

Ausbildungsplatz-Mangel in MV: Betriebe kämpfen um geeignete Bewerber

In MV bleiben viele Ausbildungsplätze unbesetzt. Gründe sind der Mangel an geeigneten Bewerbern und falsche Social-Media-Strategien.

In Mecklenburg-Vorpommern stehen Unternehmen vor einer ernststen Herausforderung: sie können ihre Ausbildungsplätze nicht besetzen. Ein Bericht der Industrie- und Handelskammern in MV zur Ausbildungsumfrage der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) für 2023 zeigt alarmierende Statistiken und ein steigendes Problem.

Aktuelle Erhebungen zeigen, dass 43 Prozent der Ausbildungsbetriebe im Nordosten Deutschlands im Jahr 2023 nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzen konnten. Dies bedeutet einen Rückgang von acht Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Diese Situation ist besonders besorgniserregend, da der Mangel an geeigneten Bewerbern als Hauptursache zitiert wird.

Mangel an geeigneten Bewerbern

„62 Prozent der Betriebe in Mecklenburg-Vorpommern sehen fehlende geeignete Bewerbungen als das größte Hindernis“, berichtet Torsten Haasch, Hauptgeschäftsführer der IHK Neubrandenburg. Diese Zahl ist um 13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Dies deutet darauf hin, dass die Herausforderungen in der Ausbildung nicht einfach von selbst verschwinden werden. Trotz der Tatsache, dass 4200

Schulabgänger im Nordosten in diesem Jahr eine Ausbildung in einem IHK-Unternehmen aufgenommen haben, bleiben viele Stellen unbesetzt. Allein im Kammerbezirk Neubrandenburg sind aktuell noch rund 1100 Ausbildungsplätze offen.

Die Konkurrenz um zukünftige Fachkräfte wächst. Um diesem Mangel entgegenzuwirken, haben einige Unternehmen begonnen, auch lernschwächeren Bewerbern eine Chance zu geben. Sie erfassen spezielle Nachhilfeprogramme, um diese Hürden zu überwinden und die Integration neuer Auszubildender zu erleichtern.

Sinkende Bewerbungszahlen beunruhigen Unternehmen

Besonders auffällig ist die Tatsache, dass im Jahr 2022 ungefähr 43 Prozent der Betriebe, die ihre Stellen nicht besetzen konnten, überhaupt keine einzige Bewerbung erhalten haben. Diese Daten sind alarmierend und zeigen deutlich, dass ein direkter Dialog zwischen Ausbildungsbetrieben und potenziellen Auszubildenden dringend nötig ist.

Haasch unterstreicht, dass die Schulen mittlerweile mehr Wert auf Berufsorientierung legen, was den Schülern helfen könnte, die richtigen Entscheidungen bei der Berufswahl zu treffen. Insbesondere Betriebspraktika können eine wichtige Rolle spielen, um den Schülern praktische Einblicke zu bieten und so das Interesse an bestimmten Berufsfeldern zu wecken.

Ein weiterer Punkt, der zur Thematik beiträgt, ist die Nutzung von Social-Media-Kanälen für Azubi-Werbung. Unternehmen setzen größtenteils noch auf Facebook, während jüngere Zielgruppen vielmehr auf Plattformen wie TikTok und YouTube aktiv sind. „Hier wird eine goldene Gelegenheit verpasst, direkt mit jungen Leuten zu kommunizieren“, fährt Haasch fort.

Das Problem ist offensichtlich und sowohl Ausbildungsbetriebe als auch Schulen müssen ihre Strategien überdenken, um den

Nachwuchs für die berufliche Ausbildung zu gewinnen und die Lücken in den Lehrstellen zu schließen. Bis die Situation sich verbessert, bleibt die Unsicherheit weiterhin bestehen.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)