

Befragung zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2024

Ergebnisbericht Dezember 2024

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	3
2	Teilnehmerstruktur	4
	Unternehmensgröße	4
	Verbandszugehörigkeit	5
3	Ausbildungssituation	6
	Anteil der Ausbildungsbetriebe rückläufig	6
	Gründe für unbesetzte Ausbildungsstellen	8
	Maßnahmen zur Nachwuchskräftegewinnung.....	9
	Attraktives Ausbildungsunternehmen	10
	Umgang mit unzureichender Ausbildungsreife	11
	Übernahme von Auszubildenden	11
4	Fachkräftesituation	13
	Gründe und Auswirkungen des Fachkräftemangels.....	13
	Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel	15
	Können offene Stellen besetzt werden?	15
	Langfristig unbesetzte Stellen	16
	Anbieter für Mitarbeiterqualifikation	17
5	Erwartungen an die Verbandsarbeit	18
	Linksammlung	19

1 Einleitung

Bei der diesjährigen Umfrage ist der Anteil der Ausbildungsbetriebe um 9 Prozentpunkte auf 66 % gesunken. Die demografische Entwicklung sowie die steigende Anzahl von Schulabgängern mit Abitur führen zu einem kontinuierlichen Rückgang der Anzahl Jugendlicher, die dem Ausbildungsmarkt zur Verfügung stehen. Dies hat zur Konsequenz, dass es für Unternehmen nach wie vor herausfordernd ist, angebotene Ausbildungsplätze mit geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern zu besetzen. Trotz verstärkter Bemühungen der Unternehmen bei der Nachwuchskräftegewinnung, erhalten 64 % keine Bewerbungen auf die angebotenen Stellen. Ein weiterer Grund für unbesetzte Ausbildungsplätze bleibt weiterhin der hohe Anteil ungeeigneter Bewerber von 58 %. Bei der Besetzung der angebotenen Ausbildungsplätze gab es erfreulicherweise gegenüber dem Vorjahr einen leichten Anstieg. Formate mit persönlichem Kontakt auf Augenhöhe sind bei den Maßnahmen zur Nachwuchsgewinnung besonders erfolgversprechend. So stieg der Anteil der Unternehmen, die an Ausbildungsmessen teilnehmen oder Schulbesuche organisieren. Im Rahmen der diesjährigen Umfrage wurde erstmals erhoben, welche Unterstützungsleistungen für schwächere Berufsanfänger zum Einsatz kommen, sofern diese trotz mangelnder Ausbildungsreife bei der Auswahl berücksichtigt werden. Zudem wurde erstmals erhoben, welche Maßnahmen Unternehmen ergreifen, um als attraktiver Ausbildungsbetrieb wahrgenommen zu werden. Über die Hälfte der Unternehmen nannte in diesem Kontext einen einfachen Bewerbungsprozess, Mobilitätzuschüsse oder Unterstützungsangebote als ergriffene Maßnahmen.

Bei den Ergebnissen zu der Fachkräftesituation sind wenige Abweichungen gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Des Weiteren geben zwei Drittel der befragten Unternehmen an, vom Fachkräftemangel betroffen zu sein. Dabei stellt das Ausscheiden von Mitarbeitern in den Ruhestand nach wie vor den häufigsten Grund dar. Um dem entgegenzuwirken, setzen die meisten Unternehmen auf Maßnahmen der Mitarbeiterqualifizierung, Ausbildung oder das Anlernen von Quereinsteigern. Die Auswirkungen spüren weiterhin die Arbeitnehmer durch höhere Arbeitsbelastungen, da in der Hälfte der Fälle die Tätigkeiten und Aufgaben von langfristig offenen Stellen auf andere Mitarbeiter verteilt werden müssen. Eine weitere Folge des Fachkräftemangels zeigt sich darin, dass bei fast 70 % der befragten Unternehmen die Löhne und Gehälter steigen.

In den nachfolgenden Kapiteln erfolgt eine kurze Kommentierung der grafisch aufbereiteten Ergebnisse sowie ein Vergleich mit den Vorjahreswerten. Darüber hinaus werden die Herausforderungen bei der Ausbildungs- und Fachkräftesituation in der Druck- und Medienwirtschaft erörtert und die ergriffenen Maßnahmen aufgezeigt.

2 Teilnehmerstruktur

Die bundesweite Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation wurde zum siebten Mal durchgeführt. Die diesjährige Beteiligung lag bei 273 Unternehmen und ermöglicht es, belastbare und aussagekräftige Informationen zur aktuellen Situation in unserer Branche zu erheben. Die Befragung erfolgte in dem Zeitraum vom 18. September bis zum 6. Oktober 2024.

Die Anzahl der befragten Unternehmen ist gegenüber dem Vorjahr auf 273 Teilnehmer gesunken, 65 weniger als 2023. Davon haben 252 Teilnehmer die Umfrage vollständig beendet, was einer Abschlussquote von 92 % entspricht.

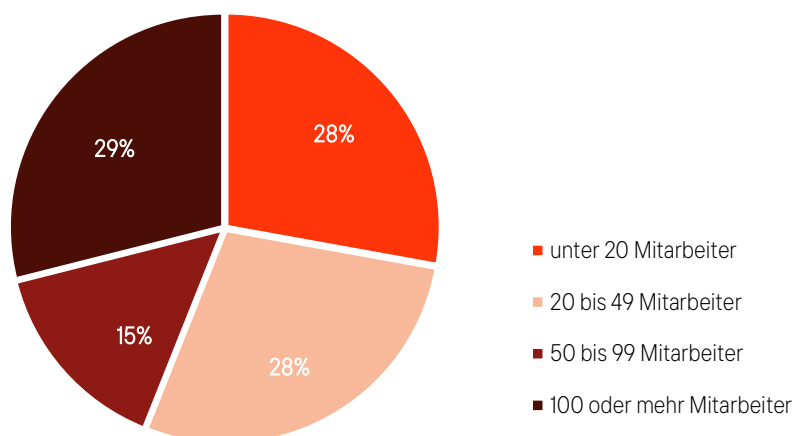
Die prozentualen Angaben beziehen sich auf die jeweilige Gesamtzahl der Antworten (n), die in den Grafiken ausgewiesen werden. Die Anzahl kann dabei schwanken, da bei einigen Fragen der Teilnehmerkreis nur auf die Unternehmen mit entsprechendem Bedarf beschränkt wurde. Gab es die Möglichkeit, mehrere Antworten auszuwählen, so ist dies vermerkt.

Unternehmensgröße

Die Verteilung der teilnehmenden Unternehmen nach Anzahl der Mitarbeiter weicht deutlich von der Beschäftigungsstatistik der Druck- und Medienwirtschaft (Stand Juni 2023) ab. Dort sind die Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern mit 83 % die größte Gruppe, Unternehmen mit 20 bis 49 Mitarbeitern haben einen Anteil von 10 %, mit 50 bis 99 Mitarbeitern sind es 4 % und mit 100 oder mehr Mitarbeitern lediglich 3 %.

Die Verteilung bei den an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen in Bezug auf die Betriebsgröße zeigt keine größeren Schwankungen gegenüber den Vorjahren.

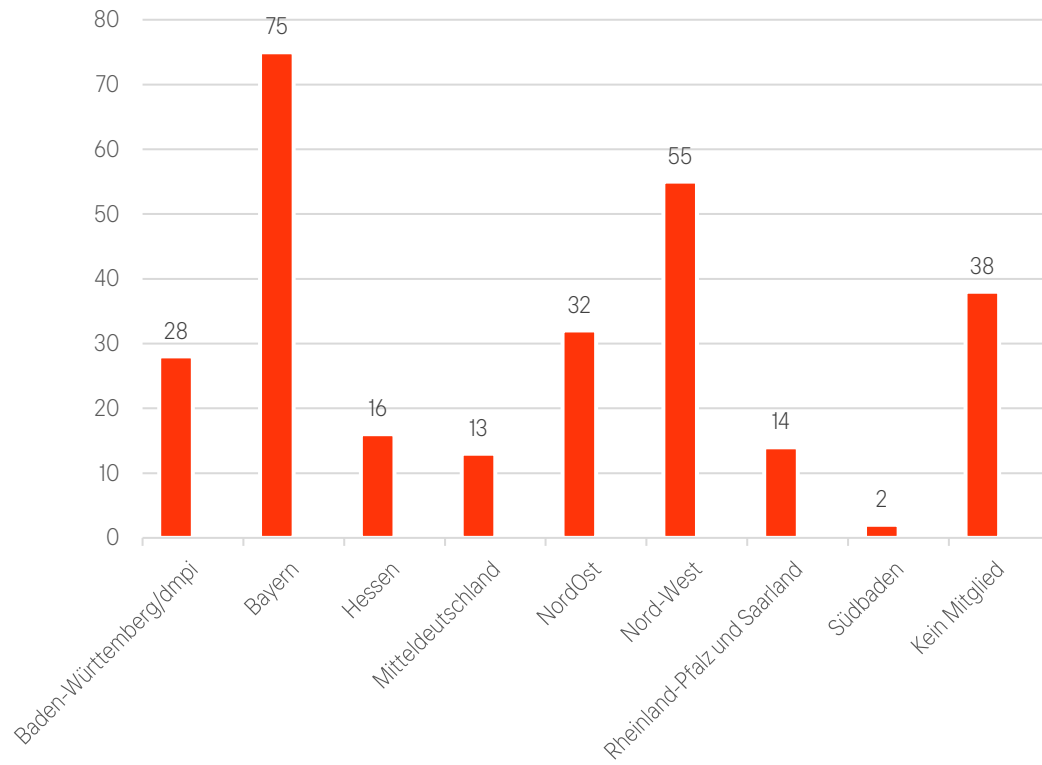
Wie groß ist Ihr Unternehmen? (n=273)



Verbandszugehörigkeit

In der folgenden Grafik sind die Teilnehmer den jeweiligen Landesverbänden zugeordnet.

Sind Sie Mitglied in einem Verband Druck und Medien? (Anzahl der Unternehmen; n=273)



3 Ausbildungssituation

Auch wenn es bundesweit zu einem leichten Anstieg der Ausbildungszahlen über alle Berufe kam, so scheint nach ersten Erhebungen an den Berufsschulen die Zahl der Neuverträge in der Druck- und Medienwirtschaft auch 2024 weiter rückläufig. Besonders die Zahlen beim Mediengestalter Digital und Print sinken, während bei den Medientechnologen eine Stabilisierung eingetreten zu sein scheint. Die endgültigen Zahlen werden in der ZFA-Statistik Berufsausbildung und Fortbildung Druck und Medien 2024/25 im Frühjahr 2025 veröffentlicht.

Weiterhin haben die Jugendlichen, die sich für eine Ausbildung interessieren, die Wahl. Auf 83 Bewerberinnen und Bewerber kommen 100 angebotene Ausbildungsstellen (laut [Statistik der BA](#), Stand September 2024). Gleichzeitig weist diese Statistik aus, dass die Anzahl der unversorgten Bewerber um 18 Prozentpunkte gestiegen ist. Das deckt sich auch mit den Ergebnissen dieser Umfrage, dass häufig Jugendlichen ungeeignet für eine Ausbildung sind. Inwiefern hier Unterstützungsleistungen eine Lösung sein können, ist schwer zu bewerten. Klar ist aber, dass gerade bei den Produktionsberufen in der Ausbildung mehr Unterstützung geleistet werden muss. Aber es ist auch wichtig, dass man akzeptiert, dass sich die Gesellschaft verändert und ebenso auch die Erwartungen der Jugendlichen an die Arbeit. Ein Teilnehmer bei der Vorstellung der 19. Schell Jugendstudie im Sommer 2024 hat es wie folgt auf den Punkt gebracht: „Aus heutiger Sicht hätte ich mich vor 35 Jahren auch nicht eingestellt.“

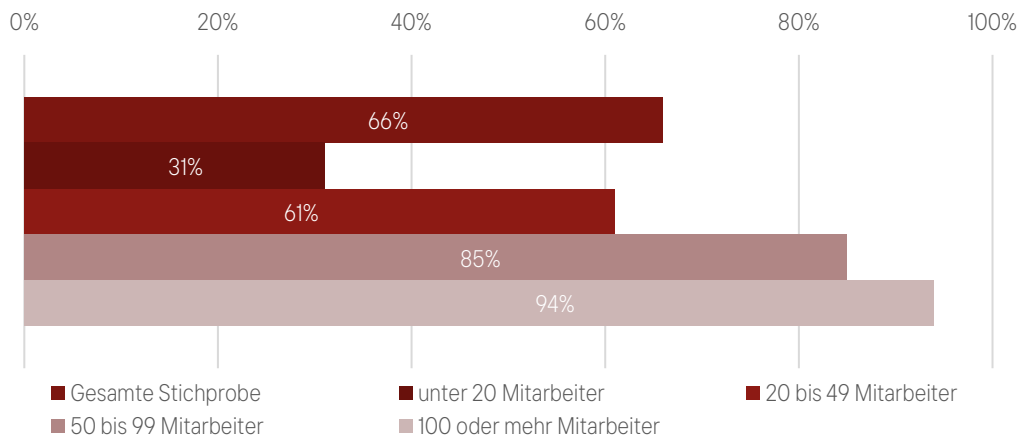
Mit den nachfolgenden Fragen wurde erhoben, wie es um die Ausbildungsbereitschaft der Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft steht, für welche Ausbildungsberufe Jugendliche gefunden wurden, warum Ausbildungsplätze frei bleiben, welche Maßnahmen für die Nachwuchskräftegewinnung unternommen werden und wie es mit der Übernahme der ausgebildeten Fachkräfte aussieht. Zusätzlich wurde in der diesjährigen Umfrage erstmalig gefragt, was Unternehmen für Maßnahmen ergreifen, um als ein attraktives Ausbildungsunternehmen wahrgenommen zu werden und wie sie mit Bewerberinnen und Bewerbern umgehen, die nicht die erforderliche Ausbildungsreife mitbringen.

Anteil der Ausbildungsbetriebe rückläufig

Nur noch zwei Drittel der befragten Unternehmen gaben an, dass sie ausbilden. Dies ist ein Rückgang um 9 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Ausbildungsbetriebe liegt aber noch leicht über dem Wert von 2022.

Die nachfolgende Grafik zeigt den Anteil der Ausbildungsbetriebe nach Anzahl der Mitarbeiter. Nur Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern liegen fast unverändert bei 93%, bei kleineren Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern ist ein Rückgang um 12 Prozentpunkte zu verzeichnen in der Gruppe mit 20 bis 49 Mitarbeitern ein Minus von 17 Prozentpunkten.

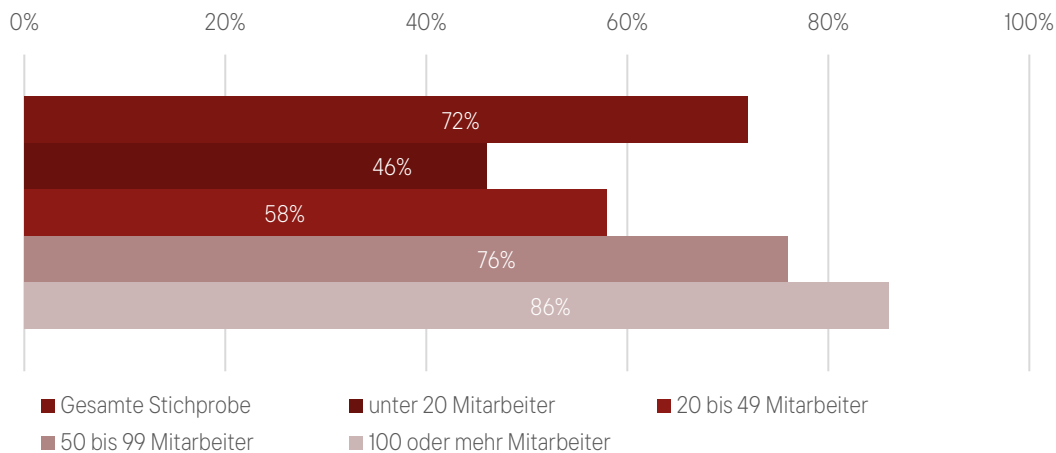
Bilden Sie in Ihrem Unternehmen aus? (nach Betriebsgröße; n=257)



Von den Ausbildungsbetrieben haben 72% in 2024 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen, eine Steigerung um 9 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Hier ist der stärkste Anstieg in der Gruppe unter 20 Mitarbeitern mit 27 Prozentpunkten auf 46 Prozent aufgetreten. In der Gruppe 50 bis 99 Mitarbeiter gab es eine Erhöhung um 14 Prozentpunkte auf 76%. Die anderen Gruppen weisen nur geringe Änderungen gegenüber den Vorjahreswerten aus. Weiterhin steigt der Anteil der Ausbildungsbetriebe, die neue Ausbildungsverträge abgeschlossen haben, mit der Anzahl der Mitarbeiter. Die starken Schwankungen bei den kleinen Unternehmen sind damit zu erklären, dass diese nicht jedes Jahr neue Auszubildende einstellen.

Auf die Gründe für unbesetzte Ausbildungsplätze sowie die eingesetzten Maßnahmen zur Nachwuchskräftegewinnung wird in den folgenden Kapiteln näher eingegangen.

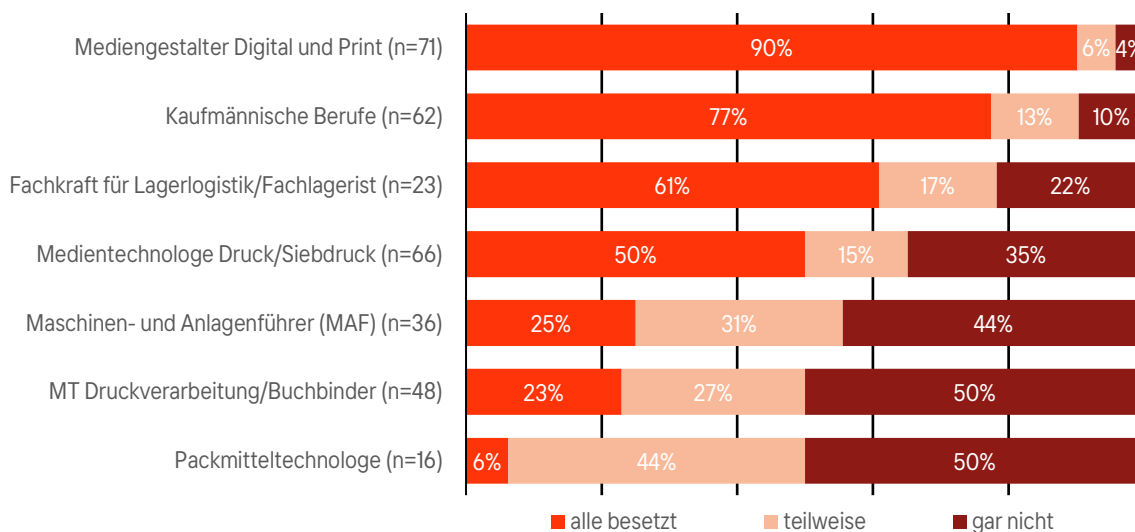
Haben Sie 2024 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen? (nach Betriebsgröße; n=180)



Bei der erfolgreichen Besetzung von Ausbildungsplätzen nach Ausbildungsberufen liegt der Mediengestalter Digital und Print weiterhin vorn. 90% der suchenden Unternehmen konnten alle Ausbildungsplätze besetzen, eine Steigerung von 9 Prozentpunkten. Nur 3% der Unternehmen gingen hier leer aus und 16% konnten nicht alle Stellen besetzen. Bei den kaufmännischen Berufen stieg im Vergleich zum Vorjahr der Anteil der Unternehmen, die alle Ausbildungsstellen besetzen konnten, auf 77%, ein Plus von 11 Prozentpunkte. Bei den Medientechnologen Druck/Siebdruck konnten immerhin die Hälfte alle Stellen besetzen, eine leichte Steigerung um 2 Prozentpunkte. Der Anteil der nicht besetzten Stellen liegt wie im Vorjahr bei 35 Prozentpunkte. Beim zweijährigen Ausbildungsberuf Maschinen- und

Anlagenführer konnte nur noch ein Viertel der suchenden Unternehmen alle Stellen besetzen und der Anteil der nicht besetzten Stellen stieg um 8 Prozentpunkte auf 44%. Nachwuchskräfte für den Medientechnologen Druckverarbeitung/Buchbinder zu finden, bleibt schwierig. 50% konnten keine der angebotenen Ausbildungsplätze besetzen, eine Steigerung um 5 Prozentpunkte, und wie bereits im Vorjahr konnte nur knapp ein Viertel alle angebotenen Ausbildungsstellen besetzen. Bei den Packmitteltechnologien konnten ebenfalls die Hälfte der Unternehmen ihre angebotenen Ausbildungsplätze gar nicht besetzen und nur noch 6% konnten alle Stellen besetzen, eine Verringerung um 18 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr.

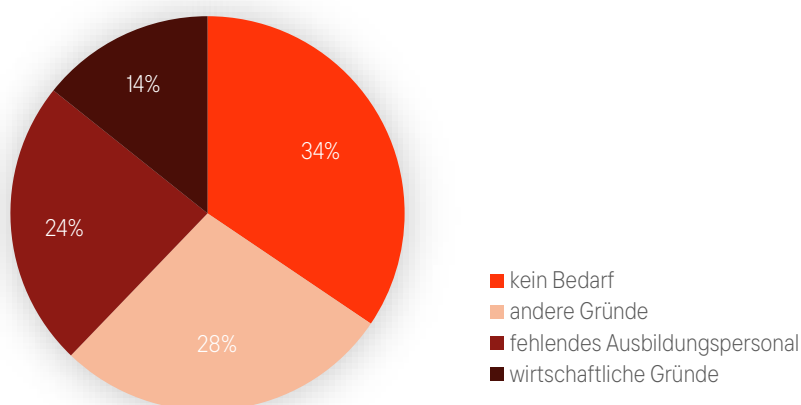
Konnten die von Ihnen angebotenen Ausbildungsplätze besetzt werden?



Gründe für unbesetzte Ausbildungsstellen

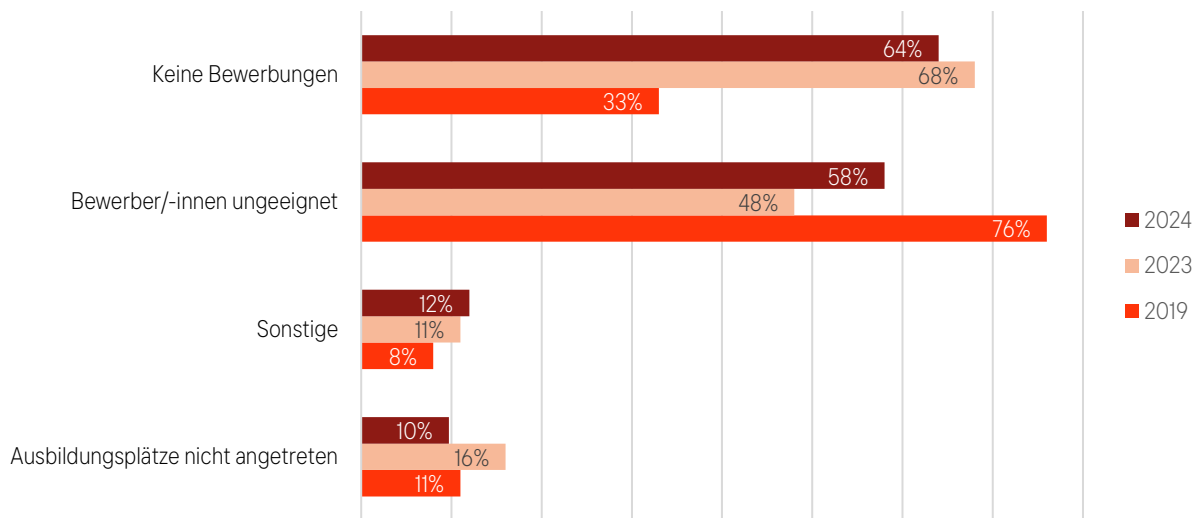
Auf die Frage, warum Unternehmen keine neuen Ausbildungsverträge abgeschlossen haben, antwortete rund ein Drittel, dass sie keinen Bedarf haben, 14% gaben „wirtschaftliche Gründe“ an und ein Viertel nannten „fehlendes Ausbildungspersonal“. Dies deutet auf die Auswirkungen des Fachkräftemangels hin. 28% der Befragten gaben „Andere Gründe“ an, welche in der nachfolgenden Frage konkretisiert werden.

Warum haben Sie 2024 keine Ausbildungsverträge abgeschlossen? (n=119)



Bei der Frage nach den Gründen für unbesetzte Ausbildungsstellen wurden auch die Unternehmen berücksichtigt, die nicht alle Stellen besetzen konnten. An erster Stelle steht mit 64% weiterhin „Keine Bewerbungen“. Im Vor-Corona-Jahr waren es lediglich 33% der befragten Unternehmen. Umgekehrt verhält sich der Trend bei den ungeeigneten Bewerbern, die 2019 noch von 76% der Unternehmen als Grund für unbesetzte Ausbildungsplätze genannt wurden und nun bei 58% liegen. Allerdings ist dies eine Steigerung um 10 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Nicht angetretene Ausbildungsplätze spielen weiterhin eine untergeordnete Rolle und sind nun auf 10% gesunken. Bei den sonstigen Gründen wurden fehlendes Ausbildungspersonal, zu hoher Zeitaufwand oder Abbruch der Ausbildung seitens der Jugendlichen innerhalb der ersten zwei Wochen genannt.

Was sind die Gründe für unbesetzte Ausbildungsstellen?
(Mehrfachantworten zulässig; 2024: n=113)

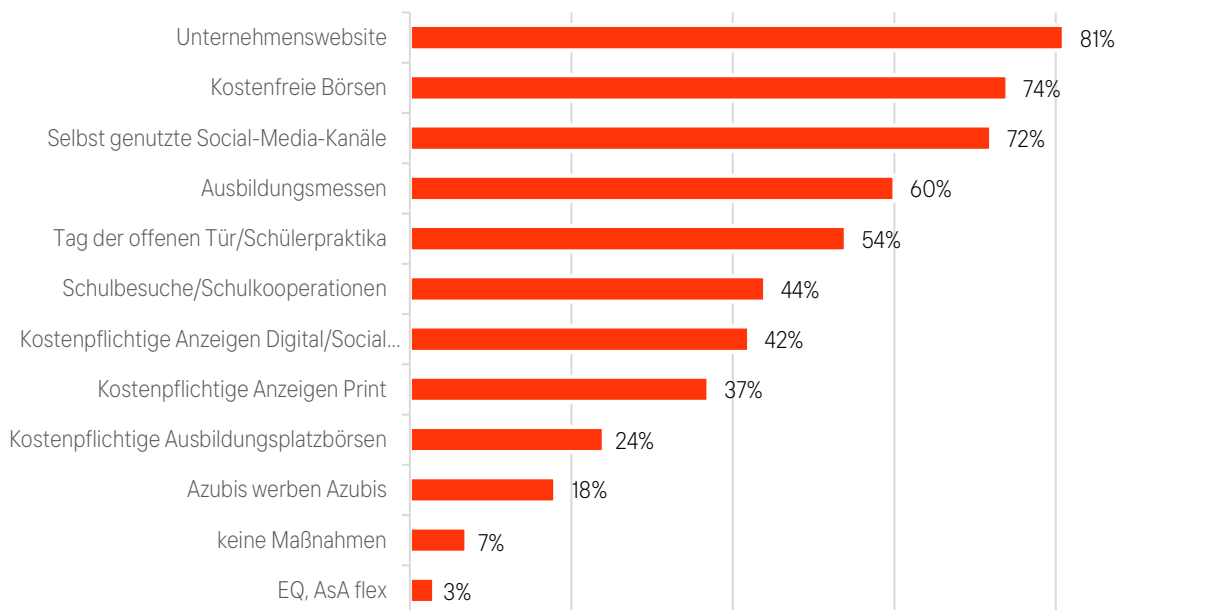


Maßnahmen zur Nachwuchskräftegewinnung

Maßnahmen zur Nachwuchskräftegewinnung, die in Präsenz stattfinden, haben gegenüber dem Vorjahr weiter zugelegt. Die Teilnahme an Ausbildungsmessen ist um 10 Prozentpunkte auf 60% gestiegen. Die neue Kategorie „Schulbesuche/Schulkooperationen“ nutzen 44% zur Gewinnung von Nachwuchskräften. Stellenangebote werden inzwischen häufiger auch auf selbstgenutzten Social-Media-Kanälen platziert, ein Zuwachs um 6 Prozentpunkte. Bei den anderen Maßnahmen gab keine nennenswerten Verschiebungen. 7% kommen auch ohne Maßnahmen aus.

Bei der Nachwuchsgewinnung erfolgreiche Unternehmen haben gegenüber leer ausgegangenen Unternehmen häufiger als Maßnahmen Schulbesuche/Schulkooperationen, Tage der offenen Tür/Schülerpraktika sowie Azubis werben Azubis eingesetzt. Dies zeigt, dass insbesondere Maßnahmen in Präsenz und auf Augenhöhe erfolgreich sind. Bei den weiteren Maßnahmen gab es keine größeren Abweichungen zwischen diesen beiden Gruppen.

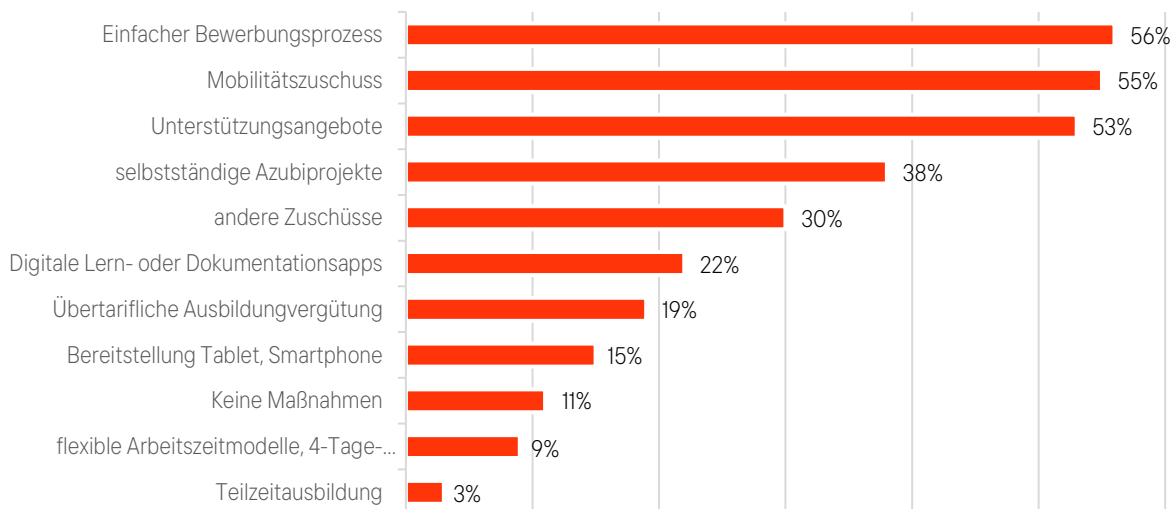
Welche Maßnahmen haben Sie für die Nachwuchskräftegewinnung ergriffen?
(Mehrfachantworten zulässig; n=153)



Attraktives Ausbildungsunternehmen

Zum ersten Mal wurde nach Maßnahmen gefragt, die ergriffen werden, um als attraktives Ausbildungsunternehmen wahrgenommen zu werden. Über die Hälfte nennt einen einfachen Bewerbungsprozess, Mobilitätzuschüsse und Unterstützungsangebote z.B. in Form von Nachhilfe oder Prüfungsvorbereitungskursen. Betrachtet man die Maßnahmen differenziert nach Unternehmen, die neue Auszubildende eingestellt haben, gegenüber Unternehmen, die keine Azubis gefunden haben, dann scheint das Angebot von selbständigen Azubi-Projekten bei Jugendlichen sehr attraktiv zu sein. Interessant ist, dass Geld für die Jugendlichen nicht alles bedeutet, da nur 16% bei der Nachwuchsgewinnung erfolgreiche Unternehmen übertarifliche Ausbildungsvergütungen zahlen, bei leer ausgegangenen Unternehmen waren es 22%.

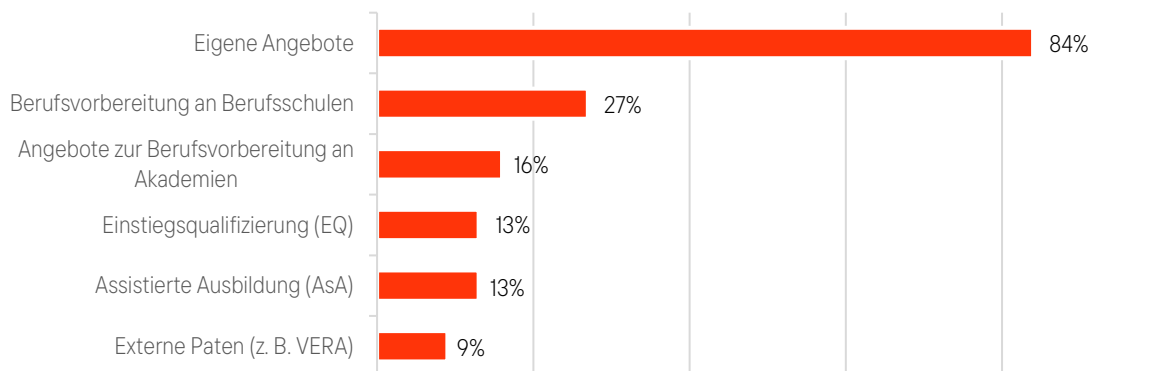
Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um ein attraktives Ausbildungsunternehmen zu sein?
(Mehrfachantworten zulässig; n=149)



Umgang mit unzureichender Ausbildungsreife

Auch diese Frage ist neu. Über die Hälfte gaben an, dass Bewerberinnen und Bewerber mit unzureichender Ausbildungsreife nicht in die Auswahl kommen. Die Unternehmen, die diese Jugendliche berücksichtigen, ergreifen zu 84% eigene (selbstorganisierte) Unterstützungsleistungen in Form von Paten, Nachhilfe oder Sprachkursen. Knapp ein Drittel greifen auf die Berufsvorbereitung an Berufsschulen zurück, 16% auf Berufsvorbereitungskurse an Akademien. 13% geben schwächeren Jugendlichen über Einstiegsqualifizierungen die Chance, sich während eines Praktikums für eine Ausbildung zu qualifizieren. Bereits in der EQ können auch Unterstützungsangebote durch die Assistierte Ausbildung in Anspruch genommen werden. Die kostenfreien Leistungen der Bundesagentur für Arbeit können jederzeit während der Ausbildung beantragt werden und bietet auch Unterstützung bei der Organisation der Ausbildung oder bei der Lösung von Konfliktfällen. Ein ebenfalls kostenfreies Paten-Programm zur Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen (VERA) nutzen 9% der Befragten.

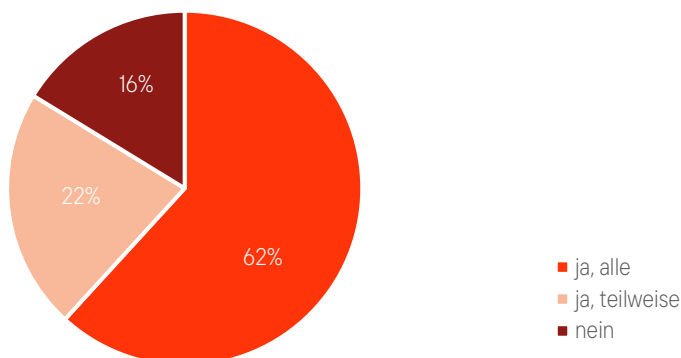
Wie gehen Sie mit Bewerberinnen und Bewerbern mit unzureichender Ausbildungsreife vor? (Mehrfachantworten zulässig; nur Unternehmen, die diese Bewerber einstellen, n=55)



Übernahme von Auszubildenden

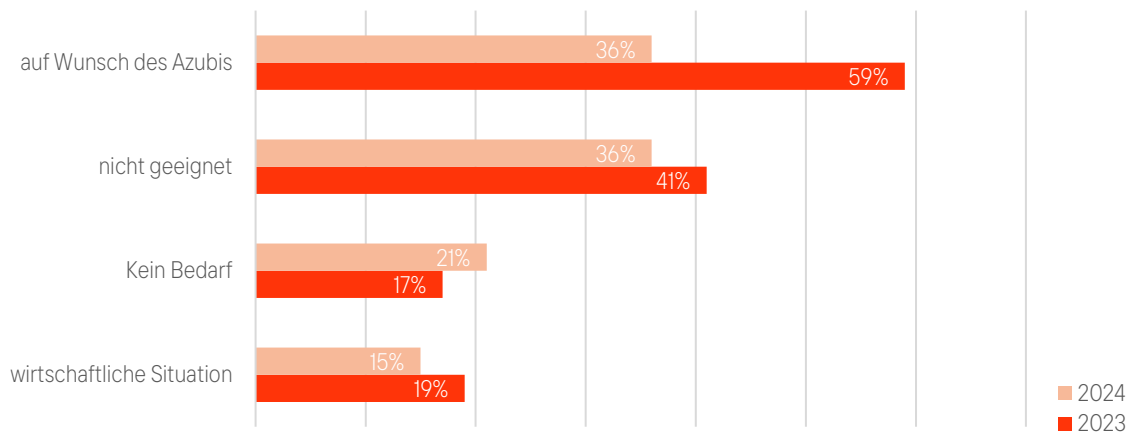
Der Anteil der Unternehmen, die alle ausgelernten Auszubildende übernommen haben, ist gegenüber dem Vorjahr um 8 Prozentpunkt auf 62% gestiegen. 16% haben keine Ausgelernten übernommen, 22% teilweise. Angesichts des Fachkräftemangels ist es erfreulich, dass der Anteil der Unternehmen, die Auszubildende übernommen haben, gestiegen ist.

Haben Sie 2023 Ihre ausgelernten Auszubildenden übernommen? (nur Unternehmen mit ausgelernten Auszubildenden, n=123)



Betrachtet man die Gründe, warum ausgebildete Azubis nicht übernommen wurden, dann zeigt sich gegenüber dem Vorjahr ein starker Rückgang um 23 Prozentpunkte bei „auf Wunsch des Azubis“. In der Kategorie „nicht geeignet“ gab es einen kleinen Rückgang um 5 Prozentpunkte. Der Anteil der Unternehmen, die keinen Bedarf an den selbst ausgebildeten Fachkräften haben, ist leicht auf 21% gestiegen. Dass mehr Ausgebildete im Ausbildungsbetrieb verbleiben, kann an attraktiven Arbeitsbedingungen und passgenauer Nachwuchsgewinnung liegen. Die wirtschaftliche Situation nannten nur 15% der Unternehmen als Grund.

Warum haben Sie Ihre ausgebildeten Auszubildenden nicht übernommen?
 (Mehrfachantworten zulässig; 2024: n=47, 2023: n=58)



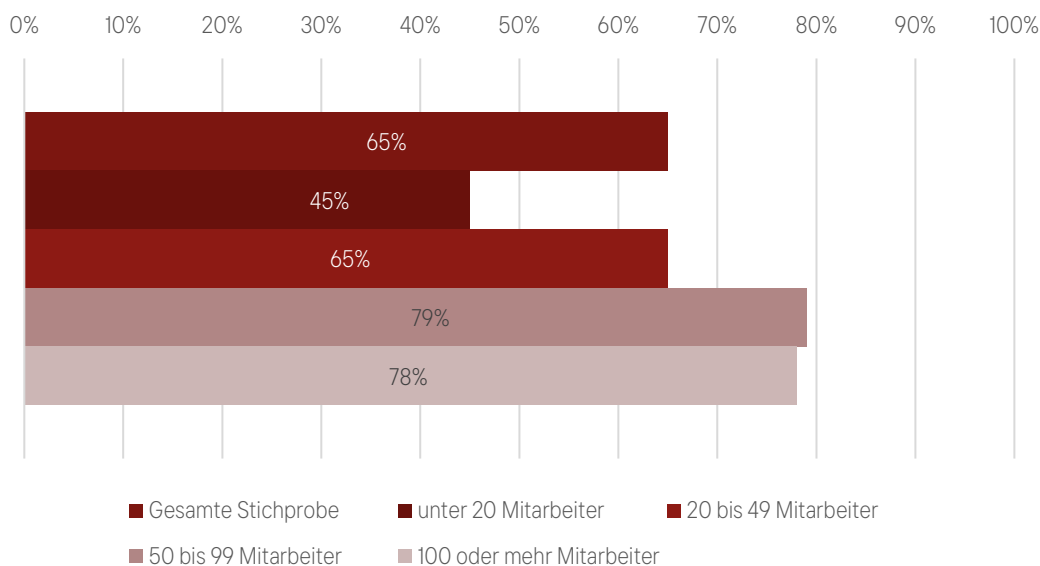
4 Fachkräftesituation

Zwei Drittel der befragten Unternehmen sind vom Fachkräftemangel betroffen. Die Generation der Baby-Boomer verabschiedet sich in den Ruhestand, doch wo findet man Ersatz? So sind 79% der befragten Unternehmen vom Fachkräftemangel durch das Ausscheiden von Mitarbeitern in den Ruhestand betroffen. Daher spielt die Aus- und Weiterbildung eine tragende Rolle, um den Fachkräftebedarf sicherzustellen.

Gründe und Auswirkungen des Fachkräftemangels

Der Anteil der befragten Unternehmen, die vom Fachkräftemangel betroffen sind, hat sich gegenüber dem Vorjahr kaum verändert und liegt weiterhin bei rund zwei Drittel. Es gab leichte Verschiebungen bei der Betrachtung nach Betriebsgrößen. Kleinere Betriebe mit weniger als 20 Mitarbeitern sind gegenüber 2023 betroffen, während Unternehmen ab 50 Mitarbeitern den Fachkräftemangel weniger spüren. Eine mögliche Ursache mag hier der durch Auftragsrückgänge gesunkene Bedarf an Fachkräften sein oder im entgegengesetzten Fall die Tatsache, dass größere Unternehmen meist bessere finanzielle Anreize bieten können.

Ist Ihr Unternehmen vom Fachkräftemangel betroffen? (nach Betriebsgröße; n=259)



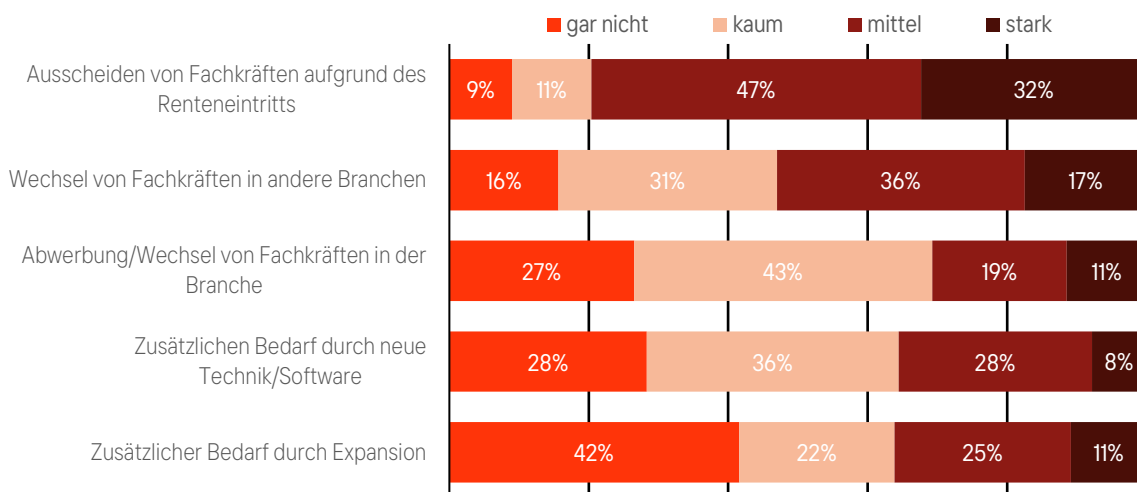
79% der befragten Unternehmen gaben an, durch das Ausscheiden von Mitarbeitern in die Rente stark oder mittelmäßig betroffen zu sein. Dies entspricht im Vorjahresvergleich einer leichten Steigerung von rund 3 Prozentpunkten. Dabei bezeichneten 32% der Befragten die Betroffenheit als stark und 47% als mittelmäßig. Bei der Betroffenheit durch Wechsel in andere Branchen oder Abwerbung innerhalb der Branche zeigen sich geringfügige Rückgänge gegenüber dem Vorjahr.

Dass nur 8% der Unternehmen durch den Einsatz neuer Technik/Software stark vom Fachkräftemangel betroffen sind, spricht für die passgenauen Ausbildungs- und Fortbildungsmöglichkeiten in der Branche.

Die fortschreitende Automatisierung, Vernetzung und der Einsatz künstlicher Intelligenz können dazu beitragen, den Bedarf an Fachkräften zu reduzieren. Allerdings werden weiterhin Fachkräfte benötigt, die Qualität beurteilen, Produktionsabläufe gestalten und

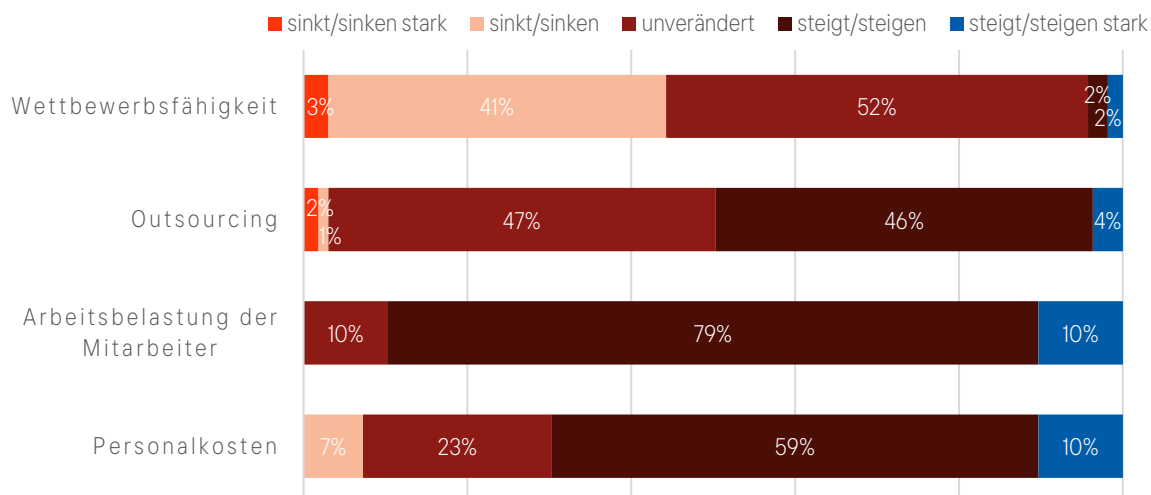
in Prozesse steuernd eingreifen können. Es bleibt aber weiterhin die drängendste Aufgabe, die in die Rente ausscheidenden Fachkräfte adäquat zu ersetzen.

Wie stark ist Ihr Unternehmen vom Fachkräftemangel betroffen durch...? (n=166)



Hinsichtlich der Auswirkungen des Fachkräftemangels auf die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zeigt sich eine ähnliche Tendenz im Vergleich zum Vorjahr. 52% der Befragten gaben an, dass sich die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens nicht verändert habe, während bei 4% eine Steigerung zu verzeichnen war. Demgegenüber steht eine Gruppe von 44%, bei der eine Verringerung der Wettbewerbsfähigkeit beobachtet wurde. Die These, dass Tätigkeiten aufgrund fehlender Fachkräfte outgesourct werden, wird von der Hälfte der Befragten bestätigt. Die deutlichsten Auswirkungen des Fachkräftemangels manifestieren sich in einer Zunahme der Arbeitsbelastung der Mitarbeiter. In 79% der befragten Unternehmen ist eine solche Zunahme zu beobachten, wobei in 10% dieser Unternehmen eine deutliche Intensivierung der Arbeitsbelastung zu verzeichnen ist. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich bei den höheren Personalkosten eine leichte Verschiebung von einer starken Zunahme zu einer moderaten Zunahme um 9%. Insgesamt bleibt der Anteil der Unternehmen mit steigenden Personalkosten jedoch unverändert bei 69%.

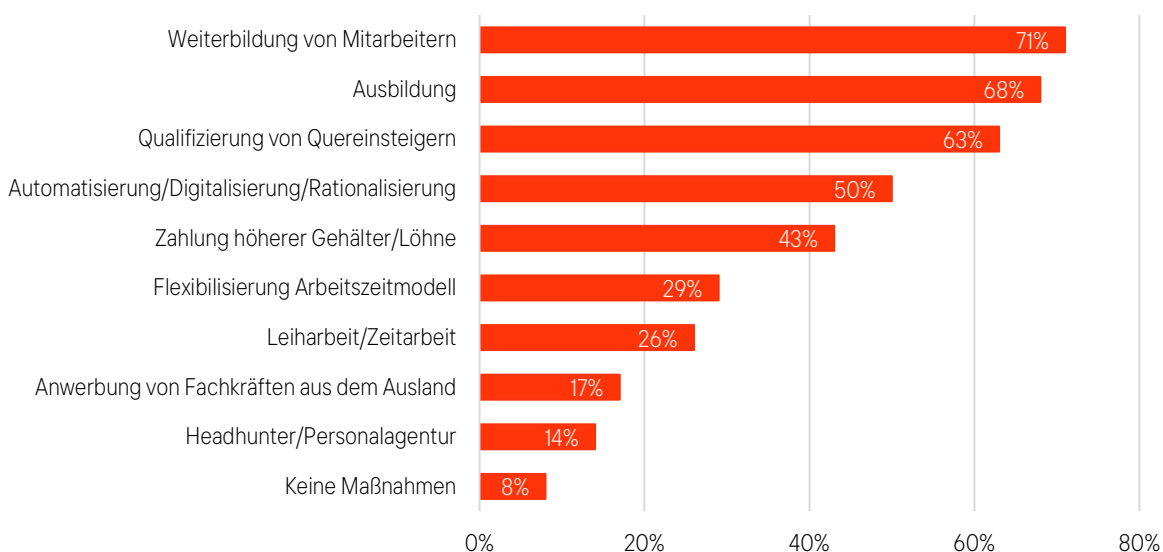
Wie wirkt sich der Fachkräftemangel auf Ihr Unternehmen aus? (n=165)



Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel

Weiterhin steht mit 71% die Weiterbildung der Mitarbeiter, um dem Fachkräftemangel entgegenwirken, an erster Stelle. Nur knapp dahinter wird von zwei Dritteln die Ausbildung genannt, gefolgt von der Qualifizierung von Quereinsteigern. Die Automatisierung/Rationalisierung ist gegenüber dem Vorjahr um 11 Prozentpunkte auf 54% gestiegen. 43% beugen durch Zahlung höherer Gehälter oder Löhne dem Verlust von Fachkräften vor, während knapp ein Drittel dies durch Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle versucht. Die Anwerbung von Fachkräften aus dem Ausland ist trotz neuer Regelungen und Bemühungen der Bundesregierung nur um 2 Prozentpunkte auf 17% gestiegen, während die Nutzung von Headhuntern/Personalagenturen um 5 Prozentpunkte auf 14% gesunken ist.

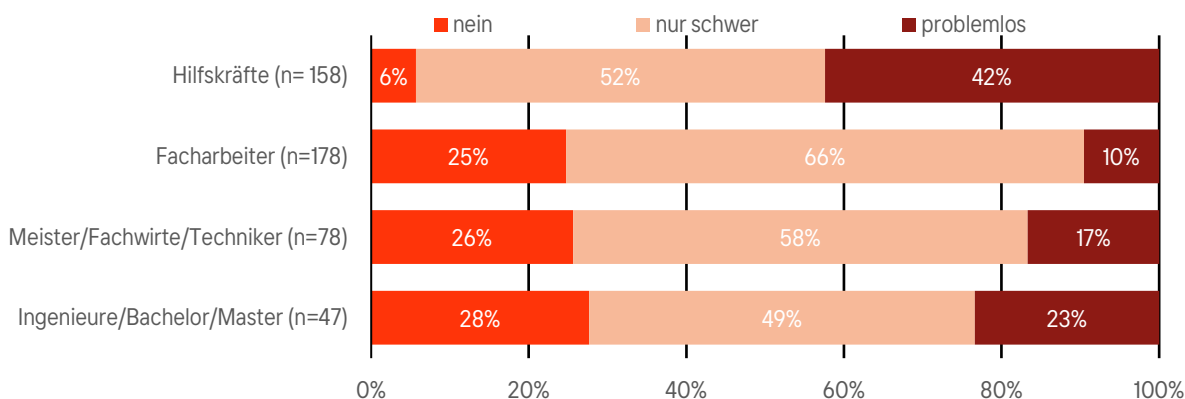
Mit welchen Maßnahmen versuchen Sie ihren Fachkräftebedarf zu decken?
(Mehrfachantworten zulässig; n=242)



Können offene Stellen besetzt werden?

Die Besetzung offener Stellen ist nach wie vor schwierig. Die Werte haben sich gegenüber dem Vorjahr kaum verändert. Zwar ist ein leichter Rückgang um 2 Prozentpunkte bei den nicht besetzten Facharbeiterstellen zu verzeichnen, aber auch hier gelingt eine problemlose Besetzung nur in 12% der Fälle. Wie in den Vorjahren zeigt sich, dass mit steigendem Qualifikationsniveau die Stellen häufiger nicht besetzt werden können.

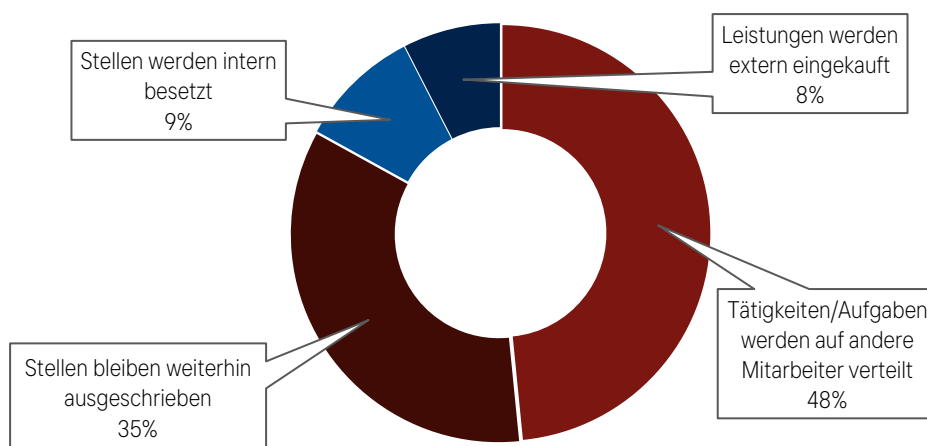
Konnten Sie Ihre offenen Stellen besetzen? (Nur Unternehmen, die Bedarf hatten)



Langfristig unbesetzte Stellen

Etwa 64% der Befragten gab an, von dem Problem langfristig unbesetzter Stellen betroffen zu sein. Dies entspricht einem Rückgang von rund fünf Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Obgleich eine konjunkturelle Schwächephase sowie die damit einhergehende Freisetzung von Arbeitskräften in den Jahren 2023 und 2024 zu verzeichnen waren, manifestiert sich in der aktuellen Befragung der in der Statistik erkennbare anhaltende Arbeits- und Fachkräftemangel. Die Tatsache, dass 65% der Unternehmen aktive Lösungsansätze verfolgen, um dauerhaft vakante Stellen zu kompensieren, lässt zudem den Schluss zu, dass sie nicht mit einer planbaren Veränderung der Verhältnisse rechnen und nach Alternativen suchen. In Bezug auf die Suche nach Lösungsansätzen lässt sich festhalten, dass 57% der Unternehmen auf interne Ressourcen zurückgreifen. Dazu zählen die Verteilung von Tätigkeiten auf andere Mitarbeiter (48%) sowie die interne Besetzung von langfristig ausgeschriebenen Stellen (9%). Lediglich 8% der Unternehmen neigen zu externen Ansätzen und kaufen die benötigten Leistungen bei externen Anbietern ein.

Wie gehen Sie mit Stellen um, die über einen längeren Zeitraum unbesetzt geblieben sind?
(nur Unternehmen mit langfristig unbesetzten Stellen, n=141)



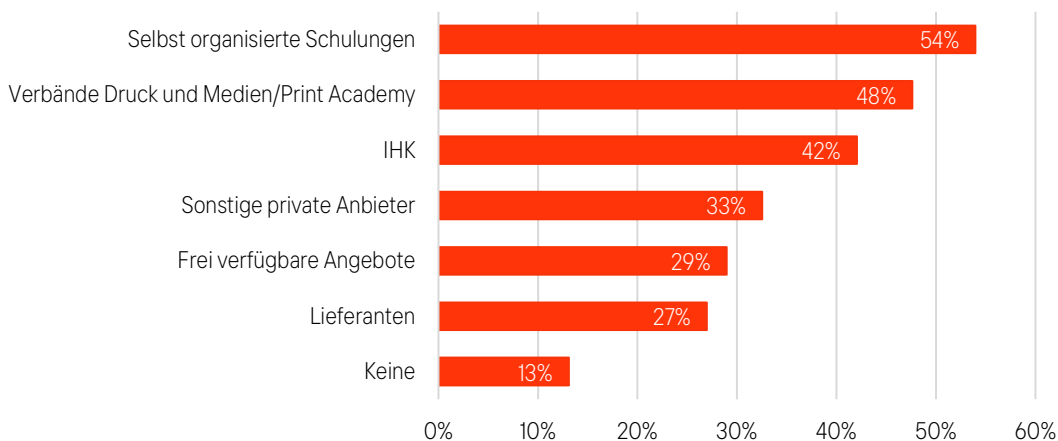
Anbieter für Mitarbeiterqualifikation

Wie im Vorjahr werden von über der Hälfte der befragten Unternehmen selbst organisierte Schulungen durchgeführt. Danach wird verstärkt auf das Angebot der Verbände Druck und Medien sowie der Print Academy zurückgegriffen (48%), gefolgt von Angeboten der IHKs (42%). Die Verteilung bei der Nutzung von privaten Schulungsanbietern, frei verfügbare Angebote und Schulungen von Lieferanten weist keine nennenswerte Änderung gegenüber dem Vorjahr aus. 13% gaben an, keine Schulungsmaßnahmen zu nutzen.

Fast alle Unternehmen, die Qualifizierungen durchführen, setzen auf die Angebote mehrerer Anbieter. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass jeder Anbieter meist auf bestimmte Themen spezialisiert ist. Aber auch andere Gründe spielen hierbei eine Rolle, beispielsweise Schulungstermine, Veranstaltungsort, Präsenz vs. Online und natürlich auch der Preis.

Um die Angebote der Akademien der Landesverbände sowie der Print Academy an den geforderten Bedürfnissen auszurichten, werden Anregungen zu Schulungsthemen gerne entgegengenommen. Hierbei werden auch die Hinweise aus den Erwartungen an die Verbände Druck- und Medien genutzt.

Welche Anbieter nutzen Sie für die Qualifizierung Ihrer Fachkräfte?
(Mehrfachantworten zulässig; n=252)



5 Erwartungen an die Verbandsarbeit

86 Teilnehmer haben die Chance genutzt, um uns ihre Erwartungen, Wünsche oder Anregungen mitzuteilen. Dabei werden weiterhin am häufigsten die Forderungen nach einer positiven Darstellung der Druck- und Medienwirtschaft, einer besseren Bekanntmachung der Ausbildungsberufe sowie mehr Unterstützung bei der Nachwuchsgewinnung genannt.

Auf der DRUPA 2024 startete die Kampagne [WE.LOVE.PRINT](#). Erstmals machen sich Organisationen und Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette im Schulterchluss für die Branche stark. In Zusammenarbeit mit dem Fachverband Medienproduktion, der Agentur HOTSUSHI, BERBERICH Papier und Konica Minolta Deutschland hat der BVDM eine Initiative gegründet, die die Stärken, die Unverzichtbarkeit und die Zukunftsorientierung der Branche aufzeigt und offensiv für sie wirbt. Damit diese Kampagne langfristig erfolgreich ist, sind alle Print-Liebhaber aufgefordert, sich daran zu beteiligen.

Der BVDM vertritt die Positionen und Ziele der Druck- und Medienwirtschaft gegenüber Politik, Verwaltung, Gewerkschaften und Zulieferern. So hat der BVDM entscheidend mit seiner Stellungnahme an die Bundesregierung dazu beigetragen, dass die Entwaldungsverordnung (EUDR) um ein Jahr verschoben wurde. Auch wurde sofort öffentlich der Aussage widersprochen, dass die Druckindustrie nicht in der Lage sei, rechtzeitig die Wahlscheine für die vorgezogene Bundestagswahl zu produzieren. Mit eigenen Kampagnen, die auch von den Unternehmen genutzt werden können, klärt der Verband weiter über die Nachhaltigkeit der Branche auf und informiert über die Vielfalt der Druckprodukte. Mit einem Newsletter und Aktivitäten in Social Media verbreitet der Verband seine Positionen weit über den Kreis der Mitgliedsunternehmen hinaus.

Für die Nachwuchskräftegewinnung werden über die Verbände neue Formate getestet. So wurde im letzten Jahr in dem Projekt hochDRUCK der Influencer [Rene Schmock](#) eingesetzt. Dabei konnte die Zielgruppe sehr gut erreicht werden, jedoch bleibt die Herausforderung der passgenauen Besetzung bestehen. Diese wichtigen Erfahrungen, wie unsere Zielgruppe für die Ausbildung in den Druck- und Medienberufen angesprochen werden kann, werden in die zukünftigen Projekte einfließen. Neben der allgemeinen Bekanntmachung der Berufe suchen die Verbände auch den direkten Kontakt zu den Jugendlichen, indem sie auf Berufsinformationstagen vertreten sind und an Berufsinformationstagen von Schulen oder Kammern mitwirken. Für Berufsberaterinnen und -berater der Bundesagentur für Arbeit wurde in Mitgliedsunternehmen die Vielfalt und Attraktivität der Druck- und Medienberufe vorgestellt. Diese Aktivitäten sollen weiter ausgebaut und kontinuierlich fortgeführt werden. Und natürlich unterstützen Sie die Verbände direkt bei der Nachwuchskräftegewinnung durch frei verfügbares Informationsmaterial in Print und Digital, die neue [Azubi- und Praktikumsbörse](#) oder natürlich gerne auch individuell im direkten Austausch. Zögern Sie bitte nicht, sich an Ihren Verband zu wenden.

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

Vielen Dank für die Anregungen, die uns sehr weiterhelfen, unsere Angebote und Unterstützungsleistungen zu verbessern. Danke auch für das Lob und die motivierenden Kommentare.

Linksammlung

Assistierte Ausbildung (AsA flex):

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

Azubi- und Praktikumsbörse der Verbände:

<https://www.bvdm-online.de/info-center/azubi-und-praktikumsboerse>

Bundesagentur für Arbeit, Fachstatistik Ausbildungsmarkt:

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

Einstiegsqualifizierung:

<https://www.bvdm-online.de/bvdm/branchenportal/ausbildung-weiterbildung/ausbildung/einstiegsqualifizierung>

Initiative WE.LOVE.PRINT: <https://www.we-love-print.org/>

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

Nachwuchsvideo Rene Schmock: <https://www.teammedien.de/aktuelles/wie-wird-ein-comic-gedruckt/>

Print Academy: <https://print-academy.de/>

Statistik Berufsausbildung und Fortbildung Druck und Medien 2023/24 des ZFA:

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

Impressum

Autor:

Frank Fischer, BVDM

Befragung zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2024

Dezember 2024

Herausgeber:

Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM)

Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin, www.bvdm-online.de

© 2024, Bundesverband Druck und Medien e.V. (BVDM), Berlin

Das Werk einschließlich seiner Einzelbeiträge und Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des BVDM unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.