

AZUBI IM H@NDWERK 2.0



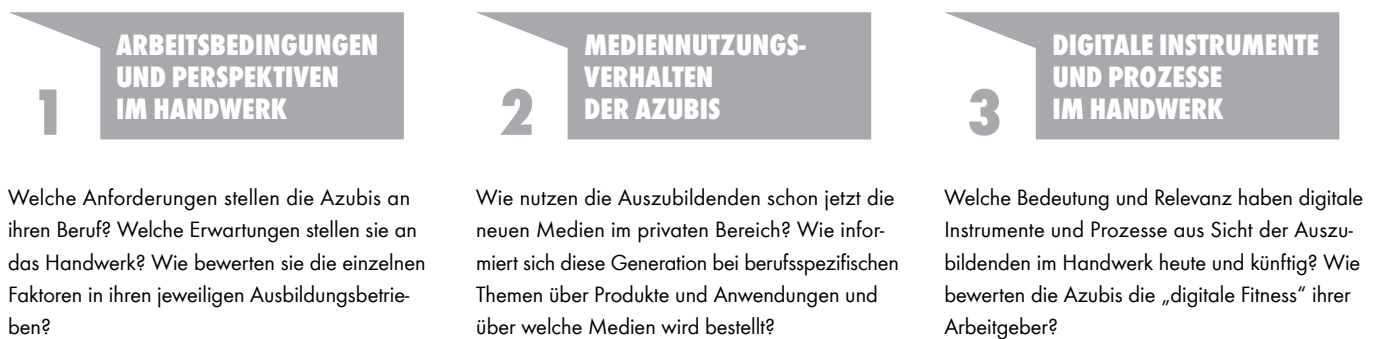
Der aktuelle Handwerksmarkt in Deutschland zeichnet sich durch eine starke Auftragslage, sowie steigende Anforderungen durch neue und digitale Technologien, bei gleichzeitigem Nachwuchsmangel aus. Somit ist für zukunftsorientierte Betriebe nicht mehr nur der Wettbewerb um Kunden wichtig, sondern vermehrt auch der **Wettbewerb um die besten Nachwuchshandwerker**.

Grund genug, einmal zu eruieren, was der heutigen Azubi-Generation wichtig ist und was sie von einer Handwerksausbildung erwartet. Doch nicht nur im Hinblick auf den Wettbewerb um die besten Lehrlinge nutzt Ihnen diese Studie. Sie zeigt Ihnen auch auf, wo aus Sicht der Nachwuchshandwerker **Optimierungspotenziale bei digitalen Medien und Prozessen** in Ihrem Betrieb liegen und wie die junge Generation die neuen Medien nutzt. Daraus können Sie zum Beispiel wertvolle Schlüsse für Ihre eigenen Marketingmaßnahmen und Ihre internen Prozesse ziehen.

Die Studie „Azubi im H@ndwerk 2.0“ stellt bewusst die künftigen Mitarbeiter von Handwerksbetrieben in den Fokus und zeigt Ihnen als Betriebsverantwortlichem somit sehr gut auf,

- **welche Anforderungen** heutige Azubis an ihren Beruf stellen,
- **welche Erwartungen** sie an Handwerksbetriebe haben und
- **welche Bedeutung und Relevanz** die Azubis den neuen Medien für Handwerksunternehmen beimessen – als Konsument und als Handwerker der Zukunft.

Die Befragungsinhalte der Studie orientierten sich an drei zentralen Themenbereichen:



Ein repräsentativer Querschnitt

In manufactum fassen wir Ihnen die Ergebnisse der Studie auf Basis der Durchschnittswerte aller Befragten zusammen. Eine gewerkspezifische Auswertung und das genaue Untersuchungsdesign können Sie der Gesamtstudie entnehmen, die Sie unter www.wuerth.de/manufactum ansehen können. Die Teilnehmer der Studie setzten sich aus verschiedenen Gewerken wie folgt zusammen:

- 10,6 %** Maurer, Trockenbauer, Dachdecker, Zimmermann, Gipser, Stuckateur, Isolierer
- 3,5 %** Fliesenleger, Sanitärhandwerker, Maler, Lackierer, Tapezierer, Bodenleger
- 14,0 %** Tischler, Schreiner
- 9,1 %** Heizungsbau
- 13,5 %** Elektrohandwerk (inkl. Haus-, Solar- und Sicherheitstechnik)
- 12,6 %** Kfz-Berufe
- 12,4 %** Industrie
- 10,9 %** Schlosser, Metallbau
- 13,5 %** Übrige Handwerksberufe

Lesen Sie auf den folgenden Seiten die einzelnen Teilbefragungen der Studie. Wir haben die Ergebnisse stets kurz und knapp zusammengefasst und die für Sie interessantesten Aspekte herausgehoben.

Die komplette Studie können Sie unter www.wuerth.de/manufactum ansehen.

Die Hintergründe der Studie

Die Studie „Azubi im H@ndwerk 2.0“ wurde für manufactum in Zusammenarbeit mit dem Künzelsauer Institut für Marketing an der Hochschule Heilbronn unter der Leitung von Prof. Dr. Dirk Hass durchgeführt.

Zielgruppe für die Befragung, die im Oktober 2014 stattfand, waren Auszubildende im Handwerk bzw. Handwerker, die nach 2012 ihre Ausbildung beendet haben. Ein Schwerpunkt wurde dabei bewusst auf Azubis aus baunahen Gewerken, handwerklichen Berufen in der Industrie und dem Kfz-Gewerbe gelegt. Etwa 60 Prozent der teilnehmenden Azubis kam aus mittelgroßen Handwerksbetrieben mit sechs bis 40 gewerblichen Mitarbeitern. Zu je etwa 20 Prozent kamen die teilnehmenden Azubis aus Kleinbetrieben (1 - 5 Mitarbeiter) oder großen Betrieben (über 40 Mitarbeiter).

Die Akquise der Befragten wurde einerseits – dank der Unterstützung von Würth – über deren Firmenverteiler vorgenommen. Hierbei wurden die Kunden von Würth gebeten, eine digitale Einladung zur Teilnahme an der Studie an ihre Auszubildenden weiterzuleiten. Ferner wurden Teilnehmer über Presseveröffentlichungen und die neuen Medien (z. B. Facebook) rekrutiert und zur Landing-Page der Studie www.handwerksstudie.de geführt.

Die Teilnehmerzahl ist mit 451 Azubis aussagekräftig. Die Studie „Azubi im H@ndwerk 2.0“ ist die größte wissenschaftliche Studie dieser Art in Deutschland.

1

ARBEITSBEDINGUNGEN UND PERSPEKTIVEN IM HANDWERK

Im ersten Teil der Studie werden die Arbeitsbedingungen und Perspektiven für Auszubildende im Handwerk behandelt. Dabei wird zunächst die Lehre an und für sich bewertet und erfragt, ob die Azubis dem Handwerk treu bleiben wollen.

Danach wird die Bedeutung der Arbeitsbedingungen und Perspektiven anhand konkreter Kriterien wie „Verhältnis zu Kollegen“, „Gehalt in der Ausbildung“ oder „Aufstiegsmöglichkeiten“ aus Sicht der Azubis gewichtet. Im Anschluss wird dann bewertet, wie gut diese Kriterien aus Sicht der Azubis jeweils bei ihrem aktuellen Arbeitgeber/Ausbildungsbetrieb erfüllt werden.



1.1

GESAMTBEWERTUNG DER LEHRE

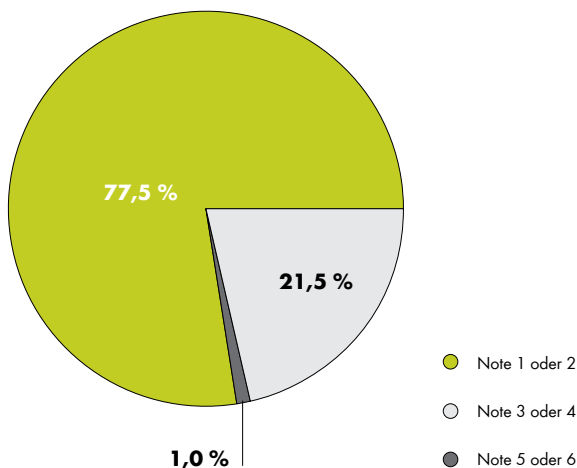
Gesamtbewertung der Lehre aus Sicht der Azubis im Handwerk

Gefragt wurde:

„Mit welcher Schulnote würden Sie Ihre Ausbildung/Lehre zusammenfassend bewerten?“ (1 = sehr gut, 6 = ungenügend)

Ergebnis:

Die Ausbildung im Handwerk wird mit einer Durchschnittsnote von 2,1 sehr positiv bewertet. Rund acht von zehn Azubis bewerten ihre handwerkliche Ausbildung mit gut oder sehr gut und nur 1 Prozent ist mit der Ausbildung richtig unzufrieden (Noten mangelhaft und ungenügend).



Das Ergebnis spricht eine klare Sprache: Die Ausbildung im deutschen Handwerk ist gut!

1.2

BERUFSPLANUNG NACH DER LEHRE

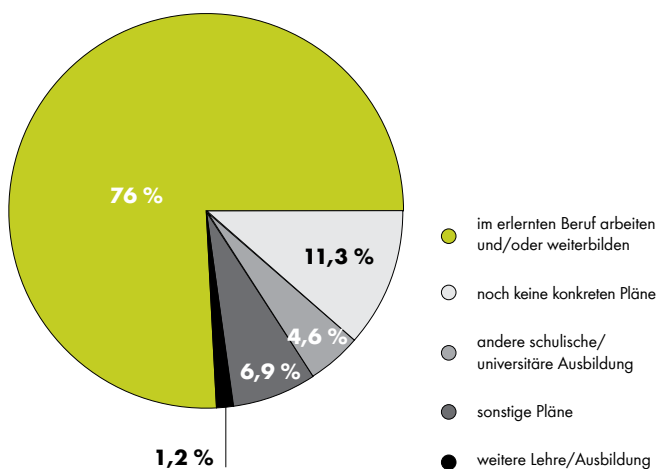
Berufsplanung nach der Lehre der Azubis im Handwerk

Gefragt wurde:

„Nach der Ausbildung plane ich ...“

Ergebnis:

Gut drei Viertel der Auszubildenden (76 Prozent) planen schon jetzt, im erlernten Berufsfeld zu arbeiten und/oder sich dort weiterzubilden. Nur etwa jeder zwanzigste Befragte gibt an, nach der Lehre eine schulische/universitäre Ausbildung in einem ganz anderen Bereich machen zu wollen.



Das Ergebnis der Befragung ist eine Auszeichnung für das deutsche Handwerk: Wer einmal Handwerker ist, will es in aller Regel offenbar auch bleiben!

1.3

FAKTOREN DER ARBEITZUFRIEDENHEIT

Bedeutung einzelner Faktoren bei Arbeitsbedingungen und Perspektiven für die Gesamtzufriedenheit mit der Berufswahl

Gefragt wurde:

„Bitte sagen Sie uns, wie wichtig für Sie die nachfolgenden Faktoren bei der Wahl Ihres Berufes/Arbeitsplatzes sind?“

Das Ergebnis zeigt, wie wichtig gerade weiche Faktoren bei der Bewertung der Arbeitsbedingungen sind: Ein gutes Verhältnis zu den Kollegen und die Wertschätzung der geleisteten Arbeit stehen über allem!

Ergebnis:

Bei den Faktoren der Arbeitsbedingungen haben die „weichen“ Faktoren, wie das Verhältnis zu Kollegen, Wertschätzung/Anerkennung der Arbeit, Unterstützung im Unternehmen sowie ein gutes Verhältnis zum Chef, eine ganz zentrale Bedeutung. Weniger wichtig sind z. B. das Gehalt während der Ausbildung, die Größe des Unternehmens, betriebliche Zusatzleistungen, Arbeitszeiten und das Engagement des Arbeitgebers bei Umwelt- und sozialen Themen.

| Faktoren der Arbeitszufriedenheit | | ● sehr wichtig | ○ eher wichtig | | | | | | | | |
|--|------|----------------|----------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| Gutes Verhältnis zu den Kollegen | 84 % | 16 % | | | | | | | | | |
| Wertschätzung der geleisteten Arbeit | 62 % | 36 % | | | | | | | | | |
| Gute Arbeitsmarktchancen im erlernten Beruf | 70 % | 28 % | | | | | | | | | |
| Unterstützung im Unternehmen | 56 % | 41 % | | | | | | | | | |
| Gutes und direktes Verhältnis zum Vorgesetzten/Chef | 53 % | 44 % | | | | | | | | | |
| Angemessenes Gehalt nach der Ausbildung | 53 % | 44 % | | | | | | | | | |
| Weiterbildungsmöglichkeiten nach der Ausbildung | 59 % | 37 % | | | | | | | | | |
| Abwechslungsreiche Aufgaben im Beruf | 49 % | 44 % | | | | | | | | | |
| Aufstiegsmöglichkeiten (Meister, Vorarbeiter, Selbstständigkeit) | 60 % | 33 % | | | | | | | | | |
| Ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeitszeit und Freizeit | 41 % | 50 % | | | | | | | | | |
| Freiraum bei der Arbeitsausführung/eigenständiges Arbeiten | 44 % | 47 % | | | | | | | | | |
| Herausfordernde tägliche Aufgaben im Beruf | 37 % | 53 % | | | | | | | | | |
| Angemessenes Gehalt während der Ausbildung | 20 % | 53 % | | | | | | | | | |
| Arbeitszeiten (Gleitzeit, Urlaub, Tagesarbeitszeit) | 25 % | 47 % | | | | | | | | | |
| Engagement der Firma bei Umwelt- und sozialen Themen | 11 % | 40 % | | | | | | | | | |
| Image/Bekanntheit des Unternehmens | 10 % | 30 % | | | | | | | | | |
| Angebot an betrieblichen Zusatzleistungen | 7 % | 31 % | | | | | | | | | |
| Größe des Unternehmens | 17 % | | | | | | | | | | |
| Prozent | 0 | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 60 | 70 | 80 | 90 | 100 |