

# Regionales Arbeitsmarktmonitoring im Osnabrücker Land

Einzelhandel und Großhandel



**Herausgeber:**

Landkreis Osnabrück  
Der Landrat  
Am Schölerberg 1  
49082 Osnabrück

*Ansprechpartner:*

Landkreis Osnabrück  
Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit  
Arbeitsmarktmonitoring  
Annette Menzel  
[www.landkreis-osnabrueck.de](http://www.landkreis-osnabrueck.de)  
E-Mail: [Annette.Menzel@lkos.de](mailto:Annette.Menzel@lkos.de)  
Tel.: 0541 501-4202  
Fax: 0541 501-64202

Jobcenter Osnabrück  
Arbeitgeberservice  
Jens Warnecke  
[www.jobcenter-osnabrueck.de](http://www.jobcenter-osnabrueck.de)  
E-Mail: [Jens.Warnecke@jobcenter-ge.de](mailto:Jens.Warnecke@jobcenter-ge.de)  
Tel.: 0541 18177-304  
Fax: 0541 18177-395

**Bearbeitung:**

Ingo Große-Kracht  
Arbeitsmarktmonitoring  
E-Mail: [Arbeitsmarktmonitor@lkos.de](mailto:Arbeitsmarktmonitor@lkos.de)  
[www.landkreis-osnabrueck.de](http://www.landkreis-osnabrueck.de)  
Tel.: 0541 501-4802  
Fax: 0541 501-64202

Veröffentlichung Januar 2015

## Inhalt

1. Regionales Arbeitsmarktmonitoring im Osnabrücker Land .....	4
2. Rahmenbedingungen in der Region Osnabrück.....	6
2.1 Überblick über die Region.....	6
2.2 Demografie .....	6
2.3 Arbeitsmarktdaten für das Osnabrücker Land .....	10
2.4 Der Handel im Osnabrücker Land.....	10
2.5 Die Umsetzung .....	12
3. Befragung im Rahmen des regionalen Arbeitsmarktmonitorings im Handel .....	13
3.1 Befragung von Unternehmen .....	13
3.2 Befragung von Auszubildenden .....	17
3.3 Befragung von Institutionen .....	20
4. Der Handel im Osnabrücker Land aus Sicht der verschiedenen Akteure .....	21
4.1 Fachkräftemangel .....	21
4.2 Rekrutierung .....	30
4.3 Vorstellungen zum Berufsleben .....	33
4.4 Attraktivität der Region.....	39
4.5 Alterung der Belegschaft.....	42
4.6 Anforderungsprofile.....	43
4.7 Qualifizierungsbedarfe .....	46
4.8 Betriebliches Gesundheitsmanagement.....	49
4.9 Herausforderungen für die Zukunft .....	53
5. Zusammenfassung.....	55
Anhang .....	62
Befragung von Unternehmen .....	62
Befragung von Auszubildenden .....	76

# 1. Regionales Arbeitsmarktmonitoring im Osnabrücker Land

Der Landkreis Osnabrück bündelt in seinem Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit alle Aktivitäten der Wirtschaftsförderung und der aktiven Beschäftigungspolitik. Ein zentrales Steuerungsinstrument des Geschäftsbereichs ist das regionale Arbeitsmarktmonitoring.

Mit Hilfe dieses Monitorings werden regelmäßig Informationen zum Fachkräftebedarf erhoben und den Akteuren am Arbeitsmarkt zur Verfügung gestellt. Erstmals wird das Monitoring gemeinsam von Landkreis Osnabrück und Stadt Osnabrück in der Region umgesetzt. Ist hier vom „Osnabrücker Land“ die Rede, ist somit die gesamte Region, bestehend aus Stadt und Landkreis Osnabrück, gemeint.

In dem vorliegenden Bericht wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit überwiegend auf eine geschlechtsspezifische Unterscheidung verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

## Die Zukunft des Arbeitsmarktes

Die demografische Entwicklung und die wirtschaftlichen Zukunftsperspektiven einer Region hängen eng miteinander zusammen. Aufgrund der Alterung der Gesellschaft und der Schrumpfung der erwerbstätigen Bevölkerung stehen künftig 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 erhobenen Daten bilden den regionalen Arbeitsmarkt branchenbezogen ab. Neben den statistischen Werten sind auch die persönlichen Einschätzungen und Erwartungen der Befragten von großer Bedeutung, um tragfähige Perspektiven für die Wirtschaft im Osnabrücker Land zu entwickeln. Ziel des Geschäftsbereichs ist es, den demografischen Wandel konstruktiv zu begleiten und zur Fachkräftesicherung in der Region beizutragen.

## Die Fragestellungen

- Welche Fachkräftebedarfe gibt es in der Region?
- 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?
- Gibt es Unterschiede beispielsweise zwischen Handwerk und Industrie?
- Existieren Unterschiede zwischen Unternehmen im Landkreis Osnabrück und in der Stadt Osnabrück?
- Welche konkreten Beratungs- und Informationsbedarfe haben die Unternehmen und die Nachwuchskräfte?
- Welche Erwartungen haben Arbeitnehmer und Nachwuchskräfte?

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

- Einschätzung „Fachkräftemangel“
- Attraktivität der Region
- Alter der Belegschaft
- Anforderungsprofile
- Qualifizierung
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Herausforderungen für die Zukunft

Neben Unternehmensvertretern, Institutionen und Bildungsträgern werden auch junge Menschen in Ausbildung und Studium befragt. Somit können die verschiedenen Sichtweisen miteinander abgeglichen werden, um ein umfassendes Bild über die Situation in einer Branche zu erhalten.

Für die Erhebungen wird ein Zeitfenster von drei Monaten angesetzt, für die Auswertung und Berichterstellung sind etwa acht Wochen geplant – damit kann zeitnah ein aktuelles und auf die Region bezogenes Branchenergebnis vorgestellt werden.

Die Befragungen und Interviews wurden von Mitarbeitern des Landkreises Osnabrück, Geschäftsbereich „Wirtschaft & Arbeit“ durchgeführt. Die Auswertung der Befragung erfolgte mit technischer Unterstützung der „*GEBIT – Gesellschaft für Beratung sozialer Innovation und Informationstechnologie mbH*“. Die Berichterstellung wurde von Mitarbeitern des Landkreises Osnabrück, Geschäftsbereich „Wirtschaft & Arbeit“, durchgeführt.

## 2. Rahmenbedingungen in der Region Osnabrück

Die demografische Entwicklung beeinflusst die sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einer Region. Der bundesweit geltende Trend gilt grundsätzlich auch in der Region Osnabrück: Die Menschen werden älter und die Bevölkerungszahl insgesamt ist rückläufig. Bei einer differenzierten Betrachtung fällt allerdings auf, dass die Entwicklung in der Stadt Osnabrück vom grundsätzlichen Trend in der Region abweicht: Im Gegensatz zur Landkreisbevölkerung wächst die Stadtbevölkerung. In Osnabrück leben außerdem verhältnismäßig viele junge Menschen. Dies ist typisch für Städte, die Universitäts- oder Hochschulstandort sind.

Sollte die Bevölkerung einer Region insgesamt schrumpfen, hat dies u.a. Auswirkungen auf die erwerbstätige Bevölkerung und auf das zur Verfügung stehende Arbeitskräftepotenzial. Die Entwicklung der jungen Bevölkerung ist entscheidend für den zur Verfügung stehenden Nachwuchs in Ausbildung und Studium. Somit wird einleitend ein Überblick über die demografischen Rahmenbedingungen vermittelt.

### 2.1 Überblick über die Region

Der Landkreis Osnabrück besteht aus 34 einzelnen Städten und Gemeinden, von denen einige zu vier Samtgemeinden zusammengefasst sind. Innerhalb dieses Gebietes liegt die kreisfreie Stadt Osnabrück. Über eine halbe Million Menschen nennen diese Region ihr zu Hause und fast 200.000 Menschen gehen hier einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach. Verkehrstechnisch liegt die Region sehr günstig mit direkter Anbindung an die Autobahnen A1, die A30 und die A33, dem Kreuzbahnhof Osnabrück, den zahlreichen Häfen und Wasserstraßen des Umlands sowie dem Flughafen Münster / Osnabrück. Der Verdichtungsraum Osnabrück liegt strategisch günstig an den Achsen Ruhrgebiet-Hamburg und Amsterdam-Berlin. Wichtige Absatzmärkte in den Niederlanden und den Ballungszentren des Ruhrgebietes befinden sich in Reichweite. Gleichzeitig ist jedoch fast die Hälfte des Landkreises in einem Naturpark gelegen und die Region durchzogen von Wäldern, Gebirgen, Wiesen und Gewässern. Die Stadt Osnabrück als Oberzentrum im westlichen Teil Niedersachsens ist die einzige deutsche Großstadt, die in einem Naturpark liegt. Als Hochschulstandort ist Osnabrück Keimstätte innovativer Ideen. An der Universität und der Hochschule sind etwa 25.000 Studierende immatrikuliert. Mit dem neu eröffneten InnovationsCentrum Osnabrück (ICO) fördern Stadt und Landkreis Osnabrück innovative und technologieorientierte Gründer und Start-Ups. Hier können Netzwerke geknüpft und die Potenziale von Hochschule und Universität für die eigene Unternehmensentwicklung ausgeschöpft werden.<sup>1</sup>

### 2.2 Demografie

Wie viele andere Regionen in Deutschland, ist auch das Osnabrücker Land vom demografischen Wandel betroffen. Eine alternde und schrumpfende Bevölkerung wird umfangreiche Auswirkungen auf das gesellschaftliche Leben sowie die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Region haben. Da große Unterschiede bestehen, zwischen den Rahmenbedingungen der teils ländlich geprägten Gemeinden im Landkreis Osnabrück und denen in der Großstadt Osnabrück, werden die demografischen Prognosen für den Landkreis und für die Stadt Osnabrück getrennt voneinander analysiert. Als Quellen dienen die landkreiseigene Bevölkerungsprognose<sup>2</sup> des „Referats für Strategische Planung“ sowie die dmbT-Bevöl-

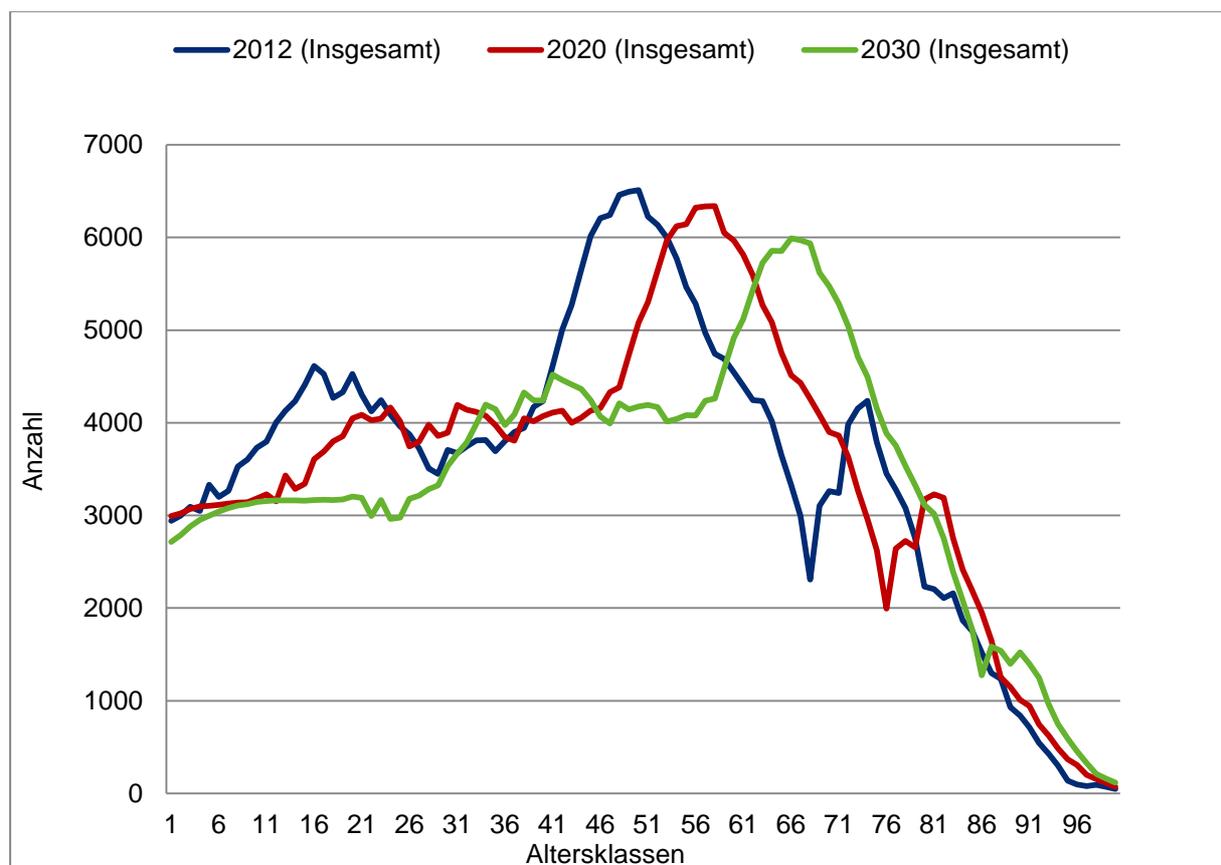
<sup>1</sup> Vgl. <http://www.osnabrueck.de/5038.asp>, <http://www.wfo.de/1026.asp> und <http://jobs.landkreis-osnabrueck.de/arbeiten-im-osnabruecker-land/was-uns-steckt> (aufgerufen am 12.12.2014)

<sup>2</sup> Landkreis Osnabrück, Referat S, 2013 (landkreiseigene Bevölkerungsprognose)

kerungsprognose<sup>3</sup> der Stadt Osnabrück.

Insgesamt leben im Osnabrücker Land über eine halbe Million Menschen. Im Landkreis leben 350.302 Menschen und in der Stadt Osnabrück 159.340 Menschen. Abbildung 1 stellt die Entwicklung der Gesamtbevölkerung im Landkreis Osnabrück dar. Laut Bevölkerungsprognose des „Referats für Strategische Planung“ des Landkreises Osnabrück wird die Gesamtbevölkerung bis zum Jahr 2030 um 7.722 Personen oder 2,2% schrumpfen. Die Grafik verdeutlicht die Anzahl der Personen in den einzelnen Altersgruppen. Es ist eine deutliche Rechtsverschiebung erkennbar. Im Zeitverlauf wird die Gruppe der älteren Bevölkerung wachsen, während aufgrund niedriger Geburtenraten die Gruppe der jüngeren Bevölkerung schrumpfen wird.

**Abbildung 1: Bevölkerungsprognose Landkreis Osnabrück 2012-2030**



Quelle: Landkreis Osnabrück, Referat S, 2013 (landkreiseigene Bevölkerungsprognose, eigene Darstellung)

Die Entwicklung in der Stadt Osnabrück veranschaulicht die folgende Grafik. Ein großer Unterschied besteht darin, dass die Stadtbevölkerung von 2012 bis 2030 wachsen wird. Dabei ist zu berücksichtigen, dass an einem Hochschulstandort die Studierenden in der Regel nur vorübergehend dort leben. Auch in der Altersstruktur sind deutliche Unterschiede zur Landkreisbevölkerung zu erkennen. In der Stadt leben verhältnismäßig mehr jüngere Menschen. Es wird erwartet, dass die Anzahl der Kinder im Vorschulalter und im Grundschul- und Sekundarstufenalter ansteigen wird. Die Anzahl der Jugendlichen und jungen Erwachsenen wird hingegen voraussichtlich deutlich sinken.<sup>4</sup> Der Bevölkerungsanstieg in der Stadt Osnabrück bis zum Jahr 2030 ist durch die hohen Zuwanderungen der letzten Jahre begründet.

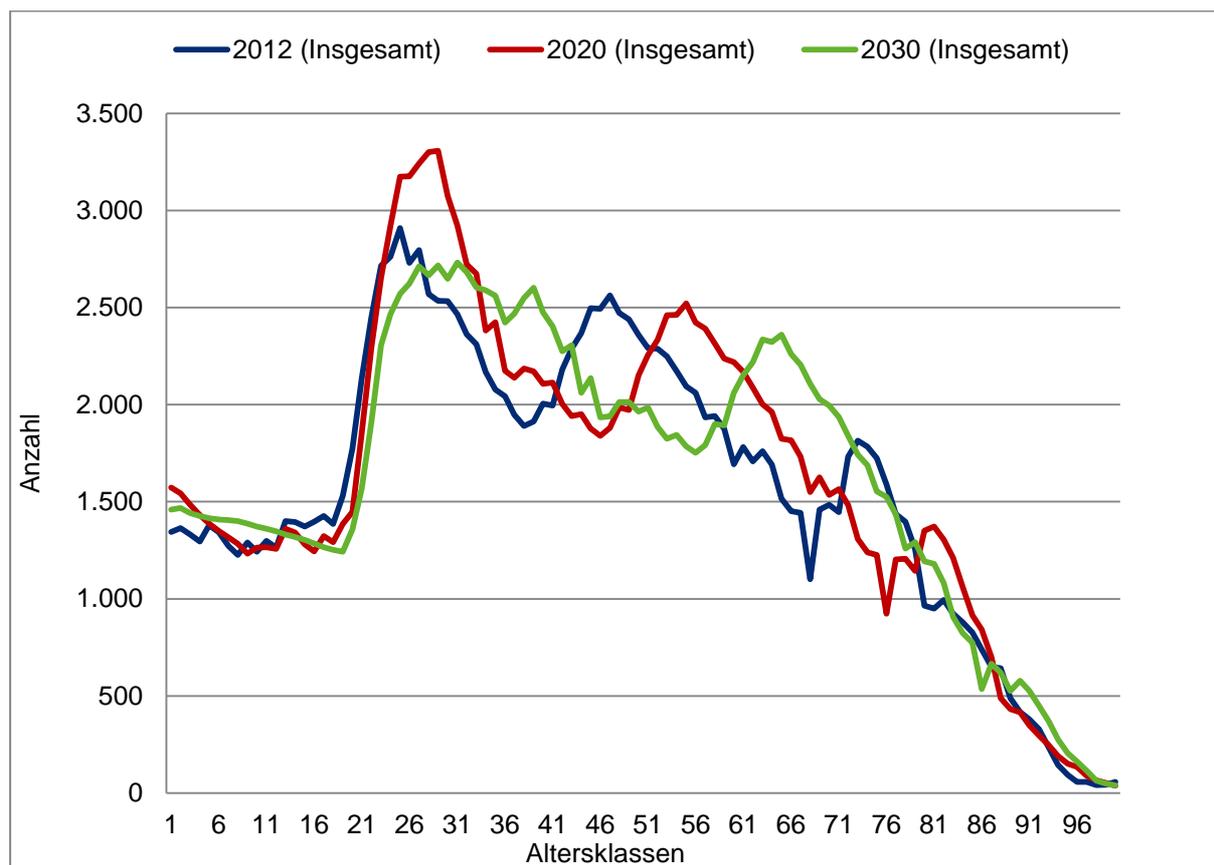
<sup>3</sup> Stadt Osnabrück, Statistische Informationen, 2014 (Bevölkerungsprognose 2013-2030 für die Stadt Osnabrück)

<sup>4</sup> Stadt Osnabrück, Statistische Informationen, 2014 (Bevölkerungsprognose 2013-2030 für die Stadt Osnabrück)

„Zwischen 2008 und 2013 konnte die Stadt davon profitieren, dass vermehrt junge Menschen zur Ausbildung, zum Studium bzw. als Berufsanfänger in die Stadt gekommen sind. Des Weiteren sind Zuwanderungen aus dem Ausland erfolgt. Von den rund 5.300 Personen, die die Stadt zwischen 2008 und 2013 durch Zuwanderungen gewonnen hat, stammen rund 2.000 Personen aus dem Ausland“.<sup>5</sup>

Eine Gemeinsamkeit in der Bevölkerungsentwicklung im Landkreis und in der Stadt ist allerdings die grundsätzliche Alterung der Bevölkerung, die in Abbildung 2 durch eine Rechtsverschiebung erkennbar ist.

**Abbildung 2: Bevölkerungsprognose Stadt Osnabrück 2012-2030**



Quelle: Stadt Osnabrück, Fachbereich Stadtentwicklung und Integration, Statistische Informationen 2/2014 (eigene Darstellung)

Besondere Relevanz für die hier diskutierte Frage nach der Zukunft des Arbeitsmarktes hat die Gruppe der erwerbsfähigen Bevölkerung, also der Personen zwischen 15 und 67 Jahren. Diese Gruppe stellt das Erwerbstätigenpotenzial einer Region dar. Laut Niedersächsischem Institut für Wirtschaftsforschung (NIW) wird das Erwerbstätigenpotenzial in Niedersachsen bis 2030 um 17% zurückgehen. Dabei sind aber regionale Unterschiede zu berücksichtigen. Der niedersächsische Raum rund um die Metropole Hamburg wäre mit einem Rückgang der Erwerbstätigenzahlen um etwa 7% konfrontiert, während in der Region Göttingen Verluste von etwa 28% zu erwarten sind. Für den südlichen Weser-Ems-Raum geht das NIW von einem Rückgang um 8% aus.<sup>6</sup>

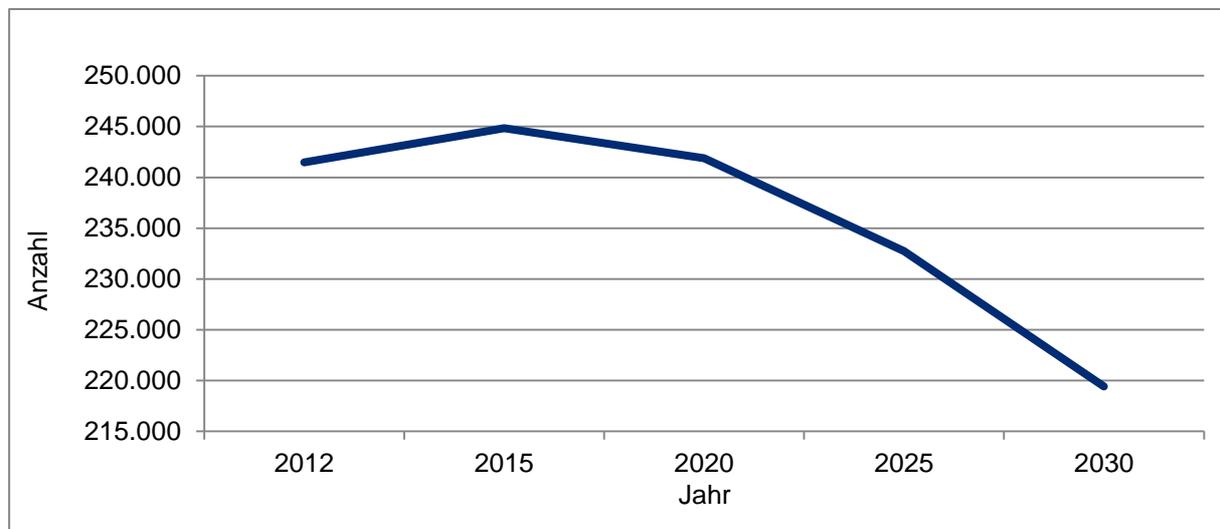
Die landkreiseigene Bevölkerungsprognose geht für die Erwerbsbevölkerung von einer deutlichen Schrumpfung aus. Für die Gruppe der 15- bis 67-Jährigen wird ein Rückgang von 241.470 im Jahr 2012 auf 219.419 im Jahr 2030 vorausgesagt. Dies entspricht einer Ab-

<sup>5</sup> ebd.

<sup>6</sup> Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung (NIW), Regionalreport 2012, S.81

nahme um 9,2%.

**Abbildung 3: Entwicklung der erwerbstätigen Bevölkerung zwischen 15 und 67 Jahren im Landkreis Osnabrück**



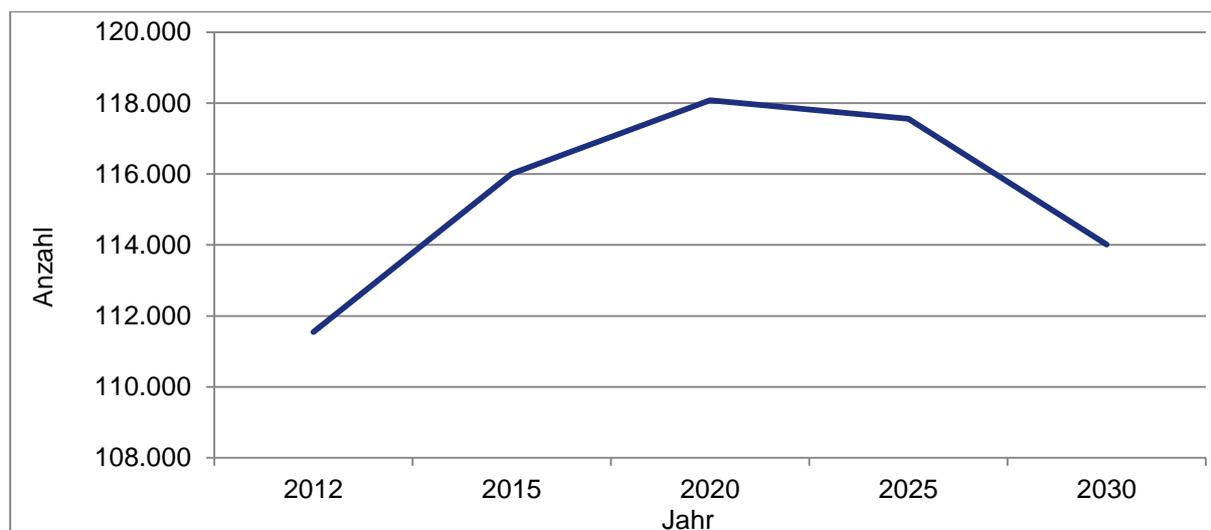
Quelle: Landkreis Osnabrück, Referat S, 2013 (landkreiseigene Bevölkerungsprognose, eigene Darstellung)

Mit Blick auf die künftige mittel- und langfristige Entwicklung am Arbeitsmarkt ist auch die Entwicklung der Anzahl der Kinder und Jugendlichen wichtig. Grundsätzlich sinken in Deutschland die Geburtenraten. Dies bedeutet nicht nur weniger geborene Kinder, sondern gleichzeitig auch, dass die Anzahl potenzieller künftiger Mütter sinkt, was wiederum die Entwicklung einer alternden Gesellschaft verstärkt.

Die Entwicklung der Anzahl der jungen Bevölkerung im Alter von 0 bis 18 Jahren ist im Landkreis Osnabrück rückläufig. Lebten im Jahr 2012 noch 71.050 Menschen dieser Altersklasse im Landkreis Osnabrück, schrumpft diese Gruppe bis zum Jahr 2030 voraussichtlich um 18% auf 58.299 Personen.

Die Prognose der Stadt Osnabrück geht für das Stadtgebiet von einem Anstieg des Erwerbspersonenpotenzials aus (Abbildung 4). 2012 umfasste die Gruppe der 15- bis 67-Jährigen 111.551 Personen, für 2030 wird ein Anstieg um 2,2% auf dann 114.016 Personen prognostiziert.

**Abbildung 4: Entwicklung der erwerbstätigen Bevölkerung zwischen 15 und 67 Jahren in der Stadt Osnabrück**



Quelle: Stadt Osnabrück, Fachbereich Stadtentwicklung und Integration, Statistische Informationen 2/2014 (eigene Darstellung)  
 In der Stadt Osnabrück steigt die Zahl der unter 18-Jährigen bis zum Jahr 2015 zunächst auf über 27.000 Personen an, nimmt dann wieder ab und pendelt sich bis zum Jahr 2030 auf einem Niveau von etwa 26.000 Personen ein.

### 2.3 Arbeitsmarktdaten für das Osnabrücker Land

Im Osnabrücker Land leben über eine halbe Million Menschen. Im März 2014 arbeiteten in der Region einschließlich der berufsbedingten Einpendler insgesamt 201.028 Menschen in sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen: 112.700 Menschen im Landkreis und 88.328 im Stadtgebiet.<sup>7</sup> Eine Übersicht über die Beschäftigten und die Arbeitslosenquoten in der Region liefert die folgende Tabelle:

**Tabelle 1: Arbeitslose und Beschäftigte in der Region Osnabrück**

Stichtag 30.09.2014	Landkreis Osnabrück	Stadt Osnabrück
Arbeitslose	7.473	7.006
Arbeitslosenquote insgesamt	3,8%	8,1%
Arbeitslosenquote SGB II	1,8%	5,9%
Arbeitslosenquote SGB III	2,0%	2,2%
Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte	112.700	88.328

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Berichtsmonat September 2014

### 2.4 Der Handel im Osnabrücker Land

Ist in diesem Bericht von „Handel“ die Rede, sind der Einzelhandel sowie der Großhandel ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen im Landkreis Osnabrück und in der Stadt Osnabrück gemeint. Der Einzelhandel und der Großhandel stellen in der Region Osnabrück einen zentralen Wirtschaftszweig dar und gehören neben der Ernährungswirtschaft und der Gesundheitswirtschaft zu den Wirtschaftszweigen, in denen die meisten Menschen sozialversiche-

<sup>7</sup> Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Stichtag 31.03.2014

rungspflichtig beschäftigt sind.

Der Großhandel und der Einzelhandel sind in der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ) mit den Kennziffern WZ 46 und WZ 47 gekennzeichnet. Es wurden Unternehmen der Wirtschaftszweige WZ 46 und WZ 47 berücksichtigt, ohne die WZ 47.73 (Apotheken), 47.8 (Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten) und ohne die WZ 47.9 (Internet- und Versandhandel). Eine Übersicht der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Handel exklusive der oben genannten Wirtschaftszweige liefert die folgende Tabelle:

**Tabelle 2: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Handel<sup>8</sup>**

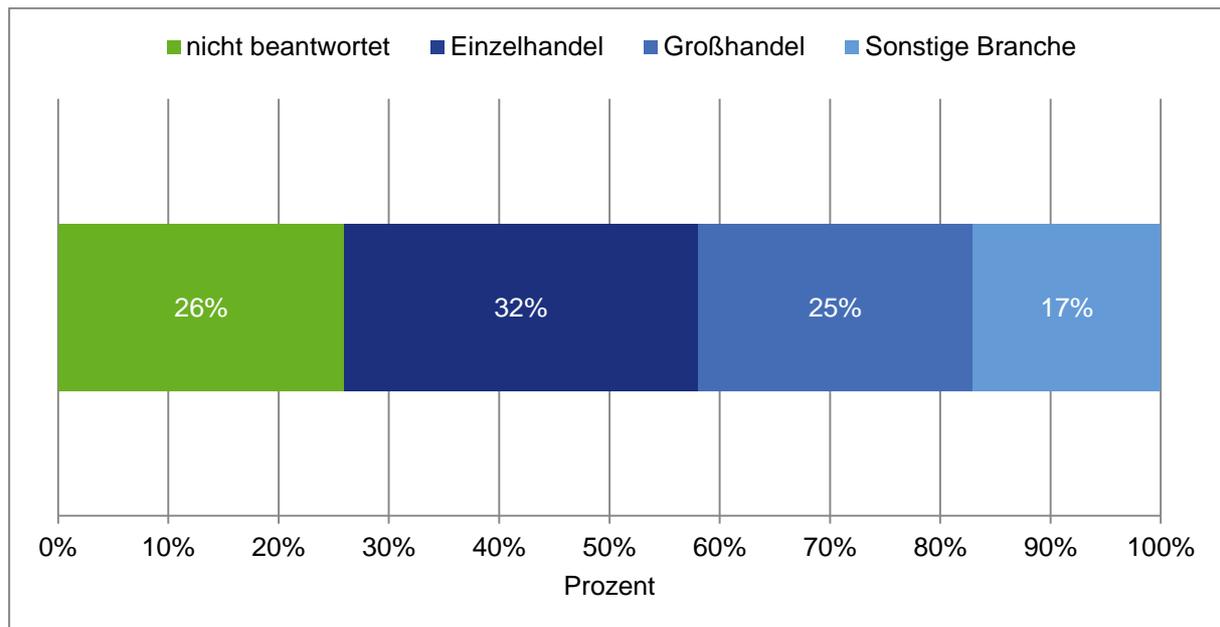
	Stadt Osnabrück	Landkreis Osnabrück	Osnabrücker Land gesamt
Großhandel	4.690	5.252	9.942
Einzelhandel	6.022	8.122	14.144
Handel gesamt	10.712	13.374	24.086

Während der Erhebung wurde deutlich, dass einige Unternehmen eine WZ-Kennziffer für den Großhandel tragen, sich vom eigenen Selbstverständnis her eher dem produzierenden Gewerbe, dem Handwerk oder Maschinen- und Anlagenbau zugehörig fühlen und dementsprechend eher Personalbedarfe im gewerblich-technischen Bereich aufweisen als im kaufmännischen Bereich. Dabei handelt es sich beispielsweise um Betriebe aus dem Elektro- und Sanitärhandwerk, die häufig einen Kundendienst anbieten und die einen eigenen Großhandel mit Sanitär- oder Elektrobedarf betreiben. Aufgrund des Handels mit entsprechenden Bauteilen und Zubehör weisen sie eine WZ-Kennziffer für den Großhandel auf. Diese Betriebe suchen in der Regel nicht in erster Linie kaufmännisches Personal, sondern eher technische und gewerbliche Mitarbeiter.

An der Erhebung haben sich 202 Unternehmen beteiligt. Etwa ein Drittel zählt sich zum Einzelhandel, ein Viertel zum Großhandel und 17% haben eine „Sonstige Branche“ angegeben. 26% der teilnehmenden Unternehmen haben die Frage, zu welchem Teilbereich sie zählen, nicht beantwortet. Hinter den „Sonstigen Branchen“ verbergen sich nach eigenen Angaben der Betriebe vor allem Unternehmen aus den Bereichen Produktion und Großhandel, produzierendes Gewerbe, Handwerk mit Einzelhandel, Maschinenbau und IT.

<sup>8</sup> Statistik der Bundesagentur für Arbeit, 31.03.2014

**Abbildung 5: Eigene Branchenzuordnung der Unternehmen**



## 2.5 Die Umsetzung

Für diese Erhebung wurden Unternehmen aus dem Einzelhandel und dem Großhandel im Osnabrücker Land angeschrieben. Beteiligt waren der Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit des Landkreises Osnabrück mit der „Wirtschaftsförderungsgesellschaft Osnabrücker Land mbH“ (WIGOS), das Jobcenter der Stadt Osnabrück sowie die „Wirtschaftsförderung Osnabrück GmbH“ (WFO). Zusätzlich erfuhr die Erhebung eine Unterstützung durch den „Handels- und Dienstleistungsverband Osnabrück-Emsland e.V.“ und den „Großhandelsverband im Wirtschaftsbereich Osnabrück-Emsland e.V.“, die jeweils ihre Mitglieder aus dem Osnabrücker Raum über die Erhebung informierten und für eine Teilnahme warben.

Aus dem Landkreis Osnabrück haben sich 88 und aus dem Stadtgebiet 48 Unternehmen beteiligt. Insgesamt 55 Unternehmen haben keine Angabe zu ihrem Firmensitz gemacht. 11 Betriebe haben ihren Hauptsitz außerhalb der Region. Dabei handelt es sich überwiegend um Unternehmen mit mehreren Filialen. In diesen Fällen wurden lediglich die Zentrale oder die entsprechende Regionalleitung angeschrieben und nicht alle einzelnen Filialen im Osnabrücker Land.

An den Berufsbildenden Schulen des Landkreises Osnabrück und der Stadt Osnabrück wurden 521 Auszubildende kaufmännischer Berufe befragt. Die Berücksichtigung von Studierenden und Arbeitnehmern war im Rahmen dieser Erhebung aufgrund fehlender Zugangsmöglichkeiten leider nicht möglich.

Es haben sich 10 Institutionen an der Erhebung beteiligt und eine branchenspezifische Einschätzung abgegeben. Die Antworten werden als Expertenmeinungen in die Auswertung einfließen.

Da in den Ergebnissen kaum Unterschiede zwischen Stadt und Landkreis vorhanden sind, wurde auf eine differenzierte Darstellung verzichtet. Falls doch bemerkenswerte Unterschiede auftreten, werden diese explizit im Text benannt.

Die Befragung fand vom 07. Juli 2014 bis zum 17. Oktober 2014 statt.

### 3. Befragung im Rahmen des regionalen Arbeitsmarktmonitorings im Handel

Die Teilnahme an der Befragung war sowohl online, als auch schriftlich möglich. Die Fragebögen wurden im Vergleich zu vorherigen Erhebungen minimal branchenspezifisch angepasst. Grundsätzlich bleiben die Kriterien, zu denen befragt wird, identisch. Dadurch wird eine branchenübergreifende Vergleichbarkeit der Daten gewährleistet.

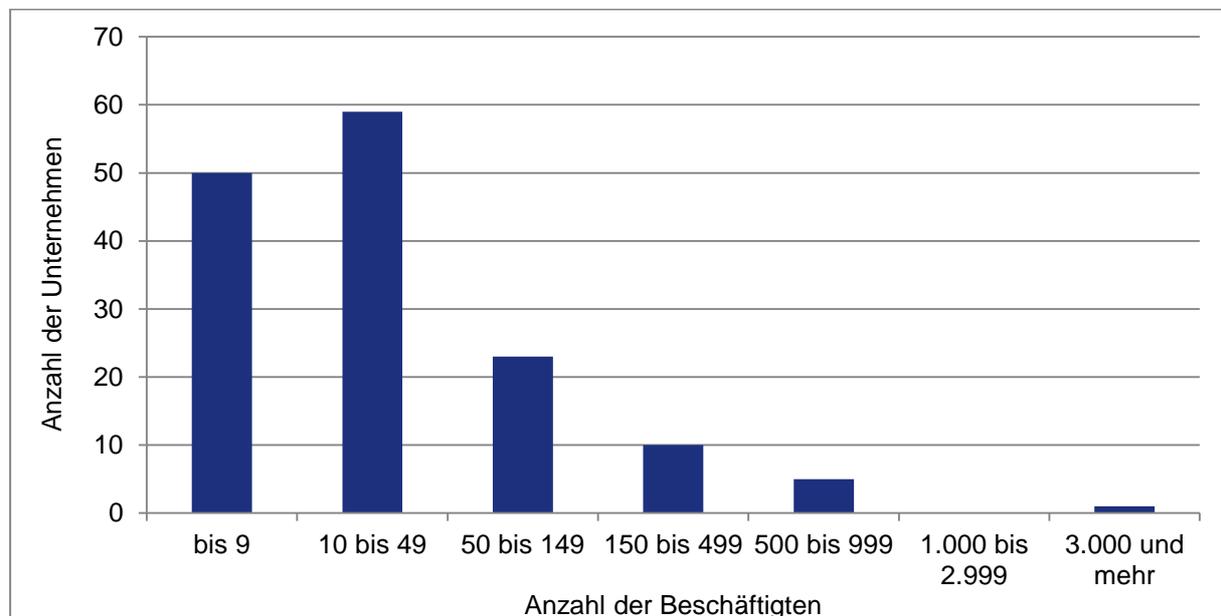
Die Befragung erfolgte grundsätzlich anonym. Die Arbeitgeber hatten jedoch auch die Möglichkeit, auf der letzten Seite des Fragebogens konkrete Beratungsbedarfe und ihren Namen mitzuteilen. Sie konnten direkt ankreuzen, ob es einen Beratungsbedarf zu Förderprogrammen, Personalvermittlung, Nachfolgeberatung oder sonstigen Themen gibt. Zusätzlich konnten interessierte Teilnehmer um die Zusendung des Ergebnisberichts bitten.

#### 3.1 Befragung von Unternehmen

Die Unternehmen des Einzelhandels und des Großhandels im Landkreis Osnabrück und in der Stadt Osnabrück wurden über verschiedene Kanäle angesprochen. Im Namen des Landrates und des Oberbürgermeisters wurden die Unternehmen vom Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit, vom Jobcenter der Stadt Osnabrück und von der Wirtschaftsförderung der Stadt Osnabrück (WFO) angeschrieben. Ebenso unterstützten der Handels- und Dienstleistungsverband Osnabrück-Emsland e.V. und der Großhandelsverband im Wirtschaftsbereich Osnabrück-Emsland e.V. die Erhebung.

Bei den meisten der Unternehmen, die an der Erhebung teilgenommen haben, handelt es sich eher um kleine Betriebe. 50 Betriebe haben weniger als 10 Mitarbeiter, weitere 59 Betriebe beschäftigen zwischen 10 und 49 Mitarbeiter. Lediglich 5 Unternehmen beschäftigen mehr als 500 Mitarbeiter und ein Unternehmen hat mehr als 3.000 Mitarbeiter.

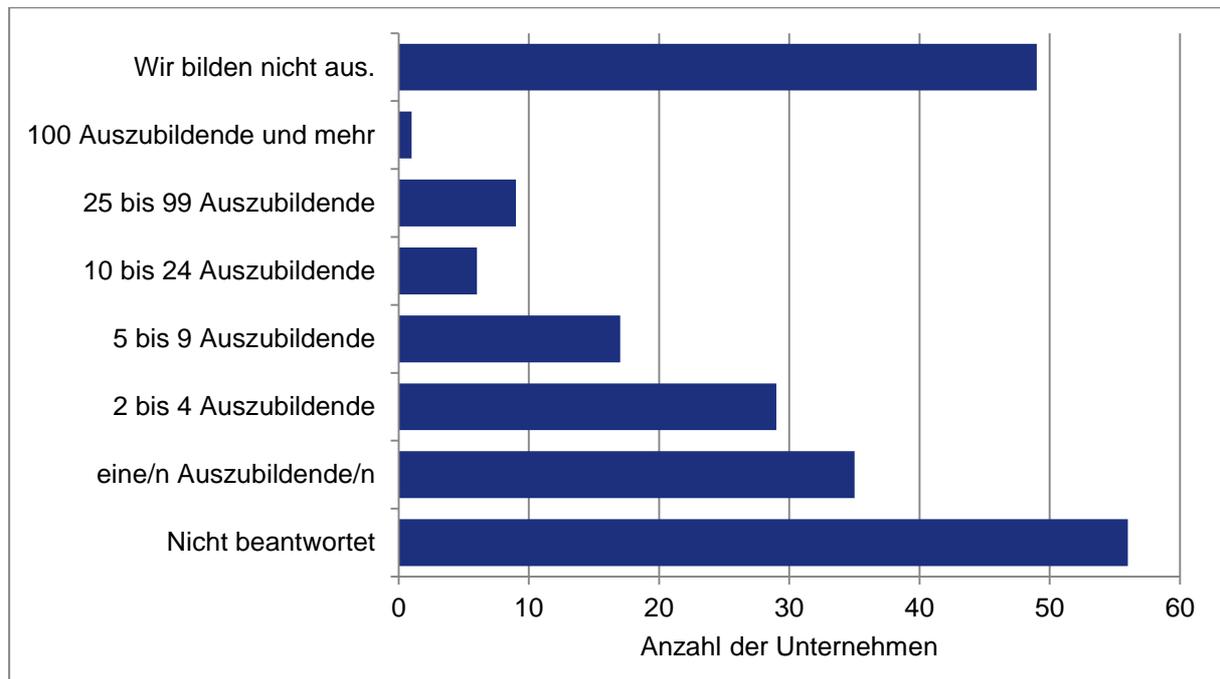
**Abbildung 6: Mitarbeiterzahl der Unternehmen**



Die Unternehmen wurden auch gefragt, ob sie selbst Nachwuchskräfte ausbilden und wie viele Auszubildende in ihrem Betrieb beschäftigt sind. 55 Unternehmen (28%) haben diese Frage nicht beantwortet. Etwa ein Viertel der Unternehmen antwortete, dass man nicht ausbilde. Die meisten Unternehmen haben einen Auszubildenden oder bis zu vier Auszubildenden.

de. Neun Unternehmen geben an, zwischen 25 und 99 Auszubildende zu beschäftigen und ein Unternehmen hat mehr als 100 Auszubildende.

**Abbildung 7: Anzahl der Auszubildenden**



### Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse

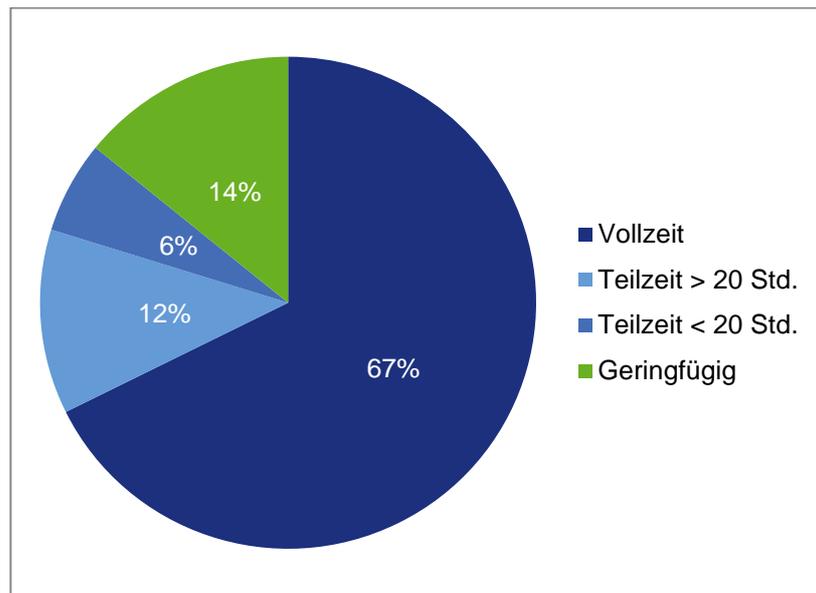
Die Unternehmen der Branche wurden gebeten anzugeben, wie hoch der Anteil der Vollzeitstellen an der gesamten Belegschaft ist. Entsprechend wurden auch der Anteil der Teilzeitstellen mit einem Stundenumfang von mehr als 20 Wochenstunden und mit weniger als 20 Wochenstunden sowie der Anteil der Stellen für geringfügig Beschäftigte von den Arbeitgebern ausgewiesen.

Bezogen auf die Gesamtzahl der Unternehmen, die sich an dieser Erhebung beteiligt haben, sind zwei Drittel (67%) aller Beschäftigten laut Aussage der Unternehmen in Vollzeit beschäftigt. 12% üben eine Teilzeitbeschäftigung mit mehr als 20 Wochenstunden aus, 6% haben eine Teilzeitanstellung mit weniger als 20 Stunden pro Woche und 14% sind geringfügig beschäftigt.

Es bestehen allerdings Unterschiede je nach Bereich innerhalb des Handels, je nachdem, ob ein Unternehmen zum Einzelhandel, zum Großhandel oder zu einer „Sonstigen Branche“ zählt. Im Einzelhandel ist der Anteil der Vollzeitstellen niedriger als im Rest der Branche. Nur jede zweite Stelle im Einzelhandel (51%) ist eine Vollzeitstelle. Der Anteil der geringfügigen Beschäftigung steigt hingegen auf 22% an. Im Vergleich dazu liegt der Anteil der Vollzeitbeschäftigung im Großhandel und den „Sonstigen Branchen“ höher als im Durchschnitt der Gesamtbranche. Im Großhandel und in den Betrieben, die sich einem anderen Bereich zuordnen, liegt der Anteil der Vollzeitbeschäftigung bei 79%. Entsprechend sinkt der Anteil der geringfügig Beschäftigten auf 10% bzw. 7% ab, und auch der Anteil der Teilzeitbeschäftigten liegt niedriger als im Durchschnitt der gesamten Branche.

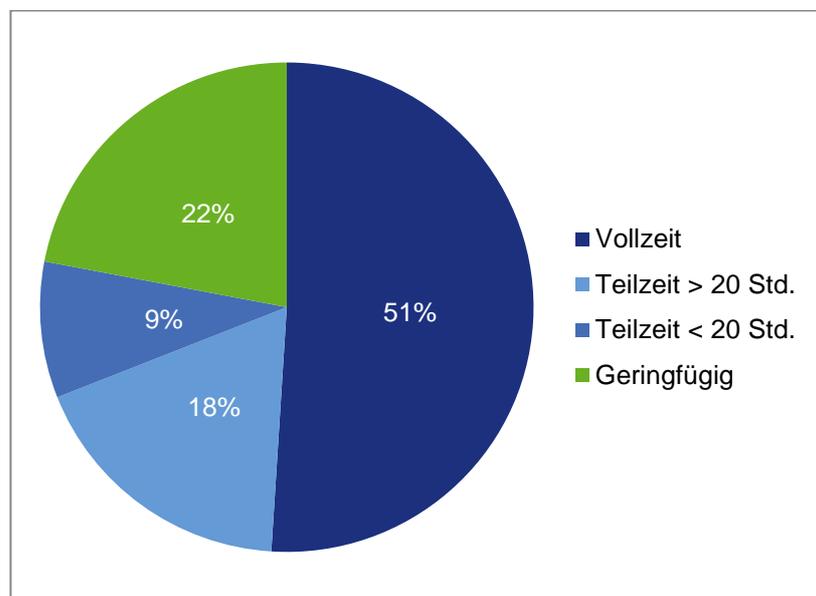
Eine detaillierte Übersicht zur Verteilung der Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung bzw. geringfügigen Beschäftigung liefern die folgenden Abbildungen.

**Abbildung 8: Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse in der gesamten Branche**



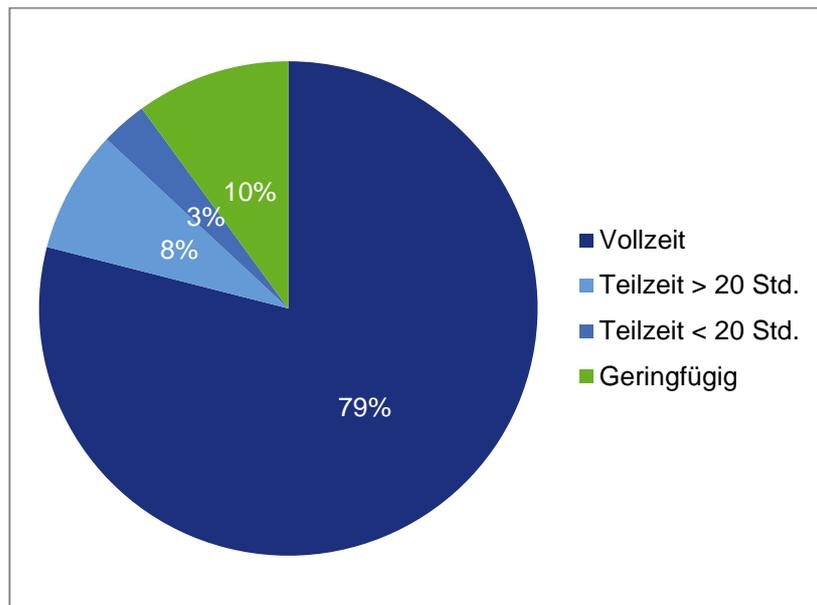
Auf die gesamte Branche gesehen ist jede dritte Stelle keine Vollzeitstelle. 12% der Beschäftigten arbeiten in Teilzeit mit mehr als 20 Stunden pro Woche, 6% mit weniger als 20 Wochenstunden und 14% sind geringfügig beschäftigt.

**Abbildung 9: Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse im Einzelhandel**



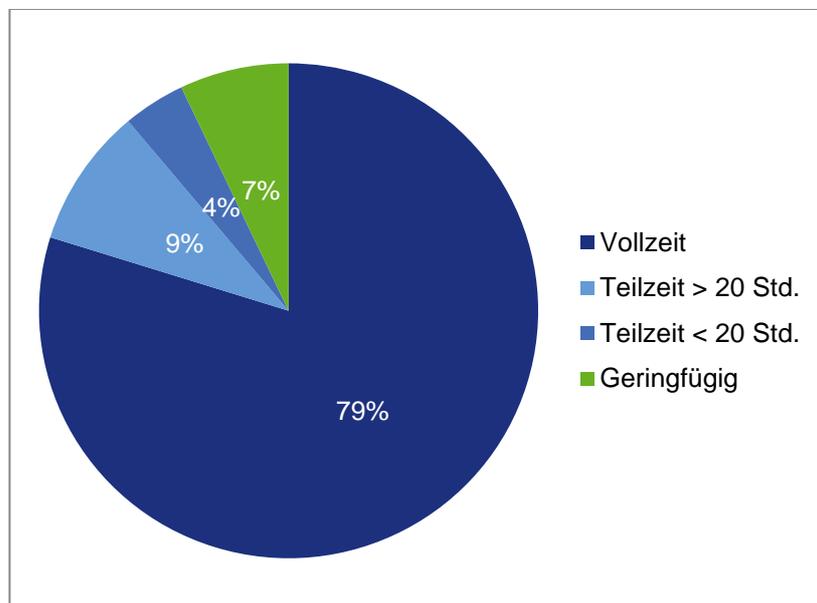
Im Einzelhandel sinkt der Anteil der Vollzeitstellen auf 51%, und entsprechend steigt der Anteil der geringfügig Beschäftigten und der Teilzeitbeschäftigten an.

**Abbildung 10: Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse im Großhandel**



Wird nur der Großhandel betrachtet, steigt der Anteil der Vollzeitbeschäftigten auf 79%. In diesem Bereich der Branche sind weniger Menschen in Teilzeit oder auf 450,-€-Basis beschäftigt.

**Abbildung 11: Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse in sonstigen Branchen**



In den „*Sonstigen Branchen*“, wohinter sich in erster Linie Betriebe aus dem produzierenden Gewerbe mit angegliedertem Großhandel und Betriebe aus dem Handwerk mit angegliederter Einzelhandel verbergen, liegt die Vollzeitquote ebenfalls bei 79%. 9% der Beschäftigten arbeiten in Teilzeit mit mehr als 20 Stunden pro Woche, 4% arbeiten in Teilzeit mit einem Stundenumfang von weniger als 20 Stunden pro Woche und lediglich 7% der Mitarbeiter sind geringfügig beschäftigt.

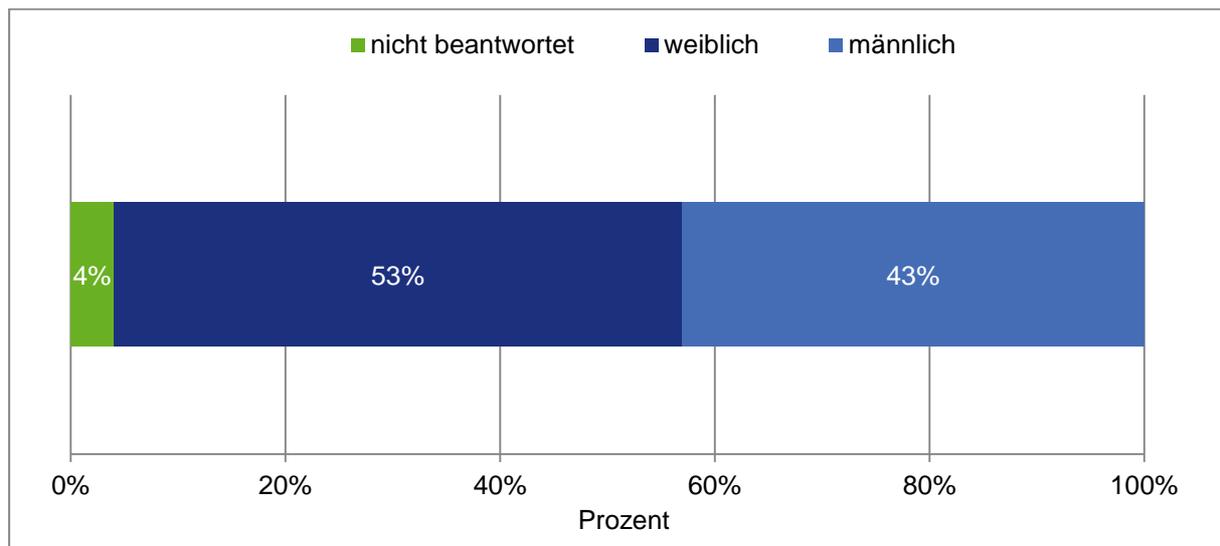
### 3.2 Befragung von Auszubildenden

Im Rahmen des regionalen Arbeitsmarktmonitorings werden neben den Angaben der Unternehmen auch die Einstellungen und Erwartungen der Auszubildenden und Studierenden in entsprechenden Berufen erfasst. In dieser Erhebung wurden die Aussagen der Auszubildenden an den Berufsbildenden Schulen der Stadt und des Landkreises Osnabrück erfasst. Dabei nahmen Auszubildende zum Verkäufer, zum Einzelhandelskaufmann und zum Groß- und Außenhandelskaufmann teil.

#### Stammdaten

Insgesamt beteiligten sich 521 Auszubildende der drei Berufsbildenden Schulen „Berufsbildende Schule der Stadt Osnabrück am Pottgraben“, „Berufsbildende Schule Bersenbrück“ und „Berufsbildende Schulen des Landkreises Osnabrück in Melle“ an der Erhebung. Eine leichte Mehrheit der Auszubildenden ist weiblich. Die jüngsten befragten Auszubildenden sind 16 Jahre, der älteste Auszubildende ist 41 Jahre alt. Das Durchschnittsalter beträgt 21 Jahre. Aufgrund des Zeitpunkts der Erhebung konnten lediglich Auszubildende der ersten beiden Ausbildungsjahre befragt werden. Die Berufsschüler des dritten Ausbildungsjahres hatten bereits ihre Prüfungen absolviert und besuchten die Berufsschulen inzwischen nicht mehr. Für die Erhebung suchten Mitarbeiter des Arbeitsmarktmonitorings die Berufsbildenden Schulen direkt auf und führten die Befragung vor Ort durch.

Abbildung 12: Geschlecht der Auszubildenden



Als weiteres Merkmal wurde der Migrationshintergrund erhoben. 31% der Auszubildenden haben einen Migrationshintergrund, das heißt sie wurden selbst im Ausland geboren oder haben mindestens ein Elternteil, das im Ausland geboren wurde, und bei ihnen zu Hause wird überwiegend nicht Deutsch, sondern eine andere Sprache gesprochen.

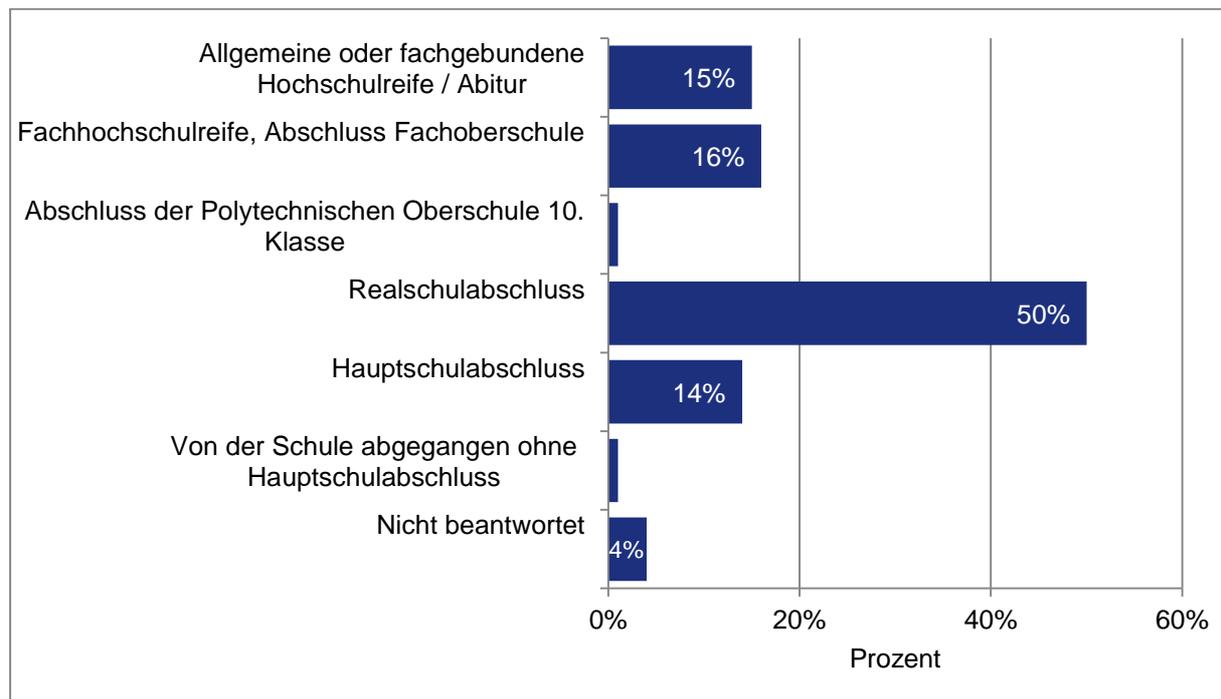
Von den Auszubildenden mit Migrationshintergrund ist der Großteil in Deutschland geboren. Bei knapp 60% der Auszubildenden mit Migrationshintergrund wird zu Hause Deutsch gesprochen. Die folgende Tabelle veranschaulicht die Antworten der Auszubildenden zum Thema Migrationshintergrund.

**Tabelle 3: Migrationshintergrund bei Auszubildenden**

Migrationshintergrund	Anzahl	Prozent
nein	359	69%
ja	162	31%
Migrationshintergrund – Davon:		
<b>Geburtsland</b>		
In Deutschland geboren	112	69%
Im Ausland geboren	49	30%
Beide Elternteile in Deutschland geboren		
	1	1%
Eltern(teil) im Ausland geboren		
	161	99%
<b>Überwiegend im Haushalt gesprochene Sprache</b>		
Deutsch	96	59%
Andere Sprache	66	41%

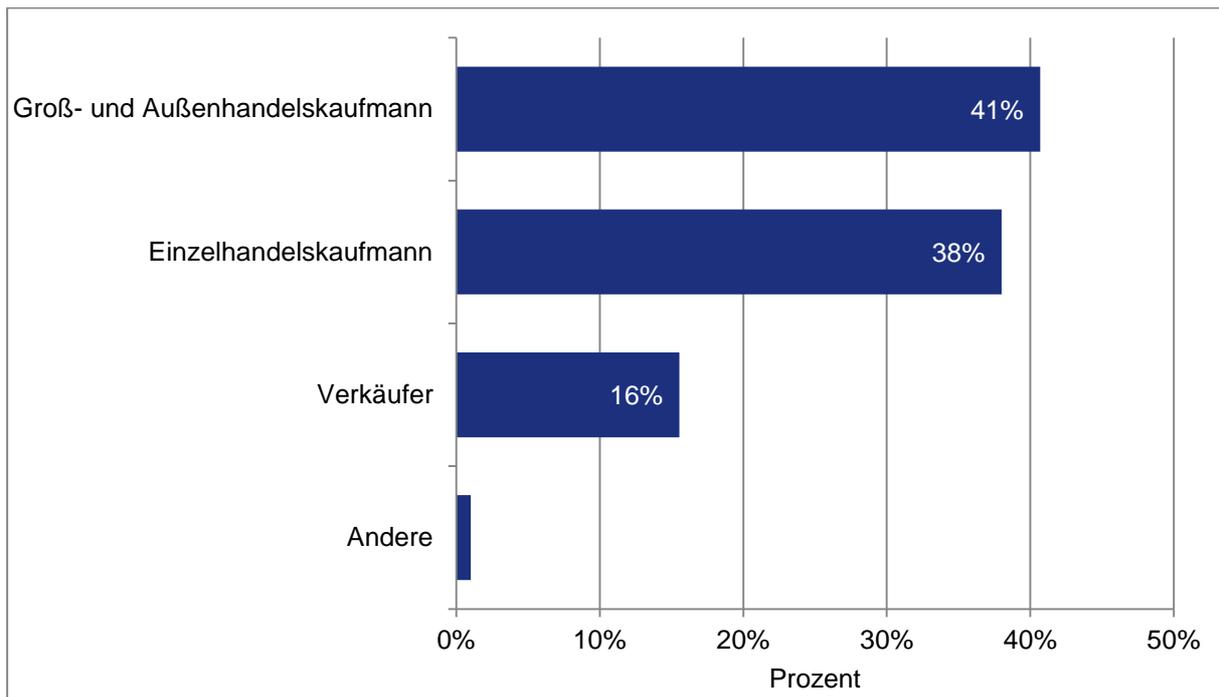
Jeder zweite Auszubildende hat vor Beginn der Ausbildung einen Realschulabschluss erworben. 15% verfügen über die allgemeine Hochschulreife, 14% über einen Hauptschulabschluss, und 1% hat die Schule ohne einen Schulabschluss verlassen.

**Abbildung 13: Was ist Ihr höchster allgemeinbildender Schulabschluss?**



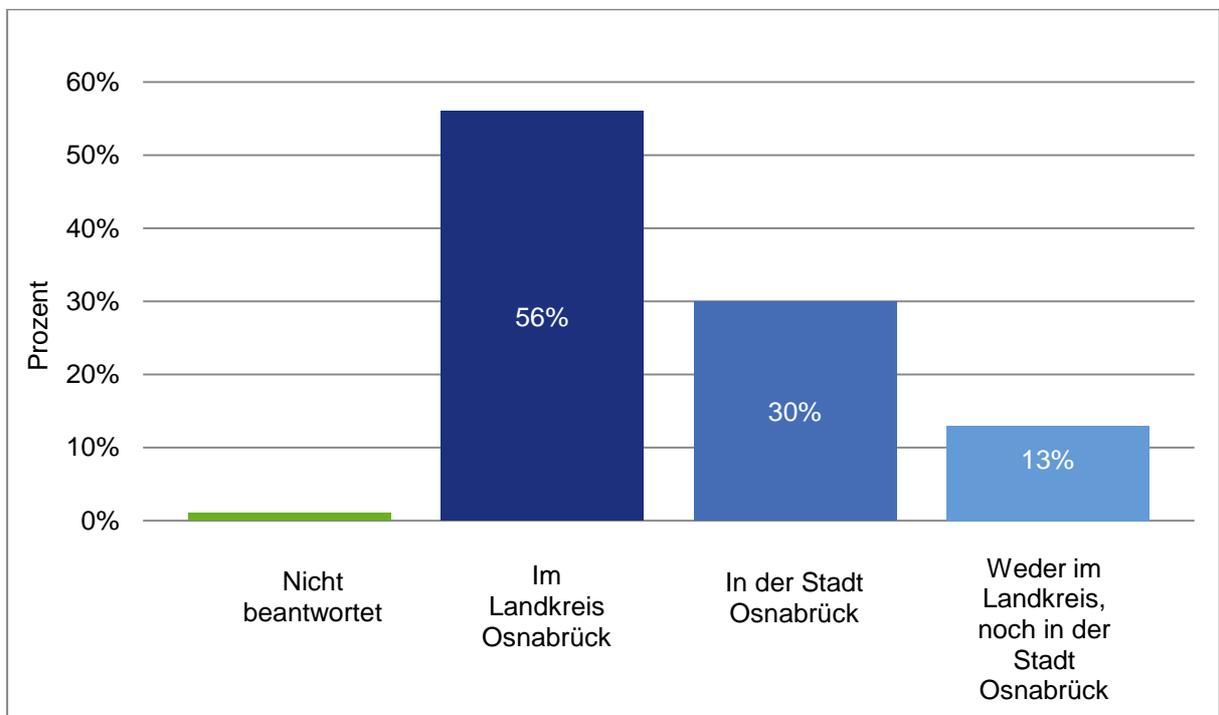
Für die meisten der befragten Auszubildenden (75%) handelt es sich aktuell um ihre Erstausbildung. 10% verfügen bereits über eine zuvor abgeschlossene Ausbildung oder ein abgeschlossenes Studium und 12% haben zuvor eine andere Ausbildung begonnen, jedoch nicht abgeschlossen. Die Berufsschüler absolvieren bis auf wenige Ausnahmen eine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann, zum Einzelhandelskaufmann oder zum Verkäufer.

**Abbildung 14: Welchen Beruf erlernen Sie?**



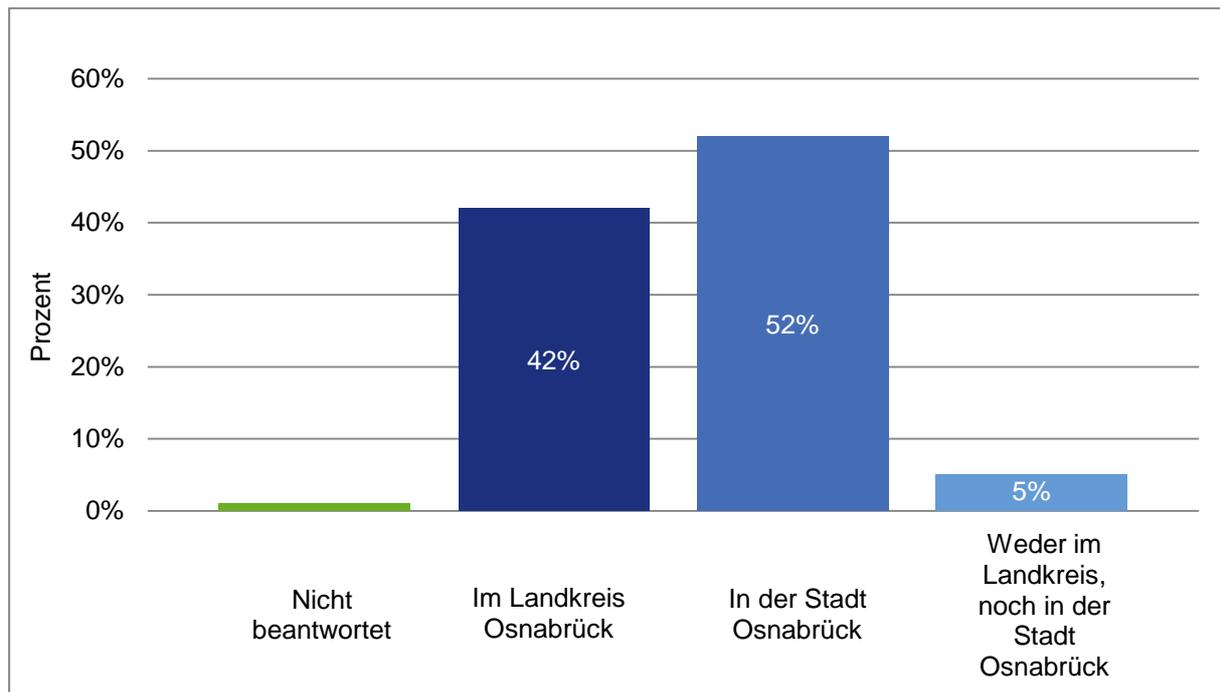
Die Auszubildenden wurden nach ihrem Wohnort und ihrem Ausbildungsort gefragt. Eine knappe Mehrheit (56%) lebt im Landkreis. Etwa ein Drittel (30%) gibt die Stadt Osnabrück als Wohnsitz an, und 13% leben außerhalb der Stadt und des Landkreises.

**Abbildung 15: Wohnort der Auszubildenden**



Die Ausbildungsorte der Nachwuchskräfte verteilen sich fast gleichmäßig über das Stadtgebiet und den Landkreis. 42% machen ihre Ausbildung im Landkreis Osnabrück, und 52% haben einen Ausbildungsplatz in der Stadt Osnabrück.

**Abbildung 16: Ausbildungsort der Auszubildenden**



Betrachtet man den Ausbildungsort in Abhängigkeit vom Wohnort, werden leichte Unterschiede deutlich. Von den Auszubildenden, die in der Stadt wohnen, absolvieren 80% auch ihre Ausbildung im Stadtgebiet, 17% im Landkreis und 3% weder in der Stadt, noch im Landkreis Osnabrück. Von den Nachwuchskräften, die im Landkreis Osnabrück wohnen, absolvieren 62% auch ihre Ausbildung im Kreisgebiet, 35% in der Stadt und ebenfalls 3% weder im Landkreis, noch in der Stadt Osnabrück. Das bedeutet, Auszubildende, die in der Stadt wohnen, machen häufiger ihre Ausbildung am Wohnort. Von den jungen Menschen, die im Landkreis wohnen und im Handel eine Ausbildung machen, absolviert zwar auch der Großteil die Ausbildung im Landkreis, aber etwa jeder dritte Auszubildende macht seine Ausbildung in der Stadt.

### 3.3 Befragung von Institutionen

Im Rahmen des regionalen Arbeitsmarktmonitorings wurden verschiedene Institutionen am Arbeitsmarkt angeschrieben und um eine Teilnahme gebeten. Dazu zählten Institutionen der Arbeitsvermittlung, der Wirtschaftsförderung, Kooperationsnetzwerke, Arbeitnehmervertretungen und Verbände innerhalb der Branche. Von insgesamt 11 angeschriebenen Institutionen haben sich 10 beteiligt. Allerdings wurden nicht alle Fragebögen komplett ausgefüllt. Die Einschätzungen der Institutionen werden bei den entsprechenden Fragestellungen berücksichtigt.

## 4. Der Handel im Osnabrücker Land aus Sicht der verschiedenen Akteure

Im vorangegangenen Kapitel wurden die Strukturdaten der befragten Gruppen dargestellt. Kapitel vier befasst sich mit den Ergebnissen der Befragung der Unternehmen und der Auszubildenden zur Situation im Handel. Die Fragen bezogen sich auf die Themenfelder:

- Fachkräftemangel
- Personalrekrutierung
- Vorstellungen zum Berufsleben
- Attraktivität der Region
- Alterung der Belegschaft
- Anforderungsprofile
- Qualifizierung
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Künftige Entwicklungen und Herausforderungen

Da die Gruppen zu den gleichen Kriterien befragt wurden, ist es möglich, ihre jeweiligen Angaben zu vergleichen.

### 4.1 Fachkräftemangel

Um zu ermitteln, ob in der hier untersuchten Branche ein Fachkräftemangel festzustellen ist, wurden den Unternehmen unterschiedliche Fragen gestellt. Zunächst wurde der aktuelle Personalbedarf abgefragt. Es wurde außerdem gefragt, ob für bestimmte Berufsgruppen Schwierigkeiten existieren, geeignetes Personal zu finden. Die Unternehmen wurden zusätzlich gebeten, zu erwartende mittelfristige Personalbedarfe in drei bis fünf Jahren zu benennen.

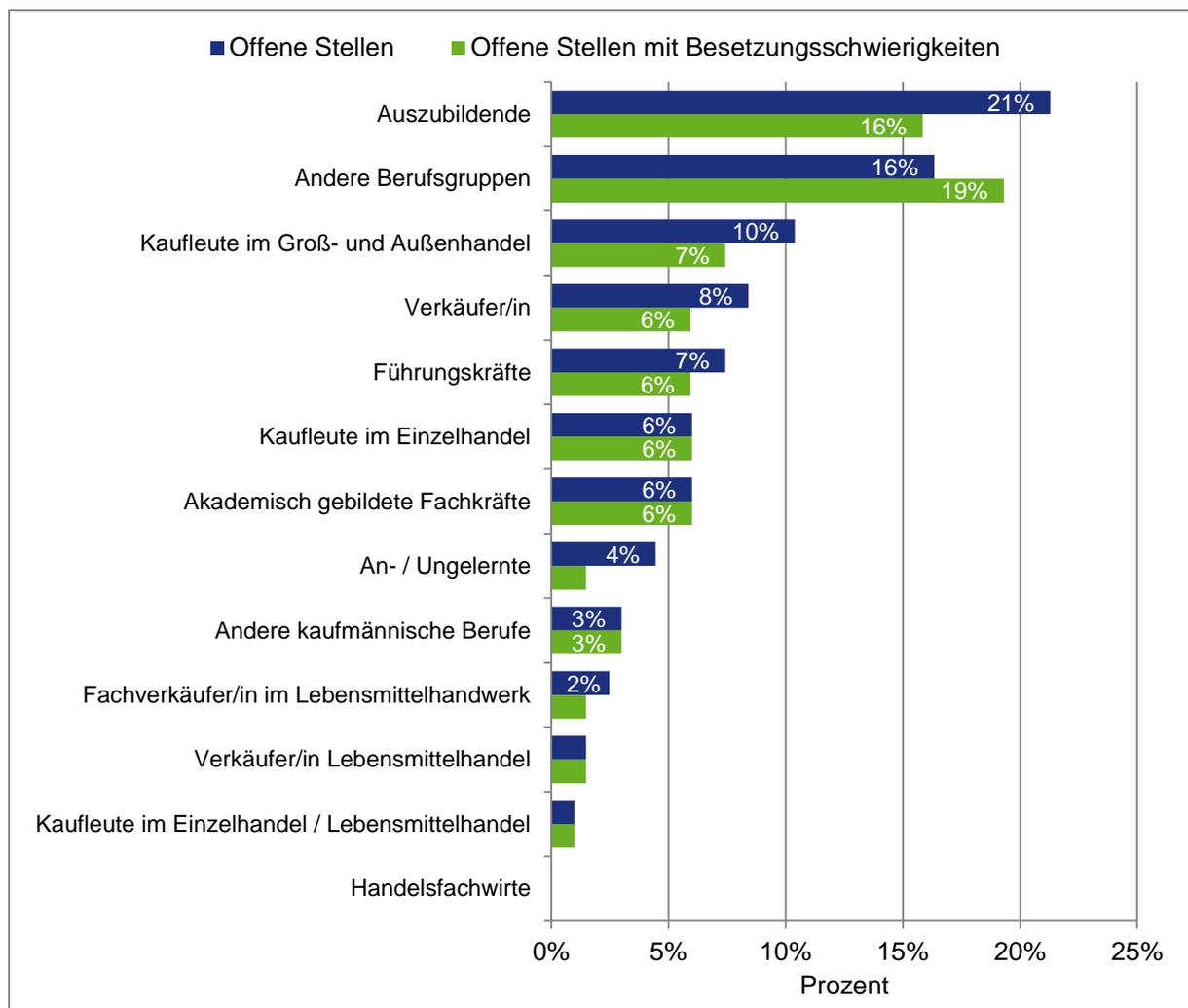
Die meisten zu besetzenden Stellen in der Branche liegen für Auszubildende vor: 43 Unternehmen (21%) geben an, aktuell Auszubildende zu suchen und 32 Unternehmen (16%) antworten, bei der Besetzung der Ausbildungsstellen Schwierigkeiten zu haben.

An zweiter Stelle werden „*Andere Berufsgruppen*“, wie zum Beispiel Elektroniker, Mechatroniker oder Lagerarbeiter genannt. 16% der Unternehmen haben momentan für diese Berufsgruppe offene Stellen und 19% geben an, Schwierigkeiten bei der Besetzung dieser Stellen zu haben.

Für Berufe mit einer kaufmännischen Ausbildung haben bis zu 10% der Unternehmen aktuell offene Stellen, aber je nachdem, ob Groß- und Außenhandelskaufleute, Einzelhandelskaufleute oder Handelsfachwirte gesucht werden, geben lediglich 1% - 7% der Unternehmen an, dass sie Schwierigkeiten bei der Personalrekrutierung haben.

Ein Fachkräftemangel im Einzelhandel und Großhandel im Osnabrücker Land ist momentan nicht festzustellen. Lediglich die Suche nach Auszubildenden bereitet den Unternehmen Schwierigkeiten. Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Frage nach offenen und nach schwer zu besetzenden Stellen.

Abbildung 17: Offene Stellen und Stellen mit Besetzungsschwierigkeiten



Betrachtet man die Personalbedarfe je nach Branchenzuordnung der Unternehmen, also unter der Fragestellung, ob ein Unternehmen zum Einzelhandel, zum Großhandel oder zu einer „Sonstigen Branche“ zählt, werden einige Unterschiede deutlich. Es wird deutlich, dass der Großhandel weniger Schwierigkeiten hat, Auszubildende zu finden. Von den Einzelhändlern und den „Sonstigen Branchen“ geben jeweils 25% an, bei der Suche nach Auszubildenden mit Besetzungsschwierigkeiten konfrontiert zu sein. Von den Großhändlern sagen dies nur 12%.

Die Unternehmen hatten die Möglichkeit, falls sie „andere Berufsgruppen“ suchen, diese auch konkret in einem Freitextfeld zu benennen. Es handelt sich dabei um Lagermitarbeiter und Berufskraftfahrer sowie um technische Berufe, wie z.B. Elektroniker, Mechatroniker und Monteure.<sup>9</sup>

Eine Analyse der Besetzungsschwierigkeiten in Abhängigkeit von der Betriebsgröße ist nicht sinnvoll, da für die einzelnen Betriebsgrößenklassen die Anzahl der Betriebe sehr gering wird, denn wie in Kapitel 3.1 beschrieben, haben die meisten Unternehmen bis zu 50 Mitarbeiter. Hinzu kommt, dass grundsätzlich nicht viele Betriebe mit Schwierigkeiten konfrontiert

<sup>9</sup> Wie bereits in Kapitel 2.4 erläutert, zählen 17% der teilnehmenden Unternehmen zur „Sonstigen Branche“. Hier handelt es sich häufig um Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe, die aufgrund des eigenen Vertriebs ihrer Produkte eine WZ für den Großhandel aufweisen, sich vom Selbstverständnis her aber einer anderen Branche zugehörig fühlen.

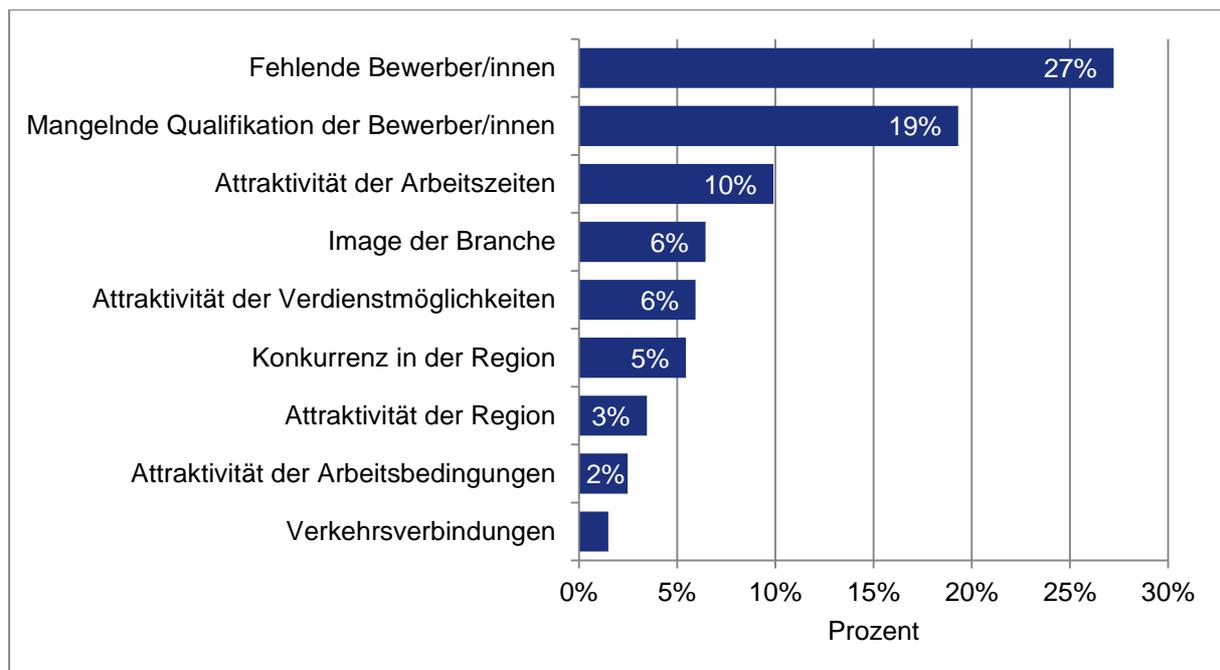
sind. Zieht man lediglich eine Unterscheidungslinie nach Betrieben mit weniger als 50 Mitarbeitern und mit mehr als 50 Mitarbeitern, lässt sich konstatieren, dass die größeren Betriebe seltener Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung haben als die kleineren.

Eine Analyse der offenen Stellen und der Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung in Abhängigkeit vom Betriebssitz ergibt nur in Ausnahmefällen erkennbare Unterschiede. Auffällig ist lediglich, dass die Unternehmen im Stadtgebiet häufiger Führungskräfte suchen und häufiger von Problemen bei der Stellenbesetzung für Führungskräfte berichten. In der Stadt Osnabrück geben 21% der Unternehmen an, momentan Führungskräfte zu suchen. Im Landkreis sind es nur 5% der Unternehmen. Von Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung mit Führungskräften berichten im Stadtgebiet 17%, während im Landkreis nur 3% der Unternehmen Probleme haben, Führungskräfte zu rekrutieren.

### Gründe für Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung

Die Unternehmen wurden gefragt, was aus ihrer Sicht die Gründe dafür sind, dass Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung auftreten. Dazu wurden verschiedene Gründe vorgegeben, aus denen die Unternehmen mehrere Antworten auswählen konnten. Für die Berufsgruppen „*Fachkräfte*“ und „*Auszubildende*“ werden die Antworten hier vorgestellt. Für andere Berufsgruppen sind nur von sehr wenigen Unternehmen Angaben gemacht worden. Deshalb wird hier auf eine Darstellung dieser Ergebnisse verzichtet.

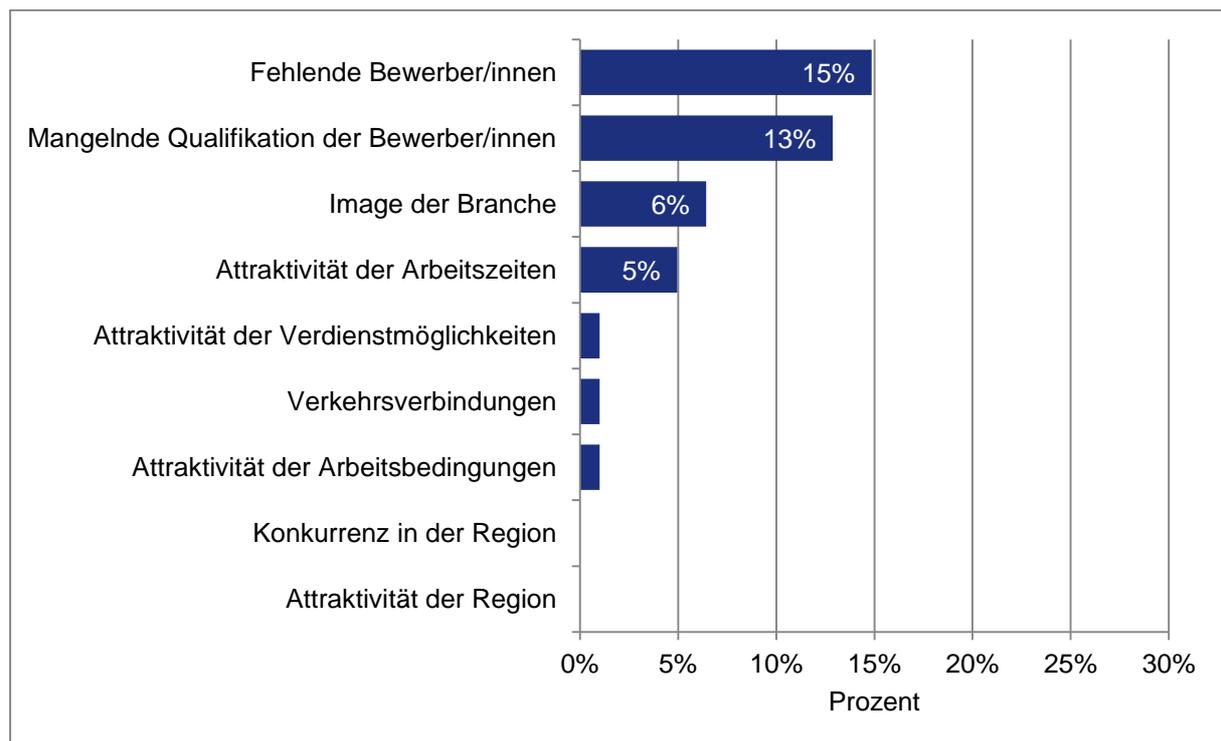
Abbildung 18: Gründe für Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung von Fachkräften



Als Hauptgrund für die Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung nennen 27% der Unternehmen „*Fehlende Bewerber*“. Bereits an zweiter Stelle wird die „*Mangelnde Qualifikation*“ der Bewerber genannt (19%). Grundsätzlich haben nicht sehr viele Unternehmen auf diese Frage geantwortet, was ein weiteres Indiz dafür sein kann, dass die Branche nicht sonderlich stark von einem Fachkräftemangel betroffen ist.

Es folgt die Auswertung der Gründe für die Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen. Das Antwortverhalten weicht nicht sehr stark von den Antworten hinsichtlich der Fachkräfte ab. Die Hauptgründe sind auch hier, dass Bewerber fehlen (15%) und dass die Bewerber nicht ausreichend qualifiziert sind (13%).

**Abbildung 19: Gründe für Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen**



### Personalbedarfe in den nächsten fünf Jahren

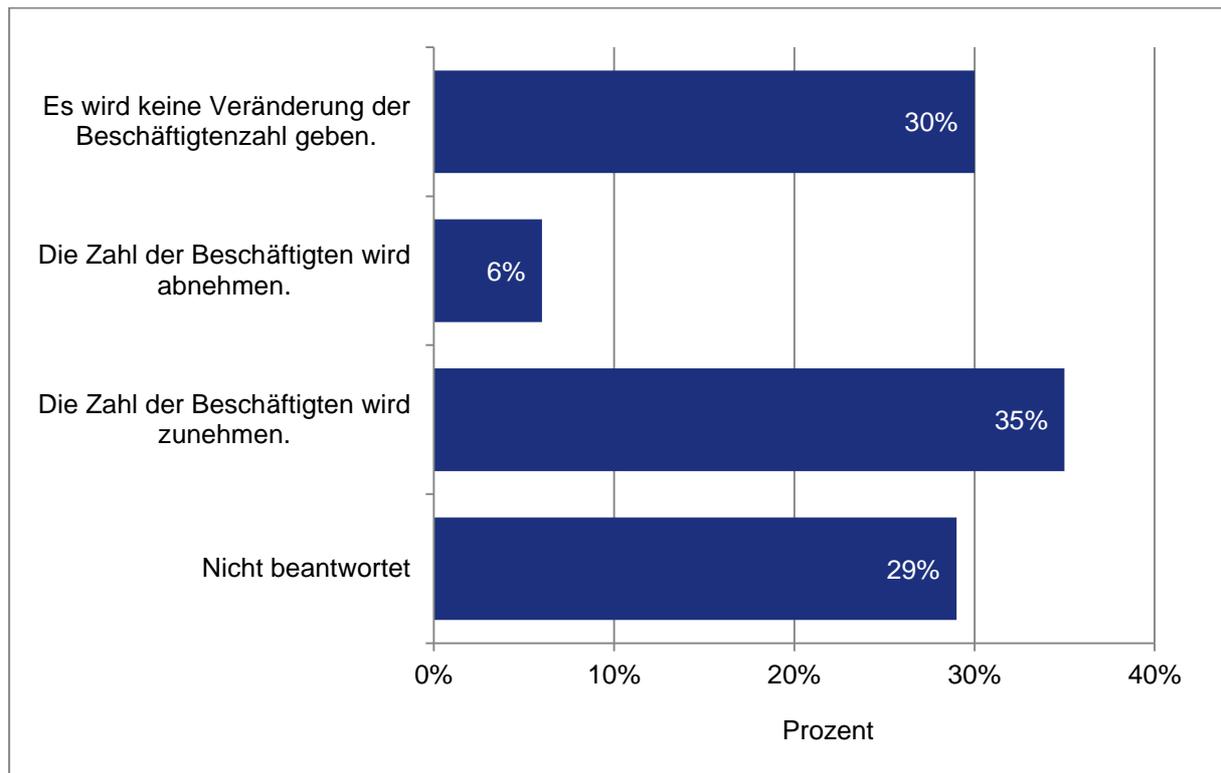
Das regionale Arbeitsmarktmonitoring beschäftigt sich nicht nur mit aktuellen Personalbedarfen und möglichen Fachkräfteengpässen. Von Interesse ist auch eine Prognose der künftigen Personalbedarfe. Die Unternehmer wurden gebeten, eine Einschätzung abzugeben, wie sich die Belegschaftsgröße in den nächsten fünf Jahren entwickelt. Grundsätzlich blickt der Handel positiv in die Zukunft. Mehr als jedes dritte Unternehmen erwartet, dass sich in den nächsten fünf Jahren die Zahl der Beschäftigten erhöhen wird. Ein weiteres Drittel plant mit einer stabilen Belegschaft und lediglich 6% aller befragten Unternehmen rechnen mit einer Reduzierung des eigenen Personals.

Hinsichtlich der künftigen Entwicklung der Beschäftigtenzahlen bestehen Unterschiede zwischen dem Einzelhandel, dem Großhandel und den sonstigen Unternehmen. Im Einzelhandel gehen 30% der Unternehmen von einer Erhöhung der Beschäftigtenzahl aus. Im Großhandel erwarten 54% der Unternehmen einen Personalzuwachs und bei den Unternehmen die sich zu einer „*Sonstigen Branchen*“ zählen, prognostizieren 25 von 35 Unternehmen eine positive Beschäftigungsentwicklung.

Wie bereits oben beschrieben gehen bezogen auf die gesamte Branche 6% der Unternehmen von einer Abnahme der Mitarbeiterzahl aus. Betrachtet man aber nur den Einzelhandel, gehen sogar 11% davon aus, dass sich die Mitarbeiterzahl verringern wird.

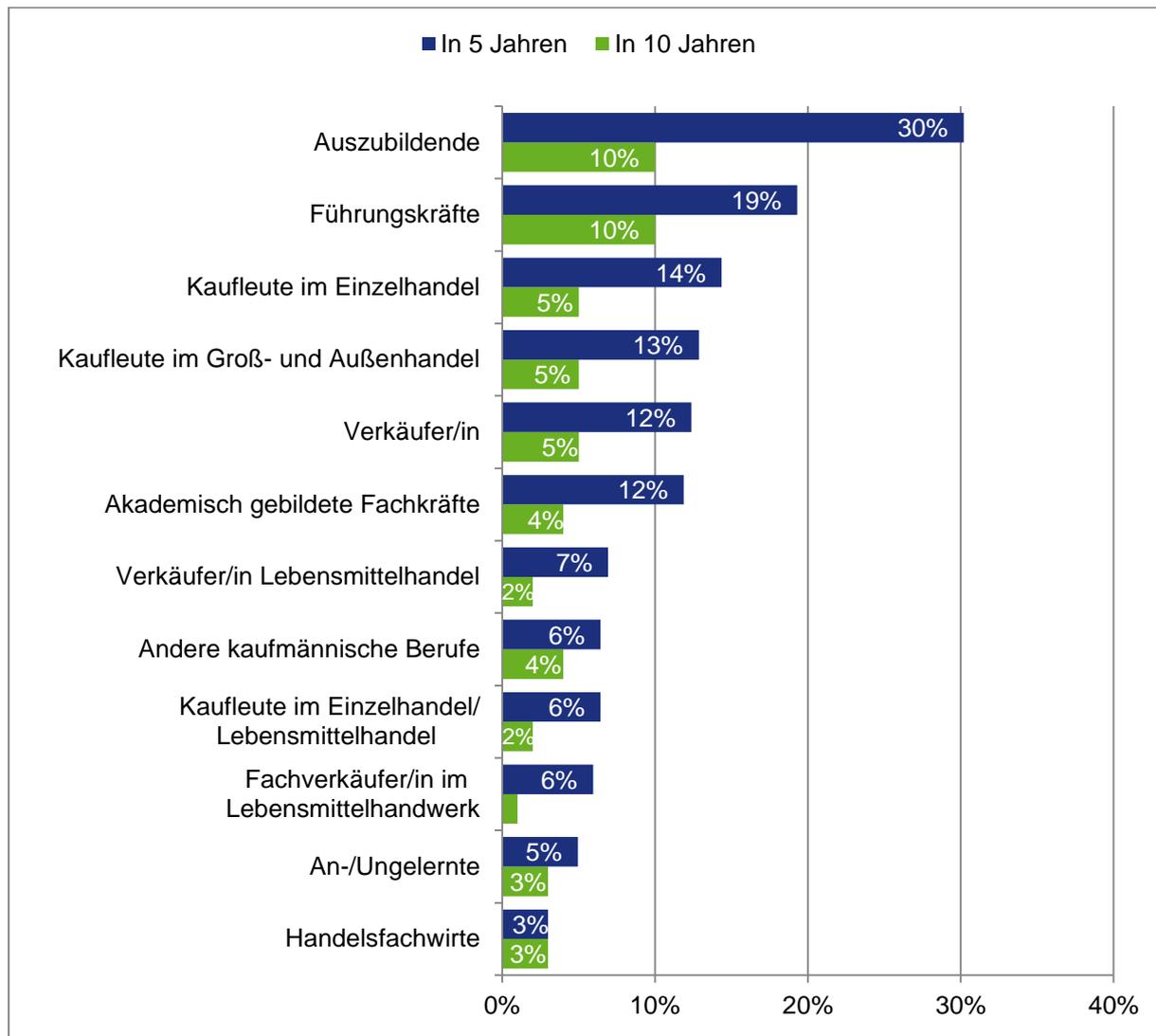
Die folgende Abbildung 20 zeigt die erwartete Entwicklung der Beschäftigtenzahlen in den kommenden fünf Jahren für die gesamte Branche.

**Abbildung 20: Erwartete Entwicklung der Beschäftigtenzahlen in den nächsten fünf Jahren**



Wie schätzen die Unternehmen die Verfügbarkeit von Fachkräften in fünf Jahren ein? Dies war eine weitere Frage, die auf das Thema Fachkräftemangel abzielt. Bestehen möglicherweise Unterschiede zu der Einschätzung eines aktuellen Fachkräftemangels? Auf die Frage „Wenn Sie in die Zukunft blicken, erwarten Sie Probleme bei der Besetzung offener Stellen? In fünf Jahren? In zehn Jahren?“ konnten die Unternehmen aus verschiedenen Berufen auswählen und angeben, ob sie in fünf oder in zehn Jahren Probleme bei der Stellenbesetzung erwarten.

**Abbildung 21: Erwarten Sie in der Zukunft Probleme bei der Besetzung offener Stellen?**



Entsprechend den aktuell nur leicht vorhandenen Fachkräfteengpässen (siehe Abbildung 17), bewegen sich auch diese Ergebnisse auf einem moderaten bis niedrigen Niveau. Für die Auszubildenden wird durchaus von fast jedem dritten Unternehmen ein Fachkräftemangel in fünf Jahren befürchtet. Probleme bei der Besetzung von Stellen für Führungskräfte erwartet in fünf Jahren noch fast jedes fünfte Unternehmen. Für die restlichen Berufe gehen aber lediglich 3% bis 14% von einem Fachkräftemangel aus.

Allerdings ist auffällig, dass im Vergleich zur aktuellen Einschätzung sich bei der Fünf-Jahres-Prognose für viele Berufsgruppen die Werte in etwa verdoppelt haben. Zum Beispiel geben 7% der Unternehmen an, dass sie aktuell Schwierigkeiten haben, Stellen für Groß- und Außenhandelskaufleute zu besetzen. Hingegen glauben 13% der Unternehmen, dass es in fünf Jahren schwierig sein wird, Groß- und Außenhandelskaufleute zu finden. Für die Berufsgruppe der Einzelhandelskaufleute haben heute 6% der Unternehmen Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung. In fünf Jahren befürchten 14% der Unternehmen, Probleme zu bekommen. Hinsichtlich der Rekrutierung von Führungskräften ist die Zahl der Unternehmen mehr als dreimal so hoch: heute haben 6% der Unternehmen Schwierigkeiten, Führungskräfte einzustellen, in fünf Jahren erwarten 19% der Unternehmen Probleme bei der Stellenbesetzung für Führungskräfte. Auch wenn momentan nicht von einem Fachkräftemangel im

Handel zu sprechen ist, schätzen die Unternehmen die Situation in der Zukunft eher schwieriger ein.

Eine Prognose für mögliche Schwierigkeiten bei einer Stellenbesetzung in 10 Jahren gaben insgesamt nur 50 Unternehmen ab.

### **Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel**

Die Unternehmen wurden gefragt, welche Maßnahmen in ihrem Unternehmen von Bedeutung sind, wenn es darum geht, einem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Auf einer Vierskala von „unwichtig“ und „wenig wichtig“ über „wichtig“ bis hin zu „sehr wichtig“ konnten die Arbeitgeber die vorgeschlagenen Maßnahmen bewerten.

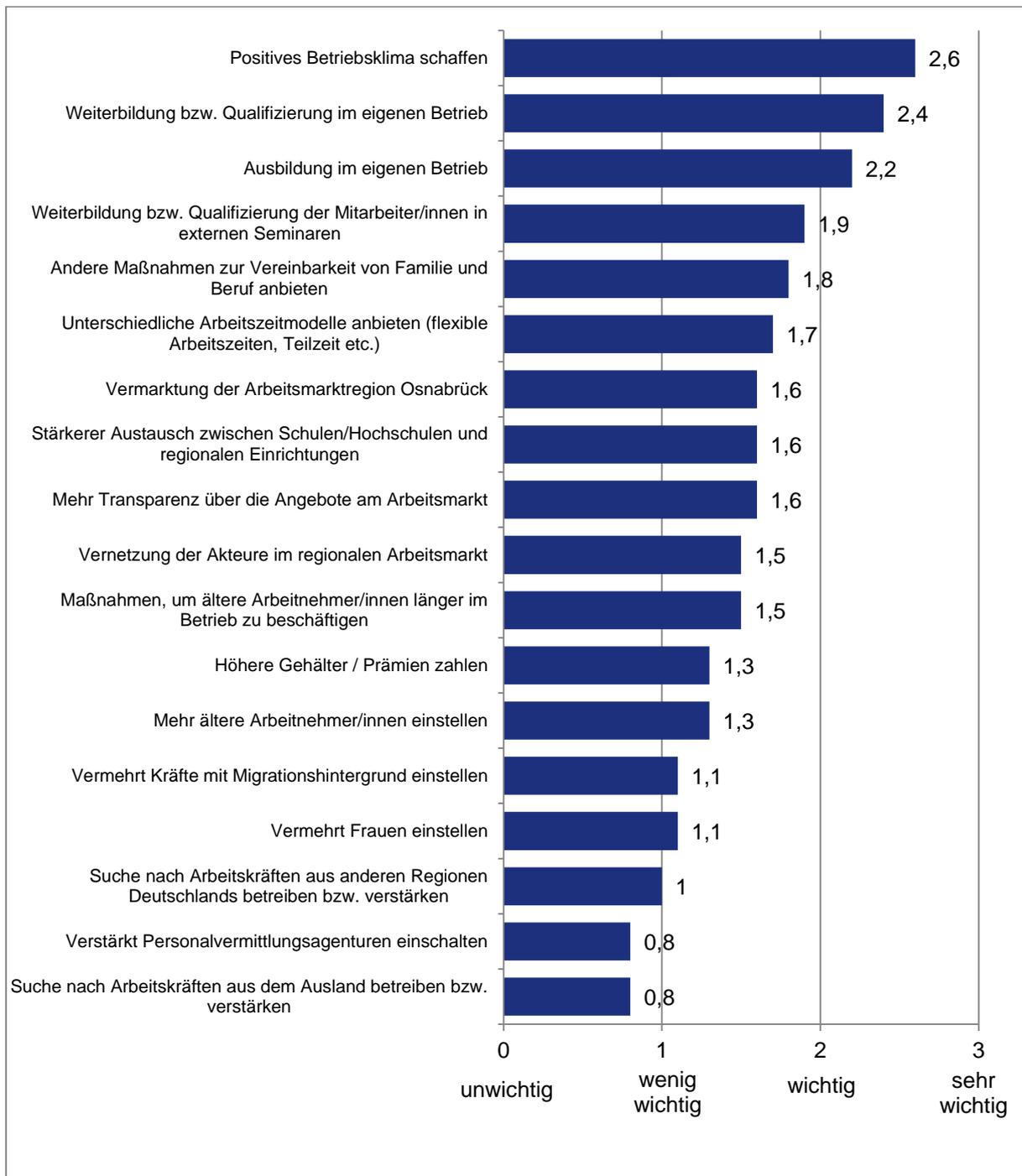
Von 18 vorgeschlagenen Maßnahmen werden nur drei Maßnahmen stärker als „wichtig“ bewertet. Dazu zählen „ein positives Betriebsklima“, die „Weiterbildung der Mitarbeiter im eigenen Betrieb“ und die „Ausbildung im eigenen Betrieb“. Am unwichtigsten werden die „Anwerbung von Arbeitskräften im Ausland“ und die „verstärkte Einschaltung von Personalvermittlungsagenturen“ bewertet.

Interessant ist auch der Blick auf die Mobilisierung zusätzlicher Erwerbspersonen. Grundsätzlich wird die Zahl der Erwerbstätigen demografisch bedingt im Osnabrücker Land sinken. In diesem Zusammenhang wird oft über eine stärkere Teilhabe am Arbeitsleben von Frauen, Migranten und Älteren diskutiert, da hier noch zusätzliches Erwerbspotenzial gesehen wird. Aus diesem Grund wird im regionalen Arbeitsmarktmonitoring gefragt, wie stark Arbeitgeber die vermehrte Einstellung dieser drei Personengruppen gewichten, um einem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Eine vermehrte Einstellung von Frauen, von Menschen mit Migrationshintergrund und von Älteren wird von den Unternehmen im Handel insgesamt als „wenig wichtig“ bewertet. Auch wenn es im Rahmen dieser Untersuchung nicht erhoben wurde, darf im Hinblick auf die vermehrte Einstellung von Frauen grundsätzlich vermutet werden, dass der Frauenanteil im Einzelhandel ohnehin relativ hoch ist.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Handelsverband Deutschland: <http://www.einzelhandel.de/index.php/component/k2/item/109810-handelbrauchtkeinefrauenquote> (aufgerufen am 19.12.2014)

**Abbildung 22: Wichtigkeit von Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel aus Arbeitgebersicht (Mittelwerte)<sup>11</sup>**



<sup>11</sup> Mittelwert einer vierstufigen Skala von 0=unwichtig bis 3= sehr wichtig. Je höher der ausgewiesene Mittelwert, desto wichtiger ist eine bestimmte Maßnahme.

## Anwerbung von Fachkräften im Ausland

Um Fachkräfteengpässen zu begegnen, machen Politik und Verwaltung, Kammern und Verbände sowie private Anbieter zunehmend Angebote, um Arbeitgeber bei der Personalrekrutierung im Ausland zu unterstützen.

In dieser Erhebung wurden die Unternehmen gefragt, ob sie Anlaufstellen kennen, die sie bei der Rekrutierung im Ausland unterstützen. Fünf Unternehmen bejahen die Frage und 125 Unternehmen kennen keine entsprechenden Anlaufstellen. 72 Unternehmen geben gar keine Antwort auf diese Frage.

Bei der Rekrutierung von Fachkräften im Ausland sind relativ umfangreiche Einzelmaßnahmen nötig. Angefangen beim Spracherwerb der Bewerber, über die Klärung behördlicher Angelegenheiten, bis hin zum Umzug nach Deutschland, müssen verschiedene Maßnahmen eingeleitet und Hindernisse überwunden werden. Im regionalen Arbeitsmarktmonitoring wurden die Unternehmen im Groß- und Einzelhandel gefragt, wen sie für bestimmte Aufgaben in der Pflicht sehen: die Bewerber, die Arbeitgeber oder die Öffentliche Hand?

Die Antwort lautet, dass die Unternehmen etwas mehr Verantwortung auf den Schultern der Arbeitgeber und der Bewerber sehen und etwas weniger Zuständigkeit bei der Öffentlichen Hand. Die Unternehmer sehen sich selbst in der Pflicht, bei der Anwerbung im Ausland, bei der Bewerberauswahl und dabei, die neuen ausländischen Mitarbeiter in den ersten Monaten zu begleiten und sich um sie zu kümmern. Die Bewerber haben aus Sicht der Unternehmen ganz klar die Verantwortung dafür, sich vor und während der Arbeitsaufnahme um den Spracherwerb zu kümmern. Ganz knapp wird ebenfalls die Verantwortung für den Umzug nach Deutschland und die Klärung behördlicher Angelegenheiten bei den Bewerbern selbst gesehen (und nicht bei der Öffentlichen Hand). Sehr eindeutig wiederum wird die Verantwortung für die Finanzierung des Anwerbungsverfahrens benannt. Hier sehen die Unternehmen klar die Öffentliche Hand in der Pflicht.

**Tabelle 4: Zuständigkeiten bei der Anwerbung von Fachkräften im Ausland aus Arbeitgebersicht**

Zuständigkeit	Thema
Arbeitgeber	Anwerbung im Ausland Bewerberauswahl Begleitung während der ersten Monate (Kümmerer)
Arbeitnehmer	Spracherwerb vor Beginn der Tätigkeit Spracherwerb während der Berufstätigkeit Umzug nach Deutschland (inklusive Klärung behördlicher Angelegenheiten)
Öffentliche Hand	Finanzierung der Anwerbung und Begleitung Zuzug von Familienangehörigen (inklusive Schulanmeldung, Job für Angehörige finden)

## 4.2 Rekrutierung

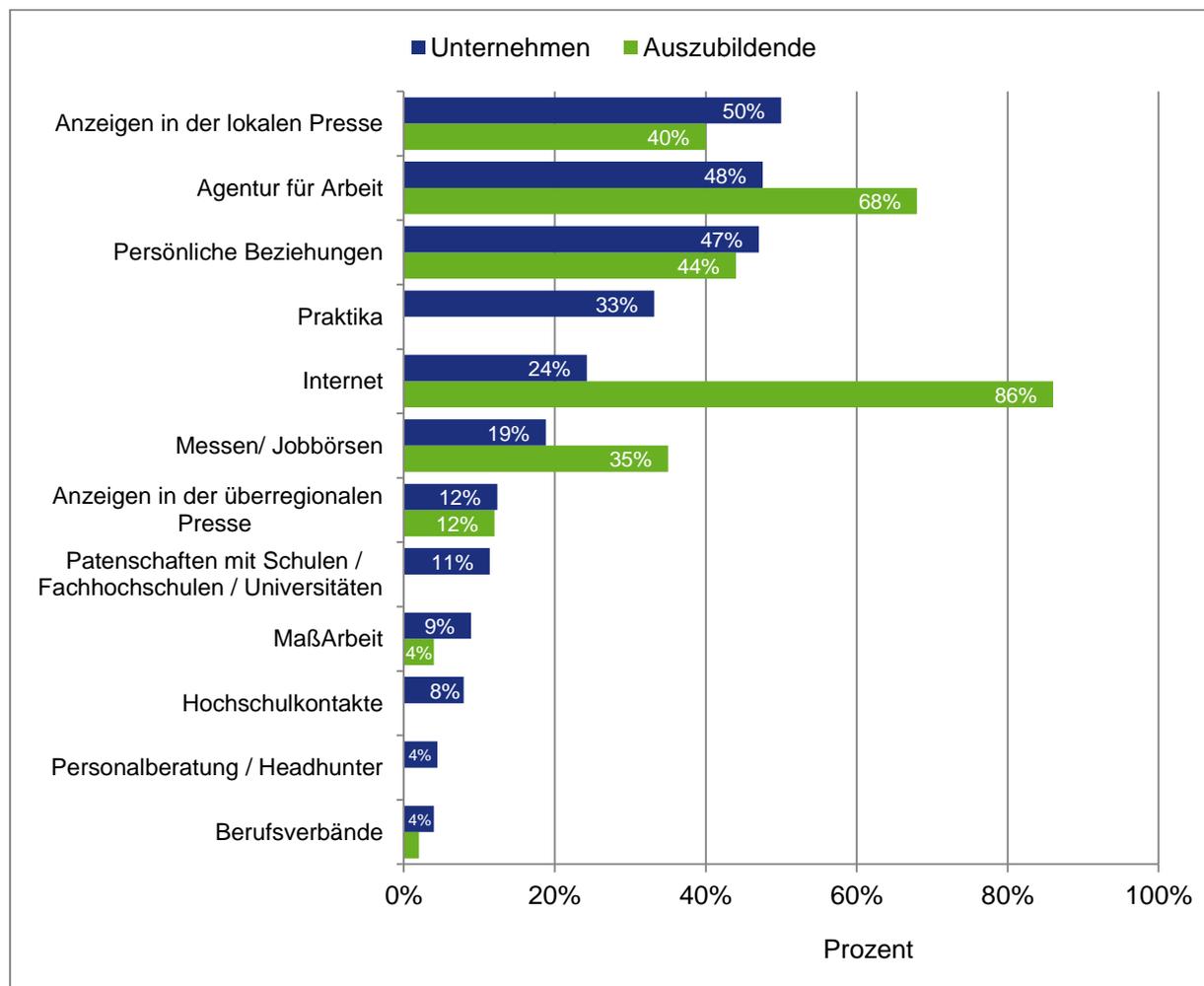
Die Unternehmen des Großhandels und des Einzelhandels im Osnabrücker Land wurden nach ihren Rekrutierungsstrategien befragt. Über welche Wege rekrutieren die Arbeitgeber neues Personal? Auf der Suche nach Fachkräften nimmt die Bedeutung der Rekrutierungswege stetig zu, da die Anzahl der zur Verfügung stehenden Bewerber abnimmt. Wo veröffentlichen Arbeitgeber ihre Stellenangebote? Welche Medien kommen dabei zum Einsatz? Wird die Suche regional begrenzt oder überregional ausgedehnt?

Gleichzeitig wurden die Auszubildenden gefragt, wo sie sich über offene Stellen informieren. Suchen sie in der Zeitung nach passenden Stellenangeboten? Besuchen sie Jobmessen? Fühlen sie sich grundsätzlich ausreichend über nachgefragte Berufe und Stellenangebote im Osnabrücker Land informiert? Die Antworten der Unternehmen und der Nachwuchskräfte können gegenübergestellt werden. Somit lassen sich Rückschlüsse ziehen, ob sich Anbieter und Nachfrager von Stellenangeboten in ausreichender Form finden.

Am häufigsten setzen die Unternehmen in Stadt und Landkreis Osnabrück auf die Stellenanzeige in der lokalen Presse (50%). Dicht gefolgt von einer Einschaltung der Agentur für Arbeit (48%) und dem Einsatz persönlicher Beziehungen (47%). Jedes dritte Unternehmen hält Praktika für ein probates Mittel, den richtigen Bewerber zu finden.

Eine Übersicht der Rekrutierungswege der Unternehmen und der Informationsquellen der Auszubildenden zeigt die folgende Abbildung.

**Abbildung 23: Rekrutierungswege der Unternehmen und Informationsquellen der Auszubildenden**

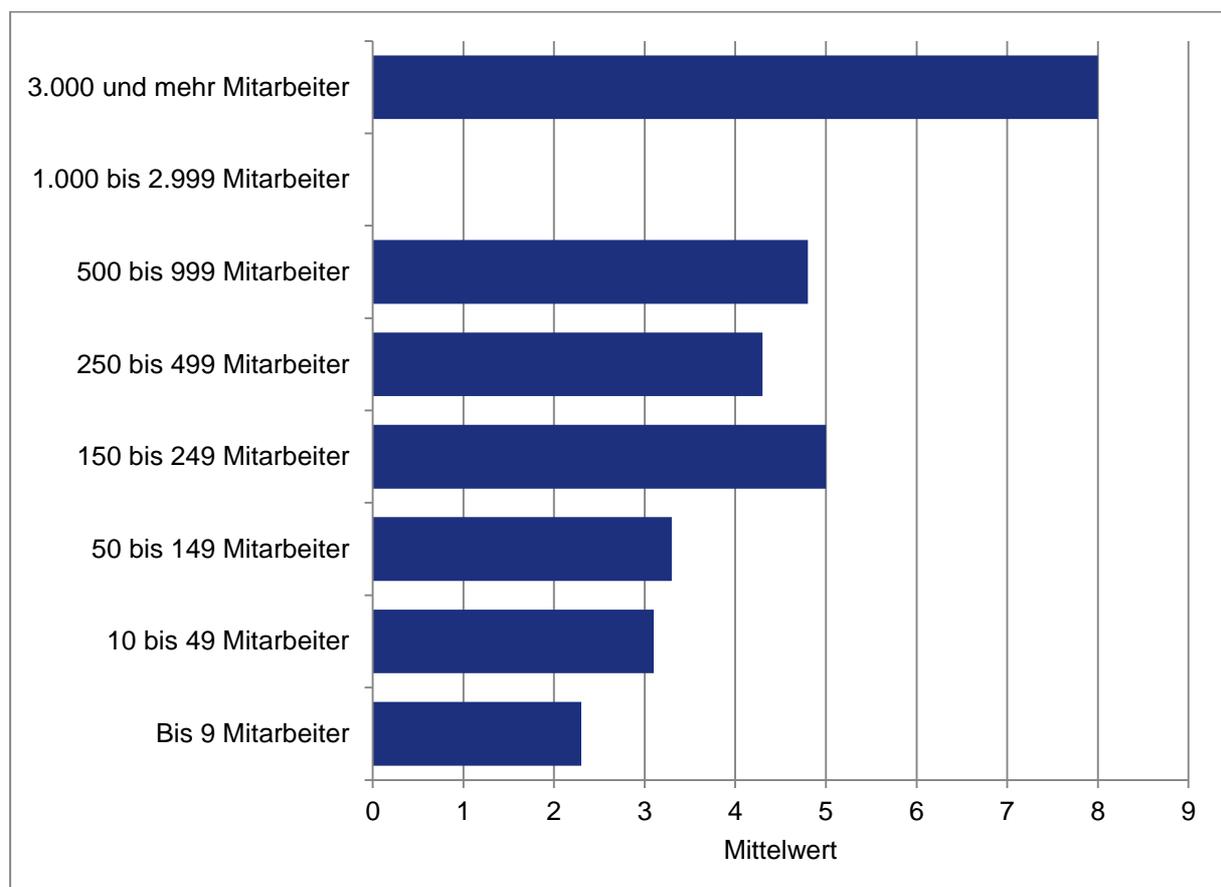


Beim Thema Rekrutierung werden sowohl Übereinstimmungen als auch Unterschiede deutlich zwischen den Rekrutierungsstrategien der Unternehmen und den Informationswegen der Nachwuchskräfte. Die drei populärsten Rekrutierungswege der Unternehmen finden auch bei vielen Auszubildenden die entsprechende Berücksichtigung. Das heißt Anzeigen in der lokalen Presse, die Einschaltung der Agentur für Arbeit und die Nutzung persönlicher Beziehungen werden sowohl von Stellenanbietern als auch von den Bewerbern häufig genutzt. Große Unterschiede bestehen jedoch hinsichtlich der Nutzung des Internets und des Besuchs von Ausbildungs- und Jobmessen. Nur jedes vierte Unternehmen setzt auf das Internet, um offene Stellen zu bewerben. Für die Jugendlichen ist dieses Medium aber die mit Abstand am meisten genutzte Informationsquelle. 86% der Auszubildenden antworten, dass sie in erster Linie das Internet nutzen, um sich über offene Stellen zu informieren.

### Rekrutierungswege in Abhängigkeit von der Mitarbeiterzahl

Die Unternehmen des Großhandels und Einzelhandels im Osnabrücker Land setzen durchschnittlich drei unterschiedliche Rekrutierungswege ein. Es bestehen leichte Unterschiede je nach Betriebsgröße. Je größer ein Betrieb ist, desto mehr unterschiedliche Rekrutierungswege setzt er ein. Während Betriebe mit weniger als 10 Mitarbeitern im Mittel zwei unterschiedliche Rekrutierungsstrategien anwenden, setzen Unternehmen mit 150-249 Mitarbeitern durchschnittlich fünf unterschiedliche Rekrutierungswege ein. An der Erhebung hatte sich ein Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitern beteiligt. Dort werden sogar acht verschiedene Kanäle genutzt, um passende Mitarbeiter zu rekrutieren.

**Abbildung 24: Anzahl unterschiedlicher Rekrutierungswege der Unternehmen, je nach Betriebsgröße (Mittelwerte)**



## Überregionale Rekrutierung

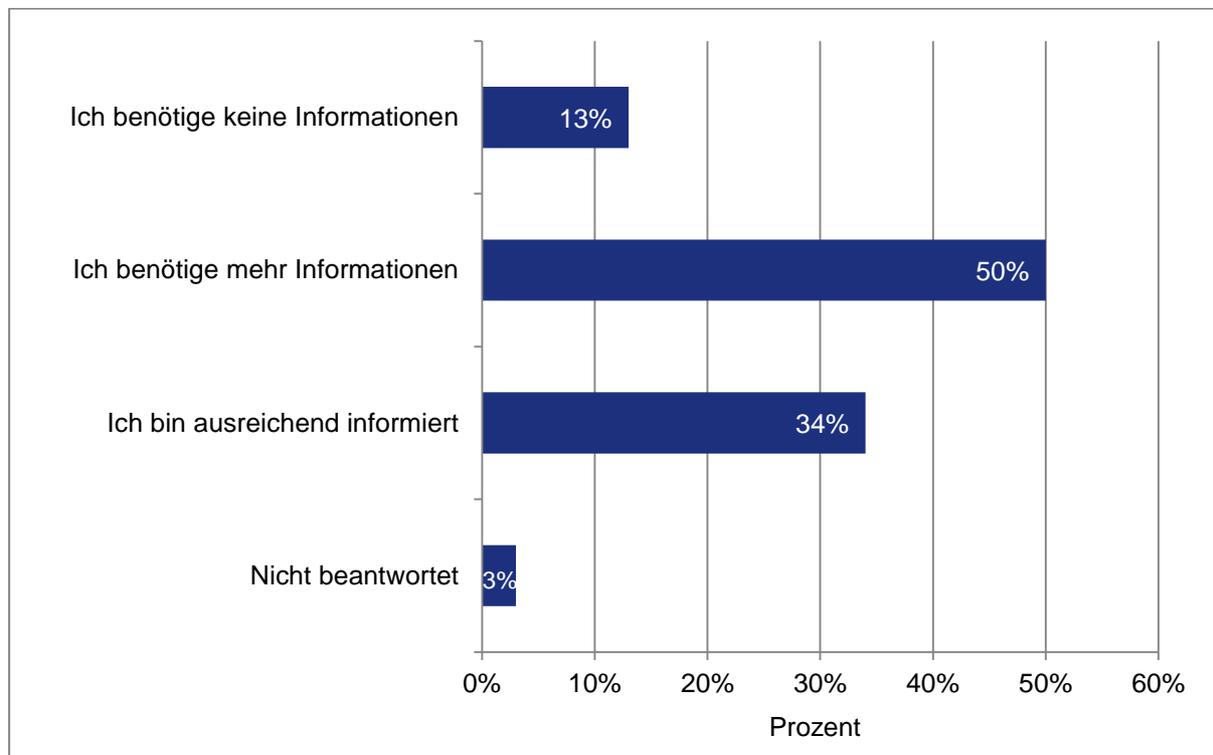
Die Unternehmen im Einzelhandel und im Großhandel wurden gefragt, ob sie ihre Personalsuche räumlich ausdehnen. Getrennt nach einzelnen Berufsgruppen wie Führungskräften, Fachkräften, Auszubildenden oder An- und Ungelernten konnten die Unternehmen ankreuzen, ob sie in ganz Niedersachsen und im angrenzenden Nordrhein-Westfalen, im gesamten Bundesgebiet oder sogar im Ausland nach Personal suchen. Die Ergebnisse sind eindeutig: Eine überregionale Personalrekrutierung spielt für die Handelsunternehmen im Osnabrücker Land keine Rolle.

Auffällig ist, dass 58% der Unternehmen überhaupt nicht auf die Frage antworten. Lediglich vier Unternehmen rekrutieren im Ausland Arbeitskräfte. Nur 20 Unternehmen suchen bundesweit nach Mitarbeitern und 35 Unternehmen dehnen die Personalsuche auf Niedersachsen und das angrenzende Nordrhein-Westfalen aus.

## Informationsbedarfe der Auszubildenden

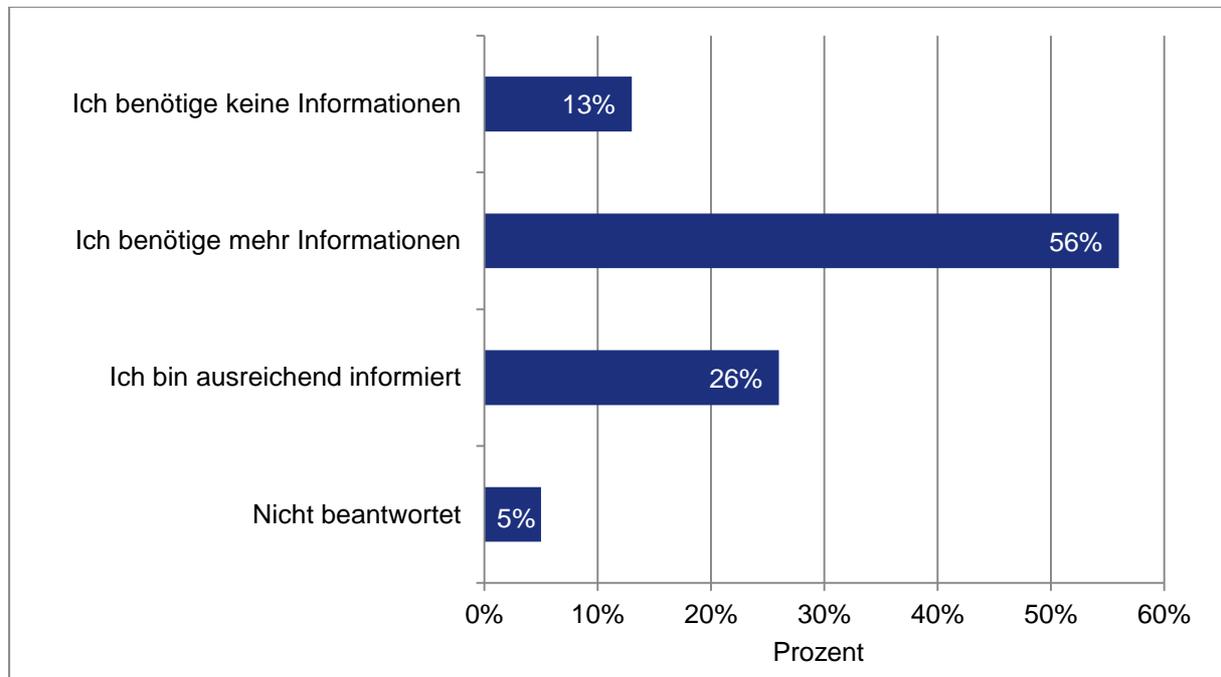
Zum Thema Ausbildungsplatzwahl, Berufsorientierung und Arbeitsmarkt finden im Landkreis und in der Stadt Osnabrück zahlreiche Veranstaltungen statt, und es existieren unterschiedliche weitere Informationsquellen. Die Auszubildenden im Handel wurden gefragt, ob sie sich ausreichend informiert fühlen über nachgefragte Berufe in der Region und über offene Ausbildungs- bzw. Arbeitsplätze. Die Hälfte der 521 befragten Auszubildenden gibt an, mehr Informationen über offene Stellenangebote zu benötigen. Gut ein Drittel ist nach eigener Aussage ausreichend informiert und 13% geben an, keine Informationen über offene Stellen zu benötigen.

**Abbildung 25: Informationsbedarf der Auszubildenden über offene Stellenangebote in der Region**



Ähnlich stellt sich die Situation dar, wenn die Frage auf grundsätzlich in der Region nachgefragte Berufe zielt. Auch mit Blick auf die von der regionalen Wirtschaft benötigten Berufe gibt gut die Hälfte der Auszubildenden an, mehr Informationen zu benötigen. Ebenfalls 13% antworten, keine Informationen zu benötigen, und 26% der Nachwuchskräfte fühlen sich ausreichend informiert.

**Abbildung 26: Informationsbedarf der Auszubildenden über nachgefragte Berufe in der Region**

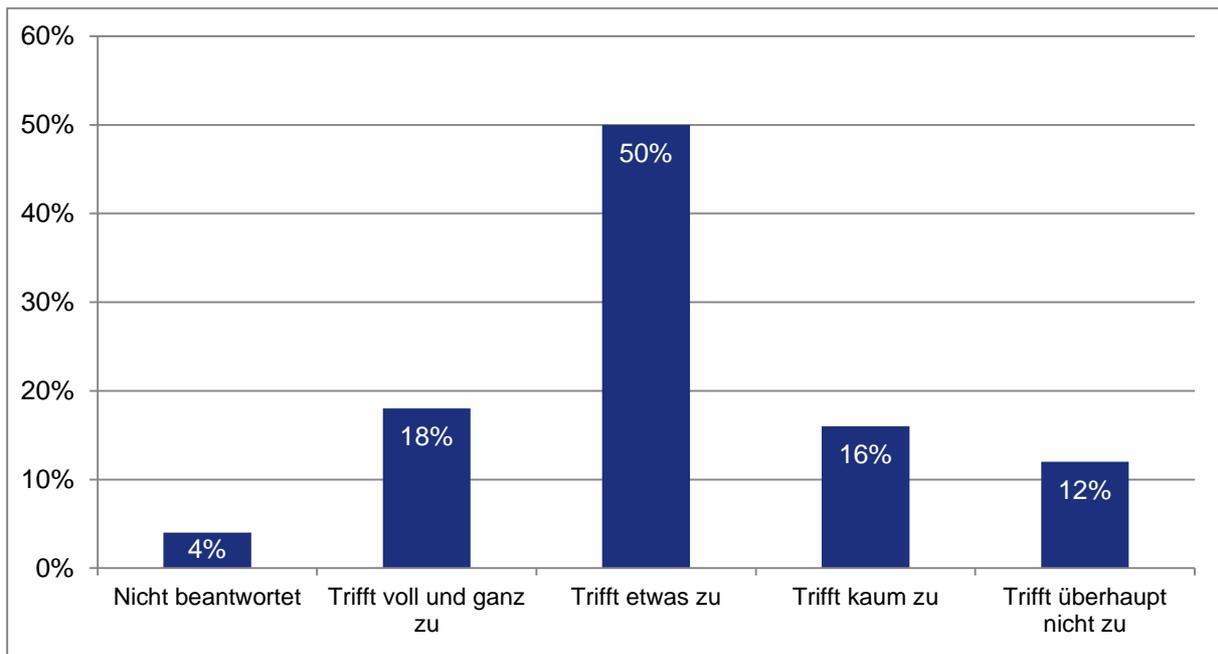


### 4.3 Vorstellungen zum Berufsleben

Die Nachwuchskräfte wurden nach ihren Vorstellungen zur beruflichen Zukunft befragt. In welcher Branche möchten sie nach Abschluss der Ausbildung arbeiten? Was sind die beruflichen Ziele? Wird eine Führungsposition angestrebt, eine Anstellung im erlernten Beruf oder eine Selbstständigkeit?

Die Auszubildenden sollten angeben, ob sie eine Ausbildung in ihrem Wunschberuf absolvieren oder nicht. Über eine vierstufige Skala, die von „*Trifft voll und ganz zu*“ und „*Trifft etwas zu*“, über „*Trifft kaum zu*“ bis „*Trifft überhaupt nicht zu*“ reichte, konnten die Nachwuchskräfte ihre Zustimmung bzw. Ablehnung mitteilen. Die nachstehende Grafik veranschaulicht das Antwortverhalten der Auszubildenden.

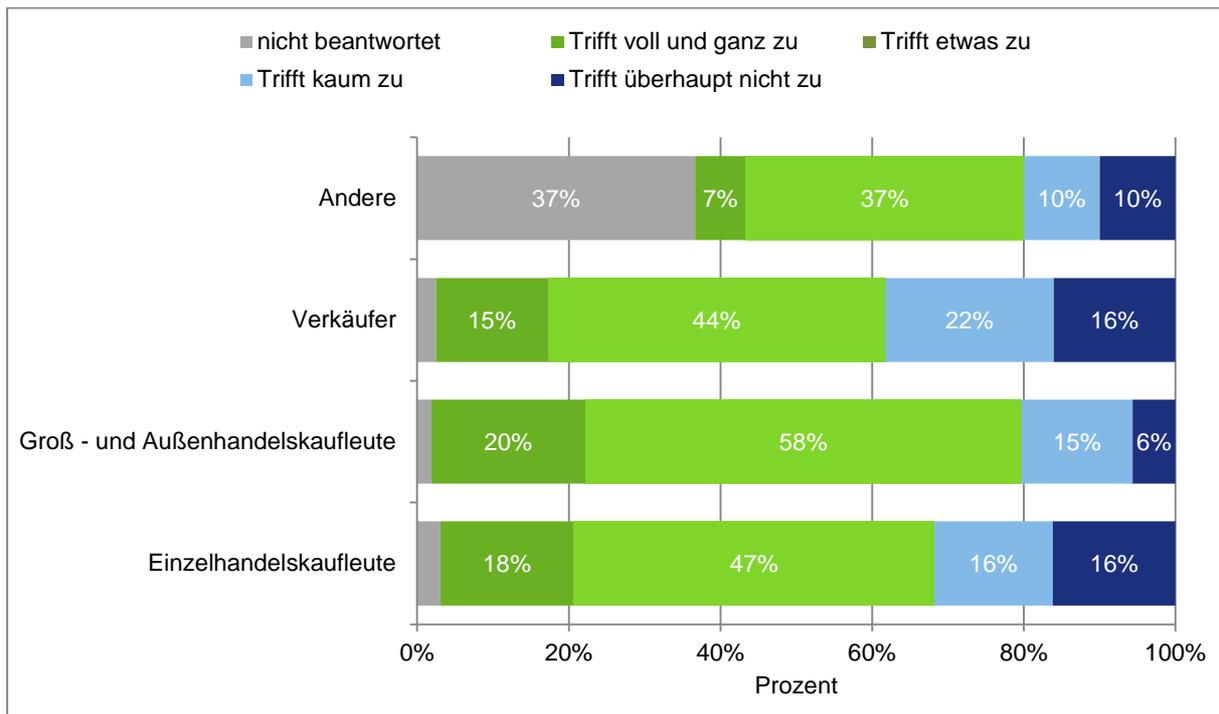
**Abbildung 27: Ich mache eine Ausbildung in meinem Wunschberuf**



Den Auszubildenden wurde die Aussage „Ich mache eine Ausbildung in meinem Wunschberuf“ vorgelegt. Sie wurden gebeten anzukreuzen, ob diese Aussage für sie selbst zutrifft oder nicht. Insgesamt 68% der Auszubildenden stimmen dieser Aussage voll und ganz oder zumindest etwas zu. 16% geben an, es trifft kaum zu, dass sie ihren Wunschberuf erlernen und 12% sagen, es trifft überhaupt nicht zu, dass sie eine Ausbildung in ihrem Wunschberuf machen.

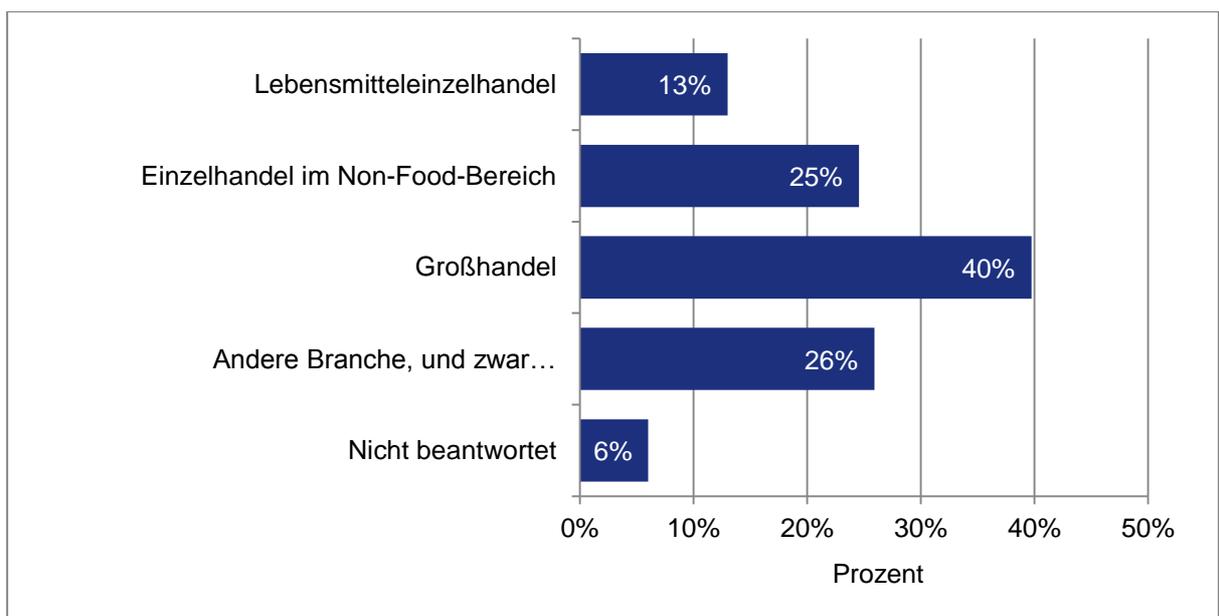
Betrachtet man die Antworten in Abhängigkeit vom Beruf, der erlernt wird, treten nur leichte Unterschiede auf. Die größte Übereinstimmung zwischen Wunschberuf und tatsächlich gewählter Ausbildung findet sich bei den Groß- und Außenhandelskaufleuten. In dieser Gruppe stimmen 78% der Aussage, dass man seinen Wunschberuf gewählt hat, voll oder etwas zu. Auf der anderen Seite finden sich in der Gruppe der Verkäufer die meisten jungen Menschen, die angeben, nicht ihren Wunschberuf zu erlernen. Der Aussage, man absolviere eine Ausbildung in seinem Wunschberuf stimmen von den Auszubildenden zum Verkäufer 38% lediglich „kaum“ oder „überhaupt nicht“ zu. Die folgende Abbildung veranschaulicht die Antworten auf diese Frage differenziert nach Ausbildungsberufen.

**Abbildung 28: Machen Sie eine Ausbildung in Ihrem Wunschberuf? (in Abhängigkeit vom Ausbildungsberuf)**



Die Frage „In welcher Branche möchten Sie künftig arbeiten?“ zielt auf die berufliche Zukunftsplanung nach Beendigung der Ausbildung. Bei der Frage waren Mehrfachantworten erlaubt, so dass insgesamt Prozentwerte von mehr als 100% zustande kommen. Die meisten Nennungen erhält der Großhandel mit 40%, gefolgt vom Einzelhandel im Non-Food-Bereich (25%) und dem Lebensmitteleinzelhandel (13%). Mehr als jeder vierte Auszubildende wählte die Kategorie „In einer anderen Branche und zwar...“. Unter den „anderen Branchen“ werden am häufigsten kaufmännische Tätigkeiten in der Industrie und im Textileinzelhandel genannt. Aber auch fachfremde Berufswünsche finden eine Erwähnung, wie z.B. Berufsfelder im Sozialbereich oder im Handwerk.

**Abbildung 29: In welcher Branche möchten Sie künftig arbeiten?**

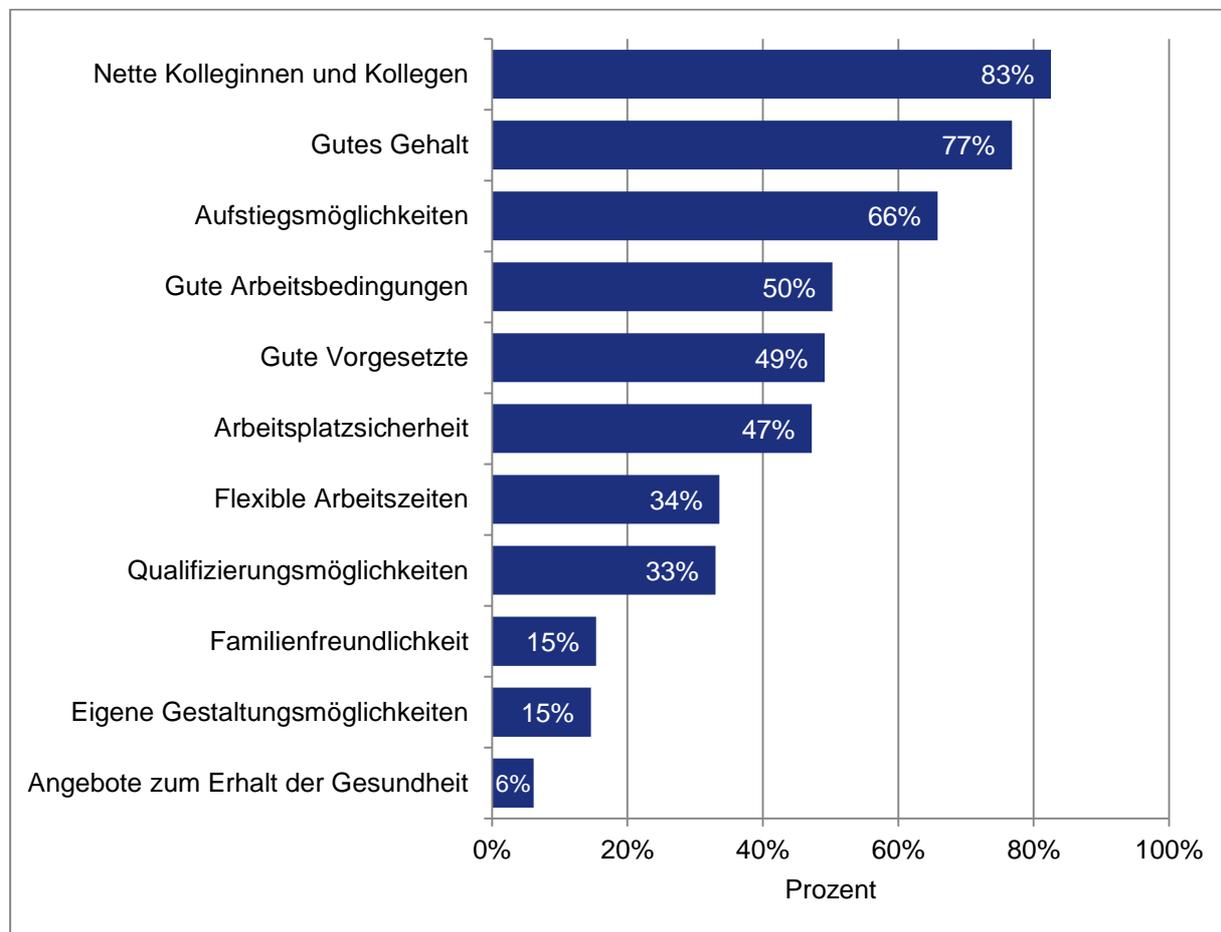


## Wichtige Kriterien für den künftigen Arbeitsplatz

Im regionalen Arbeitsmarktmonitoring werden die Nachwuchskräfte danach befragt, was ihnen an einem künftigen Arbeitsplatz wichtig ist. Aus elf vorgegebenen Kriterien konnten die Nachwuchskräfte insgesamt fünf Kriterien auswählen. Die Ergebnisse zeigen, dass „*nette Kolleginnen und Kollegen*“ das wichtigste Kriterium ist. Es wird von 83% aller befragten Auszubildenden genannt. Bedenkt man, dass die Arbeitgeber als wichtigste Maßnahme gegen den Fachkräftemangel „*die Schaffung eines positiven Betriebsklimas*“ nennen, findet das Ergebnis hier seine Entsprechung. An zweiter Stelle wird ein „*gutes Gehalt*“ genannt (77%) und an dritter Position folgen „*Aufstiegsmöglichkeiten*“ (66%). Mit etwas Abstand sind für die Hälfte der Nachwuchskräfte „*gute Arbeitsbedingungen*“ und „*gute Vorgesetzte*“ wichtig an ihrem künftigen Arbeitsplatz.

Keine Rolle spielen „*Angebote zum Erhalt der Gesundheit*“, die nur von 6% der befragten Auszubildenden als wichtig angesehen werden. Auch „*eigene Gestaltungsmöglichkeiten*“ und „*Familienfreundlichkeit*“ haben für die jungen Menschen keine Priorität.

**Abbildung 30: Was ist Ihnen an einem künftigen Arbeitsplatz wichtig? (Befragung von Auszubildenden)**



Eine genauere Analyse der Ergebnisse in Abhängigkeit vom Schulabschluss der Auszubildenden liefert keine gravierenden Unterschiede. Auffällig ist jedoch, dass für Hauptschüler das Gehalt eine geringere Rolle spielt als für Absolventen anderer Schulen. Während das Gehalt von 84% der Auszubildenden mit Realschulabschluss genannt wird, sind es von denjenigen mit Hauptschulabschluss nur 63%. Die „*Aufstiegsmöglichkeiten*“ spielen für die Nachwuchskräfte, die zuvor einen Hauptschulabschluss erworben haben, die geringste Rolle. Mit steigendem Bildungsabschluss wird dieses Kriterium wichtiger.

Die größten Unterschiede im Antwortverhalten treten bei dem Kriterium „*eigene Gestaltungsmöglichkeiten*“ auf. Diese sind für die höher qualifizierten Auszubildenden mit Abitur oder Fachhochschulreife wichtiger. „*Eigene Gestaltungsmöglichkeiten*“ werden von 5% der Auszubildenden mit Hauptschulabschluss genannt, während es bei denjenigen mit Abitur 17% und bei denjenigen mit Fachhochschulreife 23% sind.

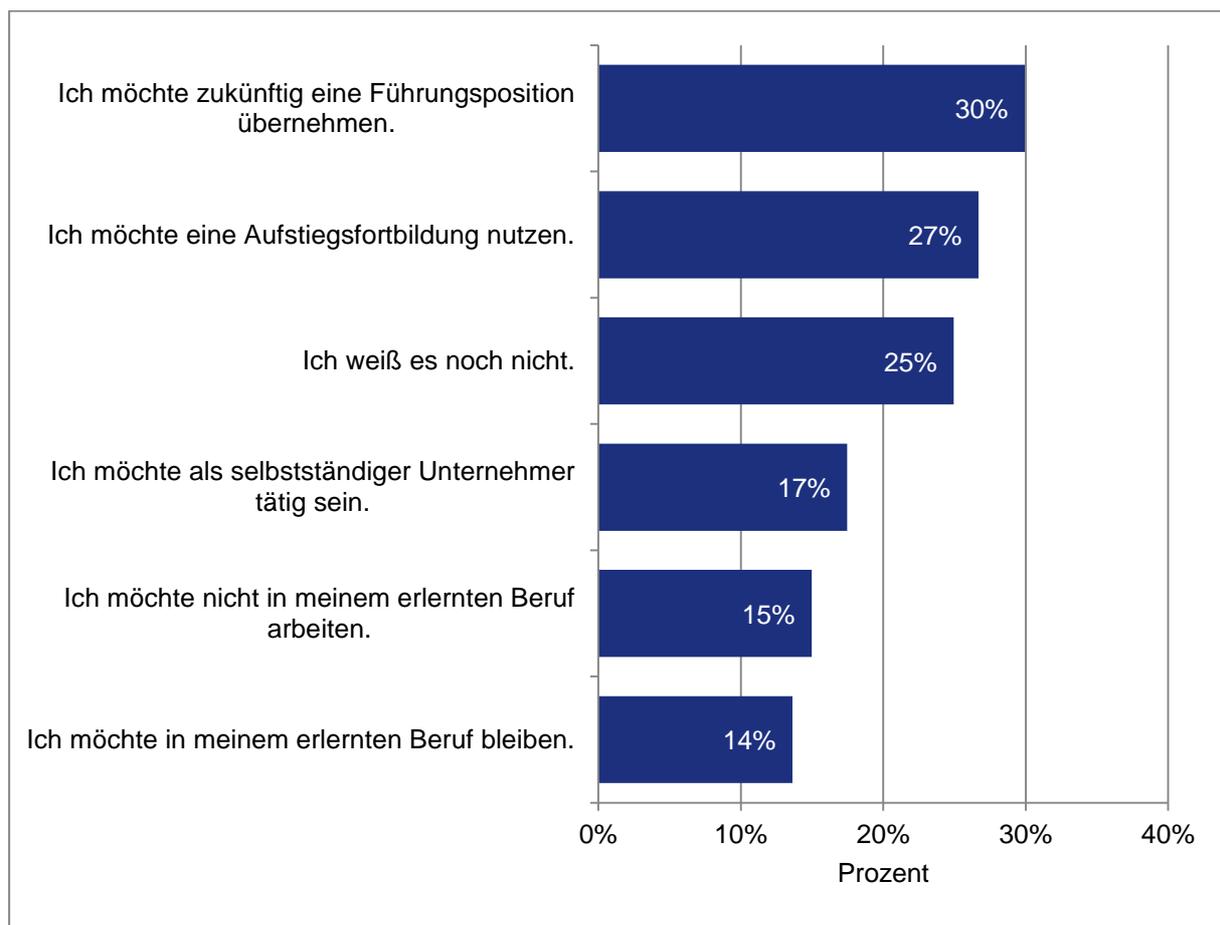
Eine geschlechtsspezifische Analyse der Antworten liefert keine gravierenden Unterschiede. In den meisten Fällen sind für weibliche und männliche Auszubildende die Kriterien annähernd gleich wichtig.

### Berufliche Ziele der Nachwuchskräfte

Die Auszubildenden wurden ferner zu ihrer beruflichen Zukunft befragt. Inwieweit wollen die Nachwuchskräfte in ihrem erlernten Beruf bleiben oder möglicherweise eine Aufstiegsfortbildung absolvieren? Wie viele Auszubildende streben später eine Führungsposition an oder möchten sich selbstständig machen? Auch bei dieser Frage waren Mehrfachantworten erlaubt, was dazu führt, dass die Angaben insgesamt 100% übersteigen können.

Fast ein Drittel aller Auszubildenden (30%) möchte in seiner beruflichen Laufbahn eine Führungsposition übernehmen. 27% geben an, eine Aufstiegsqualifizierung anzustreben. Jeder vierte Auszubildende kann zur beruflichen Zukunft noch keine Angaben machen. 17% machen die kaufmännische Ausbildung, um sich später selbstständig zu machen. 14% wissen bereits heute, dass sie in ihrem erlernten Beruf bleiben wollen und 15% sind sich bereits heute sicher, dass sie nicht in ihrem erlernten Beruf arbeiten möchten.

**Abbildung 31: Vorstellungen der Auszubildenden zur beruflichen Zukunft**

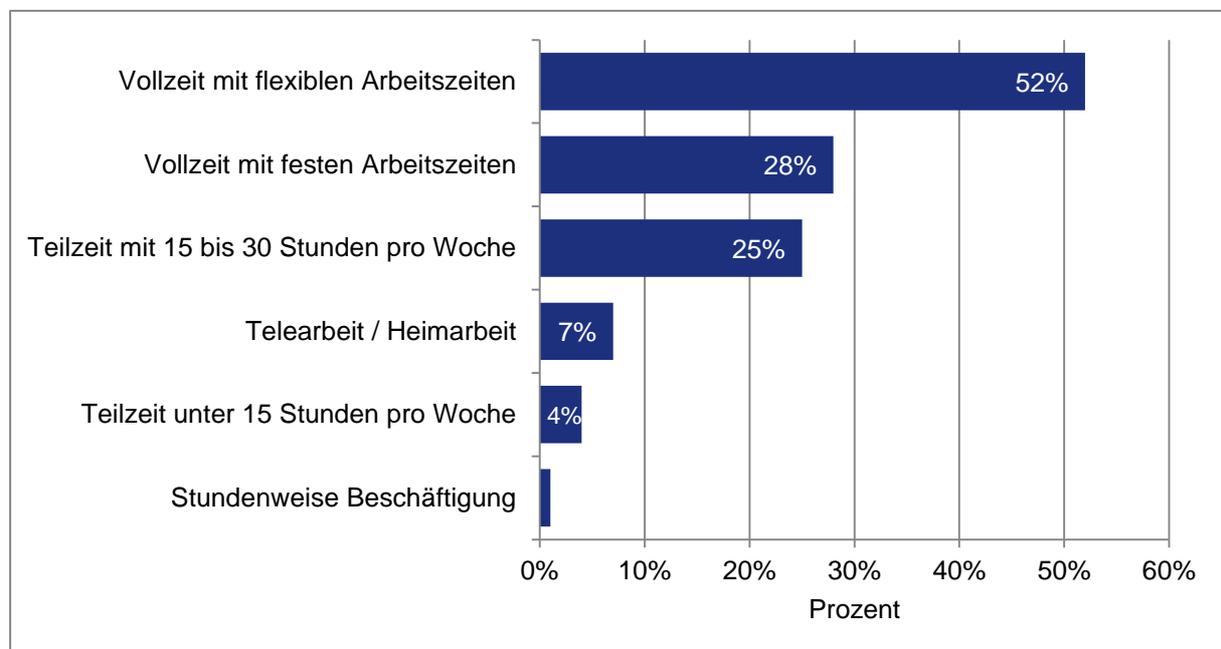


## Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Die Auszubildenden zum Groß- und Außenhandelskaufmann, zum Einzelhandelskaufmann und zum Verkäufer wurden auch zum Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf befragt. Für den Fall, dass sich die Frage der Vereinbarkeit von Familie und Beruf stellt, sollten die Nachwuchskräfte angeben, welche Arbeitszeit eine gute Vereinbarkeit gewährleisten würde. Diese Frage wird für die meisten Auszubildenden und Studierenden noch eine Frage mit Blick in die Zukunft darstellen, da anzunehmen ist, dass die meisten Nachwuchskräfte sich noch nicht in der Phase der Familiengründung befinden. Trotzdem haben 97% der Auszubildenden auf diese Frage geantwortet.

52% der Nachwuchskräfte, die auf diese Frage geantwortet haben, wünschen sich eine Vollzeitstelle mit flexiblen Arbeitszeiten. 28% bevorzugen eine Vollzeitstelle mit festen Arbeitszeiten. 25% möchten gerne eine Teilzeitstelle mit 15 bis 30 Arbeitsstunden pro Woche. Für 7% würde Heimarbeit oder Telearbeit eine gute Möglichkeit darstellen, Beruf und Familie zu vereinbaren.

**Abbildung 32: Gewünschte Arbeitszeiten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf von Auszubildenden**



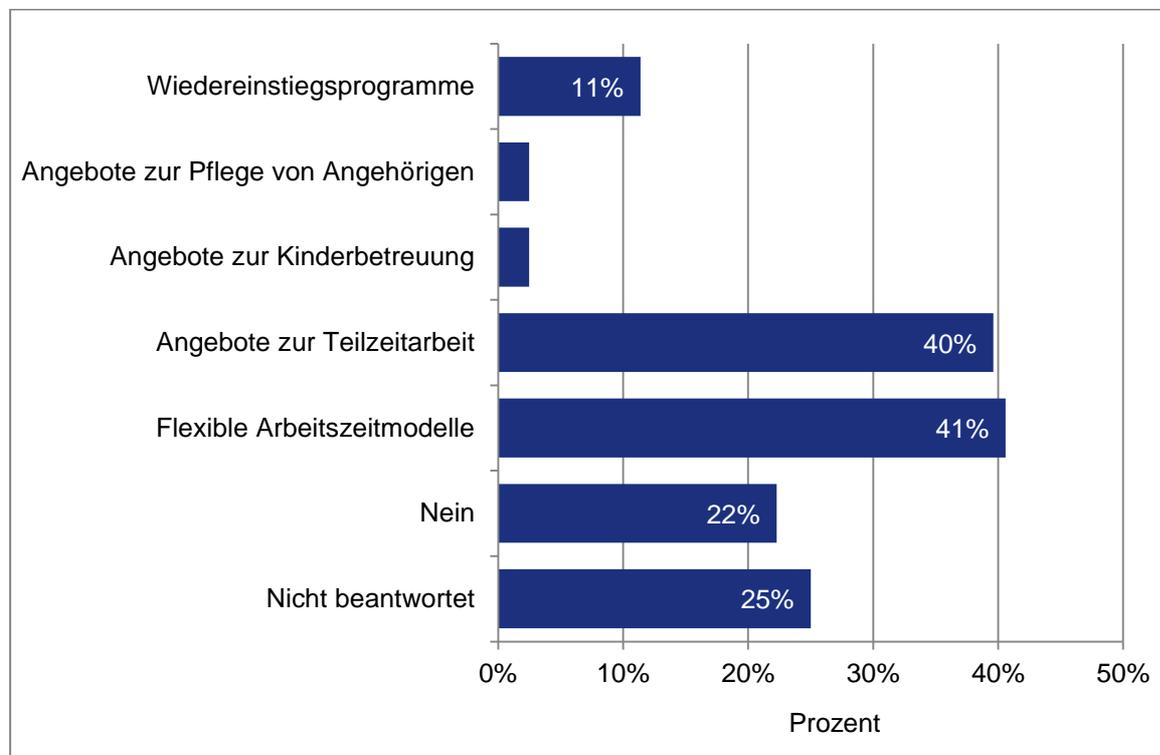
Analysiert man das Antwortverhalten geschlechterbezogen, wird deutlich, dass Männer häufiger Vollzeitverhältnisse bevorzugen und Frauen Teilzeitarbeitsverhältnisse häufiger nennen als die Männer. Eine flexible Vollzeitstellung wird von 46% der Frauen, aber von 59% der Männer gewünscht. Auf der anderen Seite haben nur 12% der Männer eine Teilzeitstelle mit 15-30 Stunden genannt, während 36% der Frauen der Meinung sind, dass dieses Arbeitszeitmodell die beste Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermöglicht.

## Angebote der Unternehmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Auch die Unternehmen wurden gefragt, ob sie ihren Mitarbeitern Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf machen und welche Angebote das sind. Dazu konnten die Arbeitgeber aus vorgegebenen Maßnahmen auswählen. Mehrfachantworten waren erlaubt. Auf die Frage haben 25% der Unternehmen keine Antwort gegeben. Weitere 22% haben auf die Frage, ob sie Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf machen mit „Nein“ geantwortet. Insgesamt 47% aller Unternehmen haben somit die Frage verneint oder nicht beantwortet.

Am häufigsten bieten Unternehmen „flexible Arbeitszeitmodelle“ (41%) an oder machen „Angebote zur Teilzeitarbeit“ (40%). 11% antworten, „Wiedereinstiegsprogramme“ anzubieten. Lediglich 2% halten „Angebote zur Kinderbetreuung“ bereit, und ebenfalls 2% der Unternehmen machen „Angebote zur Pflege von Angehörigen“.

**Abbildung 33: Angebote der Unternehmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf**



#### 4.4 Attraktivität der Region

Das folgende Kapitel befasst sich mit der Attraktivität des Osnabrücker Landes für Arbeitnehmer. Vor dem Hintergrund eines möglicherweise bereits vorherrschenden oder künftig erwartbaren Fachkräftemangels, hat auch die Attraktivität der Region einen Einfluss auf die Personalakquise. Kriterien, wie z.B. Bildungs- und Freizeitangebote, Infrastruktur, Einkaufsmöglichkeiten oder Kinderbetreuungsangebote haben einen Einfluss auf die Entscheidung eines Bewerbers für oder gegen ein Stellenangebot. Aus diesem Grund wurden die Unternehmen des Groß- und Einzelhandels in Stadt und Landkreis Osnabrück gefragt, ob sie schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass die Region Osnabrück für Arbeitnehmer oder Auszubildende nicht attraktiv ist und was die Gründe dafür waren. An anderer Stelle wurden die Arbeitgeber gefragt, wer ihrer Meinung nach dafür verantwortlich ist, Maßnahmen zur Erhaltung oder Erhöhung der Attraktivität der Region umzusetzen. Auf der anderen Seite wurden die Nachwuchskräfte gefragt, was die Region Osnabrück für sie attraktiv macht und ob sie sich mit der Region Osnabrück verbunden fühlen.

##### Aus Sicht der Arbeitgeber

Die Arbeitgeber wurden gefragt, ob sie schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass die Region Osnabrück für Arbeitnehmer oder für Auszubildende nicht attraktiv ist und was gegebenenfalls die Gründe dafür waren. 38 Arbeitgeber haben die Erfahrung gemacht, dass „Fehlende Arbeitsplatzangebote für (den/die) Partner/in“, „schlechte Verkehrsanbindungen“ oder ein fehlendes „attraktives Wohnungsangebot“ in Stadt und Landkreis Osnabrück Negativfaktoren für die Attraktivität der Region waren.

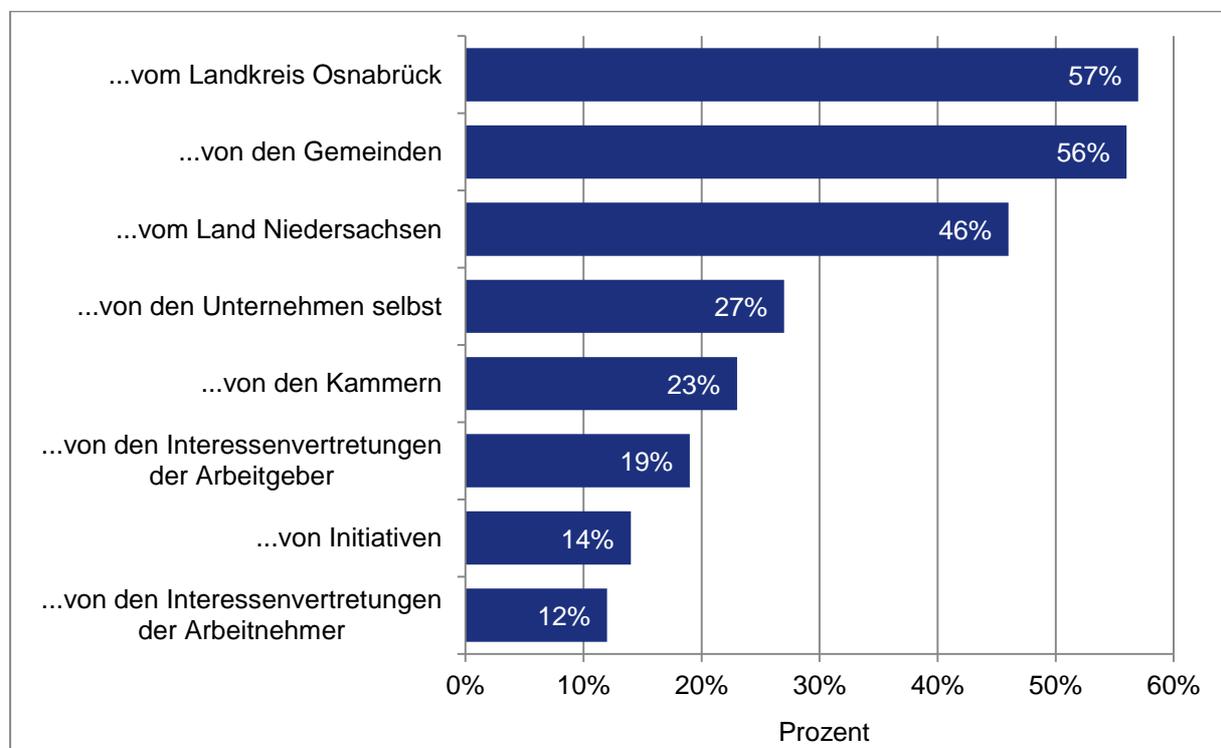
Es ist zu erkennen, dass das meistgenannte Kriterium der Unternehmen aus der Stadt das fehlende „*attraktive Wohnungsangebot*“ ist. Von den Unternehmen im Landkreis wird am häufigsten die „*schlechte Verkehrsanbindung*“ genannt.

Die Frage nach der Attraktivität der Region wurde gesondert mit Blick auf die Auszubildenden gestellt. Haben Unternehmen bereits die Erfahrung gemacht, dass die Region für Auszubildende nicht attraktiv ist? Hier antworten noch weniger Unternehmen. Lediglich 20 Unternehmen haben bereits diese Erfahrung gemacht. 11 dieser 20 Unternehmen benennen eine „*schlechte Verkehrsanbindung*“ als Ursache dafür, dass die Region Osnabrück für Auszubildende nicht attraktiv ist. Die anderen vorgegebenen Kriterien wurden nur sehr vereinzelt genannt und bedürfen hier keiner differenzierten Betrachtung.

Das Thema mangelnde Attraktivität der Region spielt sowohl mit Blick auf die Rekrutierung von Arbeitskräften, als auch mit Blick auf die Rekrutierung von Auszubildenden für die Unternehmen im Handel kaum eine Rolle.

Die Unternehmen wurden auch befragt, wen sie in der Verantwortung sehen, Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region umzusetzen. Auch bei dieser Frage waren Mehrfachantworten möglich, was die Prozentwerte von mehr als 100% erklärt. Die Ergebnisse sind insofern eindeutig, als die Unternehmen sehr klar die Öffentliche Hand in der Verantwortung sehen. Die meisten Nennungen erhielten der Landkreis Osnabrück (57%) und die Gemeinden (56%). Vom Land Niedersachsen erwarten 46% der Unternehmer Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region. 27% der Unternehmen sehen sich als Arbeitgeber in der Verantwortung. Von den Kammern erwartet etwa jedes vierte Unternehmen entsprechende Maßnahmen. Eine weniger große Rolle spielen aus Sicht der Unternehmen die Interessenvertretungen der Arbeitgeber (19%), Initiativen (14%) und die Interessenvertretungen der Arbeitnehmer (12%).

**Abbildung 34: Von wem erwarten Sie Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region? (aus Arbeitgebersicht)**



Die Meinung der Institutionen deckt sich mit der Einschätzung der Unternehmen. Auch die Institutionen sehen in erster Linie den Landkreis Osnabrück, die Stadt Osnabrück und die Gemeinden in der Verantwortung, Maßnahmen zur Erhöhung der Attraktivität in der Region umzusetzen.

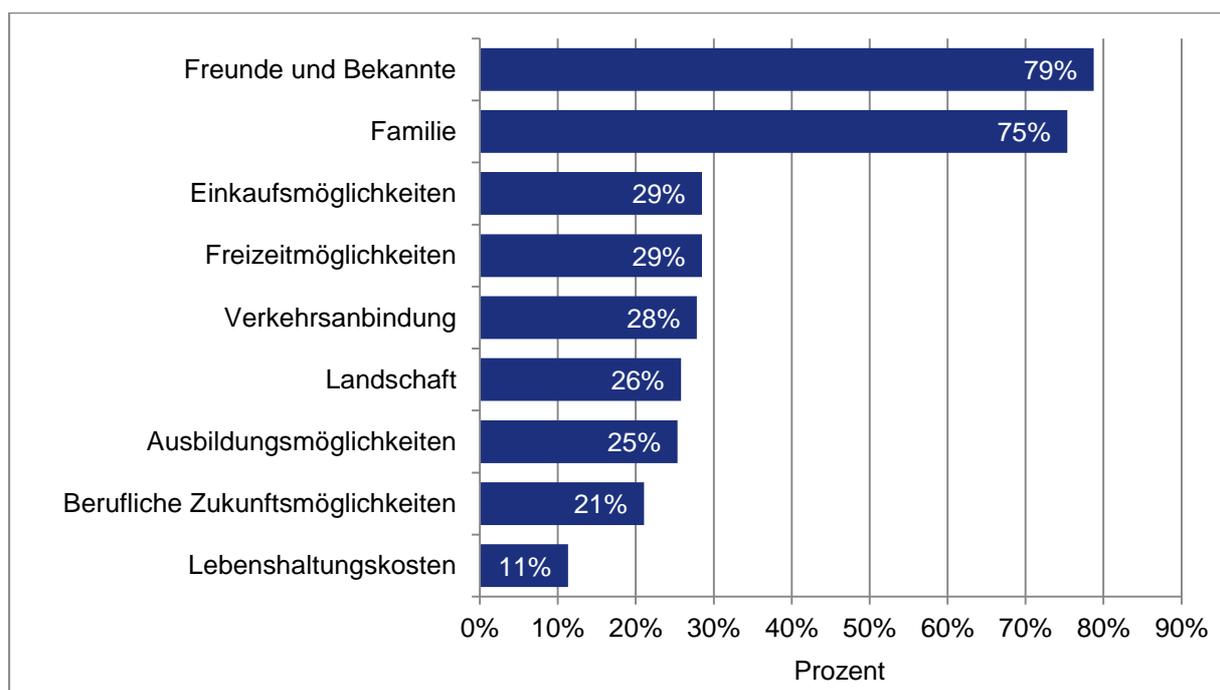
### Aus Sicht der Auszubildenden

Die Auszubildenden wurden gefragt, ob sie in der Stadt oder im Landkreis Osnabrück wohnen und was die Region für sie attraktiv macht. Eine weitere Frage klärt, inwieweit sich die Nachwuchskräfte mit der Region verbunden fühlen, ob sie ihre Zukunft in der Region Osnabrück sehen und ob es ihnen schwer fallen würde, von hier wegzuziehen.

Bei der Frage danach, was die Region für die hier wohnenden Auszubildenden attraktiv macht, konnten aus vorgegebenen Kriterien mehrere ausgewählt werden. Die Frage richtete sich nur an Auszubildende, die auch im Landkreis oder in der Stadt Osnabrück wohnen. Wie bereits in Kapitel 3.2 dargestellt, leben 56% aller befragten Auszubildenden im Landkreis Osnabrück und 30% der Auszubildenden in der Stadt Osnabrück. Somit reduziert sich die Grundgesamtheit bei dieser Frage auf 449 Personen. Eine Antwort auf die Frage haben 442 Auszubildende gegeben, so dass dieser Wert als Basis für die weiteren Berechnungen maßgeblich ist.

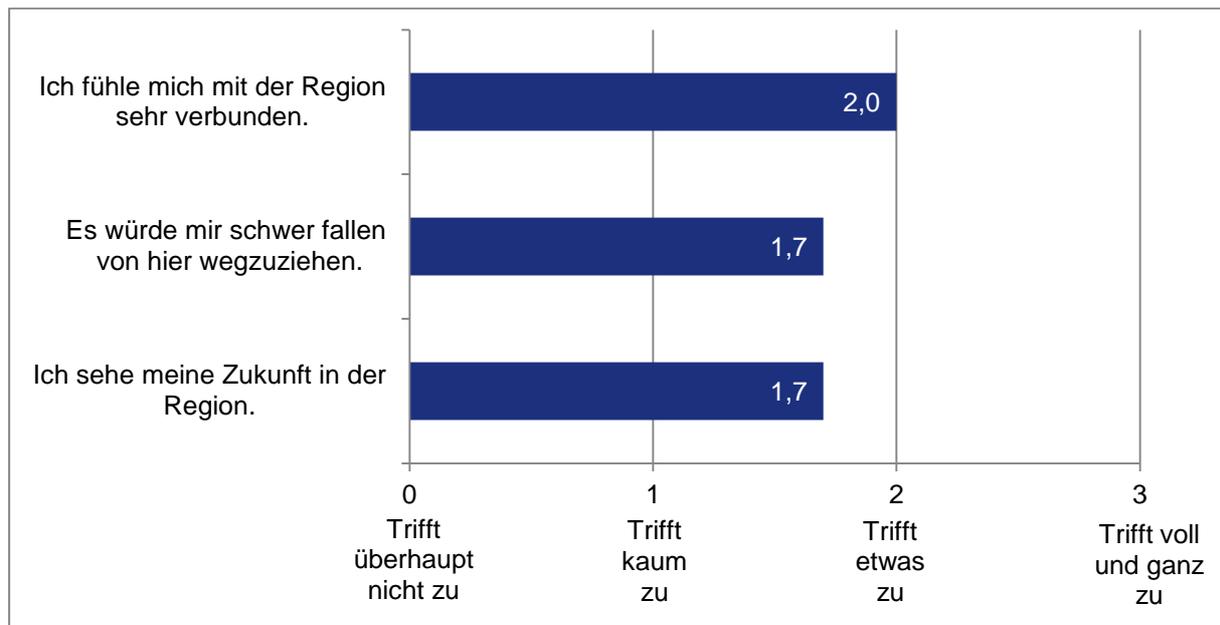
Es sind vor allen Dingen zwei Kriterien, aufgrund derer das Osnabrücker Land für die hier lebenden Nachwuchskräfte attraktiv ist. Für 79% sind es „Freunde und Bekannte“ und für 75% der Auszubildenden ist es die „Familie“. Zu den weiteren Kriterien besteht dann schon ein größerer Abstand. Noch für knapp jeden dritten Auszubildenden machen die „Einkaufsmöglichkeiten“ (29%) bzw. die „Freizeitmöglichkeiten“ (29%) die Region attraktiv. Für etwa jede vierte Nachwuchskraft im Handel sind es die „Verkehrsanbindung“ (28%) und die „Landschaft“ (26%), die die Region attraktiv machen. 25% der Auszubildenden heben die „Ausbildungsmöglichkeiten“ hervor, und für 21% machen die „Beruflichen Zukunftsmöglichkeiten“ die Region attraktiv. Letztlich benennen 11% der Nachwuchskräfte die „Lebenshaltungskosten“.

**Abbildung 35: Was macht die Region für Sie persönlich attraktiv? (Befragung von Auszubildenden)**



Um die Bindung an die Region genauer zu erfassen, wurden den Auszubildenden drei Aussagen vorgelegt. Sie konnten jeweils auf einer vierstufigen Skala angeben, inwieweit diese Aussagen auf sie zutreffen. Die Nachwuchskräfte wurden gebeten, zu der Aussage „*Ich fühle mich mit der Region sehr verbunden*“ ihre Zustimmung zu gewichten. Die vier Auswahlmöglichkeiten reichten von „*Trifft überhaupt nicht zu*“ bis „*Trifft voll und ganz zu*“. Entsprechend sollte die Zustimmung zu den Aussagen „*Es würde mir schwer fallen von hier wegzuziehen*“ und „*Ich sehe meine Zukunft in der Region*“ gewichtet werden.

**Abbildung 36: Bindung der Auszubildenden an die Region (Mittelwerte)<sup>12</sup>**



Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels ist es für eine langfristig positive Entwicklung am Arbeitsmarkt wichtig für eine Region, junge und gut ausgebildete Fachkräfte in der Region zu halten. Grundsätzlich stimmen die Auszubildenden den Aussagen eher zu. Am stärksten zeigt sich die Zustimmung noch zu der Aussage „*Ich fühle mich mit der Region sehr verbunden*“. Im Mittel geben die Auszubildenden an, dass die Aussage „*etwas*“ zutrifft. Für die beiden anderen Aussagen ist die Zustimmung etwas schwächer, kann aber grundsätzlich noch als leichte Zustimmung gewertet werden. Eine wirklich starke Bindung der Nachwuchskräfte an die Region kann nicht konstatiert werden. Allerdings kann grundsätzlich von einer Zustimmung zu den Aussagen gesprochen werden. Es ist in erster Linie aber das soziale Umfeld, das eine Bindung an die Region entstehen lässt. Gute Infrastruktur, abwechslungsreiche Kulturangebote, gute Einkaufsmöglichkeiten oder die beruflichen Zukunftsmöglichkeiten spielen für die Auszubildenden nur eine untergeordnete Rolle.

#### 4.5 Alterung der Belegschaft

In diesem Kapitel wird das Kriterium „*Alterung der Belegschaft*“ analysiert. Die Unternehmen wurden gefragt, ob sie das Durchschnittsalter ihrer Belegschaft kennen und falls ja, wie hoch es ist. Die Arbeitgeber wurden weiterhin gefragt, ob sie bereits eine Altersstrukturanalyse in ihrem Betrieb durchgeführt und aufgrund der Ergebnisse Maßnahmen eingeleitet haben.

53% aller Unternehmen teilen mit, dass sie eine altersmäßig gemischte Belegschaft haben. Rund 15% sind in der Situation, eine eher junge Belegschaft zu beschäftigen und lediglich

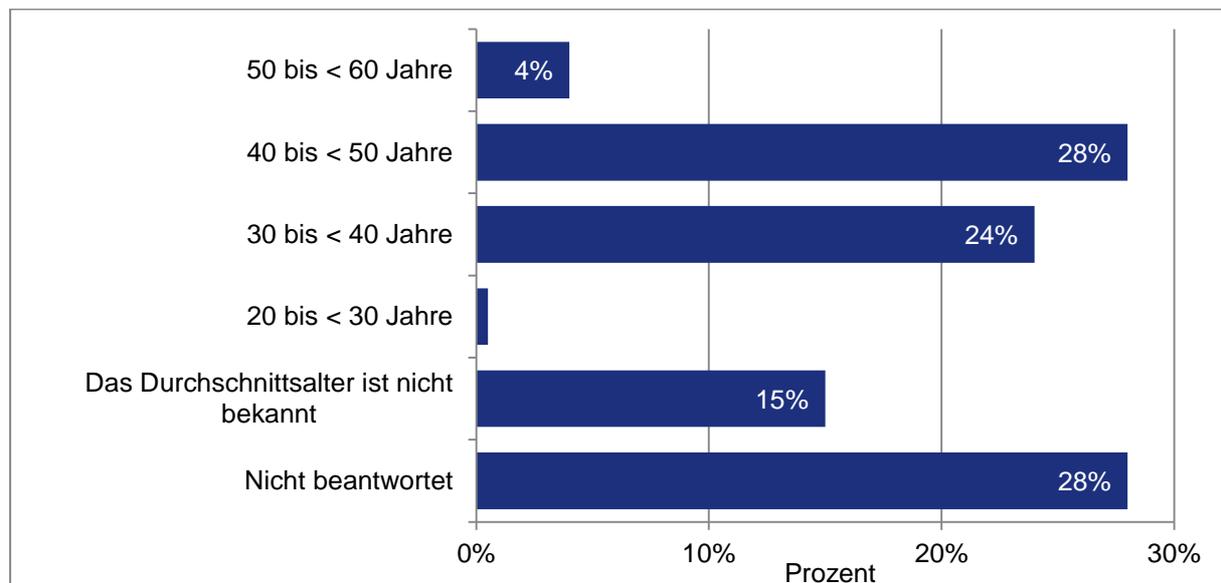
<sup>12</sup> Mittelwert einer vierstufigen Skala von 0 = „*Trifft überhaupt nicht zu*“ bis 3 = „*Trifft voll und ganz zu*“. Je höher also der ausgewiesene Mittelwert, desto höher ist die Zustimmung zu einer Aussage.

5% geben an, eine überalterte Belegschaft zu haben. 27% der Unternehmer haben keine Antwort gegeben.

Etwa ein Viertel der Unternehmen hat bereits eine Altersstrukturanalyse durchgeführt. 46% haben dies bisher nicht getan. Von den 52 Betrieben, die bereits eine Altersstrukturanalyse durchgeführt haben, hat die Mehrheit im Anschluss auch Maßnahmen umgesetzt oder zumindest geplant. Nur 19 Unternehmen haben in Folge der Altersstrukturanalyse keine Maßnahmen umgesetzt. Fast alle Unternehmen, die Maßnahmen eingeleitet haben, taten dies in Eigenregie ohne externe Unterstützung. Lediglich ein Unternehmen hatte betriebsexterne Unterstützung in Anspruch genommen und zwei Unternehmen, die momentan Maßnahmen planen, hätten Interesse an einer externen Unterstützung. Grundsätzlich lässt sich somit festhalten, dass nur eine Minderheit von dem Instrument der Altersstrukturanalyse gebraucht macht, falls es jedoch eingesetzt wurde, hat dies in der Folge auch weitere Anpassungsmaßnahmen nach sich gezogen.

Auf die direkte Frage nach dem Durchschnittsalter der Belegschaft, haben 15% geantwortet, dass das Durchschnittsalter der eigenen Belegschaft nicht bekannt sei. 115 Unternehmen haben das Durchschnittsalter ihrer Beschäftigten angegeben. Über die gesamte Branche hinweg beläuft sich das Durchschnittsalter auf 40,3 Jahre.

**Abbildung 37: Durchschnittsalter der Belegschaften laut Angabe der Arbeitgeber**



Von den Institutionen macht die Hälfte ein Angebot, um Unternehmen bei einer Altersstrukturanalyse zu unterstützen. Zwei Institutionen geben an, dass eigene Experten die Unternehmen direkt beraten. Fünf Institutionen vermitteln entsprechende Kontakte zu externen Anbietern.

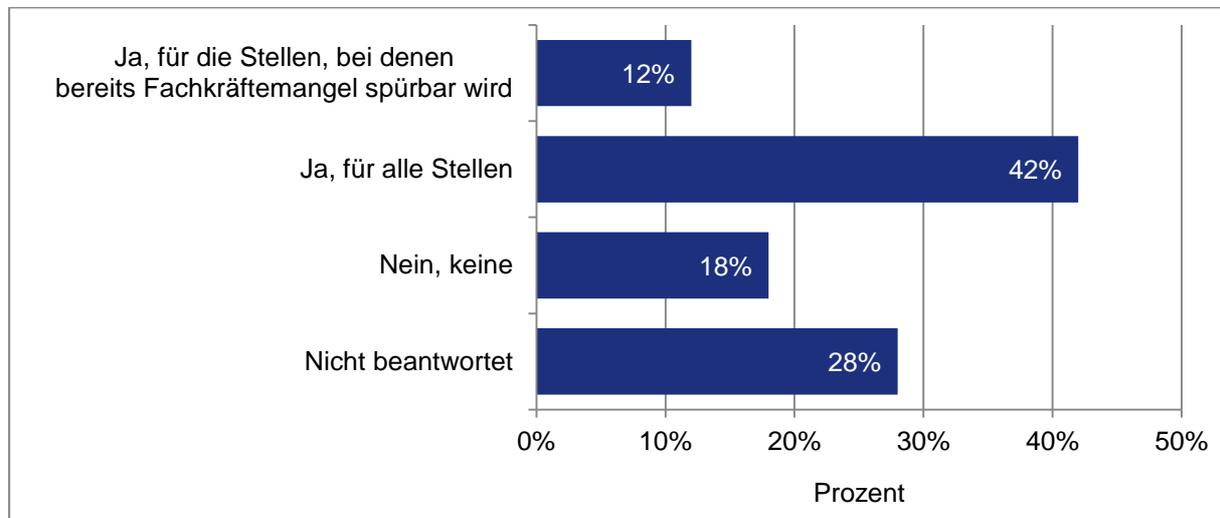
#### 4.6 Anforderungsprofile

Anforderungsprofile beschreiben, welche Kenntnisse, Fähigkeiten und persönlichen Eigenschaften ein Stelleninhaber haben sollte und stellen fest, welche Befugnisse, Aufgaben und Verantwortlichkeiten ein Stelleninhaber hat.

Die Unternehmen des Einzelhandels und des Großhandels in Stadt und Landkreis Osnabrück wurden zum Vorliegen von Anforderungsprofilen befragt. 42% der befragten Betriebe haben für alle Stellen Anforderungsprofile erstellt und 12% der Unternehmen haben zumindest Anforderungsprofile für die Stellen vorliegen, bei denen ein Fachkräftemangel bereits

spürbar wird. Knapp jedes fünfte Unternehmen (18%) hat keine Anforderungsprofile für die Mitarbeiter vorliegen. 28% der Unternehmen haben die Frage nicht beantwortet.

**Abbildung 38: Gibt es in Ihrem Unternehmen Anforderungsprofile für die Stellen?**



Es bestehen keine signifikanten Unterschiede beim Vorliegen von Anforderungsprofilen in Abhängigkeit von der Betriebsgröße. In der Vergangenheit wurde in anderen Branchen festgestellt, dass in kleineren Betrieben seltener Anforderungsprofile vorliegen als in größeren Unternehmen<sup>13</sup>. Im Handel ist hier keine Abhängigkeit von der Unternehmensgröße zu erkennen. Teilweise haben kleine Betriebe mit weniger als 10 Mitarbeitern häufiger Anforderungsprofile für alle Stellen vorliegen als z.B. Unternehmen mit 10-49 Mitarbeitern. Auf der anderen Seite sind auch bei den größeren Unternehmen die Antworten sehr unterschiedlich, und es kann nicht festgestellt werden, dass die Anzahl der Unternehmen, die für alle Stellen Anforderungsprofile vorliegen haben, mit steigender Betriebsgröße zunimmt.

### Informationsbedarfe der Arbeitgeber

Die Ausbildungs- und Studienlandschaft in Deutschland befindet sich stetig im Wandel. Regelmäßig entstehen neue Ausbildungsberufe, und bestehende Berufsbilder werden zusammengefasst oder abgewandelt. Ähnliches gilt für die Studiengänge. Studieninhalte werden an aktuelle Entwicklungen und an Anforderungen der Wirtschaft und Wissenschaft angepasst. Vor dem Hintergrund der Zuwanderung nach Deutschland gewinnen gleichzeitig im Ausland erworbene Abschlüsse an Bedeutung. Oft herrscht Unklarheit oder Unsicherheit über die Inhalte einer im Ausland absolvierten Ausbildung oder des absolvierten Studiums. Auch die Anerkennung von im Ausland erworbenen (Berufs-)Abschlüssen in Deutschland ist trotz politischer und rechtlicher Bemühungen in diesem Bereich nach wie vor ein wichtiges Thema.

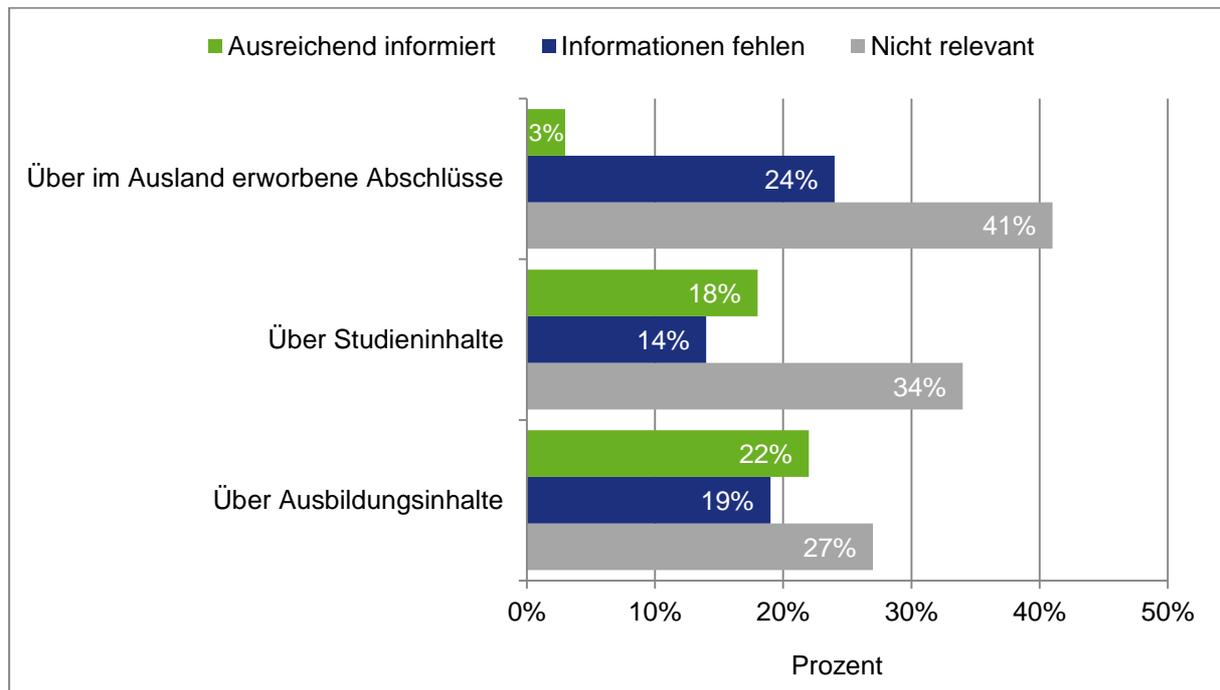
Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen möchte das regionale Arbeitsmarktmonitoring klären, inwieweit die Arbeitgeber im Handel über die Inhalte von Ausbildungs- und Studiengängen sowie über die Inhalte von ausländischen Abschlüssen informiert sind und ob sie sich ausreichend über die Eingruppierung der entsprechenden Abschlüsse informiert fühlen.

Mit Blick auf die Ausbildungsinhalte von Berufsausbildungen, von Studiengängen und von im Ausland erworbenen Abschlüssen fällt zunächst auf, dass viele Unternehmen eine Information für nicht relevant halten. Etwa jeder fünfte Arbeitgeber (22%) ist diesbezüglich ausreichend informiert. Auch über die Inhalte relevanter Studiengänge fühlen sich 18% der Arbeitgeber gut informiert. Hinsichtlich der im Ausland erworbenen Abschlüsse fühlen sich 3% der Arbeitgeber ausreichend informiert. Allerdings sagen 41% der Arbeitgeber, dass eine Infor-

<sup>13</sup> Vgl. Regionales Arbeitsmarktmonitoring, Technische Branchen 2013, S.36

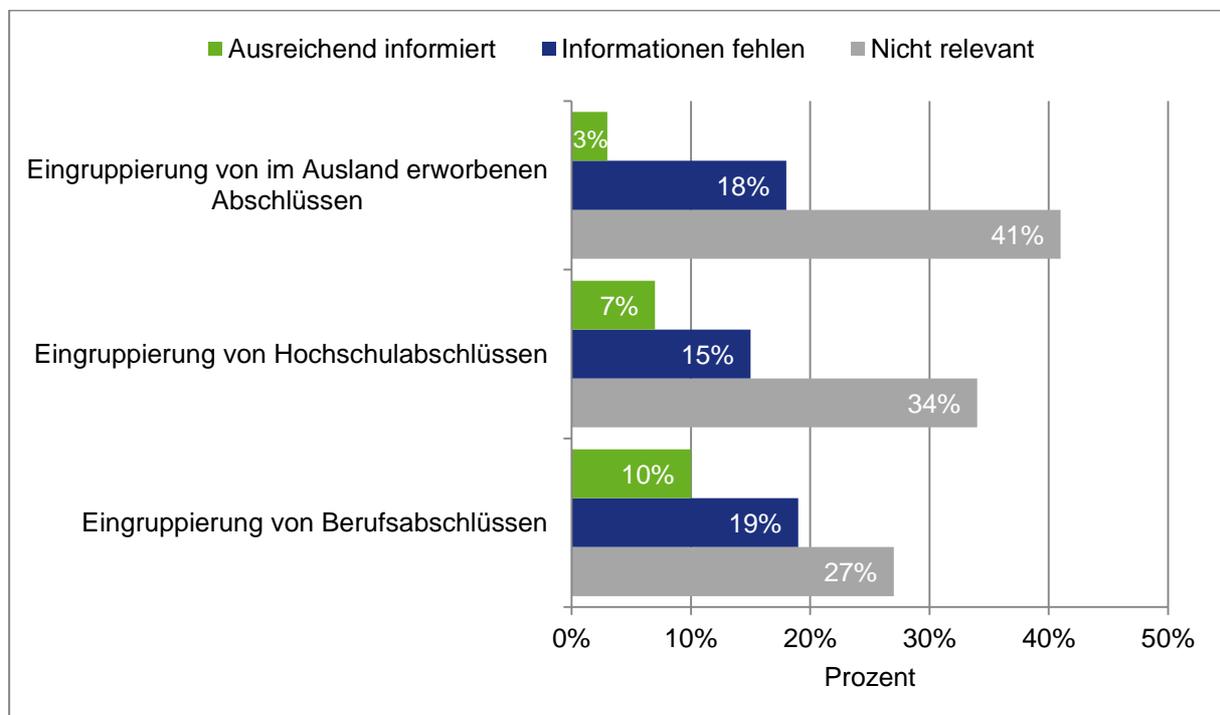
mation über die Inhalte von im Ausland erworbenen Abschlüssen für sie nicht relevant ist.

**Abbildung 39: Informationsstand der Arbeitgeber zu Ausbildungsinhalten**



Zum Thema Eingruppierung fällt das Ergebnis ähnlich aus. Etwa jedem sechsten Unternehmen fehlen Informationen zu diesem Thema. Gleichzeitig antworten auch hier viele Unternehmen, dass das Thema für sie nicht relevant sei.

**Abbildung 40: Informationsstand der Arbeitgeber zu Eingruppierungen**



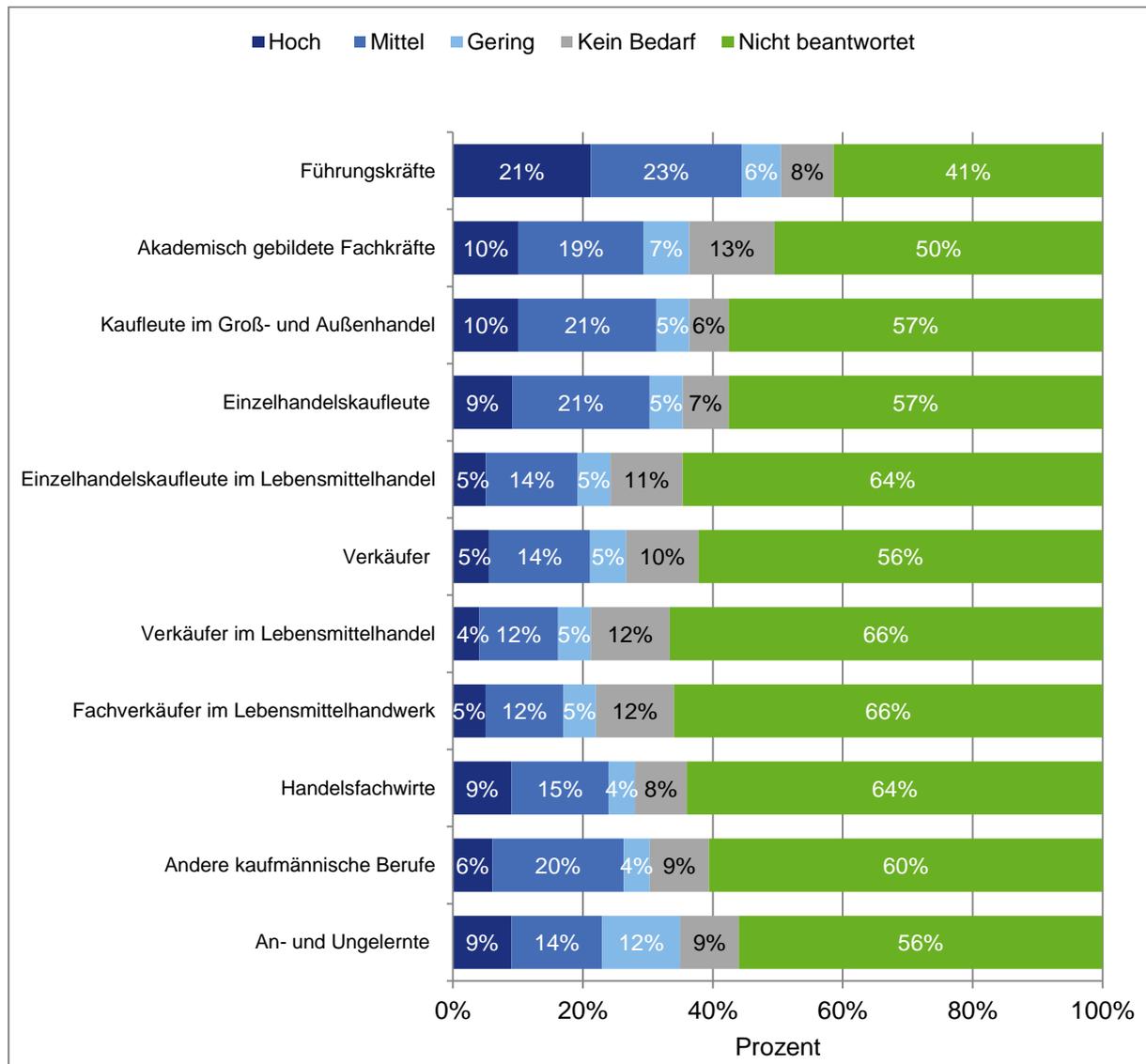
## 4.7 Qualifizierungsbedarfe

Zum Themenkomplex Qualifizierungsbedarfe wurden die Arbeitgeber gebeten, eine Einschätzung abzugeben, für welche Berufsgruppen sie einen Qualifizierungsbedarf sehen und wie hoch dieser ist. Wie bereits in Kapitel 4.1 beschrieben, hat das Thema Weiterbildung und Qualifizierung der Mitarbeiter aus Sicht der Unternehmen im Allgemeinen eine hohe Relevanz, um dem drohenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken (siehe Abbildung 22). Die Unternehmen wurden weiterhin nach bevorzugten Formen der Weiterbildung, nach der Übernahme von Kosten- und Zeitaufwand sowie nach möglichen Hemmnissen befragt, die einer Realisierung von Qualifizierungsmaßnahmen im Weg stehen könnten.

Zunächst wurden die Arbeitgeber gebeten, den Grad des Qualifizierungsbedarfes für verschiedene Berufsgruppen anzugeben. Hier sind die Antworten eindeutig. Viele Unternehmen haben gar keine Antwort gegeben. Im Durchschnitt benennen weitere 10% der Unternehmen gar keinen Qualifizierungsbedarf für ihre Mitarbeiter.

Von den Unternehmen, die die Frage beantwortet haben, wird ein Qualifizierungsbedarf am ehesten für Führungskräfte gesehen. Die Qualifizierungsbedarfe verdeutlicht die folgende Abbildung differenziert nach Berufsgruppen.

**Abbildung 41: Qualifizierungsbedarfe je nach Berufsgruppe aus Arbeitgebersicht**

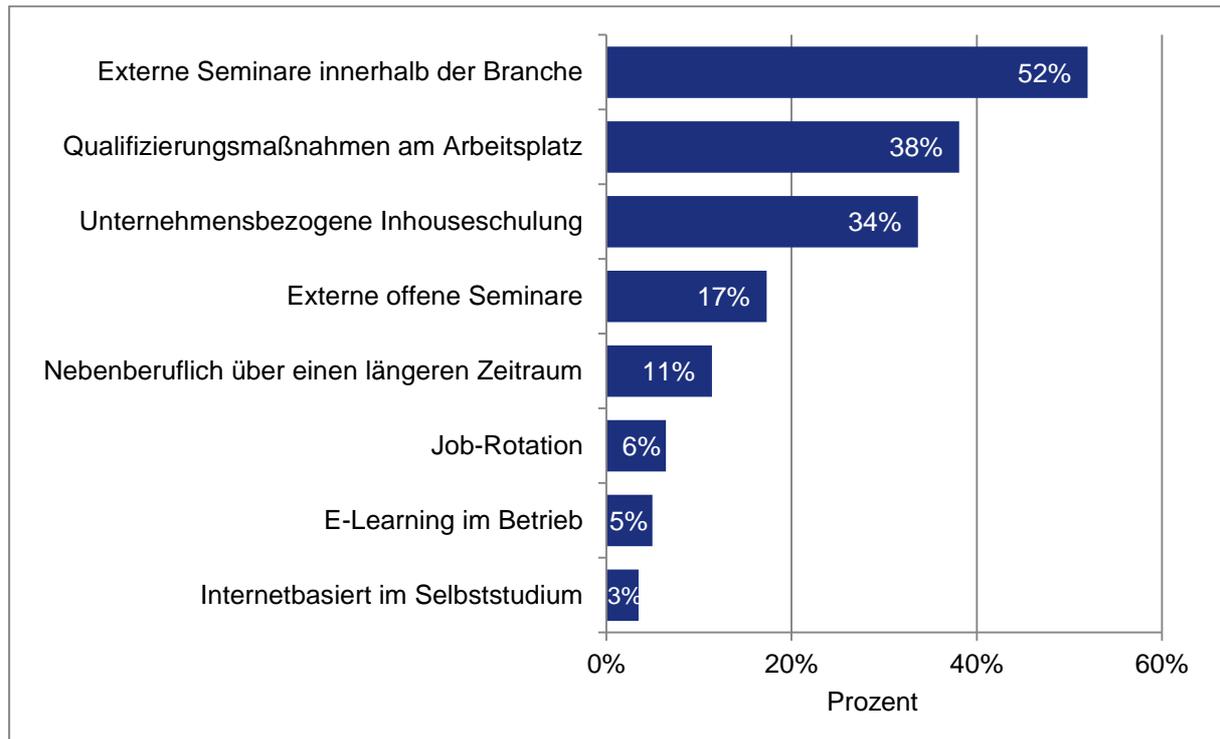


## Rahmenbedingungen von Qualifizierungsmaßnahmen

Die Unternehmen wurden gefragt, was aus ihrer Sicht die optimalen Rahmenbedingungen einer Fortbildungsmaßnahme für die Mitarbeiter sind. Welche Form der Qualifizierung ist am besten geeignet? Wie lange sollte eine Fortbildung dauern? Wer trägt die Kosten? Spielt die räumliche Entfernung eine große Rolle?

Die beliebteste Form der Fortbildung sind externe Seminare (52%). Mit etwas Abstand nennen die Arbeitgeber weiterhin Qualifizierungsmaßnahmen direkt am Arbeitsplatz (38%) und unternehmensbezogene Inhouseschulungen (34%).

**Abbildung 42: Bevorzugte Form der Qualifizierung aus Arbeitgebersicht**



Für knapp die Hälfte der Unternehmen (48%) beträgt die optimale Dauer einer Fortbildung zwei Tage. 21% sind der Meinung, eine Weiterbildungsmaßnahme sollte 3-5 Tage dauern. Für 55% der Unternehmen sollte eine Qualifizierung in räumlicher Nähe stattfinden. Für 15% der Arbeitgeber spielt die Entfernung keine Rolle.

Von Interesse ist auch, wer für die Kosten einer Fortbildung aufkommt. Ist die Finanzierung Sache des Arbeitgebers, des Arbeitnehmers oder werden die Kosten geteilt? Gleiches gilt für den Zeitaufwand. Finden Fortbildungen innerhalb der Arbeitszeit statt oder in der Freizeit der Mitarbeiter? Knapp zwei Drittel der Unternehmen (64%) tragen allein die Kosten, die für eine Qualifizierungsmaßnahme entstehen. In 5% der Unternehmen werden die Kosten geteilt, und in vier Unternehmen tragen allein die Mitarbeiter die Kosten.

Ähnliches gilt für den Zeitaufwand. Bei gut der Hälfte (51%) aller befragten Unternehmen werden Qualifizierungen als Arbeitszeit betrachtet. 16% der Arbeitgeber antworten, dass Fortbildungen zum Teil als Arbeitszeit gewertet werden und anteilig in der Freizeit der Mitarbeiter stattfinden. In sechs Unternehmen finden Fortbildungen grundsätzlich in der Freizeit der Mitarbeiter statt. Die hier dargestellten Ergebnisse werden in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

**Tabelle 5: Rahmenbedingungen von Qualifizierungen aus Arbeitgebersicht**

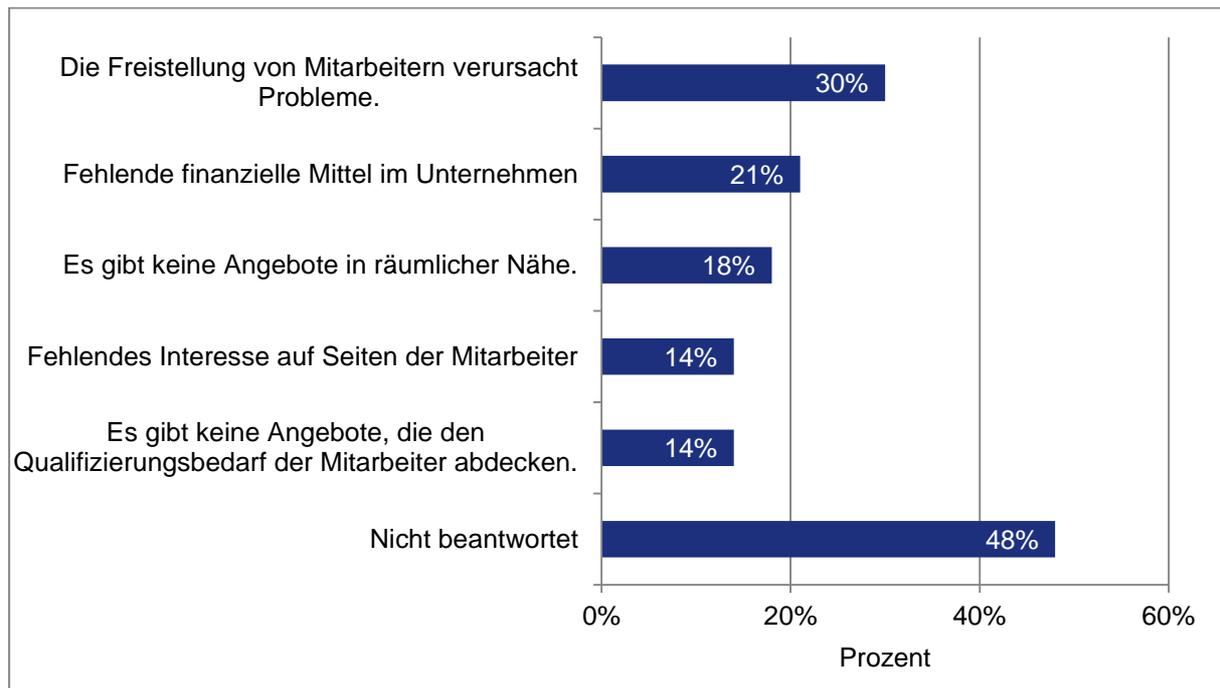
<b>Bevorzugte Form von Qualifizierungen</b>	<b>Prozent</b>
Externe Seminare innerhalb der Branche	52%
Qualifizierungsmaßnahmen am Arbeitsplatz	38%
Unternehmensbezogene Inhouseschulung	34%
Externe offene Seminare	17%
Nebenberuflich über einen längeren Zeitraum	11%
Job-Rotation	6%
E-Learning im Betrieb	5%
Internetbasiertes Selbststudium	3%
<b>Gewünschte Dauer von Qualifizierungsmaßnahmen</b>	
Bis 2 Tage	48%
3-5 Tage	21%
Mehr als 5 Tage	1%
<b>Tatsächliche Dauer von Qualifizierungsmaßnahmen</b>	
Bis 2 Tage	44%
3-5 Tage	22%
Mehr als 5 Tage	5%
<b>Träger des Zeitaufwandes</b>	
Qualifizierung gilt als Arbeitszeit.	51%
Ein Teil der Qualifizierung wird als Arbeitszeit berechnet, und ein Teil findet in der Freizeit statt.	16%
Qualifizierung findet grundsätzlich in der Freizeit statt.	3%
<b>Träger des Kostenaufwandes</b>	
Die Kosten trägt das Unternehmen allein.	64%
Die Kosten trägt der Mitarbeiter allein.	2%
Unternehmen und Mitarbeiter tragen die Kosten anteilig.	5%
<b>Bevorzugte räumliche Entfernung</b>	
In räumlicher Nähe zum Arbeitsort	55%
Entfernung spielt keine Rolle	15%

### **Hindernisse, die einer Nutzung von Qualifizierungsangeboten entgegenstehen**

Ein weiterer Themenkomplex beschäftigt sich mit möglichen Hindernissen, die einer Nutzung von Qualifizierungsangeboten entgegenstehen könnten. Aus fünf vorgegebenen Antwortmöglichkeiten konnten die Arbeitgeber mehrere auswählen.

Zunächst fällt auf, dass nur etwa die Hälfte aller Unternehmen auf diese Frage geantwortet hat. Für knapp ein Drittel (30%) aller Unternehmen bereitet die Freistellung der Mitarbeiter für eine Fortbildungsmaßnahme Probleme. In jedem fünften Unternehmen (21%) fehlen nach eigenen Angaben finanzielle Mittel zur Finanzierung von Qualifizierungsmaßnahmen. Für 18% ist es ein Hindernis, dass es keine passenden Fortbildungsangebote in räumlicher Nähe gibt. Eine Übersicht dieser Ergebnisse liefert die folgende Abbildung.

**Abbildung 43: Hindernisse, die aus Arbeitgebersicht einer Nutzung von Qualifizierungsmaßnahmen entgegenstehen**



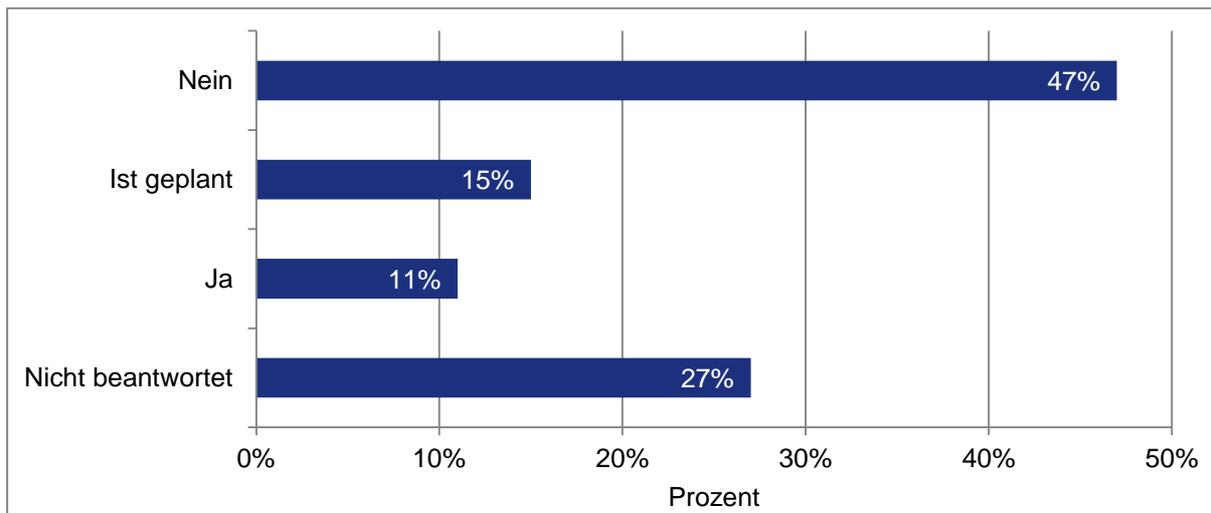
#### **4.8 Betriebliches Gesundheitsmanagement**

Betriebliches Gesundheitsmanagement beschäftigt sich u.a. damit, Arbeitsprozesse anzupassen und die Abläufe am Arbeitsplatz möglichst gesundheitsfördernd zu gestalten. Ziel ist es auch, Arbeitsplätze für Mitarbeiter mit gesundheitlichen Einschränkungen einzurichten oder ältere Mitarbeiter länger zu beschäftigen.

Im regionalen Arbeitsmarktmonitoring wurden die Unternehmen des Handels im Landkreis und in der Stadt Osnabrück zum Thema Betriebliches Gesundheitsmanagement befragt. Wie viele Unternehmen setzen ein Betriebliches Gesundheitsmanagement um? Was sind Gründe für die Einführung? Bestehen bei den Unternehmen Beratungs- und Unterstützungsbedarfe zu diesem Thema? Wie stehen die jungen Nachwuchskräfte in Ausbildung diesem Thema gegenüber?

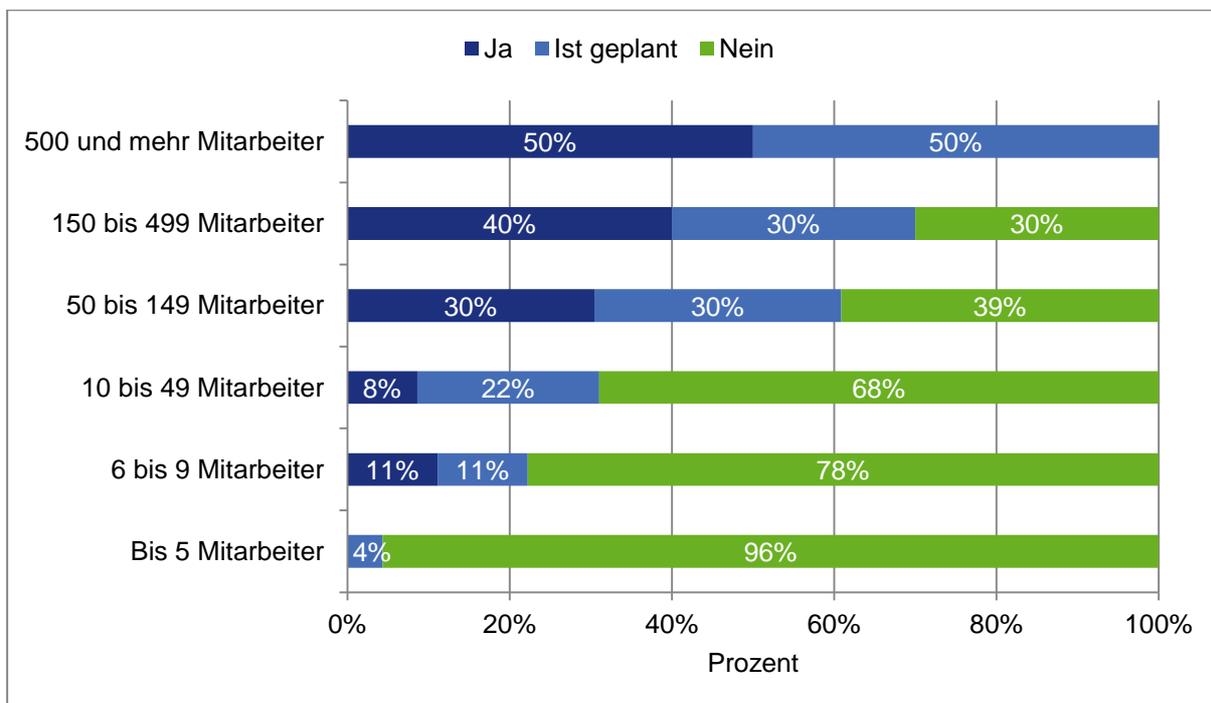
Auf diese Frage hat etwa ein Viertel (27%) der Unternehmen keine Antwort gegeben. 47% antworteten, kein Betriebliches Gesundheitsmanagement umzusetzen. Lediglich 11% aller befragten Unternehmen setzen ein Betriebliches Gesundheitsmanagement bereits um und weitere 15% planen die Einführung.

**Abbildung 44: Ist ein Betriebliches Gesundheitsmanagement vorhanden?**



Im Vergleich zu anderen bisher untersuchten Branchen im regionalen Arbeitsmarktmonitoring ist ein Betriebliches Gesundheitsmanagement im Handel nicht weit verbreitet<sup>14</sup>. Bei einer Auswertung der Ergebnisse in Abhängigkeit von der Betriebsgröße werden große Unterschiede deutlich. Von den sehr kleinen Betrieben mit weniger als 5 Mitarbeitern setzt kein Betrieb ein Betriebliches Gesundheitsmanagement um. Je mehr Mitarbeiter ein Betrieb beschäftigt, umso häufiger wird ein Betriebliches Gesundheitsmanagement umgesetzt. Auffällig ist, dass ab einer Betriebsgröße von 50 Mitarbeitern das Vorhandensein eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements sprunghaft ansteigt. Ab 50 Mitarbeitern setzen mindestens 30% der Unternehmen eine betriebliche Gesundheitsvorsorge um. Ab 150 Mitarbeitern sind es 40% und von den sechs Betrieben mit mehr als 500 Mitarbeitern setzt die Hälfte ein Betriebliches Gesundheitsmanagement bereits um, und die andere Hälfte plant die Einführung.

**Abbildung 45: Vorhandensein eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements je nach Betriebsgröße**



<sup>14</sup> Vgl. <https://www.landkreis-osnabrueck.de/wirtschaft-arbeit/arbeitsmarkt/arbeitsmarktmonitoring>

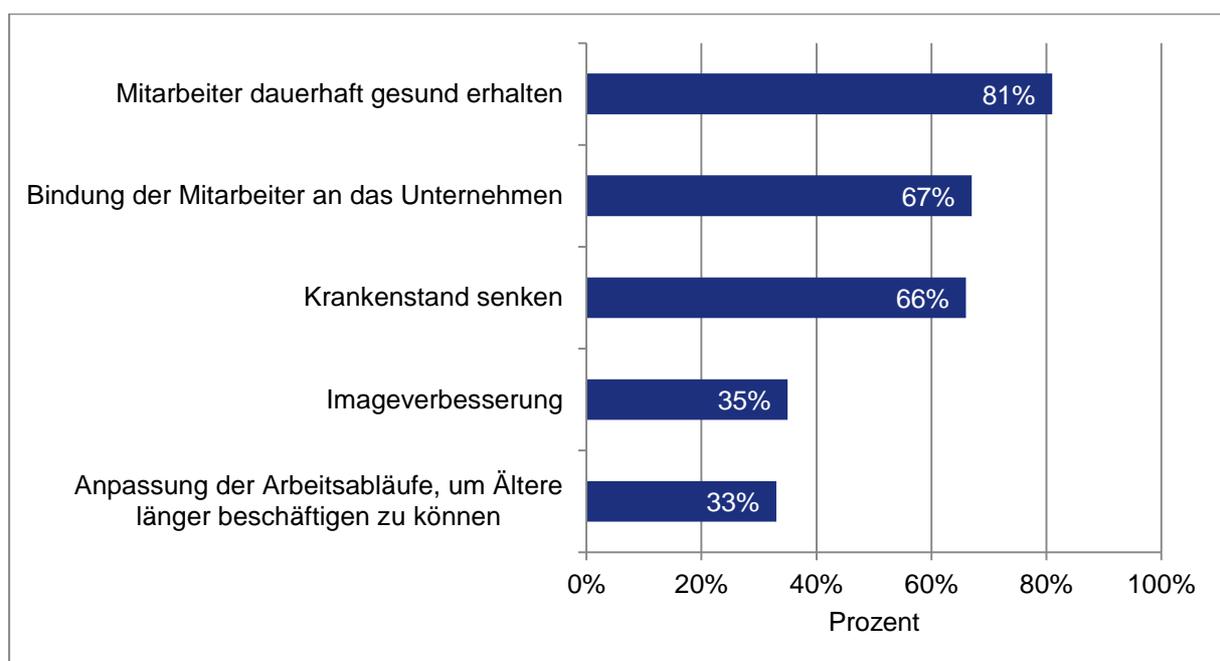
Einerseits ist Betriebliches Gesundheitsmanagement häufiger in Betrieben vorhanden, je mehr Mitarbeiter sie beschäftigen. Andererseits ist Betriebliches Gesundheitsmanagement unterschiedlich stark verbreitet, je nachdem, ob ein Unternehmen zum Einzelhandel, zum Großhandel oder zu einem sonstigen Bereich innerhalb der Branche zählt. Während im Großhandel und in den Unternehmen, die sich einem sonstigen Bereich zuordnen, etwa die Hälfte der Betriebe angibt, kein Betriebliches Gesundheitsmanagement umzusetzen, sind es im Einzelhandel drei Viertel der Unternehmen. Im Großhandel setzen 22% der Betriebe nach eigener Angabe bereits heute ein Betriebliches Gesundheitsmanagement um. In den Betrieben aus den sonstigen Bereichen sind es 17%. Im Einzelhandel setzen jedoch nur 8% der Unternehmen ein Betriebliches Gesundheitsmanagement um.

### Gründe für die Umsetzung eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements

Die Unternehmen wurden in dieser Erhebung auch nach den Gründen gefragt, die ausschlaggebend für die Einführung eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements waren. Für den Fall, dass die Unternehmen ein Betriebliches Gesundheitsmanagement ausbauen möchten oder die Einführung desselben planen, wurden sie gebeten, die Gründe dafür zu benennen. Da die Frage bereits die Unternehmen ausschließt, die kein Betriebliches Gesundheitsmanagement umsetzen bzw. die Einführung nicht planen, reduziert sich die Gesamtheit der hier betrachteten Unternehmen auf 89. Die unten dargestellten Prozentwerte beziehen sich somit nur auf die Unternehmen, die zu dieser Frage eine Angabe machen konnten.

Der wichtigste Grund für die Betriebe ein Betriebliches Gesundheitsmanagement umzusetzen oder einzuführen, ist, die Mitarbeiter dauerhaft gesund zu erhalten (89%). Für zwei Drittel (67%) der Betriebe ist die Bindung der Mitarbeiter ein wichtiges Motiv. 66% der betreffenden Betriebe möchten ihren Krankenstand senken. Für etwa jedes dritte Unternehmen (35%) spielt die Imageverbesserung eine wichtige Rolle. 33% möchten Arbeitsabläufe so anpassen, dass ältere Mitarbeiter länger beschäftigt werden können. Die hier beschriebenen Ergebnisse für die Teilgruppe der Unternehmen, die sich bereits mit einem Betrieblichen Gesundheitsmanagement engagieren oder dies planen, veranschaulicht die folgende Abbildung.

**Abbildung 46: Gründe für die Einführung oder den Ausbau eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements**



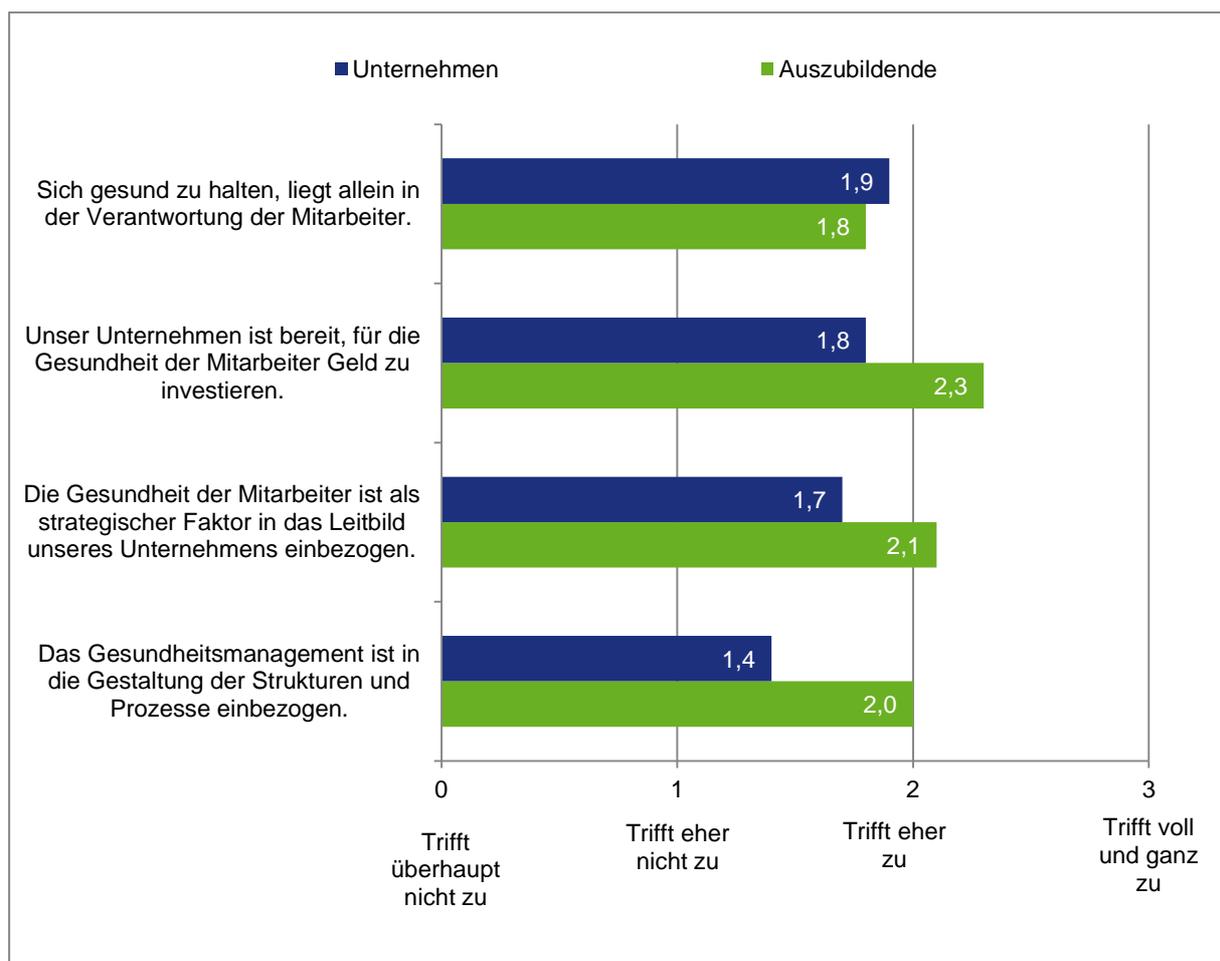
## Einstellungen zum Thema Gesundheit und Beruf

Sowohl die Unternehmen als auch die Auszubildenden wurden zu ihren grundsätzlichen Einstellungen zum Thema Gesundheit und Beruf befragt. Den Befragten wurden mehrere Aussagen vorgelegt, zu denen sie einen Grad der Zustimmung äußern sollten. In Bezug auf die jeweilige Aussage konnte auf einer Viererskala von 3 = „Trifft voll und ganz zu“ bis hin zu 0 = „Trifft überhaupt nicht zu“ die eigene Einstellung zum Ausdruck gebracht werden.

Die stärkste Zustimmung der Unternehmen erhält die Aussage „Sich gesund zu halten, liegt allein in der Verantwortung der Mitarbeiter“. Die Mittelwerte der Arbeitgeber (1,8) und der Auszubildenden (1,9) liegen zwar dicht beieinander, im Ranking der Nachwuchskräfte liegt die Zustimmung zu dieser Aussage allerdings im Vergleich zu den anderen Aussagen auf dem letzten Platz.

Bei den Auszubildenden erhält die Aussage „Ein Unternehmen sollte bereit sein, für die Gesundheit der Mitarbeiter Geld zu investieren“ die stärkste Zustimmung. Für die Unternehmen ist die Aussage leicht abgewandelt formuliert, nicht allgemein gehalten, sondern direkt auf das eigene Unternehmen bezogen: „Unser Unternehmen ist bereit, für die Gesundheit der Mitarbeiter Geld zu investieren“. Eine Übersicht zu dem Antwortverhalten der Betriebe und der Auszubildenden liefert die folgende Abbildung.

**Abbildung 47: Einstellungen zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement (Mittelwerte)<sup>15</sup>**



<sup>15</sup> Mittelwert einer vierstufigen Skala von 0 = „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 3 = „Trifft voll und ganz zu“. Je höher der ausgewiesene Mittelwert, desto stärker ist die Zustimmung zu einer Aussage.

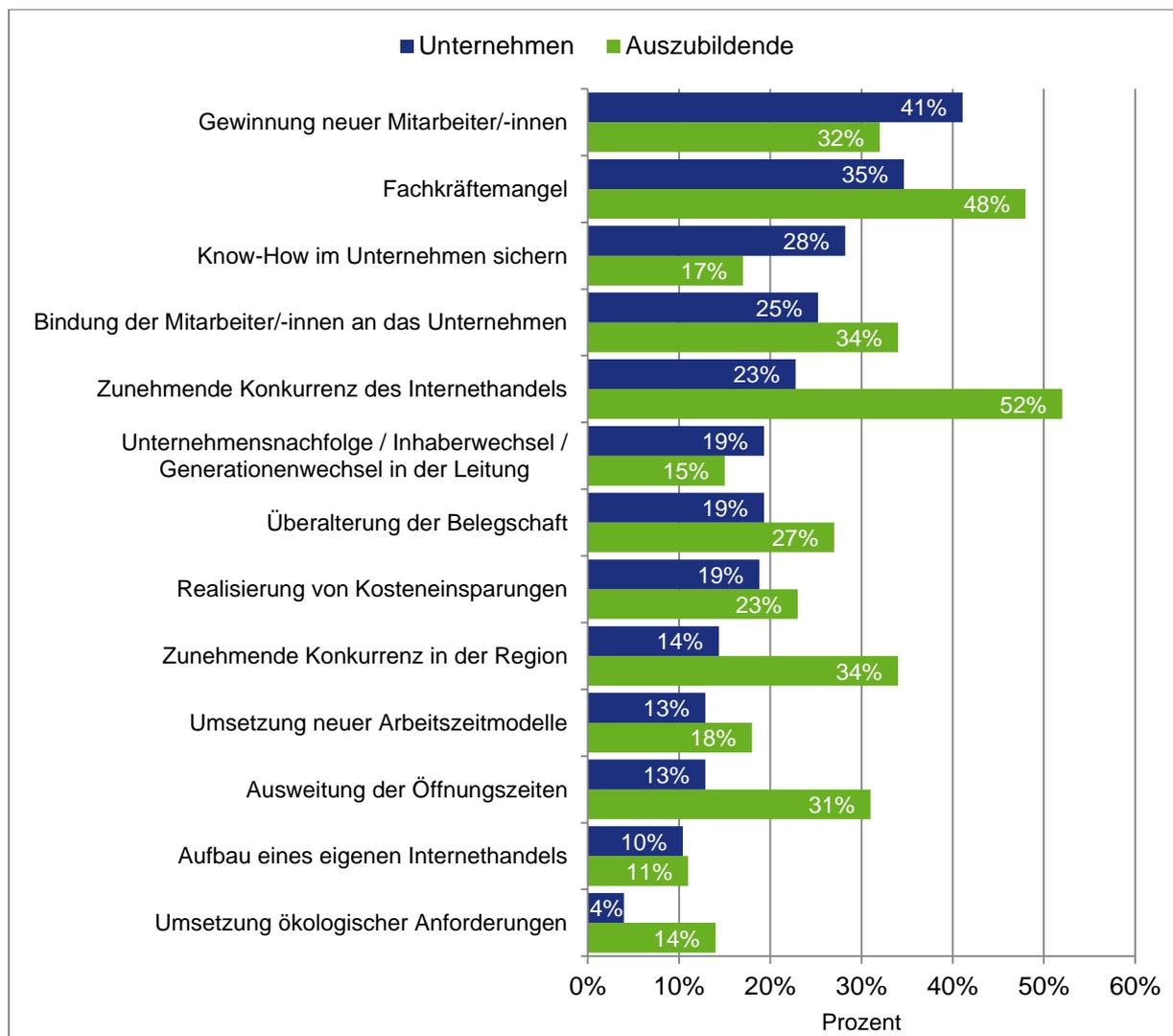
Im Zuge dieser Erhebung wurden die Unternehmen auch nach einem Unterstützungsbedarf zum Thema Betriebliches Gesundheitsmanagement befragt. Etwa jeder vierte Betrieb (24%) wünscht sich eine externe Beratung.

#### 4.9 Herausforderungen für die Zukunft

Das regionale Arbeitsmarktmonitoring analysiert, was in der näheren Zukunft die größten Herausforderungen der jeweils untersuchten Branche sind. Dazu werden die Unternehmen, die Nachwuchskräfte und die Institutionen gefragt, worin sie in den nächsten fünf Jahren die größten Herausforderungen für die Unternehmen sehen. Es waren mehrere verschiedene Herausforderungen zur Auswahl vorgegeben, aus denen mehrere ausgewählt werden konnten.

Die folgende Abbildung veranschaulicht die Antworten der Unternehmer und der Auszubildenden. Es wird deutlich, dass die Einschätzung der größten Herausforderungen für die nächsten fünf Jahre seitens der Unternehmen von denen der Auszubildenden abweichen. Für die Unternehmen sind die drei größten Herausforderungen die „Gewinnung neuer Mitarbeiter“ (41%), der „Fachkräftemangel“ (35%) und das „Know-How im Unternehmen (zu) sichern“ (28%).

Abbildung 48: Die größten Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren



Auch wenn in dieser Branche noch keine weitreichenden Fachkräfteengpässe festzustellen sind, sind die größten Herausforderungen, die die Unternehmen in den nächsten fünf Jahren auf sich zukommen sehen, eng mit dem demografischen Wandel verknüpft und deuten bereits in die Richtung, dass es schwieriger werden dürfte, künftig Personal zu finden. Am häufigsten werden die „Gewinnung neuer Mitarbeiter“ und der „Fachkräftemangel“ von den Unternehmen genannt.

Eine Analyse der größten Herausforderungen der nächsten fünf Jahre in Abhängigkeit von der Betriebsgröße fördert keine gravierenden Unterschiede zutage. Lediglich für die sehr kleinen Betriebe mit weniger als 10 Mitarbeitern treten einige Unterschiede auf: Während die „zunehmende Konkurrenz des Internethandels“ im Durchschnitt der gesamten Branche von 23% der Unternehmen als Herausforderung genannt wird, sind es unter den kleinen Betrieben 48%. Die „Ausweitung der Öffnungszeiten“ wird branchenweit durchschnittlich von 13% der Unternehmen als Herausforderung gesehen, bei den kleinen Unternehmen sind es hingegen 30%, die sich hier in den nächsten fünf Jahren herausgefordert sehen.

Die Nachwuchskräfte hingegen sehen vor allem im Wettbewerb die größten Herausforderungen und benennen auf Platz eins und drei die Konkurrenz durch den Internethandel bzw. durch andere Unternehmen vor Ort. Aus Sicht der Nachwuchskräfte ist die größte Herausforderung der nächsten fünf Jahre die „zunehmende Konkurrenz des Internethandels“. 52% der Auszubildenden sehen hierin die größte Herausforderung für die Betriebe. Auf Platz zwei folgt genau wie bei den Unternehmen der „Fachkräftemangel“ (48%). Auf Platz drei und vier folgen aus Sicht der Auszubildenden mit jeweils 34% die „zunehmende Konkurrenz in der Region“ und die „Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen“.

Die Institutionen schätzen die größten Herausforderungen identisch mit den Unternehmen ein. Auch die Institutionen sehen vor allem demografisch bedingte Herausforderungen: Fünf von zehn Institutionen nennen den „Fachkräftemangel“ als zentrale Herausforderung der nächsten fünf Jahre, jeweils vier Institutionen sehen in der „Überalterung der Belegschaft“ und in der „Gewinnung neuer Mitarbeiter“ die größten Herausforderungen. Die „zunehmende Konkurrenz des Internethandels“ schätzen ebenfalls vier von zehn Institutionen als herausfordernd ein.

## 5. Zusammenfassung

Abschließend werden die Ergebnisse des regionalen Arbeitsmarktmonitorings im Handel zusammengefasst.

### 1. Fachkräftemangel

Etwa jedes dritte Unternehmen erwartet, dass in den nächsten fünf Jahren die Zahl der Beschäftigten zunehmen wird. Aktuell haben die Unternehmen kaum Schwierigkeiten, das gesuchte Personal auch zu finden. Leichte Engpässe treten bei der Suche nach Auszubildenden auf, sowie für Fachkräfte im nicht-kaufmännischen Bereich.

Ein Unterschied zwischen den Unternehmen im Landkreis Osnabrück und in der Stadt Osnabrück besteht bei der Suche nach Führungskräften. Im Stadtgebiet werden häufiger Führungskräfte gesucht (21%) und es treten auch häufiger Schwierigkeiten bei der Suche auf (17%). Im Landkreis suchen weniger Unternehmen aktuell Führungskräfte (5%) und entsprechend geben auch weniger Unternehmen an, dabei Schwierigkeiten zu haben (3%).

#### **Fachkräftemangel aktuell nicht spürbar**

Die Branche ist aktuell nicht von einem Fachkräftemangel betroffen. Spürbar werden Engpässe lediglich für Auszubildende und für gewerblich-technische Berufsgruppen.

Als Hauptursache der grundsätzlichen Schwierigkeiten bei der Personalrekrutierung benennen die Unternehmen „*fehlende Bewerber*“ und die „*mangelnde Qualifikation der Bewerber*“.

Mit Blick auf die nächsten fünf Jahre erwarten die Unternehmen allerdings eine Veränderung der Situation. Viele Betriebe, die aktuell keine Schwierigkeiten haben, geeignetes Personal zu finden, erwarten in fünf Jahren durchaus Probleme, vor allem bei der Rekrutierung von Auszubildenden und von Führungskräften.

### 2. Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel

Obwohl in der Branche aktuell kein Fachkräftemangel spürbar ist, haben die Unternehmen folgende Einschätzungen abgegeben: Die Unternehmen im Einzelhandel und Großhandel der Region Osnabrück schätzen drei Maßnahmen als „*wichtig*“ bis „*sehr wichtig*“ ein, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken: „*Ein positives Betriebsklima schaffen*“, die „*Ausbildung im eigenen Betrieb*“ und die „*Weiterbildung bzw. Qualifizierung im eigenen Betrieb*“. Insgesamt antworten aber bis zu 37% der befragten Unternehmen gar nicht auf diese Frage, was ein Indiz dafür sein kann, dass viele Unternehmen (noch) nicht mit einem Fachkräftemangel konfrontiert sind und dementsprechend auch keine Angaben zu möglichen Gegenmaßnahmen formulieren.

#### **Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel**

Ein positives Betriebsklima, die Ausbildung im eigenen Unternehmen und die Weiterbildung der Mitarbeiter werden als wichtige Maßnahmen gegen drohende Fachkräfteengpässe angesehen.

Die geringste Bedeutung messen die Unternehmen der Personalrekrutierung im Ausland und der Einschaltung von Personalvermittlungsagenturen bei. Der Aktivierung zusätzlichen Erwerbspersonenpotenzials wird ebenfalls nicht viel Bedeutung beigemessen. Eine verstärkte Einstellung von Frauen, Migranten oder Älteren schätzen die Unternehmen als unwichtig ein.

### 3. Rekrutierungswege

Bei der Personalakquise setzen die Unternehmen im Einzelhandel und Großhandel in erster Linie auf Anzeigen in der lokalen Presse, auf die Einschaltung der Agentur für Arbeit und auf persönliche Beziehungen. Die Auszubildenden nutzen für die Stellensuche aber in erster Linie das Internet. Für 86% der Nachwuchskräfte ist das Internet die Hauptinformationsquelle, wenn sie auf der Suche nach einer Arbeitsstelle sind. Die Handelsunternehmen setzen hingegen nur zu 24% auf das Internet, um Personal zu finden. Hier herrscht eine große Diskrepanz zwischen der Internetnutzung der Arbeitgeber und der Internetnutzung der Bewerber.

Für die anderen häufig eingesetzten Rekrutierungswege ist die Übereinstimmung höher: Knapp die Hälfte der Unternehmen schaltet offene Stellenangebote über die Agentur für Arbeit und auch die Mehrheit der Auszubildenden informiert sich dort über freie Stellen. Arbeitgeber und Nachwuchskräfte setzen außerdem stark auf persönliche Beziehungen.

Sollten Unternehmen künftig stärkere Probleme haben, passendes Personal zu finden, empfiehlt sich zusätzlich zu den bislang genutzten Wegen eine stärkere Nutzung des Internets, da dies zumindest für die Nachwuchskräfte die wichtigste Informationsquelle darstellt. Sollten Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von Auszubildenden auftreten, empfiehlt sich außerdem eine Teilnahme an Ausbildungs- oder Jobmessen.

Eine überregionale Rekrutierung spielt für die Handelsunternehmen in Stadt und Landkreis Osnabrück keine Rolle. Nur wenige Betriebe dehnen die Personalsuche auf ganz Niedersachsen oder das Bundesgebiet aus. Eine Rekrutierung im Ausland spielt eher keine Rolle.

#### **Keine überregionale Personalrekrutierung**

Die Unternehmen beschränken ihre Personalsuche auf die Region.

### 4. Ausbildung

Etwa jedes vierte Unternehmen im Handel bildet nicht selbst aus. Auf die entsprechende Frage in der Erhebung antworteten 28% gar nicht. Falls ausgebildet wird, beschäftigen die Unternehmen meistens einen bis maximal vier Auszubildende. Es wird außerdem deutlich, dass der Großhandel weniger Schwierigkeiten hat, Auszubildende zu rekrutieren, als der Rest der Branche. Das Thema Ausbildung wird von den Unternehmen allgemein als wichtig eingeschätzt, um künftigen Personalengpässen vorzubeugen. Trotzdem ergeben sich bei der Auswertung relativ hohe Werte für die Kategorie „Wir bilden nicht aus“ und für die Anzahl der Unternehmen, die gar nicht auf die entsprechende Frage antworten.

Bei der Befragung der Nachwuchskräfte wurde deutlich, dass auf die gesamte Branche gesehen 28% der Jugendlichen ihre Ausbildung nicht in ihrem Wunschberuf machen, bei den Verkäufern liegt der Anteil bei 38%.

## 5. Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Dem Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird in der Erhebung keine hohe Bedeutung beigemessen. Ein Viertel aller Unternehmen gab keine Antwort auf die entsprechende Frage und 22% sagen klar, dass sie keine Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf für ihre Mitarbeiter machen. Etwa die Hälfte der Unternehmen macht ein Angebot, welches sich im Wesentlichen auf die Möglichkeit in Teilzeit zu arbeiten und die flexible Gestaltung der Arbeitszeiten beschränkt. Angebote zur Kinderbetreuung und zur Pflege Angehöriger sind so gut wie nicht vorhanden.

### Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Im Einzelhandel und Großhandel beziehen sich die arbeitgeberseitigen Angebote auf flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit, in Teilzeit zu arbeiten. Andere Angebote werden kaum gemacht.

## 6. Informationsbedarfe über Berufe, Arbeitsstellen und Abschlüsse

Durchschnittlich gibt etwa jedes dritte Unternehmen an, dass Informationen über die Inhalte von Studiengängen, von Ausbildungen und von im Ausland erworbenen Abschlüssen für das eigene Unternehmen irrelevant sind. Etwa jedes fünfte Unternehmen benötigt mehr Informationen über die Ausbildungsinhalte von Studienabschlüssen, von Berufsausbildungen und von im Ausland erworbenen Abschlüssen, sowie Informationen über die Eingruppierung der unterschiedlichen Abschlüsse.

Die Verwaltungen, die Kammern und Verbände in der Region bieten eine Vielzahl von Beratungen und Veranstaltungen zur Berufsorientierung an. Und obwohl mehr als ein Drittel der Auszubildenden sich auf Jobmessen und sich 68% bei der Agentur für Arbeit informieren, benötigt mehr als die Hälfte der Auszubildenden Informationen über Stellen und Berufe in der Region.

## 7. Attraktivität der Region

Zwei Gründe spielen eine wichtige Rolle, warum die Auszubildenden, die in der Stadt oder im Landkreis Osnabrück wohnen, die Region für sich persönlich als attraktiv empfinden: Dass die Familie hier lebt und dass Freunde und Bekannte hier wohnen. Andere Gründe spielen nur eine untergeordnete Rolle.

Im Mittel haben die Auszubildenden geantwortet, es träfe „etwas“ zu, dass sie sich mit der Region verbunden fühlen. Die Antworten auf die Frage, ob man seine Zukunft in der Region sieht, fallen weniger zustimmend aus.

### Attraktivität der Region

Die Nachwuchskräfte empfinden die Region vor allen Dingen aufgrund sozialer Beziehungen als attraktiv. Eine mangelnde Attraktivität der Region wird von den Unternehmen bei der Personalakquise nicht festgestellt.

Von Schwierigkeiten bei der Personalrekrutierung aufgrund einer mangelnden Attraktivität der Region berichten nur wenige Unternehmen. Maßnahmen zur Erhöhung der Attraktivität des Standortes Osnabrücker Land erwarten sie primär vom Landkreis und den Gemeinden sowie dem Land Niedersachsen.

## 8. Weiterbildung und Qualifizierung

Nur wenige Unternehmen sehen einen Qualifizierungsbedarf bei den eigenen Mitarbeitern. Fast die Hälfte aller befragten Unternehmer antwortet gar nicht zu diesem Thema.

Die bevorzugte Art der Qualifizierung sind externe Seminare innerhalb der Branche. Etwa ein Drittel der Arbeitgeber bevorzugt die Qualifizierung direkt am Arbeitsplatz oder Inhouseschulungen im eigenen Unternehmen.

Für die Mehrheit der Unternehmen dauert die perfekte Qualifizierung zwei Tage und findet in räumlicher Nähe zum Arbeitsort statt. Zwei Drittel der Unternehmen übernehmen komplett die Kosten für eine Fortbildung der Mitarbeiter. In etwa der Hälfte aller Unternehmen gilt die Fortbildungsdauer als Arbeitszeit.

### Qualifizierung

Aktuell sehen nur wenige Unternehmen einen Fortbildungsbedarf bei den eigenen Mitarbeitern.

Für 30% der Unternehmen bereitet die Freistellung der Mitarbeiter für eine Fortbildung Probleme und ist für eine Teilnahme manchmal hinderlich. 21% der Unternehmen klagen über fehlende finanzielle Mittel im Unternehmen, um die Mitarbeiter an einer Qualifizierungsmaßnahme teilnehmen zu lassen.

## 9. Betriebliches Gesundheitsmanagement

Betriebliches Gesundheitsmanagement ist innerhalb der Branche nur in wenigen Unternehmen vorhanden. Lediglich 11% der Unternehmen setzen ein Betriebliches Gesundheitsmanagement um, und 15% planen eine Einführung. Je größer ein Unternehmen ist, desto häufiger wird ein Betriebliches Gesundheitsmanagement umgesetzt.

Die Unternehmen konnten zu verschiedenen Aussagen bezüglich der Gesundheit der Mitarbeiter ihren Grad der Zustimmung mitteilen. Die größte Zustimmung von den Unternehmen erhält die Aussage „*Sich gesund zu halten liegt allein in der Verantwortung der Mitarbeiter*“.

24% aller Unternehmen benötigen nach eigener Aussage Unterstützung bei der Planung und Einführung, bzw. bei dem Ausbau eines vorhandenen Betrieblichen Gesundheitsmanagements.

### Betriebliches Gesundheitsmanagement

Betriebliches Gesundheitsmanagement spielt im Einzelhandel und Großhandel kaum eine Rolle. Fast die Hälfte aller Unternehmen sieht die Verantwortung dafür, sich gesund zu halten, allein bei den Mitarbeitern.

## 10. Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügige Beschäftigungsverhältnisse

Bei der Frage nach dem Stundenumfang der Beschäftigungsverhältnisse werden innerhalb der Branche Unterschiede deutlich. Besonders auffällig ist der hohe Anteil an Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen im Einzelhandel. 51% der Beschäftigten im Einzelhandel sind Vollzeit beschäftigt, im Großhandel und in den sonstigen Branchen sind es jeweils 79%.

### **Beschäftigungsverhältnisse**

Im Einzelhandel besteht ein hoher Anteil an Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen.

## Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

### Tabellen

Tabelle 01: Arbeitslose und Beschäftigte in der Region Osnabrück.....	10
Tabelle 02: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Handel.....	11
Tabelle 03: Migrationshintergrund bei Auszubildenden.....	18
Tabelle 04: Zuständigkeiten bei der Anwerbung von Fachkräften im Ausland aus Arbeitgebersicht .....	29
Tabelle 05: Rahmenbedingungen von Qualifizierungen aus Arbeitgebersicht .....	48

### Abbildungen

Abbildung 01: Bevölkerungsprognose Landkreis Osnabrück 2012-2030 .....	7
Abbildung 02: Bevölkerungsprognose Stadt Osnabrück 2012-2030 .....	8
Abbildung 03: Entwicklung der erwerbstätigen Bevölkerung zwischen 15 und 67 Jahren im Landkreis Osnabrück .....	9
Abbildung 04: Entwicklung der erwerbstätigen Bevölkerung zwischen 15 und 67 Jahren in der Stadt Osnabrück .....	10
Abbildung 05: Eigene Branchenzuordnung der Unternehmen .....	12
Abbildung 06: Mitarbeiterzahl der Unternehmen.....	13
Abbildung 07: Anzahl der Auszubildenden .....	14
Abbildung 08: Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse in der gesamten Branche.....	15
Abbildung 09: Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse im Einzelhandel .....	15
Abbildung 10: Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse im Großhandel.....	16
Abbildung 11: Anteil der Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse in sonstigen Branchen .....	16
Abbildung 12: Geschlecht der Auszubildenden .....	17
Abbildung 13: Was ist Ihr höchster allgemeinbildender Schulabschluss? .....	18
Abbildung 14: Welchen Beruf erlernen Sie? .....	19
Abbildung 15: Wohnort der Auszubildenden.....	19
Abbildung 16: Ausbildungsort der Auszubildenden.....	20
Abbildung 17: Offene Stellen und Stellen mit Besetzungsschwierigkeiten .....	22
Abbildung 18: Gründe für Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung von Fachkräften.....	23
Abbildung 19: Gründe für Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen .....	24
Abbildung 20: Erwartete Entwicklung der Beschäftigtenzahlen in den nächsten fünf Jahren .....	25
Abbildung 21: Erwarten Sie in der Zukunft Probleme bei der Besetzung offener Stellen? ...	26
Abbildung 22: Wichtigkeit von Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel aus Arbeitgebersicht (Mittelwerte) .....	28
Abbildung 23: Rekrutierungswege der Unternehmen und Informationsquellen der Auszubildenden .....	30
Abbildung 24: Anzahl unterschiedlicher Rekrutierungswege der Unternehmen, je nach Betriebsgröße (Mittelwerte).....	31
Abbildung 25: Informationsbedarf der Auszubildenden über offene Stellenangebote in der Region.....	32
Abbildung 26: Informationsbedarf der Auszubildenden über nachgefragte Berufe in der Region.....	33
Abbildung 27: Ich mache eine Ausbildung in meinem Wunschberuf .....	34

Abbildung 28: Machen Sie eine Ausbildung in Ihrem Wunschberuf? (in Abhängigkeit vom Ausbildungsberuf) .....	35
Abbildung 29: In welcher Branche möchten Sie künftig arbeiten? .....	35
Abbildung 30: Was ist Ihnen an einem künftigen Arbeitsplatz wichtig? (Befragung von Auszubildenden) .....	36
Abbildung 31: Vorstellungen der Auszubildenden zur beruflichen Zukunft.....	37
Abbildung 32: Gewünschte Arbeitszeiten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf von Auszubildenden .....	38
Abbildung 33: Angebote der Unternehmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf.....	39
Abbildung 34: Von wem erwarten Sie Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region? (aus Arbeitgebersicht) .....	40
Abbildung 35: Was macht die Region für Sie persönlich attraktiv? (Befragung von Auszubildenden) .....	41
Abbildung 36: Bindung der Auszubildenden an die Region (Mittelwerte) .....	42
Abbildung 37: Durchschnittsalter der Belegschaften laut Angabe der Arbeitgeber.....	43
Abbildung 38: Gibt es in Ihrem Unternehmen Anforderungsprofile für die Stellen? .....	44
Abbildung 39: Informationsstand der Arbeitgeber zu Ausbildungsinhalten.....	45
Abbildung 40: Informationsstand der Arbeitgeber zu Eingruppierungen .....	45
Abbildung 41: Qualifizierungsbedarfe je nach Berufsgruppe aus Arbeitgebersicht .....	46
Abbildung 42: Bevorzugte Form der Qualifizierung aus Arbeitgebersicht .....	47
Abbildung 43: Hindernisse, die aus Arbeitgebersicht einer Nutzung von Qualifizierungsmaßnahmen entgegenstehen .....	49
Abbildung 44: Ist ein Betriebliches Gesundheitsmanagement vorhanden?.....	50
Abbildung 45: Vorhandensein eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements je nach Betriebsgröße .....	50
Abbildung 46: Gründe für die Einführung oder den Ausbau eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements .....	51
Abbildung 47: Einstellungen zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement (Mittelwerte) .....	52
Abbildung 48: Die größten Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren .....	53

## Anhang: Fragebögen und Häufigkeitsauszählung

### Befragung von Unternehmen

Fachkräftemangel / Offene Stellen		
1. Über welche Wege rekrutieren Sie vorrangig neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Sie können mehrere Angaben machen.	Anzahl	Prozent
Agentur für Arbeit	96	47,5
MaßArbeit	18	8,9
Jobbörsen	38	18,8
Berufsverbände	8	4,0
Anzeigen in der lokalen Presse	101	50,0
Anzeigen in der überregionalen Presse	25	12,4
Internet (auch: soziale Netzwerke im Internet)	49	24,3
Hochschulkontakte	16	7,9
Patenschaften mit Schulen / Fachhochschulen / Universitäten	23	11,4
Praktika	67	33,2
Personalberatung / Headhunter	9	4,5
Persönliche Beziehungen	95	47,0
2. Gibt es in Ihrem Unternehmen zurzeit offene Stellen für...		
Führungskräfte	15	7,4
Akademisch gebildete Fachkräfte	13	6,4
Fachverkäufer/in im Lebensmittelhandwerk	5	2,5
Verkäufer/in Lebensmittelhandel	3	1,5
Verkäufer/in	17	8,4
Kaufleute im Einzelhandel – Lebensmittelhandel	2	1,0
Kaufleute im Einzelhandel	13	6,4
Kaufleute im Groß- und Außenhandel	21	10,4
Handelsfachwirte	1	0,5
Andere kaufmännische Berufe	7	3,5
An-/Ungelernte	9	4,5
Auszubildende	43	21,3
Andere Berufsgruppen, und zwar:	33	16,3
Außendienstler		
PTA		
Außendienst		
Betriebsschlosser		
Bodenleger Fachkraft		
Brandschutztechniker		
Elektriker		
Elektriker		
Mechatroniker		
Elektrotechniker		
Monteure		
Energieelektroniker		
Mechatroniker		
Monteure		
Floristin		
FloristIn / GärtnerIn beraten&verkaufen		
gewerbliche Mitarbeiter (Kranführer/Kraftfahrer)		
Handelsvertreter		
IT-ler		
KD-Monteure		

### Fachkräftemangel / Offene Stellen

		Kommunikationselektroniker
		Kranfahrer
		Lagerarbeiter
		Lagerfacharbeiter, LKW-Fahrer
		Metallbauer
		Minijob Waschstraße
		Mitarbeiter Restaurant
		Fachkraft für Systemgastronomie
		Monteure für Kunststofffenster- u. Türen
		nein
		nicht-akademische Fachkräfte
		selbstständige Handelsvertreter
		SHK
		Elektroniker
		Softwareentwickler
		Techniker
		technische Facharbeiter
		Tischler /Lager
3. Gibt es zurzeit in Ihrem Unternehmen Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen?		
	Führungskräfte	12 5,9
	Akademisch gebildete Fachkräfte	12 5,9
	Fachverkäufer/in im Lebensmittelhandwerk	3 1,5
	Verkäufer/in Lebensmittelhandel	3 1,5
	Verkäufer/in	12 5,9
	Kaufleute im Einzelhandel – Lebensmittelhandel	2 1,0
	Kaufleute im Einzelhandel	12 5,9
	Kaufleute im Groß- und Außenhandel	15 7,4
	Handelsfachwirte	0 0,0
	Andere kaufmännische Berufe	6 3,0
	An-/Ungelernte	3 1,5
	Auszubildende	32 15,8
	Andere Berufsgruppen, und zwar:	39 19,3
		Agrarhandel
		Außendienst
		Außendienstler
		Bodenleger Fachkraft
		Brandschutztechniker
		Elektriker
		Elektriker
		Mechatroniker
		Elektrotechniker
		Monteure
		Energieelektroniker
		Mechatroniker
		Monteure
		Fachberater
		Floristin
		Handelsvertreter
		Handwerksmeister
		IT-ler
		Kaufleute im "Textil"-Einzelhandel
		KD-Monteure
		KFZ Mechatroniker
		Kraftfahrer, LKW-Fahrer

### Fachkräftemangel / Offene Stellen

Metallbauer
Minijob Waschstraße
Mitarbeiter Restaurant
Monteure für Kunststofffenster u.- Türen
nicht-akademische Fachkräfte
qualifizierte gewerbliche Mitarbeiter (Kranführer/Kraftfahrer)
Reinigungspersonal
Schneiderin
selbstständige Handelsvertreter
SHK
Elektroniker
siehe 2.
Softwareentwickler
Techniker
Technisch - Gewerbliche Berufe
technische Facharbeiter
Tischler
Uhrmacher
Verkäufer im Außendienst

4. Aus welchen Gründen können diese Positionen nicht besetzt werden?	Führungs- kräfte	Akad. gebildete Fach kräfte	Fach- kräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
Attraktivität der Region	4 2,0	2 1,0	7 3,5	0 0,0	0 0,0
Verkehrsverbindungen	0 0,0	0 0,0	3 1,5	2 1,0	3 1,5
Image der Branche	2 1,0	0 0,0	13 6,4	2 1,0	13 6,4
Attraktivität der Arbeitszeiten	2 1,0	1 0,5	20 9,9	4 2,0	10 5,0
Attraktivität der Arbeitsbedingungen	1 0,5	0 0,0	5 2,5	1 0,5	2 1,0
Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten	3 1,5	3 1,5	12 5,9	5 2,5	3 1,5
Fehlende Bewerber/innen	10 5,0	9 4,5	55 27,2	8 4,0	30 14,9
Mangelnde Qualifikation der Bewerber/innen	5 2,5	1 0,5	39 19,3	7 3,5	26 12,9
Konkurrenz in der Region	2 1,0	3 1,5	11 5,4	3 1,5	1 0,5

5. Rekrutieren Sie gezielt Bewerber/innen aus anderen Regionen?	Führungs- kräfte	Akad. gebildete Fach- kräfte	Fachkräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
Nein	57 28,2	60 29,7	90 44,6	69 34,2	87 43,1
Ja, aus ganz Niedersachsen / aus Nordrhein-Westfalen	9 4,5	12 5,9	21 10,4	10 5,0	16 7,9
Ja, bundesweit	9 4,5	6 3,0	9 4,5	2 1,0	2 1,0
Ja, aus dem Ausland	2 1,0	2 1,0	2 1,0	1 0,5	0 0,0
6. Wenn Sie Arbeitskräfte im Ausland rekrutieren wollen: Kennen Sie Anlaufstellen, die Sie dabei unterstützen können?					
Nein				125	61,9
Ja, und zwar:				5	2,5
Internetstellenbörsen					
Landkreis, Herr Claus					
Spanische Vermittler					
7. Wen sehen Sie in der Verantwortung, wenn es um folgende Aspekte bei der Rekrutierung von Arbeitskräften aus dem Ausland geht?	Arbeit- nehmer/ innen selbst	Arbeitge- ber/innen	Öffentliche Hand		
Anwerbung im Ausland	31 15,3	45 22,3	40 19,8		
Auswahl von Bewerberinnen und Bewerbern	7 3,5	71 35,1	6 3,0		
Spracherwerb <u>vor</u> Beginn der Tätigkeit	70 34,7	16 7,9	28 13,9		
Spracherwerb <u>während</u> der Berufstätigkeit	62 30,7	52 25,7	23 11,4		
Umzug nach Deutschland (inkl. Klärung behördlicher Angelegenheiten)	56 27,7	35 17,3	54 26,7		
Begleitung während der ersten Monate („Kümmerer“)	22 10,9	73 36,1	45 22,3		
Zuzug von Familienangehörigen (Schulanmeldung, Job für Angehörige)	48 23,8	23 11,4	51 25,2		
Finanzierung der Anwerbung und Begleitung	23 11,4	44 21,8	51 25,2		

8. Wie viele offene Stellen erwarten Sie in den nächsten drei bis fünf Jahren?	Führungs- kräfte	Akad. ge- bildete Fachkräfte	Fachkräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
Kann ich noch nicht sagen	38 18,8	35 17,3	47 23,3	36 17,8	31 15,3
Keine	28 13,9	30 14,9	12 5,9	20 9,9	14 6,9
1 bis 3 offene Stellen	25 12,4	14 6,9	57 28,2	19 9,4	36 17,8
4 bis 10 offene Stellen	4 2,0	5 2,5	20 9,9	10 5,0	18 8,9
11 bis 25 offene Stellen	0 0,0	2 1,0	6 3,0	4 2,0	8 4,0
26 bis 50 offene Stellen	1 0,5	0 0,0	2 1,0	2 1,0	3 1,5

9. Wenn Sie in die Zukunft blicken, erwarten Sie Probleme bei der Besetzung offener Stellen?	In 5 Jahren	In 10 Jahren
Führungs- kräfte	39 19,3	21 10,4
Akademisch gebildete Fachkräfte	24 11,9	8 4,0
Fachverkäufer/in im Lebensmittelhandwerk	12 5,9	14 0,5
Verkäufer/in Lebensmittelhandel	14 6,9	3 1,5
Verkäufer/in	25 12,4	11 5,4
Kaufleute im Einzelhandel – Lebensmittelhandel	13 6,4	3 1,5
Kaufleute im Einzelhandel	29 14,4	11 5,4
Kaufleute im Groß- und Außenhandel	26 12,9	10 5,0
Handelsfachwirte	7 3,5	5 2,5
Andere kaufmännische Berufe	13 6,4	8 4,0
An-/Ungelernte	10 5,0	6 3,0
Auszubildende	61 30,2	21 10,4

10. Welche Maßnahmen sind in Ihrem Unternehmen von Bedeutung, wenn es darum geht, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken?	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Ausbildung im eigenen Betrieb	103 51,0	23 11,4	8 4,0	6 3,0
Weiterbildung bzw. Qualifizierung im eigenen Betrieb	71 35,1	65 32,2	4 2,0	3 1,5
Weiterbildung bzw. Qualifizierung der Mitarbeiter/innen in externen Seminaren	31 15,3	81 40,1	28 13,9	2 1,0
Mehr ältere Arbeitnehmer/innen einstellen	4 2,0	47 23,3	61 30,2	21 10,4
Maßnahmen, um ältere Arbeitnehmer/innen länger im Betrieb zu beschäftigen	11 5,4	62 30,7	38 18,8	20 9,9
Vermeehrt Frauen einstellen	6 3,0	36 17,8	55 27,2	30 14,9
Vermeehrt Kräfte mit Migrationshintergrund einstellen	6 3,0	33 16,3	57 28,2	32 15,8
Suche nach Arbeitskräften aus anderen Regionen Deutschlands betreiben bzw. verstärken	4 2,0	25 12,4	62 30,7	38 18,8
Suche nach Arbeitskräften aus dem Ausland betreiben bzw. verstärken	3 1,5	21 10,4	48 23,8	58 28,7
Verstärkt Personalvermittlungsagenturen einschalten	2 1,0	20 9,9	52 25,7	56 27,7
Höhere Gehälter / Prämien zahlen	5 2,5	54 26,7	55 27,2	18 8,9
Unterschiedliche Arbeitszeitmodelle anbieten (flexible Arbeitszeiten, Teilzeit etc.)	16 7,9	77 38,1	31 15,3	10 5,0
Andere Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf anbieten	17 8,4	72 35,6	34 16,8	7 3,5
Positives Betriebsklima schaffen	92 45,5	43 21,3	2 1,0	1 0,5
Vernetzung der Akteure im regionalen Arbeitsmarkt	8 4,0	57 28,2	49 24,3	13 6,4
Mehr Transparenz über die Angebote am Arbeitsmarkt	14 6,9	59 29,2	46 22,8	9 4,5
Stärkerer Austausch zwischen Schulen/Hochschulen und regionalen Einrichtungen	23 11,4	56 27,7	30 14,9	19 9,4
Vermarktung der Arbeitsmarktregion Osnabrück	23 11,4	54 26,7	37 18,3	18 8,9

11. Machen Sie in Ihrem Unternehmen besondere Angebote, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erleichtern?			
	Nein	45	22,3
	Flexible Arbeitszeitmodelle	82	40,6
	Angebote zur Teilzeitarbeit	80	39,6
	Angebote zur Kinderbetreuung	5	2,5
	Angebote zur Pflege von Angehörigen	5	2,5
	Wiedereinstiegsprogramme	23	11,4
12. Haben Sie die folgenden Angebote schon einmal genutzt? Sie können mehrere Angaben machen.			
	Jobbörsen	80	39,6
	Individuelle Beratung	31	15,3
	Qualifizierungsangebote im Bereich Personalrekrutierung	10	5,0
	Qualifizierungsangebote für Mitarbeiter/innen	52	25,7
	Beratungsangebote im Bereich Personalentwicklung	8	4,0
	Entwicklung einer Vermarktungsstrategie der Region (Region als Marke)	4	2,0
	Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für Branchen	5	2,5

<b>Attraktivität der Region</b>					
13. Falls Sie schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass die Region Osnabrück für Arbeitnehmer/innen oder Auszubildende nicht attraktiv ist: Was waren die Gründe, die hierbei eine Rolle spielten? Sie können mehrere Angaben machen.		Arbeitnehmer/ innen		Auszu- bildende	
	Fehlende Freizeitangebote in der Region	3	1,5	6	3,0
	Fehlende kulturelle Angebote in der Region (Theater, Konzerte, Kino)	8	4,0	4	2,0
	Fehlende Einkaufsmöglichkeiten	8	4,0	5	2,5
	Fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten	9	4,5	1	0,5
	Fehlendes Angebot weiterführender Schulen vor Ort	6	3,0	3	1,5
	Fehlende Möglichkeiten der Betreuung von Senioren	2	1,0	0	0,0
	Kein attraktives Wohnungsangebot	12	5,9	6	3,0
	Schlechte Verkehrsanbindung	20	9,9	11	5,4
	Fehlende Arbeitsplatzangebote für Partner/in	21	10,4	5	2,5
14. Von wem erwarten Sie Maßnahmen zur Gestaltung einer attraktiven Region? Sie können mehrere Angaben machen.					
	von den Unternehmen selbst	54		26,7	
	von den Kammern	47		23,3	
	von den Interessenvertretungen der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber	39		19,3	
	von den Interessenvertretungen der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer	24		11,9	
	von Initiativen	28		13,9	
	vom Land Niedersachsen	92		45,5	
	vom Landkreis Osnabrück	116		57,4	
	von den Gemeinden	113		55,9	

<b>Alterung der Belegschaft</b>		
15. Haben Sie in Ihrem Unternehmen eine Altersstrukturanalyse durchgeführt?	ja	nein
	52 25,7	93 46,0
16. Wie hoch ist das Durchschnittsalter der Belegschaft?		
Durchschnittsalter in Jahren:		40,3
Das Durchschnittsalter ist nicht bekannt		30   14,9
17. Wie beurteilen Sie die Alterszusammensetzung Ihrer Belegschaft?		
Wir haben eine altersmäßig gemischte Belegschaft		107   53,0
Wir haben eine eher junge Belegschaft		30   14,9
Unsere Belegschaft ist überaltert		11   5,4
18. Wenn in Ihrem Unternehmen eine Altersstrukturanalyse durchgeführt wurde: Haben Sie aufgrund des Ergebnisses bereits Maßnahmen ergriffen oder sind solche Maßnahmen geplant?		
Nein, es wurden keine Maßnahmen ergriffen		19   9,4
Ja, bereits geschehen		18   8,9
Ja, geplant		16   7,9
19. Wenn Sie Maßnahmen ergriffen oder geplant haben: Haben Sie dazu externe Unter- stützung in Anspruch genommen?		
Nein, das war nicht nötig		34   16,8
Nein, daran hätten wir aber Interesse		2   1,0
Ja		1   0,5

<b>Anforderungsprofile</b>						
20. Gibt es in Ihrem Unternehmen Anforderungsprofile für die Stellen?						
Nein, keine				37	18,3	
Ja, für alle Stellen				84	41,6	
Ja, für die Stellen, bei denen bereits Fachkräftemangel spürbar wird				24	11,9	
21. Wie Sie wissen, gibt es neue Berufs- und Studien- abschlüsse. Fühlen Sie sich über diese Abschlüsse aus- reichend informiert?	Spielt für unser Unter- nehmen keine Rolle	Informationen über Ausbildungs- inhalte		Informationen über Eingruppierung		
		ausrei- chend	fehlen	ausrei- chend	fehlen	
		55	44	38	20	38
		27,2	21,8	18,8	9,9	18,8
Wie sieht das im Hinblick auf neue Berufsabschlüsse aus?	69	36	29	15	30	
Wie sieht das im Hinblick auf neue Hochschulabschlüsse (z.B. Bachelor und Master) aus?	34,2	17,8	14,4	7,4	14,9	
Wie sieht das im Hinblick auf im Ausland erworbene Ab- schlüsse aus?	83	6	49	5	37	
	41,1	3,0	24,3	2,5	18,3	

Qualifizierung				
22. Wie hoch schätzen Sie zurzeit den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den verschiedenen Beschäftigungsgruppen ein?	Hoch	Mittel	Gering	Kein Bedarf
Führungskräfte	43 21,3	47 23,3	13 6,4	16 7,9
Akademisch gebildete Fachkräfte	21 10,4	39 19,3	15 7,4	26 12,9
Fachverkäufer/in im Lebensmittelhandwerk	10 5,0	24 11,9	9 4,5	25 12,4
Verkäufer/in Lebensmittelhandel	8 4,0	25 12,4	11 5,4	24 11,9
Verkäufer/in	16 7,9	40 19,8	12 5,9	20 9,9
Kaufleute im Einzelhandel – Lebensmittelhandel	11 5,4	28 13,9	11 5,4	22 10,9
Kaufleute im Einzelhandel	19 9,4	42 20,8	11 5,4	14 6,9
Kaufleute im Groß- und Außenhandel	21 10,4	42 20,8	10 5,0	13 6,4
Handelsfachwirte	19 9,4	30 14,9	7 3,5	16 7,9
Andere kaufmännische Berufe	13 6,4	40 19,8	8 4,0	19 9,4
An-/Ungelernte	18 8,9	28 13,9	25 12,4	18 8,9

23. Gibt es Themen, bei denen Sie in den kommenden fünf Jahren einen hohen Qualifizierungsbedarf sehen? Welche sind das?

Gesamt	28	13,9
Beratungsintensiver Verkauf		
EDV		
EDV-Hemmnisse abbauen Warenwirtschaftssysteme, MS-Office (Excel), DMS		
Elektronische Schließsysteme, Mührroboter, Saugroboter		
Fremdsprachen in den Unternehmen		
Führerscheine		
Führungskräfte: Führung, Personalführung, Kommunikation, Fachkräfte: Kundenservice, Kommunikation		
Für gewerbliche Mitarbeiter (Kranführer/Kraffahrer) ergeben sich für das (Aus-)Bildungsniveau erhöhte Anforderungen, insbesondere Fremdsprachenkenntnisse bei Auslandseinsätzen und intellektuelle Anforderungen im Rahmen der sicheren Abwicklung von Windkraftprojekten		
Große Auswahl an qualifizierten Azubis		
Handwerk Sanitär-Heizung-Klima		
IT im Logistikumfeld, Personalentwicklungsthemen		
IT, Informationssysteme generell		
Juristische Änderungen von der EU auf Betriebe, EDV		
Kaufen, Verkaufen		
Kompetenz in der Kundenberatung auf ein hohes Niveau bringen		
Kraffahrer/Kranfahrer, KFZ Mechatroniker LKW		
Lageristen (Altersnachfolge)		
Mechatroniker Kälte- und Klimatechnik		
Nein		
Netzwerktechnik		
Persönlichkeitsentwicklung, Stressmanagement, Selbstkontrolle und Selbstorganisation, Führungsqualitäten		
Persönlichkeitsentwicklung, Sozialkompetenz		
Pflanzenschutzmittel-Sachkunde-(Nachweis), Kassenprogramme		
Sachbearbeitung/ Arbeitsvorbereitung Kunststoffensterbau		
schulische Leistungen für Verkäufer im Einzelhandel		
So eine Analyse für Industrie/ Handwerk/ Montage, was für uns interessanter bzw. passender ist		

<b>Qualifizierung</b>			
Vernetzung der gesamten Haustechnik Zoll & Außenhandel			
Wie hoch ist die durchschnittliche Anzahl der Teilnehmertage an Weiterbildungs- bzw. Qualifizierungsmaßnahmen pro Mitarbeiter/in im Jahr?			
	Bis 2 Tage	88	43,6
	3 bis 5 Tage	45	22,3
	Mehr als 5 Tage	9	4,5
24. Wer trägt im Allgemeinen die Kosten von Qualifizierungsmaßnahmen?			
	Die Kosten trägt das Unternehmen allein	130	64,4
	Die Kosten trägt die Mitarbeiterin / der Mitarbeiter allein	4	2,0
	Unternehmen und Mitarbeiter/in tragen die Kosten anteilig	10	5,0
25. Wer trägt im Allgemeinen den Zeitaufwand für die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen?			
	Das Unternehmen, d.h. die Qualifizierung wird als Arbeitszeit betrachtet	103	51,0
	Die Mitarbeiter/innen, d.h. Qualifizierungen finden grundsätzlich in der Freizeit statt	6	3,0
	Unternehmen und Mitarbeiter/innen, d.h., ein Teil der Qualifizierung wird als Arbeitszeit behandelt, ein Teil findet in der Freizeit der Mitarbeiter/innen statt	32	15,8
26. Welche Formen von Qualifizierungsmaßnahmen bevorzugen Sie für Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Sie können mehrere Angaben machen.			
	Qualifizierungsmaßnahmen am Arbeitsplatz	77	38,1
	Unternehmensbezogene Inhouseschulung	68	33,7
	Externe Seminare innerhalb der Branche	105	52,0
	Nebenberuflich über einen längeren Zeitraum	23	11,4
	Externe offene Seminare	35	17,3
	Internetbasiert im Selbststudium	7	3,5
	E-Learning im Betrieb	10	5,0
	Job-Rotation	13	6,4
27. Wie lange sollten Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen dauern?			
	Bis 2 Tage	97	48,0
	3 bis 5 Tage	43	21,3
	Mehr als 5 Tage	1	0,5
28. In welcher räumlichen Entfernung zum Arbeitsort sollten Qualifizierungsmaßnahmen stattfinden?			
	In räumlicher Nähe zum Arbeitsort	112	55,4
	Entfernung spielt keine Rolle	31	15,3
29. Falls es in Ihrem Unternehmen Hindernisse gibt, die einer stärkeren Nutzung von Qualifizierungsangeboten entgegenstehen: Welche Hindernisse sind dies? Sie können mehrere Angaben machen.			
	Fehlende finanzielle Mittel im Unternehmen	42	20,8
	Es gibt keine Angebote, die den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter/innen abdecken	28	13,9
	Es gibt keine Angebote in räumlicher Nähe	37	18,3
	Die Freistellung von Mitarbeiter/innen verursacht Probleme	61	30,2
	Fehlendes Interesse auf Seiten der Mitarbeiter/innen	29	14,4

<b>Betriebliches Gesundheitsmanagement</b>				
30. Hier finden Sie einige Aussagen zum Thema Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie diesen Aussagen zustimmen können.	Trifft voll und ganz zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft überhaupt nicht zu
„Sich gesund zu halten liegt allein in der Verantwortung der Mitarbeiter/innen.“	33 16,3	65 32,2	35 17,3	8 4,0
„Unser Unternehmen ist bereit, für die Gesundheit der Mitarbeiter/innen Geld zu investieren.“	27 13,4	70 34,7	30 14,9	9 4,5
„Die Gesundheit der Mitarbeiter/innen ist als strategischer Faktor in das Leitbild unseres Unternehmens einbezogen.“	22 10,9	63 31,2	31 15,3	16 7,9
„Das Gesundheitsmanagement ist in die Gestaltung der Strukturen und Prozesse einbezogen.“	13 6,4	50 24,8	44 21,8	22 10,9
31. Gibt es in Ihrem Unternehmen ein betriebliches Gesundheitsmanagement?				
	Ja	22	10,9	
	Ist geplant	30	14,9	
	Nein	95	47,0	
32. Falls Sie die Einführung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements planen oder das vorhandene ausbauen möchten: Was sind die Gründe dafür? Sie können mehrere Angaben machen.				
	Imageverbesserung	31	15,3	
	Bindung der Mitarbeiter/innen an das Unternehmen	60	29,7	
	Mitarbeiter/innen dauerhaft gesund erhalten	72	35,6	
	Krankenstand senken	59	29,2	
	Anpassung der Arbeitsabläufe, um Ältere länger beschäftigen zu können	29	14,4	
33. Falls Sie die Einführung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements planen oder das vorhandene ausbauen möchten: Benötigen Sie dafür externe Unterstützung?				
	Ja	49	24,3	
	Nein	61	30,2	

<b>Herausforderungen für die Zukunft</b>			
34. Wie wird sich die Zahl der Beschäftigten in Ihrem Unternehmen in den nächsten fünf Jahren voraussichtlich entwickeln?			
	Die Zahl der Beschäftigten wird zunehmen	71	35,1
	Die Zahl der Beschäftigten wird abnehmen	12	5,9
	Es wird keine Veränderung der Beschäftigtenzahl geben	61	30,2
35. Worin sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren?			
	Fachkräftemangel	70	34,7
	Überalterung der Belegschaft	39	19,3
	Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen	83	41,1
	Bindung der Mitarbeiter/innen an das Unternehmen	51	25,2
	Ausweitung der Öffnungszeiten	26	12,9
	Zunehmende Konkurrenz in der Region	29	14,4
	Zunehmende Konkurrenz des Internethandels	46	22,8
	Aufbau eines eigenen Internethandels	21	10,4
	Realisierung von Kosteneinsparungen	38	18,8

### Herausforderungen für die Zukunft

Umsetzung ökologischer Anforderungen	8	4,0
Unternehmensnachfolge / Inhaberwechsel / Generationenwechsel in der Leitung	39	19,3
Umsetzung neuer Arbeitszeitmodelle	26	12,9
Know-How im Unternehmen sichern	57	28,2

### Fragen zum Unternehmen

36. Zu welchem der Bereiche gehört Ihr Unternehmen?		
Einzelhandel	64	31,7
Großhandel	50	24,8
Sonstiges, und zwar	35	17,3
Anlagenbau und Großhandel		
Dienstleister		
Dienstleistung		
Dienstleistung, Vertrieb		
Dienstleistungsgewerbe Logistik		
Einzelhandel/ Produktion		
Elektro-Heizung-Sanitärinstallation		
Großhandel und Aufbau und Montage von Zäunen und Toren		
Großhandel und Produktion		
Großhandel/ Baubranche		
Handelsvertretung		
Handwerk		
Handwerk mit Einzelhandel		
Handwerk/ Industrie/ Montage		
Handwerksbetrieb		
Herstellung und Vertrieb		
Industrie		
Industrie und Handel		
Internethandel		
IT		
IT-Dienstleistungen		
Landwirtschaft		
Maschinenbau		
Maschinenbau		
Medizintechnik		
Metallbau		
Mobile Verglasung von Bussen		
Produktion		
produzierendes Gewerbe		
Produzierendes Gewerbe		
SHK-Handwerk		
Vertrieb von Elektrosystemtechnik		

37. Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Unternehmen zu? Unser Unternehmen...		
... ist ein eigenständiger Betrieb	132	65,3
... gehört zu einer Handelskette	7	3,5
... ist Franchisenehmer	4	2,0
... ist Sonstiges	4	2,0
38. Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen?		
Bis 5 Mitarbeiter/innen	23	11,4
6 bis 9 Mitarbeiter/innen	27	13,4
10 bis 49 Mitarbeiter/innen	59	29,2
50 bis 149 Mitarbeiter/innen	23	11,4
150 bis 249 Mitarbeiter/innen	4	2,0
250 bis 499 Mitarbeiter/innen	6	3,0
500 bis 999 Mitarbeiter/innen	5	2,5
1.000 bis 2.999 Mitarbeiter/innen	0	0,0
3.000 und mehr Mitarbeiter/innen	1	0,5
39. Wie hoch ist der Anteil der folgenden Gruppen in Ihrem Unternehmen? (Durchschnitt der Antworten)		
Vollzeitkräfte		67 %
Teilzeitkräfte mit weniger als 20 Stunden		12 %
Teilzeitkräfte mit mehr als 20 Stunden		6%
450-Euro-Kräfte		14%
40. Wie viele Auszubildende hat Ihr Unternehmen?		
Wir bilden nicht aus	49	24,3
eine/n Auszubildende/n	35	17,3
2 bis 4 Auszubildende	29	14,4
5 bis 9 Auszubildende	17	8,4
10 bis 24 Auszubildende	6	3,0
25 bis 99 Auszubildende	9	4,5
100 Auszubildende und mehr	1	0,5
41. Wo ist der Sitz Ihres Unternehmens?		
Nicht beantwortet	55	27,2
Weder im Landkreis noch in der Stadt Osnabrück	11	5,4
In der Stadt Osnabrück	48	23,8
Im Landkreis Osnabrück	88	43,6
Und zwar in:		
Ankum	1	0,5
Bad Essen	3	1,5
Bad Iburg	4	2,0
Bad Rothenfelde	1	0,5
Belm	3	1,5
Bersenbrück	3	1,5
Bissendorf	2	1,0
Bohmte	5	2,5
Bramsche	4	2,0
Dissen	5	2,5

Fürstenau	1	0,5
Gehrde	2	1,0
Georgsmarienhütte	9	4,5
Glandorf	2	1,0
Hilter	4	2,0
Melle	9	4,5
Menslage	1	0,5
Neuenkirchen	3	1,5
Ostercappeln	2	1,0
Quakenbrück	3	1,5
Voltlage	2	1,0
Wallenhorst	11	5,4
Keine Angabe	4	2,0

42. Was mir sonst noch wichtig ist:

Ansiedlung von Vollsortimenter, die dem Einzelhandel die Existenzgrundlage entziehen.
Ausweisung neuer Industriegebiete im Landkreis/ in der Stadt Osnabrück.
Dass die Ausbildung erneuert wird, damit es wieder Fachkräfte gibt. Im ganzen Landkreis werden kaum noch Floristinnen ausgebildet.
Die Abwerbung langjähriger und gut ausgebildeten Facharbeiter durch die Gemeinde fördert nicht die Leistungsfähigkeit ihrer Betriebe. Auch Gemeinden sollten sich an allgemein gültiges Handwerksrecht halten.
Einige Fragen treffen nicht zu, da es sich um einen Betrieb als Nebenerwerb handelt.
Erläuterung zu 41: (Mobil-)Kranführer ist kein Ausbildungsberuf bzw. keine offizielle Berufsbezeichnung. Die Qualifizierung der gewerblichen Mitarbeiter und deren Nachweis obliegt allein dem Unternehmer.
Falls der inhabergeführte Einzelhandel in Zukunft wider Erwarten nun doch eine Renaissance erfährt, könnten sehr viele neue hochwertige Arbeitsplätze entstehen!
Kooperation mit Schulen/ Hochschulen fördern. Wo bleiben die Absolventen? Warum verlassen sie die Region? Gleichgültigkeit beseitigen!
Leider ist dieser Fragebogen einseitig ausgelegt, getreu dem Motto, in Zukunft fehlen Fachkräfte. In Zukunft wird es einen beratenden Einzelhandel nicht mehr geben, denn der Gesetzgeber und das Bundeskartellamt sorgen für die Abschaffung von Fachkräften im Handel und damit für die Abschaffung der vielfältigen Handelslandschaft. Zu unserer momentanen Situation: Wir haben ausreichend Personal und hatten bei der Besetzung von Fachkräften oder Ausbildungsplätzen noch nie Probleme. Allerdings zahlen wir als eines der wenigen EH-Betriebe Tariflöhne mit Zuschlägen. Zu Frage 36: Hindernis: die weiteren Eingriffe des Gesetzgebers
Teamgeist und familiäre Stimmung.
Unterstützung bei Investitionen durch Landes- und EU-Mittel für Kleinunternehmen. Alle Programme gehen nur in Groß- und Mittelunternehmen. Wir haben für Anträge keine Ressourcen!!!
Vieles, weniger Bürokratie.

## Befragung von Auszubildenden

Region		
1. Wo leben Sie?		
	Nicht beantwortet	6 1,2
	In der Stadt Osnabrück	159 30,5
	Weder im Landkreis, noch in der Stadt Osnabrück	66 12,7
	Im Landkreis Osnabrück	290 55,7
	Und zwar in:	
	Alfhausen	2 0,4
	Ankum	2 0,4
	Bad Essen	23 4,4
	Bad Iburg	9 1,7
	Bad Laer	5 1
	Bad Rothenfelde	7 1,3
	Belm	20 3,8
	Berge	1 0,2
	Bersenbrück	2 0,4
	Bissendorf	11 2,1
	Bohmte	17 3,3
	Bramsche	14 2,7
	Dissen	3 0,6
	Eggermühlen	1 0,2
	Fürstenau	2 0,4
	Georgsmarienhütte	26 5,0
	Glandorf	1 0,2
	Hagen a.T.W.	17 3,3
	Hasbergen	11 2,1
	Hilter	8 1,5
	Kettenkamp	1 0,2
	Melle	63 12,1
	Merzen	3 0,6
	Neuenkirchen bei Bramsche	1 0,2
	Nortrup	1 0,2
	Ostercappeln	5 1,0
	Rieste	1 0,2
	Voltlage	1 0,2
	Wallenhorst	29 5,6
	Nicht beantwortet	3 0,6
2. Wo machen Sie Ihre Ausbildung?		
	Nicht beantwortet	6 1,2
	In der Stadt Osnabrück	269 51,6
	Weder im Landkreis, noch in der Stadt Osnabrück	25 4,8
	Im Landkreis Osnabrück	221 42,4
	Und zwar in:	
	Ankum	9 1,7
	Bad Essen	10 1,9
	Bad Iburg	3 0,6

Region			
	Bad Laer	6	1,2
	Bad Rothenfelde	2	0,4
	Belm	13	2,5
	Bersenbrück	1	0,2
	Bissendorf	8	1,5
	Bohmte	11	2,1
	Bramsche	17	3,3
	Dissen	6	1,2
	Fürstenau	2	0,4
	Georgsmarienhütte	21	4,0
	Glandorf	3	0,6
	Hagen a.T.W.	7	1,3
	Hasbergen	6	1,2
	Hilter	16	3,1
	Melle	56	10,7
	Nortrup	1	0,2
	Quakenbrück	1	0,2
	Ostercappeln	1	0,2
	Wallenhorst	16	3,1
	Nicht beantwortet	5	1,0

3. Wenn Sie in der Region leben: Was macht die Region für Sie persönlich attraktiv? Sie können mehrere Angaben machen.  
Falls Sie nicht in der Region leben: Bitte weiter mit Frage 4.

	Familie	333	63,9
	Freunde und Bekannte	348	66,8
	Landschaft	114	21,9
	Lebenshaltungskosten	50	9,6
	Freizeitmöglichkeiten	126	24,2
	Einkaufsmöglichkeiten	126	24,2
	Verkehrsanbindung	123	23,6
	Ausbildungsmöglichkeiten	112	21,5
	Berufliche Zukunftsmöglichkeiten	93	17,9

4. 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.	137 26,3	264 50,7	74 14,2	25 4,8
Es würde mir schwer fallen, von hier wegzuziehen.	123 23,0	192 36,9	116 22,3	73 14,0
Ich sehe meine Zukunft in der Region.	83 15,9	237 45,5	122 23,4	58 11,1

#### Information über freie Stellen

5. Wenn Sie auf der Suche nach einem Arbeitsplatz sind: Wo informieren Sie sich über freie Stellen? Sie können mehrere Angaben machen.			
	Bei der Agentur für Arbeit	352	67,6
	Bei der MaßArbeit	22	4,2
	Messen / Jobbörsen	180	34,5
	Berufsverbände	11	2,1

	In der lokalen Presse	211	40,5
	In der überregionalen Presse	61	11,7
	Im Internet	448	86,0
	Ich nutze meine Beziehungen	227	43,6
<b>6. Fühlen Sie sich ausreichend über Stellenangebote und Berufe <u>in der Region</u> informiert?</b>			
	Ich bin ausreichend informiert		
Über Stellenangebote in der Region	177 34,0	262 50,3	68 13,,1
Über Berufe, für die es Stellen in der Region gibt	133 25,5	292 56,0	70 13,4

<b>Berufliche Zukunft</b>			
<b>7. In welcher Branche möchten Sie zukünftig arbeiten?</b>			
	Lebensmitteleinzelhandel	68	13,1
	Einzelhandel im Non-Food-Bereich	128	24,6
	Großhandel	207	39,7
	Andere Branche, und zwar:	135	25,9
	Industriekaufmann	19	3,6
	Textilhandel	13	2,5
	Sozialberufe	11	2,1
	Automobilbranche	9	1,7
	Bürobereich allgemein	6	1,2
	Marketing	6	1,2
	Immobilienbranche	5	1,0
	Handwerklicher Beruf	5	1,0
	Telekommunikationsbranche	4	0,8
	Medien	3	0,6
	Personalwesen	2	0,4
	Bank	2	0,4
	Selbständigkeit	2	0,4
	Bin mir noch nicht sicher	13	2,5
	Sonstiges	23	4,4
	Nicht beantwortet	12	2,3

### Berufliche Zukunft

Berufliche Zukunft				
8. Was ist Ihnen an Ihrem zukünftigen Arbeitsplatz wichtig? Bitte machen Sie maximal fünf Angaben.				
	nette Kolleginnen und Kollegen	430	82,5	
	gute Vorgesetzte	256	49,1	
	Familienfreundlichkeit	80	15,4	
	Qualifizierungsmöglichkeiten	172	33,0	
	Aufstiegsmöglichkeiten	343	65,8	
	Flexible Arbeitszeiten	175	33,6	
	gute Arbeitsbedingungen	262	50,3	
	Arbeitsplatzsicherheit	246	47,2	
	gutes Gehalt	400	76,8	
	Angebote zum Erhalt der Gesundheit	32	6,1	
	eigene Gestaltungsmöglichkeiten	76	14,6	
9. Im Folgenden finden Sie einige Aussagen zu Ihrer Ausbildung und zu zukünftigen Entwicklungen im Berufsleben. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit diese Aussagen auf Sie zutreffen.				
	Trifft voll und ganz zu	Trifft etwas zu	Trifft kaum zu	Trifft über- haupt nicht zu
Ich mache eine Ausbildung in meinem Wunschberuf	92 17,7	263 50,5	83 15,9	60 11,5
Meine Ausbildung dient mir als Grundlage für eine weitere berufliche Entwicklung	239 45,9	181 34,7	52 10,0	24 4,6
10. Was sind Ihre beruflichen Ziele?				
	Ich möchte zukünftig eine Führungsposition übernehmen.	156	29,9	
	Ich möchte als selbstständiger Unternehmer / selbstständige Unternehmerin tätig sein.	91	17,5	
	Ich möchte eine Aufstiegsfortbildung nutzen.	139	26,7	
	Ich möchte in meinem erlernten Beruf bleiben.	71	13,6	
	Ich möchte nicht in meinem erlernten Beruf arbeiten.	78	15,0	
	Ich weiß es noch nicht.	130	25,0	

<b>Berufliche Zukunft</b>			
11. Worin sehen Sie für die Unternehmen des Groß- und Einzelhandels die größten Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren? Bitte geben Sie auch hier maximal fünf an!			
Fachkräftemangel	252	48,4	
Überalterung der Belegschaft	140	26,9	
Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen	165	31,7	
Bindung der Mitarbeiter/innen an das Unternehmen	176	33,8	
Ausweitung der Öffnungszeiten	161	30,9	
Zunehmende Konkurrenz in der Region	178	34,2	
Zunehmende Konkurrenz des Internethandels	273	52,4	
Aufbau eines eigenen Internethandels	57	10,9	
Realisierung von Kosteneinsparungen	119	22,8	
Umsetzung ökologischer Anforderungen	72	13,8	
Unternehmensnachfolge / Inhaberwechsel / Generationenwechsel in der Leitung	78	15,0	
Umsetzung neuer Arbeitszeitmodelle	95	18,2	
Know-How im Unternehmen sichern	89	17,1	

<b>Betriebliches Gesundheitsmanagement</b>				
12. Hier finden Sie einige Aussagen zum Thema Gesundheit der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie diesen Aussagen zustimmen können.	Trifft voll und ganz zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft überhaupt nicht zu
„Sich gesund zu halten, liegt allein in der Verantwortung der Arbeitnehmer/innen.“	79 15,2	252 48,4	133 25,5	28 5,4
„Ein Unternehmen sollte bereit sein, für die Gesundheit der Mitarbeiter/innen Geld zu investieren.“	212 40,7	217 41,7	54 10,4	10 1,9
„Die Gesundheit der Mitarbeiter/innen sollte als strategischer Faktor in das Leitbild des Unternehmens einbezogen sein.“	131 25,1	278 53,4	72 13,8	10 1,9
„Das Gesundheitsmanagement sollte in die Gestaltung der Strukturen und Prozesse einbezogen sein.“	113 21,7	288 55,3	80 15,4	7 1,3

<b>Fragen zur Person</b>		
13. Was ist Ihr höchster allgemein bildender Schulabschluss? Bitte machen Sie nur eine Angabe.		
Von der Schule abgegangen ohne Hauptschulabschluss (ohne Volksschulabschluss)	5	1,0
Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss)	73	14,0
Realschulabschluss (Mittlere Reife)	260	49,9
Abschluss der Polytechnischen Oberschule 10. Klasse (vor 1965: 8. Klasse)	4	0,8
Fachhochschulreife, Abschluss Fachoberschule	83	15,9
Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife / Abitur (Gymnasium bzw. EOS, auch EOS mit Lehre)	77	14,8
Nicht beantwortet	19	3,6

### Fragen zur Person

<b>14. Haben Sie bereits eine Ausbildung oder ein Studium absolviert und abgeschlossen?</b>		
Ja, ich habe bereits eine abgeschlossene Ausbildung / ein abgeschlossenes Studium	52	10,0
Ich habe schon einmal eine andere Ausbildung / ein anderes Studium begonnen, aber nicht abgeschlossen	62	11,9
Nein, dies ist meine Erstausbildung / mein Erststudium	391	75,0
<b>15. Welche Schule oder Ausbildungsstätte besuchen Sie zurzeit?</b>		
Berufsbildende Schule im Rahmen einer betrieblichen Ausbildung	449	86,2
Berufsfachschule	56	10,7
Hochschule	0	0,0
Universität	1	0,2
Seminar zur beruflichen Weiterbildung	0	0,0
<b>Welchen Beruf erlernen Sie?</b>		
Groß- und Außenhandelskaufmann/-frau	212	40,7
Einzelhandelskaufmann/-frau	198	38,0
Verkäufer/-in	81	15,5
Andere	3	0,6
<b>16. Welchen beruflichen Abschluss streben Sie an? Bitte machen Sie nur eine Angabe.</b>		
Abschluss der beruflich-betrieblichen Ausbildung (Lehre)	368	70,6
Abschluss der Berufsfachschule	31	6,0
Abschluss einer Fachschule, Meister-, Technikerschule, Berufs- oder Fachakademie	14	2,7
Fachhochschulabschluss (auch: Bachelor-Abschluss an der Fachhochschule)	42	8,1
Hochschulabschluss (Diplom, Staatsexamen, Bachelor oder Master an der Universität)	32	6,1
Fachliche Zusatzausbildung mit Abschlussprüfung	13	2,5
<b>17. Wenn sich für Sie die Frage der Vereinbarkeit von Familie und Beruf stellt: Welche Arbeitszeit würde für Sie eine gute Vereinbarkeit ermöglichen?</b>		
Vollzeit mit flexiblen Arbeitszeiten	264	50,7
Vollzeit mit festen Arbeitszeiten	143	27,4
Teilzeit unter 15 Stunden pro Woche	18	3,5
Teilzeit mit 15 bis 30 Stunden pro Woche	128	24,6
Telearbeit / Heimarbeit	33	6,3
Stundenweise Beschäftigung	4	0,8
<b>18. Geschlecht</b>		
weiblich	274	52,6
männlich	226	43,4
Nicht beantwortet	21	4,0

### Fragen zur Person

<b>Fragen zur Person</b>			
19. Wie alt sind Sie?			
Durchschnittsalter in Jahren:		20,7	
20. In welchem Land sind Sie geboren?			
in Deutschland		456	87,5
in einem anderen Land		49	9,4
Nicht beantwortet		16	3,1
21. In welchem Land sind Ihre Eltern geboren?			
Beide Elternteile sind in Deutschland geboren.		344	66,0
Beide Elternteile / ein Elternteil sind in einem anderen Land geboren		161	30,9
Nicht beantwortet		16	3,1
22. Welche Sprache wird bei Ihnen zu Hause vorwiegend gesprochen?			
Deutsch		437	83,9
eine andere Sprache		66	12,7
Nicht beantwortet		18	3,5