

Regionales Arbeitsmarktmonitoring im Osnabrücker Land

Logistikwirtschaft 2016



Herausgegeben von:

Landkreis Osnabrück
Der Landrat
Am Schölerberg 1
49082 Osnabrück

Kontakt:

Landkreis Osnabrück
Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit
Annette Menzel
Arbeitsmarktmonitoring
E-Mail: arbeitsmarktmonitoring@lkos.de
www.landkreis-osnabrueck.de
Tel.: 0541 501 4205
Fax: 0541 501 64205

Bearbeitung:

Elke Bruckner
GEBIT Münster GmbH & Co. KG
Corrensstr. 80
48149 Münster
E-Mail: Elke.Bruckner@gebit-ms.de
www.gebit-ms.de
Tel.: 0251 20 888 260

Veröffentlichung: Februar 2017

Regionales Arbeitsmarktmonitoring Logistik

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1. Regionales Arbeitsmarktmonitoring im Osnabrücker Land	7
1.1 Demographische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen	8
1.2 Überblick Osnabrücker Land	8
1.3 Arbeitsmarktdaten für das Osnabrücker Land	11
1.4 Die Logistikwirtschaft im Osnabrücker Land	12
2. Befragungen im Rahmen des Arbeitsmarktmonitorings in der Logistikwirtschaft ...	13
2.1 Befragung von Unternehmen	13
2.2 Befragung von Auszubildenden	15
2.3 Befragung von Institutionen	19
3. Logistikwirtschaft aus der Sicht der verschiedenen Akteure	21
3.1 Fachkräftesituation	21
3.1.1 Offene Stellen	22
3.1.2 Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel	25
3.1.3 Nutzung von Angeboten zum Entgegenwirken des Fachkräftemangels	26
3.2 Rekrutierungswege der Unternehmen sowie Informationsquellen der Auszubildenden und Studierenden über freie Stellen und Berufe	27
3.2.1 Überregionale und internationale Suche von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern	30
3.2.2 Informationen über Ausbildungsabschlüsse	33
3.2.3 Ausgewählte Beschäftigtengruppen	33
3.3 Ausbildungsplätze	35
3.3.1 Praktika und spezielle Angebote für Auszubildende und Studierende	37
3.3.2 Gründe von Auszubildenden und Studierenden für die Wahl des Ausbildungsberufs bzw. Studienfachs	39
3.3.3 Erwartungen von Auszubildenden und Studierenden an das zukünftige Unternehmen und Angebote der Unternehmen für Beschäftigte	41
3.4 Altersstruktur der Belegschaft	45
3.5 Qualifizierung	47
3.5.1 Wahrgenommener Qualifizierungsbedarf in den Unternehmen	47
3.5.2 Rahmenbedingungen von Qualifizierungsmaßnahmen in Unternehmen	49
3.5.3 Einstellungen von Auszubildenden und Studierenden zur Weiterbildung	52
3.6 Attraktivität der Region	53
3.7 Zukünftige Entwicklung und Herausforderungen	57
4. Zusammenfassung und Identifikation von Handlungsfeldern	61

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	67
Tabellen	67
Abbildungen	67
Anhang	69
Fragebogen Unternehmen	69
Fragebogen Auszubildende und Studierende.....	86
Fragebogen Institutionen.....	92

Vorwort

In Zeiten des wachsenden Fachkräftemangels wird es für die Unternehmen immer wichtiger, effiziente Wege der Personalgewinnung und -sicherung zu gehen. Die Gebietskörperschaften arbeiten daran, möglichst optimale Rahmenbedingungen für die regionale Wirtschaft zu schaffen. Das Thema Fachkräftebedarf hat deshalb auch für sie eine hohe Priorität.

Der Landkreis Verden und der Landkreis Osnabrück haben in einem Kooperationsprojekt gemeinsam ein Steuerungsinstrument entwickelt, welches Fakten und Handlungsfelder der am Arbeitsmarkt handelnden Akteure – auch der zukünftigen Fachkräfte – abbildet. Das EDV-gestützte regionale Fachkräftemonitoring ist eine Ergänzung zur amtlichen Statistik; erfragt werden Einschätzungen und Erfahrungen. Dieser innovative Ansatz wurde durch die Metropolregion Nordwest aus dem Zuwendungstitel der Länder Bremen und Niedersachsen gefördert. Künftig soll dieses neue Instrument allen Mitgliedern der Metropolregion zur Verfügung stehen.

Die Rahmenbedingungen in den einzelnen Gebietskörperschaften sind durchaus unterschiedlich: Deshalb nutzt das regionale Arbeitsmarktmonitoring einen modularen Ansatz. Hier können Zielgruppen und Kriterien den Anforderungen des jeweiligen Nutzers entsprechend zusammengestellt werden. Exemplarisch wurde deshalb im Landkreis Verden eine branchenübergreifende Unternehmensbefragung verbunden mit einer Schulabgängerbefragung durchgeführt. Im Landkreis Osnabrück wurden Unternehmensvertreter der Logistikwirtschaft sowie Institutionen und Bildungsträger, Auszubildende und Studierende der Branche befragt. Die Berichterstellung erfolgt im Landkreis Osnabrück unter dem Titel „Regionales Arbeitsmarktmonitoring“.

1. Regionales Arbeitsmarktmonitoring im Osnabrücker Land

Die Zukunft des Arbeitsmarktes

Die demographische Entwicklung und die wirtschaftlichen Zukunftsperspektiven einer Region hängen eng miteinander zusammen. Aufgrund der Alterung der Gesellschaft und des Rückgangs der erwerbsfähigen Bevölkerung stehen zukünftig weniger Fachkräfte zur Verfügung. Das Thema Fachkräftemangel hat sich somit seit einiger Zeit im öffentlichen Diskurs etabliert. Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft diskutieren Szenarien, streiten über richtige Lösungsansätze und suchen nach Möglichkeiten, um angemessen auf die Entwicklung zu reagieren und die Zukunft des Arbeitsmarktes und somit des Wirtschaftsraumes in Deutschland zu sichern. Daher hat dieses Thema auch in dieser Erhebung einen hohen Stellenwert.

Die Fragestellungen

- Welche Fachkräftebedarfe gibt es im Wirtschaftsraum?
- Wie steht es um die Fachkräftesicherung in einzelnen Branchen / Berufen?
- Welche Maßnahmen werden eingesetzt oder sind hilfreich, um dem Fachkräftemangel zu begegnen?
- Wie ist die Situation kleiner und mittlerer Betriebe im Gegensatz zu der von größeren Unternehmen?
- Welche konkreten Beratungs- und Informationsbedarfe haben die Unternehmen und die Nachwuchskräfte?
- Welches sind die größten Herausforderungen in der Zukunft?
- Gibt es Unterschiede zwischen Lagerwirtschaft und Transportwirtschaft?
- Welche Wünsche und Erwartungen haben Nachwuchskräfte?

Um Potenziale und Handlungsfelder in den jeweiligen Branchen zu erfassen, werden Fragen zu folgenden Kriterien gestellt:

- Fachkräftemangel / Offene Stellen
- Rekrutierung
- Angebote / Maßnahmen
- Ausbildung
- Attraktivität der Region
- Demographie
- Qualifizierung
- Herausforderungen für die Zukunft
- Ausgewählte Beschäftigtengruppen

Neben Vertreterinnen und Vertretern von Unternehmen und Institutionen werden auch junge Menschen in Ausbildung und Studium als potenzielle Arbeitskräfte befragt. Somit können verschiedene Sichtweisen miteinander abgeglichen werden, um ein umfassendes Bild der Situation in einer Branche zu erhalten.

Für die Erhebung wird ein Zeitfenster von vier Wochen angesetzt, für die Auswertung und Berichterstellung sind etwa sechs Wochen geplant – damit kann ein aktuelles und auf die Region bezogenes Branchenergebnis vorgestellt werden.

Die Befragungen und Interviews wurden von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Landkrei-

ses Osnabrück, Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit, durchgeführt. Die Auswertung der Befragung sowie Berichterstellung erfolgte durch die *GEBIT Münster – Gesellschaft für Beratung sozialer Innovation und Informationstechnologie mbH*.

1.1 Demographische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Entwicklung der Bevölkerungszahl hat Auswirkungen auf gesellschaftliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen einer Region. Schrumpft die Bevölkerung, hat dies mittelbare Auswirkungen auf das zur Verfügung stehende Arbeitskräftepotenzial. Im bundesweiten Trend herrscht seit einigen Jahren die generelle Tendenz einer sinkenden Bevölkerungszahl, da insbesondere die natürliche Bevölkerungsentwicklung einen negativen Saldo aufweist (d. h.: mehr Sterbefälle als Geburten). Einige Kommunen, vor allem Städte, Hochschulstandorte und Ballungszentren, konnten jedoch durch positive Wanderungssalden ein Bevölkerungswachstum erzielen.

Im Folgenden wird die demographische Entwicklung im Wirtschaftsraum Osnabrück beschrieben. Da die meisten Unternehmen im Landkreis Osnabrück befragt wurden, liegt hier auch der Fokus der Betrachtung mit Blick auf die Bevölkerungsentwicklung.

1.2 Überblick Osnabrücker Land

Der Landkreis Osnabrück ist mit über 2.100 km² der flächenmäßig drittgrößte Landkreis des Landes Niedersachsen und in etwa so groß wie das Saarland. Er setzt sich zusammen aus 34 Gemeinden, darunter acht Städte und vier Samtgemeinden. Der Landkreis umschließt fast gänzlich die kreisfreie Stadt Osnabrück. Über eine halbe Million Menschen wohnen in Stadt und Landkreis, über 200.000 Menschen gehen hier einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach.¹ Verkehrstechnisch liegt die Region sehr günstig mit direkter Anbindung an die Bundesautobahnen 1, 30 und 33, an den Kreuzbahnhof Osnabrück, die zahlreichen Häfen und Wasserstraßen des Umlands sowie an den Flughafen Münster/ Osnabrück. Der Verdichtungsraum Osnabrück liegt strategisch günstig an den Achsen Ruhrgebiet-Hamburg und Amsterdam-Berlin. Wichtige Absatzmärkte in den Niederlanden und die Ballungszentren des Ruhrgebiets befinden sich in Reichweite. Gleichzeitig ist fast die Hälfte des Landkreises in einem Naturpark gelegen und die Region durchzogen von Wäldern, Gebirgen und Gewässern. Osnabrück ist die einzige deutsche Großstadt, die in einem Naturpark liegt. Als Hochschulstandort ist sie Keimstätte innovativer Ideen. An der Universität und der Hochschule sind etwa 24.000 Studierende immatrikuliert.²

Zum Stichtag 31.12.2015 lebten im Landkreis Osnabrück 355.874 Menschen.³ Die Bevölkerung verteilt sich ungleichmäßig im Kreisgebiet. Während der Nordkreis eher ländlich und dünn besiedelt ist, umfasst der Südteil eher größere Städte und Gemeinden mit einer höheren Bevölkerungsdichte. Die größte Stadt ist Melle mit ca. 46.000 Einwohnern. Zum Stichtag 31.12.2015 waren im Landkreis Osnabrück insgesamt 117.120 Menschen sozialversicherungspflichtig beschäftigt.⁴

¹ Statistisches Bundesamt, Regionales Arbeitsmarktmonitoring

² Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Wintersemester 2014/2015

³ Landkreis Osnabrück, Referat für Strategische Planung, 2016 (landkreiseigene Bevölkerungsprognose)

⁴ Landkreis Osnabrück, Referat für Strategische Planung, 2016 (landkreiseigene Bevölkerungsprognose)

Abbildung 1 zeigt den Bevölkerungsstand für den Landkreis Osnabrück, geordnet nach dem Alter für das Jahr 2015 sowie entsprechende Bevölkerungsprognosen für die Jahre 2025 und 2035. Die Abbildung zeigt, dass es 2015 bei den 10- bis 20-Jährigen einen Anstieg bei der Bevölkerungszahl gibt, der dann in der Altersgruppe der 20- bis 45-Jährigen auf etwa 4.000 Menschen pro Jahrgang absinkt. Dann folgen ein starker Anstieg bei den 45- bis 55-Jährigen und ein erneutes starkes Absinken. Die Prognosen für die Jahre 2025 und 2035 zeigen, dass die Bevölkerungszahlen der Menschen unter 30 Jahren deutlich unter dem Niveau von heute liegen. Dafür verschieben sich die Spitzenwerte der Verteilung nach rechts, das heißt es findet eine Alterung der Gesellschaft statt. Im Jahr 2035 wird es deutlich mehr Menschen ab 65 Jahren geben als heute, aber auch etwas mehr 30- bis 40-Jährige. Das Durchschnittsalter steigt in den kommenden 20 Jahren von heute 43,1 um fast vier auf 46,9 Jahre.

Abbildung 1: Bevölkerungsentwicklung im Landkreis Osnabrück 2015-2035 nach Alter



Datenquelle: Landkreis Osnabrück, Referat S, 2016 (landkreiseigene Bevölkerungsprognose), eigene Darstellung

Insgesamt wird sich die Bevölkerungszahl 2035 kaum von der heutigen unterscheiden. Der Landkreis rechnet mit einem minimalen Wachstum von 0,1%.

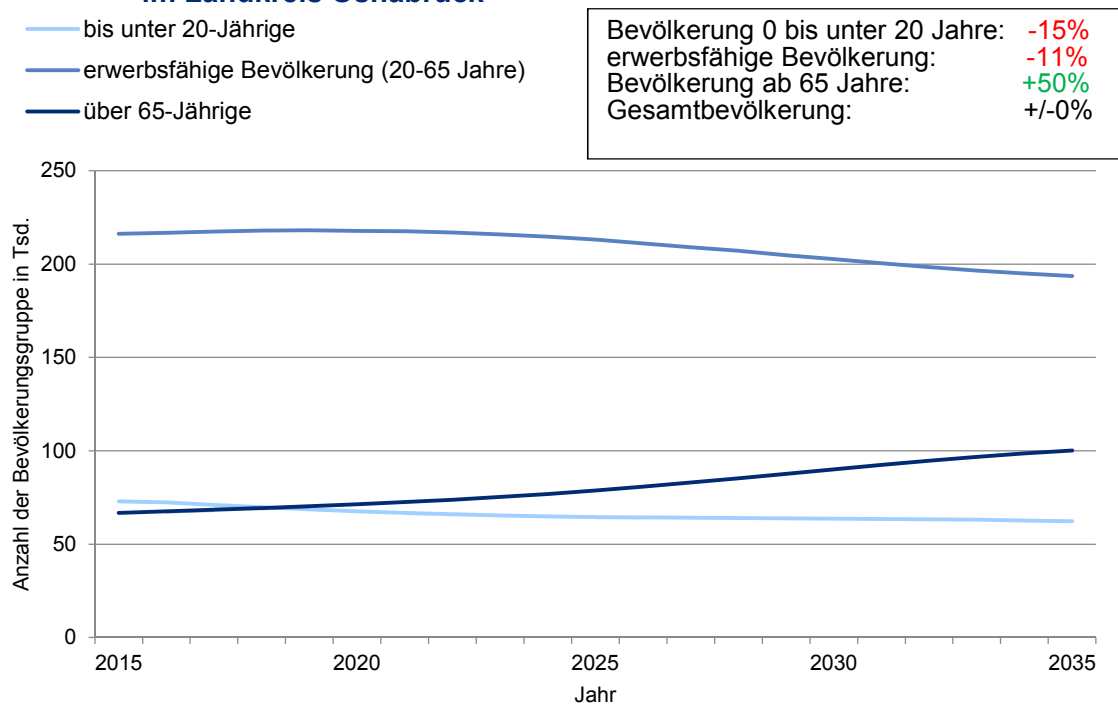
Mit Blick auf den Arbeitsmarkt ist eine Differenzierung nach verschiedenen Bevölkerungsgruppen sinnvoll, deren Entwicklungen in Abbildung 2 dargestellt sind. Zuvorderst ist die Zahl der Erwerbsfähigen relevant. Dazu gehören alle Personen zwischen 20 und 65 Jahren, die dem Arbeitsmarkt theoretisch zur Verfügung stehen.⁵ Im Jahr 2015 sind 216.193 Menschen im Landkreis Osnabrück im erwerbsfähigen Alter. Für das Jahr 2035 werden nur noch etwa 193.500 erwerbsfähig sein. Dies entspricht einem Rückgang von knapp 11%.

Arbeitsmarktpolitisch relevant ist auch die Bevölkerung von 0 bis 20 Jahren. Sie stellt das zukünftig zur Verfügung stehende Arbeitskräftepotenzial dar. Während es 2015 knapp 73.000 Einwohnerinnen und Einwohner in dieser Altersklasse gab, wird dieser Wert bis 2035 um fast 11.000 auf 62.200 junge Menschen sinken. Dies entspricht einem Rückgang um fast 15%.

⁵ Erwerbsfähige sind von Erwerbspersonen und Erwerbstätigen zu unterscheiden. Erwerbspersonen sind Erwerbstätige und Arbeitslose. Erwerbstätige sind abhängig Beschäftigte und Selbstständige.

Bei einer weitgehenden Stagnation der Gesamtbevölkerungszahl in den nächsten 20 Jahren bei zugleich starken Rückgängen der jungen und erwerbsfähigen Bevölkerung ist es der Anteil der über 65-Jährigen, der ein Schrumpfen der Bevölkerung verhindert. Das heißt, ein großer Teil der heute noch Erwerbsfähigen gehört in 20 Jahren zu der Gruppe der Rentnerinnen und Rentner. Dieser Anteil kann nicht von „nachrückenden“ jungen und erwerbsfähigen Personen kompensiert werden. Im Vergleich zu 2015 wird es im Jahr 2035 etwa 50% mehr Menschen im Rentneralter geben. Im Jahr 2019 wird es erstmals im Landkreis mehr über 65-Jährige als unter 20-Jährige geben. Im Laufe der Jahre wird sich dieser Trend verstärken.

Abbildung 2: Entwicklung der Bevölkerungszahlen nach Altersgruppen im Landkreis Osnabrück

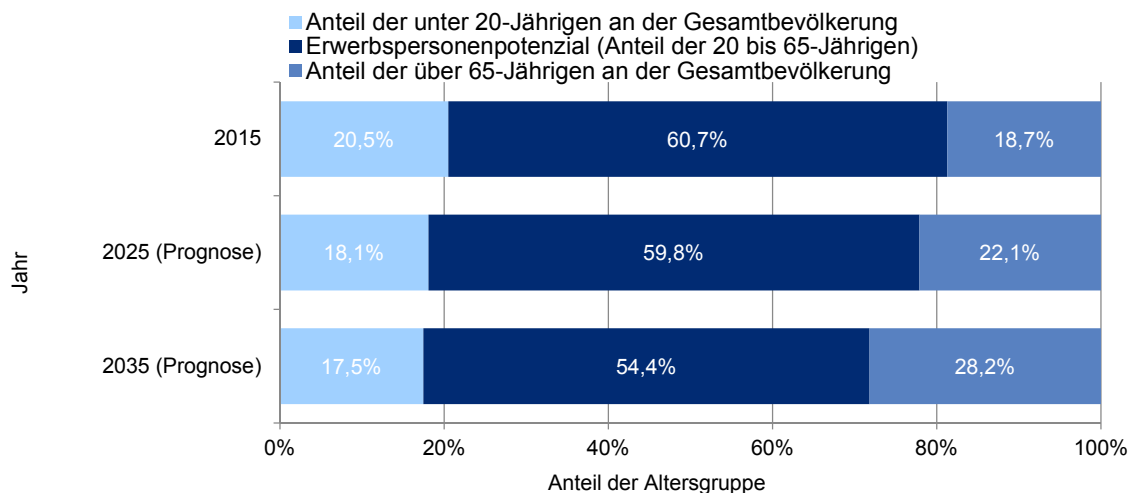


Datenquelle: Landkreis Osnabrück, Referat S, 2016 (landkreiseigene Bevölkerungsprognose), eigene Darstellung

Abbildung 3 zeigt, dass das Erwerbspersonenpotenzial⁶ im Jahr 2015 noch bei über 60% liegt, der Anteil der über 65-Jährigen an der Gesamtbevölkerung bei 18,7%. Bis zum Jahr 2035 schrumpft die Gruppe der Erwerbsfähigen auf gut 54%, wohingegen die Gruppe der über 65-Jährigen stark zunimmt (plus zehn Prozentpunkte). Die Gruppe der unter 20-Jährigen sinkt in den nächsten 20 Jahren weiter: auf das Niveau von 17,5% der Gesamtbevölkerung.

⁶ Erwerbsfähige sind von Erwerbspersonen und Erwerbstätigen zu unterscheiden. Erwerbspersonen sind Erwerbstätige und Arbeitslose. Erwerbstätige sind abhängig Beschäftigte und Selbstständige.

Abbildung 3: Prognostizierte Entwicklung der jeweiligen Altersgruppen bezogen auf die Gesamtbevölkerung des Landkreises Osnabrück



Datenquelle: Landkreis Osnabrück, Referat S, 2016 (landkreiseigene Bevölkerungsprognose, eigene Darstellung)

1.3 Arbeitsmarktdaten für das Osnabrücker Land

Im Osnabrücker Land leben über eine halbe Million Menschen. Im Juni 2015 arbeiteten in der Region einschließlich der berufsbedingten Einpendler insgesamt 206.941 Menschen in sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen: 117.120 Menschen im Landkreis und 89.328 im Stadtgebiet. Eine Übersicht über die Beschäftigten und die Arbeitslosenquoten im Osnabrücker Land liefert folgende Tabelle:

Tabelle 1: Arbeitsmarktdaten im Osnabrücker Land

Arbeitsmarktdaten ⁷	Stadt und Landkreis Osnabrück
Arbeitslose insgesamt	13.163 Personen
Arbeitslosenquote ⁸	3,5%
Arbeitslosenquote SGB II	1,8%
Arbeitslosenquote SGB III	1,7%

⁷ Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Stand: Dezember 2016

⁸ bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen

1.4 Die Logistikwirtschaft im Osnabrücker Land

Die Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ) des Statistischen Bundesamts weist für den Abschnitt H „Verkehr und Lagerei“ eine Vielzahl von Klassen und Unterklassen auf. Der Fokus in dieser Erhebung liegt auf folgenden Bereichen:

- 49.41 Güterbeförderung im Straßenverkehr
- 52.1 Lagerei
- 52.29.1 Spedition

Dennoch sind die in diesem Monitoring angeschriebenen Unternehmen nicht mit dieser Zuordnung deckungsgleich, da Unternehmen berücksichtigt wurden, die gemäß ihres WZ-Schlüssels zwar keine originären Logistikbetriebe sind, jedoch einen bedeutenden Lager- und / oder Transportbereich betreiben.

Es wurden insgesamt 345 Betriebe aus dem Logistikbereich im Osnabrücker Land angeschrieben. Dazu gehören neben dem Landkreis und der Stadt Osnabrück auch einige direkt angrenzende wirtschaftliche Verflechtungsräume. Die Unternehmensbefragungen wurden unterstützt durch den Gesamtverband Verkehrsgewerbe Niedersachsen e. V. (GVN), das Kompetenznetz Individuallogistik e. V. (KNI) sowie die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Osnabrücker Land mbH (WIGOS).

Neben den Unternehmen wurden 15 Institutionen angeschrieben. Dabei handelt es sich um Interessensvertretungen, Verbände und Bildungsträger innerhalb der Branche.

Darüber hinaus wurden Auszubildende an den „Berufsbildenden Schulen des Landkreises Osnabrück in Melle“, den „Berufsbildenden Schulen des Landkreises Osnabrück - Brinkstraße“ und den „Berufsbildenden Schulen der Stadt Osnabrück am Pottgraben“ in folgenden Ausbildungsberufen befragt: Berufskraftfahrerinnen und Berufskraftfahrer, Kaufleute für Spedition und Logistikdienstleistungen, Fachkräfte für Lagerlogistik und Fachlageristen.

Außerdem wurden Studierende der Hochschule Osnabrück aus dem Fachbereich Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Logistik in die Befragung einbezogen.

Sämtliche Befragungen fanden im September und Oktober 2016 statt.

2. Befragungen im Rahmen des Arbeitsmarktmonitorings in der Logistikwirtschaft

Im Folgenden werden zunächst die drei befragten Zielgruppen – Unternehmen, Auszubildende sowie Studierende und Institutionen – genauer beschrieben.

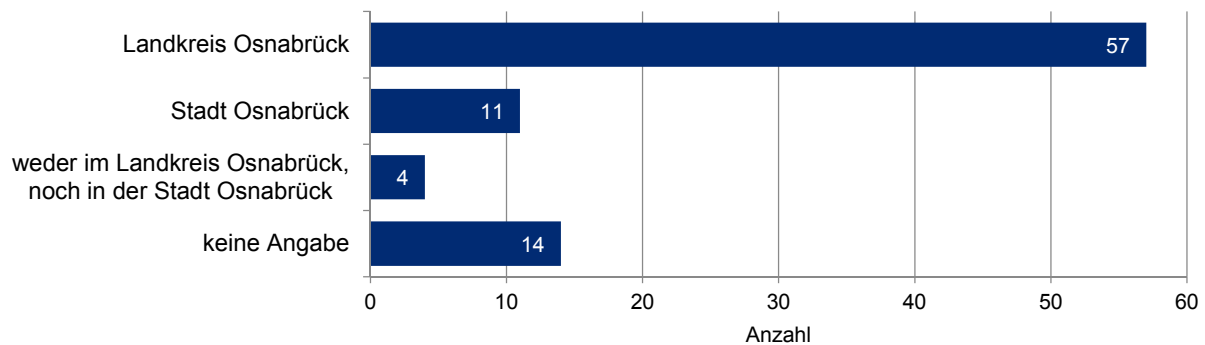
2.1 Befragung von Unternehmen

Von den 345 angeschriebenen Unternehmen der Logistikbranche haben sich 86 an der Befragung beteiligt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 24,9%.

Nicht alle Unternehmen haben alle Fragen des Fragebogens beantwortet. Maximal liegen zu einer Frage 78 Angaben vor. Aufgrund der vorliegenden Teilnahmequote werden nur Auswertungen der Häufigkeiten vorgenommen.

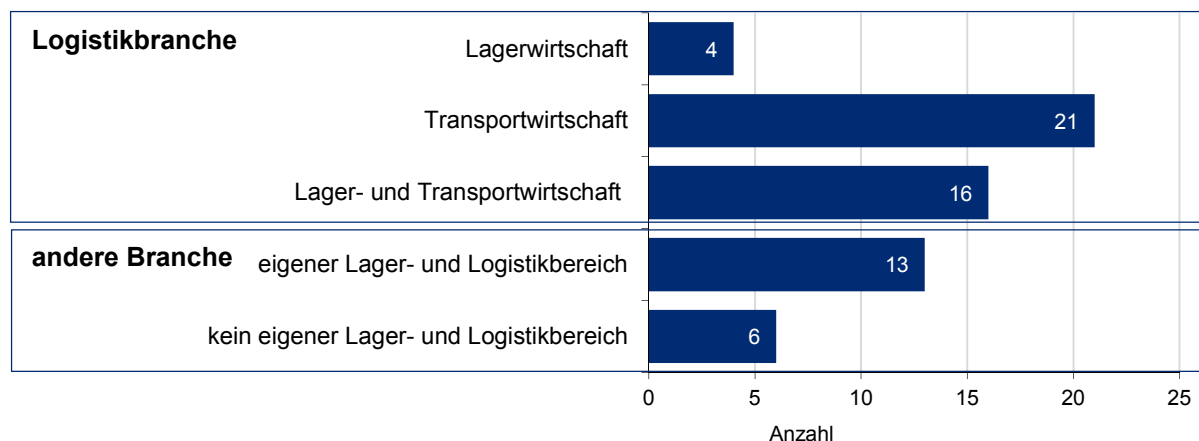
57 von 72 Unternehmen haben ihren Sitz im Landkreis Osnabrück und 11 in der Stadt Osnabrück. Weitere 4 sind weder im Landkreis noch in der Stadt Osnabrück ansässig (Abb. 4).

Abbildung 4: Befragte Unternehmen nach Standort



Insgesamt zählen sich zwei Drittel der Unternehmen zur Logistikbranche, 4 Unternehmen sind dabei im Bereich der Lagerwirtschaft tätig und 21 im Bereich der Transportwirtschaft (Abbildung 5). 16 Unternehmen innerhalb der Logistikbranche arbeiten sowohl in der Lager- als auch in der Transportwirtschaft. Von den insgesamt 19 Unternehmen, die sich nicht der Logistikbranche zurechnen, unterhalten 13 einen eigenen Lager- und Logistikbereich.

Abbildung 5: Zugehörigkeit zur Logistikbranche



Die Befragten wurden gebeten, die Zahl der Beschäftigten am Standort anzugeben. Unternehmen mit mehreren Standorten sollten zudem angeben, wie viele Beschäftigte das Unter-

nehmen insgesamt hat. Insgesamt 28 haben mehrere Standorte, 24 von ihnen haben Angaben zur Beschäftigtenzahl im Gesamtunternehmen gemacht.

Abbildung 6 zeigt die Anzahl der Unternehmen nach der Zahl der Beschäftigten am Standort der Befragung: 9 Unternehmen haben weniger als 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an diesem Standort. Unternehmen mit 10 bis unter 50 Beschäftigten bilden mit insgesamt 25 von 61 Unternehmen die größte Gruppe. Weitere 13 Unternehmen haben 50 bis unter 150 Beschäftigte. 8 Unternehmen beschäftigen 150 bis unter 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und jeweils 3 haben eine Belegschaft von 500 bis unter 1.000 bzw. 1.000 bis unter 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern am Standort der Erhebung.

Von den 61 Unternehmen beschäftigen 23 Unternehmen an weiteren Standorten zusätzliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Abbildung 6: Zahl der Beschäftigten am Befragungsstandort

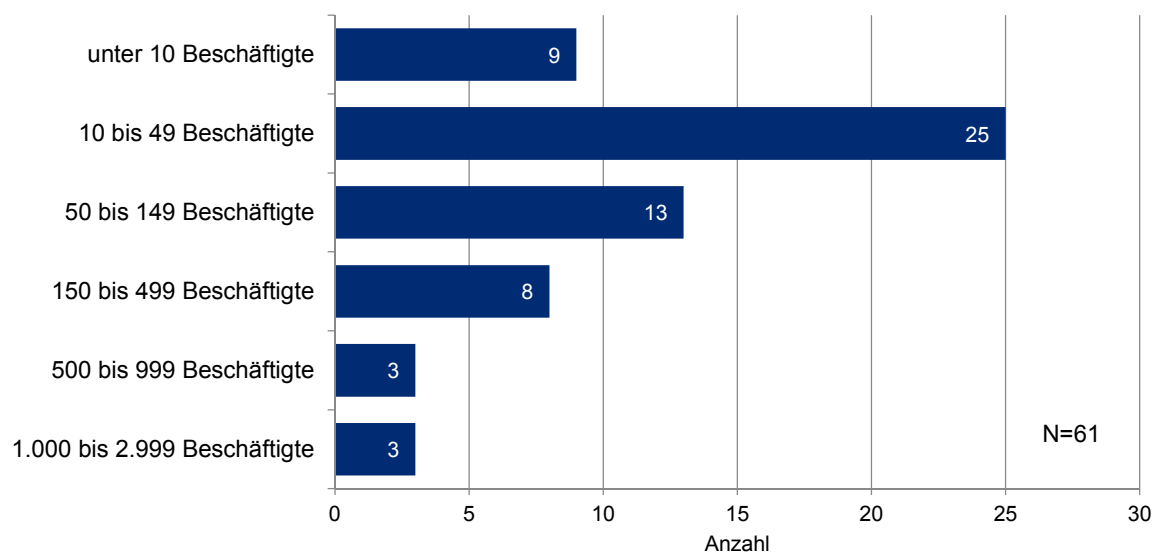
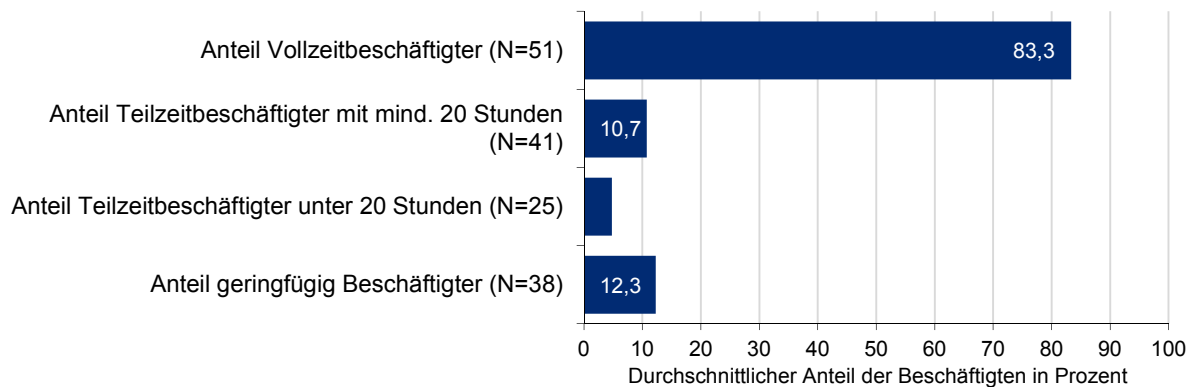


Abbildung 7 zeigt, dass die Unternehmen in der Logistikbranche vor allem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Vollzeit beschäftigten. Im Durchschnitt stellen Vollzeitbeschäftigte 83% der Belegschaft. Nur in 6 Unternehmen machen Vollzeitbeschäftigte zwischen 50 und 75% aus und in 4 der Unternehmen stellen sie zwischen 25 und 50% der Belegschaft.

Teilzeitbeschäftigung ist im Logistikbereich nur wenig verbreitet. Teilzeitbeschäftigte mit mindestens 20 Wochenarbeitsstunden stellen im Durchschnitt 11% der Belegschaft und Teilzeitbeschäftigte mit weniger als 20 Wochenarbeitsstunden im Durchschnitt nur 5%.

8 von 25 Unternehmen beschäftigten gar keine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit einem Beschäftigungsumfang von weniger als 20 Stunden. Auch geringfügig Beschäftigte machen mit durchschnittlich 12% der Belegschaft nur einen kleinen Teil aus. 5 von 38 Unternehmen haben keine geringfügig Beschäftigten.

Abbildung 7: Durchschnittlicher Anteil Beschäftigter nach Beschäftigungsumfang in Prozent

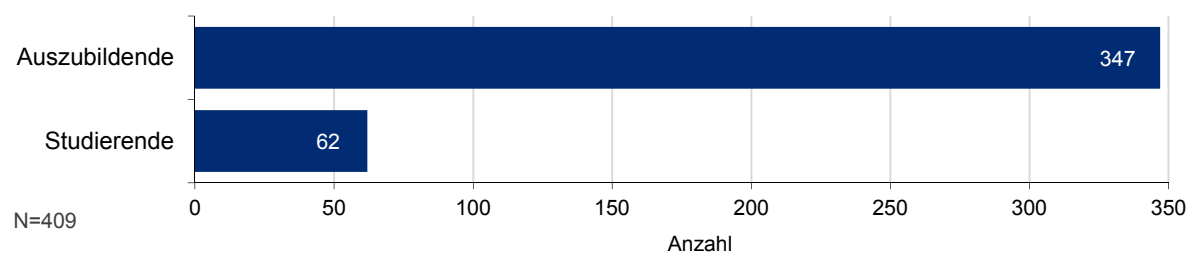


2.2 Befragung von Auszubildenden

Um die Einstellungen und Erwartungen zukünftiger Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Logistikwirtschaft zu erfassen, wurden Auszubildende und Studierende, die eine Ausbildung in diesem Bereich absolvieren, befragt. Hierzu gehören Auszubildende zum Berufskraftfahrer/in bzw. zur Berufskraftfahrerin, Kaufleute für Spedition und Logistikdienstleistungen, Fachkräfte für Lagerlogistik sowie Fachlageristinnen und -lageristen. Zudem wurden Studierende der Hochschule Osnabrück aus dem Fachbereich Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Logistik befragt.

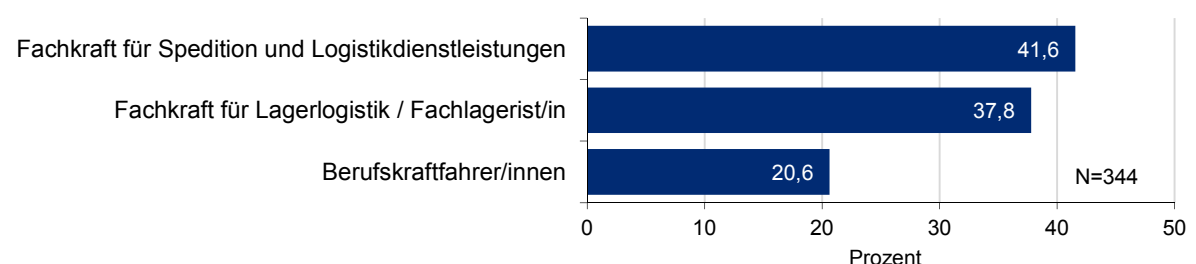
Insgesamt wurden 419 Auszubildende und Studierende befragt. 409 davon haben Angaben zu ihrer Ausbildungsstätte gemacht (Abbildung 8). Es wurden mehr als drei Viertel der Nachwuchskräfte an einer berufsbildenden Schule befragt, die sie im Rahmen einer betrieblichen Ausbildung besuchen. 8% befinden sich an einer Berufsfachschule oder im Berufsgrundschuljahr. Bei 15% handelt es sich um Studierende der Hochschule Osnabrück.

Abbildung 8: Anzahl Auszubildende und Studierende



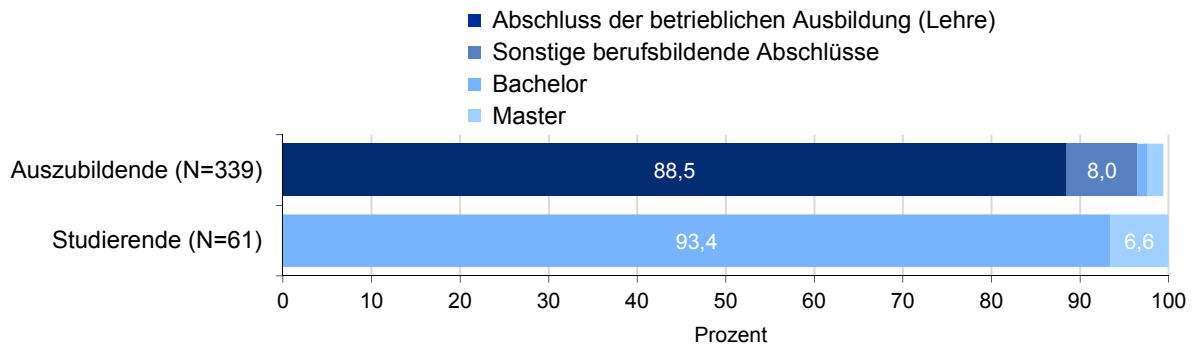
Von den Befragten an berufsbildenden Schulen absolvieren 42% eine Ausbildung zur Fachkraft für Spedition und Logistikdienstleistungen und 38% eine Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik. 21% werden zu Berufskraftfahrerinnen / Berufskraftfahrern ausgebildet (Abbildung 9).

Abbildung 9: Ausbildungsberufe



89% der Auszubildenden streben den Abschluss ihrer betrieblichen Ausbildung an. Weitere 8% möchten einen anderen Abschluss der berufsbildenden Schule erreichen, z. B. den einer Berufsfachschule bzw. Fachschule oder eine fachliche Zusatzausbildung mit Abschlussprüfung. 93% der Studierenden absolvieren momentan einen Bachelorstudiengang und 7% einen Masterstudiengang (Abbildung 10).

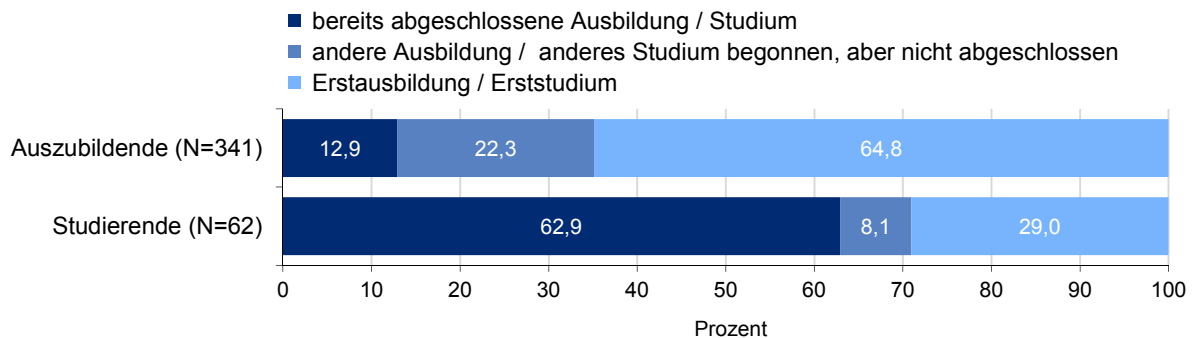
Abbildung 10: Auszubildende und Studierende nach angestrebtem Abschluss



Wie Abbildung 11 zeigt, befinden sich fast zwei Drittel der Auszubildenden in einer Erstausbildung. 22% haben bereits zuvor eine andere Ausbildung oder ein anderes Studium begonnen, aber nicht abgeschlossen und 13% verfügen bereits über eine abgeschlossene Ausbildung oder ein abgeschlossenes Studium.

Unter den Studierenden haben 63% bereits eine abgeschlossene Ausbildung oder ein abgeschlossenes Studium und 29% befinden sich in der Erstausbildung. 8% haben zuvor eine andere Ausbildung oder ein anderes Studium begonnen, sie jedoch nicht abgeschlossen.

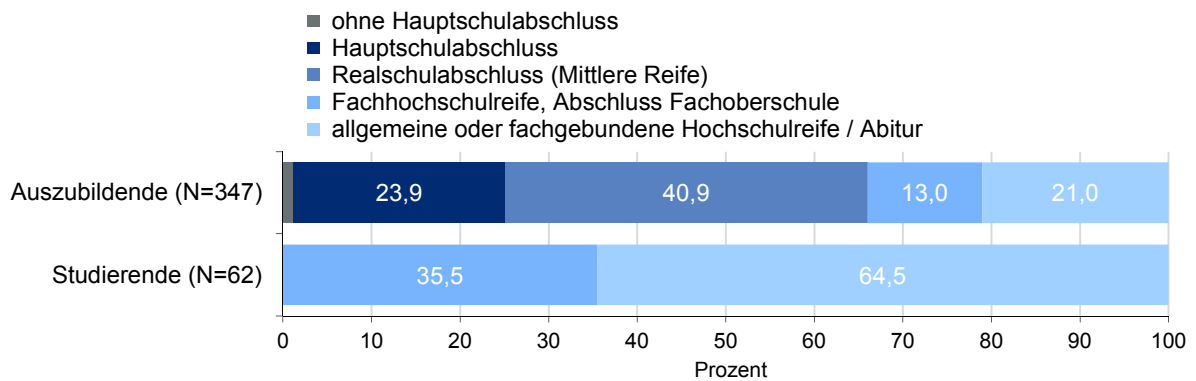
Abbildung 11: Auszubildende und Studierende nach Erstausbildung



In Abbildung 12 ist zunächst der Anteil der Auszubildenden nach ihrem höchsten Schulabschluss dargestellt. Ein knappes Viertel der Auszubildenden verfügt demnach über einen Hauptschulabschluss und 41% über den Realschulabschluss. 13% haben die Fachhochschulreife oder den Abschluss einer Fachoberschule und 21% das Abitur.

Unter den Studierenden haben fast zwei Drittel das Abitur und 36% die Fachhochschulreife bzw. den Abschluss einer Fachoberschule.

Abbildung 12: Auszubildende und Studierende nach höchstem Schulabschluss

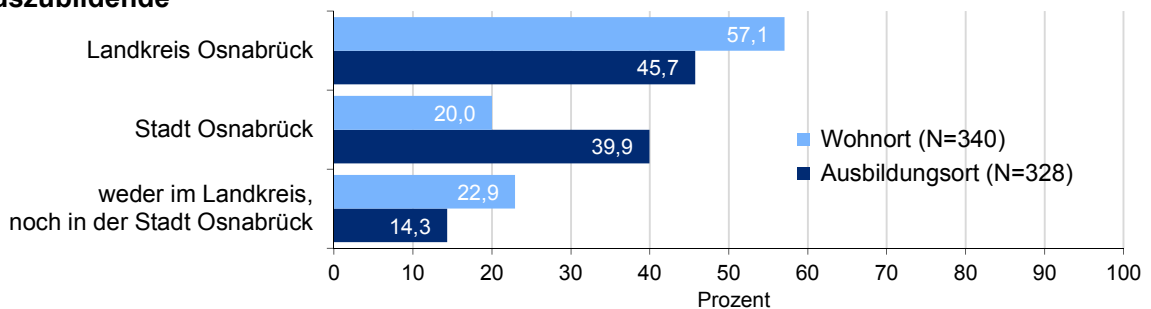


Wie Abbildung 13 zeigt, haben 57% der Auszubildenden ihren Wohnsitz im Landkreis Osnabrück, ein Fünftel lebt in der Stadt Osnabrück und 23% weder im Landkreis noch in der Stadt. Von den Studierenden lebt nur ein Viertel im Landkreis und 62% in der Stadt. 13% haben ihren Wohnsitz weder im Landkreis noch in der Stadt.

Betrachtet man den Ausbildungs- bzw. Studienort, ergibt sich eine andere Verteilung. 46% der Auszubildenden haben ihren Ausbildungsort im Landkreis und 40% in der Stadt Osnabrück. 14% werden außerhalb von Landkreis oder Stadt ausgebildet. Hochschulstandort ist die Stadt Osnabrück.

Abbildung 13: Auszubildende und Studierende nach Wohn- und Ausbildungsort

Auszubildende



Studierende

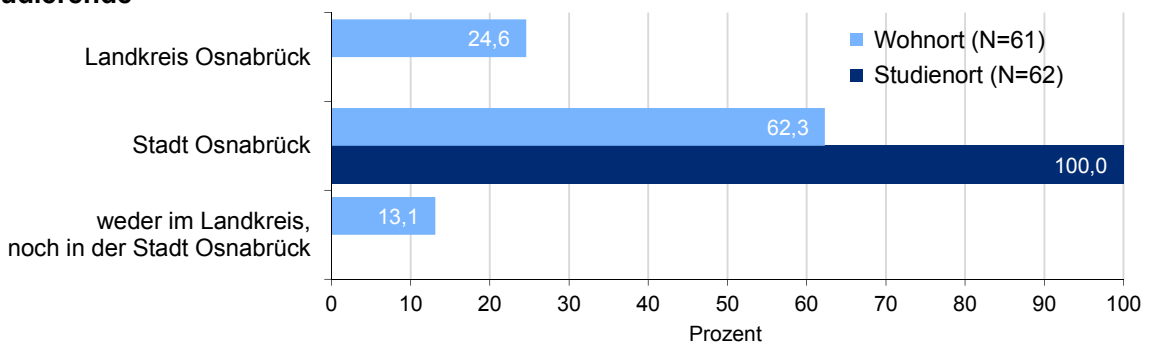
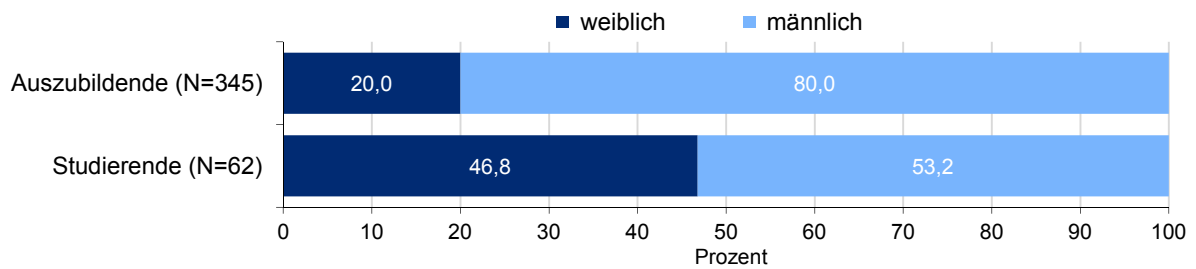


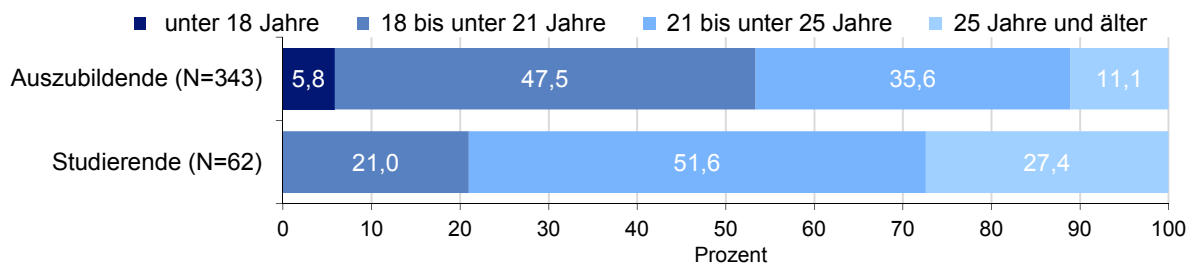
Abbildung 14 zeigt die Geschlechterzusammensetzung der beiden Gruppen. 80% der Auszubildenden sind männlich. Bei den Studierenden sind 53% der Befragten männlich und 47% weiblich.

Abbildung 14: Auszubildende und Studierende nach Geschlecht



Die befragten Auszubildenden sind im Durchschnitt 21,2 Jahre, die Studierenden 23,3 Jahre alt.

Abbildung 15: Auszubildende und Studierende nach Altersgruppen



Ein weiteres Merkmal, das in der Befragung der Auszubildenden und Studierenden erhoben wurde, ist der Migrationshintergrund. Hierzu wurden den Befragten drei Fragen gestellt. Sie sollten angeben, ob sie selbst und / oder ihre Eltern in Deutschland oder in einem anderen Land geboren wurden und ob bei ihnen zu Hause vorwiegend Deutsch oder eine andere Sprache gesprochen wird. Wenn eine Befragte oder ein Befragter selbst im Ausland geboren wurde und / oder mindestens ein Elternteil im Ausland geboren ist und / oder zu Hause eine andere Sprache als Deutsch gesprochen wird, wird von einem Migrationshintergrund ausgegangen.

Abbildung 16 zeigt, dass 31% der Auszubildenden und 13% der Studierenden einen Migrationshintergrund haben.

Abbildung 16: Auszubildende und Studierende nach Migrationshintergrund

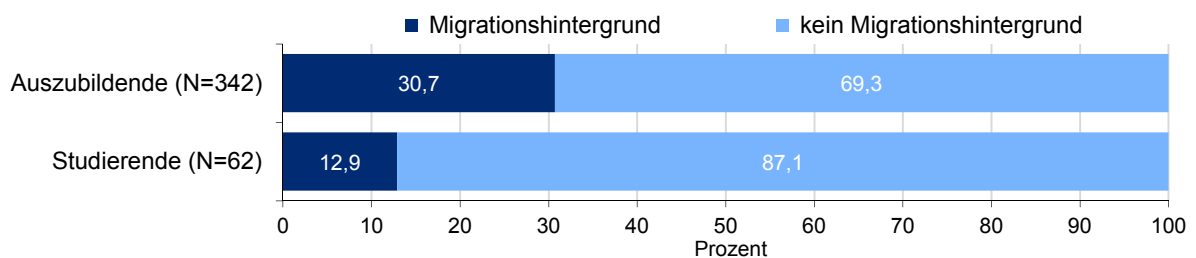


Tabelle 2 zeigt, wie hoch der Anteil der Auszubildenden mit Migrationshintergrund nach Geburtsort, Geburtsort der Eltern und Sprache im Haushalt ist.⁹ Fast zwei Drittel der Auszubildenden mit Zuwanderungsgeschichte sind demnach selbst in Deutschland geboren. Fast alle haben jedoch mindestens ein Elternteil, das nicht in Deutschland geboren ist. Mehr als die Hälfte spricht zu Hause eine andere Sprache als Deutsch.

⁹ Da insgesamt nur acht Studierende einen Migrationshintergrund haben, wird diese Differenzierung für diese Gruppe nicht vorgenommen.

Tabelle 2: Auszubildende mit Migrationshintergrund nach Geburtsort, Geburtsort der Eltern und Sprache im Haushalt

Auszubildende nach Migrationshintergrund insgesamt	Anzahl	Prozent
ja	105	30,7
nein	237	69,3
Gesamt	342	100,0
davon: Geburtsland		
Deutschland	67	63,8
Ausland	38	36,2
Gesamt	105	100,0
davon: Geburtsland der Eltern		
beide Elternteile in Deutschland geboren	2	1,9
mind. ein Elternteil im Ausland geboren	103	98,1
Gesamt	105	100,0
davon: Sprache im Haushalt		
Deutsch	46	45,5
andere Sprache	55	54,5
Gesamt	101	100,0

2.3 Befragung von Institutionen

Insgesamt wurden 15 Institutionen bzw. Bildungseinrichtungen aus dem Bereich der Logistikwirtschaft um Beteiligung an der Befragung gebeten. Davon haben 12 teilgenommen.

Von diesen 12 Institutionen haben 9 Angaben zu den von ihnen vertretenen Gruppen gemacht. 8 von ihnen vertreten demnach Unternehmen, je 5 aber auch Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie Auszubildende. 3 Institutionen geben an, Studierende zu vertreten. Alle Institutionen haben ihren Sitz in der Stadt Osnabrück.

Aufgrund der geringen Zahl von Institutionen sowie der Tatsache, dass einzelne Fragen nicht von allen Institutionen beantwortet wurden, können diese Angaben keiner rein statistischen Auswertung unterzogen werden. Sie werden jedoch mit in die Betrachtung einbezogen, wenn es um die einzelnen Aspekte des Fachkräftebedarfs in der Logistikbranche geht.

3. Logistikwirtschaft aus der Sicht der verschiedenen Akteure

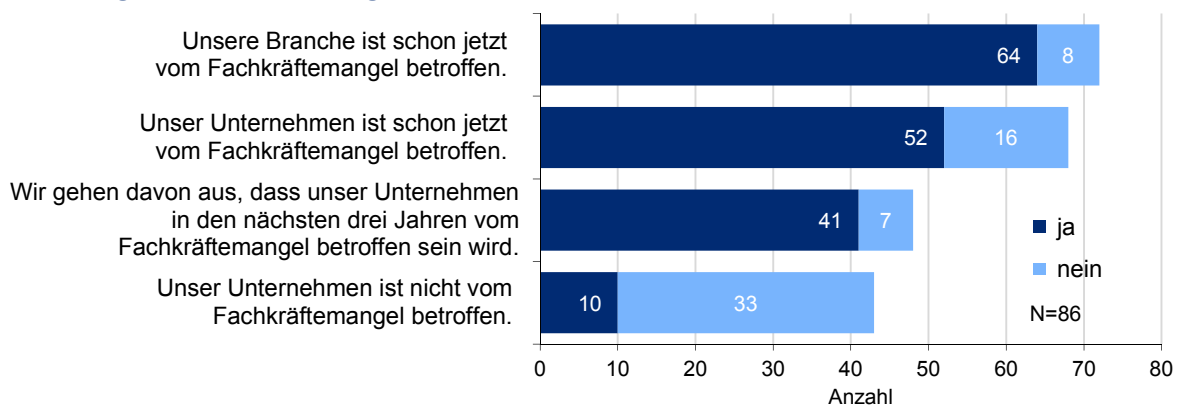
Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragungen von Unternehmen, Institutionen sowie Auszubildenden zur Situation in der Logistikbranche vorgestellt. Da alle Gruppen zu den gleichen Themenbereichen befragt wurden, ist es möglich, ihre jeweiligen Angaben zu vergleichen. Da sich nur eine geringe Anzahl von Institutionen an der Befragung beteiligt hat, kann deren Sichtweise jedoch nur sehr eingeschränkt einbezogen werden.

3.1 Fachkräftesituation

Zum Thema Fachkräftesituation wird in diesem Kapitel zunächst betrachtet, in welchen Bereichen aktuell Fachkräftemangel herrscht, wie sich nach Einschätzung von Unternehmen und Institutionen die Situation in Zukunft entwickeln wird und welche Maßnahmen einem Fachkräftemangel entgegenwirken können. Dieser Fragekomplex richtet sich ausschließlich an Unternehmen und Institutionen.

Zur Fachkräftesituation in den Unternehmen wurden verschiedene Fragen gestellt. Zunächst sollten die Unternehmen eine Einschätzung der Situation abgeben. Wie die folgende Abbildung 17 zeigt, sieht eine Mehrheit von drei Viertel das eigene Unternehmen vom Fachkräftemangel betroffen. Knapp ein Viertel sieht sich nicht vom Fachkräftemangel bedroht. Fast 90% geben an, dass die Branche schon jetzt betroffen ist. 85% gehen davon aus, dass sie in den kommenden drei Jahren die Auswirkungen des Fachkräftemangels spüren werden.

Abbildung 17: Einschätzung der Fachkräftesituation

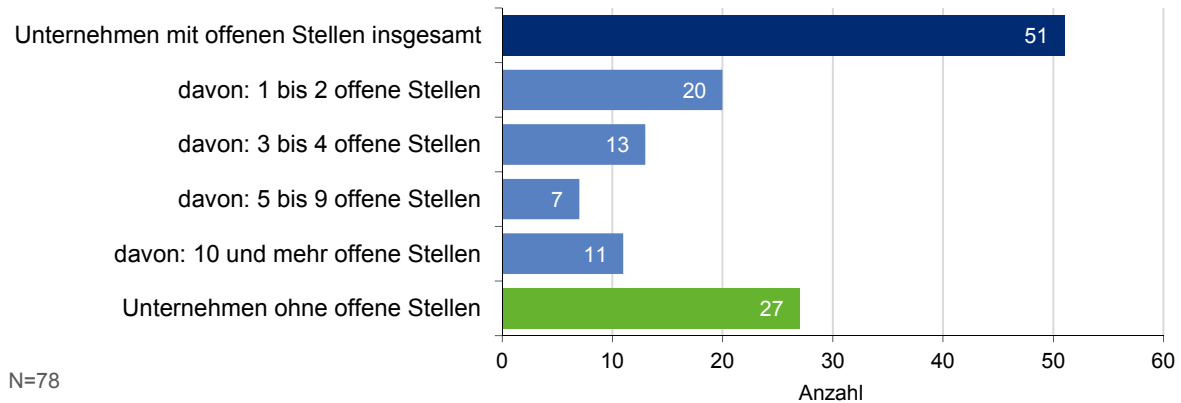


Alle Institutionen gehen davon aus, dass die Branche bereits heute betroffen ist und auch in den nächsten drei Jahren vom Fachkräftemangel betroffen sein wird.

3.1.1 Offene Stellen

51 von 78 Unternehmen haben zurzeit offene Stellen zu besetzen (Abbildung 18), das sind etwa zwei Drittel. Ein Viertel, also 20 Unternehmen, sucht ein bis zwei neue Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter und in 13 Unternehmen sind es drei bis vier. 18 Unternehmen haben mehr als fünf Stellen zu besetzen. Insgesamt gibt es in den 51 Unternehmen 454 freie Stellen (davon ein Unternehmen mit 130 freien Stellen).

Abbildung 18: Unternehmen mit offenen Stellen



Wie Abbildung 19 zeigt, werden Fachkräfte im Transportbereich am häufigsten gesucht. 35 Unternehmen suchen Fachkräfte in diesem Bereich und etwa ebenso viele haben Schwierigkeiten, diese Stellen zu besetzen. Im Hinblick auf die Situation in drei Jahren wird noch eine Verschärfung des Fachkräftemangels erwartet. 60 Unternehmen gehen davon aus, dass sie in drei Jahren Schwierigkeiten haben werden, Stellen für Fachkräfte im Transportbereich zu besetzen.

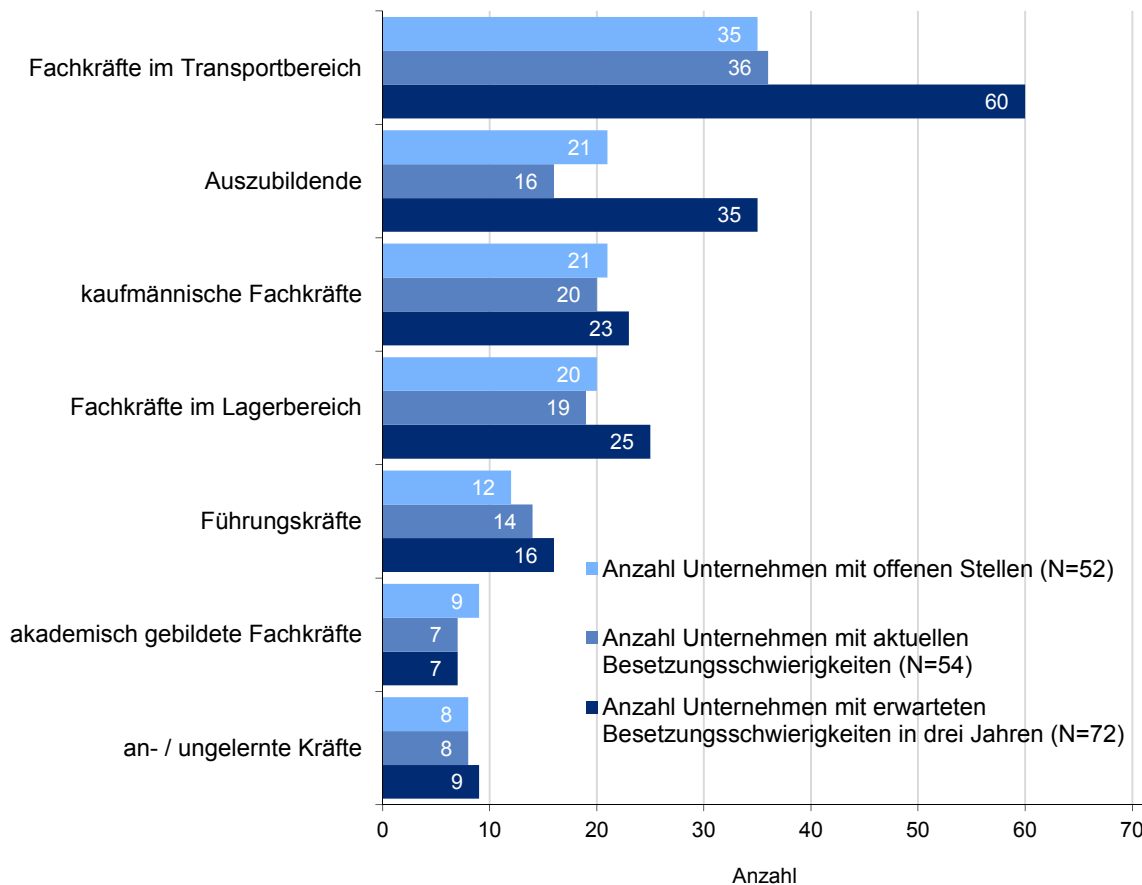
Auszubildende werden von 21 Unternehmen gesucht und 16 von ihnen haben Probleme, diese Stellen zu besetzen. Auch hier zeigt sich, dass in Zukunft eine Verschärfung dieser Situation erwartet wird. 35 Unternehmen glauben, dass sie in drei Jahren Schwierigkeiten haben werden, Ausbildungsstellen zu besetzen.

Auch kaufmännische Fachkräfte werden aktuell von 21 Unternehmen gesucht. 20 haben Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung und 23 gehen davon aus, dass sie auch in drei Jahren Probleme haben werden, passendes Personal zu finden. Ein ähnliches Bild ergibt sich im Hinblick auf Fachkräfte im Lagerbereich.

Führungskräfte werden aktuell von 12 Unternehmen gesucht, 14 haben aktuell Besetzungsschwierigkeiten und 16 erwarten auch in Zukunft solche Probleme. Offene Stellen für akademisch gebildete Fachkräfte sowie An- und Ungelernte gibt es in weniger als zehn der Unternehmen. Aktuelle oder künftige Probleme bei der Besetzung der Stellen werden hier ebenso selten wahrgenommen.

Institutionen sehen in den Unternehmen aktuell vor allem eine Nachfrage nach Fachkräften im Transport- und Lagerbereich sowie nach Auszubildenden. Auch sie gehen davon aus, dass die Unternehmen bei diesen offenen Stellen mit Besetzungsschwierigkeiten konfrontiert sind. Dies gilt auch, wenn sie die Situation in den kommenden drei Jahren beurteilen sollen.

Abbildung 19: Anzahl Unternehmen mit offenen Stellen, aktuelle Besetzungsschwierigkeiten sowie erwartete Besetzungsschwierigkeiten in drei Jahren nach Berufsgruppen

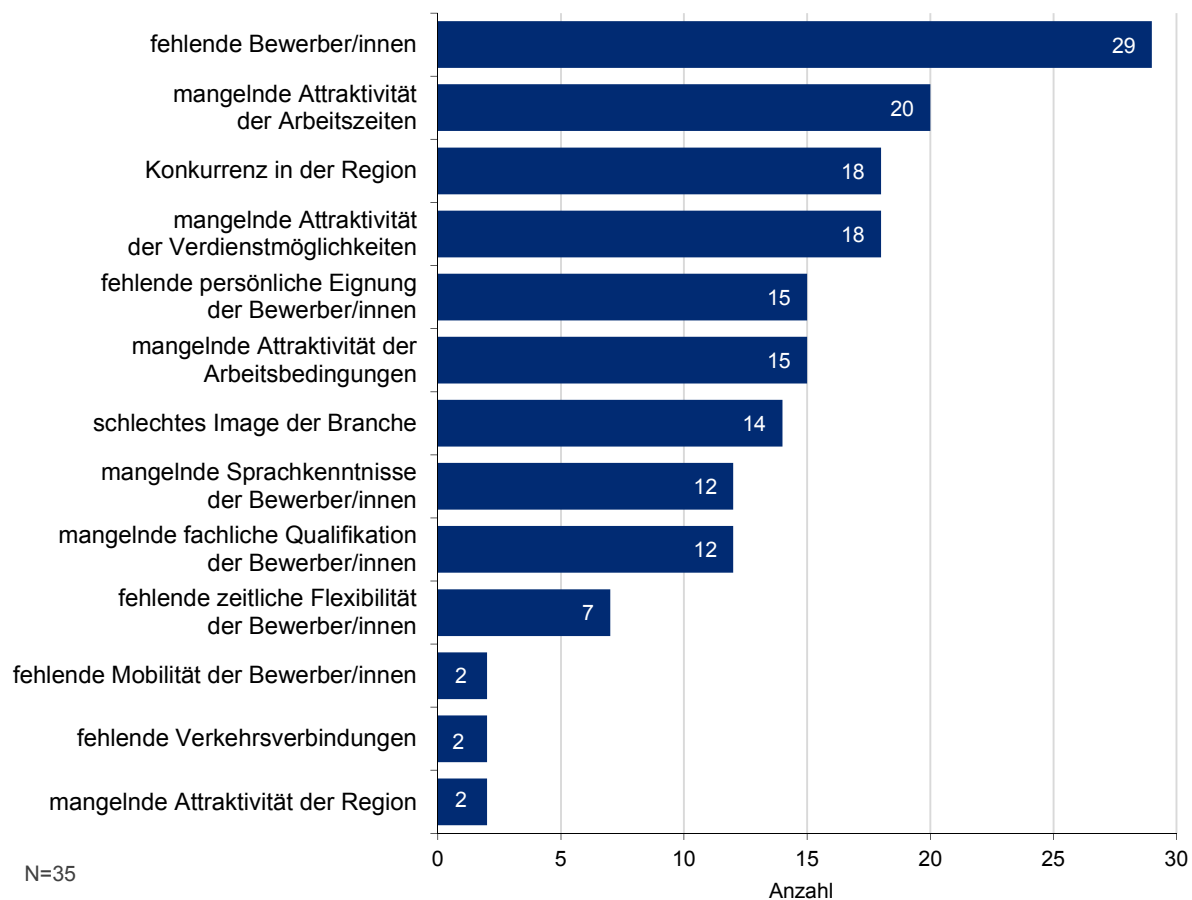


Unternehmen, die schon einmal Schwierigkeiten hatten, Stellen für bestimmte Berufsgruppen zu besetzen, wurden gebeten, die Gründe hierfür anzugeben. Sie konnten dabei mehrere Angaben machen. Bei der am häufigsten gesuchten Berufsgruppe der Fachkräfte im Transportbereich ergibt sich dabei folgendes Bild (Abbildung 20).

Bei 35 Unternehmen, die hierzu Angaben gemacht haben, ist der am häufigsten genannte Grund für Besetzungsschwierigkeiten demnach das Fehlen von Bewerberinnen und Bewerbern; 29 Unternehmen nennen diesen Grund. Die mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten steht mit 20 Nennungen an zweiter Stelle, gefolgt von der Konkurrenz in der Region und der mangelnden Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten, die von jeweils 18 Unternehmen genannt werden. Je 15 der 35 Unternehmen nehmen eine fehlende persönliche Eignung der Bewerberinnen und Bewerber wahr oder machen die mangelnde Attraktivität der Arbeitsbedingungen für die Besetzungsschwierigkeiten verantwortlich.

Aus Sicht der Institutionen sind die wichtigsten Gründe für Besetzungsschwierigkeiten bei Fachkräften im Transportbereich die mangelnde Attraktivität von Arbeitsbedingungen und Verdienstmöglichkeiten sowie das Fehlen von Bewerberinnen und Bewerbern.

Abbildung 20: Gründe für Besetzungsschwierigkeiten bei Stellen für Fachkräfte im Transportbereich¹⁰



In Tabelle 3 werden die jeweils wichtigsten Gründe für Besetzungsschwierigkeiten der Berufsgruppen genannt.¹¹

Sieht man von der Gruppe der akademisch gebildeten Fachkräfte ab, steht an erster Stelle das Fehlen von Bewerberinnen und Bewerbern. Dieser Grund für Besetzungsschwierigkeiten wird am häufigsten genannt, wenn es um Stellen für Fachkräfte im Transportbereich, Auszubildende, Fachkräfte im Lagerbereich, kaufmännische Fachkräfte, Führungskräfte sowie An- und Ungelernte geht. Bei akademisch gebildeten Fachkräften stehen dagegen ein schlechtes Image der Branche an erster Stelle und fehlende Bewerberinnen und Bewerber an zweiter Stelle.

Das wahrgenommene schlechte Image der Branche ist ein weiterer wichtiger Grund, der bei Auszubildenden, kaufmännischen Fachkräften und Führungskräften an zweiter Stelle genannt wird. Den zweithäufigsten Grund für Besetzungsschwierigkeiten bei Fachkräften im Lagerbereich sehen die Unternehmen in einer mangelnden fachlichen Qualifikation und einer mangelnden Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten begründet. Letzteres spielt ebenso eine Rolle bei den kaufmännischen Fachkräften. Für Auszubildende wird die fehlende persönliche Eignung genannt.

¹⁰ Aufgrund weniger Nennungen bei den anderen Berufsgruppen wird in Abb.20 nur die Verteilung der Fachkräfte im Transportbereich dargestellt. Die wichtigsten Gründe für Besetzungsschwierigkeiten in den weiteren Berufsgruppen sind in Tabelle 3 aufgeführt.

¹¹ Bei Führungskräften, akademisch gebildeten Fachkräften, sowie An- und Ungelernten gab es insgesamt nur sehr wenige Nennungen.

Tabelle 3: Gründe für Besetzungsschwierigkeiten nach Berufsgruppen

Führungs- kräfte	Akadem. gebildete Fachkräfte	Fachkräfte im Lager- bereich	Fachkräfte im Trans- portbereich	Kaufmänn. Fachkräfte	An- und Ungelernte	Auszu- bildende
fehlende Bewerber/innen	schlechtes Image der Branche	fehlende Bewerber/innen	fehlende Bewerber/innen	fehlende Bewerber/innen	fehlende Bewerber/innen	fehlende Bewerber/innen
schlechtes Image der Branche	fehlende Bewerber/innen	mangelnde fachliche Qualifikation	mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten	schlechtes Image der Branche	mangelnde Sprachkenntnisse	fehlende persönliche Eignung
	mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten	mangelnde Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten	Konkurrenz in der Region	mangelnde Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten	mangelnde Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten	schlechtes Image der Branche
			mangelnde Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten			

3.1.2 Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel

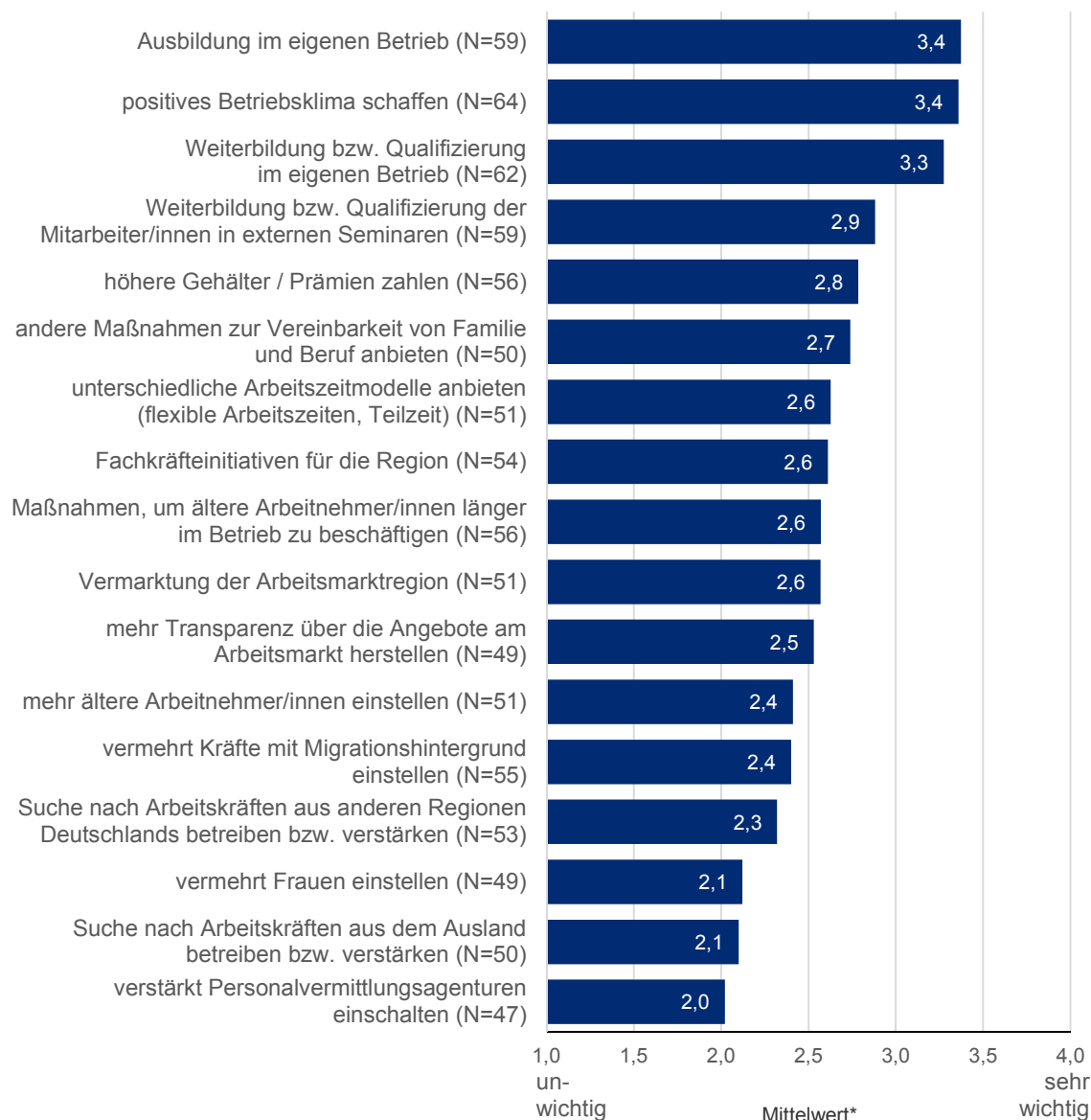
Welche Maßnahmen sind für die Unternehmen von Bedeutung, wenn es darum geht, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken? Den Befragten wurde hierzu eine Liste von Maßnahmen vorgelegt, zu denen sie jeweils auf einer vierstufigen Skala angeben sollten, wie wichtig sie in ihrem Unternehmen sind. In der folgenden Abbildung 21 sind die Mittelwerte dieser vierstufigen Skala wiedergegeben. Der Wert 1 steht dabei für „unwichtig“, der Wert 4 für „sehr wichtig“.

An erster Stelle stehen für die Unternehmen demnach die Ausbildung im eigenen Betrieb und die Schaffung eines positiven Betriebsklimas. Auf der vierstufigen Skala wird hier jeweils ein Mittelwert von 3,4 erreicht. Kaum weniger von Bedeutung ist die Weiterbildung bzw. Qualifizierung im eigenen Betrieb. Einer Weiterbildung bzw. Qualifizierung in externen Seminaren wird schon eine etwas geringere Bedeutung beigemessen.

Am Ende der Rangliste stehen verschiedene Maßnahmen, in denen es um die regionale Ausweitung der Rekrutierungsmaßnahmen für neue Arbeitskräfte geht. Die vermehrte Einstellung von Älteren, von Arbeitskräften mit Migrationshintergrund, von Frauen oder die Ausweitung der Suche auf andere Regionen in Deutschland oder das Ausland wie auch die verstärkte Einschaltung von Personalagenturen wird von den Unternehmen als weniger wichtig betrachtet, wenn es um die Bekämpfung des Fachkräftemangels geht.

Institutionen nehmen die Bedeutung der verschiedenen Maßnahmen ähnlich wie die Unternehmen wahr. Auch aus ihrer Sicht stehen die Ausbildung im eigenen Betrieb und das positive Betriebsklima bei den Unternehmen an erster Stelle. Eine Ausweitung der Rekrutierungsmaßnahmen auf ganz Deutschland oder das Ausland wird von den Institutionen ebenfalls als weniger wichtig bewertet.

Abbildung 21: Wichtigkeit von Maßnahmen zum Entgegenwirken des Fachkräftemangels¹²



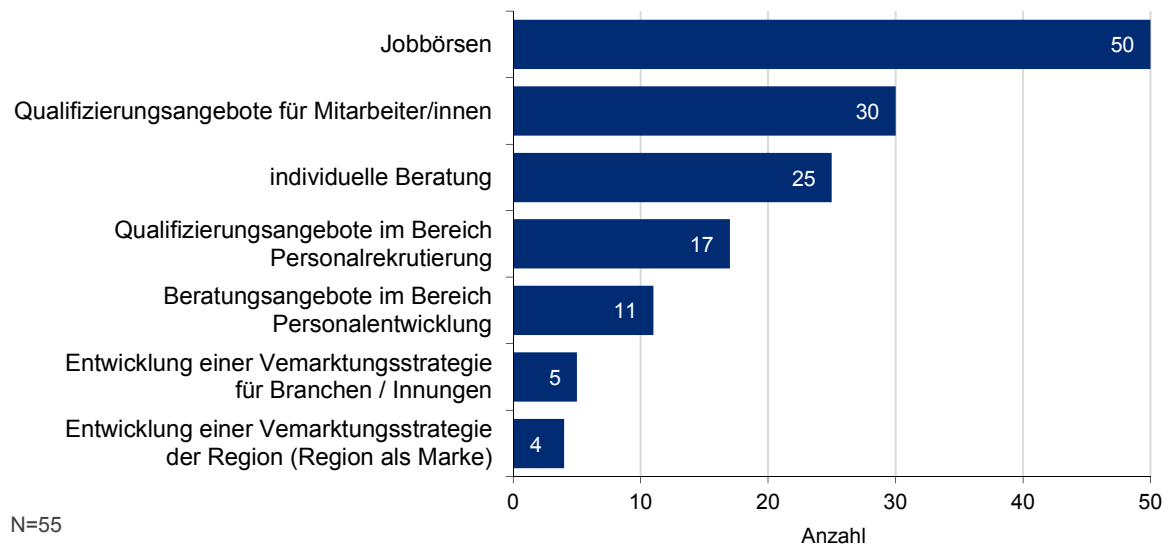
3.1.3 Nutzung von Angeboten zum Entgegenwirken des Fachkräftemangels

Betrachtet man, welche Unterstützungsangebote die Unternehmen schon einmal in Anspruch genommen haben, wenn es um Maßnahmen geht, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, zeigt sich folgendes Bild (Abbildung 22). Auch hierbei konnten mehrere Angaben gemacht werden.

Das am häufigsten genutzte Angebot sind Jobbörsen. 50 von den 55 Unternehmen, die hierzu Angaben gemacht haben, haben schon einmal an einer Jobbörse teilgenommen. Qualifizierungsangebote für die Beschäftigten haben 30 Betriebe wahrgenommen, eine individuelle Beratung 25 Unternehmen. 17 der 55 Unternehmen haben Qualifizierungsangebote im Bereich der Personalrekrutierung genutzt und 11 Beratungsangebote im Bereich Personalentwicklung. Vermarktungsstrategien – sei es für Branchen oder für die Region – werden nur von 5 bzw. 4 Unternehmen genannt.

¹² Verschieden lange Balken mit gleich ausgewiesenen Mittelwerten sind auf unterschiedliche Nachkommastellen zurückzuführen.

Abbildung 22: Nutzung von Angeboten zur Unterstützung der Unternehmen



3.2 Rekrutierungswege der Unternehmen sowie Informationsquellen der Auszubildenden und Studierenden über freie Stellen und Berufe

Auf welchen Wegen suchen Unternehmen neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und wie informieren sich die Auszubildenden und Studierenden über freie Stellen? Beiden Gruppen wurde hierzu eine Liste vorgelegt. Die folgende Abbildung 23 zeigt zunächst die Verteilung der Angaben der Unternehmen.

Persönliche Beziehungen, Kolleginnen und Kollegen, Anzeigen in der lokalen Presse sowie die Agentur für Arbeit sind demnach die von den Unternehmen am häufigsten genutzten Wege, um neues Personal zu rekrutieren. Die große Mehrheit der Unternehmen nutzen diese Rekrutierungsmöglichkeiten. Die Jobcenter der Region, das Internet und Praktika werden noch von jeweils mehr als 60% genutzt. Etwas mehr als die Hälfte versucht Personal über Jobbörsen und Messen sowie Anzeigen in der überregionalen Presse zu rekrutieren. Möglichkeiten zur Personalrekrutierung über Berufsverbände, Hochschulkontakte oder Patenschaften mit Schulen werden von den meisten Unternehmen nicht genutzt. Im Durchschnitt haben die Unternehmen 2,2 Wege angegeben, auf denen sie nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern suchen.

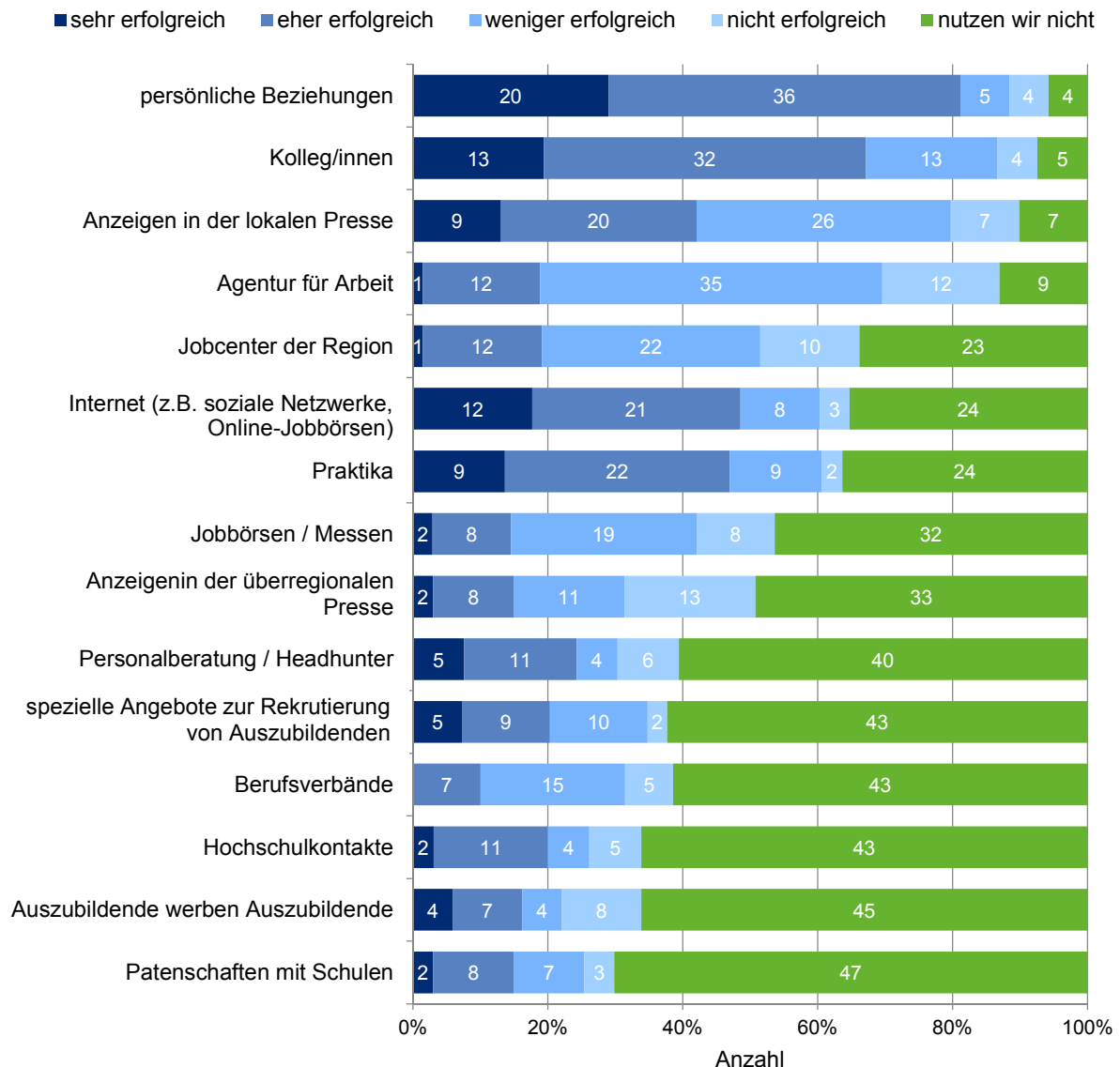
Aus Sicht der Institutionen rekrutieren die Unternehmen neues Personal vorrangig über Anzeigen in der lokalen Presse, die Agentur für Arbeit und das Internet. Alle Institutionen geben an, die Unternehmen bei der Rekrutierung zu unterstützen. Am häufigsten geschieht dies durch Informationsveranstaltungen, durch das Herstellen persönlicher Kontakte und individuelle Beratung.

Die Unternehmen wurden zudem gebeten, zu jedem der von ihnen genutzten Rekrutierungswege anzugeben, wie erfolgreich sie mit der Suche nach Arbeitskräften auf diesem Weg sind. Die Ergebnisse hierzu sind ebenfalls in Abbildung 23 enthalten.

Die Nutzung persönlicher Beziehungen erweist sich demnach für die Unternehmen als der erfolgreichste Weg bei der Suche nach Arbeitskräften. 56 von 65 Unternehmen, die diese Beziehungen nutzen, sind damit sehr oder eher erfolgreich. Auch mit der Vermittlung durch Kolleginnen und Kollegen, mit der Suche über das Internet und mit dem Angebot von Praktika sind die Unternehmen überwiegend erfolgreich. Die Rekrutierung über die Agentur für Arbeit oder ein Jobcenter wird dagegen größtenteils als weniger oder nicht erfolgreich be-

wertet. Auch mit dem Schalten von Anzeigen in der lokalen Presse erzielt weniger als die Hälfte einen Erfolg.

Abbildung 23: Rekrutierungswege von Unternehmen



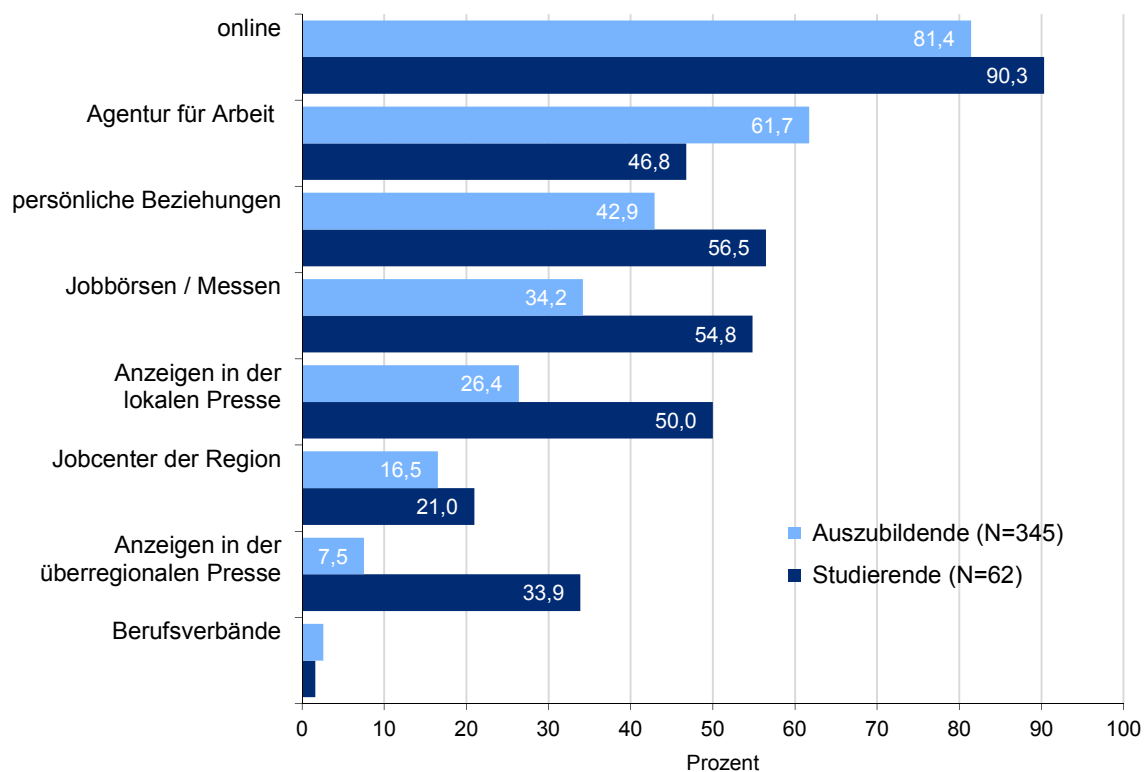
Bei Auszubildenden und Studierenden ergibt sich eine andere Rangfolge bei der Suche nach Arbeitsplätzen. Für sie steht die Onlinerecherche nach freien Arbeitsstellen an erster Stelle. 90% der Studierenden und 81% der Auszubildenden informieren sich im Internet über freie Stellen. Knapp zwei Drittel der Unternehmen veröffentlichen ihre Stellenanzeigen online.

Ein umgekehrtes Bild ergibt sich im Hinblick auf die Nutzung der Agentur für Arbeit und Anzeigen in der lokalen Presse: Jeweils fast 90% der Unternehmen veröffentlichen ihre Stellenangebote hier. Die Agentur für Arbeit wird aber nur von 62% der Auszubildenden und von 47% der Studierenden genutzt. Anzeigen in der lokalen Presse sichten nur etwas mehr als ein Viertel der Auszubildenden und die Hälfte der Studierenden. Anzeigen in der überregionalen Presse, die von der Hälfte der Unternehmen geschaltet wird, werden nur von 8% der Auszubildenden und von einem Drittel der Studierenden gesichtet. Auch das Jobcenter wird häufiger von Unternehmen als von potenziellen Arbeitskräften in Anspruch genommen. 17% der Auszubildenden und 21% der Studierenden wenden sich an das Job-Center, aber zwei Drittel der Unternehmen veröffentlichen dort ihre Stellenangebote. Gerade auf diesen Wegen

erzielen die Unternehmen entsprechend geringen Erfolg bei ihrer Suche nach neuem Personal.

Die Abbildung 24 macht ebenfalls deutlich, dass sich die Suchstrategien von Auszubildenden und Studierenden deutlich voneinander unterscheiden. Mit Ausnahme der Agentur für Arbeit werden alle anderen Wege häufiger von Studierenden als von Auszubildenden genutzt. Im Durchschnitt suchen Auszubildende auf drei Wegen nach offenen Stellen. Bei Studierenden sind es 3,7.

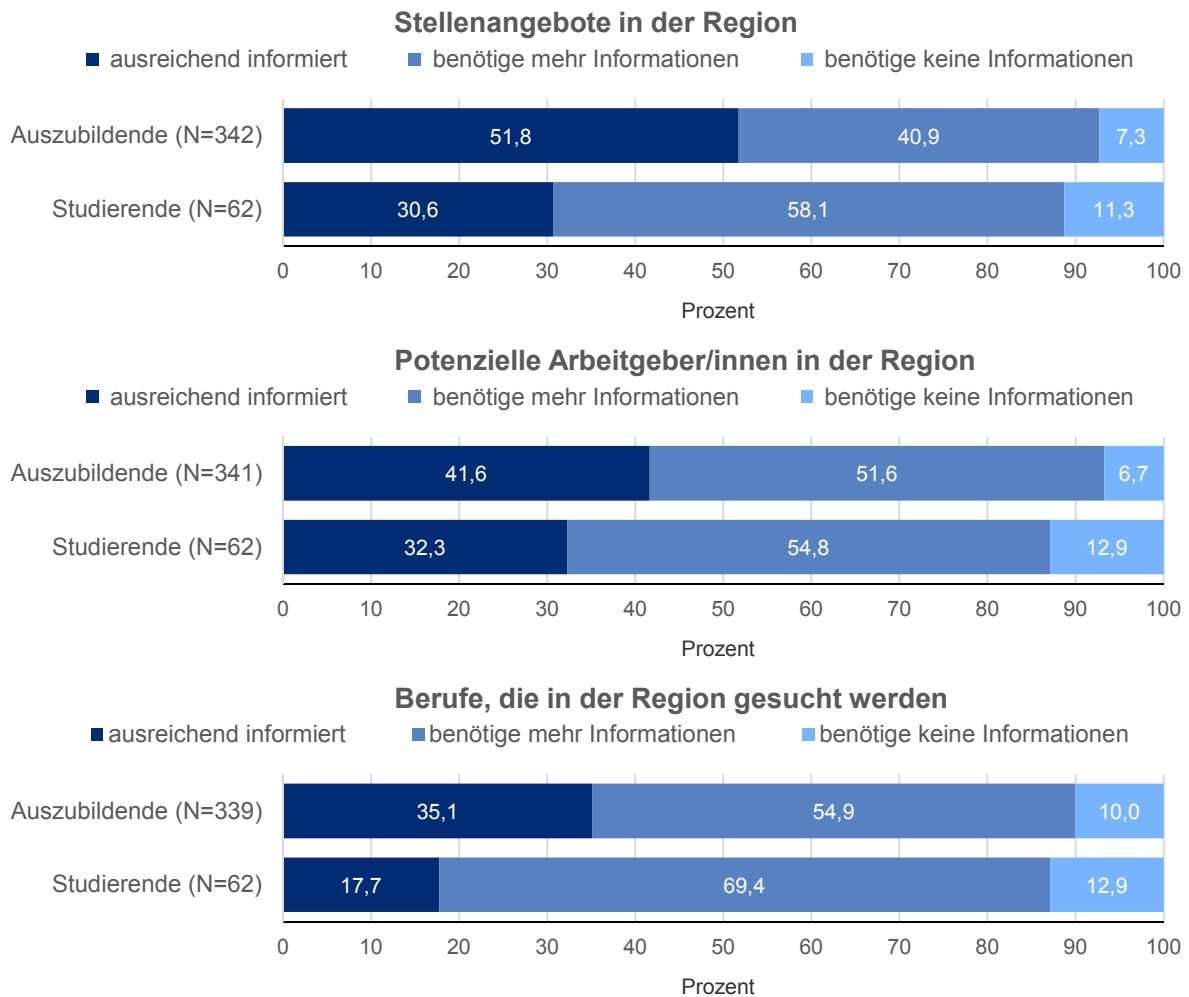
Abbildung 24: Suchwege von Auszubildenden und Studierenden



Den Auszubildenden und Studierenden wurde zum Thema Arbeitsplatzsuche zusätzlich die Frage gestellt, ob sie sich ausreichend über Stellenangebote, potenzielle Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber sowie gesuchte Berufe in der Region informiert fühlen. In Abbildung 25 sind die Ergebnisse dargestellt.

Hier zeigt sich, dass Studierende hinsichtlich aller drei Aspekte einen höheren Informationsbedarf anmelden als Auszubildende. 58% der Studierenden geben an, dass sie mehr Informationen über Stellenangebote in der Region benötigen, unter den Auszubildenden sind es nur 41%. Im Hinblick auf den Informationsbedarf über potenzielle Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber ist der Unterschied etwas geringer. Hier melden 55% der Studierenden und 52% der Auszubildenden Bedarf an. Wenn es um Berufe geht, die in der Region gesucht werden, möchten 69% der Studierenden und 55% der Auszubildenden mehr erfahren.

Abbildung 25: Informationsbedarf von Auszubildenden und Studierenden über Stellenangebote, potenzielle Arbeitgeber/innen sowie gesuchte Berufe in der Region



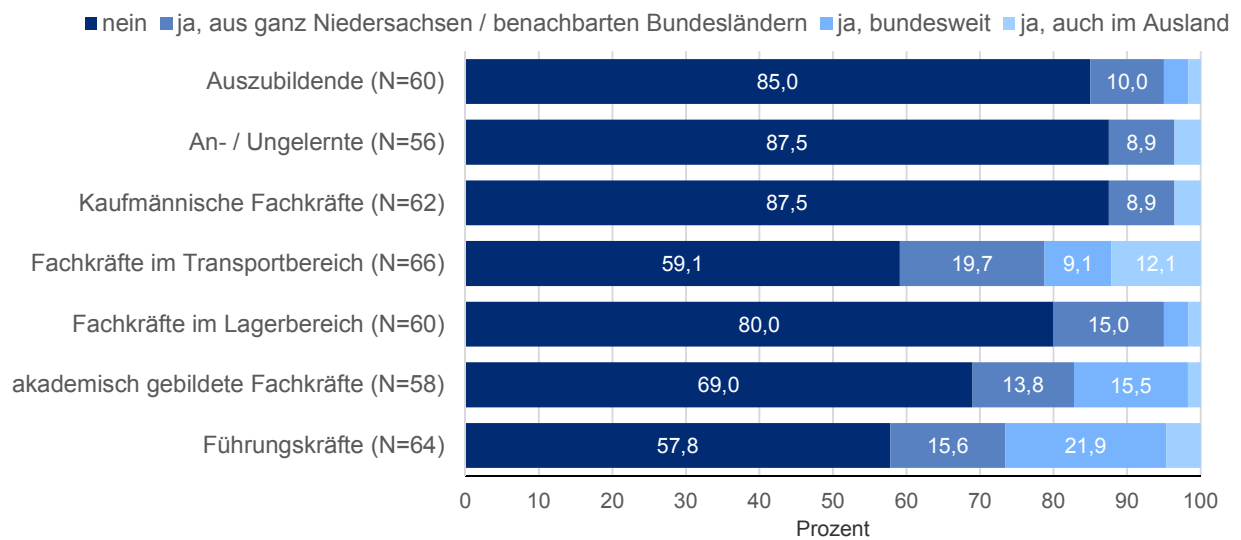
3.2.1 Überregionale und internationale Suche von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

Wie bereits beschrieben, wird der überregionalen Suche oder der Suche nach Arbeitskräften im Ausland von den Unternehmen keine große Bedeutung beigemessen, wenn es darum geht, Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel zu ergreifen (Abbildung 21, S. 26). Dies bestätigt sich, wenn man die Auswertung der Frage zur überregionalen Suche nach Berufsgruppen betrachtet (Abbildung 26). Eine Suche über die unmittelbare Region hinaus kommt demnach für die Unternehmen am ehesten bei Führungskräften in Betracht. 16% suchen in diesem Fall in ganz Niedersachsen oder in anderen Bundesländern und 22% in ganz Deutschland. Eine Suche im Ausland kommt kaum vor. Institutionen nehmen eine Ausweitung des Suchradius auf ganz Deutschland ebenfalls dann am häufigsten wahr, wenn es um die Suche nach Führungskräften geht.

Auch bei der am häufigsten gesuchten Berufsgruppe, den Fachkräften im Transportbereich, wird vergleichsweise häufig eine Ausweitung der Suche auf ganz Niedersachsen und angrenzende Bundesländer vorgenommen. Ein Fünftel der Unternehmen sucht in diesem Bereich, 9% suchen bundesweit und 12% im Ausland.

Bei den übrigen Berufsgruppen beschränken die Unternehmen die Suche weitgehend auf die Region.

Abbildung 26: Überregionale Rekrutierung nach Berufsgruppen



Wenn es um die Anwerbung von Arbeitskräften im Ausland geht, sind verschiedene Aspekte zu beachten. Neben der eigentlichen Rekrutierung ist z. B. der Spracherwerb sicherzustellen. Die Unternehmen wurden gefragt, wen sie hierfür jeweils in der Verantwortung sehen: die öffentliche Hand, die Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber oder die Arbeitskräfte selbst. Die Befragten konnten hierbei jeweils mehrere Angaben machen.

Wie Abbildung 27 zeigt, sehen die Unternehmen bei vielen Aspekten insbesondere die öffentliche Hand in der Verantwortung. Sie ist nach Ansicht von 71% der Unternehmen verantwortlich für die Finanzierung der Anwerbung und Begleitung. 31% sehen hier eine Verantwortung bei den Unternehmen und 18% bei den Arbeitskräften.

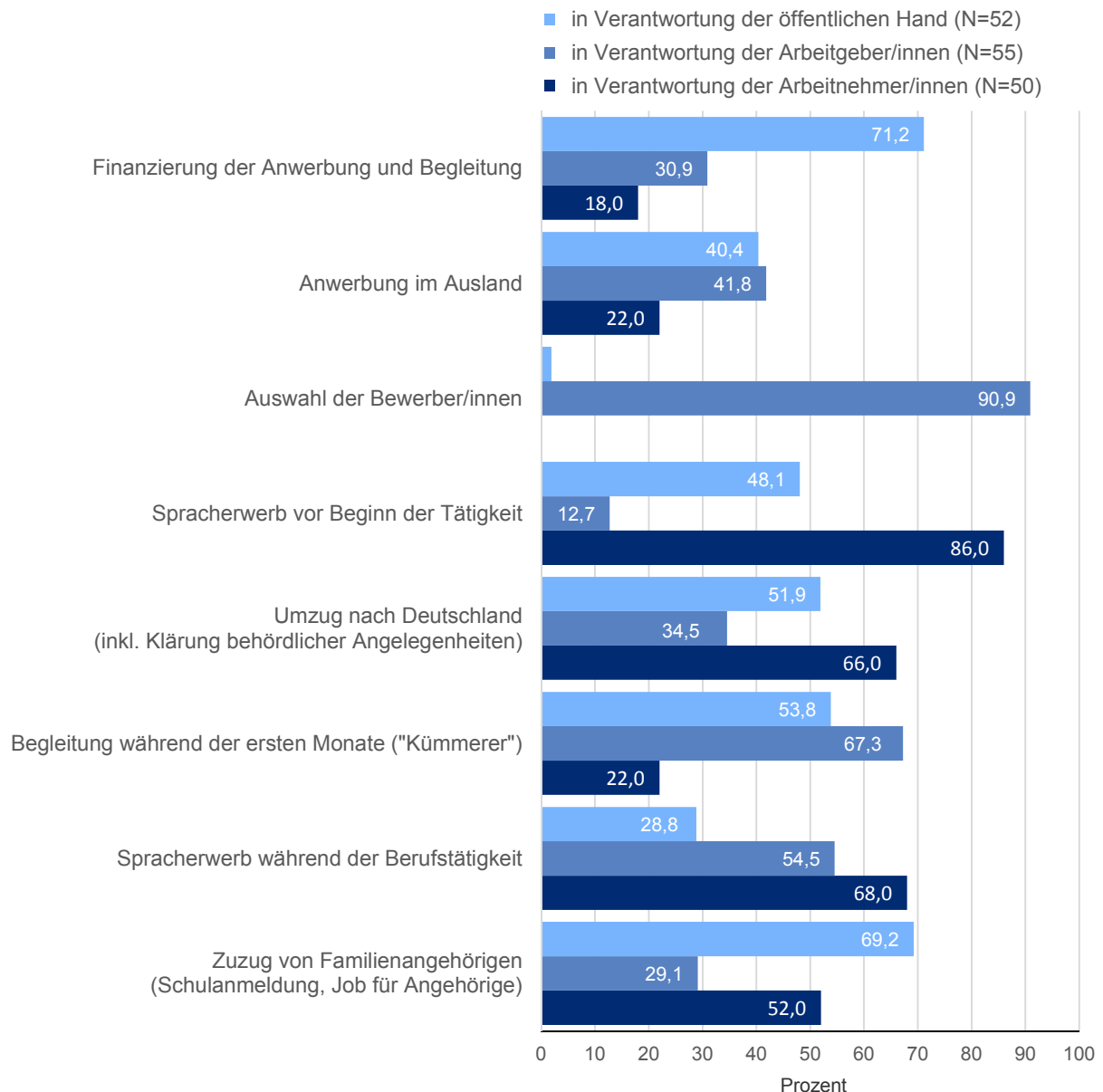
Die eigentliche Anwerbung fällt nach Ansicht der Unternehmen in die Verantwortlichkeit von öffentlicher Hand sowie Arbeitgeberinnen bzw. Arbeitgebern. Sie werden von jeweils etwas mehr als 40% genannt. Die Auswahl der Bewerberinnen und Bewerber liegt dagegen nach Meinung von 91% in die Verantwortlichkeit der Unternehmen.

Für den Spracherwerb vor Beginn der Tätigkeit sind nach Ansicht von 86% der Unternehmen die Arbeitskräfte selbst verantwortlich. Fast die Hälfte sieht hier aber auch die öffentliche Hand gefragt, 13% nehmen dies als eigene Aufgabe wahr. Wenn es um das Erlernen der deutschen Sprache während der Berufstätigkeit geht, sind nach Ansicht der Unternehmen die Arbeitskräfte persönlich die Hauptverantwortlichen – mehr als zwei Drittel geben dies an. 55% der Unternehmen sehen hier auch eine eigene Verantwortung und 29% eine Aufgabe der öffentlichen Hand.

Die Unterstützung beim Umzug nach Deutschland ist ebenfalls eine Aufgabe, für die sich eine Minderheit von 35% der Unternehmen verantwortlich fühlt. Aus ihrer Sicht ist dies vor allem eine Aufgabe der Arbeitskräfte selbst sowie der öffentlichen Hand. Wenn es darum geht, die ausländischen Arbeitskräfte in der ersten Zeit zu begleiten, ist dies nach Ansicht von jeweils zwei Dritteln der Unternehmen eine Aufgabe der Arbeitgeberin bzw. des Arbeitgebers. 54% nennen die öffentliche Hand.

Sollen schließlich Familienangehörige nachziehen, sehen sich 29% Unternehmen in der Verantwortung. Mehr als die Hälfte betrachtet dies als eine Aufgabe, um die sich die Arbeitskräfte selbst kümmern müssen, 69% sind der Ansicht, dies sei eine Aufgabe der öffentlichen Hand.

Abbildung 27: Verantwortlichkeit für verschiedene Aspekte der Rekrutierung von Arbeitskräften im Ausland



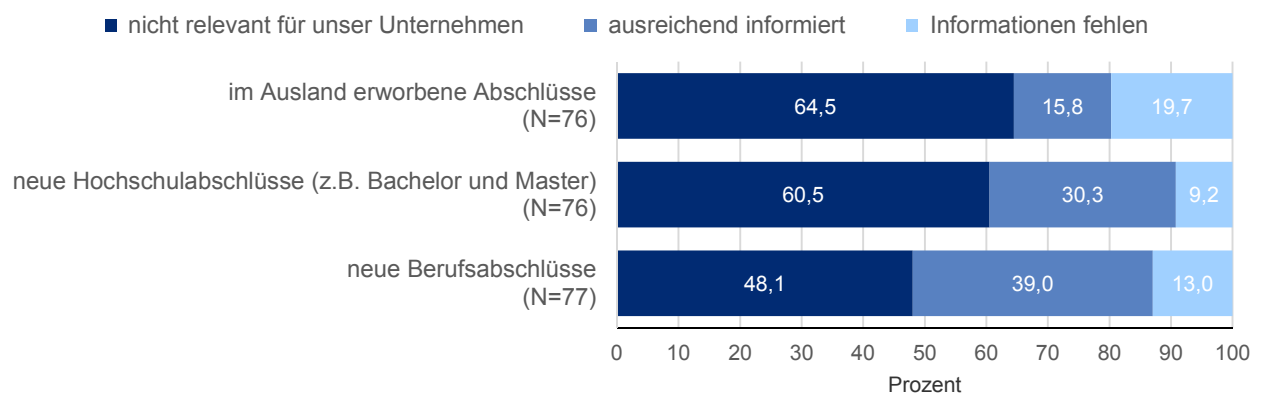
Die befragten Institutionen haben zur Frage der Verantwortlichkeit für die verschiedenen Aspekte der Anwerbung von Arbeitskräften im Ausland eine andere Sichtweise. Die öffentliche Hand ist ihrer Ansicht nach nur dann hauptverantwortlich, wenn es um den Zuzug von Familienangehörigen geht. Beim Spracherwerb vor Beginn der Tätigkeit nimmt die Mehrheit eine Verantwortlichkeit der Arbeitskräfte wahr. Alle übrigen Aspekte fallen nach Ansicht der großen Mehrheit der befragten Institutionen in die Verantwortlichkeit der Unternehmen.

3.2.2 Informationen über Ausbildungsabschlüsse

Auf die Frage, ob man sich über neue Hochschulabschlüsse wie Bachelor und Master oder über im Ausland erworbene Abschlüsse ausreichend informiert fühlt, geben mehr als 60% der Unternehmen an, dass dies für ihr Unternehmen nicht relevant ist (Abbildung 28). Informationsbedarf besteht bei 9% der Unternehmen, wenn es um neue Hochschulabschlüsse geht und bei einem Fünftel der Unternehmen, wenn es um im Ausland erworbene Abschlüsse geht. Auch die Institutionen sehen im Hinblick auf im Ausland erworbene Abschlüsse bei den Unternehmen das größte Informationsdefizit.

Informationen über neue Berufsabschlüsse sind für fast die Hälfte der Unternehmen nicht relevant. 39% fühlen sich hierüber ausreichend informiert, aber 13% fehlen noch weitere Informationen.

Abbildung 28: Informationsbedarf über Ausbildungs- und Berufsabschlüsse

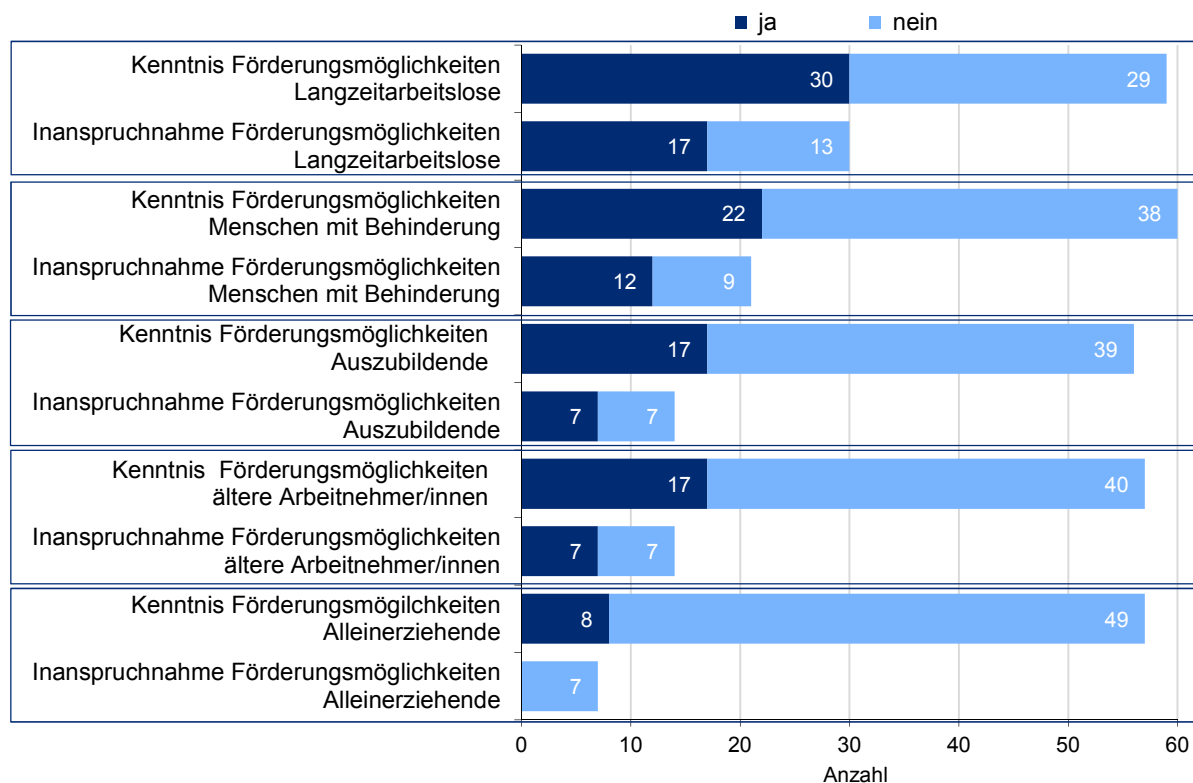


3.2.3 Ausgewählte Beschäftigtengruppen

Bei der Einstellung von ausgewählten Beschäftigtengruppen wie z. B. Langzeitarbeitslosen oder Menschen mit Behinderungen sind im SGB II bzw. im SGB III Fördermöglichkeiten vorgesehen. Die Unternehmen wurden gefragt, ob ihnen solche Fördermöglichkeiten bekannt sind und ob sie diese schon einmal in Anspruch genommen haben.

Wie Abbildung 29 zeigt, sind Fördermöglichkeiten grundsätzlich wenigen Unternehmen bekannt. Am bekanntesten sind Angebote für Langzeitarbeitslose. Die Hälfte der knapp 60 Unternehmen, die hierzu Angaben gemacht haben, kennt sie. Von diesen 30 Unternehmen haben wiederum 17 die Möglichkeiten zur Förderung in Anspruch genommen. Varianten für Alleinerziehende kennen nur 8 Unternehmen und wurden von keinem einzigen Unternehmen in Anspruch genommen. Wenn es um die Förderung von Auszubildenden, älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern oder Menschen mit Behinderungen geht, sind es jeweils etwa 20 von 60 Unternehmen, denen solche Möglichkeiten bekannt sind. Eine Minderheit dieser Unternehmen nutzt die bestehenden Angebote.

Abbildung 29: Kenntnisse und Inanspruchnahme von Fördermöglichkeiten für ausgewählte Beschäftigtengruppen



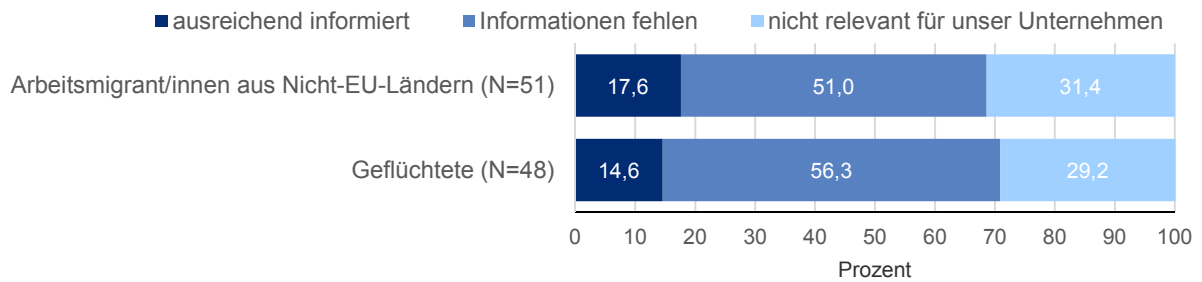
Auch zur Beschäftigung von Geflüchteten und Arbeitsmigrantinnen bzw. Arbeitsmigranten aus Nicht-EU-Ländern wurden die Unternehmen befragt. 6 von 58 Unternehmen beschäftigen Geflüchtete. Vier davon haben spezielle Ansprechpartnerinnen bzw. -partner, an die sich diese Beschäftigtengruppe wenden kann. 13 von 59 Unternehmen haben Arbeitsmigrantinnen bzw. -migranten aus Nicht-EU-Ländern eingestellt. Für sie gibt es in 3 der Unternehmen spezielle Ansprechpartnerinnen bzw. -partner.

Die befragten Institutionen bestätigen diese Verteilung. Sie geben mehrheitlich an, dass nur wenige Unternehmen Geflüchtete oder Arbeitsmigrantinnen und -migranten aus Nicht-EU-Ländern beschäftigen und in den meisten Unternehmen keine speziellen Ansprechpartnerinnen bzw. -partner für diese Gruppen vorhanden sind.

Die Mehrheit der Unternehmen fühlt sich über die arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen bei der Beschäftigung von Geflüchteten oder Arbeitsmigrantinnen und -migranten aus Nicht-EU-Ländern nicht ausreichend informiert, wie Abbildung 30 zeigt. Jeweils ein knappes Drittel gibt jedoch an, dass entsprechende Regelungen für das Unternehmen nicht relevant sind.

Die befragten Institutionen gehen davon aus, dass nur einige wenige Unternehmen über die arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen für diese Beschäftigtengruppen informiert sind.

Abbildung 30: Informationsbedarf zu arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen bei der Beschäftigung von Geflüchteten oder Arbeitsmigrant/innen aus Nicht-EU-Ländern

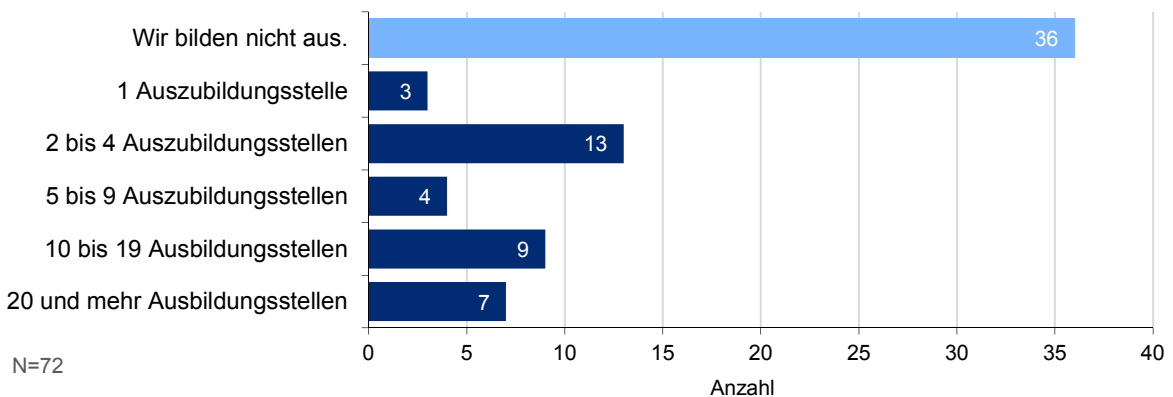


3.3 Ausbildungsplätze

Den Unternehmen und Institutionen wurden Fragen zum Ausbildungsplatzangebot am Standort gestellt. Auszubildende und Studierende wurden gebeten, Auskunft über die Gründe für ihre Berufs- bzw. Studienwahl und die Zufriedenheit mit ihrer Ausbildung bzw. ihrem Studium zu geben.

Die Unternehmen wurden zunächst gefragt, ob sie ausbilden und ggf. wie viele Ausbildungsplätze in ihrem Unternehmen vorhanden sind. Wie Abbildung 31 zeigt, bilden 36 von 72 Unternehmen, also die Hälfte, nicht aus. 3 Unternehmen haben 1 Ausbildungsplatz und 13 haben 2 bis 4 Stellen. 9 ausbildende Unternehmen haben zwischen 10 und 19 Ausbildungsplätze und 7 haben 20 und mehr.

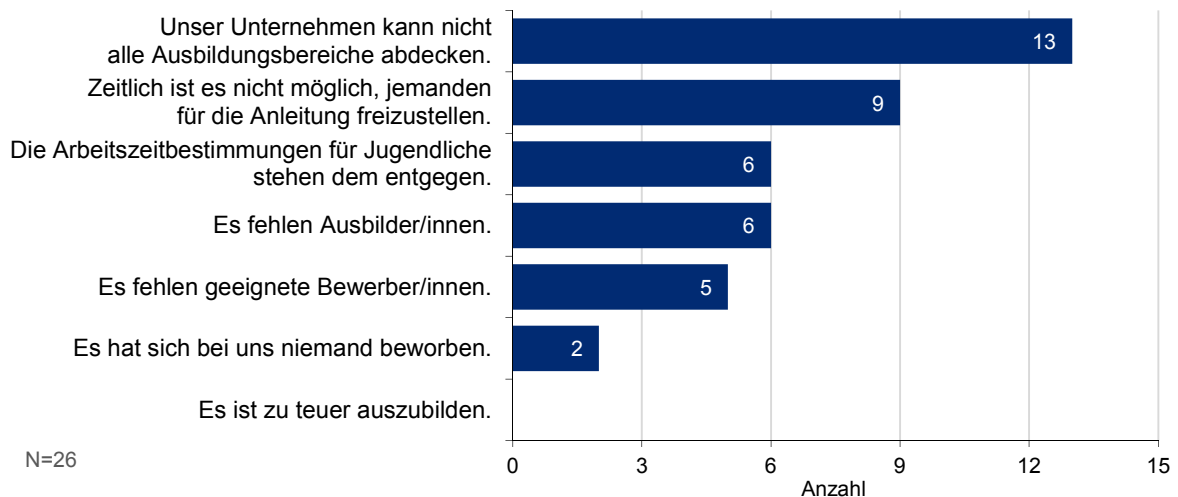
Abbildung 31: Ausbildungsstellen der Unternehmen



Nicht alle in den Unternehmen vorhandenen Ausbildungsstellen sind auch besetzt. Bei den Unternehmen mit 2 bis 19 Ausbildungsstellen sind im Durchschnitt 1 bis 2 Stellen unbesetzt. Bei den Unternehmen mit mehr als 20 Stellen sind es im Durchschnitt 10.

Die Unternehmen, die nicht ausbilden, sollten angeben, aus welchen Gründen dies der Fall ist. Sie konnten dabei mehrere Angaben machen. Abbildung 32 zeigt die entsprechenden Ergebnisse. Von den 26 Unternehmen, die hierzu Angaben gemacht haben, gibt die Hälfte an, dass das Unternehmen nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken kann. 9 Unternehmen ist es nicht möglich, jemanden für die Anleitung freizustellen. Jeweils 6 geben an, dass die Arbeitszeitbestimmungen für Jugendliche der Einrichtung von Ausbildungsstellen entgegenstehen oder dass Ausbilderinnen bzw. Ausbilder im Unternehmen fehlen. 5 Unternehmen haben keine geeigneten Bewerberinnen oder Bewerber gefunden.

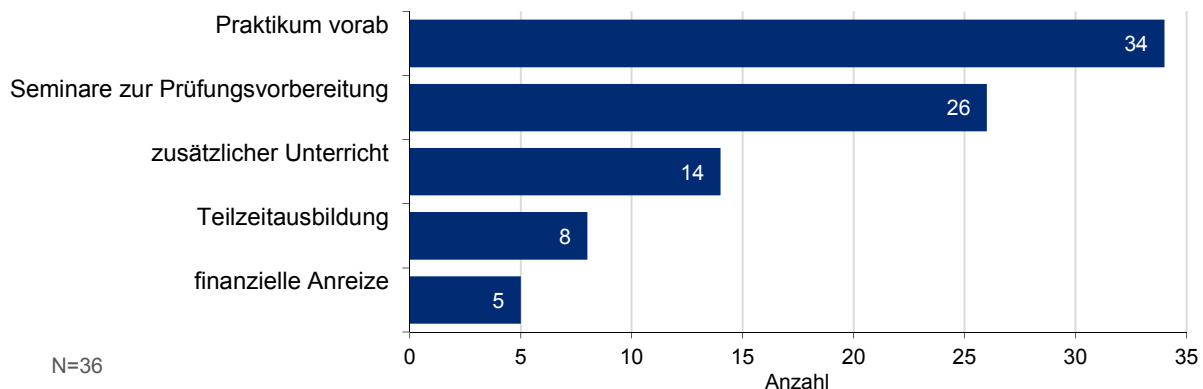
Abbildung 32: Gründe der Unternehmen für fehlendes Ausbildungsplatzangebot



Von den Institutionen wird zu dieser Frage nach den Gründen, warum nicht ausgebildet wird, am häufigsten genannt, dass geeignete Bewerberinnen und Bewerber fehlen. Daneben spielt aus ihrer Sicht das Fehlen von Ausbilderinnen und Ausbildern sowie die fehlende Abdeckung aller Ausbildungsbereiche eine Rolle.

34 von 36 Unternehmen, die Ausbildungsstellen anbieten, ermöglichen es Interessenten, vorab ein Praktikum im Unternehmen zu absolvieren (Abbildung 33). 26 von 36 bieten Seminare zur Prüfungsvorbereitung an. Das Angebot von zusätzlichem Unterricht findet sich noch in 14 Unternehmen. Die Möglichkeit zur Teilzeitausbildung oder finanzielle Anreize für Auszubildende finden sich nur in einigen wenigen Unternehmen. Die befragten Institutionen schätzen die Situation im Hinblick auf Angebote für Arbeitsplatzsuchende in den Unternehmen ähnlich ein.

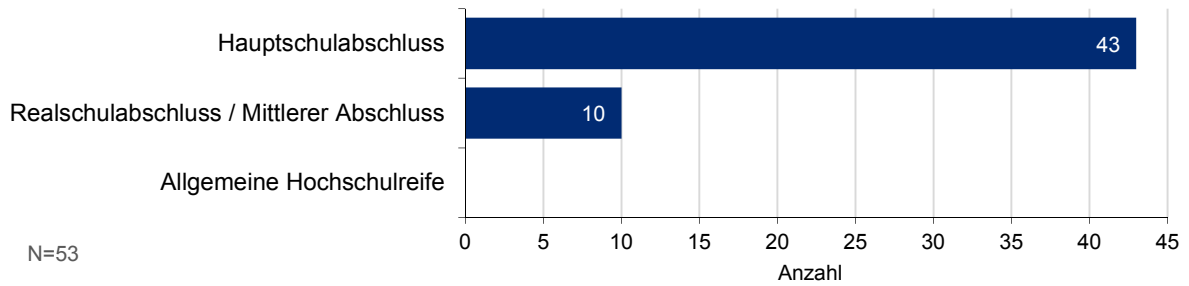
Abbildung 33: Angebote der Unternehmen für Ausbildungsplatzsuchende



In einer weiteren Frage zum Themenbereich Ausbildung sollten die Unternehmen angeben, welcher Schulabschluss die Mindestvoraussetzung ist, um eine Ausbildung zu beginnen.

43 von 53 Unternehmen geben hierzu an, dass der Hauptschulabschluss die Mindestvoraussetzung ist, 10 Unternehmen verlangen mindestens den Realschulabschluss (Abbildung 34). In keinem Unternehmen ist die allgemeine Hochschulreife Voraussetzung für eine Ausbildung. Zu diesem Punkt liegt eine ähnliche Einschätzung der Institutionen vor.

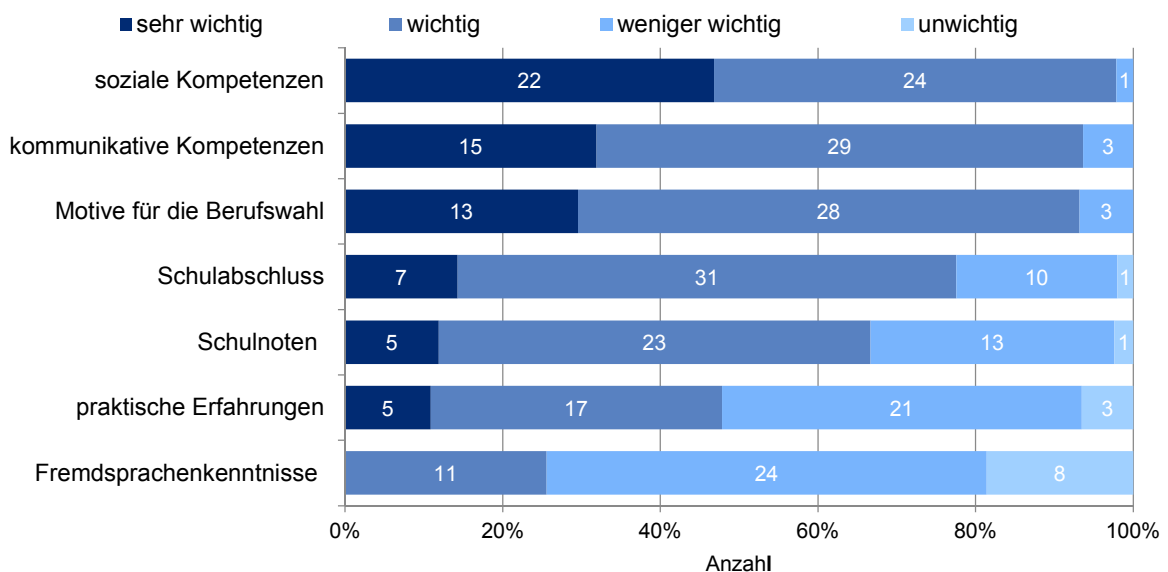
Abbildung 34: Höchster Schulabschluss als Mindestvoraussetzung für Ausbildung



Zusätzlich zu den Mindestvoraussetzungen wurden die Unternehmen nach der Bedeutung verschiedener Kompetenzen bei der Einstellung von Auszubildenden befragt. Hierzu sollten sie jeweils auf einer vierstufigen Skala angeben, wie wichtig ihnen die einzelnen Kompetenzen sind. In Abbildung 35 ist die Verteilung der Angaben dargestellt.

Am wichtigsten sind demnach soziale Kompetenzen. Für die überwiegende Mehrheit der Unternehmen sind sie wichtig oder sogar sehr wichtig. Es folgen kommunikative Kompetenzen und die Motive der Berufswahl. Der Schulabschluss und Schulnoten sind für die meisten Unternehmen wichtig, jedoch seltener sehr wichtig. Praktische Erfahrungen und Fremdsprachenkenntnisse sind für die Mehrheit der Unternehmen weniger wichtig oder unwichtig. Schulnoten findet jeder Dritte weniger wichtig.

Abbildung 35: Bedeutung von Kompetenzen bei der Einstellung von Auszubildenden



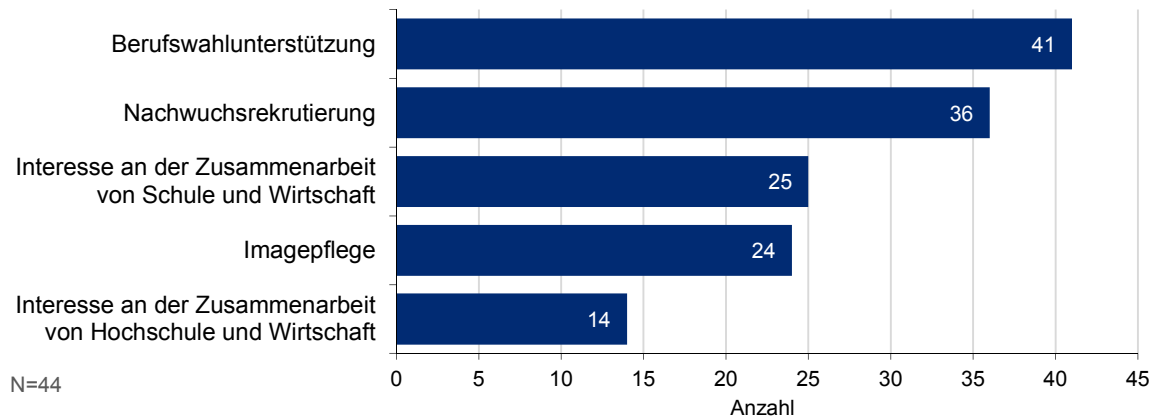
3.3.1 Praktika und spezielle Angebote für Auszubildende und Studierende

43 von 69 Unternehmen bieten Praktika für Schülerinnen und Schüler an und 27 von 64 Unternehmen machen Studierenden ein solches Angebot. Der Anteil der Unternehmen, die Studierenden spezielle Praktikumsangebote macht, ist damit deutlich geringer.

Mehr als 90% der Unternehmen, die Praktika anbieten, möchten damit die Berufswahl unterstützen und mehr als 80% Nachwuchskräfte rekrutieren. (Abbildung 36). Ein Interesse an der Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft bekunden 25 Unternehmen und 24 bieten Praktika als Teil der Imagepflege an. Ein Interesse an der Zusammenarbeit von Hochschule und Wirtschaft bekunden 14 Unternehmen.

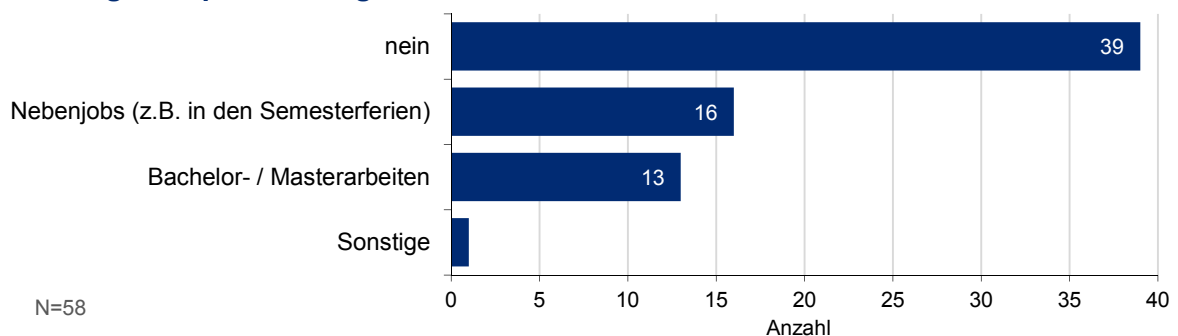
Aus Sicht der Institutionen steht neben der Berufswahlunterstützung bei vielen Unternehmen auch die Imagepflege im Vordergrund, wenn sie Praktika anbieten.

Abbildung 36: Gründe der Unternehmen für das Angebot von Praktika



Spezielle Angebote für Studierende gibt es nur in einer kleinen Zahl der befragten Unternehmen (Abbildung 37). 39 Unternehmen machen keine speziellen Angebote. 16 von 58 Unternehmen bieten Nebenjobs, z. B. in den Semesterferien, an und 13 Unternehmen bieten die Möglichkeiten, Bachelor- oder Masterarbeiten im Unternehmen zu schreiben. Seitens der Institutionen geht die Mehrheit davon aus, dass in vielen Unternehmen Nebenjobs für Studierende vorhanden sind. Das Angebot von Bachelor- oder Masterarbeiten nehmen sie aber ebenfalls nur in einigen wenigen Unternehmen wahr.

Abbildung 37: Spezielle Angebote für Studierende

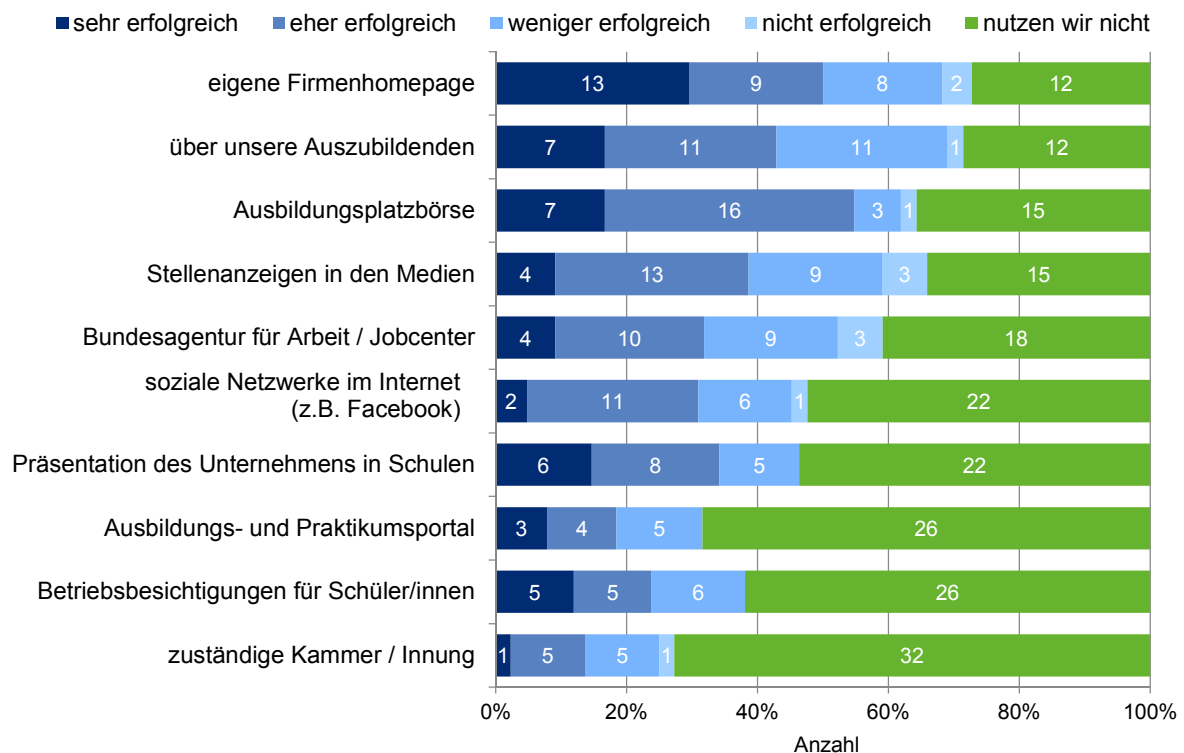


Wenn es darum geht, auf Praktikums- und Ausbildungsplätze aufmerksam zu machen, greifen die meisten Unternehmen auf eine Veröffentlichung auf der eigenen Firmenhomepage, auf die Kommunikation der eigenen Auszubildenden und auf Stellenanzeigen in Medien zurück (Abbildung 38). Ausbildungsplatzbörsen sowie die Agentur für Arbeit bzw. das Jobcenter werden jeweils von mehr als der Hälfte der Unternehmen genutzt, um auf ihre Praktikums- oder Ausbildungsstellen aufmerksam zu machen. Alle übrigen Möglichkeiten werden von jeweils weniger als der Hälfte der Unternehmen genutzt. Im Durchschnitt nutzen die Unternehmen knapp drei unterschiedliche Wege, um auf ihre Praktikums- oder Ausbildungsstellen aufmerksam zu machen.

Die Unternehmen sollten für jeden der Veröffentlichungswege zusätzlich angeben, wie erfolgreich sie damit waren. Hierzu wurde ihnen eine vierstufige Skala von 1 „nicht erfolgreich“ bis 4 „sehr erfolgreich“ vorgelegt. Wie Abbildung 38 zeigt, werden die am häufigsten genutzten Wege auch als die erfolgreichsten bewertet. Als erfolgreich sind demnach die Bekanntmachung auf der eigenen Firmenhomepage, Ausbildungsplatzbörsen, aber auch der Weg über die eigenen Auszubildenden zu bewerten.

Von den befragten Institutionen unterstützen 6 die Unternehmen bei der Werbung für Ausbildungsstellen und 5 bei der Werbung für Praktikumsstellen.

Abbildung 38: Bekanntmachung von Praktikums- und Ausbildungsstellen

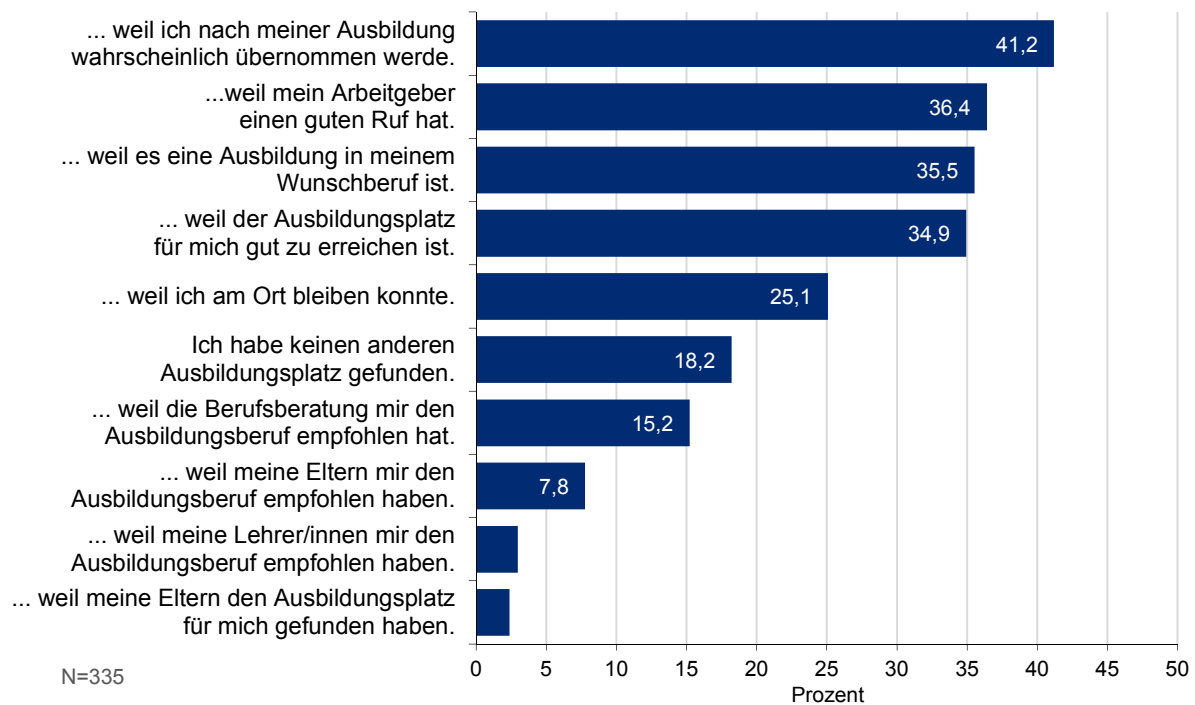


3.3.2 Gründe von Auszubildenden und Studierenden für die Wahl des Ausbildungsberufs bzw. Studienfachs

Zunächst wurden die Auszubildenden und Studierenden gebeten, anzugeben, ob es für sie schwer war, einen Ausbildungs- oder Studienplatz zu finden. Drei Viertel der Auszubildenden und 93% der Studierenden beantworteten diese Frage mit „nein“. Entsprechend hatte ein Viertel der Auszubildenden durchaus Schwierigkeiten, einen Ausbildungsplatz zu finden.

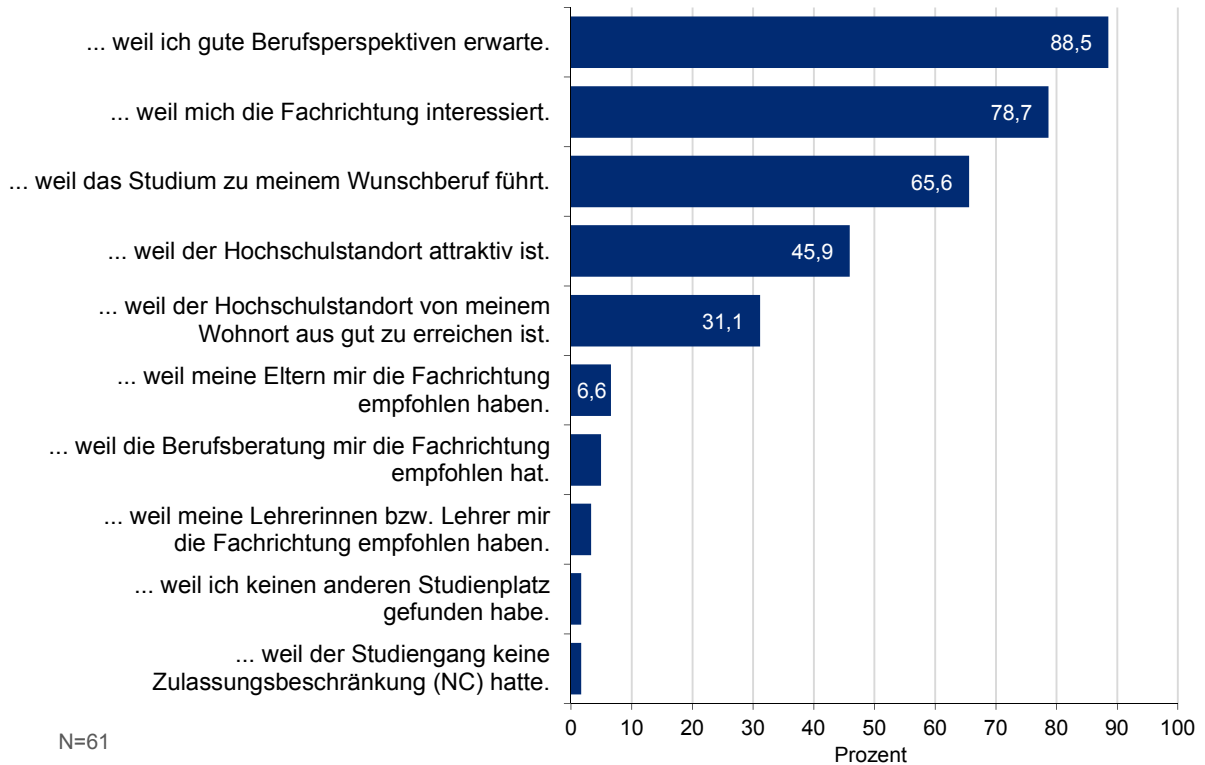
Beide Gruppen wurden zudem gefragt, aus welchen Gründen sie ihren Ausbildungsberuf bzw. ihr Studienfach gewählt haben. Abbildung 39 gibt zunächst einen Überblick über die Gründe der Auszubildenden. An erster Stelle steht demnach, dass sie nach der Ausbildung wahrscheinlich übernommen werden, diesen Grund nennen 41% der Auszubildenden. Für jeweils etwas mehr als ein Drittel war es für die Wahl des Ausbildungsberufes von Bedeutung, dass die Arbeitgeberin bzw. der Arbeitgeber einen guten Ruf hat, dass es sich um die Ausbildung im Wunschberuf handelt und der Ausbildungsplatz gut zu erreichen ist. Ein Viertel hat den Beruf gewählt, weil sie so am Ort bleiben konnten. Knapp ein Fünftel hat keinen anderen Ausbildungsplatz gefunden. Die Empfehlungen Dritter (Berufsberatung, Lehrkräfte, Eltern) spielen für die Entscheidung der meisten Auszubildenden keine Rolle.

Abbildung 39: Gründe für die Wahl des Ausbildungsberufs



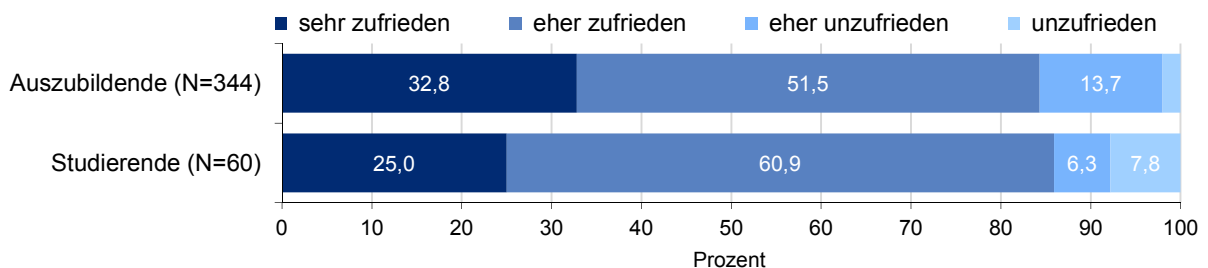
Bei den Studierenden findet sich folgende Verteilung der Gründe (Abbildung 40): Für fast 90% war es ausschlaggebend, dass sie mit der Wahl des Studienfachs gute Berufsperspektiven verbinden. Mehr als drei Viertel sind an der Fachrichtung interessiert und für zwei Drittel führt das Studium zum Wunschberuf. Alle übrigen Gründe werden nur noch von weniger als der Hälfte genannt. Der attraktive Hochschulstandort war für 46% ein Grund für die Studienwahl und für knapp ein Drittel spielte es eine Rolle, dass der Hochschulstandort vom Wohnort aus gut zu erreichen ist. Auch bei den Studierenden sind Empfehlungen Dritter für die Wahl des Studienfachs kaum von Bedeutung.

Abbildung 40: Gründe für die Wahl des Studienfachs



Auszubildende wie Studierende sind mit ihrem Ausbildungsberuf bzw. ihrem Studienfach überwiegend „sehr“ oder „eher zufrieden“ wie die folgende Abbildung 41 zeigt. Ein Drittel der Auszubildenden und ein Viertel der Studierenden sind sehr zufrieden. Etwas mehr als die Hälfte der Auszubildenden und 61% der Studierenden ist eher zufrieden. Im Hinblick auf die Zufriedenheit zeigen sich keine Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen.

Abbildung 41: Zufriedenheit mit dem Ausbildungsberuf bzw. der Studienfachwahl



3.3.3 Erwartungen von Auszubildenden und Studierenden an das zukünftige Unternehmen und Angebote der Unternehmen für Beschäftigte

Auszubildende und Studierende wurden gefragt, welche Angebote sie sich von ihrer zukünftigen Arbeitgeberin oder ihrem zukünftigen Arbeitgeber erwarten. Sie konnten dabei mehrere Angaben machen. Abbildung 42 zeigt die entsprechenden Ergebnisse für die beiden Gruppen.

Zunächst fällt auf, dass alle Angebote in der vorgelegten Liste von den Studierenden häufiger genannt werden als von den Auszubildenden. An erster Stelle steht für die Studierenden das Angebot flexibler Arbeitszeitmodelle. 81% richten diesen Wunsch an ihre zukünftige Arbeitgeberin oder ihren zukünftigen Arbeitgeber. Unter den Auszubildenden sind es 60%. Für

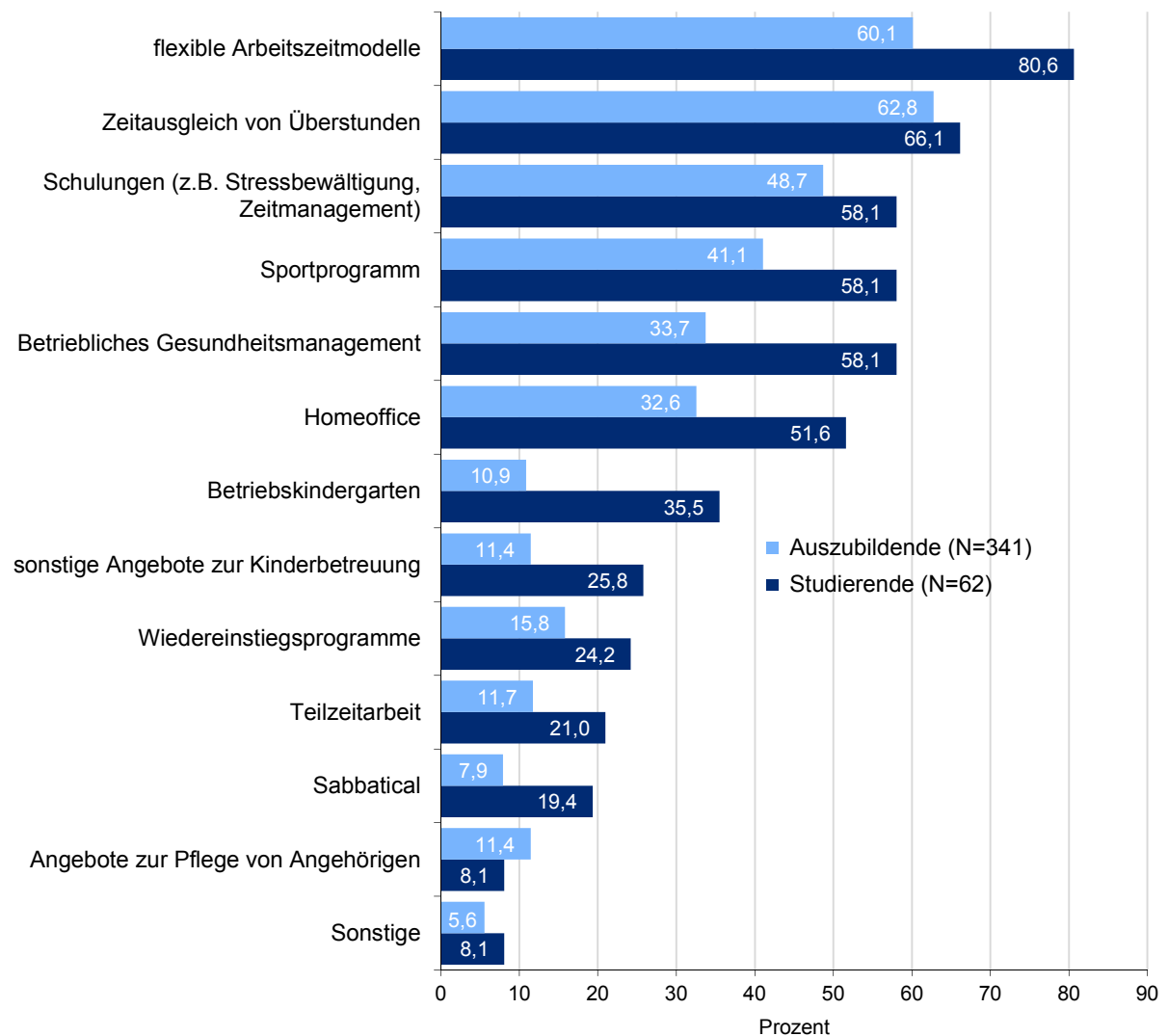
sie steht an erster Stelle der Zeitausgleich von Überstunden, der von 63% genannt wird. Unter Studierenden sind es 66%.

58% der Studierenden wünschen sich Schulungen z. B. zur Stressbewältigung oder zum Zeitmanagement, Sportprogramme und ein betriebliches Gesundheitsmanagement. Etwas mehr als die Hälfte möchte die Möglichkeit haben, von zu Hause aus zu arbeiten. Seitens der Auszubildenden werden diese Erwartungen deutlich seltener geäußert. 48% von ihnen wünschen sich Schulungen, 41% Sportprogramme und ein Drittel erwartet ein betriebliches Gesundheitsmanagement oder die Möglichkeit eines Homeoffice.

Alle übrigen Angebote werden auch von den Studierenden von weniger als der Hälfte genannt. Dazu gehört der Betriebskindergarten, der von etwas mehr als einem Drittel der Studierenden und 11% der Auszubildenden angegeben wird. Sonstige Angebote zur Kinderbetreuung wünschen sich ein Viertel der Studierenden und 11% der Auszubildenden. Beide Angebote werden deutlich häufiger von Frauen als von Männern genannt.

Wiedereinstiegsprogramme erwarten 24% der Studierenden und Teilzeitarbeit 21%. Unter den Auszubildenden liegen die entsprechenden Anteile bei 16% bzw. 12%. Diese Angebote werden in beiden Gruppen häufiger von Frauen als von Männern angegeben.

Abbildung 42: Erwartete Angebote des Unternehmens seitens der potenziellen Arbeitskräfte



Den Unternehmen wurde in der Befragung die gleiche Liste von Angeboten mit der Frage vorgelegt, ob sie vorhanden oder geplant sind, ob das Unternehmen dies als seine Aufgabe ansieht oder ob sie keinen entsprechenden Bedarf sehen. Die folgende Abbildung 43 zeigt die Ergebnisse hierzu.

Am häufigsten gibt es in den Unternehmen demnach das Angebot des Zeitausgleichs von Überstunden, fast drei Viertel bieten dies an. Dem entspricht die Erwartung von etwa zwei Drittel der Auszubildenden und Studierenden. Fast ein Viertel der Unternehmen sieht für dieses Angebot jedoch keinen Bedarf.

Teilzeitarbeit bieten zwei Drittel der Unternehmen an. Die Nachfrage nach dieser Beschäftigungsvariante ist unter den befragten Auszubildenden und Studierenden jedoch vergleichsweise gering. Nur 21% der Studierenden und 12% der Auszubildenden erwarten die Möglichkeit zur Teilzeitarbeit. Flexible Arbeitszeitmodelle wiederum, die von 81% der Studierenden und von 60% der Auszubildenden nachgefragt werden, sind in weniger als der Hälfte der Unternehmen zu finden. Ein Fünftel plant die Einführung von flexiblen Arbeitszeitmodellen, ein Drittel sieht hierfür keinen Bedarf.

24 von 59 Unternehmen haben ein betriebliches Gesundheitsmanagement und weitere 18 planen dessen Einführung. 16 Unternehmen sehen hierfür keinen Bedarf. Dem gegenüber stehen 58% der Studierenden, die sich von ihrer zukünftigen Arbeitgeberin oder ihrem zukünftigen Arbeitgeber ein Angebot dazu erwarten. Unter den Auszubildenden sind es 34%.

Es gibt eine Reihe von Angeboten, die sich Nachwuchskräfte von ihren zukünftigen Unternehmen mehrheitlich wünschen, für die viele Unternehmen jedoch keinen Bedarf sehen. Dazu gehören z.B. Schulungsangebote, Sportprogramme und insbesondere bei den Studierenden der Wunsch nach Homeoffice-Angeboten. Für diese Angebote sieht die z.T. deutliche Mehrheit der Unternehmen jedoch keinen Bedarf bzw. nicht als die Aufgabe des Unternehmens.

Für Wiedereinstiegsprogramme, die von einer Minderheit der Auszubildenden und Studierenden erwartet werden, sieht fast die Hälfte der Unternehmen keinen Bedarf. 7 Unternehmen geben an, dass sie es nicht als ihre Aufgabe ansehen, solche Programme zu entwickeln. In 18 Unternehmen sind solche Programme bereits eingeführt und 5 planen die Einführung.

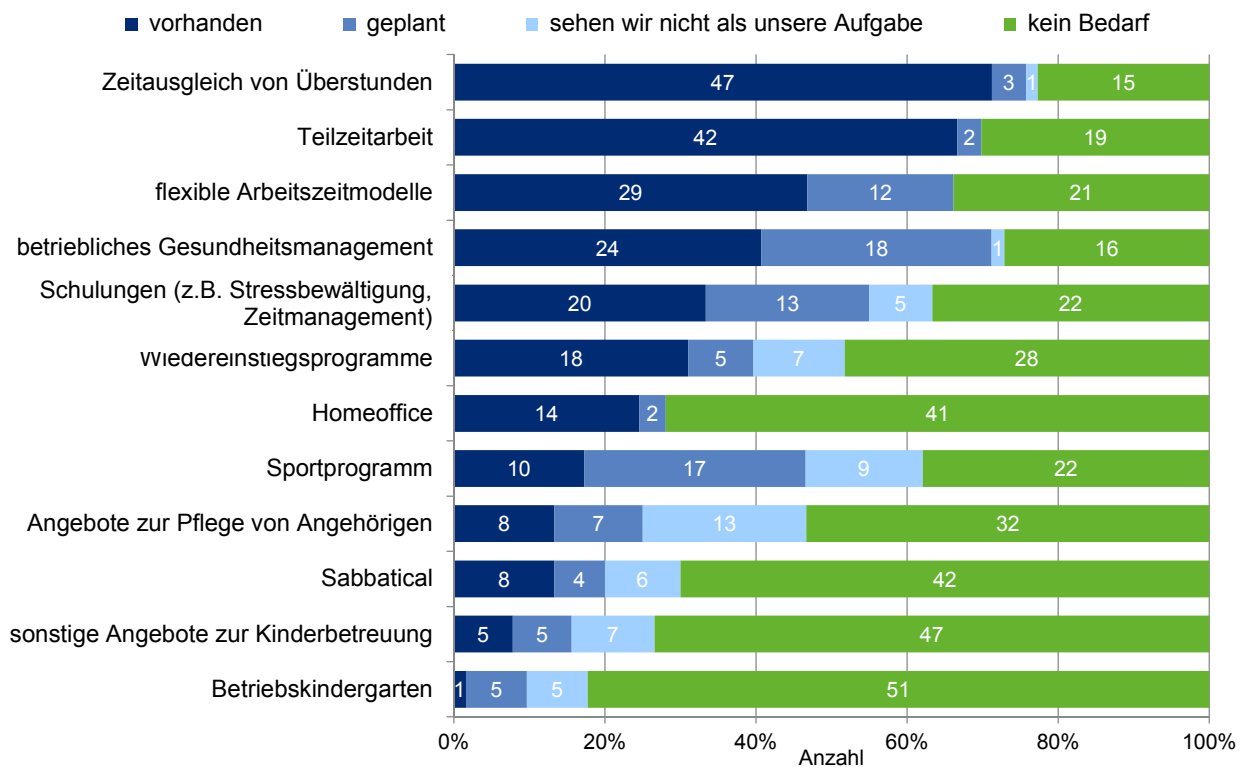
Wenn es um Kinderbetreuungsangebote oder die Einrichtung eines Betriebskindergartens geht, nehmen über 70% der Unternehmen keinen Bedarf wahr. Mehr als ein Drittel der Studierenden und 11% der Auszubildenden wünschen sich jedoch das Angebot eines Betriebskindergartens.

Im Hinblick auf Angebote zur Pflege von Angehörigen nehmen zwar etwas mehr Unternehmen einen Bedarf wahr, viele sehen es jedoch nicht als ihre Aufgabe an. Dies scheint der Sicht der zukünftigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu entsprechen. Nur 8% der Studierenden und 11% der Auszubildenden wünschen sich solche Angebote von ihrem zukünftigen Unternehmen.

Insgesamt ist festzustellen, dass die Unternehmen der Branche viele der von den potenziellen Arbeitskräften gewünschten Angebote nicht vorhalten und keinen Bedarf dafür wahrnehmen.

Entsprechend dazu sehen die befragten Institutionen die verschiedenen Angebote in nur einigen wenigen Unternehmen gegeben. Lediglich Teilzeitarbeit und Zeitausgleich für Überstunden sind ihrer Wahrnehmung nach in vielen Unternehmen vorhanden.

Abbildung 43: Angebote der Unternehmen für Beschäftigte

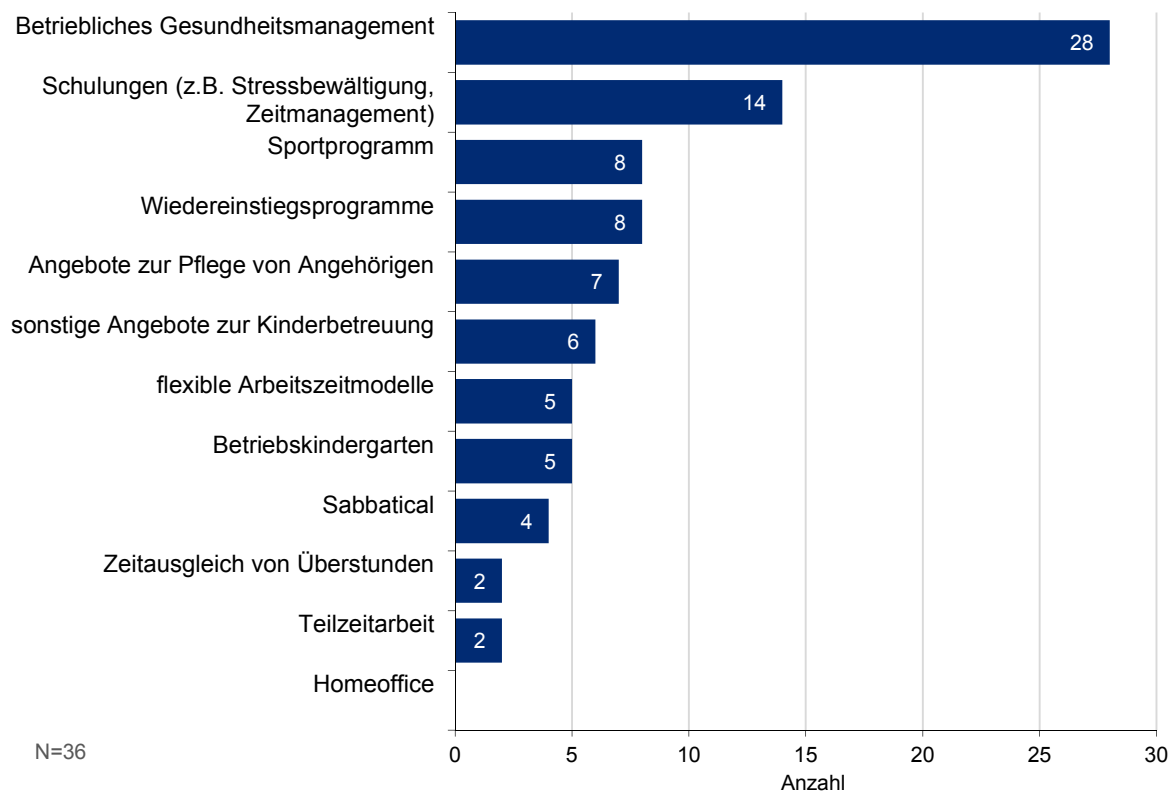


In einer weiteren Frage wurden diejenigen Unternehmen, die die Einführung solcher Angebote planen, gebeten anzugeben, ob sie externe Unterstützung hierfür benötigen. Abbildung 44 zeigt die Ergebnisse hierzu.

Von den 36 Unternehmen, die Angaben zum Unterstützungsbedarf gemacht haben, wünschen sich die meisten, nämlich insgesamt 28 Unternehmen, eine Unterstützung bei der Einführung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements. 14 Unternehmen benötigen Unterstützung bei der Einführung von Schulungen z. B. zur Stressbewältigung oder zum Zeitmanagement. Bei allen übrigen Angeboten liegt die Zahl der Unternehmen mit Unterstützungsbedarf unter 10.

Für die Angebote, für die die Unternehmen am häufigsten externen Unterstützungsbedarf anmelden – die Einführung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements – bieten 5 der befragten Institutionen Unterstützung an. 3 von ihnen unterstützen Unternehmen bei der Einführung von Schulungen z. B. zur Stressbewältigung oder zum Zeitmanagement.

Abbildung 44: Unterstützungsbedarf bei der Einrichtung von Maßnahmen für Beschäftigte



3.4 Altersstruktur der Belegschaft

Im Zuge des demographischen Wandels verändert sich auch die Alterszusammensetzung der Belegschaften in den Unternehmen. Inwieweit diese auf entsprechende Veränderungen bereits reagiert haben, wurde mit mehreren Fragen erfasst.

40 Unternehmen machen Angaben zum Durchschnittsalter der Belegschaft. Im Durchschnitt sind die Beschäftigten in diesen Unternehmen 42 Jahre alt. 23 von 73 Unternehmen, also 32%, haben bereits eine Altersstrukturanalyse durchgeführt.

Aus Sicht der befragten Institutionen sind die Auswirkungen der veränderten Alterszusammensetzung der Belegschaften Thema in fast allen oder zumindest in vielen Unternehmen. Allerdings gehen sie davon aus, dass nur einige wenige bereits eine Altersstrukturanalyse durchgeführt haben. Die meisten der befragten Institutionen bieten für die Durchführung solcher Analysen selbst keine Unterstützung an, einige stellen jedoch Informationsmaterial zur Verfügung oder vermitteln entsprechende Kontakte.

Den Unternehmen wurden des Weiteren eine Reihe von Aussagen zur veränderten Alterszusammensetzung der Beschäftigten vorlegt, zu denen sie jeweils auf einer vierstufigen Skala ihre Zustimmung bzw. Ablehnung angeben sollten. 1 steht hierbei für „trifft überhaupt nicht zu“ und 4 für „trifft voll und ganz zu“. In Abbildung 45 sind die entsprechenden Ergebnisse ausgewiesen.

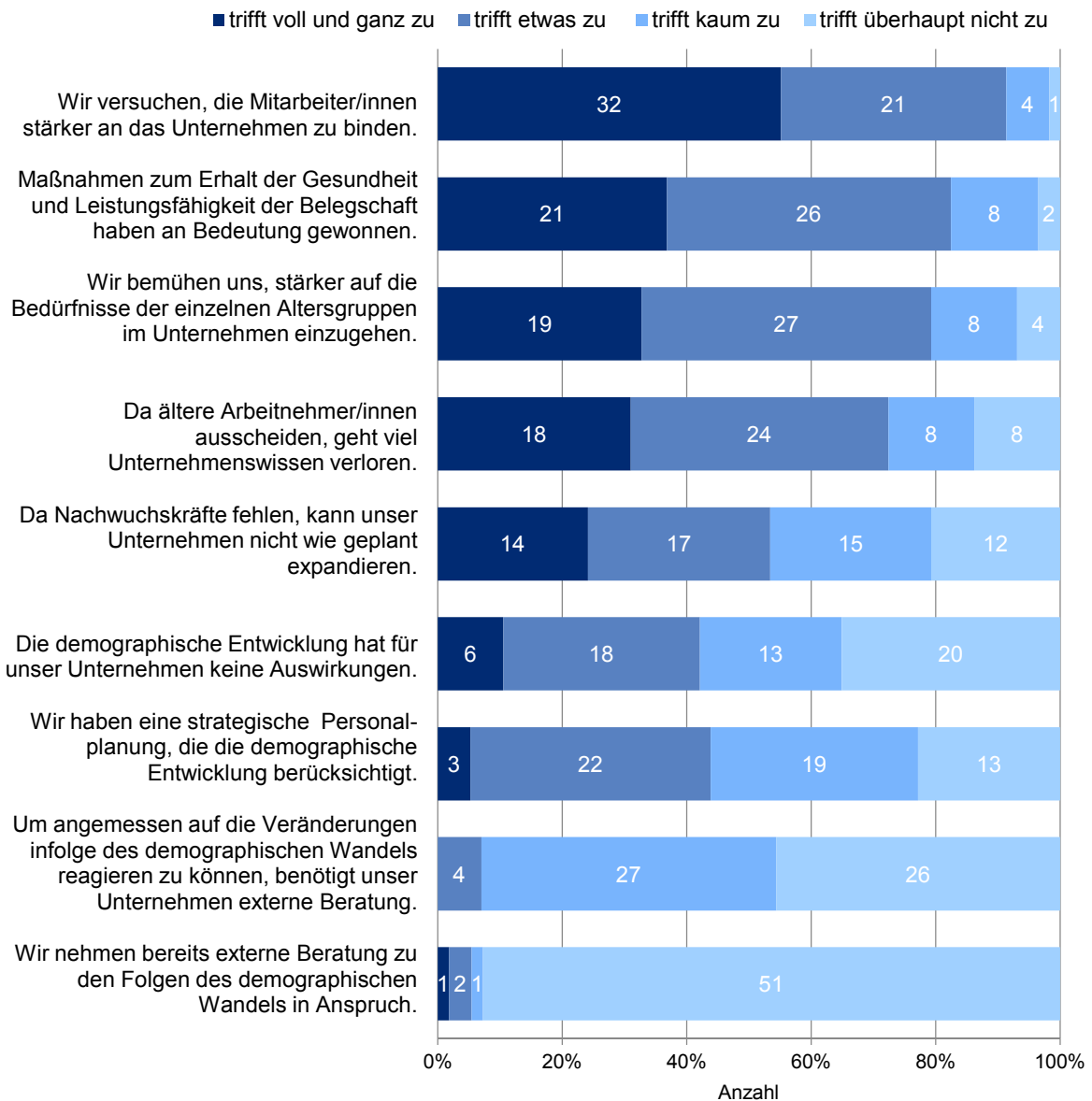
Von 57 Unternehmen stimmen 20 voll und ganz zu, dass die demographische Entwicklung für ihr Unternehmen Auswirkungen hat. Für weitere 13 Unternehmen trifft dies etwas zu. Für 24 Unternehmen hat die demographische Entwicklung kaum oder keine Auswirkungen.

Viele Unternehmen geben an, dass sie versuchen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stärker an das Unternehmen zu binden, dass Maßnahmen zum Erhalt der Gesundheit und der Leistungsfähigkeit an Bedeutung gewonnen haben und dass sie stärker auf die Bedürfnisse der einzelnen Altersgruppen eingehen. Auch der Verlust an Unternehmenswissen infolge des Ausscheidens älterer Beschäftigter wird von der Mehrheit der Befragten wahrgenommen. Jeweils deutlich mehr als die Hälfte stimmt diesen Aussagen völlig oder etwas zu. Dass das Unternehmen nicht expandieren kann, weil Nachwuchskräfte fehlen, nimmt noch etwas mehr als die Hälfte wahr.

Alle übrigen Aussagen, bei denen es um konkrete Maßnahmen im Zusammenhang mit der Alterung der Belegschaft geht, finden nur noch die Zustimmung einer Minderheit. 32 von 57 Unternehmen stimmen der Aussage „*Wir haben eine strategische Personalplanung, die die demographische Entwicklung berücksichtigt*“ überhaupt nicht oder kaum zu. 53 von 57 benötigen nach eigener Aussage keine externe Beratung im Hinblick auf die angemessene Reaktion auf die Veränderungen infolge des demographischen Wandels und 51 von 55 Unternehmen haben keine externe Unterstützung hierzu in Anspruch genommen.

Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen sieht im Fehlen von Nachwuchskräften einen Grund dafür, dass das Unternehmen nicht expandieren kann. Eine strategische Personalplanung, die die demographische Entwicklung berücksichtigt, hat weniger als die Hälfte der Unternehmen. Mehr als 90% geben an, dass sie keine externe Beratung benötigen oder bereits in Anspruch nehmen.

Abbildung 45: Zustimmung zu Aussagen zur veränderten Alterszusammensetzung der Unternehmen



3.5 Qualifizierung

Alle drei befragten Gruppen wurden zum Thema Qualifizierung befragt. Wie bereits dargestellt, gehören interne und externe Qualifizierungsmaßnahmen zu den Maßnahmen, die von den Unternehmen als wichtig erachtet werden, wenn es darum geht, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken (vgl. Abbildung 21, S. 26).

3.5.1 Wahrgenommener Qualifizierungsbedarf in den Unternehmen

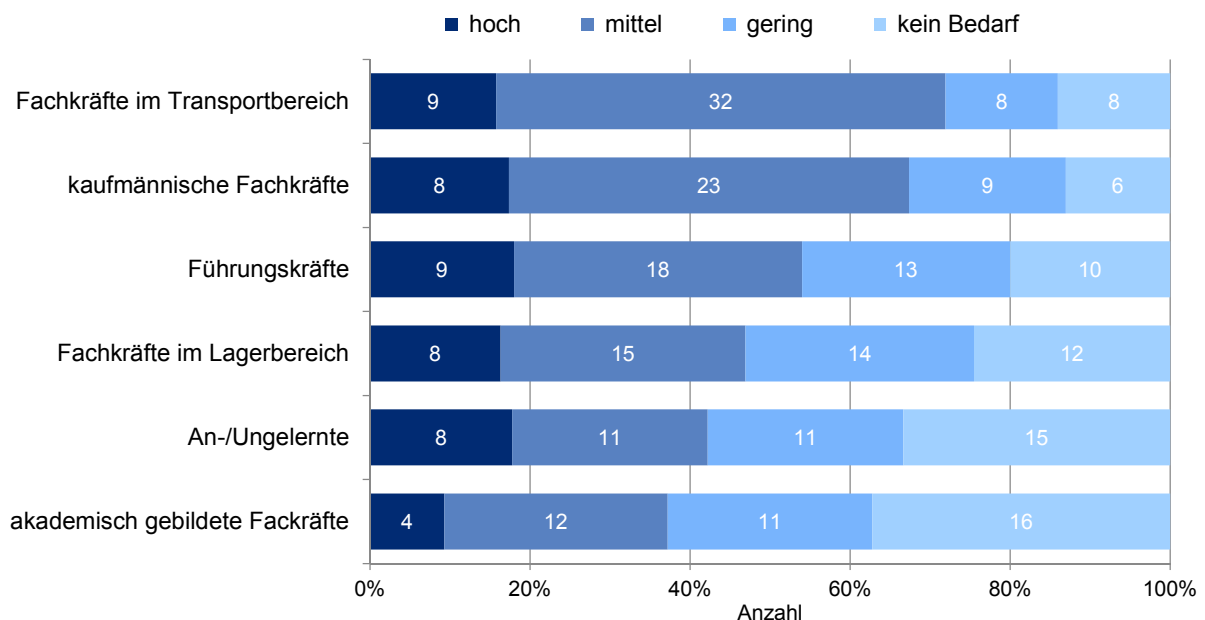
Die Unternehmen wurden gebeten, anzugeben, wie hoch sie den Qualifizierungsbedarf der verschiedenen Berufsgruppen einschätzen. Hierzu wurde ihnen eine vierstufige Skala von 1 „kein Bedarf“ bis 4 „hoher Bedarf“ vorgelegt. In der folgenden Abbildung 46 sind die Angaben der Unternehmen dargestellt.

Der größte Qualifizierungsbedarf wird demnach bei den Berufsgruppen festgestellt, die auch am häufigsten von den Unternehmen gesucht werden, nämlich den Fachkräften im Transportbereich und im kaufmännischen Bereich. Jeweils mehr als zwei Drittel der Unternehmen sehen in diesen Berufsgruppen einen hohen oder zumindest einen mittleren Qualifizierungsbedarf. Wenn es um Führungskräfte geht, ist es noch mehr als die Hälfte.

Bei Fachkräften im Lagerbereich sowie bei An- und Ungelernten nimmt jeweils etwas weniger als die Hälfte einen mittleren bis hohen Qualifizierungsbedarf wahr. Den geringsten Bedarf stellen die Unternehmen in der Gruppe der akademisch gebildeten Fachkräfte fest. 16 von 43 Unternehmen sehen hier gar keinen Bedarf und 11 lediglich einen geringen.

Die befragten Institutionen nehmen einen hohen Qualifizierungsbedarf vor allem bei Fachkräften im Transportbereich wahr. In allen anderen Berufsgruppen wird mehrheitlich nur ein mittlerer Qualifizierungsbedarf gesehen.

Abbildung 46: Qualifizierungsbedarf nach Berufsgruppen

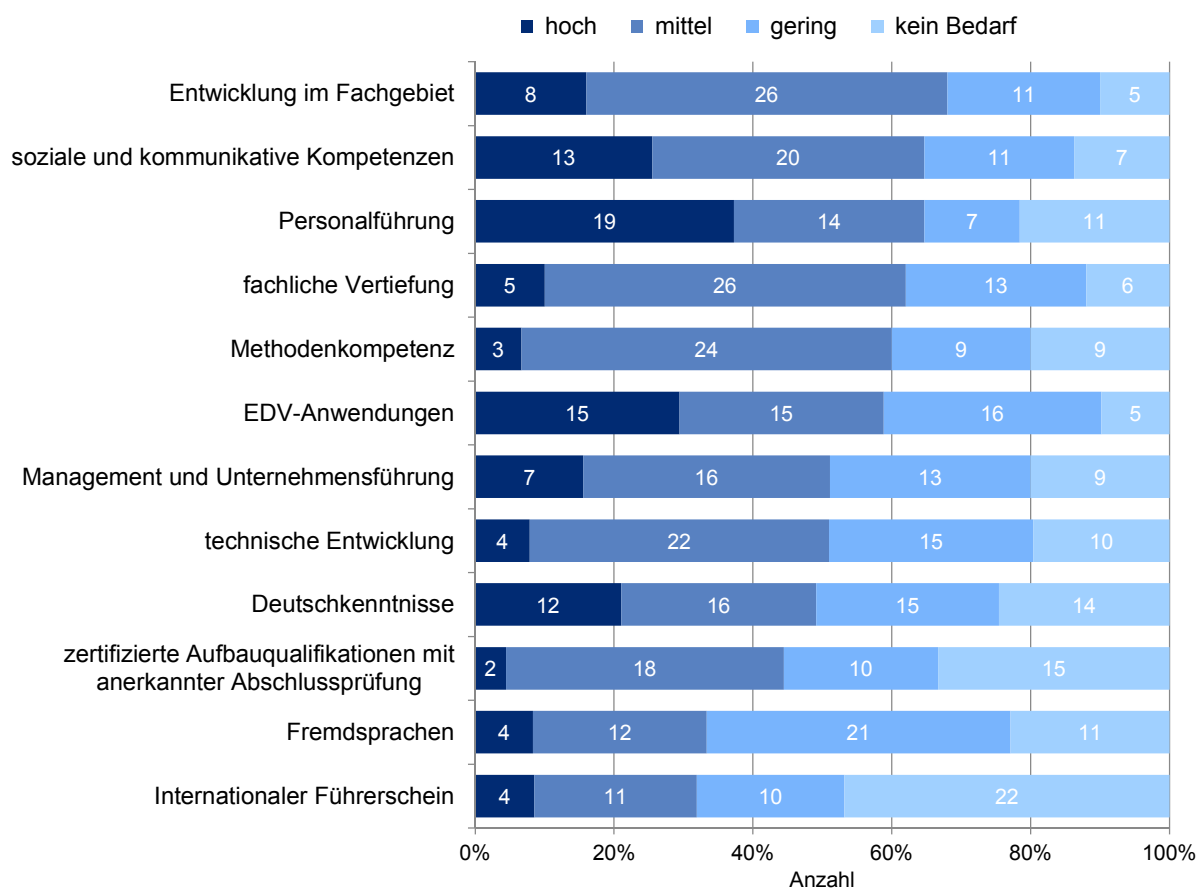


Neben dem Qualifizierungsbedarf nach Berufsgruppen wurden Unternehmen und Institutionen nach dem Qualifizierungsbedarf in verschiedenen Themenbereichen gefragt. Hierzu wurde den Befragten die vierstufige Skala von 1 „kein Bedarf“ bis 4 „hoher Bedarf“ vorgelegt. In der folgenden Abbildung 47 ist die Verteilung der Angaben dargestellt.¹³

Einen hohen Bedarf sehen die meisten Unternehmen demnach in den Themenbereichen Personalführung, EDV-Anwendung, soziale und kommunikative Kompetenzen und bei den Deutschkenntnissen. Ein mittlerer Qualifikationsbedarf besteht vor allem bei der Entwicklung im Fachgebiet sowie bei der fachlichen Vertiefung und Methodenkompetenz. Der geringste Bedarf wird im Hinblick auf Fremdsprachen, zertifizierte Aufbauqualifikationen mit anerkannter Abschlussprüfung sowie im Hinblick auf den Erwerb des internationalen Führerscheins gesehen.

¹³ Unternehmen, die bei dieser Frage „ist nicht bekannt“ angegeben haben, wurden hierbei nicht berücksichtigt.

Abbildung 47: Qualifizierungsbedarf nach Themenbereichen



3.5.2 Rahmenbedingungen von Qualifizierungsmaßnahmen in Unternehmen

Neben der Einschätzung des Bedarfs war es auch von Interesse, wie die Weiterbildung und Qualifizierung in den Unternehmen organisiert ist. Wie Tabelle 4 zeigt, bietet die Mehrzahl, nämlich 36 von 59 der Unternehmen, den Beschäftigten bis zu zwei Teilnahmetage an Qualifizierungsmaßnahmen im Jahr an. In 21 Unternehmen sind es drei bis fünf Weiterbildungstage.

Nur ein Viertel der Unternehmen, die ihren Beschäftigten Weiterbildungsangebote machen, nehmen dafür öffentliche Fördermittel in Anspruch. Auch die Institutionen gehen mehrheitlich davon aus, dass höchstens einige wenige Unternehmen Fördermittel zur Finanzierung von Qualifizierungsmaßnahmen nutzen. 5 von 9 der befragten Institutionen unterstützen Unternehmen bei der Beantragung solcher Fördergelder.

Wie Tabelle 4 ebenfalls ausweist, werden die Kosten für Qualifizierungsmaßnahmen von der großen Mehrzahl der Unternehmen voll übernommen, in 7 Unternehmen müssen sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Kosten beteiligen. Auch die befragten Institutionen gehen mehrheitlich davon aus, dass in den meisten Unternehmen die Kosten für Qualifizierungsmaßnahmen übernommen werden.

Im Hinblick auf den Zeitaufwand ergibt sich ein anderes Bild. In 26 von 60 Unternehmen wird die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen als Arbeitszeit gerechnet, in 15 Unternehmen müssen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hierfür ihre Freizeit einsetzen. In 19 der Unternehmen wird die Teilnahme teils als Arbeitszeit, teils als Freizeit gewertet. Unter den befragten Institutionen ergibt sich zu dieser Frage kein einheitliches Bild.

Im Hinblick auf die Form der Qualifizierungsmaßnahmen werden externe Seminare innerhalb der Branche bevorzugt. 40 von 58 Unternehmen bieten ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern solche Seminare an, das sind mehr als zwei Drittel. Qualifizierungsmaßnahmen am Arbeitsplatz finden sich in 32 Unternehmen, also immer noch mehr als der Hälfte. Alle übrigen Formen von Qualifizierungsmaßnahmen werden von weniger als der Hälfte der Unternehmen angeboten. Mit 24 Nennungen sind einrichtungsbezogene Inhouseschulungen dabei am häufigsten.

Die Mehrzahl der befragten Institutionen geht davon aus, dass in den Unternehmen hauptsächlich Inhouseschulungen angeboten werden. An zweiter Stelle werden externe Seminare innerhalb der Branche genannt.

Die große Mehrheit der Unternehmen bevorzugt Qualifizierungsmaßnahmen, die in räumlicher Nähe zum Arbeitsort stattfinden. 7 der befragten Institutionen gehen davon aus, dass Qualifizierungsmaßnahmen aus Sicht vieler Unternehmen in räumlicher Nähe zum Arbeitsplatz stattfinden sollten. 6 Institutionen sehen den Bedarf nach einer Qualifizierung unmittelbar am Arbeitsplatz.

Tabelle 4: Rahmenbedingungen von Qualifizierungsmaßnahmen

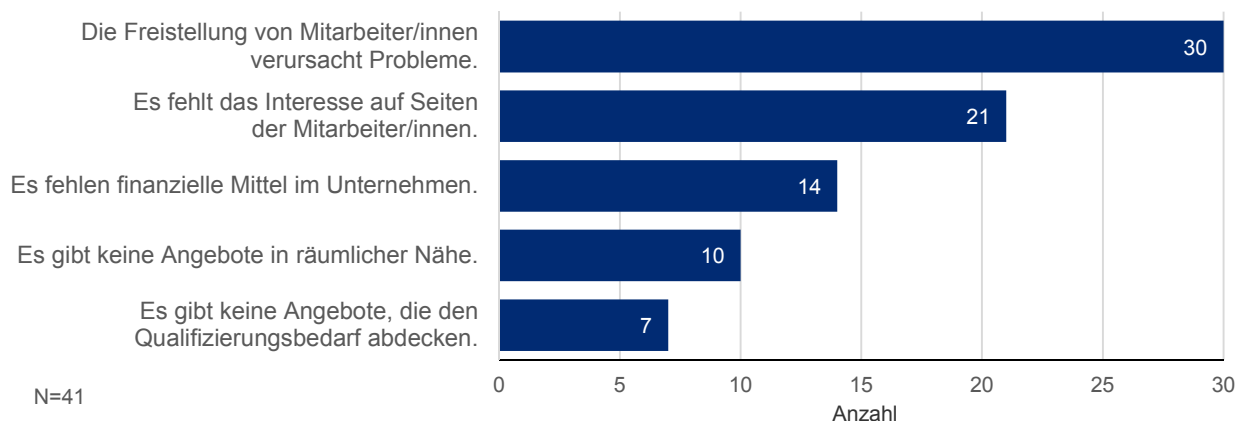
Teilnahmetage pro Mitarbeiter/in im Jahr	Anzahl	Prozent
bis zwei Tage	36	61,0
drei bis fünf Tage	21	35,6
mehr als fünf Tage	2	3,4
Gesamt	59	100,0
Kostenträger/in		
Die Kosten trägt das Unternehmen allein.	51	87,9
Die Kosten trägt die Mitarbeiterin / der Mitarbeiter allein.	0	0,0
Unternehmen und Mitarbeiter/in tragen die Kosten anteilig.	7	12,1
Gesamt	58	100,0
Inanspruchnahme von öffentlichen Fördermitteln für Qualifizierungsmaßnahmen		
ja	15	24,6
nein	46	75,4
Gesamt	61	100,0
Träger/in des Zeitaufwandes		
Das Unternehmen, d. h. die Qualifizierung wird als Arbeitszeit betrachtet.	26	43,3
Die Mitarbeiter/innen, d. h. Qualifizierungen finden grundsätzlich in der Freizeit statt.	15	25,0
Unternehmen und Mitarbeiter/innen, d. h. ein Teil der Qualifizierung wird als Arbeitszeit behandelt, ein Teil findet in der Freizeit statt.	19	31,7
Gesamt	60	100,0

Formen der angebotenen Qualifizierungsmaßnahmen		
externe Seminare innerhalb der Branche	40	69,0
Qualifizierungsmaßnahmen am Arbeitsplatz	32	55,2
einrichtungsbezogene Inhouseschulung	24	41,4
nebenberuflich über einen längeren Zeitraum	14	24,1
externe offene Seminare	13	22,4
E-Learning im Betrieb	11	19,0
internetbasiert im Selbststudium	5	8,6
Job-Rotation	5	8,6
Gesamt	58	100,0
Räumliche Entfernung der Qualifizierungsmaßnahmen		
direkt am Arbeitsplatz (inhouse)	6	10,7
in räumlicher Nähe zum Arbeitsort	42	75,0
Entfernung spielt keine Rolle	8	14,3
Gesamt	56	100,0

Abschließend wurden die Unternehmen und Institutionen gebeten, Hindernisse zu benennen, die aus ihrer Sicht einer Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen entgegenstehen. Wie die folgende Abbildung 48 zeigt, ist die Freistellung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für eine Qualifizierung das am häufigsten genannte Hindernis. 30 von 41 Unternehmen geben dies an. 21 Unternehmen sehen auf Seiten der Beschäftigten kein Interesse an Weiterbildung. Etwas weniger als der Hälfte fehlt die finanziellen Mittel für Qualifizierungsmaßnahmen. Ein Angebotsmangel in räumlicher Nähe oder das Fehlen von Angeboten, die den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abdecken, sind nur für wenige Unternehmen von Bedeutung.

Die Institutionen sehen die häufigsten Hindernisse in den Problemen, die eine Freistellung der Beschäftigten für Qualifizierungsmaßnahmen mit sich bringt, im mangelnden Interesse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch in den fehlenden finanziellen Mitteln der Unternehmen.

Abbildung 48: Hindernisse für die Nutzung von Qualifizierungsmaßnahmen



3.5.3 Einstellungen von Auszubildenden und Studierenden zur Weiterbildung

Auszubildende und Studierende wurden ebenfalls zum Thema Qualifizierung befragt. Ihnen wurde hierzu eine Reihe von Aussagen vorgelegt, zu denen sie jeweils auf einer vierstufigen Skala ihre Zustimmung bzw. Ablehnung zum Ausdruck bringen sollten. Der Wert 1 steht hierbei für „trifft überhaupt nicht zu“ und 4 für „trifft voll und ganz zu“. In Abbildung 49 sind die entsprechenden Mittelwerte für Auszubildende und Studierende abgebildet.

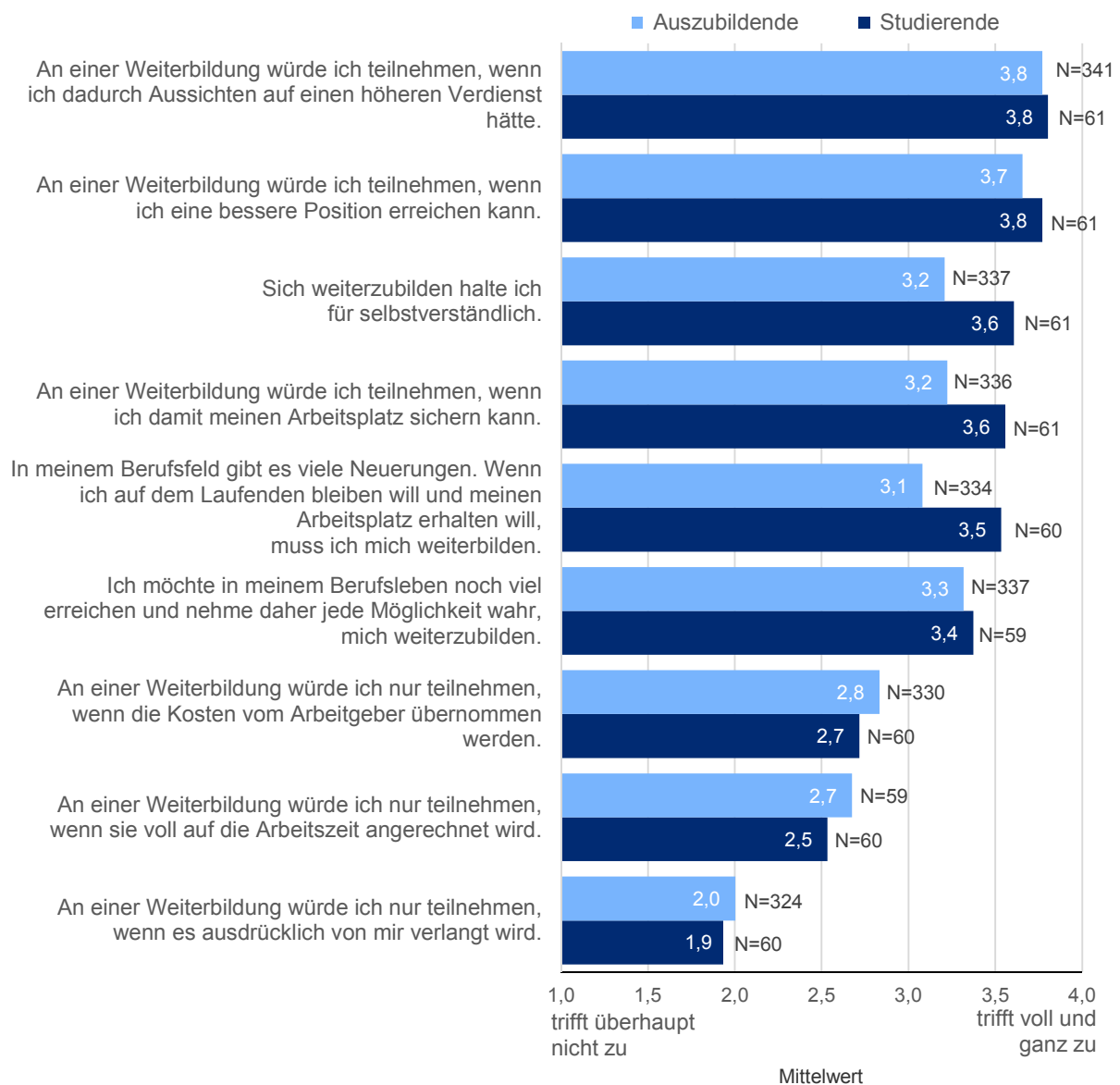
Wenn durch eine Weiterbildung ein höherer Verdienst oder eine bessere Position erreicht werden kann, ist die große Mehrheit von Auszubildenden wie Studierenden zu einer Teilnahme bereit.

Insbesondere unter den Studierenden halten es aber auch viele für selbstverständlich, sich weiterzubilden. Die entsprechende Aussage erreicht in dieser Gruppe einen Mittelwert von 3,6, bei den Auszubildenden 3,2. Auch die Aussagen *„An einer Weiterbildung würde ich teilnehmen, wenn ich damit meinen Arbeitsplatz sichern kann“*, *„Wenn ich auf dem Laufenden bleiben will und meinen Arbeitsplatz erhalten will, muss ich mich weiterbilden“* und *„Ich möchte in meinem Berufsfeld noch viel erreichen und nehme daher jede Möglichkeit wahr, mich weiterzubilden“* erhalten von den Studierenden größere Zustimmung.

Wie multivariate Analysen zeigen, sind diese Unterschiede vor allem ein Effekt des Bildungsniveaus. Je höher der Schulabschluss der Befragten, desto eher stimmen sie den entsprechenden Aussagen zu. Da sich unter den Auszubildenden weniger Befragte mit hohem Schulabschluss befinden, ist die Zustimmung in dieser Gruppe entsprechend geringer.

Die drei Aussagen, die die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen an bestimmte Bedingungen knüpfen, erhalten insgesamt die geringste Zustimmung. Auszubildende stimmen diesen Aussagen häufiger zu als Studierende.

Abbildung 49: Zustimmung zu Aussagen zur Qualifizierung (Auszubildende und Studierende)

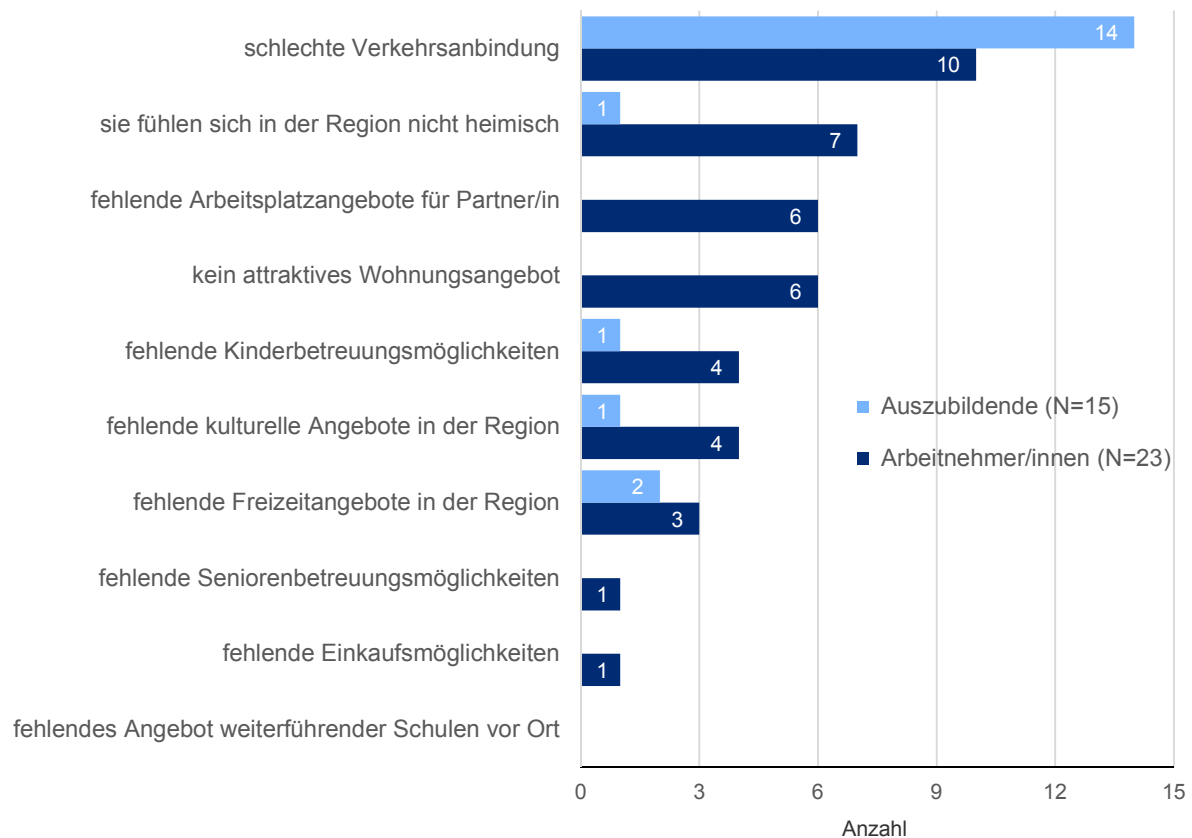


3.6 Attraktivität der Region

Zur Attraktivität der Region wurden alle drei Zielgruppen des Arbeitsmarktmonitorings befragt. Unternehmen und Institutionen, die schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass die Region für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer oder für Auszubildende nicht attraktiv ist, sollten die Gründe hierfür angeben. Hierzu wurde ihnen jeweils eine Liste von Gründen vorgelegt, die eine Rolle dafür spielen können. Die Angaben der Unternehmen sind in der folgenden Abbildung 50 dargestellt.

Nur 23 Unternehmen haben hierzu Angaben gemacht. Die Zahl der Unternehmen, die die Erfahrung gemacht haben, dass die Region für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer oder Auszubildende nicht attraktiv ist, ist also relativ gering. Von 23 Unternehmen nennen 10 die schlechte Verkehrsanbindung als Grund für die fehlende Attraktivität der Region für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Geht es um Auszubildende, liegt die Zahl der Nennungen bei 14. Alle anderen Gründe werden noch seltener genannt und sind aus Sicht der Unternehmen somit kaum von Belang. Institutionen nehmen die Bedeutung der verschiedenen Gründe sehr ähnlich wahr.

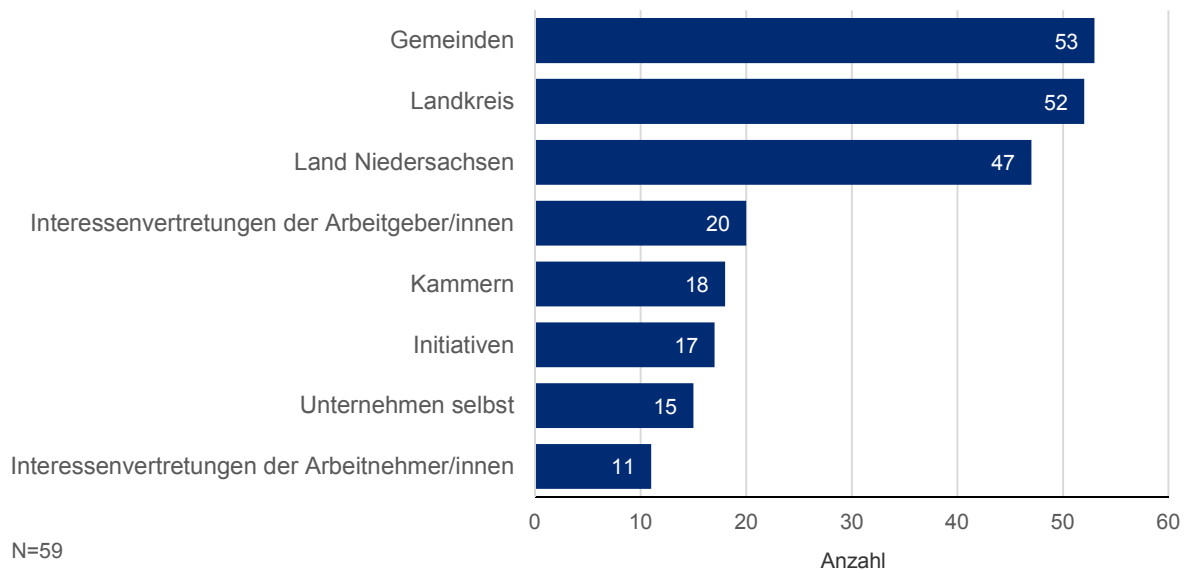
Abbildung 50: Gründe für die fehlende Attraktivität der Region für Arbeitnehmer/innen und Auszubildende aus Sicht der Unternehmen



In einer weiteren Frage sollten die Unternehmen angeben, wen sie in der Verantwortung für die Gestaltung einer attraktiven Region sehen. Sie konnten dabei mehrere Angaben machen. Abbildung 51 zeigt die Nennungen der Unternehmen.

53 von 59 Unternehmen, die hierzu Angaben gemacht haben, sehen demnach die Gemeinden in der Verantwortung und 52 den Landkreis. An dritter Stelle steht das Land Niedersachsen mit 47 Nennungen.

Abbildung 51: Verantwortliche für die Gestaltung einer attraktiven Region aus Sicht der Unternehmen



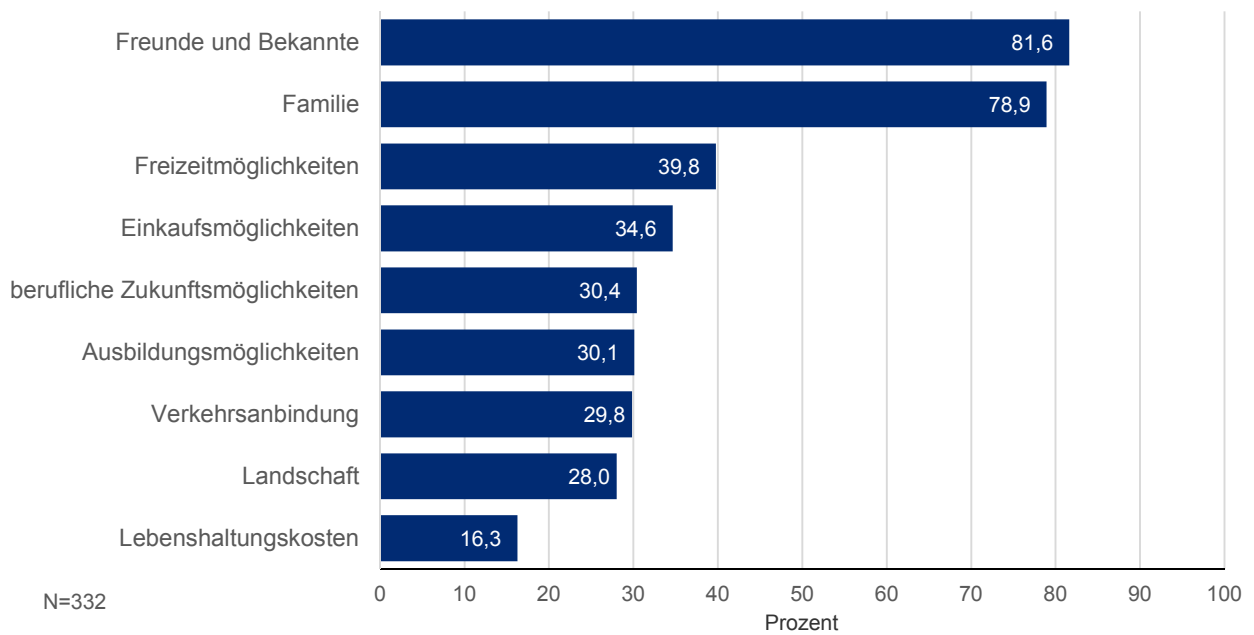
Institutionen nehmen die gleichen Verantwortlichen wahr, drei von ihnen haben selbst Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region entwickelt. Hierzu zählen sie Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote sowie Messen, bei denen sich die Unternehmen Bürgerinnen und Bürgern vorstellen können. Nur eine Institution hat explizit ein Regionalmarketing entwickelt, das zur Gewinnung und Bindung von Fachkräften beitragen soll.

Der Nutzen von Vermarktungsstrategien für die Region wird von den Unternehmen kontrovers gesehen. Die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass die Entwicklung einer solchen Strategie nicht dazu beitragen kann, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Unternehmen zu gewinnen. Die andere Hälfte ist der Ansicht, dass eine Vermarktungsstrategie für die Region durchaus einen Beitrag zur Personalgewinnung leisten kann.

Während die Unternehmen gefragt wurden, welche Aspekte für die fehlende Attraktivität der Region ausschlaggebend sind, sollten Auszubildende und Studierende umgekehrt angeben, welche Aspekte die Region ihrer Ansicht zufolge attraktiv machen. Abbildung 52 zeigt die Ergebnisse für die Gruppe der Auszubildenden.

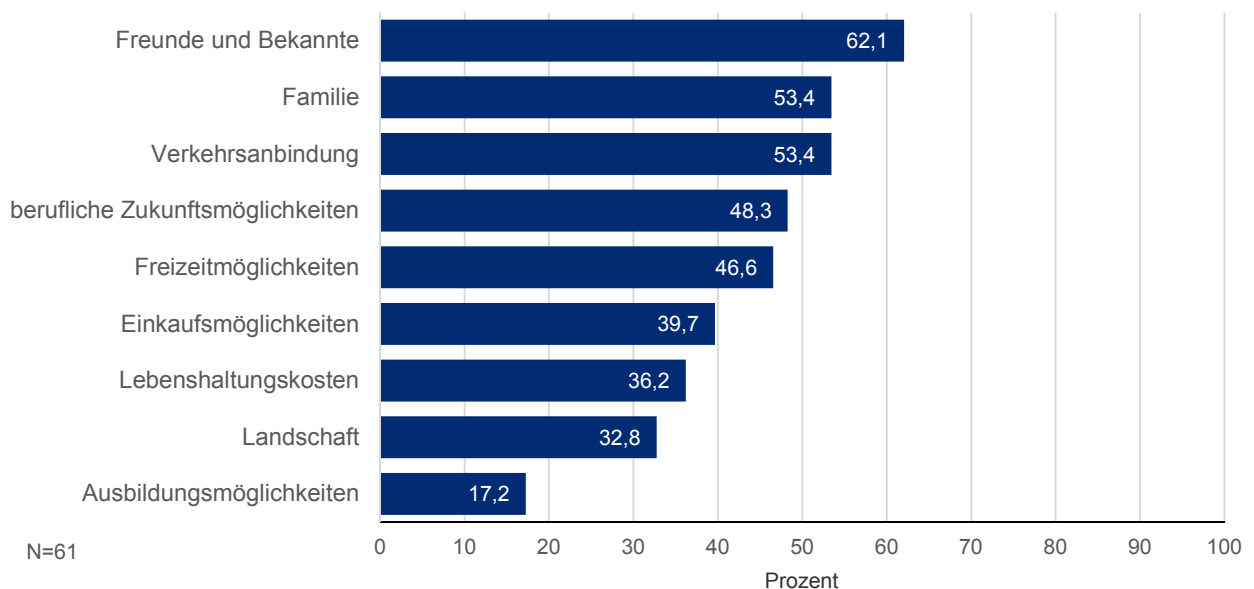
Freunde und Bekannte sowie die Familie stehen für Auszubildende an erster Stelle. Diese beiden Gruppen werden von jeweils etwa 80% genannt. Alle übrigen Aspekte sind nur jeweils für eine Minderheit attraktiv. Freizeitmöglichkeiten werden von 40% der Auszubildenden genannt, Einkaufsmöglichkeiten, berufliche Zukunftsmöglichkeiten und Ausbildungsmöglichkeiten von jeweils mehr als 30%. Verkehrsanbindung und Landschaft zählen noch für knapp 30% zu den attraktiven Merkmalen.

Abbildung 52: Attraktive Aspekte der Region aus Sicht von Auszubildenden



Wie Abbildung 53 zeigt, stehen auch für Studierenden Freunde und Bekannte an erster Stelle, wenn es um die Frage nach attraktiven Aspekten der Region geht. 62% haben dies angegeben. Es folgt die Familie, die von etwas mehr als der Hälfte genannt wird, ebenso viele nennen die Verkehrsanbindung. Berufliche Zukunfts- und Freizeitmöglichkeiten sind immer noch für knapp die Hälfte attraktive Aspekte. Einkaufsmöglichkeiten, Lebenshaltungskosten und Landschaft werden von jeweils mehr als 30% genannt. Insgesamt finden Studierende damit mehr attraktive Aspekte der Region als Auszubildende.

Abbildung 53: Attraktive Aspekte der Region aus Sicht von Studierenden



Neben der Frage danach, was die Region für sie attraktiv macht, wurden den Auszubildenden und Studierenden drei Aussagen zur Bindung an die Region vorgelegt, zu denen sie jeweils auf einer vierstufigen Skala ihre Zustimmung bzw. Ablehnung angeben sollten. Die Verteilung der Angaben ist in der folgenden Abbildung 54 dargestellt.

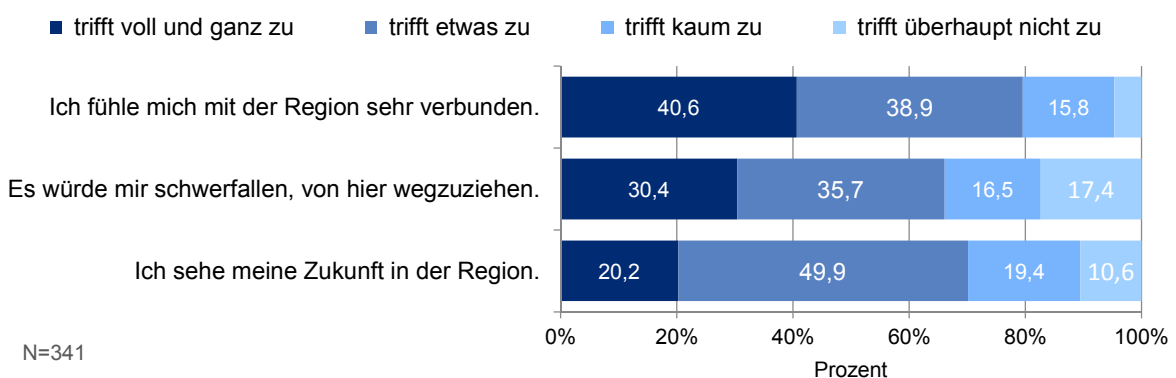
41% der Auszubildenden stimmen der Aussage „Ich fühle mich der Region sehr verbunden“ voll und ganz zu und weitere 39% stimmen ihr eher zu. Die beiden Aussagen „Ich sehe mei-

ne Zukunft in der Region“ und „Es würde mir schwerfallen, von hier wegzuziehen“ erhalten fast genauso viel Zustimmung. Jeweils etwa einem Drittel der Auszubildenden würde es jedoch nicht sehr schwerfallen, wegzuziehen bzw. sie sehen ihre Zukunft eher nicht in der Region.

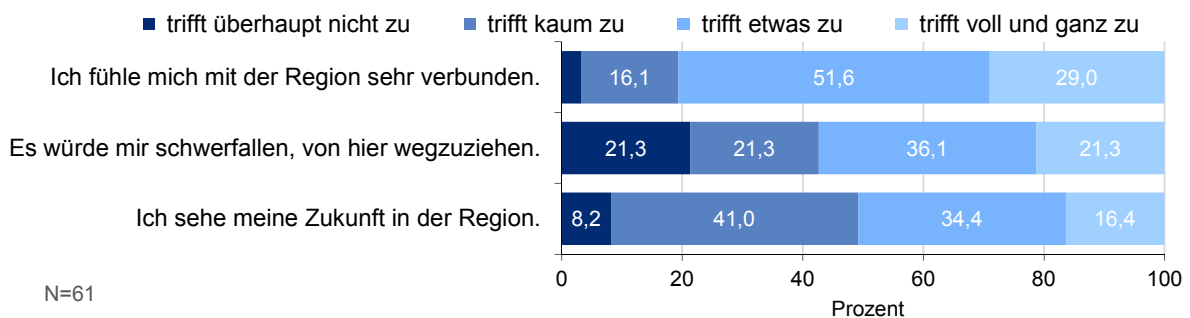
In der Gruppe der Studierenden findet sich eine etwas andere Verteilung. 29% stimmen der Aussage „Ich fühle mich der Region sehr verbunden“ voll und ganz zu und 52% stimmen eher zu. Immer noch mehr als der Hälfte würde es schwerfallen, wegzuziehen. 43% stimmen der Aussage „Es würde mir schwerfallen, von hier wegzuziehen“ aber gar nicht oder kaum zu. Knapp die Hälfte lehnt auch die Aussage „Ich sehe meine Zukunft in der Region“ ganz oder teilweise ab.

Abbildung 54: Bindung an die Region

Auszubildende



Studierende

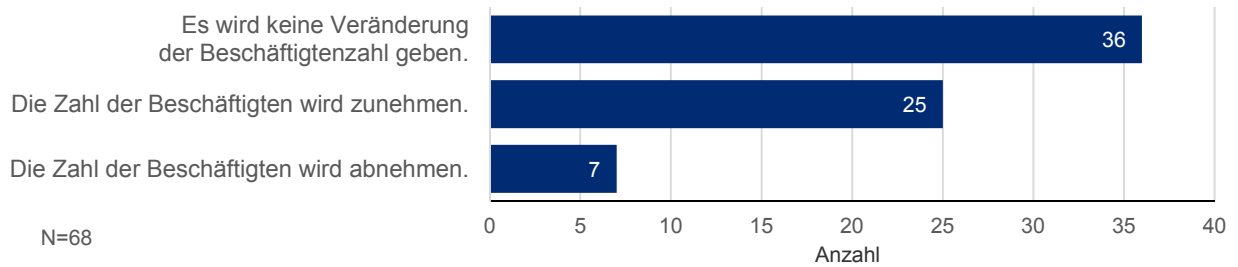


3.7 Zukünftige Entwicklung und Herausforderungen

Die Unternehmen wurden zur erwarteten Beschäftigtenentwicklung und den Herausforderungen der kommenden drei Jahre befragt. Um zu erfahren, wie die Unternehmen die zukünftige Entwicklung einschätzen, wurden sie gefragt, wie sich die Beschäftigtenzahl voraussichtlich entwickeln wird. Wie Abbildung 55 zeigt, geht mehr als die Hälfte, nämlich 36 von 68 Unternehmen davon aus, dass sich die Beschäftigtenzahl nicht verändern wird. 25 Unternehmen, das entspricht etwas mehr als einem Drittel, erwartet eine Zunahme der Beschäftigtenzahl. 7 Unternehmen gehen davon aus, dass die Zahl der Beschäftigten in den kommenden drei Jahren zurückgehen wird.

Unter den Institutionen ergibt sich kein einheitliches Bild. Vier Befragte gehen hier von einer gleichbleibenden Beschäftigtenzahl aus, drei erwarten eine Zunahme und zwei eine Abnahme der Zahl der Beschäftigten in der Logistikbranche.

Abbildung 55: Erwartete Entwicklung der Beschäftigtenzahl in drei Jahren

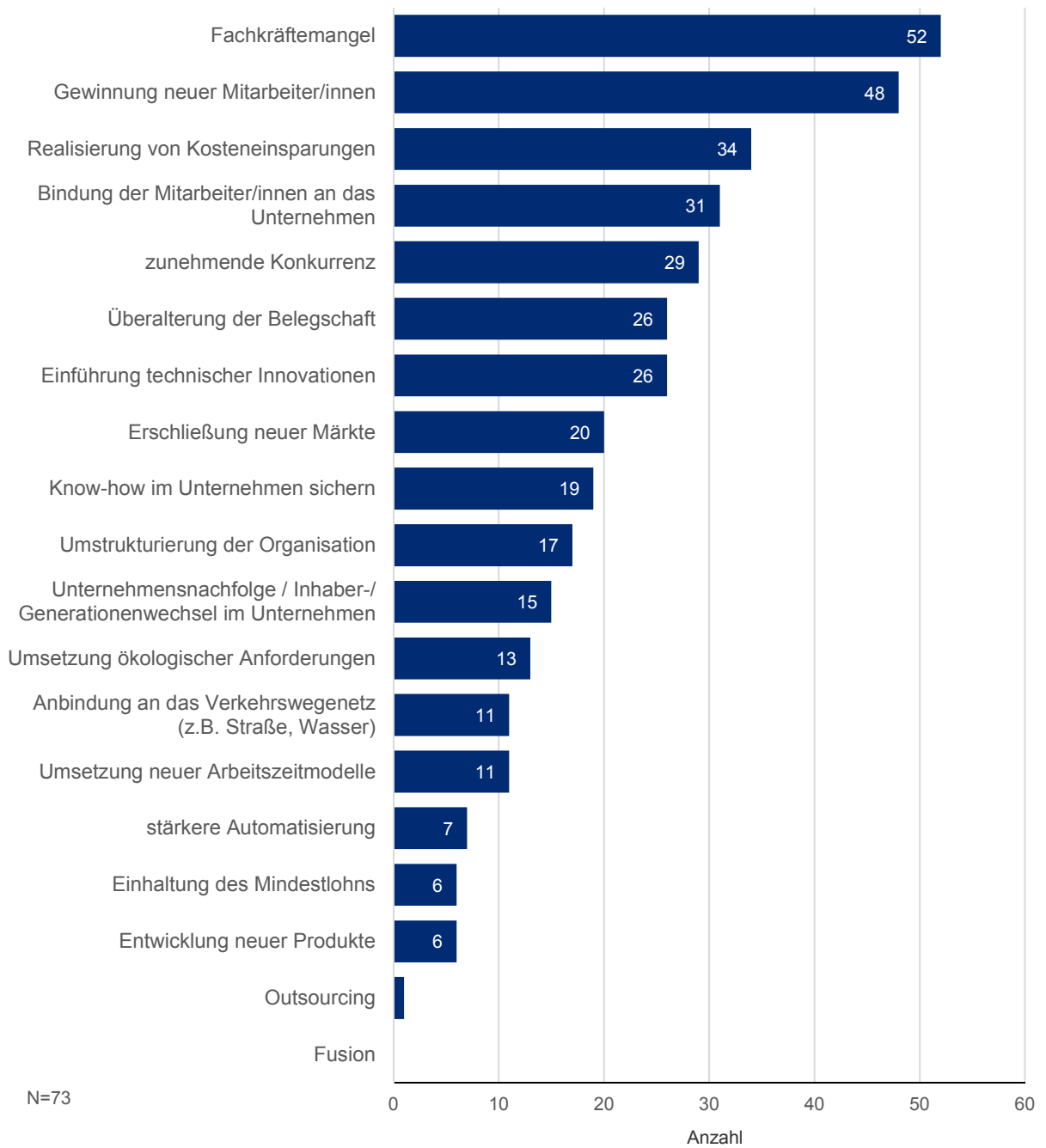


In einer weiteren Frage sollten die Unternehmen angeben, welche Herausforderungen für sie eine besondere Bedeutung haben. Sie konnten dabei mehrere Angaben machen. Abbildung 56 zeigt die Anzahl der Nennungen.

Der Fachkräftemangel steht dabei an erster Stelle. Er wird von 52 der 73 Unternehmen genannt, die Angaben zu den wahrgenommenen Herausforderungen gemacht haben. Damit zusammenhängende Aspekte des Fachkräftemangels wie die Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter befinden sich an zweiter Stelle, die Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an das Unternehmen und die Überalterung der Belegschaft bilden mit einigem Abstand das vordere Mittelfeld.

Die Realisierung von Kosteneinsparungen und die zunehmende Konkurrenz betrachten 34 bzw. 29 Unternehmen als bedeutende Herausforderung der kommenden Jahre, 26 Unternehmen nennen die Einführung technischer Innovationen. Dieser Aspekt steht in der Liste der meistgenannten Herausforderungen der Institutionen an erster Stelle. Alle 9 Institutionen, die zu dieser Frage Angaben gemacht haben, nennen die Einführung technischer Neuerungen. Jeweils 7 nennen die Überalterung der Belegschaft und die Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Einhaltung des Mindestlohns ist für die große Mehrheit der Unternehmen kein Problem.

Abbildung 56: Herausforderungen in den kommenden drei Jahren aus Sicht der Unternehmen



4. Zusammenfassung und Identifikation von Handlungsfeldern

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse der Untersuchungen zum Arbeitsmarktmonitoring in der Logistikwirtschaft noch einmal zusammengefasst. Um Handlungsfelder in der Logistikwirtschaft zu identifizieren, erfolgt dabei auch ein Vergleich mit den Ergebnissen der Branchenbefragung im Jahr 2012.

1. Entwicklung der Logistikbranche in der Region

Die Hälfte der befragten Unternehmen geht aktuell davon aus, dass sich die Zahl der Beschäftigten in den kommenden drei Jahren nicht verändern wird. Ein Drittel erwartet einen Zuwachs an Beschäftigten. Die befragten Institutionen schätzen die Situation ähnlich ein.

Verglichen mit der Befragung aus dem Jahr 2012 haben sich die Erwartungen bezüglich der Beschäftigtenentwicklung verändert. Damals ging noch die Hälfte der befragten Unternehmen davon aus, dass die Zahl der Beschäftigten in den kommenden fünf Jahren anwachsen wird.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

Die Unternehmen gehen zwar mehrheitlich davon aus, dass die Zahl der Beschäftigten gleichbleiben oder sich erhöhen wird. Die Erwartungen zur Steigerung der Beschäftigung in der Branche sind gegenüber 2012 jedoch gesunken.

2. Wahrnehmung des Fachkräftemangels

Wie bereits 2012 stellen die Unternehmen auch 2016 einen aktuellen Fachkräftemangel in der Branche fest. Schon vor vier Jahren waren die Unternehmen dabei vor allem auf der Suche nach Fachkräften im Transportbereich. Dies hat sich seither nicht verändert. Werden hier aktuell schon große Besetzungsschwierigkeiten festgestellt, erwartet man in den kommenden Jahren eine deutliche Verschärfung des Personalmangels in diesem Bereich. Der mit Abstand am häufigsten genannte Grund für diese Probleme ist das Fehlen von Bewerberinnen und Bewerbern.

Fachkräftemangel

Ein deutlicher Mangel besteht weiterhin im Hinblick auf Fachkräfte im Transportbereich. Bereits aktuell werden Besetzungsschwierigkeiten bei Ausbildungsstellen festgestellt. In den kommenden drei Jahren wird eine Verschärfung dieser Problematik erwartet.

Darüber hinaus werden von den Unternehmen vor allem Auszubildende, Fachkräfte im kaufmännischen sowie im Lagerbereich gesucht. Für den Ausbildungssektor befürchtet man, dass sich der Mangel in den kommenden drei Jahren noch deutlich verschärfen wird.

3. Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel

Die wichtigsten Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel sehen die Unternehmen 2016 wie bereits vier Jahre zuvor in der Schaffung eines positiven Betriebsklimas sowie in der Ausbildung und Qualifizierung im Betrieb.

Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel

Ein positives Betriebsklima sowie die Ausbildung und Qualifizierung im eigenen Betrieb werden als die wichtigsten Maßnahmen angesehen, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Ungeachtet der Bedeutung, die der Ausbildung und Qualifizierung im eigenen Betrieb beigemessen wird, bildet die Hälfte der befragten Unternehmen nicht aus und sie machen relativ wenige Angebote zur Qualifizierung. Zudem fehlen in den Firmen viele Angebote, die Auszubildende und Studierende von ihrer zukünftigen Arbeitgeberin bzw. ihrem zukünftigen Arbeitgeber erwarten.

Die Beschäftigung von Älteren, Arbeitskräften mit Migrationshintergrund oder Frauen als Maßnahme gegen den Fachkräftemangel, wird trotz der akuten Situation als weniger wichtig eingestuft.

Fördermöglichkeiten, die im Sozialgesetzbuch II bzw. III für die Einstellung von Menschen mit Behinderung, Auszubildenden, älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern oder Alleinerziehenden vorgesehen sind, sind den Unternehmen größtenteils nicht bekannt.

Auch eine Ausweitung der Suche nach Arbeitskräften auf weitere Regionen Deutschlands oder das Ausland werden nur von wenigen Unternehmen als wichtige Maßnahme angesehen, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und auch nicht umgesetzt.

Überregionale und internationale Suche nach Arbeitskräften

Eine überregionale Suche nach Arbeitskräften oder eine Suche im Ausland wird von den Unternehmen nur selten in Erwägung gezogen.

Bei einer Auslandsrekrutierung, die ohnehin nur für wenige Unternehmen in Frage kommt, sehen sie größtenteils die öffentliche Hand in der Verantwortung. Insbesondere die Finanzierung der Anwerbung und Begleitung, der Zuzug von Familienangehörigen und die Begleitung während der ersten Monate fallen aus Sicht der Unternehmen in den Zuständigkeitsbereich der öffentlichen Verwaltung. Die Auswahl der Bewerberinnen und Bewerber sehen die meisten Unternehmen in ihrem Aufgabenbereich.

Verantwortung für Auslandsrekrutierung

Die Verantwortung für die verschiedenen mit der Auslandsrekrutierung verbundenen Aspekte sehen die Unternehmen größtenteils bei der öffentlichen Hand. Nur die Auswahl der Bewerberinnen und Bewerber sehen fast alle Unternehmen als ihre Aufgabe.

4. Ausbildung

Trotz der großen Bedeutung, die der Ausbildung im eigenen Betrieb für die Bekämpfung des Fachkräftemangels beigemessen wird, ist festzustellen, dass die Hälfte aller befragten Unternehmen selbst nicht ausbildet. Dies liegt in erster Linie darin begründet, dass sie nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken können und dass es zeitlich nicht möglich ist, jemanden für die Anleitung freizustellen. Vor vier Jahren stellte sich die Situation bereits ähnlich dar.

Fehlendes Ausbildungsplatzangebot

Berufsausbildung im eigenen Betrieb wird als wichtigste Maßnahme gegen den Fachkräftemangel gesehen. Trotzdem bilden viele Unternehmen nicht aus, weil nicht alle Ausbildungsbereiche abgedeckt werden können und oft Ausbilderinnen und Ausbilder fehlen.

Für ein Viertel der Auszubildenden war es schwer, einen Ausbildungsplatz zu finden.

Obwohl die Hälfte der Unternehmen selbst nicht ausbildet, bieten mehr als 60% Praktika für Schülerinnen und Schüler in ihrem Betrieb an, um damit deren Berufswahlentscheidung zu unterstützen und parallel eigene Nachwuchskräfte zu gewinnen. Die meisten Unternehmen ermöglichen den Ausbildungsplatzsuchenden ein Praktikum vor Ausbildungsbeginn. Für Auszubildende bieten sie Seminare zur Prüfungsvorbereitung an.

Ein Drittel der Auszubildenden haben in ihrem Ausbildungsberuf den Wunschberuf gefunden. Für 41 % war die wahrscheinliche Übernahme ein Motiv für die Berufswahl. Insgesamt ist ein Großteil der Befragten mit der gewählten Ausbildung zufrieden.

5. Nachwuchs akademisch gebildeter Fachkräfte

Spezielle Angebote für Studierende sind in den befragten Unternehmen eher selten. Akademisch gebildete Fachkräfte gehören allerdings nicht zu den häufig gesuchten Arbeitskräften. Aktuell scheint hier kein Fachkräftemangel zu bestehen und auch in Zukunft werden für diese Berufsgruppe keine großen Besetzungsschwierigkeiten erwartet.

Akademisch gebildete Fachkräfte gehören gleichzeitig zu den Berufsgruppen, bei denen die Unternehmen den geringsten Qualifizierungsbedarf feststellen. Tatsächlich zeigt die Befragung der Studierenden, dass es sich hierbei um eine Gruppe handelt, die mehrheitlich im Logistikbereich eine gute Berufsperspektive erwartet und viel Interesse am Fachgebiet mitbringt. Die große Mehrheit ist mit dem Studium zufrieden.

Akademisch gebildete Fachkräfte

Im Hinblick auf akademisch gebildete Fachkräfte besteht aktuell kein Nachwuchsmangel in den Unternehmen.
In dieser Gruppe wird der geringste Qualifizierungsbedarf wahrgenommen.

6. Angebote der Unternehmen für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und Erwartungen der Nachwuchskräfte

Insbesondere Studierende haben hohe Erwartungen an die zukünftige Arbeitgeberin bzw. den zukünftigen Arbeitgeber. Viele der von den potenziellen Arbeitskräften gewünschten Angebote werden in den Unternehmen aber nicht vorgehalten und auch kein Bedarf dafür wahrgenommen. So sind beispielsweise flexible Arbeitszeitmodelle, die sich 81% der Studierenden und 60% der Auszubildenden wünschen, in weniger als der Hälfte der Unternehmen zu finden. Viele der Befragten wünschen sich zudem Schulungen (z.B. zur Stressbewältigung oder zum Zeitmanagement). Ein Drittel der Unternehmen sieht für diese Maßnahme keinen Bedarf. Noch deutlicher wird diese Diskrepanz bei Angeboten, die vor allem Studierende erwarten. Bei den Themen Sportprogramme, Homeoffice oder die Einrichtung eines Betriebskindergartens nimmt die Mehrheit der Unternehmen keinen Bedarf wahr oder sieht sich nicht verantwortlich.

Erwartungen der Nachwuchskräfte und Angebote der Unternehmen

Insgesamt ist festzustellen, dass die Unternehmen viele der von den Nachwuchskräften gewünschten Angebote nicht vorhalten und auch keinen Bedarf dafür wahrnehmen.

7. Rekrutierungswege

Ein Großteil der Unternehmen sucht neue Arbeitskräfte über persönliche Beziehungen z. B. über Kolleginnen und Kollegen, über Anzeigen in der lokalen Presse und die Agentur für Arbeit. Fast zwei Drittel veröffentlichen Stellengesuche auch im Internet. Bei der Erhebung im Jahr 2012 schrieben etwas mehr als ein Viertel der Unternehmen Stellen im Internet aus. Somit gibt es eine Annäherung an die Recherchegewohnheiten der Auszubildenden und Studierenden, die weiterhin zu 80 bzw. 90% im Internet nach Stellen suchen.

Den größten Erfolg erzielen die Unternehmen durch die Nutzung persönlicher Beziehungen über Kolleginnen und Kollegen sowie durch die Onlineveröffentlichung. Die von den Unternehmen häufig geschalteten Anzeigen in der lokalen Presse werden nur von der Hälfte der Studierenden und von etwas mehr als einem Viertel der Auszubildenden genutzt.

Diskrepanz bei der Wahl der Kommunikationswege

Unternehmen nutzen vor allem persönliche Beziehungen und die lokale Presse, junge Nachwuchskräfte recherchieren aber vor allem online nach Stellen.

Unter Auszubildenden wie Studierenden ist ein großer Informationsbedarf im Hinblick auf potenzielle Arbeitgeberinnen bzw. Arbeitgeber, gesuchte Berufe und Stellen in der Region festzustellen. Mehr als die Hälfte wünscht sich zu diesen Themen mehr Informationen. Dies entspricht in etwa den Ergebnissen aus dem Arbeitsmarktmonitoring des Jahres 2012.

Informationsbedarf von Auszubildenden und Studierenden

Die Mehrheit der Auszubildenden und Studierenden möchte mehr über Arbeitgeber, gesuchte Berufe und Stellen in der Region erfahren.

8. Weiterbildung und Qualifizierung

Auch der Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird mit Blick auf den Fachkräftemangel ein hoher Stellenwert beigemessen. Ein Großteil der Unternehmen ermöglicht den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zwei Fortbildungstage im Jahr, wobei sie größtenteils auch die Kosten hierfür übernehmen. In mehr als der Hälfte der Unternehmen erbringen die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zumindest einen Teil des Zeitaufwandes hierfür in ihrer Freizeit.

Der Qualifizierungsbedarf, der bei den verschiedenen Berufsgruppen wahrgenommen wird, liegt größtenteils im mittleren Bereich. Der höchste Bedarf wird hierbei in der Gruppe der Fachkräfte im Transportbereich sowie bei kaufmännischen Fachkräften gesehen. Dies sind die Berufsgruppen, in denen der größte Fachkräftemangel herrscht.

Thematisch sehen die Unternehmen vor allem einen Bedarf im Hinblick auf eine Qualifizierung im Bereich Personalführung, bei EDV-Anwendungen sowie im Hinblick auf soziale und kommunikative Kompetenzen.

Mittlerer Weiterbildungsbedarf

Für fast alle Berufsgruppen wird ein mittlerer Qualifizierungsbedarf wahrgenommen. Der größte Bedarf besteht bei den am häufigsten gesuchten Berufsgruppen der Fachkräfte im Transportbereich sowie bei kaufmännischen Fachkräften.

Das größte Hindernis für die Teilnahme an Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen sehen die Unternehmen in der damit verbundenen Freistellung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Außerdem wird auf Seiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fehlendes Interesse wahrgenommen. Im Vergleich zu 2012 hat es bezüglich der größten Hindernisse für die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen keine Veränderungen gegeben.

Hindernisse für die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen

Die Unternehmen sehen vor allem die mit einer Qualifizierung verbundene Freistellung als Hindernis.

9. Attraktivität der Region

Besonders Auszubildende haben eine starke Bindung an die Region, die insbesondere in familiären und freundschaftlichen Beziehungen begründet ist. 70% der Auszubildenden und die Hälfte der Studierenden sehen die berufliche Zukunft in der Region.

Bindung an die Region

Insbesondere Auszubildende sind stark an die Region gebunden. Die Mehrheit von ihnen sieht hier ihre berufliche Zukunft. Unter den Studierenden ist es die Hälfte.

Die Verantwortlichkeit für die Gestaltung einer attraktiven Region sehen die Unternehmen vor allem bei den Gemeinden, dem Landkreis und dem Land Niedersachsen. Bezüglich einer Vermarktungsstrategie der Region gibt es ein uneinheitliches Bild. Eine Hälfte der befragten Unternehmen verspricht sich hiervon einen Beitrag zur Gewinnung neuen Personals, die andere Hälfte glaubt nicht, dass dies dazu beitragen kann, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen.

Verantwortung für die Gestaltung einer attraktiven Region

Die Verantwortung für die Gestaltung einer attraktiven Region sehen die Unternehmen in erster Linie bei den Gemeinden, dem Landkreis und dem Land Niedersachsen.

10. Herausforderungen für die Zukunft

Angesichts der offenen und schwer zu besetzenden Stellen für bestimmte Berufsgruppen zählen der Fachkräftemangel sowie verschiedene Aspekte, die damit zusammenhängen, zu den am häufigsten genannten Herausforderungen. Über 70% der Unternehmen sehen sich in den nächsten drei Jahren vom Fachkräftemangel betroffen. Bei der Erhebung 2012 war der Fachkräftemangel ebenfalls der am häufigsten genannte Grund mit 57%. Auf den Platz zwei folgt die Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die zwei Drittel der Unternehmen Probleme bereiten (2012: knapp 50%). Die Einhaltung des Mindestlohnst ist für die große Mehrheit der Unternehmen kein Problem.

Des Weiteren gehören aus Sicht der Unternehmen die Realisierung von Kosteneinsparungen, die zunehmende Konkurrenz und die Überalterung der Belegschaft zu den wichtigsten Zukunftsthemen.

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabellen

Tabelle 1: Arbeitsmarktdaten im Osnabrücker Land	11
Tabelle 2: Auszubildende mit Migrationshintergrund nach Geburtsort, Geburtsort der Eltern und Sprache im Haushalt	19
Tabelle 3: Gründe für Besetzungsschwierigkeiten nach Berufsgruppen	25
Tabelle 4: Rahmenbedingungen von Qualifizierungsmaßnahmen.....	50

Abbildungen

Abbildung 1: Bevölkerungsentwicklung im Landkreis Osnabrück 2015-2035 nach Alter	9
Abbildung 2: Entwicklung der Bevölkerungszahlen nach Altersgruppen im Landkreis Osnabrück.....	10
Abbildung 3: Prognostizierte Entwicklung der jeweiligen Altersgruppen bezogen auf die Gesamtbevölkerung des Landkreises Osnabrück.....	11
Abbildung 4: Befragte Unternehmen nach Standort.....	13
Abbildung 5: Zugehörigkeit zur Logistikbranche	13
Abbildung 6: Zahl der Beschäftigten am Befragungsstandort	14
Abbildung 7: Durchschnittlicher Anteil Beschäftigter nach Beschäftigungsumfang in Prozent.....	15
Abbildung 8: Anzahl Auszubildende und Studierende	15
Abbildung 9: Ausbildungsberufe	15
Abbildung 10: Auszubildende und Studierende nach angestrebtem Abschluss	16
Abbildung 11: Auszubildende und Studierende nach Erstausbildung	16
Abbildung 12: Auszubildende und Studierende nach höchstem Schulabschluss.....	17
Abbildung 13: Auszubildende und Studierende nach Wohn- und Ausbildungsort.....	17
Abbildung 14: Auszubildende und Studierende nach Geschlecht.....	18
Abbildung 15: Auszubildende und Studierende nach Altersgruppen.....	18
Abbildung 16: Auszubildende und Studierende nach Migrationshintergrund.....	18
Abbildung 17: Einschätzung der Fachkräftesituation	21
Abbildung 18: Unternehmen mit offenen Stellen.....	22
Abbildung 19: Anzahl Unternehmen mit offenen Stellen, aktuelle Besetzungsschwierigkeiten sowie erwartete Besetzungsschwierigkeiten in drei Jahren nach Berufsgruppen.....	23
Abbildung 20: Gründe für Besetzungsschwierigkeiten bei Stellen für Fachkräfte im Transportbereich	24
Abbildung 21: Wichtigkeit von Maßnahmen zum Entgegenwirken des Fachkräftemangels .	26
Abbildung 22: Nutzung von Angeboten zur Unterstützung der Unternehmen	27
Abbildung 23: Rekrutierungswege von Unternehmen.....	28
Abbildung 24: Suchwege von Auszubildenden und Studierenden	29
Abbildung 25: Informationsbedarf von Auszubildenden und Studierenden über Stellenangebote, potenzielle Arbeitgeber/innen sowie gesuchte Berufe in der Region.....	30
Abbildung 26: Überregionale Rekrutierung nach Berufsgruppen	31
Abbildung 27: Verantwortlichkeit für verschiedene Aspekte der Rekrutierung von Arbeitskräften im Ausland.....	32
Abbildung 28: Informationsbedarf über Ausbildungs- und Berufsabschlüsse.....	33
Abbildung 29: Kenntnisse und Inanspruchnahme von Fördermöglichkeiten für ausgewählte Beschäftigtengruppen.....	34

Abbildung 30: Informationsbedarf zu arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen bei der Beschäftigung von Geflüchteten oder Arbeitsmigrant/innen aus Nicht-EU-Ländern	35
Abbildung 31: Ausbildungsstellen der Unternehmen	35
Abbildung 32: Gründe der Unternehmen für fehlendes Ausbildungsplatzangebot	36
Abbildung 33: Angebote der Unternehmen für Ausbildungsplatzsuchende	36
Abbildung 34: Höchster Schulabschluss als Mindestvoraussetzung für Ausbildung	37
Abbildung 35: Bedeutung von Kompetenzen bei der Einstellung von Auszubildenden	37
Abbildung 36: Gründe der Unternehmen für das Angebot von Praktika	38
Abbildung 37: Spezielle Angebote für Studierende	38
Abbildung 38: Bekanntmachung von Praktikums- und Ausbildungsstellen	39
Abbildung 39: Gründe für die Wahl des Ausbildungsberufs	40
Abbildung 40: Gründe für die Wahl des Studienfachs	41
Abbildung 41: Zufriedenheit mit dem Ausbildungsberuf bzw. der Studienfachwahl	41
Abbildung 42: Erwartete Angebote des Unternehmens seitens der potenziellen Arbeitskräfte	42
Abbildung 43: Angebote der Unternehmen für Beschäftigte	44
Abbildung 44: Unterstützungsbedarf bei der Einrichtung von Maßnahmen für Beschäftigte	45
Abbildung 45: Zustimmung zu Aussagen zur veränderten Alterszusammensetzung der Unternehmen	47
Abbildung 46: Qualifizierungsbedarf nach Berufsgruppen	48
Abbildung 47: Qualifizierungsbedarf nach Themenbereichen	49
Abbildung 48: Hindernisse für die Nutzung von Qualifizierungsmaßnahmen	51
Abbildung 49: Zustimmung zu Aussagen zur Qualifizierung (Auszubildende und Studierende)	53
Abbildung 50: Gründe für die fehlende Attraktivität der Region für Arbeitnehmer/innen und Auszubildende aus Sicht der Unternehmen	54
Abbildung 51: Verantwortliche für die Gestaltung einer attraktiven Region aus Sicht der Unternehmen	55
Abbildung 52: Attraktive Aspekte der Region aus Sicht von Auszubildenden	56
Abbildung 53: Attraktive Aspekte der Region aus Sicht von Studierenden	56
Abbildung 54: Bindung an die Region	57
Abbildung 55: Erwartete Entwicklung der Beschäftigtenzahl in drei Jahren	58
Abbildung 56: Herausforderungen in den kommenden drei Jahren aus Sicht der Unternehmen	59

Anhang

Fragebogen Unternehmen



Geschäftsbereich
Wirtschaft & Arbeit



Befragung von Unternehmen in der Logistikwirtschaft

Diese Befragung zur Fachkräftesituation in der Logistikwirtschaft wird im Rahmen des regionalen Arbeitsmarktmonitorings des Landkreises Osnabrück durchgeführt. Sie wird unterstützt durch die Metropolregion Nordwest, dem Kompetenznetz Individuallogistik (KNI), dem Gesamtverband Verkehrsgewerbe Niedersachsen e.V., Bezirksgruppe Osnabrück-Emsland (GVN) sowie der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Osnabrücker Land mbH.

Wir versichern Ihnen, dass die Ergebnisse ausschließlich im Rahmen dieser Studie verwendet werden. Sollten Sie Interesse an einer Rückmeldung zum Ergebnisbericht oder zu konkreten Angeboten der Wirtschaftsförderung haben, können Sie diesen Wunsch am Ende des Fragebogens mitteilen.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Fachkräftemangel / Offene Stellen		
1. Wie schätzen Sie die Fachkräftesituation ein?		
ja	nein	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Unsere Branche ist schon jetzt vom Fachkräftemangel betroffen.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Unser Unternehmen ist schon jetzt vom Fachkräftemangel betroffen.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Wir gehen davon aus, dass unser Unternehmen in den nächsten drei Jahren vom Fachkräftemangel betroffen sein wird.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Unser Unternehmen ist nicht vom Fachkräftemangel betroffen.
2. Gibt es zurzeit offene Stellen in Ihrem Unternehmen?		
nein	<input type="checkbox"/>	
ja	<input type="checkbox"/>	
Wenn ja, bitte Anzahl angeben:		_____
3. Wenn es in Ihrem Unternehmen zurzeit offene Stellen gibt: Für welche Berufsgruppen? Sie können mehrere Angaben machen.		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Führungskräfte
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	akademisch gebildete Fachkräfte
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fachkräfte im Lagerbereich
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fachkräfte im Transportbereich
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	kaufmännische Fachkräfte
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	an- / ungelernete Kräfte
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Auszubildende

Fachkräftemangel / Offene Stellen

4. Wenn es in Ihrem Unternehmen zurzeit offene Stellen gibt: Für welche Berufsgruppen gibt es Schwierigkeiten, diese offenen Stellen zu besetzen? Sie können mehrere Angaben machen.	
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>
kaufmännische Fachkräfte	<input type="checkbox"/>
an- / ungelernte Kräfte	<input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>

5. Wenn es in Ihrem Unternehmen zurzeit offene Stellen gibt: Aus welchen Gründen können diese Positionen nicht besetzt werden?							
	Füh- rungs- kräfte	akade- misch gebildete Fach- kräfte	Fach- kräfte im Lager- bereich	Fach- kräfte im Trans- port- bereich	kauf- männ. Fach- kräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
mangelnde Attraktivität der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Verkehrsverbindungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Mobilität der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
schlechtes Image der Branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde Attraktivität der Arbeitsbedingungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenz in der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde fachliche Qualifikation der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende persönliche Eignung der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde Sprachkenntnisse der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende zeitliche Flexibilität der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstige Gründe, und zwar: _____

Fachkräftemangel / Offene Stellen

Fachkräftemangel / Offene Stellen				
6. Wie schätzen Sie die Fachkräftesituation in Ihrem Unternehmen in drei Jahren ein: Bei welchen Stellen erwarten Sie in drei Jahren Besetzungsschwierigkeiten? Sie können mehrere Angaben machen.				
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>			
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>			
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>			
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>			
kaufmännische Fachkräfte	<input type="checkbox"/>			
an- / ungelernte Kräfte	<input type="checkbox"/>			
Auszubildende	<input type="checkbox"/>			
7. Welche Maßnahmen sind für Ihr Unternehmen von Bedeutung, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken?				
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Ausbildung im eigenen Betrieb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiterbildung bzw. Qualifizierung im eigenen Betrieb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiterbildung bzw. Qualifizierung der Mitarbeiter/innen in externen Seminaren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mehr ältere Arbeitnehmer/innen einstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maßnahmen, um ältere Arbeitnehmer/innen länger im Betrieb zu beschäftigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vermehrt Frauen einstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vermehrt Kräfte mit Migrationshintergrund einstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suche nach Arbeitskräften aus anderen Regionen Deutschlands betreiben bzw. verstärken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suche nach Arbeitskräften aus dem Ausland betreiben bzw. verstärken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
verstärkt Personalvermittlungsagenturen einschalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
höhere Gehälter / Prämien zahlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
unterschiedliche Arbeitszeitmodelle anbieten (flexible Arbeitszeiten, Teilzeit etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
andere Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf anbieten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
positives Betriebsklima schaffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mehr Transparenz über die Angebote am Arbeitsmarkt herstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermarktung der Arbeitsmarktregion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfteinitiativen für die Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fachkräftemangel / Offene Stellen

8. Hat Ihr Unternehmen folgende Angebote schon einmal genutzt? Sie können mehrere Angaben machen.		
Jobbörsen		<input type="checkbox"/>
individuelle Beratung		<input type="checkbox"/>
Qualifizierungsangebote im Bereich Personalrekrutierung		<input type="checkbox"/>
Qualifizierungsangebote für Mitarbeiter/innen		<input type="checkbox"/>
Beratungsangebote im Bereich Personalentwicklung		<input type="checkbox"/>
Entwicklung einer Vermarktungsstrategie der Region (Region als Marke)		<input type="checkbox"/>
Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für Branchen / Innungen		<input type="checkbox"/>

Rekrutierung

9. Wie erfolgreich war Ihr Unternehmen mit der Rekrutierung von Arbeitskräften auf folgenden Wegen?	nutzen wir nicht	sehr erfolgreich	eher erfolgreich	weniger erfolgreich	nicht erfolgreich
Agentur für Arbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jobcenter der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jobbörsen / Messen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
spezielle Angebote zur Rekrutierung von Auszubildenden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berufsverbände	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anzeigen in der lokalen Presse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anzeigen in der überregionalen Presse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet (z.B. soziale Netzwerke, Online-Jobbörsen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hochschulkontakte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Partnerschaften mit Schulen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Praktika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende werben Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personalberatung / Headhunter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
persönliche Beziehungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kolleg/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rekrutierung

Rekrutierung			
10. Fühlen Sie sich in Ihrem Unternehmen ausreichend über neue Ausbildungs- und Berufsabschlüsse informiert?	nicht relevant für unser Unternehmen	ausreichend informiert	Informationen fehlen
neue Berufsabschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
neue Hochschulabschlüsse (z. B. Bachelor und Master)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
im Ausland erworbene Abschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Rekrutiert Ihr Unternehmen gezielt Bewerber/innen aus anderen Regionen?	nein	ja, aus ganz Niedersachsen/ benachbarten Bundesländern	ja, auch im Ausland
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kaufmännische Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
an- / ungelernete Kräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Wen sehen Sie in der Verantwortung, wenn es um folgende Aspekte bei der Rekrutierung von Arbeitskräften aus dem Ausland geht?	Arbeitnehmer/innen selbst	Arbeitgeber/innen	öffentliche Hand
Anwerbung im Ausland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auswahl der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spracherwerb <u>vor</u> Beginn der Tätigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spracherwerb <u>während</u> der Berufstätigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umzug nach Deutschland (inkl. Klärung behördlicher Angelegenheiten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Begleitung während der ersten Monate („Kümmerer“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zuzug von Familienangehörigen (Schulanmeldung, Job für Angehörige)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzierung der Anwerbung und Begleitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Angebote / Maßnahmen

13. Welche der folgenden Angebote macht Ihr Unternehmen den Beschäftigten?	vorhanden	geplant	sehen wir nicht als unsere Aufgabe	kein Bedarf
Betriebliches Gesundheitsmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betriebskindergarten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstige Angebote zur Kinderbetreuung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
flexible Arbeitszeitmodelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilzeitarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Homeoffice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitausgleich von Überstunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sabbatical	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wiedereinstiegsprogramme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebote zur Pflege von Angehörigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schulungen (z. B. Stressbewältigung, Zeitmanagement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportprogramm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstige, und zwar: _____

14. Wenn Maßnahmen in Ihrem Unternehmen geplant sind: Bei welchen Maßnahmen benötigt Ihr Unternehmen externe Unterstützung bei der Umsetzung? Sie können mehrere Angaben machen.	
Betriebliches Gesundheitsmanagement	<input type="checkbox"/>
Betriebskindergarten	<input type="checkbox"/>
sonstige Angebote zur Kinderbetreuung	<input type="checkbox"/>
flexible Arbeitszeitmodelle	<input type="checkbox"/>
Teilzeitarbeit	<input type="checkbox"/>
Homeoffice	<input type="checkbox"/>
Zeitausgleich von Überstunden	<input type="checkbox"/>
Sabbatical	<input type="checkbox"/>
Wiedereinstiegsprogramme	<input type="checkbox"/>
Angebote zur Pflege von Angehörigen	<input type="checkbox"/>
Schulungen (z. B. Stressbewältigung, Zeitmanagement)	<input type="checkbox"/>
Sportprogramm	<input type="checkbox"/>

bei sonstigen Maßnahmen, und zwar: _____

Ausbildung

Ausbildung	
15. Wie viele Ausbildungsplätze hat Ihr Unternehmen an diesem Standort?	
Anzahl Ausbildungsplätze insgesamt:	_____
Anzahl besetzter Ausbildungsplätze:	_____
Wir bilden (an diesem Standort) nicht aus.	<input type="checkbox"/>
16. Falls Ihr Unternehmen nicht ausbildet: Warum bildet Ihr Unternehmen nicht aus? Sie können mehrere Angaben machen.	
Es hat sich bei uns niemand beworben.	<input type="checkbox"/>
Es fehlen geeignete Bewerber/innen.	<input type="checkbox"/>
Es fehlen Ausbilder/innen.	<input type="checkbox"/>
Unser Unternehmen kann nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken.	<input type="checkbox"/>
Es ist zu teuer auszubilden.	<input type="checkbox"/>
Die Arbeitszeitbestimmungen für Jugendliche stehen dem entgegen.	<input type="checkbox"/>
Zeitlich ist es nicht möglich, jemanden für die Anleitung freizustellen.	<input type="checkbox"/>
17. Falls Ihr Unternehmen ausbildet: Welche Angebote macht Ihr Unternehmen den Ausbildungsplatzsuchenden? Sie können mehrere Angaben machen.	
Praktikum vorab	<input type="checkbox"/>
Teilzeitausbildung	<input type="checkbox"/>
finanzielle Anreize	<input type="checkbox"/>
zusätzlicher Unterricht	<input type="checkbox"/>
Seminare zur Prüfungsvorbereitung	<input type="checkbox"/>
Sonstige, und zwar: _____	
18. Welcher Schulabschluss ist die <u>Mindestvoraussetzung</u> , um in Ihrem Unternehmen eine Ausbildung zu absolvieren?	
Hauptschulabschluss	<input type="checkbox"/>
Realschulabschluss / mittlerer Abschluss	<input type="checkbox"/>
Allgemeine Hochschulreife	<input type="checkbox"/>

Ausbildung

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
19. Welche Bedeutung haben die folgenden Aspekte bei der Einstellung von Auszubildenden für Ihr Unternehmen?				
Schulabschluss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schulnoten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fremdsprachenkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
soziale Kompetenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kommunikative Kompetenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motive für die Berufswahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
praktische Erfahrungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Bieten Sie für Schüler/innen und Studierende Praktika an?				
ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Aus welchen Gründen bietet Ihr Unternehmen Praktika an? Sie können mehrere Angaben machen.				
Berufswahlunterstützung				<input type="checkbox"/>
Nachwuchsrekrutierung				<input type="checkbox"/>
Imagepflege				<input type="checkbox"/>
Interesse an der Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft				<input type="checkbox"/>
Interesse an der Zusammenarbeit von Hochschule und Wirtschaft				<input type="checkbox"/>
Sonstige, und zwar: _____				
22. Gibt es weitere spezielle Angebote für Studierende? Sie können mehrere Angaben machen.				
nein				<input type="checkbox"/>
Bachelor- / Masterarbeiten				<input type="checkbox"/>
Nebenjobs (z. B. in den Semesterferien)				<input type="checkbox"/>
Sonstige, und zwar: _____				

Ausbildung

23. Wie machen Sie auf offene Praktikums- und Ausbildungsplätze aufmerksam und wie erfolgreich sind Sie damit?	nutzen wir nicht	sehr erfolgreich	eher erfolgreich	weniger erfolgreich	nicht erfolgreich
zuständige Kammer / Innung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bundesagentur für Arbeit / Jobcenter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stellenanzeigen in den Medien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Präsentation des Unternehmens in Schulen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betriebsbesichtigungen für Schüler/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbildungsplatzbörse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eigene Firmenhomepage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbildungs- und Praktikumsportal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
soziale Netzwerke im Internet (z. B. Facebook)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
über unsere Auszubildenden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges, und zwar: _____					

Attraktivität der Region

24. Falls Sie schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass die Region für Arbeitnehmer/innen oder Auszubildende nicht attraktiv ist: Was waren die Gründe? Sie können mehrere Angaben machen.	Arbeitnehmer/innen	Auszubildende
schlechte Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sie fühlen sich in der Region nicht heimisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kein attraktives Wohnungsangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Einkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Freizeitangebote in der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende kulturelle Angebote in der Region (Theater, Konzerte, Kino)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Arbeitsplatzangebote für Partner/in	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlendes Angebot weiterführender Schulen vor Ort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Seniorenbetreuungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Attraktivität der Region

25. Von wem erwarten Sie Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region? Sie können mehrere Angaben machen.		
Unternehmen selbst	<input type="checkbox"/>	
Kammern	<input type="checkbox"/>	
Interessenvertretungen der Arbeitgeber/innen	<input type="checkbox"/>	
Interessenvertretungen der Arbeitnehmer/innen	<input type="checkbox"/>	
Initiativen	<input type="checkbox"/>	
Land Niedersachsen	<input type="checkbox"/>	
Landkreis	<input type="checkbox"/>	
Gemeinden	<input type="checkbox"/>	
26. Kann eine Vermarktungsstrategie für die Region Ihrer Meinung nach dazu beitragen, neue Mitarbeiter/innen für Ihr Unternehmen zu gewinnen?		
ja	<input type="checkbox"/>	
nein	<input type="checkbox"/>	

Demographie

27. Haben Sie in Ihrem Unternehmen eine Altersstrukturanalyse durchgeführt?		
ja	<input type="checkbox"/>	
nein	<input type="checkbox"/>	
28. Wie hoch ist das Durchschnittsalter der Belegschaft?		
Durchschnittsalter in Jahren:	_ _	
Das Durchschnittsalter ist nicht bekannt.	<input type="checkbox"/>	

Demographie

29. Hier finden Sie einige Aussagen im Hinblick auf die veränderte Alterszusammensetzung in Unternehmen. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit Sie diesen Aussagen für Ihr Unternehmen zustimmen können.	trifft voll und ganz zu	trifft etwas zu	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu
Die demographische Entwicklung hat für unser Unternehmen keine Auswirkungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Da Nachwuchskräfte fehlen, kann unser Unternehmen nicht wie geplant expandieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Da ältere Arbeitnehmer/innen ausscheiden, geht viel Unternehmenswissen verloren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir bemühen uns, stärker auf die Bedürfnisse der einzelnen Altersgruppen im Unternehmen einzugehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maßnahmen zum Erhalt der Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Belegschaft haben an Bedeutung gewonnen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir versuchen, die Mitarbeiter/innen stärker an das Unternehmen zu binden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir haben eine strategische Personalplanung, die die demographische Entwicklung berücksichtigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um angemessen auf die Veränderungen infolge des demographischen Wandels reagieren zu können, benötigt unser Unternehmen externe Beratung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir nehmen bereits externe Beratung zu den Folgen des demographischen Wandels im Unternehmen in Anspruch.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Qualifizierung

30. Wie hoch schätzen Sie in Ihrem Unternehmen zurzeit den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter/innen in den verschiedenen Beschäftigtengruppen ein?	hoch	mittel	gering	kein Bedarf
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im kaufmännischen Bereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
An- / Ungelernte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Qualifizierung

	hoch	mittel	gering	kein Bedarf	nicht bekannt
31. Wie hoch schätzen Sie in Ihrem Unternehmen den Qualifizierungsbedarf zu den folgenden Themen ein?					
Management- und Unternehmensführung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personalführung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Methodenkompetenz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
technische Entwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fachliche Vertiefung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDV-Anwendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entwicklung im Fachgebiet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
soziale und kommunikative Kompetenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fremdsprachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deutschkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internationaler Führerschein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zertifizierte Aufbauqualifikationen mit anerkannter Abschlussprüfung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige hohe Qualifizierungsbedarfe, und zwar: _____					
32. Wie hoch ist die durchschnittliche Anzahl der Teilnehmertage an Weiterbildungs- bzw. Qualifizierungsmaßnahmen pro Mitarbeiter/in im Jahr?					
bis 2 Tage					<input type="checkbox"/>
3 bis 5 Tage					<input type="checkbox"/>
mehr als 5 Tage					<input type="checkbox"/>
33. Wer trägt im Allgemeinen die Kosten von Qualifizierungsmaßnahmen?					
Die Kosten trägt das Unternehmen allein.					<input type="checkbox"/>
Die Kosten trägt die Mitarbeiterin / der Mitarbeiter allein.					<input type="checkbox"/>
Unternehmen und Mitarbeiter/in tragen die Kosten anteilig.					<input type="checkbox"/>
34. Nutzt Ihr Unternehmen zur Finanzierung von Qualifizierungsmaßnahmen öffentliche Fördermittel?					
ja					<input type="checkbox"/>
nein					<input type="checkbox"/>
35. Wer trägt im Allgemeinen den Zeitaufwand für die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen?					
Das Unternehmen, d. h. die Qualifizierung wird als Arbeitszeit betrachtet.					<input type="checkbox"/>
Die Mitarbeiter/innen, d. h. Qualifizierungen finden grundsätzlich in der Freizeit statt.					<input type="checkbox"/>
Unternehmen und Mitarbeiter/innen, d. h. ein Teil der Qualifizierung wird als Arbeitszeit behandelt, ein Teil findet in der Freizeit der Mitarbeiter/innen statt.					<input type="checkbox"/>

Qualifizierung	
36. Welche Formen von Qualifizierungsmaßnahmen werden in Ihrem Unternehmen hauptsächlich angeboten? Sie können mehrere Angaben machen.	
Qualifizierungsmaßnahmen am Arbeitsplatz	<input type="checkbox"/>
einrichtungsbezogene Inhouseschulung	<input type="checkbox"/>
externe Seminare innerhalb der Branche	<input type="checkbox"/>
nebenberuflich über einen längeren Zeitraum	<input type="checkbox"/>
externe offene Seminare	<input type="checkbox"/>
internetbasiert im Selbststudium	<input type="checkbox"/>
E-Learning im Betrieb	<input type="checkbox"/>
Job-Rotation	<input type="checkbox"/>
37. In welcher räumlichen Entfernung sollten Qualifizierungsmaßnahmen stattfinden?	
direkt am Arbeitsplatz (inhouse)	<input type="checkbox"/>
in räumlicher Nähe zum Arbeitsort	<input type="checkbox"/>
Entfernung spielt keine Rolle	<input type="checkbox"/>
38. Falls es in Ihrem Unternehmen Hindernisse gibt, die einer stärkeren Nutzung von Qualifizierungsangeboten entgegenstehen: Welche Hindernisse sind das? Sie können mehrere Angaben machen.	
Es fehlen finanzielle Mittel im Unternehmen.	<input type="checkbox"/>
Es gibt keine Angebote, die den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter/innen abdecken.	<input type="checkbox"/>
Es gibt keine Angebote in räumlicher Nähe.	<input type="checkbox"/>
Die Freistellung von Mitarbeiter/innen verursacht Probleme.	<input type="checkbox"/>
Es fehlt das Interesse auf Seiten der Mitarbeiter/innen.	<input type="checkbox"/>

Herausforderungen für die Zukunft	
39. Wie wird sich die Zahl der Beschäftigten in Ihrem Unternehmen in den nächsten drei Jahren voraussichtlich entwickeln?	
Die Zahl der Beschäftigten wird zunehmen.	<input type="checkbox"/>
Die Zahl der Beschäftigten wird abnehmen.	<input type="checkbox"/>
Es wird keine Veränderung der Beschäftigtenzahl geben.	<input type="checkbox"/>

Herausforderungen für die Zukunft

40. Worin sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen in den nächsten drei Jahren? Sie können mehrere Angaben machen.		
Einführung technischer Innovationen		<input type="checkbox"/>
Umsetzung ökologischer Anforderungen		<input type="checkbox"/>
Entwicklung neuer Produkte		<input type="checkbox"/>
Fachkräftemangel		<input type="checkbox"/>
Überalterung der Belegschaft		<input type="checkbox"/>
Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen		<input type="checkbox"/>
Bindung der Mitarbeiter/innen an das Unternehmen		<input type="checkbox"/>
Umstrukturierung der Organisation		<input type="checkbox"/>
Unternehmensnachfolge / Inhaberwechsel / Generationenwechsel in der Leitung		<input type="checkbox"/>
Erschließung neuer Märkte		<input type="checkbox"/>
stärkere Automatisierung		<input type="checkbox"/>
Fusion		<input type="checkbox"/>
Outsourcing		<input type="checkbox"/>
Realisierung von Kosteneinsparungen		<input type="checkbox"/>
Umsetzung neuer Arbeitszeitmodelle		<input type="checkbox"/>
Know-how im Unternehmen sichern		<input type="checkbox"/>
zunehmende Konkurrenz		<input type="checkbox"/>
Einhaltung des Mindestlohns		<input type="checkbox"/>
Anbindung an das Verkehrsnetz (z. B. Straße, Wasser)		<input type="checkbox"/>

Ausgewählte Beschäftigtengruppen

41. Kennen Sie Fördermöglichkeiten des Sozialgesetzbuches II (SGB II) bzw. Sozialgesetzbuches III (SGB III) bei der Einstellung der folgenden Gruppen von Arbeitnehmer/innen?		
	ja	nein
Alleinerziehende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ältere Arbeitnehmer/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Langzeitarbeitslose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menschen mit Behinderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ausgewählte Beschäftigtengruppen			
42. Haben Sie solche Fördermöglichkeiten des Sozialgesetzbuches II (SGB II) bzw. Sozialgesetzbuches III (SGB III) bei der Einstellung von Mitarbeiter/innen schon einmal in Anspruch genommen?			
	ja	nein	
Alleinerziehende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ältere Arbeitnehmer/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Langzeitarbeitslose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Menschen mit Behinderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
43. Beschäftigen Sie in Ihrem Unternehmen Angehörige der folgenden Gruppen?			
	ja	nein	
Geflüchtete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Arbeitsmigrant/innen aus Nicht-EU-Ländern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
44. Wenn in Ihrem Unternehmen Mitarbeiter/innen arbeiten, die zu diesen Beschäftigtengruppen gehören: Gibt es für sie spezielle Ansprechpartner/innen?			
	ja	nein	
Ansprechpartner/innen für Geflüchtete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ansprechpartner/innen für Arbeitsmigrant/innen aus Nicht-EU-Ländern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
45. Fühlt man sich in Ihrem Unternehmen ausreichend über die arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen für diese Beschäftigtengruppen informiert?			
	ausreichend informiert	Informationen fehlen	nicht relevant für unser Unternehmen
Geflüchtete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitsmigrant/innen aus Nicht-EU-Ländern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Angaben zum Unternehmen	
<i>Wenn Ihr Unternehmen mehrere Standorte hat, beziehen Sie die Antworten auf die folgenden Fragen bitte auf den hiesigen Standort.</i>	
46. Wo ist der Sitz Ihres Unternehmens?	
Landkreis Osnabrück	<input type="checkbox"/>
Stadt Osnabrück	<input type="checkbox"/>
weder im Landkreis Osnabrück, noch in der Stadt Osnabrück	<input type="checkbox"/>
47. Falls Sie <u>nicht zur Logistikbranche</u> gehören: Verfügen Sie über einen eigenen Lager- und Logistikbereich?	
ja	<input type="checkbox"/>
nein	<input type="checkbox"/>

Angaben zum Unternehmen

48. Falls Sie zur <u>Logistikbranche</u> gehören: Arbeitet Ihr Unternehmen im Bereich von Lager- und / oder Transportwirtschaft? Sie können mehrere Angaben machen.	
Lagerwirtschaft	<input type="checkbox"/>
Transportwirtschaft	<input type="checkbox"/>
49. Hat Ihr Unternehmen mehrere Standorte?	
ja	<input type="checkbox"/>
nein	<input type="checkbox"/>
50. Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen?	
Anzahl Beschäftigte an diesem Standort:	_____
Anzahl Beschäftigte im Unternehmen insgesamt (alle Standorte):	_____
51. Wie hoch ist die Zahl der Beschäftigten nach Beschäftigungsumfang an diesem Standort?	
Anzahl Beschäftigte in Vollzeit:	_____
Anzahl Beschäftigte in Teilzeit mit 20 Stunden und mehr:	_____
Anzahl Beschäftigte in Teilzeit unter 20 Stunden:	_____
Anzahl geringfügig Beschäftigte:	_____

Kontakt / Themen

52. Was mir sonst noch wichtig ist:

Kontakt / Themen

Ich bin damit einverstanden, dass meine Kontaktdaten an die an der Erhebung beteiligten Institutionen sowie den mit der Erhebung Beauftragten zweckgebunden für eine Rückmeldung zu folgenden Themen weitergegeben werden.

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Zusendung des Ergebnisberichts |
| <input type="checkbox"/> | Fördermittelberatung |
| <input type="checkbox"/> | Unternehmensentwicklung |
| <input type="checkbox"/> | Innovationsberatung |
| <input type="checkbox"/> | Nachfolgeberatung |
| <input type="checkbox"/> | Beteiligung an Netzwerken |

Sonstiges, und zwar: _____

Name des Unternehmens: _____

Ansprechpartner/in: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____

Ich bin **nicht** einverstanden, dass meine Kontaktdaten an die an der Erhebung beteiligten Institutionen zwecks Rückmeldung weitergegeben werden.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Landkreis Osnabrück
Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit
Arbeitsmarktmonitoring
Herr Perkuhn
Telefon 0541 501 4805
Karsten.Perkuhn@lkos.de

Allgemeiner Datenschutzhinweis:

Wir beachten den Grundsatz der zweckgebundenen Datenverwendung und erheben, verarbeiten und speichern Ihre personenbezogenen Daten nur für die Zwecke, für die Sie sie uns mitgeteilt haben. Eine Weitergabe Ihrer persönlichen Daten an Dritte erfolgt ohne Ihre ausdrückliche Einwilligung nicht. Die Übermittlung an auskunftsberechtigte staatliche Institutionen und Behörden erfolgt nur im Rahmen der gesetzlichen Auskunftspflichten oder wenn wir durch eine gerichtliche Entscheidung zur Auskunft verpflichtet werden.

Auch den verwaltungsinternen Datenschutz nehmen wir sehr ernst. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die von uns beauftragten Dienstleistungsunternehmen sind von uns zur Verschwiegenheit und zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen verpflichtet worden.

Fragebogen Auszubildende und Studierende



Geschäftsbereich
Wirtschaft & Arbeit



Befragung von Auszubildenden und Studierenden in der Logistikwirtschaft

Diese Befragung zur Fachkräftesituation in der Logistikwirtschaft wird im Rahmen des regionalen Arbeitsmarktmonitorings des Landkreises Osnabrück durchgeführt. Sie wird unterstützt durch die Metropolregion Nordwest, dem Kompetenznetz Individuallogistik (KNI), dem Gesamtverband Verkehrsgewerbe Niedersachsen e.V., Bezirksgruppe Osnabrück-Emsland (GVN) sowie der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Osnabrücker Land mbH.

Wir versichern Ihnen, dass die Ergebnisse ausschließlich im Rahmen dieser Studie verwendet werden.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Rekrutierung			
1. Wenn Sie auf der Suche nach einem Arbeitsplatz sind: Wo informieren Sie sich über freie Stellen? Sie können mehrere Angaben machen.			
Agentur für Arbeit	<input type="checkbox"/>		
Jobcenter der Region	<input type="checkbox"/>		
Messen / Jobbörsen	<input type="checkbox"/>		
Berufsverbände	<input type="checkbox"/>		
lokale Presse	<input type="checkbox"/>		
überregionale Presse	<input type="checkbox"/>		
online	<input type="checkbox"/>		
Ich nutze meine Beziehungen.	<input type="checkbox"/>		
2. Fühlen Sie sich ausreichend über Stellenangebote und Berufe <u>in der Region</u> informiert?			
	ausreichend informiert	benötige mehr Informationen	benötige keine Informationen
Stellenangebote in der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitgeber in der Region, bei denen ich arbeiten könnte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berufe, die in der Region gesucht werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Angebote / Maßnahmen

3. Welche Angebote wünschen Sie sich von Ihrem zukünftigen Arbeitgeber? Sie können mehrere Angaben machen.		
Betriebliches Gesundheitsmanagement		<input type="checkbox"/>
Betriebskindergarten		<input type="checkbox"/>
sonstige Angebote zur Kinderbetreuung		<input type="checkbox"/>
flexible Arbeitszeitmodelle		<input type="checkbox"/>
Teilzeitarbeit		<input type="checkbox"/>
Homeoffice		<input type="checkbox"/>
Zeitausgleich von Überstunden		<input type="checkbox"/>
Sabbatical		<input type="checkbox"/>
Wiedereinstiegsprogramme		<input type="checkbox"/>
Angebote zur Pflege von Angehörigen		<input type="checkbox"/>
Schulungen (z. B. Stressbewältigung, Zeitmanagement)		<input type="checkbox"/>
Sportprogramm		<input type="checkbox"/>
Sonstige, und zwar: _____		

Ausbildung

4. War es schwer für Sie, einen Ausbildungs- bzw. Studienplatz zu finden?		
ja		<input type="checkbox"/>
nein		<input type="checkbox"/>
5. Wenn Sie eine Ausbildung absolvieren: Aus welchen Gründen haben Sie diesen Ausbildungsberuf gewählt? Sie können mehrere Angaben machen.		
... weil meine Eltern den Ausbildungsplatz für mich gefunden haben.		<input type="checkbox"/>
... weil meine Eltern mir den Ausbildungsberuf empfohlen haben.		<input type="checkbox"/>
... weil meine Lehrer/innen mir den Ausbildungsberuf empfohlen haben.		<input type="checkbox"/>
... weil die Berufsberatung mir den Ausbildungsberuf empfohlen hat.		<input type="checkbox"/>
... weil es eine Ausbildung in meinem Wunschberuf ist.		<input type="checkbox"/>
... weil der Ausbildungsplatz für mich gut zu erreichen ist.		<input type="checkbox"/>
... weil ich am Ort bleiben konnte.		<input type="checkbox"/>
... weil ich nach meiner Ausbildung wahrscheinlich übernommen werde.		<input type="checkbox"/>
... weil mein Arbeitgeber einen guten Ruf hat.		<input type="checkbox"/>
Ich habe keinen anderen Ausbildungsplatz gefunden.		<input type="checkbox"/>

Ausbildung				
6. Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie mit Ihrer Ausbildung?	sehr zufrieden <input type="checkbox"/>	eher zufrieden <input type="checkbox"/>	eher un- zufrieden <input type="checkbox"/>	unzu- frieden <input type="checkbox"/>
7. Wenn Sie ein Studium absolvieren: Aus welchen Gründen haben Sie die Fachrichtung gewählt? Sie können mehrere Angaben machen.				
... weil meine Eltern mir die Fachrichtung empfohlen haben.				<input type="checkbox"/>
... weil meine Lehrerinnen bzw. Lehrer mir die Fachrichtung empfohlen haben.				<input type="checkbox"/>
... weil die Berufsberatung mir die Fachrichtung empfohlen hat.				<input type="checkbox"/>
... weil das Studium zu meinem Wunschberuf führt.				<input type="checkbox"/>
... weil der Hochschulstandort von meinem Wohnort aus gut zu erreichen ist.				<input type="checkbox"/>
... weil mich die Fachrichtung interessiert.				<input type="checkbox"/>
... weil ich gute Berufsperspektiven erwarte.				<input type="checkbox"/>
... weil der Hochschulstandort attraktiv ist.				<input type="checkbox"/>
... weil der Studiengang keine Zulassungsbeschränkung (NC) hatte.				<input type="checkbox"/>
... weil ich keinen anderen Studienplatz gefunden habe.				<input type="checkbox"/>
8. Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie mit dem Studium in dieser Fachrichtung?				
	sehr zufrieden <input type="checkbox"/>	eher zufrieden <input type="checkbox"/>	eher un- zufrieden <input type="checkbox"/>	unzu- frieden <input type="checkbox"/>

Attraktivität der Region	
9. Wenn Sie in der Region leben: Was macht die Region für Sie persönlich attraktiv? Sie können mehrere Angaben machen.	
Familie	<input type="checkbox"/>
Freunde und Bekannte	<input type="checkbox"/>
Landschaft	<input type="checkbox"/>
Lebenshaltungskosten	<input type="checkbox"/>
Freizeitmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>
Einkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>
Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/>
Ausbildungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>
berufliche Zukunftsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>

Attraktivität der Region

Attraktivität der Region				
10. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen:	trifft voll und ganz zu	trifft etwas zu	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu
Ich fühle mich mit der Region sehr verbunden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es würde mir schwerfallen, von hier wegzuziehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich sehe meine Zukunft in der Region.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Qualifizierung

Qualifizierung				
11. Im Folgenden finden Sie einige Aussagen zur Weiterbildung und Qualifizierung. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit diese Aussagen auf Sie zutreffen. An einer Weiterbildung würde ich...	trifft voll und ganz zu	trifft etwas zu	trifft kaum zu	trifft überhaupt nicht zu
... nur teilnehmen, wenn es ausdrücklich von mir verlangt wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... teilnehmen, wenn ich damit meinen Arbeitsplatz sichern kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... teilnehmen, wenn ich eine bessere Position erreichen kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... teilnehmen, wenn ich dadurch Aussichten auf einen höheren Verdienst hätte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... nur teilnehmen, wenn die Kosten vom Arbeitgeber übernommen werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... nur teilnehmen, wenn sie voll auf die Arbeitszeit angerechnet wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sich weiterzubilden halte ich für selbstverständlich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich möchte in meinem Berufsleben noch viel erreichen und nehme daher jede Möglichkeit wahr, mich weiterzubilden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In meinem Berufsfeld gibt es viele Neuerungen. Wenn ich auf dem Laufenden bleiben und meinen Arbeitsplatz erhalten will, muss ich mich weiterzubilden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fragen zur Person

Fragen zur Person	
12. Wo leben Sie?	
Landkreis Osnabrück	<input type="checkbox"/>
und zwar in:	_____
Stadt Osnabrück	<input type="checkbox"/>
weder im Landkreis, noch in der Stadt Osnabrück	<input type="checkbox"/>

Fragen zur Person

Fragen zur Person	
13. Wo absolvieren Sie Ihre Ausbildung bzw. Ihr Studium?	
Landkreis Osnabrück	<input type="checkbox"/>
und zwar in:	_____
Stadt Osnabrück	<input type="checkbox"/>
weder im Landkreis, noch in der Stadt Osnabrück	<input type="checkbox"/>
14. Was ist Ihr höchster allgemeinbildender Schulabschluss? Bitte machen Sie nur eine Angabe.	
von der Schule abgegangen ohne Hauptschulabschluss (ohne Volksschulabschluss)	<input type="checkbox"/>
Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss)	<input type="checkbox"/>
Realschulabschluss (Mittlere Reife)	<input type="checkbox"/>
Fachhochschulreife, Abschluss Fachoberschule	<input type="checkbox"/>
allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife / Abitur	<input type="checkbox"/>
15. Haben Sie bereits eine Ausbildung oder ein Studium absolviert und abgeschlossen?	
Ja, ich habe bereits eine abgeschlossene Ausbildung / ein abgeschlossenes Studium.	<input type="checkbox"/>
Ich habe schon einmal eine andere Ausbildung / ein anderes Studium begonnen, aber nicht abgeschlossen.	<input type="checkbox"/>
Nein, dies ist meine Erstausbildung / mein Erststudium.	<input type="checkbox"/>
16. Welche Schule oder Ausbildungsstätte besuchen Sie zurzeit?	
Berufsbildende Schule im Berufsgrundschuljahr	<input type="checkbox"/>
Berufsbildende Schule im Rahmen einer betrieblichen Ausbildung	<input type="checkbox"/>
Berufsfachschule	<input type="checkbox"/>
Hochschule	<input type="checkbox"/>
Universität	<input type="checkbox"/>
Seminar zur beruflichen Weiterbildung	<input type="checkbox"/>
17. Welchen Beruf erlernen Sie bzw. welchen Studiengang absolvieren Sie?	
Beruf / Studiengang: _____	

Fragen zur Person

18. Welchen beruflichen Abschluss streben Sie mit der derzeitigen Ausbildung bzw. dem derzeitigen Studium an? Bitte machen Sie nur eine Angabe.		
Abschluss der beruflich-betrieblichen Ausbildung (Lehre)	<input type="checkbox"/>	
Abschluss der Berufsfachschule	<input type="checkbox"/>	
Abschluss einer Fachschule / Meister- / Technikerschule / Berufs- oder Fachakademie	<input type="checkbox"/>	
Bachelor	<input type="checkbox"/>	
Master	<input type="checkbox"/>	
fachliche Zusatzausbildung mit Abschlussprüfung	<input type="checkbox"/>	
19. Geschlecht		
weiblich	<input type="checkbox"/>	
männlich	<input type="checkbox"/>	
20. Wie alt sind Sie?		
Alter in Jahren:	__ __	
21. In welchem Land sind Sie geboren?		
in Deutschland	<input type="checkbox"/>	
in einem anderen Land	<input type="checkbox"/>	
22. In welchem Land sind Ihre Eltern geboren?		
beide Elternteile in Deutschland geboren	<input type="checkbox"/>	
beide Elternteile / ein Elternteil in einem anderen Land geboren	<input type="checkbox"/>	
23. Welche Sprache wird bei Ihnen zu Hause vorwiegend gesprochen?		
Deutsch	<input type="checkbox"/>	
eine andere Sprache	<input type="checkbox"/>	
24. Was mir sonst noch wichtig ist:		

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Landkreis Osnabrück	Herr Perkuhn
Geschäftsbereich	Telefon 0541 501 4805
Wirtschaft & Arbeit	Karsten.Perkuhn@lkos.de
Arbeitsmarktmonitoring	



Fragebogen Institutionen

Befragung von Institutionen in der Logistikwirtschaft

Diese Befragung zur Fachkräftesituation in der Logistikwirtschaft wird im Rahmen des regionalen Arbeitsmarktmonitorings des Landkreises Osnabrück durchgeführt. Sie wird unterstützt durch die Metropolregion Nordwest, dem Kompetenznetz Individuallogistik (KNI), dem Gesamtverband Verkehrsgewerbe Niedersachsen e.V., Bezirksgruppe Osnabrück-Emsland (GVN) sowie der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Osnabrücker Land mbH.

Wir versichern Ihnen, dass die Ergebnisse ausschließlich im Rahmen dieser Studie verwendet werden. Sollten Sie Interesse an den Ergebnissen der Befragung haben und sich bei der Umsetzung möglicher Handlungsfelder beteiligen wollen, können Sie diesen Wunsch am Ende des Fragebogens mitteilen

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Fachkräftemangel / Offene Stellen		
1. Wie schätzen Sie die Fachkräftesituation in den Unternehmen ein?		
	ja	nein
Die Branche ist schon jetzt vom Fachkräftemangel betroffen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist davon auszugehen, dass die Unternehmen in den nächsten drei Jahren vom Fachkräftemangel betroffen sein werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Unternehmen sind nicht vom Fachkräftemangel betroffen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gibt es in den Unternehmen zurzeit offene Stellen für die folgenden Berufsgruppen?		
	ja	nein
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kaufmännische Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
an- / ungelernte Kräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Gibt es in den Unternehmen zurzeit Schwierigkeiten, offene Stellen für die folgenden Berufsgruppen zu besetzen?		
	ja	nein
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kaufmännische Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
an- / ungelernte Kräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fachkräftemangel / Offene Stellen

4. Aus welchen Gründen können diese Positionen nicht besetzt werden?	Führungs- kräfte	akade- misch gebildete Fach- kräfte	Fach- kräfte im Lager- bereich	Fach- kräfte im Trans- port- bereich	kauf- männ. Fach- kräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
mangelnde Attraktivität der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Verkehrsverbindungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Mobilität der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
schlechtes Image der Branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde Attraktivität der Arbeitsbedingungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenz in der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde fachliche Qualifikation der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende persönliche Eignung der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mangelnde Sprachkenntnisse der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende zeitliche Flexibilität der Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstige Gründe, und zwar: _____

5. Wie schätzen Sie die Fachkräftesituation in drei Jahren ein: Bei welchen Stellen erwarten Sie in drei Jahren Besetzungsschwierigkeiten in den Unternehmen? Sie können mehrere Angaben machen.	
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>
kaufmännische Fachkräfte	<input type="checkbox"/>
an- / ungelernete Kräfte	<input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>

Fachkräftemangel / Offene Stellen

6. Welche Maßnahmen sind für die Unternehmen von Bedeutung, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken?	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Ausbildung im eigenen Betrieb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiterbildung bzw. Qualifizierung im eigenen Betrieb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiterbildung bzw. Qualifizierung der Mitarbeiter/innen in externen Seminaren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mehr ältere Arbeitnehmer/innen einstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maßnahmen, um ältere Arbeitnehmer/innen länger im Betrieb zu beschäftigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vermehrt Frauen einstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vermehrt Kräfte mit Migrationshintergrund einstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suche nach Arbeitskräften aus anderen Regionen Deutschlands betreiben bzw. verstärken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suche nach Arbeitskräften aus dem Ausland betreiben bzw. verstärken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
verstärkt Personalvermittlungsagenturen einschalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
höhere Gehälter / Prämien zahlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
unterschiedliche Arbeitszeitmodelle anbieten (flexible Arbeitszeiten, Teilzeit etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
andere Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf anbieten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
positives Betriebsklima schaffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mehr Transparenz über die Angebote am Arbeitsmarkt herstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermarktung der Arbeitsmarktregion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfteinitiativen für die Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rekrutierung

Rekrutierung		
7. Über welche Wege rekrutieren die Unternehmen vorrangig neue Mitarbeiter/innen? Sie können mehrere Angaben machen.		
Agentur für Arbeit	<input type="checkbox"/>	
Jobcenter der Region	<input type="checkbox"/>	
Jobbörsen / Messen	<input type="checkbox"/>	
spezielle Angebote zur Rekrutierung von Auszubildenden	<input type="checkbox"/>	
Berufsverbände	<input type="checkbox"/>	
Anzeigen in der lokalen Presse	<input type="checkbox"/>	
Anzeigen in der überregionalen Presse	<input type="checkbox"/>	
Internet (z. B. soziale Netzwerke, Online-Jobbörsen)	<input type="checkbox"/>	
Hochschulkontakte	<input type="checkbox"/>	
Patenschaften mit Schulen	<input type="checkbox"/>	
Praktika	<input type="checkbox"/>	
Auszubildende werben Auszubildende	<input type="checkbox"/>	
Personalberatung / Headhunter	<input type="checkbox"/>	
persönliche Beziehungen	<input type="checkbox"/>	
Kolleg/innen	<input type="checkbox"/>	
8. Wie unterstützen Sie Unternehmen bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter/innen? Sie können mehrere Angaben machen.		
Veranstaltung von Messen / Jobbörsen	<input type="checkbox"/>	
Informationsveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	
Einrichten von Internetplattformen	<input type="checkbox"/>	
Herstellen persönlicher Kontakte	<input type="checkbox"/>	
individuelle Beratung	<input type="checkbox"/>	
Qualifizierungsangebote im Bereich Personalrekrutierung	<input type="checkbox"/>	
Qualifizierungsangebote für Mitarbeiter/innen	<input type="checkbox"/>	
Beratungsangebote im Bereich Personalentwicklung	<input type="checkbox"/>	
Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für die Region (Region als Marke)	<input type="checkbox"/>	
Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für Branchen / Innungen	<input type="checkbox"/>	
Wir machen keine Angebote.	<input type="checkbox"/>	
9. Sind die Unternehmen ausreichend über neue Ausbildungs- und Berufsabschlüsse informiert?		
	ja	nein
neue Berufsabschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
neue Hochschulabschlüsse (z. B. Bachelor und Master)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
im Ausland erworbene Abschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rekrutierung

10. Gibt es von Ihrer Seite aus Angebote, um Unternehmen über neue Berufs- oder Hochschulabschlüsse oder über im Ausland erworbene Abschlüsse zu informieren?	neue Berufsabschlüsse	neue Hochschulabschlüsse	im Ausland erworbene Abschlüsse
Broschüren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bereitstellung von Informationen im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
individuelle Beratung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir machen keine Angebote.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Rekrutieren die Unternehmen gezielt Bewerber/innen aus anderen Regionen?	nein	ja, aus ganz Niedersachsen / benachbarten Bundesländern	ja, bundesweit	ja, im Ausland
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kaufmännische Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
an- / ungelernte Kräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Wen sehen Sie in der Verantwortung, wenn es um folgende Aspekte bei der Rekrutierung von Arbeitskräften aus dem Ausland geht?	Arbeitnehmer/innen selbst	Arbeitgeber/innen	Öffentliche Hand
Anwerbung im Ausland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auswahl von Bewerber/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spracherwerb <u>vor</u> Beginn der Tätigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spracherwerb <u>während</u> der Berufstätigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umzug nach Deutschland (inkl. Klärung behördlicher Angelegenheiten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Begleitung während der ersten Monate („Kümmerer“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zuzug von Familienangehörigen (Schulanmeldung, Job für Angehörige)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzierung der Anwerbung und Begleitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Angebote / Maßnahmen

	fast alle Unternehmen	viele Unternehmen	einige wenige Unternehmen	fast keine Unternehmen
13. Welche der folgenden Angebote machen die Unternehmen ihren Beschäftigten?				
Betriebliches Gesundheitsmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betriebskindergarten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstige Angebote zur Kinderbetreuung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
flexible Arbeitszeitmodelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilzeitarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Homeoffice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitausgleich von Überstunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sabbatical	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wiedereinstiegsprogramme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebote zur Pflege von Angehörigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schulungen (z. B. Stressbewältigung, Zeitmanagement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportprogramm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige, und zwar: _____				
14. Unterstützen Sie die Unternehmen bei der Planung und Umsetzung der folgenden Angebote? Sie können mehrere Angaben machen.				
Betriebliches Gesundheitsmanagement	<input type="checkbox"/>			
Betriebskindergarten	<input type="checkbox"/>			
sonstige Angebote zur Kinderbetreuung	<input type="checkbox"/>			
flexible Arbeitszeitmodelle	<input type="checkbox"/>			
Teilzeitarbeit	<input type="checkbox"/>			
Homeoffice	<input type="checkbox"/>			
Zeitausgleich von Überstunden	<input type="checkbox"/>			
Sabbatical	<input type="checkbox"/>			
Wiedereinstiegsprogramme	<input type="checkbox"/>			
Angebote zur Pflege von Angehörigen	<input type="checkbox"/>			
Schulungen (z. B. Stressbewältigung, Zeitmanagement)	<input type="checkbox"/>			
Sportprogramm	<input type="checkbox"/>			
Unterstützung für sonstige Maßnahmen, und zwar: _____				

Ausbildung

Ausbildung				
15. Bieten die Unternehmen Ausbildungsplätze an?				
fast alle Unternehmen	<input type="checkbox"/>			
viele Unternehmen	<input type="checkbox"/>			
einige wenige Unternehmen	<input type="checkbox"/>			
fast keine Unternehmen	<input type="checkbox"/>			
16. Wenn Unternehmen nicht ausbilden: Aus welchen Gründen bieten sie keine Ausbildungsplätze an? Sie können mehrere Angaben machen.				
Es hat sich niemand beworben.	<input type="checkbox"/>			
Es fehlen geeignete Bewerber/innen.	<input type="checkbox"/>			
Es fehlen Ausbilder/innen.	<input type="checkbox"/>			
Die Unternehmen können nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken.	<input type="checkbox"/>			
Es ist zu teuer auszubilden.	<input type="checkbox"/>			
Die Arbeitszeitbestimmungen für Jugendliche stehen dem entgegen.	<input type="checkbox"/>			
Zeitlich ist es nicht möglich, jemanden für die Anleitung freizustellen.	<input type="checkbox"/>			
17. Welche Angebote machen die Unternehmen Ausbildungsplatzsuchenden?				
	fast alle Unter- nehmen	viele Unter- nehmen	einige wenige Unter- nehmen	fast keine Unter- nehmen
Praktikum vorab	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilzeitausbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
finanzielle Anreize	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zusätzlicher Unterricht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seminare zur Prüfungsvorbereitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige, und zwar: _____				
18. Welcher Schulabschluss ist die <u>Mindestvoraus-</u> <u>setzung</u> , um in den Unternehmen eine Ausbildung zu absolvieren?				
	in fast allen Unter- nehmen	in vielen Unter- nehmen	in einigen wenigen Unter- nehmen	in fast keinen Unter- nehmen
Hauptschulabschluss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Realschulabschluss / mittlerer Abschluss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allgemeine Hochschulreife	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Bieten die Unternehmen Praktika für Schüler/innen und Studierende?				
	fast alle Unter- nehmen	viele Unter- nehmen	einige wenige Unter- nehmen	fast keine Unter- nehmen
Schüler/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Studierende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ausbildung

	fast alle Unternehmen	viele Unternehmen	einige wenige Unternehmen	fast keine Unternehmen
20. Aus welchen Gründen bieten die Unternehmen Praktika an?				
Berufswahlunterstützung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachwuchsrekrutierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Imagepflege	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interesse an der Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interesse an der Zusammenarbeit von Hochschule und Wirtschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Gründe, und zwar: _____				
	in fast allen Unternehmen	in vielen Unternehmen	in einigen wenigen Unternehmen	in fast keinen Unternehmen
21. Gibt es in den Unternehmen spezielle Angebote für Studierende?				
Bachelor- / Masterarbeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nebenjobs (z. B. in den Semesterferien)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige, und zwar: _____				
22. Wie unterstützen Sie Unternehmen bei der Suche nach Praktikant/innen und Auszubildenden? Sie können mehrere Angaben machen.				
Werbung für Praktikumsstellen				<input type="checkbox"/>
Werbung für Ausbildungsstellen				<input type="checkbox"/>
Auswahl von Auszubildenden				<input type="checkbox"/>
ausbildungsbegleitende Hilfen				<input type="checkbox"/>

Attraktivität der Region

	Arbeitnehmer/ innen	Auszu- bildende
<p>23. Falls Sie in den Unternehmen, die Sie betreuen, schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass der Wirtschaftsraum Osnabrück für Arbeitnehmer/innen oder Auszubildende nicht attraktiv ist: Was waren die Gründe? Sie können mehrere Angaben machen.</p>		
schlechte Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sie fühlen sich in der Region nicht heimisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kein attraktives Wohnungsangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Einkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Freizeitangebote in der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende kulturelle Angebote in der Region (Theater, Konzerte, Kino)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Arbeitsplatzangebote für Partner/in	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlendes Angebot weiterführender Schulen vor Ort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehlende Seniorenbetreuungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>24. Von wem erwarten Sie Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region? Sie können mehrere Angaben machen.</p>		
von uns		<input type="checkbox"/>
Unternehmen		<input type="checkbox"/>
Kammern		<input type="checkbox"/>
Interessenvertretungen der Arbeitgeber/innen		<input type="checkbox"/>
Interessenvertretungen der Arbeitnehmer/innen		<input type="checkbox"/>
Initiativen		<input type="checkbox"/>
Land Niedersachsen		<input type="checkbox"/>
Landkreis		<input type="checkbox"/>
Gemeinden		<input type="checkbox"/>
<p>25. Wenn Ihre Institution selbst Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region entwickelt hat, welche sind das?</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 5px 0;"/> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 5px 0;"/>		

Demographie

	in fast allen Unternehmen	in vielen Unternehmen	in einigen wenigen Unternehmen	in fast keinem Unternehmen
26. Wie schätzen Sie die Situation im Hinblick auf die Alterung der Belegschaften in den Unternehmen ein?				
Die Auswirkungen der veränderten Alterszusammensetzung der Belegschaften sind Thema in den Unternehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In den Unternehmen wird eine Altersstrukturanalyse durchgeführt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Bieten Sie Unternehmen Unterstützung bei der Durchführung einer Altersstrukturanalyse an?				
Ja, unsere Expert/innen beraten Unternehmen.				<input type="checkbox"/>
Ja, wir stellen Unternehmen Informationsmaterial zur Verfügung.				<input type="checkbox"/>
Ja, wir vermitteln den Unternehmen entsprechende Kontakte.				<input type="checkbox"/>
nein				<input type="checkbox"/>

Qualifizierung

	hoch	mittel	gering	kein Bedarf	nicht bekannt
28. Wie hoch schätzen Sie zurzeit den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter/innen in den verschiedenen Beschäftigtengruppen ein?					
Führungskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
akademisch gebildete Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Lagerbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im Transportbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkräfte im kaufmännischen Bereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
An- / Ungelernte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Qualifizierung

	hoch	mittel	gering	kein Bedarf	nicht bekannt
29. Wie hoch schätzen Sie den Qualifizierungsbedarf zu den folgenden Themen ein?					
Management- und Unternehmensführung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personalführung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Methodenkompetenz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
technische Entwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fachliche Vertiefung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDV-Anwendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entwicklung im Fachgebiet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
soziale und kommunikative Kompetenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fremdsprachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deutschkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internationaler Führerschein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zertifizierte Aufbauqualifikationen mit anerkannter Abschlussprüfung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige hohe Qualifizierungsbedarfe, und zwar: _____					
30. Wer trägt im Allgemeinen die Kosten von Qualifizierungsmaßnahmen?	in fast allen Unternehmen	in vielen Unternehmen	in einigen wenigen Unternehmen	in fast keinen Unternehmen	
Die Kosten trägt das Unternehmen allein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Die Kosten trägt die Mitarbeiterin / der Mitarbeiter allein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Unternehmen und Mitarbeiter/in tragen die Kosten anteilig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
31. Nutzen die Unternehmen öffentliche Fördermittel zur Finanzierung von Qualifizierungsmaßnahmen?					
fast alle Unternehmen					<input type="checkbox"/>
viele Unternehmen					<input type="checkbox"/>
einige wenige Unternehmen					<input type="checkbox"/>
fast keine Unternehmen					<input type="checkbox"/>
32. Unterstützen Sie Unternehmen bei der Beantragung von Fördermitteln für Qualifizierungsmaßnahmen?					
ja					<input type="checkbox"/>
nein					<input type="checkbox"/>

Qualifizierung

Qualifizierung				
	in fast allen Unter- nehmen	in vielen Unter- nehmen	in einigen wenigen Unter- nehmen	in fast keinen Unter- nehmen
33. Wer trägt im Allgemeinen den Zeitaufwand für die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen?				
Das Unternehmen, d. h. die Qualifizierung wird als Arbeitszeit betrachtet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Mitarbeiter/innen, d. h. Qualifizierungen finden grundsätzlich in der Freizeit statt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmen und Mitarbeiter/innen, d. h. ein Teil der Qualifizierung wird als Arbeitszeit behandelt, ein Teil findet in der Freizeit der Mitarbeiter/innen statt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. Welche Formen von Qualifizierungsmaßnahmen werden in den Unternehmen hauptsächlich angeboten? Sie können mehrere Angaben machen.				
Qualifizierungsmaßnahmen am Arbeitsplatz				<input type="checkbox"/>
einrichtungsbezogene Inhouseschulung				<input type="checkbox"/>
externe Seminare innerhalb der Branche				<input type="checkbox"/>
nebenberuflich über einen längeren Zeitraum				<input type="checkbox"/>
externe offene Seminare				<input type="checkbox"/>
internetbasiert im Selbststudium				<input type="checkbox"/>
E-Learning im Betrieb				<input type="checkbox"/>
Job-Rotation				<input type="checkbox"/>
35. In welcher räumlichen Entfernung sollten aus Sicht der Unternehmen Qualifizierungsmaßnahmen stattfinden?				
	fast alle Unter- nehmen	viele Unter- nehmen	einige wenige Unter- nehmen	fast keine Unter- nehmen
direkt am Arbeitsplatz (inhouse)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
in räumlicher Nähe zum Arbeitsort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entfernung spielt keine Rolle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. Sind Ihnen Hindernisse in den Unternehmen bekannt, die einer stärkeren Nutzung von Qualifizierungsmaßnahmen entgegenstehen? Welche Hindernisse sind das?				
Es fehlen finanzielle Mittel im Unternehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es gibt keine Angebote, die den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter/innen abdecken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es gibt keine Angebote in räumlicher Nähe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Freistellung von Mitarbeiter/innen verursacht Probleme.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es fehlt das Interesse auf Seiten der Mitarbeiter/innen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Herausforderungen für die Zukunft

37. Wie wird sich die Zahl der Beschäftigten in den Unternehmen in den nächsten drei Jahren Ihrer Ansicht nach entwickeln?	
Die Zahl der Beschäftigten wird zunehmen.	<input type="checkbox"/>
Die Zahl der Beschäftigten wird abnehmen.	<input type="checkbox"/>
Es wird keine Veränderung der Beschäftigtenzahl geben.	<input type="checkbox"/>
38. Worin sehen Sie für die Unternehmen die größten Herausforderungen in den nächsten drei Jahren? Sie können mehrere Angaben machen.	
Einführung technischer Innovationen	<input type="checkbox"/>
Umsetzung ökologischer Anforderungen	<input type="checkbox"/>
Entwicklung neuer Produkte	<input type="checkbox"/>
Fachkräftemangel	<input type="checkbox"/>
Überalterung der Belegschaft	<input type="checkbox"/>
Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen	<input type="checkbox"/>
Bindung der Mitarbeiter/innen an das Unternehmen	<input type="checkbox"/>
Umstrukturierung der Organisation	<input type="checkbox"/>
Unternehmensnachfolge / Inhaberwechsel / Generationenwechsel in der Leitung	<input type="checkbox"/>
Erschließung neuer Märkte	<input type="checkbox"/>
stärkere Automatisierung	<input type="checkbox"/>
Fusion	<input type="checkbox"/>
Outsourcing	<input type="checkbox"/>
Realisierung von Kosteneinsparungen	<input type="checkbox"/>
Umsetzung neuer Arbeitszeitmodelle	<input type="checkbox"/>
Know-how im Unternehmen sichern	<input type="checkbox"/>
zunehmende Konkurrenz	<input type="checkbox"/>
Einhaltung des Mindestlohns	<input type="checkbox"/>
Anbindung an das Verkehrsnetz (z. B. Straße, Wasser)	<input type="checkbox"/>

Ausgewählte Beschäftigtengruppen

Ausgewählte Beschäftigtengruppen				
39. Sind den Unternehmen Fördermöglichkeiten des Sozialgesetzbuches II (SGB II) bzw. Sozialgesetzbuches III (SGB III) bei der Einstellung der folgenden Gruppen von Arbeitnehmer/innen bekannt?	fast allen Unternehmen	vielen Unternehmen	einigen wenigen Unternehmen	fast keinen Unternehmen
Alleinerziehende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ältere Arbeitnehmer/innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Langzeitarbeitslose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menschen mit Behinderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. Unterstützen Sie Unternehmen bei der Beantragung von Fördermitteln des Sozialgesetzbuches II (SGB II) bzw. Sozialgesetzbuches III (SGB III) zur Einstellung der folgenden Beschäftigtengruppen?				
			ja	nein
Alleinerziehende			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ältere Arbeitnehmer/innen			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Langzeitarbeitslose			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menschen mit Behinderung			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. Beschäftigen die Unternehmen Angehörige der folgenden Gruppen?				
	fast alle Unternehmen	viele Unternehmen	einige wenige Unternehmen	fast keine Unternehmen
Geflüchtete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitsmigrant/innen aus Nicht-EU-Ländern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Wenn in den Unternehmen Angehörige dieser Beschäftigtengruppen arbeiten: Gibt es für sie dort spezielle Ansprechpartner/innen?				
	in fast allen Unternehmen	in vielen Unternehmen	in einigen wenigen Unternehmen	in fast keinen Unternehmen
Ansprechpartner/in für Geflüchtete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ansprechpartner/in für Arbeitsmigrant/innen aus Nicht-EU-Ländern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. Sind die Unternehmen ausreichend über die arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen für diesen Beschäftigtengruppen informiert?				
	fast alle Unternehmen	viele Unternehmen	einige wenige Unternehmen	fast keine Unternehmen
Geflüchtete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeitsmigrant/innen aus Nicht-EU-Ländern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Angaben zur Institution

44. Welche der folgenden Gruppen vertreten Sie bzw. für welche der folgenden Gruppen machen Sie Angebote? Sie können mehrere Angaben machen.		
Unternehmen	<input type="checkbox"/>	
Arbeitnehmer/innen	<input type="checkbox"/>	
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	
Studierende	<input type="checkbox"/>	
45. Zu welchem Bereich gehören die Unternehmen, die Sie vertreten? Sie können mehrere Angaben machen.		
Industrie	<input type="checkbox"/>	
Handwerk	<input type="checkbox"/>	
Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	
46. Zu welcher Branche gehören die Unternehmen, die Sie vertreten? Sie können mehrere Angaben machen.		
Anlagen- und Maschinenbau	<input type="checkbox"/>	
andere technische Branche	<input type="checkbox"/>	
Bauwirtschaft	<input type="checkbox"/>	
Ernährungswirtschaft	<input type="checkbox"/>	
Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	<input type="checkbox"/>	
Gesundheitswirtschaft	<input type="checkbox"/>	
Handel	<input type="checkbox"/>	
Hotel- und Gaststättengewerbe	<input type="checkbox"/>	
Logistik	<input type="checkbox"/>	
Öffentliche Verwaltung	<input type="checkbox"/>	
47. Wo ist der Sitz Ihrer Einrichtung?		
Landkreis Osnabrück	<input type="checkbox"/>	
und zwar in:	_____	
Stadt Osnabrück	<input type="checkbox"/>	
weder in der Stadt, noch im Landkreis Osnabrück	<input type="checkbox"/>	

Kontakt / Themen

48. Was mir sonst noch wichtig ist:

Wir möchten Sie gerne über die Ergebnisse dieser Befragung informieren und Ihnen die Möglichkeit anbieten, sich an der Umsetzung der möglichen Handlungsfelder zu beteiligen.

Dazu benötigen wir folgende Angaben von Ihnen:

Name der Institution:

Ansprechpartner/in:

E-Mail:

Homepage:

Telefon:

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Landkreis Osnabrück
Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit
Arbeitsmarktmonitoring
Herr Perkuhn
Telefon 0541 501 4805
Karsten.Perkuhn@lkos.de

Allgemeiner Datenschutzhinweis:

Wir beachten den Grundsatz der zweckgebundenen Datenverwendung und erheben, verarbeiten und speichern Ihre personenbezogenen Daten nur für die Zwecke, für die Sie sie uns mitgeteilt haben. Eine Weitergabe Ihrer persönlichen Daten an Dritte erfolgt ohne Ihre ausdrückliche Einwilligung nicht. Die Übermittlung an auskunftsberechtigte staatliche Institutionen und Behörden erfolgt nur im Rahmen der gesetzlichen Auskunftspflichten oder wenn wir durch eine gerichtliche Entscheidung zur Auskunft verpflichtet werden.

Auch den verwaltungsinternen Datenschutz nehmen wir sehr ernst. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die von uns beauftragten Dienstleistungsunternehmen sind von uns zur Verschwiegenheit und zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen verpflichtet worden.

