

Policy Brief



Handelsblatt

Wirtschaft und Aufstieg – eine Umfrage zur Förderung von sozialen Aufstiegschancen durch Unternehmen in Deutschland

Nach den Berechnungen der Bundesagentur für Arbeit werden aufgrund des demografischen Wandels bis zum Jahr 2025 rund 6,5 Millionen weniger erwerbsfähige Personen zur Verfügung stehen als heute.¹ Um diese Lücke zu schließen, braucht die Wirtschaft nicht nur eine höhere Zuwanderung aus dem Ausland, sondern auch eine bessere Ausschöpfung des bestehenden Fachkräftepotenzials in Deutschland. Das heißt, wir müssen mehr Menschen in Deutschland besser ausbilden und sie in qualifiziertere Beschäftigungsverhältnisse bringen. Eine der größten Hürden dabei ist, dass in Deutschland der Erfolg eines Menschen in Schule, Ausbildung und Beruf besonders stark von seinem Elternhaus bzw. seiner sozialen Herkunft abhängt.² Die Menschen starten ihren Lebensweg also mit sehr ungleich verteilten Chancen, und das Bildungssystem allein schafft es offensichtlich nicht, diese auszugleichen. Die öffentliche Debatte um dieses Problem konzentriert sich bisher jedoch vor allem auf die Politik. Dabei könnte und sollte auch die Wirtschaft einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die Bildungs- und Aufstiegschancen der Menschen in Deutschland aktiv zu fördern, um den Fachkräftemangel zu bekämpfen und zugleich die wirtschaftlichen Zukunftsaussichten der Unternehmen zu verbessern.

Die stiftung neue verantwortung und die Vodafone Stiftung Deutschland haben deshalb in Kooperation mit dem „Handelsblatt“ zu diesem Thema im Zeitraum von Juli bis Oktober 2012 eine Onlineumfrage durchgeführt, an der rund 600 Personen aus Unternehmen aller Branchen, Größen und Regionen in Deutschland teilgenommen haben. Es handelt sich dabei nicht um eine wissenschaftliche Untersuchung, die ein repräsentatives Bild der gesamten deutschen Wirtschaft zeichnen kann, sondern vielmehr um eine Pilotstudie, um einen ersten Überblick über aktuelle Einstellungen und Aktivitäten zur Förderung der Bildungs- und Aufstiegschancen durch Unternehmen zu gewinnen. Der Überblick bezieht sich auf drei relevante Phasen im Lebensverlauf eines Menschen: Phase I – Vor dem Berufseinstieg; Phase II – Am Übergang in den Beruf; Phase III – Während der Berufstätigkeit.³

1) Phase I – Förderung der sozialen Aufstiegschancen vor dem Berufseinstieg: Unternehmen engagieren sich nur selten an Haupt- bzw. Sekundar- und Realschulen, um die Schüler bereits während der Schulzeit auf den Beruf vorzubereiten.

■ Laut dem Berufsbildungsbericht 2012 konnten im vergangenen Jahr fast 300 000 Schulabgänger⁴ keine Lehrstelle finden, sondern kamen in den staatlich geförderten Übergangsbereich (die meisten von ihnen hatten einen Haupt- oder Realschulabschluss)⁵ – zusätzlich zu den über 170 000 sogenannten Altbewerbern.⁶ In diesem Jahr ist die Zahl der unversorgten Bewerber im Vergleich zum Vorjahr sogar um 38,2 Prozent angestiegen.⁷ Zugleich beklagen jedoch viele Unternehmen, dass sie ihre Ausbildungsplätze nicht besetzen können und benennen, so die große DIHK-Unternehmensbefragung „Ausbil-

Sebastian Gallander
Fellow

dung 2012“, als größtes Ausbildungshemmnis die „mangelnde Ausbildungsreife“, gefolgt von den „unklaren Berufsvorstellungen vieler Schulabgänger“.⁸

- Unternehmen können indes direkt auf die Haupt- bzw. Sekundar- und Realschulen zugehen, um die Schüler bereits während der Schulzeit auf den Beruf vorzubereiten, beispielsweise durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote und Mentoren-Programme. Hierzu gibt es ja bereits eine Reihe von sehr engagierten Projekten aus der Unternehmenswelt.
- Die hier vorliegende Umfrage legt jedoch die Vermutung nahe, dass diese Projekte bisher eher die Ausnahme als die Regel sind: Zwei Drittel der Befragten schätzen das Engagement ihres Unternehmens an Haupt- und Realschulen als „geringfügig“ oder „gar nicht“ vorhanden ein (siehe Grafik rechts).

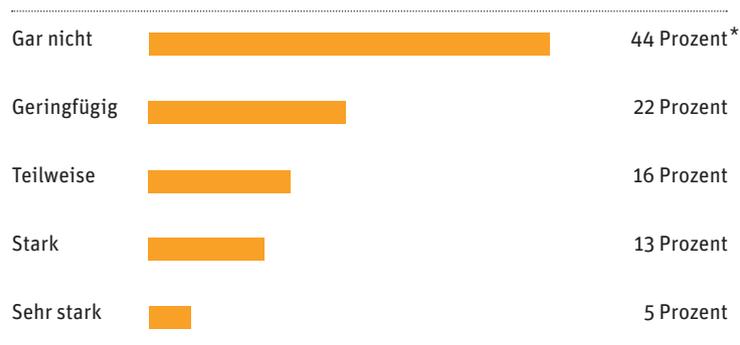
2) Phase II – Förderung der sozialen Aufstiegschancen am Übergang in den Beruf: In Unternehmen zählen vor allem Bildungszertifikate bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden.

- Laut dem Bildungsbericht 2012 verlassen mehr als 6 Prozent aller Jugendlichen die Schule ohne Abschluss.⁹ Aber auch diejenigen, die einen Haupt- oder Mittleren Schulabschluss vorweisen können, haben es immer schwerer, überhaupt eine Lehrstelle zu finden, denn – so eine aktuelle Untersuchung des Zentrums für Europäische Sozialforschung an der Universität Mannheim – in vielen Ausbildungsberufen wird das Abitur zur Standardvoraussetzung.¹⁰ Unternehmen halten Jugendliche, die auf der Hauptschule waren oder gar keinen Schulabschluss haben, überwiegend für verhältnismäßig schlecht qualifiziert und unmotiviert, so eine repräsentative Umfrage unter deutschen Unternehmen, die das Institut der deutschen Wirtschaft Köln im Auftrag des Bundeswirtschafts-

Aktivität des Unternehmens an Haupt- bzw. Realschulen

(Ist-Zustand)

Häufig wird die mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger beklagt. Deshalb wird den Unternehmen nun teilweise geraten, direkt an die Haupt- und Realschulen zu gehen, um die Schüler bereits während der Schule auf den Beruf vorzubereiten, z. B. durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote und Mentoren-Programme. Ist Ihr Unternehmen in diesem Bereich aktiv?



* Zur Verdeutlichung wurden alle statistischen Werte gerundet. Die Summe kann deshalb geringfügig von 100 abweichen

ministeriums durchgeführt hat. Dagegen, so die Studie weiter, beurteilen Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit solchen Jugendlichen gemacht haben, diese Jugendlichen deutlich positiver.¹¹

- Für Unternehmen sind Abschlüsse und Zeugnisse also zwar sicher ein wichtiges und richtiges Entscheidungskriterium bei der Personalauswahl, aber Unternehmen können eben auch vielen Menschen den Berufseinstieg (und somit den sozialen Aufstieg) erleichtern und sich selbst zugleich einen möglichst großen Zustrom neuer Arbeitskräfte offenhalten, wenn sie nicht zu strikt auf Bildungszertifikate fokussieren.
- Genau das scheinen sie aber zu tun: Jedenfalls sagten insgesamt 60 Prozent der Umfrage-Teilnehmer, in ihrem Unternehmen sei die Konzentration auf Bildungszertifikate „stark“ oder „sehr stark“ ausgeprägt, bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden

zählten also in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse (siehe Grafik rechts).

3) Phase III – Förderung der sozialen Aufstiegschancen während der Berufstätigkeit: Die Förderung der Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, durch Unternehmen ist nicht sehr weit verbreitet.

- Die neuesten Zahlen des Statistischen Bundesamts zeigen: Mehr als 21 Millionen Erwerbstätige in Deutschland haben „nur“ eine Berufsausbildung absolviert. Fast 7 Millionen verfügen über gar keinen beruflichen Abschluss.¹² Die gezielte Fortbildung und Qualifikation könnte nicht nur vielen dieser Beschäftigten eine berufliche Weiterentwicklung und somit einen sozialen Aufstieg ermöglichen, sondern zugleich auch die Wertschöpfung ihres Unternehmens steigern.

- Gerade die weniger qualifizierten Beschäftigten weisen jedoch eine sehr geringe Weiterbildungsquote auf: Laut dem Bildungsbericht 2012 war die Weiterbildungsteilnahme von Personen mit niedrigem allgemeinbildenden Abschluss zuletzt nur etwa halb so hoch wie bei Personen mit Hoch- und Fachhochschulreife; besonders ausgeprägt seien diese Unterschiede zwischen den Bildungsstufen bei der betrieblichen Weiterbildung.¹³ Dabei sind sich, laut einer großen DIHK-Umfrage, nahezu 100 Prozent der Unternehmen der Bedeutung der Weiterbildung grundsätzlich bewusst.¹⁴ Daraus ergibt sich die Frage, ob die Unternehmen die Weiterbildung der weniger qualifizierten Mitarbeiter dann auch ausreichend fördern.

- Die Umfrage legt jedenfalls die Vermutung nahe, dass dies bisher nicht sehr weit verbreitet ist: Rund 39 Prozent der Befragten geben an, dass die Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, in ihrem Unternehmen „gar nicht“ oder nur „geringfügig“ gefördert wird; in rund 33 Prozent der Fälle ist dies ledig-

Bedeutung von Bildungszertifikaten bei Neueinstellungen im Unternehmen (Ist-Zustand)

Bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden zählen in Deutschland in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse. Ist dies auch in Ihrem Unternehmen ausgeprägt?



* Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

Weiterbildung von Nichtakademikern im Unternehmen (Ist-Zustand)

Wird in Ihrem Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern gefördert, die nicht studiert haben?



* Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

lich „teilweise“ der Fall; und nur knapp 29 Prozent der Umfrage-Teilnehmer bescheinigen ihrem Unternehmen eine „starke“ oder „sehr starke“ Förderung der Weiterbildung von Nichtakademikern.

4) Die Förderung der sozialen Aufstiegschancen durch Unternehmen ist insgesamt nicht sehr stark ausgeprägt; wenn, dann jedoch am stärksten im Gesundheits- und Pflegebereich, in der Industrie sowie in Großunternehmen und Kleinstbetrieben.

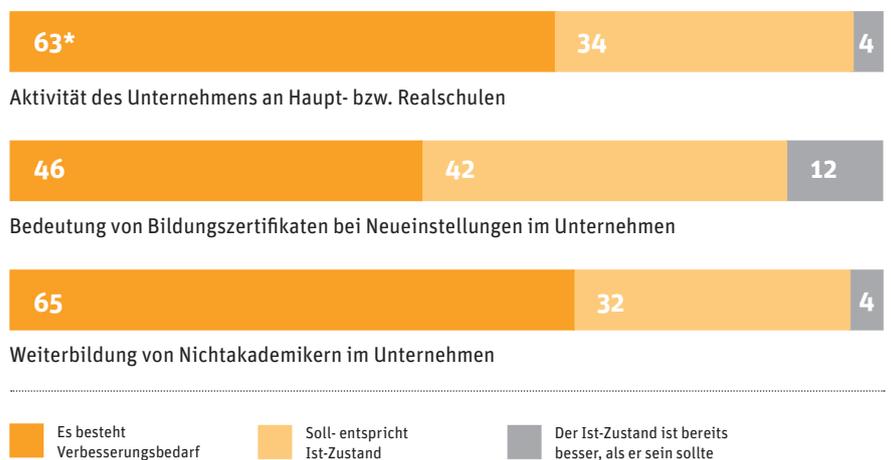
Vergleicht man die Antworten der Befragten über alle drei Phasen hinweg, so zeigt sich, dass die Förderung der sozialen Aufstiegschancen durch Unternehmen in Deutschland insgesamt nicht sehr stark ausgeprägt zu sein scheint. Deshalb lässt sich auch nicht pauschal eine Region, Unternehmensgröße oder Branche bestimmen, in der die Situation alles in allem eindeutig „am schlechtesten“ ist. Ziel der Untersuchung war es ja auch vielmehr, die Bereiche der Wirtschaft zu erkennen, in denen die Förderung der Bildungs- und Aufstiegschancen durch Unternehmen vergleichsweise hoch ist. Regionalspezifische Besonderheiten lassen sich nicht erkennen. Dagegen scheinen sich jedoch in den Bereichen „Branchen“ und „Unternehmensgrößen“ je zwei Spitzenreiter abzuzeichnen: die Gesundheits- und Pflegebranche sowie die Industrie und – in der Kategorie „Unternehmensgröße“ – die Großunternehmen mit über 5000 Mitarbeitern und die Kleinstbetriebe mit bis zu 10 Mitarbeitern.

5) In den Unternehmen selbst wird großer Verbesserungsbedarf bei der Förderung der Bildungs- und Aufstiegschancen gesehen.

Insgesamt bewertet ein großer Teil der Befragten die Förderung der sozialen Aufstiegschancen in ihrem Unternehmen schlechter, als sie ihrer Meinung nach sein sollte. Bei der Frage nach der „Bedeutung von Bildungszertifikaten bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden“ lässt sich zwar auch bei vielen der Befragten Zufriedenheit mit dem Status quo in ihrem Unternehmen feststellen. Bei den beiden anderen Fragen jedoch zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen Ist- und Soll-Zustand:

Sowohl bei der Frage nach dem Engagement der Unternehmen für die Schulen als auch bei der Frage nach der Förderung der Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, sehen etwa zwei Drittel der Befragten Verbesserungsbedarf in ihren Unternehmen, und lediglich ein Drittel zeigt sich mit der Situation zufrieden.

Zufriedenheit mit dem Status quo im Unternehmen (Soll-Ist-Differenz)



* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

Das Fazit

Die hier beschriebenen Ergebnisse der Umfrage vermitteln einen ersten Überblick über aktuelle Einstellungen zur Förderung von Bildungs- und Aufstiegschancen in Unternehmen in Deutschland.

Eine Interpretation dieser Ergebnisse führt zu der Empfehlung, Unternehmen aus den Bereichen zu identifizieren, die in der Umfrage besonders positiv aufgefallen sind:

- Unternehmen des Gesundheits- und Pflegebereichs,
- Unternehmen der Industrie,

- Großunternehmen mit mehr als 5000 Mitarbeitern,
- Kleinstbetriebe mit bis zu 10 Mitarbeitern.

Diese Unternehmen sollten durch vertiefende Fallstudien genauer analysiert werden, um ihre konkreten Vorgehensweisen und multiplizierbare Ansätze zu erkennen.

Auf dieser Basis sollten dann differenzierte und praxisnahe Handlungsempfehlungen für Unternehmen entwickelt werden – insbesondere für ein größeres Engagement an Haupt- bzw. Sekundar- und Realschulen sowie für eine stärkere Förderung der Weiterbildung auch von Nicht-akademikern im Unternehmen.

Dies soll vor allem den bisher weniger aktiven Unternehmen dabei helfen, künftig einen stärkeren Beitrag zur Verbesserung der sozialen Aufstiegschancen und zur Fachkräftesicherung in Deutschland zu leisten.

Inhaltsverzeichnis

1 Hintergrund und Fragestellung	7
2 Methode und Stichprobe	9
3 Ergebnisse	12
3.1 Phase I: Vor dem Berufseinstieg	12
3.1.1 Ist-Zustand: Gesamtüberblick	12
3.1.2 Ist-Zustand, differenziert nach Branchen	13
3.1.3 Ist-Zustand, differenziert nach Unternehmensgrößen	14
3.1.4 Ist-Zustand, differenziert nach Regionen	15
3.1.5 Soll-Ist-Vergleich	16
3.2 Phase II: Am Übergang in den Beruf	18
3.2.1 Ist-Zustand: Gesamtüberblick	18
3.2.2 Ist-Zustand, differenziert nach Branchen	19
3.2.3 Ist-Zustand, differenziert nach Unternehmensgrößen	20
3.2.4 Ist-Zustand, differenziert nach Regionen	21
3.2.5 Soll-Ist-Vergleich	22
3.3 Phase III: Während der Berufstätigkeit	24
3.3.1 Ist-Zustand: Gesamtüberblick	24
3.3.2 Ist-Zustand, differenziert nach Branchen	25
3.3.3 Ist-Zustand, differenziert nach Unternehmensgrößen	26
3.3.4 Ist-Zustand, differenziert nach Regionen	27
3.3.5 Soll-Ist-Vergleich	28
3.4 Übergreifender Vergleich	30
3.4.1 Phasenübergreifender Vergleich der Branchen, Unternehmensgrößen und Regionen	30
3.4.2 Vergleich der Soll-Ist-Differenzen der Befragten in den drei Phasen	31
4 Fazit	31
Anhang: Endnoten, Literatur und Fragebogen	32–34

1 Hintergrund und Fragestellung

Nach den Berechnungen der Bundesagentur für Arbeit werden aufgrund des demografischen Wandels bis zum Jahr 2025 rund 6,5 Millionen weniger erwerbsfähige Personen zur Verfügung stehen als heute.¹⁵ Um diese Lücke zu schließen, braucht die Wirtschaft nicht nur eine höhere Zuwanderung aus dem Ausland, sondern auch eine bessere Ausschöpfung des bestehenden Fachkräftepotenzials in Deutschland. Das heißt, wir müssen mehr Menschen in Deutschland besser ausbilden und sie in qualifiziertere Beschäftigungsverhältnisse bringen. Eine der größten Hürden dabei ist, dass in Deutschland der Erfolg eines Menschen in Schule, Ausbildung und Beruf besonders stark von seinem Elternhaus bzw. seiner sozialen Herkunft abhängt: „Durch internationale Leistungsstudien sowie nationale Surveys ist hinreichend belegt“, so der Bildungsbericht 2012, „dass in Deutschland nach wie vor ein enger Zusammenhang zwischen Herkunftsmerkmalen, Bildungsbeileiligung sowie Kompetenz- und Zertifikatserwerb besteht.“¹⁶

Auch eine Expertise aus dem Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, die die aktuelle Forschungsliteratur zu diesem Thema ausgewertet hat, betont, dass in kaum einem anderen industrialisierten Land die Chancen auf sozialen Aufstieg so ungleich verteilt sind wie in Deutschland. Während in der Nachkriegszeit noch besonders viele Menschen einen sozialen Aufstieg schafften, gibt es heute deutlich mehr soziale Abstiege als früher, und gerade für die Menschen am unteren Rand der Gesellschaft ist es besonders schwierig geworden, aufzusteigen.¹⁷

Schließlich hat sogar die OECD in ihrer neuesten Bildungsstudie vom September 2012 darauf hingewiesen, dass in den meisten OECD-Ländern die intergenerationale Bildungsmobilität nach oben hin stärker ausgeprägt sei als nach unten, Deutschland jedoch eines der wenigen Länder sei, die hier eine Ausnahme bilden. Mit anderen

Worten: In den meisten Industriestaaten erreichen mehr junge Erwachsene ein höheres als ein geringeres Bildungsniveau im Vergleich zu ihren Eltern. In Deutschland ist dies jedoch nicht der Fall: Der Anteil der 25- bis 34-Jährigen, die nicht mehr an Bildung teilnehmen, denen es gelungen ist, ein höheres Bildungsniveau zu erreichen als ihre Eltern, beträgt hier 20 Prozent. Im OECD-Durchschnitt sind es 37 Prozent. Der Anteil von Personen dieser Altersgruppe, die ihre Ausbildung mit einem niedrigeren Niveau abgeschlossen haben als ihre Eltern, beträgt in Deutschland 22 Prozent und im OECD-Durchschnitt 13 Prozent.¹⁸

Die öffentliche Debatte um die Lösung des Problems der ungleich verteilten Bildungs- und Aufstiegschancen konzentriert sich bisher jedoch vor allem auf die Politik und kaum auf die Wirtschaft. Dabei könnte und sollte auch die Wirtschaft einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die Bildungs- und Aufstiegschancen der Menschen in Deutschland aktiv zu fördern, um so den Fachkräftemangel zu bekämpfen und zugleich die wirtschaftlichen Zukunftsaussichten der Unternehmen zu verbessern.

Ziel dieser Umfrage ist es, herauszufinden, wie stark derlei Bemühungen in den deutschen Unternehmen bereits verbreitet sind. Hierfür wurden drei Phasen im Lebensverlauf eines Menschen definiert, in denen Unternehmen die sozialen Aufstiegschancen fördern können:

- *Phase I – Vor dem Berufseinstieg:* Laut dem Berufsbildungsbericht 2012 konnten im vergangenen Jahr fast 300 000 Schulabgänger keine Lehrstelle finden, sondern kamen in den staatlich geförderten Übergangsbereich (die meisten von ihnen hatten einen Haupt- oder Realschulabschluss)¹⁹ – zusätzlich zu den über 170 000 Altbewerbern. In diesem Jahr ist die Zahl der unversorgten Bewerber im Vergleich zum Vorjahr sogar um 38,2 Prozent angestiegen.²⁰ Hinzu kommt, dass mehr als 20 Prozent der

Jugendlichen, die eine Ausbildung beginnen, diese dann vorzeitig abbrechen.²¹ Zugleich beklagen jedoch viele Unternehmen, dass sie ihre Ausbildungsplätze nicht besetzen können, und benennen, so die große DIHK-Unternehmensbefragung „Ausbildung 2012“, als größtes Ausbildungshemmnis die „mangelnde Ausbildungsreife“, gefolgt von den „unklaren Berufsvorstellungen vieler Schulabgänger“.²² Wenn aber nun die Unternehmen vermehrt selbst direkt auf die Haupt- und Realschulen zugehen würden, um die Schüler bereits während der Schulzeit auf den Beruf vorzubereiten, etwa durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote und Mentoren-Programme, dann könnten sie nicht nur die Chancen dieser Schüler auf einen Ausbildungsplatz erhöhen und somit die Grundlage für deren beruflichen und sozialen Aufstieg legen, sondern die Unternehmen könnten dadurch auch ihre eigenen Nachwuchsprobleme angehen. Hierfür gibt es bereits eine Reihe von erfolgreichen Projekten aus der Unternehmenswelt. Um herauszufinden, wie stark dies insgesamt verbreitet ist, wird in der Umfrage ermittelt, ob das Unternehmen in diesem Bereich aktiv ist.

- *Phase II – Am Übergang in den Beruf:* Laut dem Bildungsbericht 2012 verlassen mehr als 6 Prozent aller Jugendlichen die Schule ohne Abschluss.²³ Aber auch diejenigen, die einen Haupt- oder Mittleren Schulabschluss vorweisen können, haben es immer schwerer, überhaupt eine Lehrstelle zu finden, denn, so eine aktuelle Untersuchung des Zentrums für Europäische Sozialforschung an der Universität Mannheim, in vielen Ausbildungsberufen wird das Abitur zur Standardvoraussetzung.²⁴ Die Mehrheit der Betriebe hat zwar bereits Probleme, Auszubildende zu finden, ist zugleich jedoch nicht bereit, die Anforderungen an die schulischen Qualifikationen der Bewerber zu

senken, so eine große Unternehmensbefragung des Bundeswirtschaftsministeriums aus dem Jahr 2012.²⁵ Unternehmen halten Jugendliche, die eine Hauptschule besucht oder gar keinen Schulabschluss erlangt haben, überwiegend für verhältnismäßig schlecht qualifiziert und unmotiviert, so eine repräsentative Umfrage unter deutschen Unternehmen, die das Institut der deutschen Wirtschaft Köln im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums durchgeführt hat. Dagegen, so die Studie weiter, beurteilen Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit solchen Jugendlichen gemacht haben, diese Jugendlichen deutlich positiver.²⁶ Für Unternehmen sind Abschlüsse und Zeugnisse also zwar ein wichtiges und in vielerlei Hinsicht sicherlich angemessenes Entscheidungskriterium bei der Personalauswahl. Es stellt sich jedoch die Frage, ob diese Zertifikatsorientierung in allen Fällen angemessen ist. Durch eine grundsätzlich größere Offenheit für untypische Bewerber und auf persönliche Eignung abzielende Einstellungstests könnten Unternehmen vielen Menschen den Berufseinstieg und somit den sozialen Aufstieg erleichtern und sich selbst zugleich einen möglicherweise großen Zustrom neuer Arbeitskräfte offenhalten. Es wurde in der vorliegenden Umfrage daher ermittelt, wie ausgeprägt die Orientierung auf Abschlüsse und Zeugnisse bei der Personalauswahl im eigenen Unternehmen ist.

- *Phase III – Während der Berufstätigkeit:* Die neuesten Zahlen des Statistischen Bundesamts zeigen: Mehr als 21 Millionen Erwerbstätige in Deutschland haben „nur“ eine Berufsausbildung absolviert. Fast 7 Millionen verfügen über gar keinen beruflichen Abschluss.²⁷ Eine gezielte Fortbildung und Qualifikation könnte nicht nur vielen von diesen Beschäftigten eine berufliche Weiterentwicklung und somit einen sozialen Aufstieg ermöglichen, sondern zugleich die Wertschöpfung ihrer Unternehmen steigern.

Gerade die weniger qualifizierten Beschäftigten weisen jedoch eine sehr geringe Weiterbildungsquote auf: Laut dem Bildungsbericht 2012 war die Weiterbildungsteilnahme von Personen mit niedrigem allgemeinbildenden Abschluss zuletzt nur etwa halb so hoch wie bei Personen mit Hoch- und Fachhochschulreife; besonders ausgeprägt seien diese Unterschiede zwischen den Bildungsstufen bei der betrieblichen Weiterbildung.²⁸ Dabei sind sich, laut einer großen DIHK-Umfrage, nahezu 100 Prozent der Unternehmen der Bedeutung der Weiterbildung grundsätzlich bewusst.²⁹ Deshalb wird in der Umfrage ermittelt, ob das jeweilige Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, fördert.

Diese drei Fragen dienen im vorliegenden Untersuchungsdesign als Indikatoren für die Förderung der sozialen Aufstiegschancen durch Unternehmen. Bei jeder dieser drei Fragen werden die Umfrage-Teilnehmer aber nicht nur gefragt, wie die Situation in ihrem Unternehmen derzeit ist, sondern auch, wie sie aus ihrer Sicht *sein sollte*. Dies ermöglicht am Ende einen Soll-Ist-Vergleich, aus dem man erkennen kann, in welcher der drei Phasen in den Unternehmen selbst Verbesserungsbedarf gesehen wird. Darüber hinaus wird von jedem Umfrage-Teilnehmer noch seine Branche, Unternehmensgröße und Region erfragt.

2 Methode und Stichprobe

Bei der vorliegenden Umfrage handelt es sich nicht um eine wissenschaftliche Untersuchung, die statistisch signifikante Aussagen für die Grundgesamtheit aller deutschen Unternehmen treffen kann. Vielmehr ging es darum, im Sinne einer Pilotstudie einen ersten Überblick über aktuelle Einstellungen und Aktivitäten zur Förderung der Bildungs- und Aufstiegschancen durch Unternehmen zu gewinnen. Sie liefert erste Erkenntnisse darüber, welche Bereiche der

Wirtschaft hier bereits besonders engagiert sind; Ansätze und Erfahrungen, die in späteren Untersuchungen genauer analysiert und für andere Unternehmen nutzbar gemacht werden könnten.

Hierfür wurde eine Umfrage-Website programmiert (<http://www.wirtschaft-aufstieg.de>), die die sechs oben genannten Fragestellungen enthielt, d. h., für jeden der drei inhaltlichen Bereiche wurde zunächst nach dem aktuellen Ist-Zustand im Unternehmen gefragt und anschließend jeweils die Frage gestellt, wie die Situation aus Sicht der Befragten in ihrem Unternehmen sein sollte (Soll-Zustand). Alle Fragen waren so formuliert, dass man sie durch Anklicken von einer der jeweils fünf Antwortmöglichkeiten beantworten konnte. Diese waren stets unter der betreffenden Frage auf einer horizontalen Skala angeordnet: „gar nicht“, „geringfügig“, „teilweise“, „stark“, „sehr stark“ (der Fragebogen befindet sich im Anhang auf Seite 34).

Die Umfrage-Website war vom 26. Juli bis zum 16. Oktober 2012 geschaltet. Um einen möglichst großen und vielfältigen Kreis von Teilnehmern aus deutschen Unternehmen zu erhalten, wurde die Umfrage-Website durch Artikel in der Onlineausgabe des „Handelsblatts“ und der „Wirtschaftswoche“ sowie über Banner im „Handelsblatt Morning Briefing“ sowie in weiteren Medien bekannt gemacht und darüber hinaus an reichweitenstarke Multiplikatoren in der Wirtschaft geschickt, mit der Bitte, sie über ihre bestehenden Kommunikationskanäle weiterzuverbreiten. Hierzu zählten u. a. BDI-Mitgliedsverbände und Industrie- und Handelskammern ebenso wie Gewerkschaften. Um die so erreichten Interessenten dann auch zu einer (ehrlichen) Teilnahme zu ermuntern, wurde oben auf der Umfrage-Website versichert, dass alle Antworten anonym behandelt würden und dass Rückschlüsse auf einzelne Personen oder Unternehmen weder möglich noch erwünscht seien; stattdessen ginge es um ein

realistisches Bild der Wirtschaft im Allgemeinen, weshalb es auch keine richtigen oder falschen Antworten gäbe. Die Umfrage war also von vornherein so angelegt, dass jeder Mitarbeiter aus jedem Unternehmen daran teilnehmen konnte. Die Antworten geben somit nicht die „offizielle Linie“ des jeweiligen Unternehmens wieder, sondern das Wissen bzw. die Einstellungen von Menschen, die in dem Unternehmen arbeiten. In jedem Fall sollten Manipulationen durch Mehrfachteilnahme von ein und derselben Person verhindert werden, deshalb wurde die Umfrage-Website so programmiert, dass sie von jedem Computer nur einmal ausgefüllt werden konnte. Insgesamt konnten somit 567 Teilnehmer erreicht werden, die sich wie folgt zusammensetzen:

■ Branchen

Die Stichprobe spiegelt die Vielfalt der Wirtschaftszweige wider. In die Branchen „Baugewerbe“ und „Handwerk“ hat sich jeweils eine ähnlich hohe Zahl von Teilnehmern eingeordnet, die jede für sich genommen für die Auswertung jedoch nicht aussagekräftig genug war, weshalb sie zu einer Kategorie „Bau und Handwerk“ zusammengefasst wurden. Die Branche „Tourismus und Gastronomie“ enthielt ebenfalls eine zu geringe Fallzahl und wurde deshalb unter „Sonstige Dienstleistungen“ subsumiert. Besonders stark vertreten sind die Bereiche „Industrie“, „Unternehmensorientierte Dienstleistungen“* und „Sonstige Dienstleistungen“**. Außerdem hat sich eine relativ große Gruppe von Teilnehmern der Kategorie „Sonstige“ zugeordnet.

* Im Folgenden auch „Unternehmensdienstleistungen“ genannt

** Im Folgenden auch „Dienstleistungen“ genannt

Umfrage-Teilnehmer nach Branchen

Industrie	139
Baugewerbe	13
Handel	34
Tourismus/Gastronomie	10
Unternehmensdienstleistungen	122
Dienstleistungen	108
Gesundheit und Pflege	24
Handwerk	9
Sonstige	108
Gesamt	567

Umfrage-Teilnehmer nach konsolidierten Branchen für die Auswertung

Industrie	139
Bau und Handwerk	22
Handel	34
Unternehmensdienstleistungen	122
Dienstleistungen	118
Gesundheit und Pflege	24
Sonstige	108
Gesamt	567

■ Unternehmensgrößen

Die Befragten sollten ihr Unternehmen einer Kategorie von Mitarbeiterzahl zuordnen, wobei sich gezeigt hat, dass alle Arten von Unternehmensgrößen zahlreich in der Stichprobe vertreten sind:

Mitarbeiterzahl	Zahl der Umfrage-Teilnehmer
1–10 Mitarbeiter	48
11–100	108
101–1000	160
1001–5000	88
über 5000	163
Gesamt	567

■ Regionen

Die Teilnehmer wurden gebeten, das Bundesland anzuklicken, in dem ihr Unternehmen seinen Sitz hat. Bei der Auswertung erwies sich diese Unterteilung jedoch als zu kleinteilig, da einige Bundesländer zu geringe Fallzahlen aufwiesen, um aussagekräftig zu sein. Deshalb wurde kein direkter Vergleich zwischen den Bundesländern vorgenommen, wodurch mögliche Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern nicht abgebildet werden können. Um dennoch einen Eindruck davon zu gewinnen, ob sich regionale Unterschiede innerhalb Deutschlands abzeichnen, wurden die Bundesländer zu Regionen zusammengefasst: Süd (Bayern und Baden-Württemberg), West (Rheinland-Pfalz, Saarland, Hessen und Nordrhein-Westfalen), Nord (Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Hamburg und Bremen) und Ost (Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen). Berlin wurde aufgrund seiner gesonderten Rolle einzeln ausgewiesen.

Umfrage-Teilnehmer nach Bundesländern

Baden-Württemberg	59
Bayern	102
Berlin	56
Brandenburg	2
Bremen	4
Hamburg	27
Hessen	72
Mecklenburg-Vorpommern	5
Niedersachsen	37
Nordrhein-Westfalen	151
Rheinland-Pfalz	14
Saarland	5
Sachsen	14
Sachsen-Anhalt	7
Schleswig-Holstein	8
Thüringen	4
Gesamt	567

Umfrage-Teilnehmer nach Regionen

Süd	161
West	242
Nord	76
Ost	32
Berlin	56
Gesamt	567

Sonderanmerkung zur Schnittmenge von Unternehmensgröße und Branche

Es ist anzunehmen, dass die Unternehmensgröße erheblichen Einfluss innerhalb der drei Themenbereiche der Umfrage hat. Deshalb ist es wichtig, die Verteilung der unterschiedlichen Unternehmensgrößen innerhalb der einzelnen Branchen zu beachten. Die meisten kleinen Unternehmen in der Stichprobe finden sich in der Branche „Bau und Handwerk“. Dagegen kommt fast die Hälfte der in der Stichprobe vertretenen Großunternehmen (mehr als 5000 Mitarbeiter) aus der Industrie. Beides sollte im Folgenden mitreflektiert werden, um die Ergebnisse richtig einzuschätzen und Fehlinterpretationen zu vermeiden.

Verteilung der Unternehmensgrößen nach Branchen

Unternehmensgrößen nach Mitarbeiterzahl	1–10	11–100	101–1000	1001–5000	über 5000
Industrie	1*	8	32	12	47
Bau und Handwerk	23	32	36	0	9
Handel	6	29	21	15	29
Unternehmensdienstleistungen	13	26	29	14	18
Dienstleistungen	14	19	25	15	27
Gesundheit und Pflege	4	8	38	29	21
Sonstige	7	22	25	22	24

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3 Ergebnisse

3.1 Phase I – Vor dem Berufseinstieg

3.1.1 Ist-Zustand: Gesamtüberblick

Zwei Drittel aller Befragten schätzen das Engagement ihres Unternehmens an Haupt- bzw. Realschulen als „geringfügig“ oder „gar nicht“ vorhanden ein. Gerade einmal 16 Prozent sind wenigstens teilweise aktiv. Lediglich 18 Prozent erkennen hier „starkes“ oder „sehr starkes“ Engagement. Insgesamt scheinen sich die Unternehmen, in denen die Umfrage-Teilnehmer arbeiten,

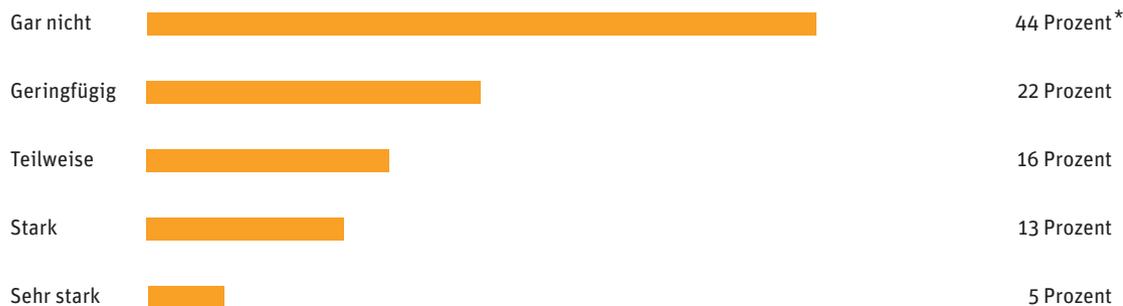
also nur selten an Haupt- bzw. Realschulen zu engagieren, um die Schüler bereits während der Schulzeit auf den Beruf vorzubereiten.

Dies legt die Vermutung nahe, dass die engagierten Projekte, die es hierzu in der Unternehmenswelt bereits gibt, bisher eher die Ausnahme als die Regel sind und diese Art der Förderung von sozialen Aufstiegschancen durch Unternehmen in Deutschland insgesamt zurzeit nicht sehr weit verbreitet ist.

Aktivität des Unternehmens an Haupt- bzw. Realschulen

(Ist-Zustand)

Häufig wird die mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger beklagt. Deshalb wird den Unternehmen nun teilweise geraten, direkt an die Haupt- und Realschulen zu gehen, um die Schüler bereits während der Schule auf den Beruf vorzubereiten, z. B. durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote, Mentoren-Programme. Ist Ihr Unternehmen in diesem Bereich aktiv?



* Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.1.2 Ist-Zustand, differenziert nach Branchen

Im Handel und in beiden Dienstleistungsbereichen ist das Engagement der Unternehmen in etwa genauso schwach ausgeprägt wie im branchenübergreifenden Gesamtüberblick (siehe 3.1.1).

Besonders schlecht schneidet hier die Branche „Bau und Handwerk“ ab: 82 Prozent der Befragten geben an, ihre Unternehmen seien „gar nicht“ oder nur „geringfügig“ an Haupt- bzw. Realschulen engagiert.

Dagegen fallen die Industrie sowie der Gesundheits- und Pflegebereich besonders positiv auf: Nahezu die Hälfte der Befragten bewertet das Engagement ihres Unternehmens zumindest besser als „geringfügig“. Diese Diskrepanz zwischen „Bau und Handwerk“ und „Gesundheits- und Pflegebereich“ ist insofern überraschend, als beide Branchen durch viele klassische Ausbildungsbe-

rufe geprägt sind, für die es in beiden Branchen bereits heute häufig zu wenig Bewerber gibt.

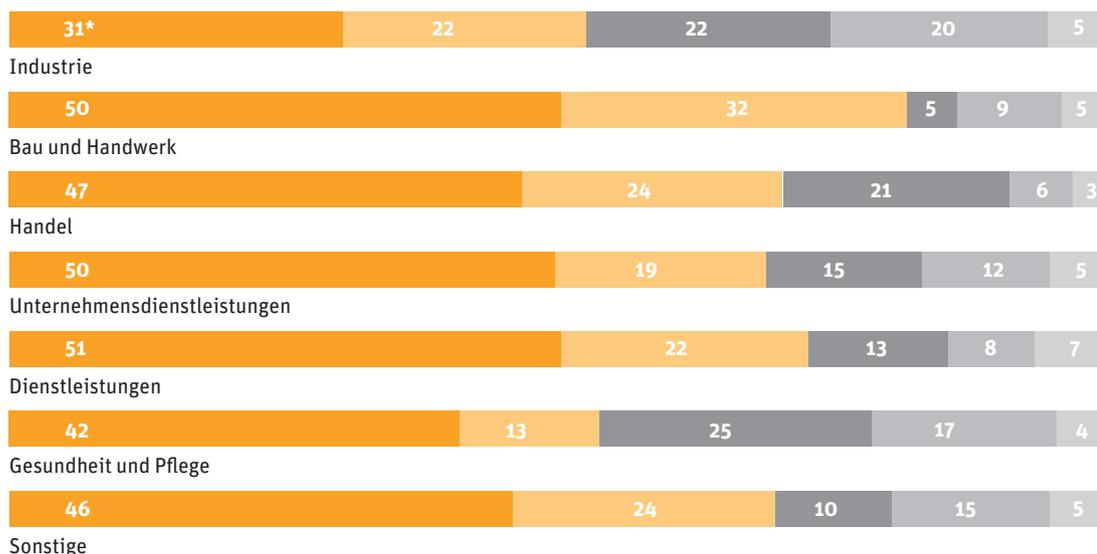
Eine mögliche Erklärung dafür, dass der Gesundheits- und Pflegebereich stärker an den Schulen engagiert zu sein scheint als die Bau- und Handwerksbranche, liegt in den unterschiedlichen Unternehmensgrößen: Es haben mehr größere Unternehmen aus dem Gesundheits- und Pflegebereich an der Umfrage teilgenommen als aus der Bau- und Handwerksbranche. Größere Unternehmen, so die naheliegende Vermutung, haben mehr Kapazitäten für ein derartiges Engagement an Schulen. Gestützt wird dies jedenfalls durch das Umfrage-Ergebnis aus der Kategorie „Industrie“, die vor allem größere Unternehmen umfasst: Dort bezeichnet ein Viertel der Befragten das Schulengagement des eigenen Unternehmens als „stark“ oder „sehr stark“.

Aktivität des Unternehmens an Haupt- bzw. Realschulen

Differenziert nach Branchen

(Ist-Zustand)

Häufig wird die mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger beklagt. Deshalb wird den Unternehmen nun teilweise geraten, direkt an die Haupt- und Realschulen zu gehen, um die Schüler bereits während der Schule auf den Beruf vorzubereiten, z. B. durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote und Mentoren-Programme. Ist Ihr Unternehmen in diesem Bereich aktiv?



Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

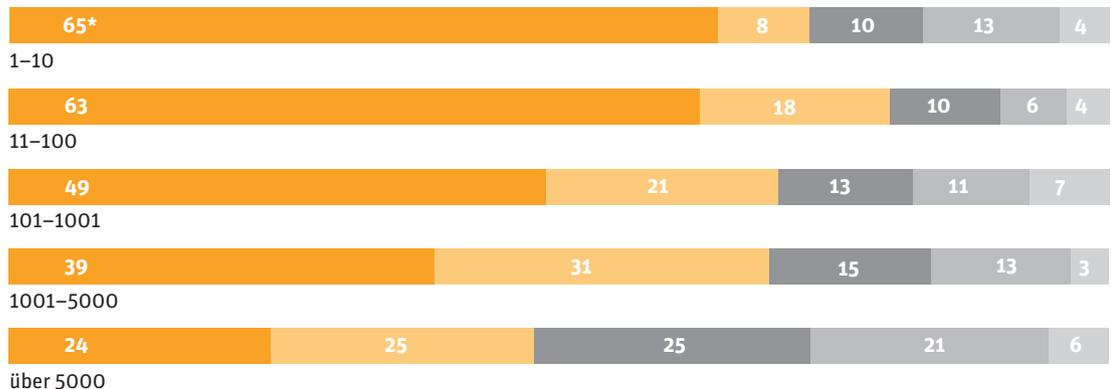
3.1.3 Ist-Zustand, differenziert nach Unternehmensgrößen

Innerhalb der hier vorliegenden Stichprobe lässt sich eindeutig erkennen: je größer das Unternehmen, desto ausgeprägter das Engagement an Haupt- bzw. Realschulen. So sehen mehr als die Hälfte der Befragten aus Unternehmen mit über 5000 Mitarbeitern ihr Unternehmen als mindestens „teilweise“ an Haupt- bzw. Realschulen engagiert an; mehr als ein Viertel von ihnen sogar „stark“ bis „sehr stark“. Dagegen bescheinigen über 60 Prozent der Umfrage-Teilnehmer aus Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern ihrem

Unternehmen gar kein derartiges Engagement. Sehr kleine Unternehmen scheinen jedoch aus diesem Bild etwas herauszufallen: Unternehmen mit bis zu 10 Mitarbeitern schneiden etwas besser ab als Unternehmen mit 11 bis 100 Mitarbeitern. Eine mögliche Erklärung hierfür könnte sein: Diese Unternehmen haben eine besonders geringe Anziehungskraft auf potenzielle Bewerber und haben erkannt, dass sie sich angesichts des demografischen Wandels daher besonders um ihren Arbeitskräftenachwuchs bemühen müssen, weshalb sie aktiv auf Haupt- bzw. Realschulen zugehen, um sich dort zu engagieren.

Aktivität des Unternehmens an Haupt- bzw. Realschulen
Differenziert nach Unternehmensgrößen
 (Ist-Zustand)

Häufig wird die mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger beklagt. Deshalb wird den Unternehmen nun teilweise geraten, direkt an die Haupt- und Realschulen zu gehen, um die Schüler bereits während der Schule auf den Beruf vorzubereiten, z. B. durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote und Mentoren-Programme. Ist Ihr Unternehmen in diesem Bereich aktiv?



Gar nicht
 Geringfügig
 Teilweise
 Stark
 Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

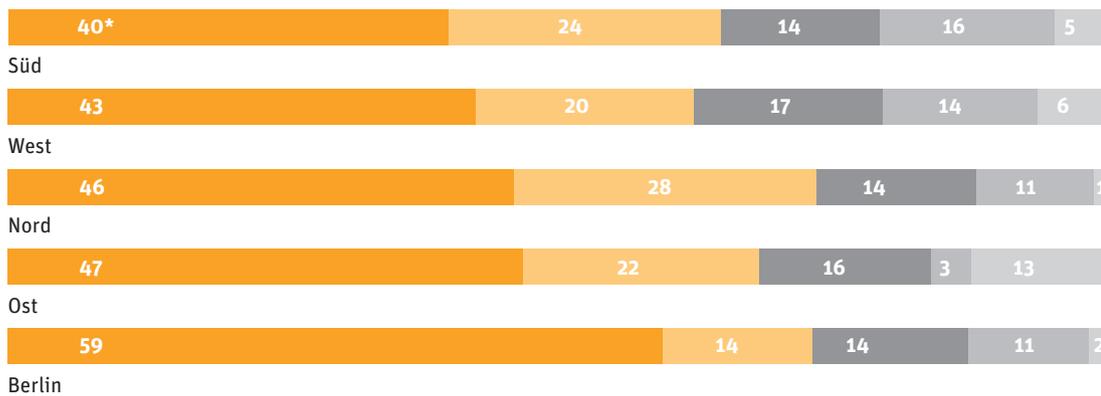
3.1.4 Ist-Zustand, differenziert nach Regionen

Die Differenzierung nach Regionen entspricht in etwa dem deutschlandweiten Gesamtüberblick: Überall in der Bundesrepublik scheint demnach also das Engagement der Unternehmen an Haupt- bzw. Realschulen eher (gleich) schwach ausgeprägt zu sein. Höchstens zwei Ergebnisse fallen auf: Die Regionen Süd und West schneiden etwas

besser ab als der Rest des Landes, was möglicherweise auf den wirtschaftlichen Standortvorteil der betreffenden Bundesländer bzw. den verhältnismäßig hohen Anteil von Großunternehmen in Süddeutschland zurückzuführen ist. Im Gegensatz dazu ist in Berlin der Anteil der Unternehmen, die sich „gar nicht“ engagieren, in dieser Umfrage besonders groß.

Aktivität des Unternehmens an Haupt- bzw. Realschulen Differenziert nach Regionen (Ist-Zustand)

Häufig wird die mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger beklagt. Deshalb wird den Unternehmen nun teilweise geraten, direkt an die Haupt- und Realschulen zu gehen, um die Schüler bereits während der Schule auf den Beruf vorzubereiten, z. B. durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote und Mentoren-Programme. Ist Ihr Unternehmen in diesem Bereich aktiv?



Gar nicht
 Geringfügig
 Teilweise
 Stark
 Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.1.5 Soll-Ist-Vergleich

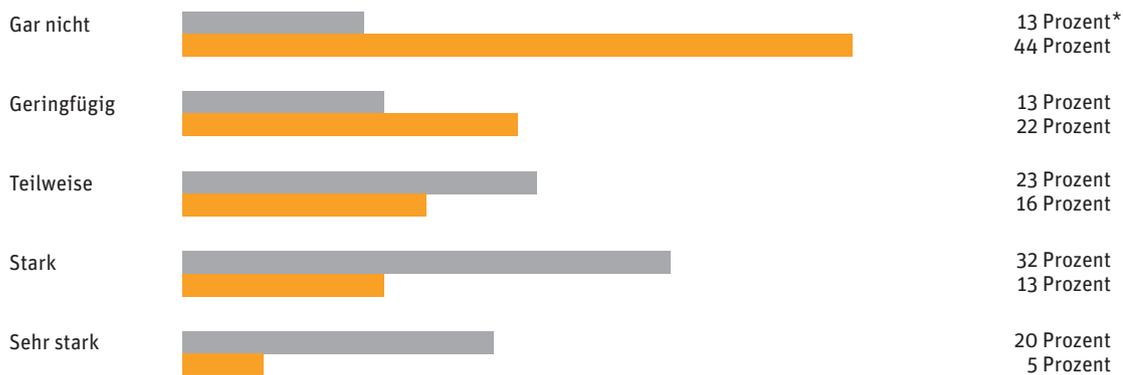
Der Soll-Ist-Vergleich fällt eindeutig aus: Die große Mehrheit der Umfrage-Teilnehmer findet, dass sich das eigene Unternehmen stärker an Haupt- bzw. Realschulen engagieren sollte, als es

dies bisher tut. Mehr als die Hälfte der Befragten (52 Prozent) sind der Meinung, ihr Unternehmen sollte sich mindestens „stark“ an Haupt- bzw. Realschulen engagieren.

Aktivität des Unternehmens an Haupt- bzw. Realschulen

(Soll-Ist-Vergleich)

Häufig wird die mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger beklagt. Deshalb wird den Unternehmen nun teilweise geraten, direkt an die Haupt- und Realschulen zu gehen, um die Schüler bereits während der Schule auf den Beruf vorzubereiten, z. B. durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote und Mentoren-Programme. Sollte Ihr Unternehmen Ihrer Meinung nach in diesem Bereich aktiv sein?



■ Soll ■ Ist

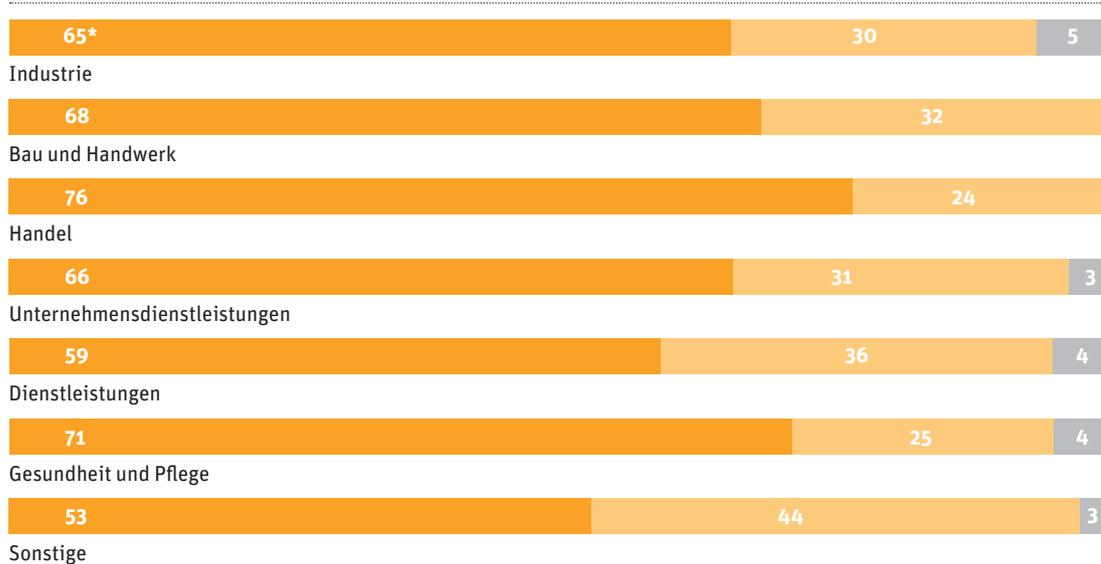
* Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

Neben dem Soll-Ist-Vergleich für die Gesamtheit aller Antworten in jeder Phase (siehe Grafik S.16) wurde auch noch ein Soll-Ist-Vergleich für jeden einzelnen Umfrage-Teilnehmer vorgenommen. Diese Ergebnisse werden am Ende jeder Phase nach Branchen differenziert dargestellt (für Phase I: siehe unten stehende Grafik) und am Ende des Papiers für alle drei Phasen miteinander

verglichen (Kapitel 3.4.2). Für Phase I zeigt sich dabei, dass es in allen Branchen eine deutliche Soll-Ist-Differenz gibt.

Der größte Verbesserungsbedarf wird jedoch im Handel gesehen: 76 Prozent der Befragten aus dem Handel bewerten das bestehende Schulengagement ihres Unternehmens schlechter, als sie es sich wünschen.

Aktivität des Unternehmens an den Schulen Differenziert nach Branchen (Soll-Ist-Vergleich)



■ Sollte größere Bedeutung haben
 ■ „Soll“ entspricht „Ist“
 ■ Sollte geringere Bedeutung haben

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet.
Siehe Anmerkung S. 2

3.2 Phase II: Am Übergang in den Beruf

3.2.1 Ist-Zustand: Gesamtüberblick

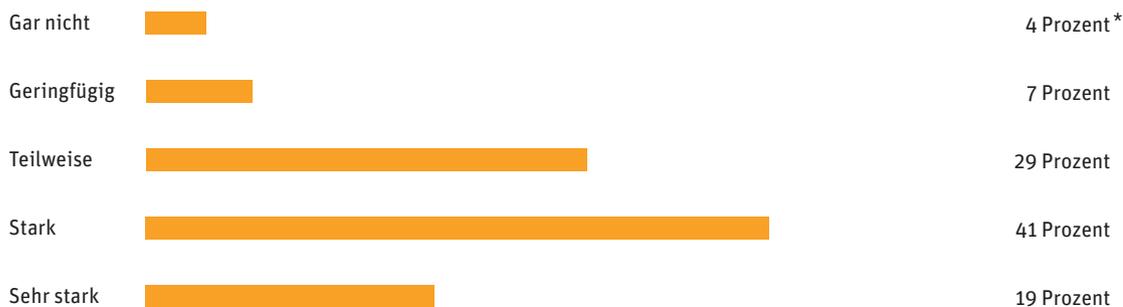
Insgesamt 60 Prozent der Befragten halten die Zertifikatsorientierung in ihrem Unternehmen für „stark“ oder „sehr stark“ ausgeprägt, sind also der Meinung, dass bei der Einstellung von neuen

Mitarbeitern oder Auszubildenden in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse zählen. Lediglich 11 Prozent der Befragten geben an, dass dies in ihrem Unternehmen „gar nicht“ oder nur „geringfügig“ ausgeprägt ist.

Bedeutung von Bildungszertifikaten bei Neueinstellungen im Unternehmen

(Ist-Zustand)

Bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden zählen in Deutschland in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse. Ist dies auch in Ihrem Unternehmen ausgeprägt?



* Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.2.2 Ist-Zustand, differenziert nach Branchen

Insgesamt scheinen bei der Personalauswahl in den Unternehmen Bildungszertifikate eine große Rolle zu spielen, wobei es ins Auge fällt, dass sich der Handel sowie der Gesundheits- und Pflegebereich eher im Mittelfeld bewegen. Zwei Branchen stechen in diesem Zusammenhang besonders hervor: In „Bau und Handwerk“ zählen Abschlüsse und Zeugnisse deutlich weniger als in anderen Branchen. Hier geben 46 Prozent der Befragten an, dass in ihrem Unternehmen Zeugnisse und Abschlüsse „gar keine“ oder nur eine „geringfügige“ Bedeutung bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden haben.

In der Industrie dagegen zählen Abschlüsse und Zeugnisse am meisten: Hier geben gut

70 Prozent der Befragten an, dass in ihrem Unternehmen Zeugnisse und Abschlüsse eine „starke“ oder „sehr starke“ Bedeutung bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden haben.

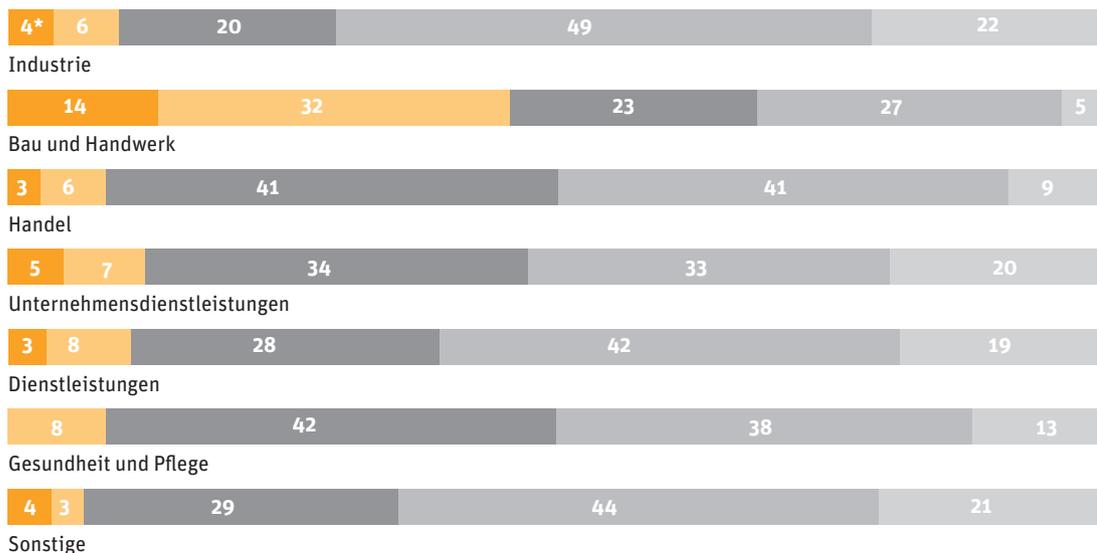
Allerdings kann diese Diskrepanz möglicherweise auch mehr auf die unterschiedlichen Unternehmensgrößen als auf die unterschiedlichen Branchen zurückgeführt werden. Bei den kleineren Unternehmen, die in der Bau- und Handwerksbranche stark verbreitet sind, zählen Abschlüsse und Zeugnisse nämlich insgesamt noch weniger als bei größeren Unternehmen, die in der Industrie sehr häufig zu finden sind (siehe 3.2.3).

Bedeutung von Bildungszertifikaten bei Neueinstellungen im Unternehmen

Differenziert nach Branchen

(Ist-Zustand)

Bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden zählen in Deutschland in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse. Ist dies auch in Ihrem Unternehmen ausgeprägt?



Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.2.3 Ist-Zustand, differenziert nach Unternehmensgrößen

Kleinere Unternehmen scheinen nach der vorliegenden Umfrage bei der Personalauswahl weniger auf Zeugnisse und Abschlüsse fokussiert zu sein als größere Unternehmen.

In den sehr kleinen Unternehmen mit höchstens 10 Mitarbeitern spielen Bildungszertifikate eine deutlich geringere Rolle als in allen anderen Unternehmensgrößen: Lediglich 33 Prozent der Befragten gaben hier an, bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden in ihrem Unternehmen zählten Bildungszertifikate „stark“

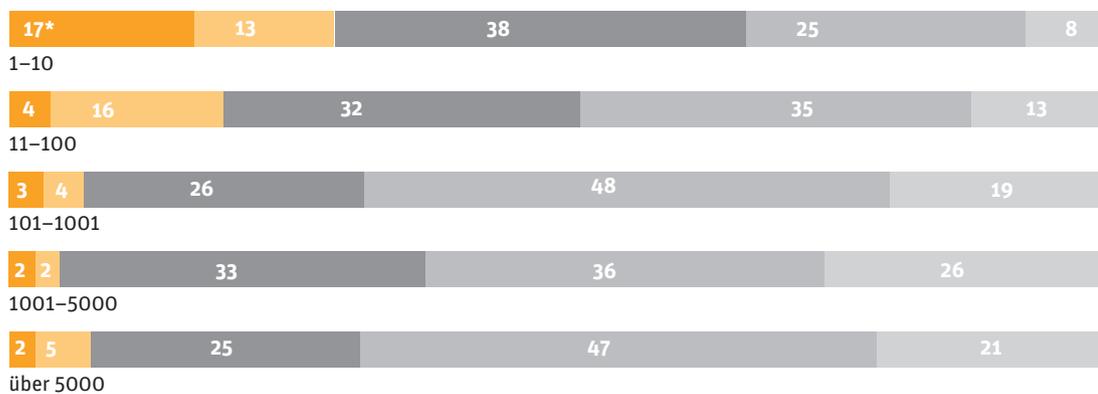
oder „sehr stark“. 30 Prozent sagten sogar, Bildungszertifikate zählten in ihrem Unternehmen „geringfügig“ oder „gar nicht“.

In der nächstgrößeren Unternehmensklasse steigt, nach Einschätzung der Befragten, die Bedeutung von Zeugnissen und Abschlüssen bei der Personalauswahl deutlich an. Bei den größten Unternehmen mit über 5000 Mitarbeitern schätzen mehr als 68 Prozent deren Bedeutung als „stark“ oder „sehr stark“ ein, während nur 7 Prozent die Fokussierung auf Zertifikate als „geringfügig“ oder „gar nicht“ vorhanden einschätzen.

Bedeutung von Bildungszertifikaten bei Neueinstellungen im Unternehmen Differenziert nach Unternehmensgrößen

(Ist-Zustand)

Bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden zählen in Deutschland in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse. Ist dies auch in Ihrem Unternehmen ausgeprägt?



Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.2.4 Ist-Zustand, differenziert nach Regionen

Der Vergleich über die Regionen hinweg zeigt, dass die Unternehmen überall in Deutschland bei der Personalauswahl vor allem auf Bildungszertifikate fokussiert zu sein scheinen.

Am stärksten ausgeprägt ist dies in der Region Süd: Hier geben 64 Prozent der Befragten an, dass bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden in ihrem Unternehmen Abschlüsse und Zeugnisse „stark“ oder „sehr stark“ zählen. Zugleich ist hier der Anteil derer, die sagen, dass dies auf ihr Unternehmen nur

„geringfügig“ oder „gar nicht“ zutrifft, von allen Regionen am geringsten (6 Prozent).

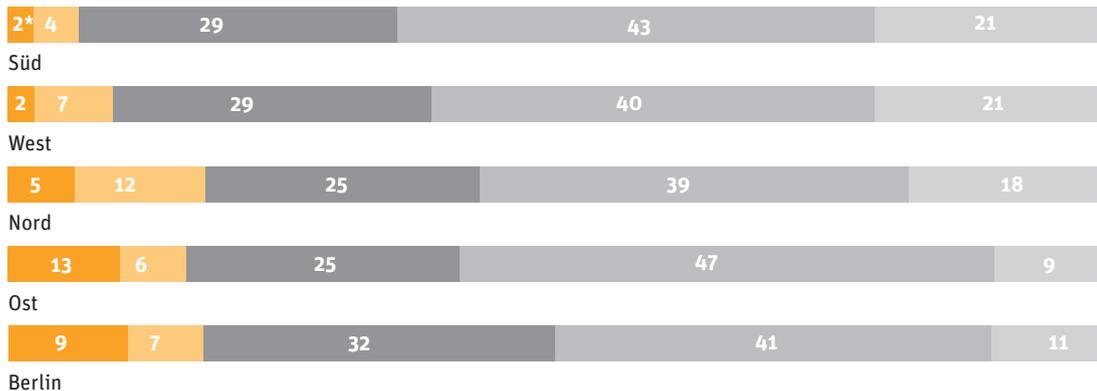
In Berlin ist die Fokussierung auf Bildungszertifikate bei der Personalauswahl durch die Unternehmen im Verhältnis zu allen anderen Regionen am schwächsten ausgeprägt. Aber auch hier ist die Mehrheit der Befragten (52 Prozent) der Ansicht, dass bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden in ihrem Unternehmen Abschlüsse und Zeugnisse „stark“ oder „sehr stark“ zählen.

Bedeutung von Bildungszertifikaten bei Neueinstellungen im Unternehmen

Differenziert nach Regionen

(Ist-Zustand)

Bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden zählen in Deutschland in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse. Ist dies auch in Ihrem Unternehmen ausgeprägt?



Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.2.5 Soll-Ist-Vergleich

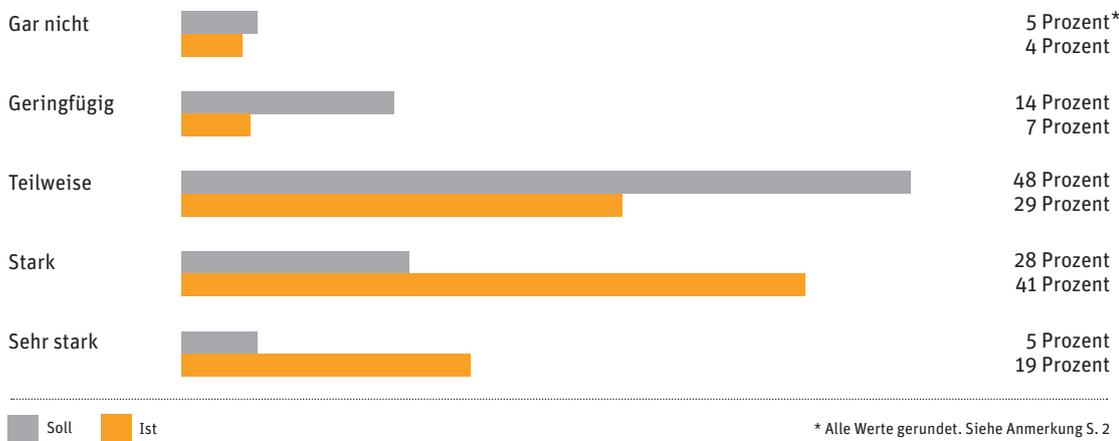
Auch bei der Fokussierung auf Bildungszertifikate zeigt sich in dieser Umfrage eine klare Diskrepanz zwischen Soll- und Ist-Zustand. Auch wenn diese nicht so auffällig ist wie beim Thema „Engagement an Haupt- bzw. Realschulen“, lässt sich deutlich erkennen: Die Mehrheit der Befragten findet, dass Abschlüsse und Zeugnisse bei der Einstellung von

neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden in ihren Unternehmen zwar eine Rolle spielen sollten, aber nicht so stark, wie dies zurzeit der Fall ist. So finden beispielsweise 60 Prozent der Befragten, Abschlüsse und Zeugnisse zählen in ihren Unternehmen „stark“ oder „sehr stark“, jedoch nur knapp ein Drittel wünscht sich dies auch.

Bedeutung von Bildungszertifikaten bei Neueinstellungen im Unternehmen

(Soll-Ist-Vergleich)

Bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden zählen in Deutschland in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse. Sollte dies Ihrer Meinung nach in Ihrem Unternehmen ausgeprägt sein?



Die größte Abweichung zwischen Ist- und Soll-Wert findet man in diesem Zusammenhang im Bereich der Industrie: Von allen Branchen bewertet hier der kleinste Anteil der Befragten den Ist-Zustand genau wie den im Soll-Wert ausgedrückten Wunsch (33 Prozent). Außerdem stellt die Industrie den größten Anteil derer, die finden, dass Zeugnisse und Abschlüsse eine geringere Bedeutung bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Azubis haben sollten, als dies momentan der Fall ist. Dies ist deshalb bemerkenswert, weil in der Industrie die Bildungszertifi-

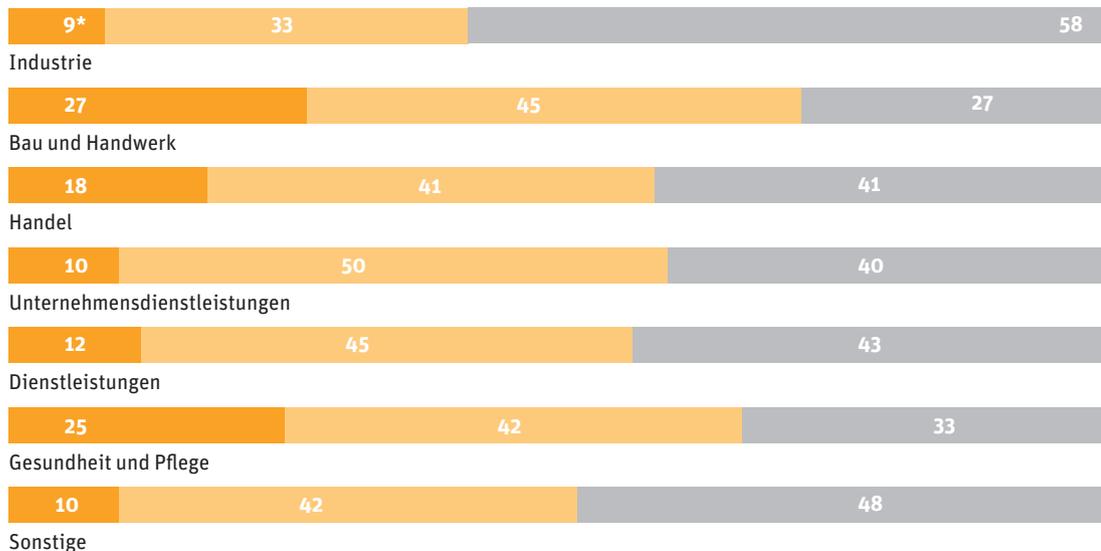
kate bei der Personalauswahl derzeit, nach Einschätzung der Befragten, im Vergleich zu allen anderen Branchen die größte Rolle spielen (siehe 3.2.2).

Dagegen findet sich die größte Kongruenz zwischen Wunsch und Wirklichkeit im Bau- und Handwerksbereich: 45 Prozent der Befragten vergeben den gleichen Wert für „Soll“ und „Ist“, während sich die Zahl derjenigen, die sich eine größere, und derjenigen, die sich eine geringere Bedeutung von Bildungszertifikaten wünschen, ausgleicht.

Bedeutung von Bildungszertifikaten bei Neueinstellungen im Unternehmen

Differenziert nach Branchen

(Soll-Ist-Vergleich)



■ Sollte größere Bedeutung haben ■ „Soll“ entspricht „Ist“ ■ Sollte geringere Bedeutung haben

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet.
Siehe Anmerkung S. 2

3.3 Phase III: Während der Berufstätigkeit

3.3.1 Ist-Zustand: Gesamtüberblick

39 Prozent der Befragten geben an, dass die Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, in ihrem Unternehmen „gar nicht“ oder nur „geringfügig“ gefördert wird. In 33 Prozent der Fälle ist dies lediglich „teilweise“ der Fall. Und nur 29 Prozent der Umfrage-Teilnehmer beschei-

nigen ihrem Unternehmen eine „starke“ oder „sehr starke“ Förderung der Weiterbildung von Nichtakademikern. Insgesamt bleibt also für diese Umfrage festzustellen: Die Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, wird nach Meinung der Befragten in den Unternehmen zwar im Ansatz gefördert, ist aber noch lange kein Standard.

Weiterbildung von Nichtakademikern im Unternehmen

(Ist-Zustand)

Wird in Ihrem Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern gefördert, die nicht studiert haben?



* Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.3.2 Ist-Zustand, differenziert nach Branchen

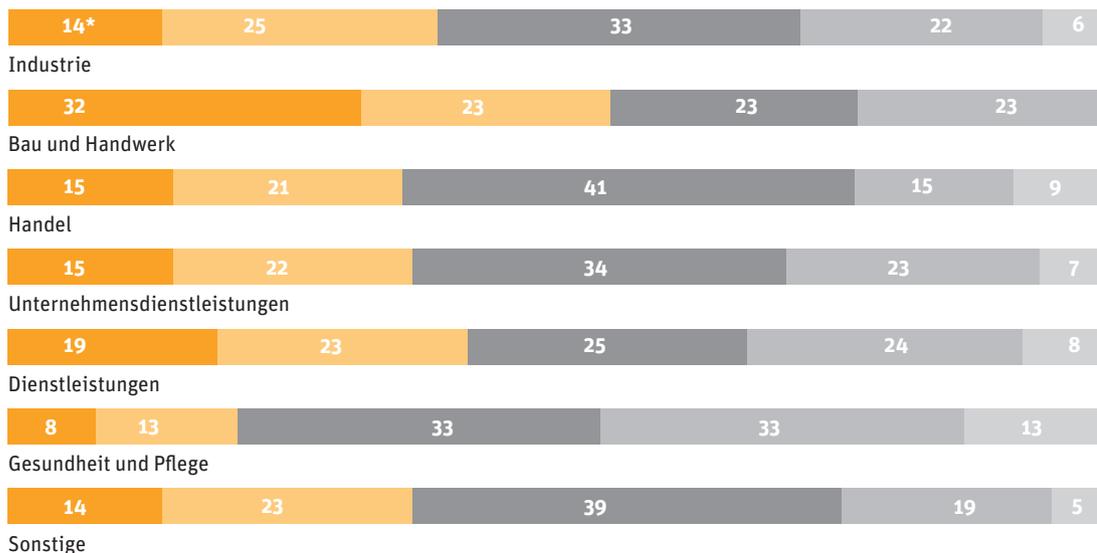
Die Förderung der Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, ist laut dieser Umfrage in keiner Branche sehr weit verbreitet. Besonders schwach ist sie jedoch in Bau und Handwerk: Mehr als die Hälfte der Befragten (55 Prozent) bescheinigt ihren Unternehmen „gar kein“ oder nur „geringfügiges“ Engagement. Kein einziger der Befragten bescheinigt seinem Unternehmen hier ein „sehr starkes“ Engagement. Auffällig ist außerdem, dass nach Bau und Hand-

werk nicht nur die Dienstleistungsbranche auf einen hinteren Platz kommt, sondern auch die Industrie.

Am besten schneidet der Gesundheits- und Pflegebereich ab: Fast die Hälfte aller Befragten (46 Prozent) gibt an, dass ihr Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, „stark“ oder „sehr stark“ fördert. Nur 21 Prozent sehen dagegen ihr Unternehmen hier „gar nicht“ oder nur „geringfügig“ aktiv.

Weiterbildung von Nichtakademikern im Unternehmen Differenziert nach Branchen (Ist-Zustand)

Wird in Ihrem Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern gefördert, die nicht studiert haben?



Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.3.3 Ist-Zustand, differenziert nach Unternehmensgrößen

Die Verteilung der Antworten in dieser Umfrage legt den Zusammenhang nahe, dass die Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, in größeren Unternehmen deutlich stärker gefördert wird als in kleinen.

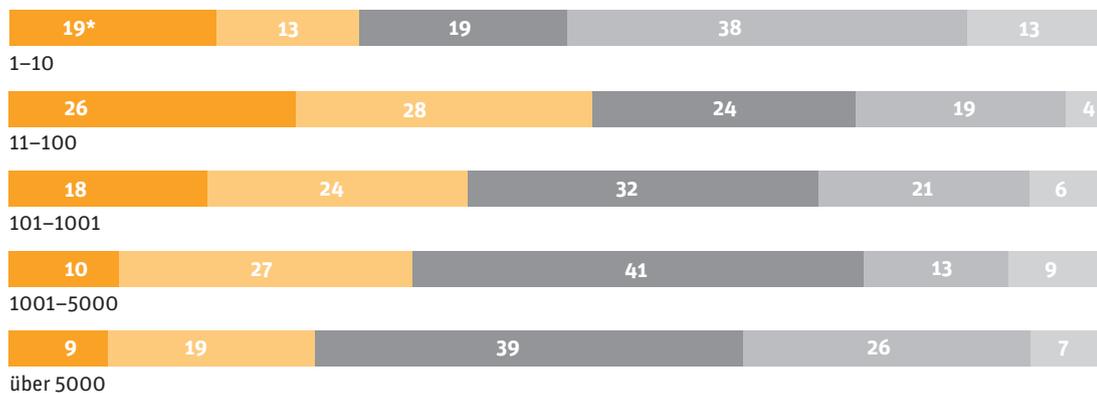
Eine Ausnahme bilden allerdings sehr kleine Unternehmen (1–10 Mitarbeiter). Sie schneiden insgesamt sogar am besten ab. Die Hälfte der Befragten aus diesen Unternehmen bescheinigt ihrem Unternehmen hier ein „starkes“ oder „sehr starkes“ Engagement. Zum Vergleich: Selbst in den größten Unternehmen (über 5000 Mitarbeiter) beträgt dieser Wert nicht einmal ein Drittel.

Die besondere Rolle der kleinen Unternehmen verdient in diesem Zusammenhang spezielle Beachtung. Bei der Branchendifferenzierung hatte sich gezeigt, dass die Bau- und Hand-

werksbranche im Bereich der Weiterbildung besonders schlecht abschneidet. Dies legte zunächst die Vermutung nahe, dass sich in dieser Branche die meisten Unternehmen aufgrund ihrer begrenzten Ressourcen keine Mitarbeiterweiterbildung leisten können (in der Tat fallen die meisten der kleinen Unternehmen in der hier vorliegenden Untersuchung in die Kategorie „Bau und Handwerk“). Nun zeigt sich aber, dass gerade die kleinen Unternehmen mit weniger als 11 Beschäftigten die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter am stärksten fördern. Es besteht daher Grund zu der Annahme, dass das schlechte Abschneiden des Bau- und Handwerksbereichs nicht zwingend mit der geringen Größe der Unternehmen in dieser Branche erklärt werden kann, sondern dass in dieser Branche die Weiterbildung aus anderen Gründen eher wenig gefördert wird bzw. Beachtung findet.

Weiterbildung von Nichtakademikern im Unternehmen Differenziert nach Unternehmensgrößen (Ist-Zustand)

Wird in Ihrem Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern gefördert, die nicht studiert haben?



■ Gar nicht
 ■ Geringfügig
 ■ Teilweise
 ■ Stark
 ■ Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.3.4 Ist-Zustand, differenziert nach Regionen

Bei der Förderung der Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, zeigen sich keine großen Unterschiede zwischen den Regionen in Deutschland.

Auffällig ist lediglich, dass in der Region Ost die wenigsten der Befragten angaben, ihr Unternehmen würde sich „stark“ oder „sehr stark“ in diesem Bereich engagieren.

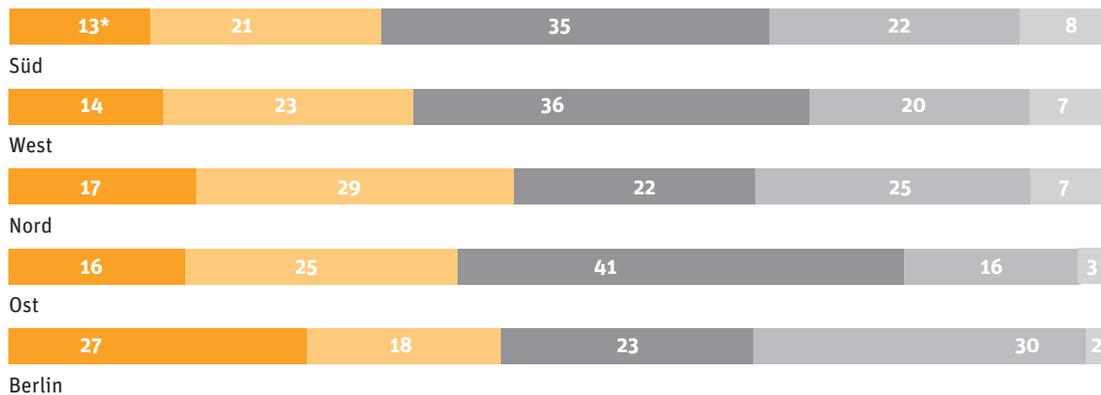
Die Bestwerte in dieser Kategorie erhalten Berlin und die Region Nord (je 32 Prozent).

Weiterbildung von Nichtakademikern im Unternehmen

Differenziert nach Regionen

(Ist-Zustand)

Wird in Ihrem Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern gefördert, die nicht studiert haben?



■ Gar nicht
 ■ Geringfügig
 ■ Teilweise
 ■ Stark
 ■ Sehr stark

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

3.3.5 Soll-Ist-Vergleich

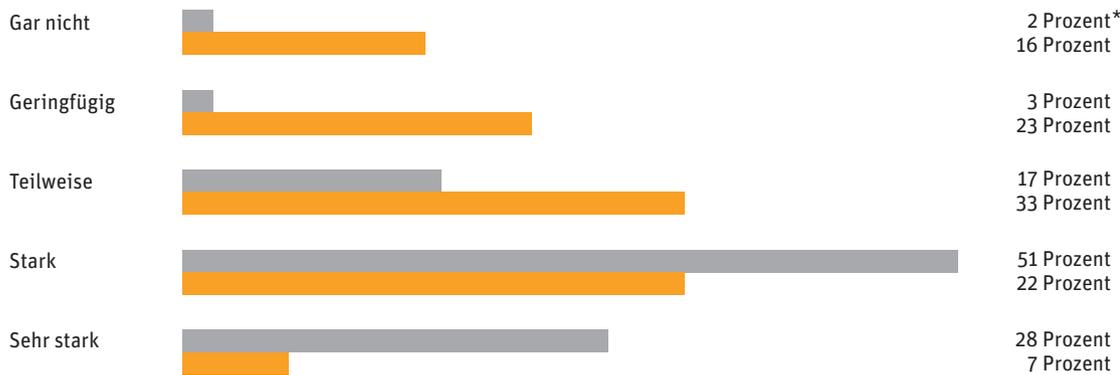
Ähnlich wie beim Schulengagement der Unternehmen laufen auch hier die Soll- und Ist-Werte deutlich auseinander: Die meisten der Befragten finden, dass ihr Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, stärker fördern sollte, als es dies im Moment tut.

So wünschen sich beispielsweise 79 Prozent der Befragten eine „starke“ oder „sehr starke“ Förderung der Weiterbildung von Nichtakademikern in ihrem Unternehmen, aber lediglich 29 Prozent sagen, dass dies in ihrem Unternehmen bisher der Fall ist.

Weiterbildung von Nichtakademikern im Unternehmen

(Soll-Ist-Vergleich)

Sollte Ihrer Meinung nach in Ihrem Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, gefördert werden?



■ Soll ■ Ist

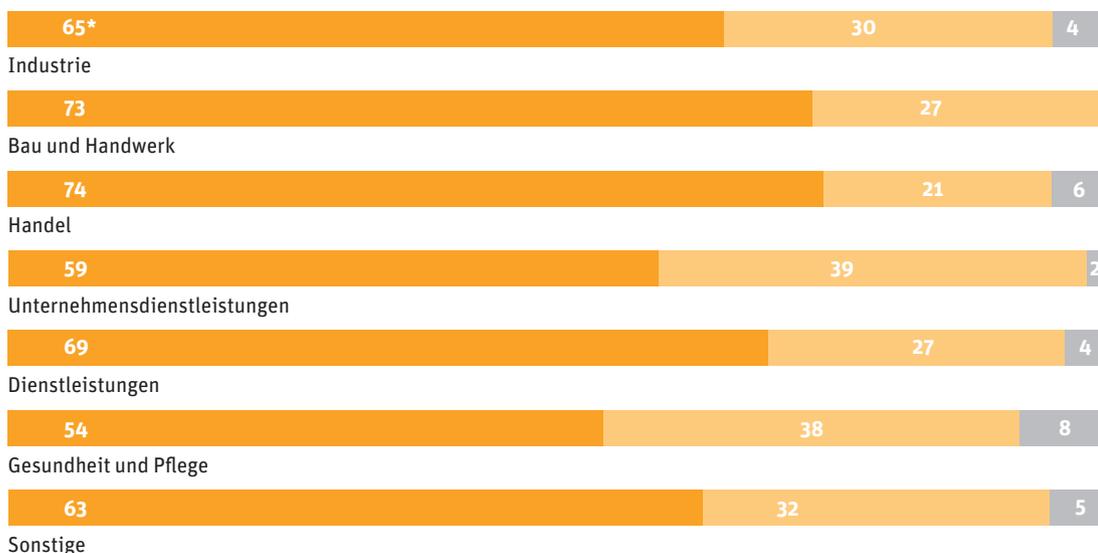
* Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

Im Branchenvergleich schneiden die „Unternehmensdienstleistungen“ sowie „Gesundheit und Pflege“ am besten ab. Das heißt, in diesen beiden Wirtschaftszweigen sind die Beschäftigten mit der Förderung der Weiterbildung von Nichtakademikern in ihren Unternehmen am zufriedensten, denn hier ist die Übereinstimmung zwischen Soll und Ist am größten. Zwar liegt dieser Anteil in den Unternehmensdienstleistungen etwas höher als im Gesundheits- und Pflegebereich, aber dafür sehen dort weniger Umfrage-Teilnehmer einen Verbesserungsbedarf als in den Unternehmensdienstleistungen. Das gute Abschneiden der Unternehmensdienstleistungen in diesem Soll-Ist-Vergleich wird außerdem dadurch geschmälert, dass sie bei der Frage nach dem Ist-Zustand bei der Weiterbildung von Nichtakademikern

maximal einen Platz im Mittelfeld erreicht haben. Die schlechteste Bewertung erhalten der Handel sowie die Bau- und Handwerksbranche, d.h., hier wünschen sich die Befragten mehr Weiterbildung für die Mitarbeiter ihres Unternehmens, die nicht studiert haben: 74 Prozent (Handel) bzw. 73 Prozent (Bau und Handwerk) beurteilen den Ist-Zustand in ihrem Unternehmen schlechter, als er ihrer Meinung nach sein sollte.

Das gute Abschneiden der Branche „Gesundheit und Pflege“ auf der einen Seite und das schlechte Abschneiden der Branchen „Bau und Handwerk“ sowie „Handel“ auf der anderen Seite ist besonders deshalb relevant, weil es in allen drei Branchen viele Beschäftigte gibt, die „nur“ über eine Berufsausbildung verfügen oder „nur“ Hilfstätigkeiten ausüben.

Weiterbildung von Nichtakademikern im Unternehmen Differenziert nach Branchen (Soll-Ist-Vergleich)



■ Sollte größere Bedeutung haben ■ „Soll“ entspricht „Ist“ ■ Sollte geringere Bedeutung haben

* Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet.
Siehe Anmerkung S. 2

3.4 Übergreifender Vergleich

3.4.1 Phasenübergreifender Vergleich der Branchen, Unternehmensgrößen und Regionen

Vergleicht man die Antworten der Befragten über alle drei Phasen hinweg, so zeigt sich, dass die Förderung der sozialen Aufstiegschancen durch Unternehmen in Deutschland nach Meinung der Befragten insgesamt nicht sehr stark ausgeprägt ist. Deshalb lässt sich auch nicht pauschal eine Region, Unternehmensgröße oder Branche bestimmen, in der die Situation eindeutig am schlechtesten bewertet wird. Ziel der Untersuchung war es vielmehr, diejenigen Bereiche der Wirtschaft zu identifizieren, in denen die Förderung der Bildungs- und Aufstiegschancen durch Unternehmen vergleichsweise hoch ist. Regionalspezifische Besonderheiten lassen sich nicht erkennen. Dagegen scheinen sich jedoch in den Bereichen „Branchen“ und „Unternehmensgrößen“ Spitzenreiter abzuzeichnen.

Spitzenreiter nach Branchen

- *Gesundheit und Pflege*: Betrachtet man die positiven Bewertungen des Ist-Zustands über alle drei Phasen hinweg, schneidet diese Branche besonders gut ab. Zwar bescheinigen die Befragten ihren Unternehmen hier ein etwas geringeres Engagement an Haupt- bzw. Realschulen als in der Industrie (Platz 2), aber dafür bewertet in dieser Branche der mit Abstand größte Anteil der Umfrage-Teilnehmer die Förderung der Weiterbildung von Nichtakademikern durch ihr Unternehmen als „stark“ oder „sehr stark“. Die Bedeutung von Bildungszertifikaten bei Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden wird nur in „Bau und Handwerk“ noch geringer eingeschätzt, während „Handel“ und „Unternehmensorientierte Dienstleistungen“ hier etwa gleichauf liegen.

- *Industrie*: Diese Branche stellt den größten Anteil der Befragten, die das Engagement ihres Unternehmens an Schulen mit „stark“ oder „sehr stark“ bewerten. Bei der Förderung der Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben, liegt diese Branche im Mittelfeld. Allerdings werden Abschlüssen und Zeugnissen bei der Personalauswahl in den Unternehmen der Industrie, nach den Ergebnissen dieser Umfrage, die größte Bedeutung zugeschrieben.

Spitzenreiter nach Unternehmensgrößen

- *Großunternehmen (über 5000 Mitarbeiter)*: Diese Unternehmen zeigen nach Meinung der Befragten das größte Engagement an Haupt- und Realschulen und belegen einen guten zweiten Platz bei der Förderung der Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben. Allerdings äußerten die meisten Umfrage-Teilnehmer aus den Großunternehmen auch, dass in ihrem Unternehmen Abschlüsse und Zeugnisse bei der Personalauswahl „stark“ oder „sehr stark“ zählten.
- *Kleinstbetriebe (bis zu 10 Mitarbeiter)*: Beim „starken“ oder „sehr starken“ Engagement an Haupt- bzw. Realschulen liegen diese Unternehmen zwar eher im Mittelfeld und dadurch etwa gleichauf mit den Unternehmen mit 100 bis 5000 Mitarbeitern, aber deutlich vor den Unternehmen mit 11 bis 100 Mitarbeitern. In den beiden anderen Kategorien erreichen sie jedoch jeweils Bestwerte. Sie weisen sowohl den geringsten Anteil „starker“ oder „sehr starker“ Bedeutung von Zeugnissen und Abschlüssen bei der Personalauswahl auf als auch den größten Anteil an Befragten, die ihrem Unternehmen eine „starke“ oder „sehr starke“ Förderung der Weiterbildung von Nichtakademikern bescheinigen.

3.4.2 Vergleich der Soll-Ist-Differenzen der Befragten in den drei Phasen

Wenn man den Soll-Ist-Vergleich der einzelnen Umfrage-Teilnehmer für alle drei Phasen betrachtet, zeigt sich, dass insgesamt ein großer Teil der Befragten die Förderung der sozialen Aufstiegschancen in ihrem Unternehmen schlechter bewertet, als sie ihrer Meinung nach sein sollte. (Eine solche schlechtere Bewertung des Ist-Zustands als des Soll-Zustands wird hier als Ausdruck von „Verbesserungsbedarf“ gewertet, während ein Übereinstimmen der Ist- und Soll-Werte als „Zufriedenheit“ interpretiert wird.)

Bei der Frage, ob in ihrem Unternehmen bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden vor allem Abschlüsse und Zeugnisse zählen sollten, äußern sich zwar 42 Prozent der Befragten zufrieden mit der aktuellen Praxis in ihrem Unternehmen, und 12 Prozent finden sogar, dass Abschlüsse und Zeugnisse noch stärker zählen sollten. 46 Prozent wünschen sich jedoch eine geringere Bedeutung von Bildungszertifikaten bei der Vergabe von Arbeits- und Ausbildungsplätzen.

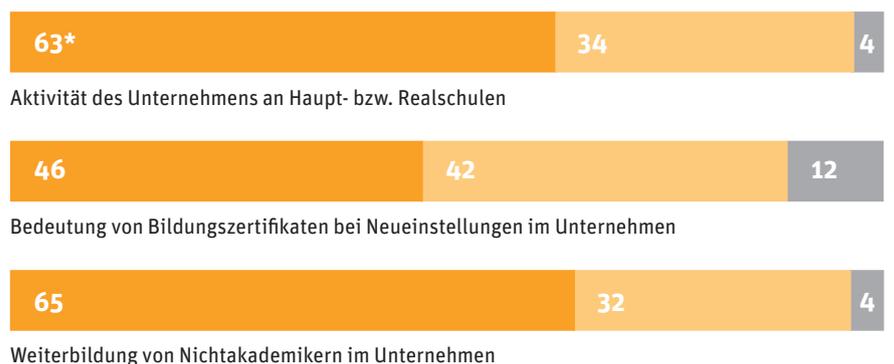
Eine deutlichere Diskrepanz zwischen Ist- bzw. Soll-Zustand zeigt sich sowohl bei der Frage nach dem Engagement der Unternehmen für Haupt- und Realschulen als auch bei der Frage nach der Förderung der Weiterbildung von Mitarbeitern, die nicht studiert haben: Bei beiden Fragen sehen etwa zwei Drittel der Befragten Verbesserungsbedarf in ihren Unternehmen; lediglich ein Drittel zeigt sich mit der Situation zufrieden, und nur Einzelne bewerten den Ist-Zustand besser als den von ihnen angegebenen Soll-Wert.

4 Fazit

Die hier beschriebenen Ergebnisse der Umfrage vermitteln einen ersten Überblick über aktuelle Einstellungen zur Förderung von Bildungs- und Aufstiegschancen in Unternehmen in Deutschland. Eine Interpretation dieser Ergebnisse führt zu der Empfehlung, Unternehmen aus den Berei-

Zufriedenheit mit dem Status quo im Unternehmen

(Soll-Ist-Differenz)



■ Es besteht Verbesserungsbedarf
 ■ Soll- entspricht Ist-Zustand
 ■ Der Ist-Zustand ist bereits besser, als er sein sollte
 * Angaben in Prozent. Alle Werte gerundet. Siehe Anmerkung S. 2

chen zu identifizieren, die in der Umfrage besonders positiv aufgefallen sind:

- Unternehmen des Gesundheits- und Pflegebereichs,
- Unternehmen der Industrie,
- Großunternehmen mit mehr als 5000 Mitarbeitern,
- Kleinbetriebe mit bis zu 10 Mitarbeitern.

Diese Unternehmen sollten durch vertiefende Fallstudien genauer analysiert werden, um ihre konkreten Vorgehensweisen und multiplizierbare Ansätze zu erkennen.

Auf dieser Basis sollten dann differenzierte und praxisnahe Handlungsempfehlungen für Unternehmen entwickelt werden – insbesondere für ein größeres Engagement an Haupt- bzw. Sekundar- und Realschulen sowie für eine stärkere Förderung der Weiterbildung auch von Nichtakademikern im Unternehmen.

Dies soll vor allem den bisher weniger aktiven Unternehmen dabei helfen, künftig einen stärkeren Beitrag zur Verbesserung der sozialen Aufstiegschancen und zur Fachkräftesicherung in Deutschland zu leisten.

Endnoten

- 1 Vgl. Bundesagentur für Arbeit: „Perspektive 2025: Fachkräfte für Deutschland“. Nürnberg, 2011, S. 7
- 2 Vgl. Autorengruppe Bildungsberichterstattung: „Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf“, Berlin, 2012, S. 211. Vgl. auch OECD: „Bildung auf einen Blick 2012: OECD-Indikatoren 2012. Länderüberblick Deutschland“, S. 3–4. Vgl. ferner Pollak, Reinhard (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung): „Soziale Mobilität in Deutschland. Eine Expertise im Auftrag der Vodafone Stiftung Deutschland“, Berlin, 2012
- 3 Wir danken Stefan Apell von der Humboldt-Universität zu Berlin für die statistische Aufbereitung der Daten.
- 4 Um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten, werden im gesamten Text nur männliche Personen- bzw. Funktionsbezeichnungen verwendet, die dabei jeweils stellvertretend für Männer und Frauen stehen.
- 5 Vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung: „Berufsbildungsbericht 2012“, Bonn/Berlin, 2012, S. 28
- 6 Vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung: „Berufsbildungsbericht 2012“, Bonn/Berlin, 2012, S. 28
- 7 Bundesagentur für Arbeit: „Bilanz des Berufsberatungsjahres 2011/2012: Lage am Ausbildungsmarkt grundsätzlich gut“, Presse-Info 048 vom 5.11.2012, heruntergeladen von http://www.arbeitsagentur.de/nn_27030/zentraler-Content/Pressemeldungen/2012/Presse-12-048.html
- 8 Vgl. Deutscher Industrie- und Handelskammertag: „Ausbildung 2012. Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung“, Berlin, 2012, S. 31
- 9 Vgl. Autorengruppe Bildungsberichterstattung: „Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf. Wichtige Ergebnisse im Überblick“, Berlin, 2012, S. 9
- 10 Vgl. Schindler, Steffen: „Aufstiegsangst? Eine Studie zur sozialen Ungleichheit beim Hochschulzugang im historischen Zeitverlauf“, herausgegeben von der Vodafone Stiftung Deutschland, Düsseldorf, 2012, S. 2
- 11 Vgl. Institut der deutschen Wirtschaft Köln: „Qualifizierungsmonitor – Empiriegestütztes Monitoring zur Qualifizierungssituation in der deutschen Wirtschaft. Eine Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie“, Köln, 2011, S. 28–33
- 12 Vgl. Statistisches Bundesamt, Fachserie 1, Reihe 4.1.2.: „Mikrozensus. Bevölkerung und Erwerbstätigkeit – Beruf, Ausbildung und Arbeitsbedingung der Erwerbstätigen in Deutschland, 2011“, Wiesbaden, 2012, S. 10
- 13 Vgl. Autorengruppe Bildungsberichterstattung: „Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf“, Berlin, 2012, S. 143–144
- 14 Vgl. Deutscher Industrie- und Handelskammertag: „Weiterbildung 2011. Ergebnisse einer IHK-Online-Unternehmensbefragung“, Berlin, 2011, S. 3
- 15 Vgl. Bundesagentur für Arbeit: „Perspektive 2025: Fachkräfte für Deutschland“, Nürnberg, 2011, S. 7
- 16 Autorengruppe Bildungsberichterstattung: „Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf“, Berlin, 2012, S. 211
- 17 Vgl. Pollak, Reinhard (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung): „Soziale Mobilität in Deutschland. Eine Expertise im Auftrag der Vodafone Stiftung Deutschland“, Berlin, 2012
- 18 OECD: „Bildung auf einen Blick 2012. OECD-Indikatoren 2012. Länderüberblick Deutschland“, S. 3–4
- 19 Vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung: „Berufsbildungsbericht 2012“, Bonn/Berlin, 2012, S. 28
- 20 Bundesagentur für Arbeit: „Bilanz des Berufsberatungsjahres 2011/2012: Lage am Ausbildungsmarkt grundsätzlich gut“, Presse Info 048 vom 5.11.2012, heruntergeladen von http://www.arbeitsagentur.de/nn_27030/zentraler-Content/Pressemeldungen/2012/Presse-12-048.html
- 21 Vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung: „Berufsbildungsbericht 2012“, Bonn/Berlin, 2012, S. 42
- 22 Vgl. Deutscher Industrie- und Handelskammertag: „Ausbildung 2012. Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung“, Berlin, 2012, S. 31
- 23 Vgl. Autorengruppe Bildungsberichterstattung: „Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf. Wichtige Ergebnisse im Überblick“, Berlin, 2012, S. 9
- 24 Vgl. Schindler, Steffen: „Aufstiegsangst? Eine Studie zur sozialen Ungleichheit beim Hochschulzugang im historischen Zeitverlauf“, herausgegeben von der Vodafone Stiftung Deutschland, Düsseldorf, 2012, S. 2
- 25 Vgl. Gesellschaft für Innovationsforschung und Beratung mbH: „Empiriegestütztes Monitoring zur Qualifizierungssituation in der deutschen Wirtschaft, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie“, Berlin, 2012, S. 27–31
- 26 Vgl. Institut der deutschen Wirtschaft Köln: „Qualifizierungsmonitor – Empiriegestütztes Monitoring zur Qualifizierungssituation in der deutschen Wirtschaft. Eine Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie“, Köln, 2011, S. 28–33
- 27 Vgl. Statistisches Bundesamt, Fachserie 1, Reihe 4.1.2.: „Mikrozensus. Bevölkerung und Erwerbstätigkeit – Beruf, Ausbildung und Arbeitsbedingung der Erwerbstätigen in Deutschland, 2011“, Wiesbaden, 2012, S. 10
- 28 Vgl. Autorengruppe Bildungsberichterstattung: „Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf“, Berlin, 2012, S. 143–144
- 29 Vgl. Deutscher Industrie- und Handelskammertag: „Weiterbildung 2011. Ergebnisse einer IHK-Online-Unternehmensbefragung“, Berlin, 2011, S. 3

Literatur

Autorengruppe Bildungsberichterstattung: „Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf“, Berlin, 2012

Autorengruppe Bildungsberichterstattung: „Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf. Wichtige Ergebnisse im Überblick“, Berlin, 2012

Bundesagentur für Arbeit: „Bilanz des Berufsberatungsjahres 2011/2012: Lage am Ausbildungsmarkt grundsätzlich gut“, Presse-Info 048 vom 5.11.2012, heruntergeladen von http://www.arbeitsagentur.de/nn_27030/zentraler-Content/Pressemeldungen/2012/Presse-12-048.html

Bundesagentur für Arbeit: „Perspektive 2025: Fachkräfte für Deutschland“, Nürnberg, 2011

Bundesministerium für Bildung und Forschung: „Berufsbildungsbericht 2012“, Bonn/Berlin, 2012

Deutscher Industrie- und Handelskammertag: „Ausbildung 2012. Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung“, Berlin, 2012

Deutscher Industrie- und Handelskammertag: „Weiterbildung 2011 – Ergebnisse einer IHK-Online-Unternehmensbefragung“, Berlin, 2011

Gesellschaft für Innovationsforschung und Beratung mbH: „Empiriegestütztes Monitoring zur Qualifizierungssituation in der deutschen Wirtschaft, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie“, Berlin, 2012

Institut der deutschen Wirtschaft Köln: „Qualifizierungsmonitor – Empiriegestütztes Monitoring zur Qualifizierungssituation in der deutschen Wirtschaft. Eine Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie“, Köln, 2011

OECD: „Bildung auf einen Blick 2012. OECD-Indikatoren 2012. Länderüberblick Deutschland“

Pollak, Reinhard (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung): „Soziale Mobilität in Deutschland. Eine Expertise im Auftrag der Vodafone Stiftung Deutschland“, Berlin, 2012

Schindler, Steffen: „Aufstiegsangst? Eine Studie zur sozialen Ungleichheit beim Hochschulzugang im historischen Zeitverlauf. Herausgegeben von der Vodafone Stiftung Deutschland“, Düsseldorf, 2012

Statistisches Bundesamt, Fachserie 1, Reihe 4.1.2: „Mikrozensus. Bevölkerung und Erwerbstätigkeit – Beruf, Ausbildung und Arbeitsbedingungen der Erwerbstätigen in Deutschland, 2011“, Wiesbaden, 2012

Fragebogen

Unternehmensumfrage zu Aufstiegschancen in der Wirtschaft

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an dieser Umfrage, die aus 9 kurzen Fragen besteht.

Alle Antworten werden anonym behandelt; Rückschlüsse auf einzelne Personen oder Unternehmen sind nicht möglich und auch nicht erwünscht. Es geht darum, ein realistisches Bild der Wirtschaft insgesamt zu erhalten. Deshalb gibt es auch keine richtigen oder falschen Antworten.

Die Ergebnisse sollen im Herbst 2012 im Handelsblatt veröffentlicht werden.

Frage 1

Bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern oder Auszubildenden zählen in Deutschland in erster Linie Abschlüsse und Zeugnisse. Ist dies auch in Ihrem Unternehmen ausgeprägt?

- Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

Frage 2

Sollte dies Ihrer Meinung nach in Ihrem Unternehmen ausgeprägt sein?

- Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

Frage 3

Wird in Ihrem Unternehmen die Weiterbildung von Mitarbeitern gefördert, die nicht studiert haben?

- Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

Frage 4

Sollte dies Ihrer Meinung nach in Ihrem Unternehmen gefördert werden?

- Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

Frage 5

Häufig wird die mangelnde Ausbildungsreife der Schulabgänger beklagt. Deshalb wird den Unternehmen nun teilweise geraten, direkt an die Haupt- und Realschulen zu gehen, um die Schüler bereits während der Schule auf den Beruf vorzubereiten, z.B. durch Berufsorientierung, Praktikumsangebote und Mentoren-Programme. Ist Ihr Unternehmen in diesem Bereich aktiv?

- Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

Frage 6

Sollte Ihr Unternehmen Ihrer Meinung nach in diesem Bereich aktiv sein?

- Gar nicht Geringfügig Teilweise Stark Sehr stark

Frage 7

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?

- Industrie (ohne Bau)
 Baugewerbe
 Handel
 Tourismus / Gastgewerbe
 Unternehmensorientierte Dienstleistungen
 Sonstige Dienstleistungen
 Gesundheits- und Pflegebereich
 Handwerk
 Sonstige

Frage 8

Wie groß ist Ihr Unternehmen?

- 1 - 10 Mitarbeiter
 11 - 100 Mitarbeiter
 101 - 1.000 Mitarbeiter
 1.001 - 5.000 Mitarbeiter
 Über 5.000 Mitarbeiter

Frage 9

In welchem Bundesland ist der deutsche Hauptsitz Ihres Unternehmens?

- Baden-Württemberg
 Bayern
 Berlin
 Brandenburg
 Bremen
 Hamburg
 Hessen
 Mecklenburg-Vorpommern
 Niedersachsen
 Nordrhein-Westfalen
 Rheinland-Pfalz
 Saarland
 Sachsen
 Sachsen-Anhalt
 Schleswig-Holstein
 Thüringen

Impressum

Alle Rechte vorbehalten.
Abdruck oder vergleichbare Verwendung von
Arbeiten der stiftung neue verantwortung und der
Vodafone Stiftung Deutschland sind auch in Aus-
zügen nur mit vorheriger schriftlicher Genehmi-
gung gestattet.

© stiftung neue verantwortung und Vodafone
Stiftung Deutschland, 2012

stiftung neue verantwortung e. V.
Beisheim Center
Berliner Freiheit 2
10785 Berlin
T. +49 30 81 45 03 78 80
F. +49 30 81 45 03 78 97
www.stiftung-nv.de
info@stiftung-nv.de

Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH
Am Seestern 1
40547 Düsseldorf
T. +49 211 533-5392
F. +49 211 533-1898
www.vodafone-stiftung.de

Konzept und Gestaltung:
Prof. Dr. h. c. Erik Spiekermann
Edenspiekermann AG

Layout:
enoto Medienbüro Berlin www.enoto.net

Schlusslektorat:
Heike Buhrmann, Frauke Franckenstein

Kostenloser Download:
www.stiftung-nv.de

Über die Vodafone Stiftung Deutschland

Die Vodafone Stiftung ist eine der großen unternehmensverbundenen Stiftungen in Deutschland. Unter dem Leitmotiv „Erkennen. Fördern. Bewegen.“ unterstützt die Stiftung als gesellschaftspolitischer Thinktank insbesondere Programme in den Bereichen Bildung, Integration und soziale Mobilität mit dem Ziel, Impulse für den gesellschaftlichen Fortschritt zu geben, die Entwicklungen einer aktiven Bürgergesellschaft zu fördern und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Dabei geht es der Vodafone Stiftung Deutschland vor allem darum, benachteiligten Kindern und Jugendlichen den sozialen Aufstieg zu ermöglichen. Nähere Informationen: www.vodafone-stiftung.de

Über die stiftung neue verantwortung

Die stiftung neue verantwortung ist ein gemeinnütziger, unabhängiger und überparteilicher Thinktank mit Sitz in Berlin. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, die Zusammenarbeit zwischen den Sektoren Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft in Deutschland zu verbessern. Dazu verfolgen wir drei Ziele. Erstens das Entwickeln von Konzepten und Handlungsempfehlungen: Wir betreiben anwendungsorientierte Forschung zu zentralen gesellschaftspolitischen Fragestellungen und beziehen dabei Perspektiven aller Sektoren mit ein. Zweitens das Fördern von Austausch: Wir bringen Entscheidungsträger und Beteiligte aller Sektoren zusammen und binden sie in ein Netzwerk ein. Drittens das Stärken von Kompetenzen: Wir bieten Entscheidern und Praktikern ein Weiterbildungsprogramm, das ein besseres Verständnis der verschiedenen Sektoren fördert und Fähigkeiten in verantwortlicher Führung vermittelt. Die stiftung neue verantwortung wird durch Unternehmen, Stiftungen und private wie öffentliche Förderer unterstützt. Nähere Informationen: www.stiftung-nv.de