderten kontaktiert.

Neuzugewanderte

Arbeitgeber & Arbeitgeberinnen

- Die größten **Beschäftigungshindernisse** sehen die Befragten in mangelhaften Sprachkenntnissen (72 %) und ungeklärten Rechtsverhältnissen bezüglich des Aufenthaltsstatus der Neuzugewanderten (40 %). Der ungewisse Bildungsgrad außerdeutscher Schulabschlüsse (37 %) und vermutete kulturelle Unterschiede (30 %) spielen ebenfalls eine Rolle.



Handlungsempfehlungen

Informationsquellen vs. Rekrutierungswege



Nachwuchskräfte informieren sich vor allem online über Berufe und Stellen.

Knapp die Hälfte der befragten ArbeitgeberInnen rekrutiert erfolgreich online – ca. 20% nutzen das Internet bisher gar nicht.



Schaffung zentraler Stelle, die speziell KMU bei der Einrichtung und Pflege ihrer Internetpräsenzen unterstützt

Die lokale Presse wird von ca. 15 % der SuS an weiterführenden Schulen genutzt.

Über ein Drittel der ArbeitgeberInnen rekrutiert erfolgreich über Anzeigen in der lokalen Presse.



Stärkerer Einbezug der lokalen Presse in BO an Schulen, z. B. Installation einer Pinnwand mit aktuellen Anzeigen, gemeinsames Lesen des Stellenteils etc.

Handlungsempfehlungen

Zwischenmenschliches



Das soziale Umfeld hat entscheidenden Einfluss auf die Berufswahl: Familie & Freunde wurden von SuS und Auszubildenden als zweitwichtigste Informationsquelle genannt.



Eltern/Erziehungsberechtigte stärker in den Prozess der BO einbeziehen: wegweisende Rolle bewusstmachen, gezielt & ansprechend informieren

Persönlicher Kontakt zu zukünftiger/m Arbeitgeber/in wird von Seiten der SuS gewünscht und hat sich auf Seiten der ArbeitgeberInnen bewährt (z. B. Praktika, persönliche Vorstellung in Schulen).



enge Zusammenarbeit weiterführende Schulen & regionale ArbeitgeberInnen

Handlungsempfehlungen

Mobilität (BMVI-Modellvorhaben)



Ca. 45 % der SuS in Sekundarstufe I gaben an, dass die gute Erreichbarkeit (mit öffentlichen Verkehrsmitteln) ein sehr wichtiger Faktor für die Wahl des zukünftigen Jobs ist.

Knapp 40 % der befragten Auszubildenden wünschen sich vom/von der (zukünftigen) ArbeitgeberIn Unterstützungsangebote im Bereich Mobilität, etwa 10 % der befragten ArbeitgeberInnen machen ihren Angestellten ein Angebot auf diesem Gebiet.



Zusammenschlüsse und Vernetzungen (insbesondere KMU) könnten von betriebsübergreifenden Fahrgemeinschaften oder Azubi-Shuttles profitieren



Mindestabnahmemenge des VBN-Jobticket



Know-How-Transfer guter Beispiele auf dem Gebiet der MitarbeiterInnenmobilität in und außerhalb der Wesermarsch

Handlungsempfehlungen

Neuzugewanderte



Der größte Teil der befragten SPRINT-SchülerInnen (80 %) möchte eine Ausbildung aufnehmen (Handwerk/Gesundheitsbereich); allerdings sind sie eher schlecht über regionale Berufe/Stellenangebote/ArbeitgeberInnen informiert.

Knapp die Hälfte der befragten ArbeitgeberInnen steht einer Beschäftigung Neuzugewanderter offen gegenüber. Vorhandene Unterstützungsangebote (z. B. Willkommenslotsen der Kammern) sind wenig bekannt.



strukturierte Informationsweitergabe an ArbeitgeberInnen/Neuzugewanderte durch MultiplikatorInnen wie z. B. die Bildungskordinatorin für Neuzugewanderte



gezielte Zusammenführung von Angebot und Nachfrage



Übergänge zwischen einzelnen Maßnahmen zeitlich besser aufeinander abstimmen, um Wartezeiten zu reduzieren

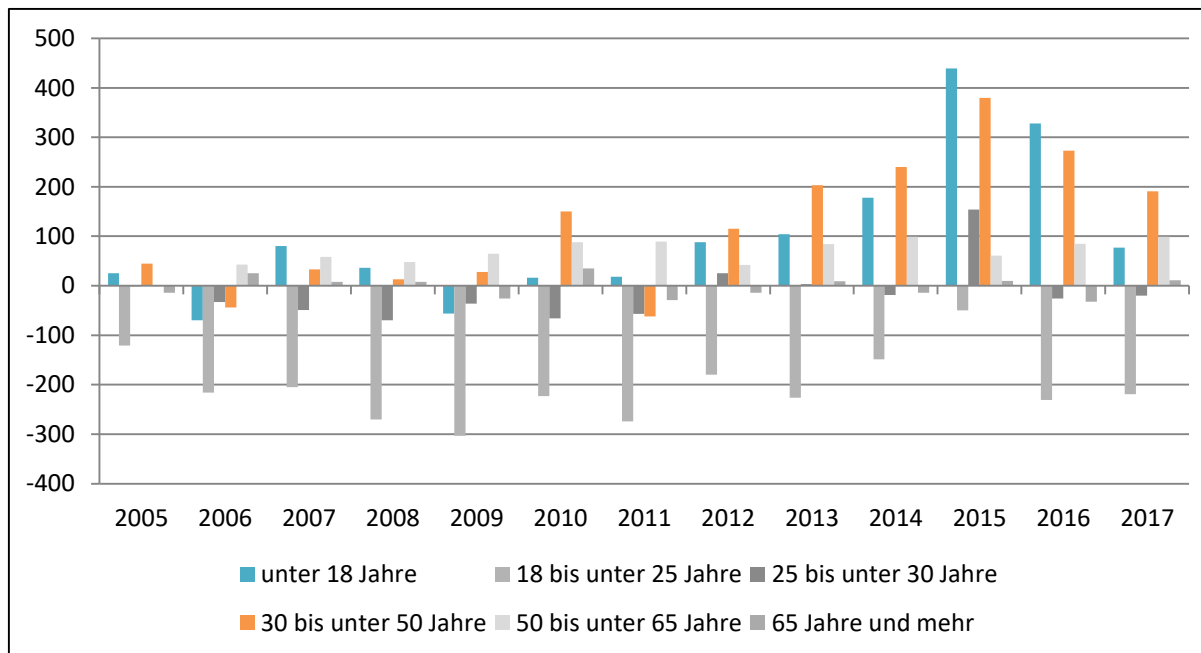
Handlungsempfehlungen

Abwanderung & Attraktivität der Region



Die Wesermarsch wird von allen befragten Gruppen insbesondere aufgrund des vorhandenen sozialen Netzes und der Landschaft als attraktiv empfunden. Hinzu kommen die günstigen Lebenshaltungskosten.

Die(potenziellen) Nachwuchskräfte fühlen sich im Landkreis zum größten Teil wohl und es würde ihnen tendenziell eher schwerfallen, die Wesermarsch zu verlassen.





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
