

ARBEITSKRÄFTESTUDIE FÜR DAS ALLGÄU

15. MÄRZ 2023 | ABSCHLUSSBERICHT

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



MODULDREI

INHALTE.

- I. Hintergrund und Ziel der Studie
- II. Die Methodik hinter dem Projekt
- III. Die Studie im Überblick
- IV. Die passenden Arbeitskräfte für Allgäuer Unternehmen: Standort-, Arbeitskräfte und Branchenanalyse
- V. Die Bedarfsbranchen im Detail
- VI. Zusammenfassung der Forschungsergebnisse
- VII. Bedarfsermittlung der identifizierten Bedarfsbranchen
- VIII. Bedarfsermittlung der identifizierten Zielgruppen
- IX. Fazit

ZU BEGINN EINE BEGRIFFSKLÄRUNG.

DER UNTERSCHIED ZWISCHEN EINER ARBEITS- UND FACHKRAFT.

MODULDREI



Allgemein sprechen wir in Deutschland seit Jahren vom „Fachkräftemangel“. Schon zu Beginn der Studie war klar: Dieser Begriff trifft (zumindest im Allgäu) nicht den richtigen Tatbestand.

WANN SPRECHEN WIR VON EINER FACHKRAFT BZW. EINEM FACHKRÄFTEMANGEL?

Fachkräfte sind Arbeitnehmer:innen, die eine anerkannte akademische Ausbildung oder eine anerkannte, mindestens zweijährige Berufsausbildung absolviert haben.

Von einem Fachkräftemangel reden wir, wenn die Nachfrage nach Fachkräften über einen längeren Zeitraum nicht mehr ausreichend gedeckt werden kann. Auf anpassungsfähigen Märkten geht das tendenziell nicht, da die Arbeitgeber:innen ihren Bedarf ansonsten auf andere Weise decken würden oder die Produktion verringern würden.

Deswegen spricht man häufig von einem Fachkräfteengpass oder einer Fachkräftelücke.

WANN SPRECHEN WIR VON EINER ARBEITSKRAFT UND EINEM ARBEITSKRÄFTEMANGEL?

Als Arbeitskräfte werden, unabhängig von ihrer Qualifikation, alle arbeitsfähigen Personen bezeichnet.

Während ein Arbeitskräftemangel ohne Berücksichtigung der Qualifikationsstruktur von einem dauerhaften Mangel an Arbeitskräften ausgeht, berücksichtigt der Fachkräftemangel die Qualifikationsanforderungen der Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen und betrachtet einen längeren Zeitraum.

I. HINTERGRUND UND ZIELE

MODULDREI

I. DIE CORONA-PANDEMIE HAT AUCH DIE WIRTSCHAFT IM ALLGÄU „DURCHGESCHÜTTELT“. WELCHE VERÄNDERUNGEN GAB ES DADURCH?

Vor dem Hintergrund des Demographischen Wandels stellt der Arbeitskräfte- bzw. Fachkräftemangel für viele Betriebe, ein großes Problem dar. Mehrere Studien aus den Kreisen selbst oder durch die Kammern aus den letzten Jahren belegen diesen Eindruck.

Die Region Allgäu wird zusätzlich einen Rückgang der Menschen im erwerbsfähigen Alter von ca. neun Prozent zwischen 2020 und 2030 aufweisen - obwohl die Region erhebliche Zuwanderungsgewinne von Menschen im erwerbsfähigen Alter (15 bis 65 Jahren) verzeichnen kann.

Solche Prognosen sind instabil, weil sich die Umstände ändern.

I. ZIEL DER STUDIE: DIE BEDARFE VON ALLGÄUER UNTERNEHMEN UND PASSENDE ZIELGRUPPEN ERMITTELN.

Vor diesem Hintergrund ist erstmalig eine Arbeitskräftestudie für das Allgäu durchgeführt worden.

Die Studienergebnisse geben Aufschluss darüber, ...

- ✓ welche Branchen am meisten Unterstützung benötigen.
- ✓ welche (neuen) Bedarfsbranchen durch Corona entstanden sind.
- ✓ welche Herausforderungen die Unternehmen bei der Fachkräfteakquise zu bewältigen haben.
- ✓ welche (neuen) Zielgruppen angesprochen werden müssen.
- ✓ welche Bedarfe die (neuen) Zielgruppen haben.



Diese Grundlagenstudie dient zur Analyse der aktuellen, regionalen Pandemie-Auswirkungen auf den Allgäuer Arbeitsmarkt mit dem Ziel einer soliden Entscheidungsgrundlage für weitere Maßnahmen.

II. DIE METHODIK

MODULDREI

II. DAS PROJEKT UND SEINE BAUSTEINE: OHNE BETEILIGUNG GEHT ES NICHT.

Die Entwicklung, Durchführung und Analyse der Studie ist von Anfang an als offener Diskussions- und Entwicklungsprozess ausgelegt worden.

So sind bei der Befragung und Analyse, je nach Schwerpunkt, die Allgäu GmbH, die lokalen Wirtschaftsförderungen oder auch die Bundesagentur für Arbeit mit einbezogen worden - sei es bei der Erstellung des Fragebogens, der Erarbeitung der betroffenen Branchen oder der Zielgruppenermittlung im Rahmen eines Workshops.

Im Ergebnis sind aktuelle Bedarfsbranchen und Zielgruppen identifiziert worden.

II. DIE PROJEKTBAUSTEINE AUF EINEN BLICK.



II. ANALOG ZUR UMFRAGE SIND RELEVANTE STANDORTINDIKATOREN UNTERSUCHT WORDEN.

Diese Indikatoren haben wir analysiert:

- ✓ Bevölkerungszusammensetzung
- ✓ Beschäftigung
- ✓ Betriebsgrößen
- ✓ Betriebsanzahl
- ✓ Betriebsstrukturen nach Altersgruppen
- ✓ Berufsabschlüsse
- ✓ Ausbildungsmarkt
- ✓ Arbeitslose

Die gesamte sozioökonomische Standort- und Branchenanalyse beruht im Wesentlichen auf frei zugänglichen Datenquellen – genauer gesagt auf Basis der Daten der Bundesagentur für Arbeit, dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, der Bertelsmann-Stiftung, der Regionaldatenbanken des statistischen Bundesamtes und den erhobenen Daten aus der Umfrage selbst.

III. DIE STUDIE IM ÜBERBLICK

MODULDREI

III. FÜNF BEGLEITFRAGEN FLANKIEREN DIE STUDIE.

1. Welche Bedarfsbranchen haben sich durch Corona hervorgetan und zeigen erhöhten Unterstützungsbedarf?
2. Welche Branchen haben den höchsten Arbeitskräftebedarf?
3. Wie kann man die Bedarfsbranchen unterstützen?
4. Welche Zielgruppen müssen angesprochen werden, um den Arbeitskräftebedarf zu decken?
5. Mit welchen Angeboten sollten die identifizierten Zielgruppen angesprochen werden (also: Arbeitskräfte)?

1

Mit 4.936 Unternehmen sind rund 23,8 Prozent der Allgäuer Betriebe kontaktiert worden.

Der Rücklauf von insgesamt 1.259 Unternehmen ergibt eine sehr gute Rücklaufquote von 25 Prozent.

Insgesamt haben so rund sechs Prozent aller Allgäuer Unternehmen an der Umfrage teilgenommen.

III. DIE MEISTEN TEILNEHMENDEN KOMMEN AUS DEM UNTERALLGÄU – EINEM DER GRÖSSTEN LANDKREISE.

Die teilnehmenden Unternehmen haben sich wie folgt verteilt:

- Unterallgäu: 358 Unternehmen
- Ostallgäu: 292 Unternehmen
- Kempten: 158 Unternehmen
- Kaufbeuren: 168 Unternehmen
- Oberallgäu: 106 Unternehmen
- Lindau: 72 Unternehmen
- Memmingen: 57 Unternehmen

22 Unternehmen kamen aus keinem der Landkreise und Städte des Allgäus. Diese wurden daher nicht berücksichtigt.

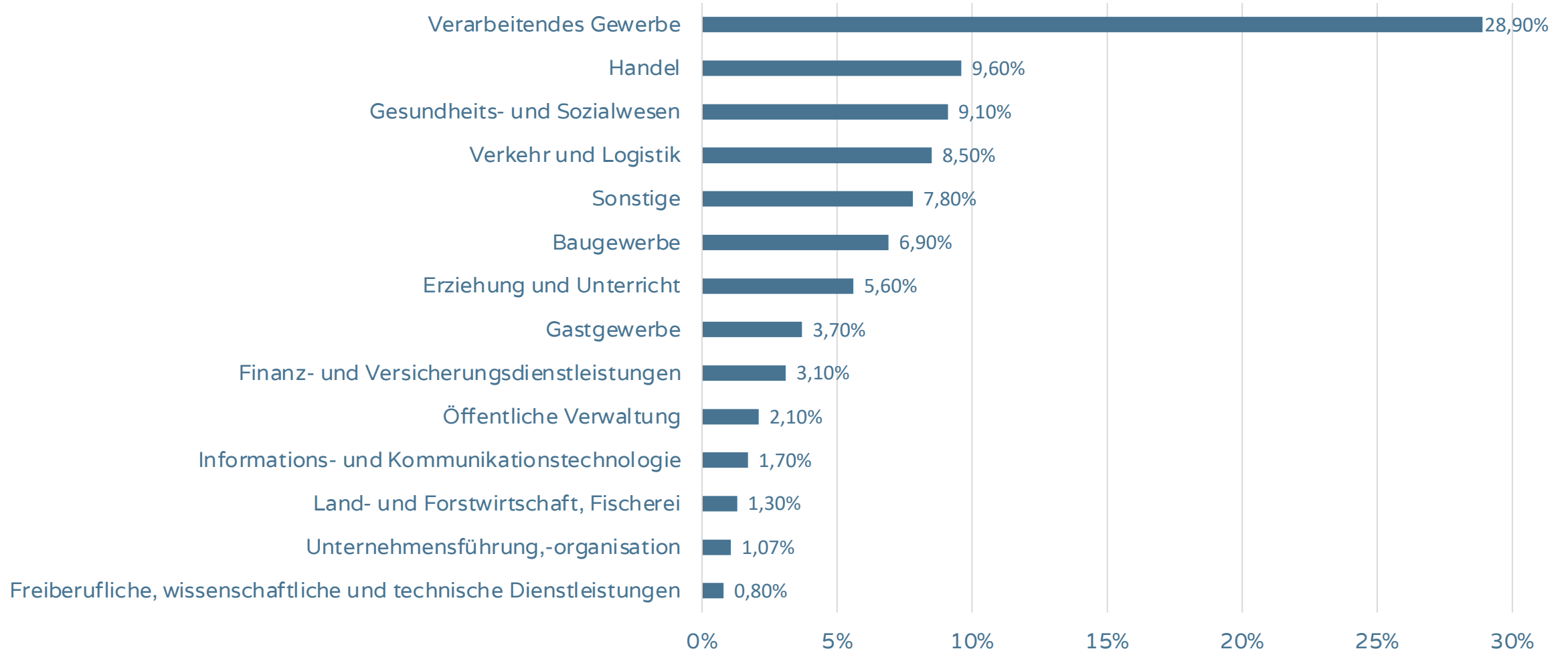
III. STARK SIND DAS VERARBEITENDE GEWERBE, BAU- UND GASTGEWERBE, HANDEL SOWIE GESUNDHEITS- UND SOZIALWESEN VERTRETEN.



Frage 1: Welchem Wirtschaftszweig ordnen Sie sich am ehesten zu? n=1245

19 Quelle: Allgäuer Arbeitskräftestudie Moduldrei 2022

III. ZUM VERGLEICH: DIE BRANCHENVERTEILUNG NACH TATSÄCHLICHER BESCHÄFTIGUNG.



Branchenverteilung nach tatsächlicher Beschäftigung im Allgäu

20 Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2022 (eigene Darstellung)

2

Die Ergebnisse der Umfrage können statistisch gesehen nicht „repräsentativ“ sein. Die hohe Teilnahme ermöglicht aber belastbare Aussagen über die Bedarfe der Allgäuer Unternehmen.

Die Online-Umfrage fand vom 11. Oktober 2022 bis zum 07. November 2022 statt.

III. DIE BRANCHEN MIT DEN MEISTEN BESCHÄFTIGTEN IM ALLGÄU SIND AUCH AM STÄRKSTEN AN DER STUDIE BETEILIGT.

Die Branchen mit den meisten Beschäftigten im Allgäu sind ...

- verarbeitendes Gewerbe,
- Handel,
- Gesundheits- und Sozialwesen,
- Verkehr und Logistik,
- Baugewerbe und
- Erziehung und Unterricht.

Die Branchen mit der höchsten Beteiligung bei der Studie sind ...

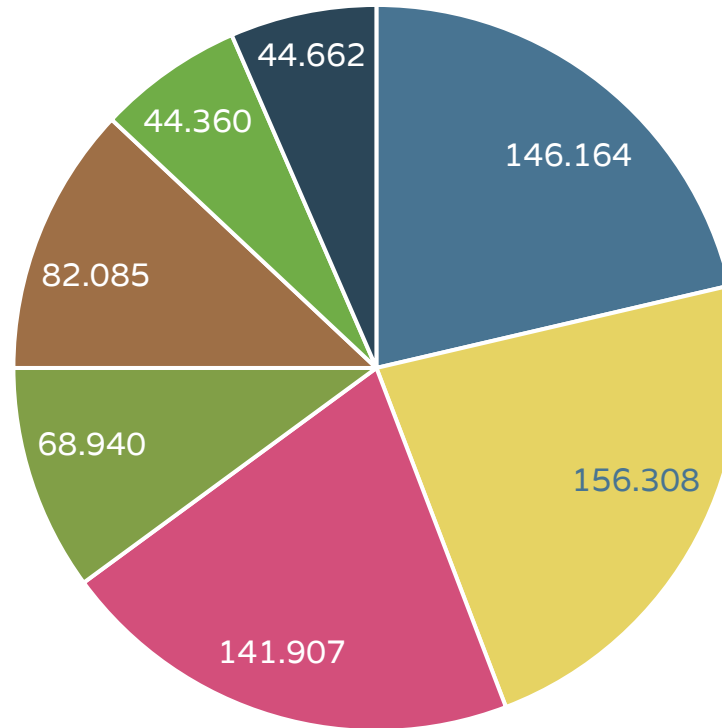
- verarbeitendes Gewerbe,
- Handel,
- Gesundheits- und Sozialwesen,
- Gastgewerbe,
- Baugewerbe und
- Erziehung und Unterricht.

IV. DIE PASSENDE ARBEITSKRÄFTE FÜR ALLGÄUER UNTERNEHMEN

STANDORT- UND BRANCHENANALYSE ALS GRUNDLAGE

MODULDREI

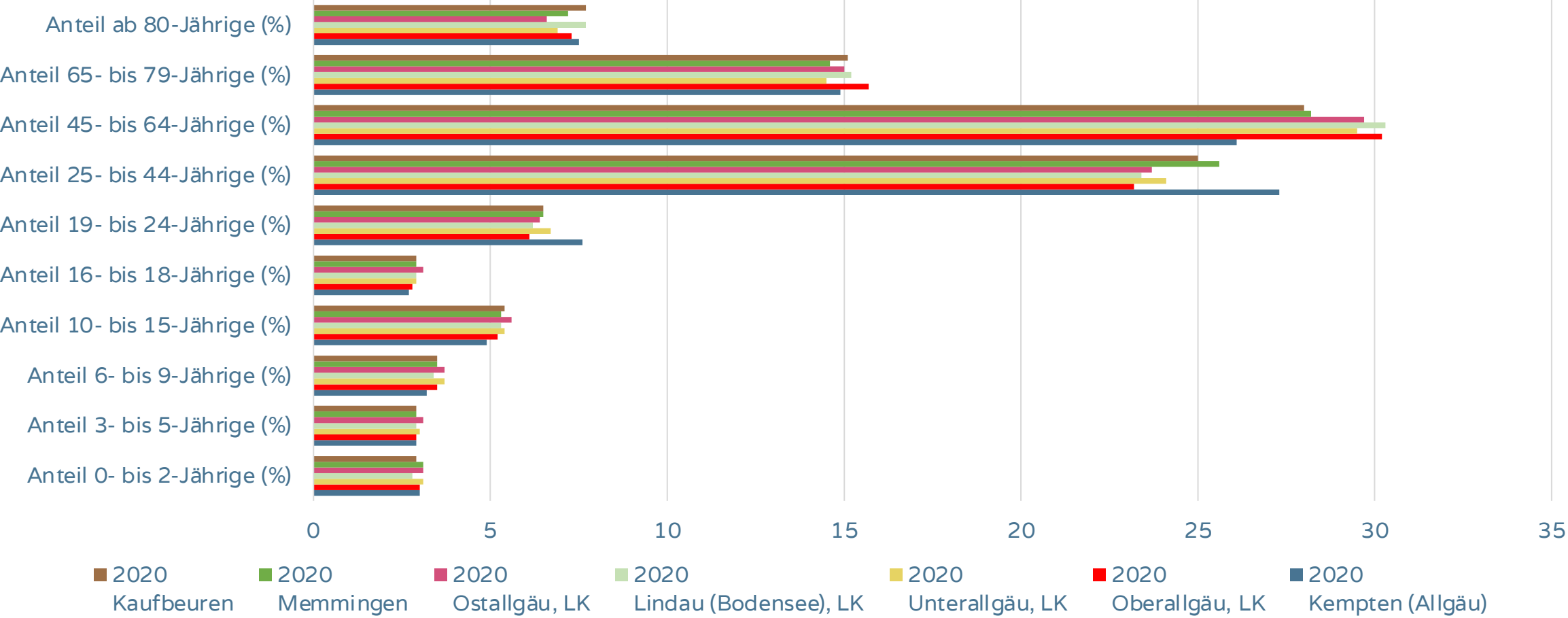
IV. IM ALLGÄU LEBEN ÜBER 684.000 MENSCHEN, DIE MEISTEN DAVON IN DEN LANDKREISEN UNTER- UND OBERALLGÄU.



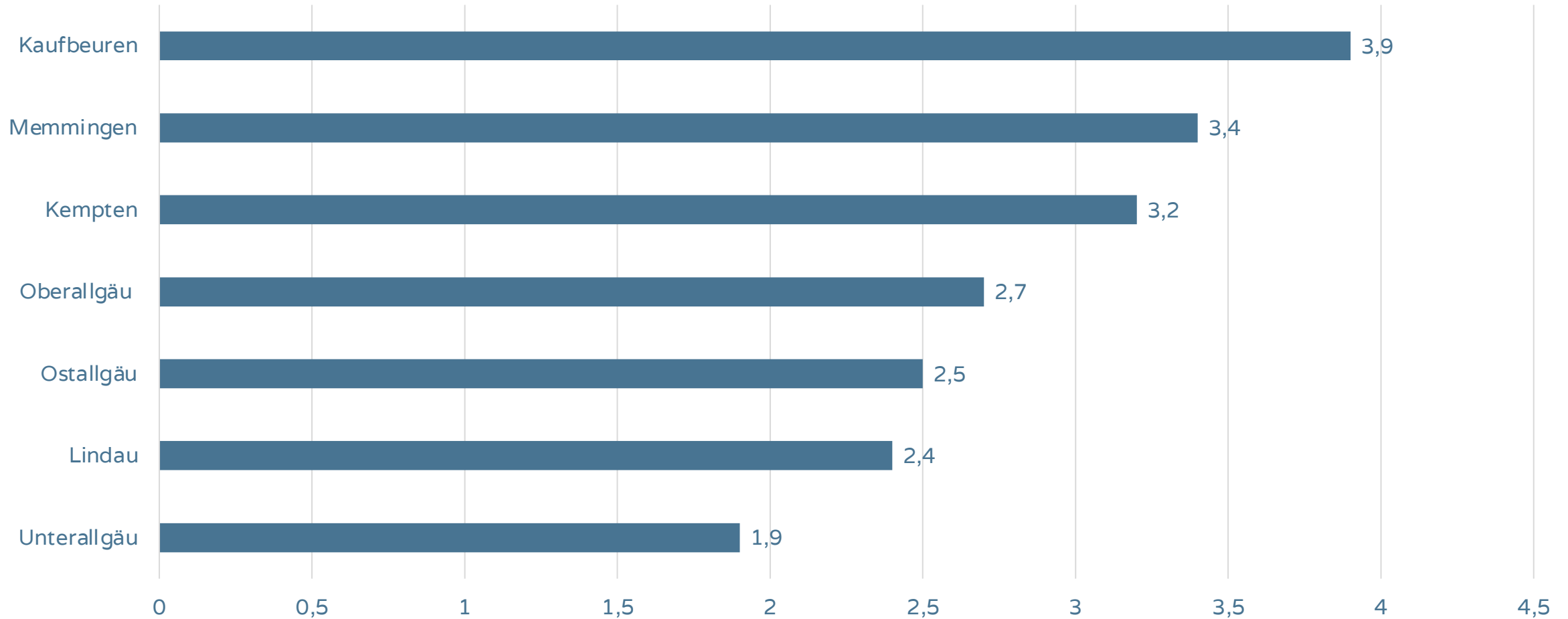
■ Unterallgäu, LK ■ Oberallgäu, LK ■ Ostallgäu, LK ■ Memmingen ■ Lindau (Bodensee), LK ■ Kaufbeuren ■ (Unlabeled)

Aufteilung der Bevölkerung nach Landkreisen und kreisfreien Städten (Stand 2020)

IV. DER DEMOGRAFISCHE WANDEL IST AUCH IM ALLGÄU DEUTLICH SICHTBAR.



IV. IM UNTERALLGÄU HERRSCHT FAST VOLLBESCHÄFTIGUNG. IN KAUFBEUREN UND MEMMINGEN IST DIE ARBEITSLOSENQUOTE HÖHER.

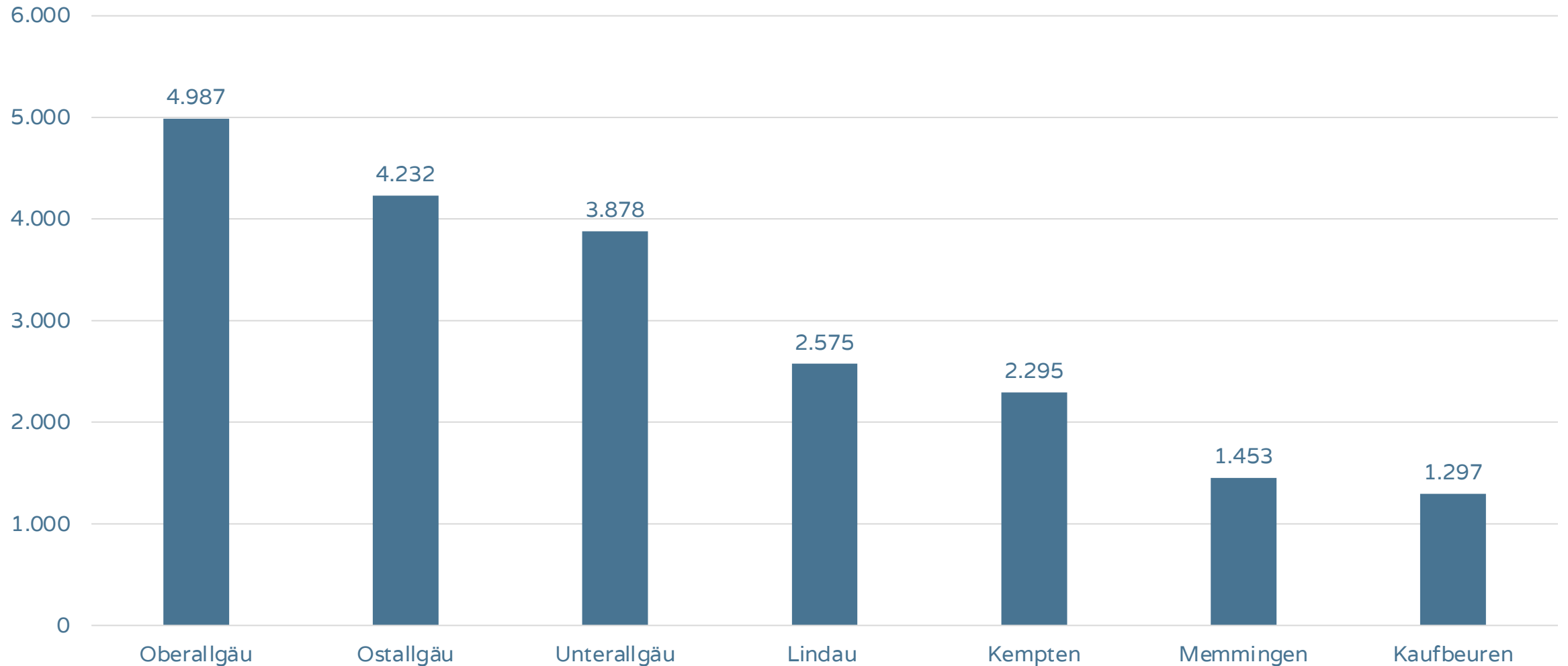


Arbeitslosenquote nach Allgäuer Landkreisen und kreisfreien Städten

26 Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2022

MODULDREI

IV. 285.080 MENSCHEN IM ALLGÄU GEHEN EINER SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIGEN BESCHÄFTIGUNG NACH.



Anzahl der SVB aufgeteilt nach Landkreisen und kreisfreien Städten im Allgäu

27 Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2022

MODULDREI

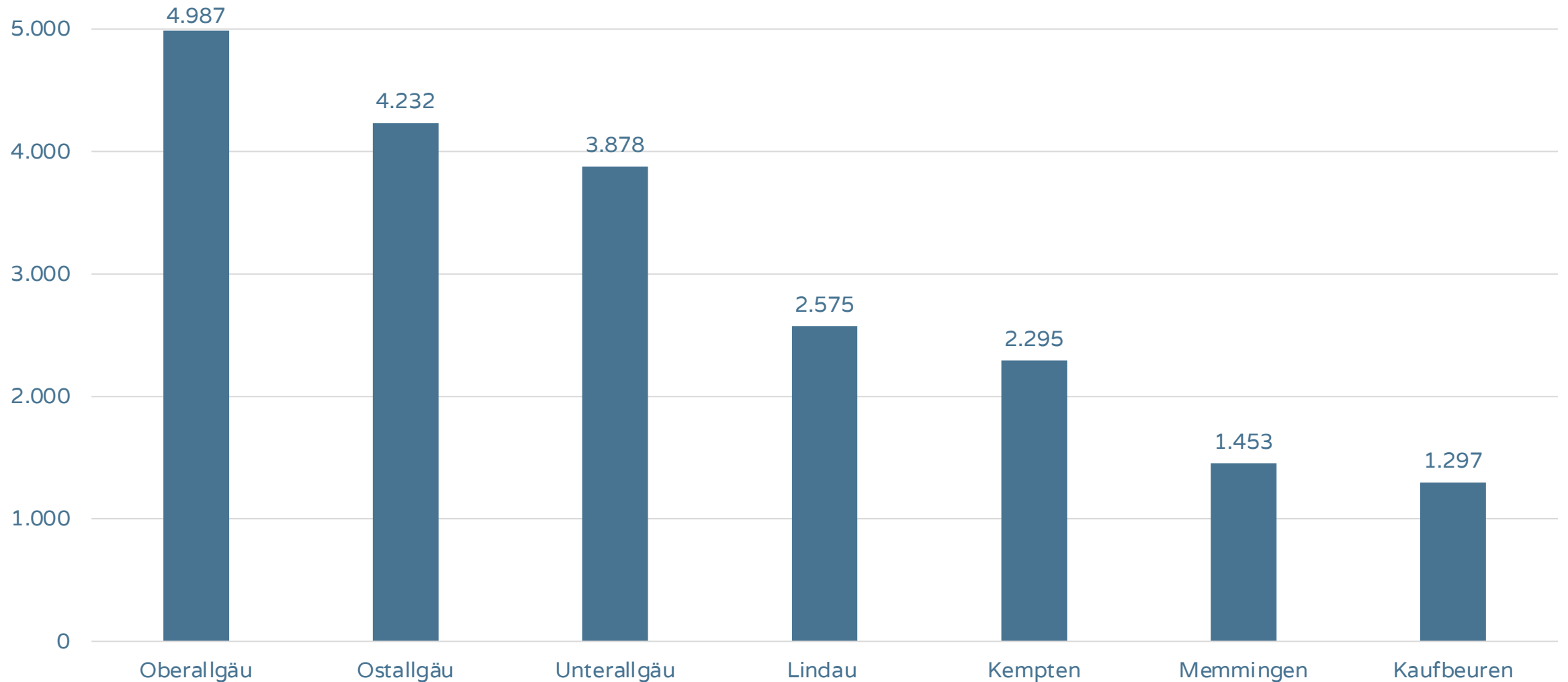
3

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SVB) ist trotz Pandemie, den Herausforderungen durch Megatrends und die starke Inflation in den letzten Jahren gestiegen.

Im Jahr 2017 gab es noch 261.365 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SVB). Sie haben also 23.715 zusätzliche Arbeitskräfte für das Allgäu gewinnen können. Ein Wachstum von neun Prozent - Respekt!

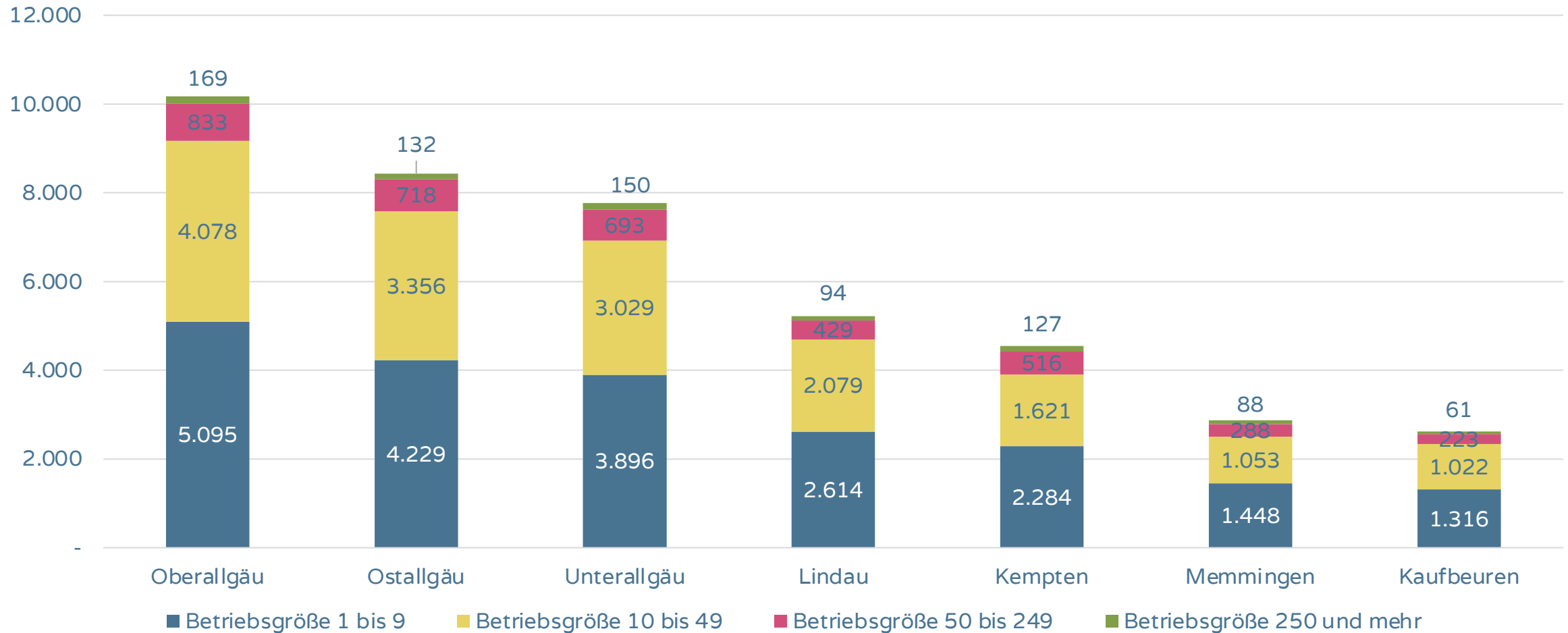
Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2022

IV. DIE BESCHÄFTIGTEN VERTEILEN SICH AUF 20.717 UNTERNEHMEN. DAS SIND 262 MEHR ALS 2017.



Anzahl der Unternehmen aufgeteilt nach den Allgäuer Landkreisen und kreisfreien Städten

IV. DIESE 20.000 UNTERNEHMEN SIND FAST ALLE KLEIN- UND MITTELSTÄNDISCH. WIE FAST ÜBERALL IN DEUTSCHLAND.

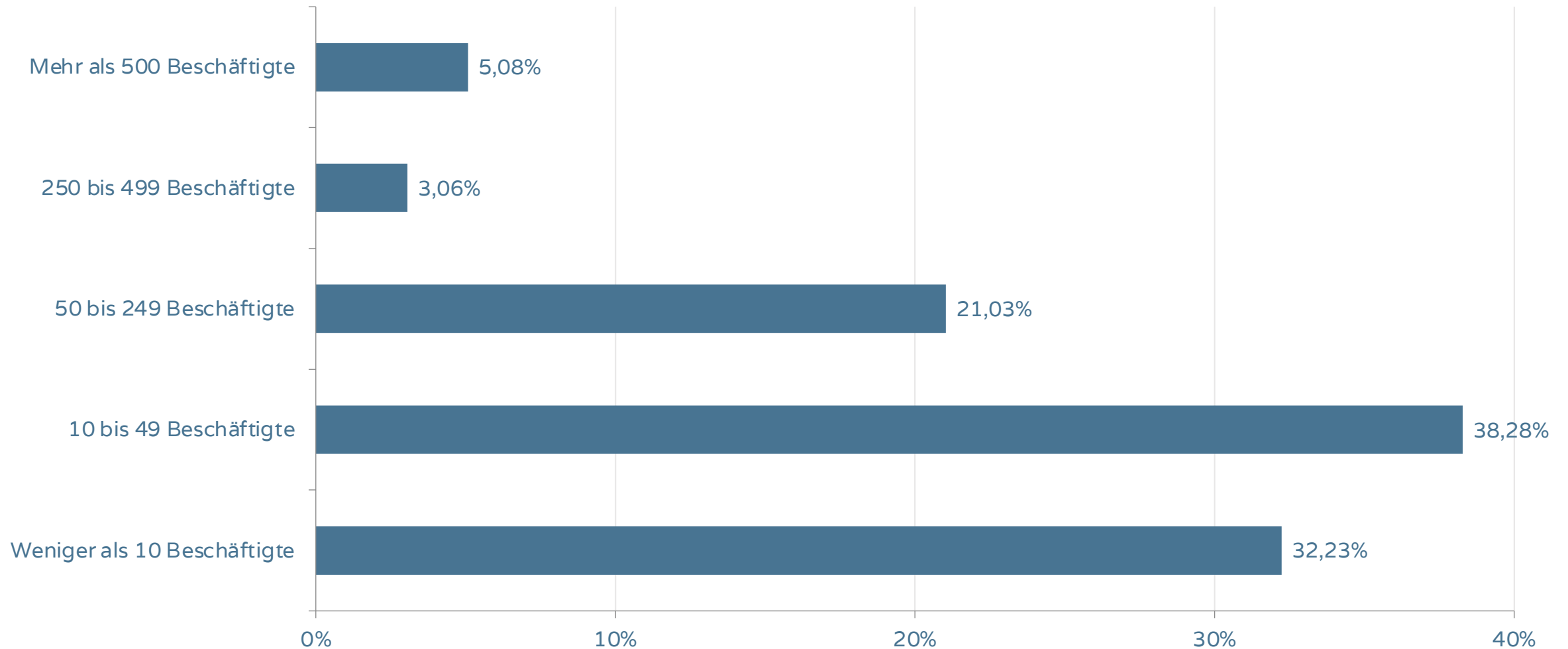


Aufteilung der Unternehmensgrößen nach den Allgäuer Landkreisen und kreisfreien Städten

30 Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2021

MODULDREI

IV. DIE TEILNEHMENDEN SPIEGELN DIESES VERHÄLTNIS GUT WIEDER.

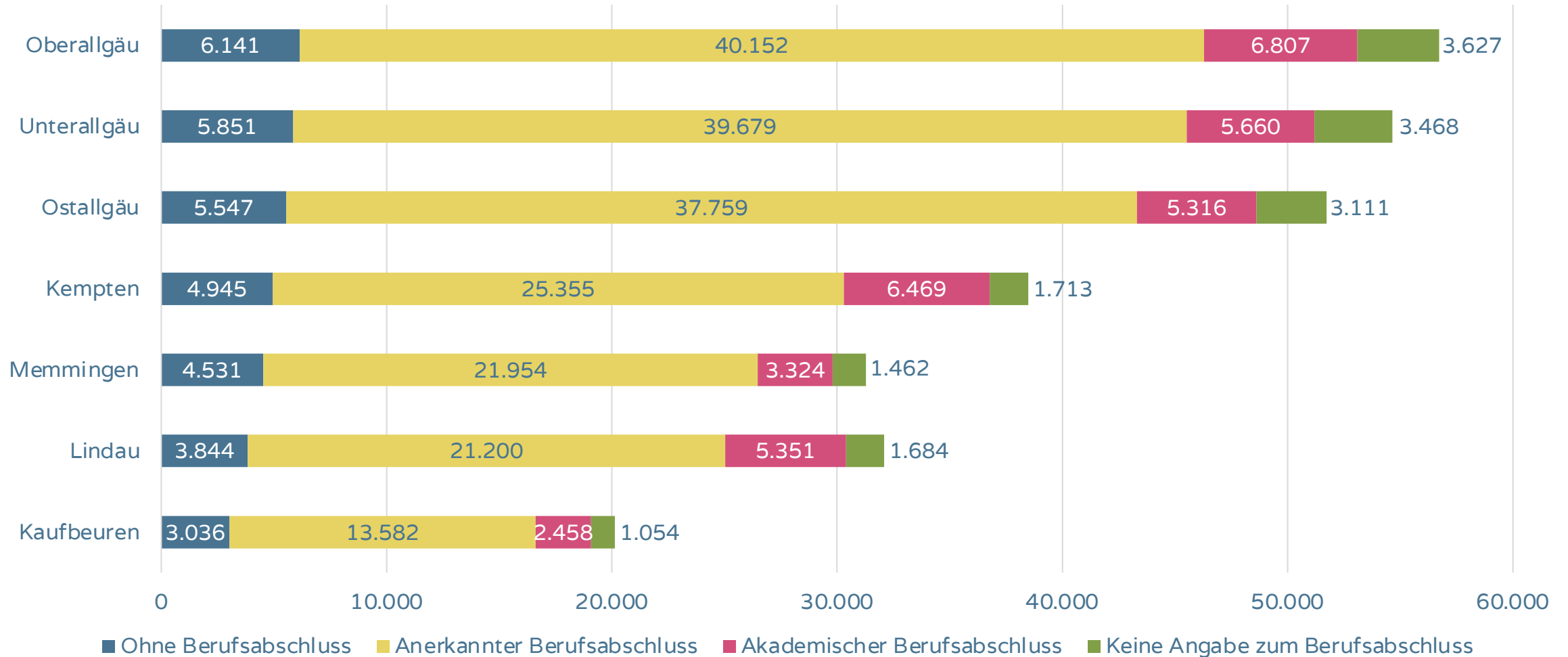


Frage 3: Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen? n=1241

31 Quelle: Allgäuer Arbeitskräftestudie Moduldrei 2022

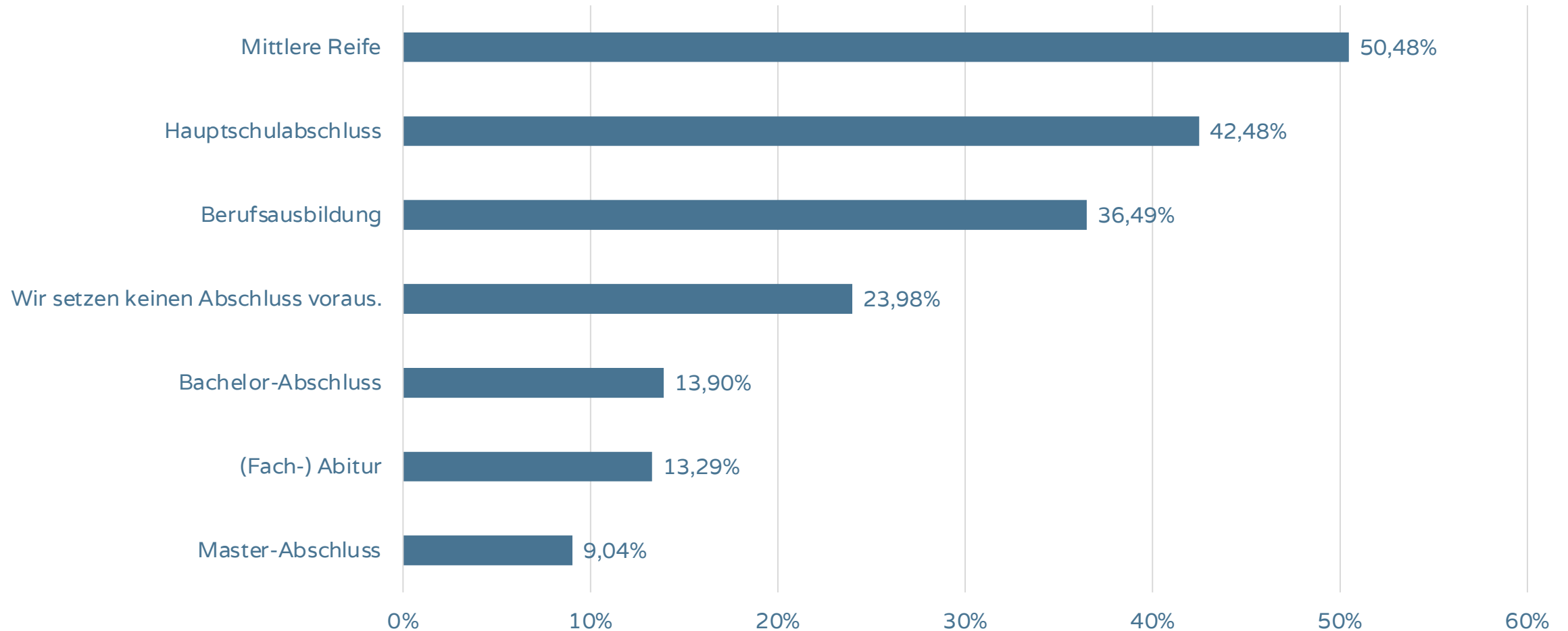
MODULDREI

IV. ZUNÄCHST DAS ARBEITSKRÄFTEANGEBOT: DIE MEISTEN MENSCHEN IM ALLGÄU HABEN EINEN ANERKANNTEN BERUFSABSCHLUSS.



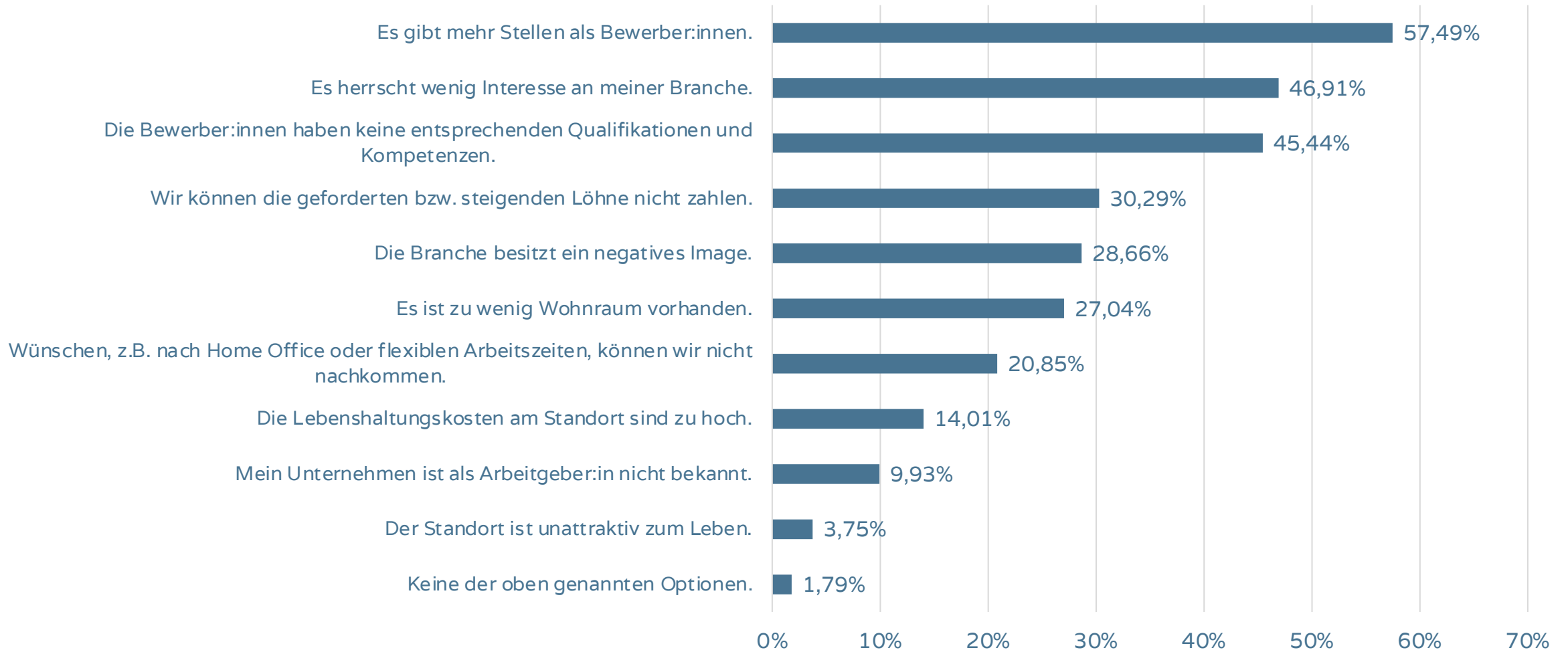
Aufteilung der Berufsabschlüsse in den Allgäuer Landkreisen und Städten

IV. DIE MITTLERE REIFE UND EIN HAUPTSCHULABSCHLUSS WERDEN VON UNTERNEHMEN VORAUSGESETZT. BACHELOR ODER MASTER WENIGER.



Frage 11: Welche Bildungsabschlüsse setzen Sie hauptsächlich für Neueinstellungen voraus? (Mehrfachnennungen möglich) n=1151

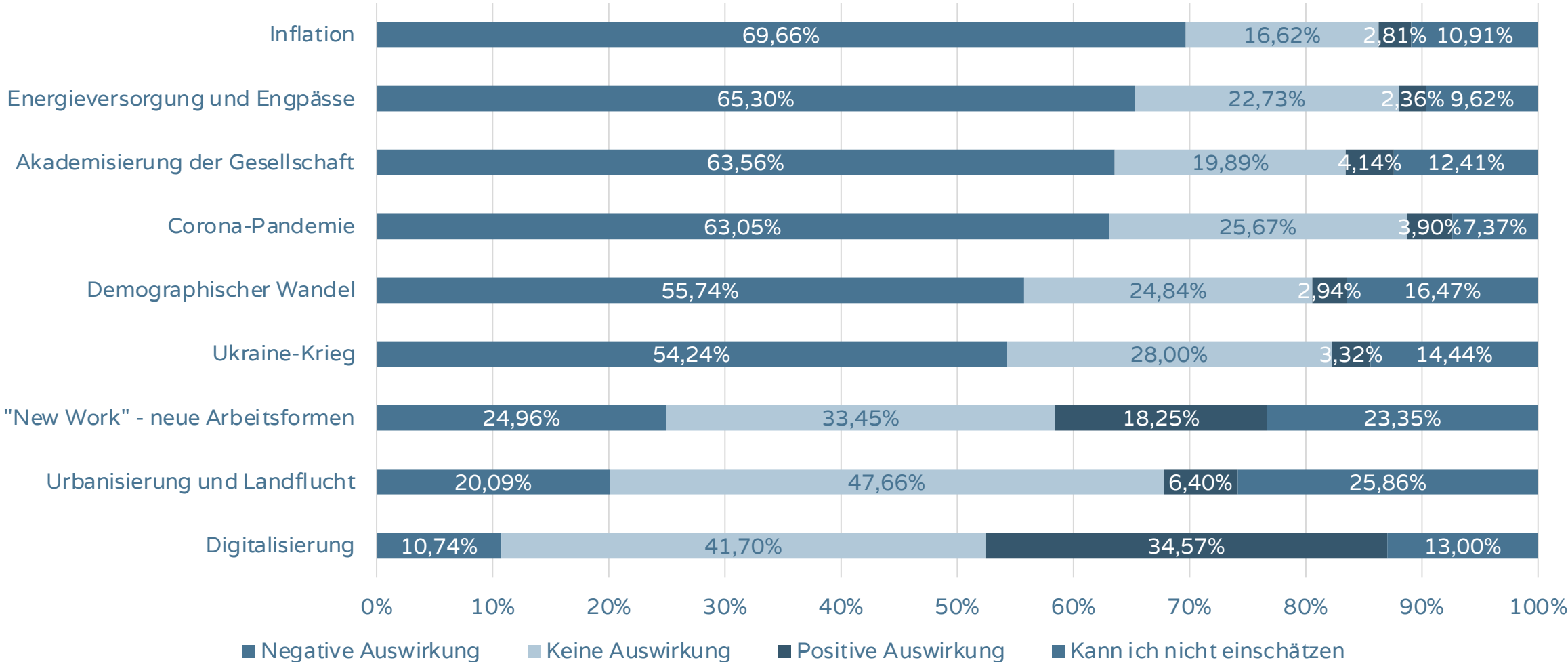
IV. BEI DER SCHLECHTEN BEWERBUNGSLAGE SPIELEN „WEICHE“ FAKTOREN EINE GROSSE ROLLE.



4

In fast allen Branchen nutzen Unternehmen eine gute Work-Life-Balance, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch flexible Arbeitszeiten oder Homeoffice um Auszubildende und Arbeitskräfte für den Betrieb zu gewinnen.

IV. GLOBALE ENTWICKLUNGEN DER LETZTEN JAHRE „STRESSEN“ DIE UNTERNEHMEN. DIGITALISIERUNG UND NEW WORK DAGEGEN NICHT.



Frage 12: Wie stark bestimmen gesellschaftliche Themen, aktuelle Krisen und Megatrends aus Sicht Ihres Unternehmens den Arbeitsmarkt? n=1165
 36 Quelle: Allgäuer Arbeitskräftestudie Moduldrei 2022

5

Die Unternehmen werten die zunehmende Digitalisierung eher als positiven Effekt, weniger als betriebliche Herausforderung.

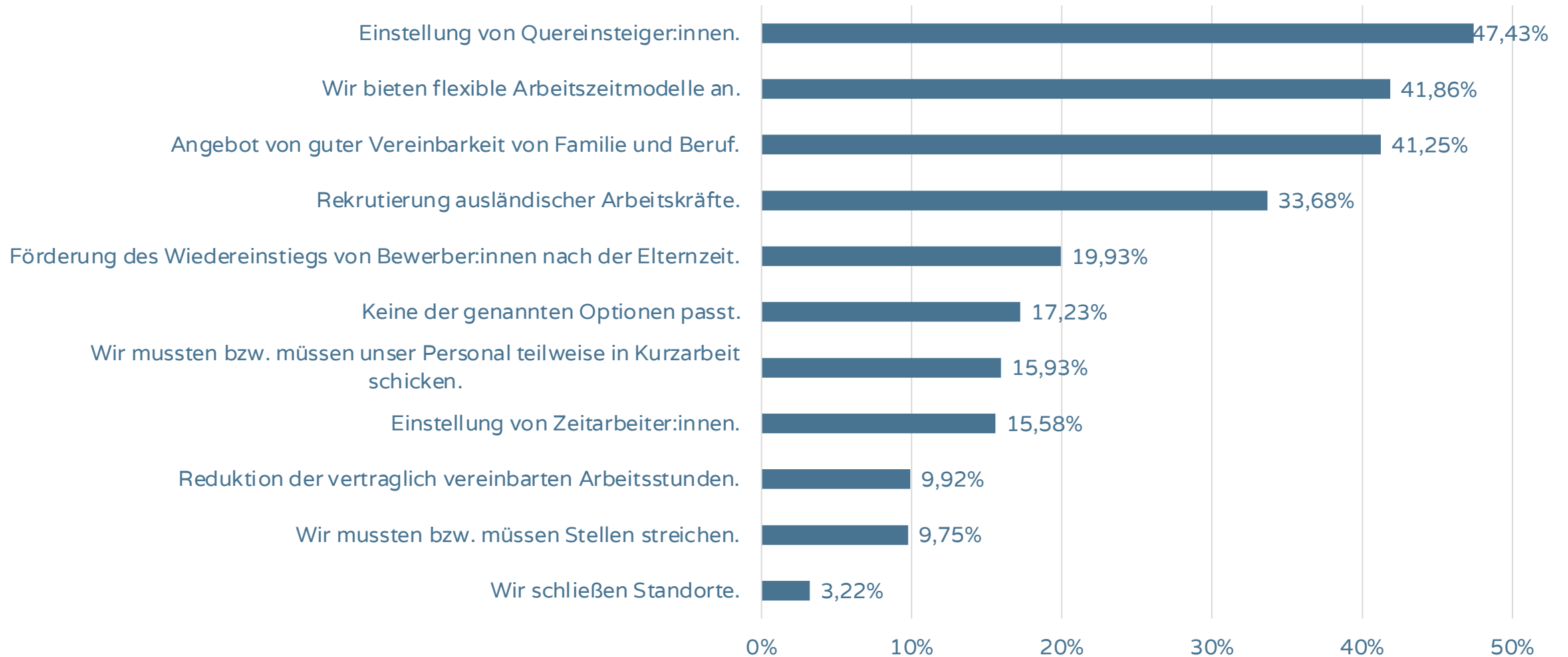
Und: Urbanisierung und „Landflucht“ spielen eine eher untergeordnete Rolle im unternehmerischen Kontext.

6

Die größten Probleme bei der Arbeitskräftebeschaffung und -bindung aus Unternehmenssicht:

- geringe Eigenmotivation der Arbeitnehmer:innen,
- zu niedrige Löhne,
- wenig Interesse an bestimmten Branchen und
- fehlende bzw. falsche Kommunikation.

IV. DIE UNTERNEHMEN SETZEN ZUNEHMEND AUF QUEREINSTEIGER:INNEN UND ANGEBOTE ZUR STEIGERUNG DER LEBENSQUALITÄT.



Frage 13: Wie passen Sie sich als Unternehmen den Veränderungen am Arbeitsmarkt an? (Mehrfachnennungen möglich) n=1149

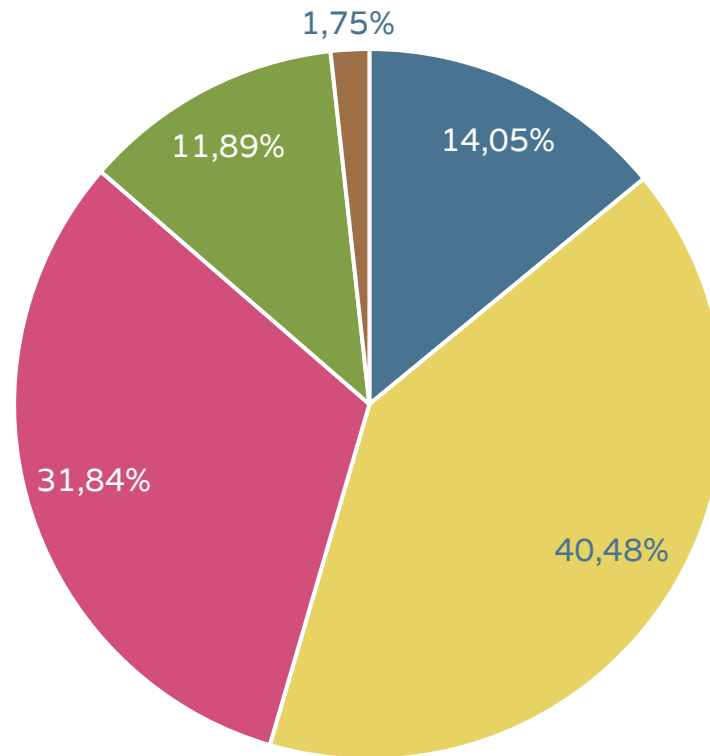
IV. NICHT NUR KLEINE UND MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN HABEN ARBEITSKRÄFTEBEDARF.

Knapp 74 Prozent der teilnehmenden Betriebe suchen zwischen einer und neun Arbeitskräften.

Bei 142 Unternehmen liegt der Bedarf sogar bei mindestens zehn und bis zu 99 benötigten Arbeitnehmer:innen.

Und: Es gibt auch „Big Player“, die im dreistelligen Bereich Arbeitskräfte suchen. Ganze zehn Unternehmen haben einen Bedarf zwischen 100-150 Personen.

IV. DER ARBEITSKRÄFTEMANGEL ZEIGT SICH AUCH IM ALLGÄU: JEDES ZWEITE UNTERNEHMEN IST STARK BIS SEHR STARK BETROFFEN.



■ Besonders stark betroffen. ■ Stark betroffen. ■ Eher mäßig betroffen. ■ Gar nicht betroffen. ■ Kann ich nicht einschätzen.

Frage 7: Wie stark sind Sie aktuell vom Arbeitskräftemangel betroffen? n=1203

41 Quelle: Allgäuer Arbeitskräftestudie Moduldrei 2022

MODULDREI

7

Knapp 51 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass der aktuelle Bedarf an Arbeitskräften nicht gedeckt werden kann. Das ist eine hohe Zahl.

Frage 8: Können Sie Ihren Bedarf an Arbeitskräften aktuell decken? n=1215

Quelle: Allgäuer Arbeitskräftestudie Moduldrei 2022

WIE SIEHT ES BEIM NACHWUCHS AUS?

WELCHE ROLLE SPIELEN AUSZUBILDENDE IM ALLGÄU? WELCHE
BEDEUTUNG HABEN SIE FÜR DIE UNTERNEHMEN?

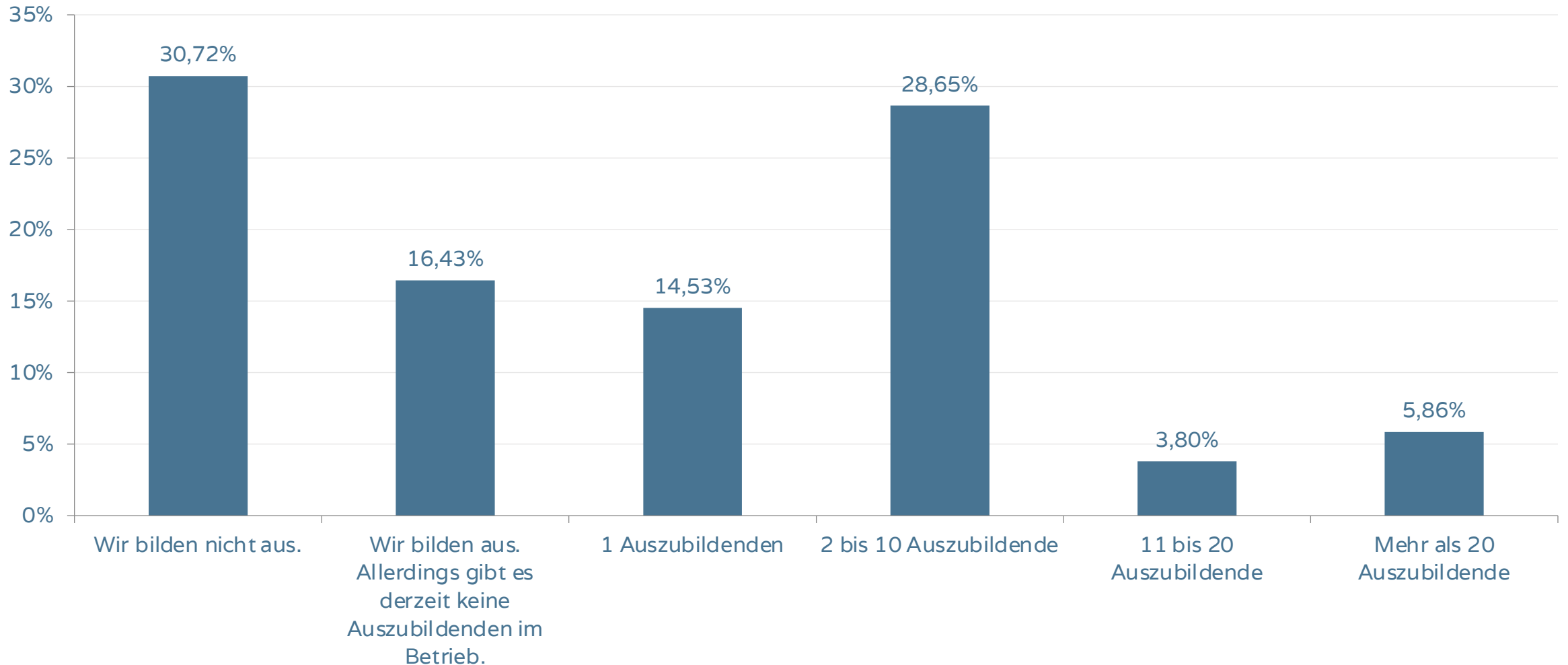
8

Es gibt rund 15.000 Auszubildende in den Allgäuer Unternehmen. Das entspricht einem Anteil von etwa fünf Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SVB).

Und es werden noch deutlich mehr Auszubildende benötigt.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2022

IV. 43% DER UNTERNEHMEN BILDEN ZWISCHEN 1 UND 10 PERSONEN AUS. EIN GUTES DRITTEL DER UNTERNEHMEN BILDET NICHT AUS.

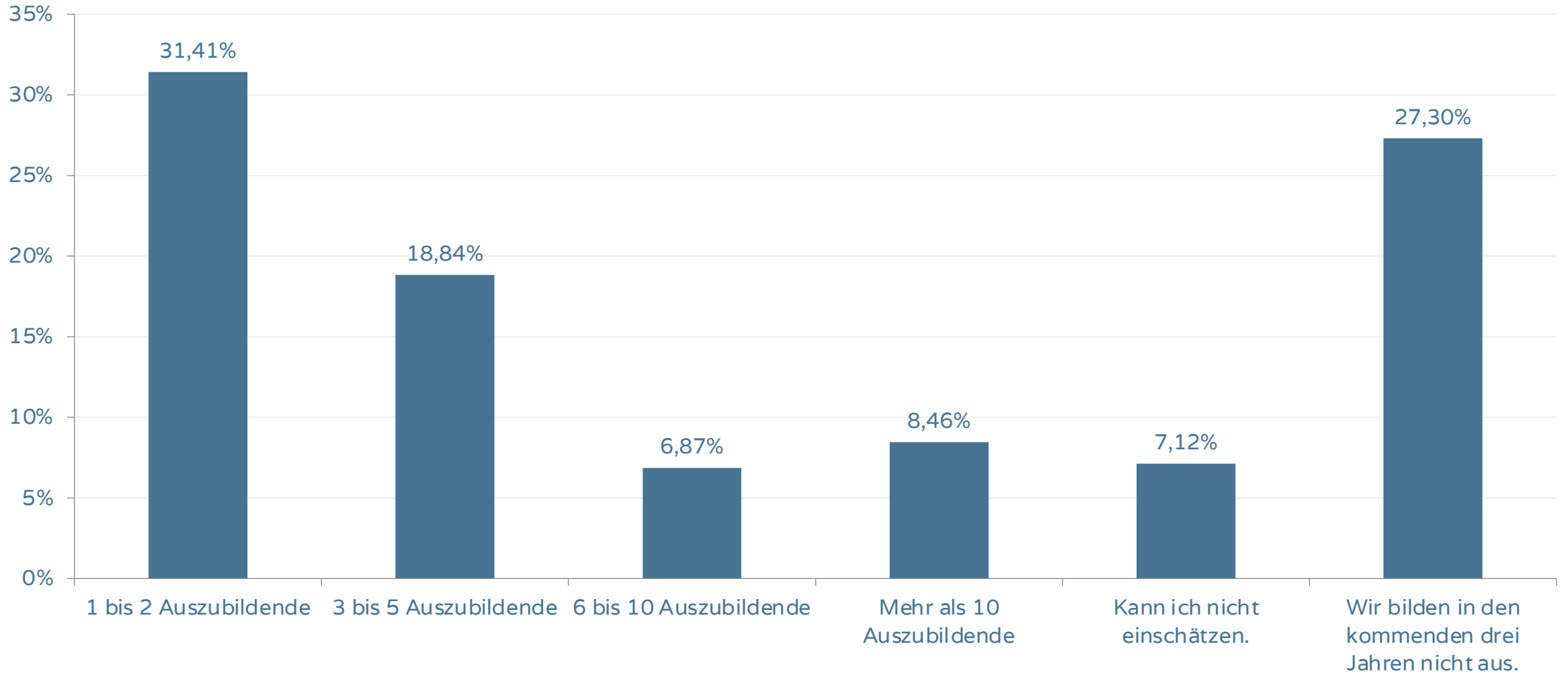


Frage 4: Wie viele Auszubildende beschäftigen Sie derzeit in Ihrem Unternehmen? n=1211

45 Quelle: Allgäuer Arbeitskräftestudie Moduldrei 2022

MODULDREI

IV. EIN DRITTEL DER UNTERNEHMEN BENÖTIGT IN DEN KOMMENDEN DREI JAHREN MEHR ALS ZWEI AUSZUBILDENDE.



Frage 5: Nun ein Blick in die Zukunft: Wie viele Auszubildende benötigen Sie schätzungsweise in den kommenden drei Jahren im Durchschnitt? n=1194
46 Quelle: Allgäuer Arbeitskräftestudie Moduldrei 2022

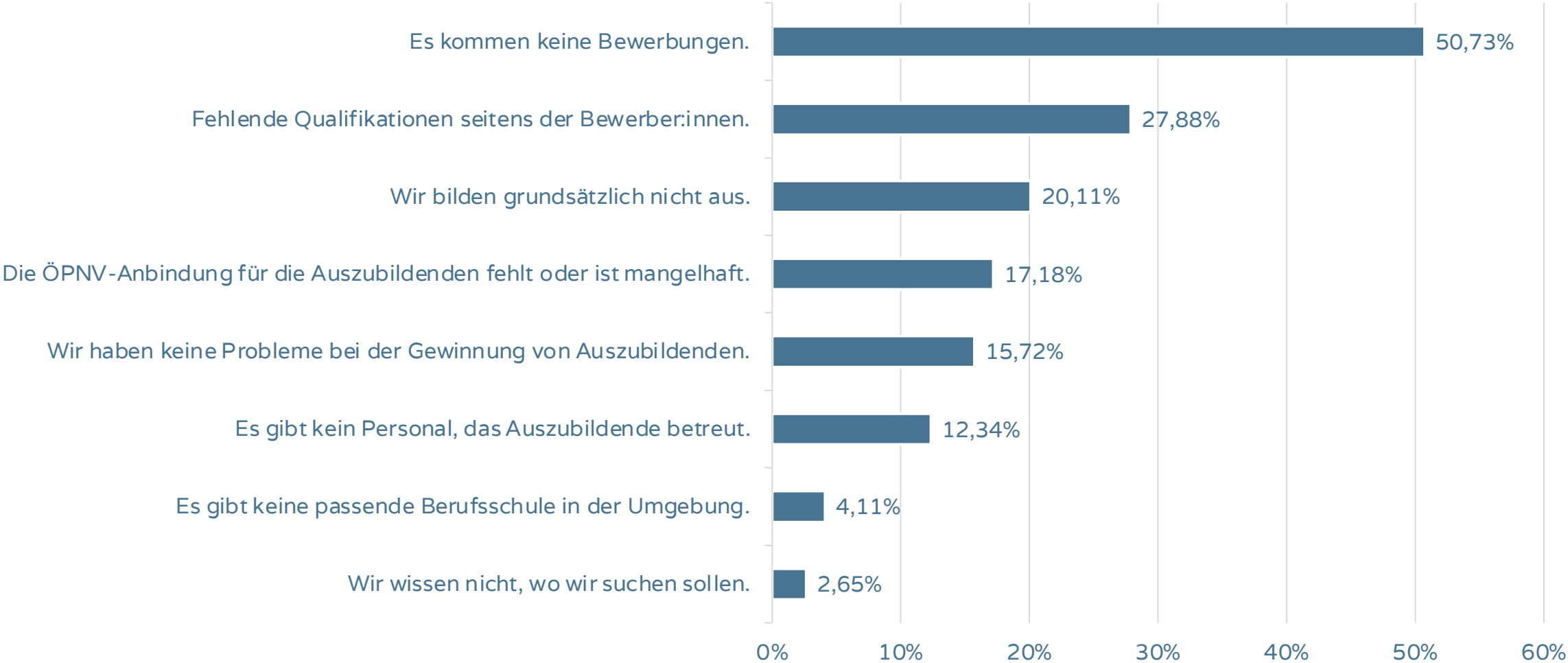
IV. BEI DEN AUSBILDUNGSSTELLEN GIBT ES EINEN DEUTLICHEN ANGEBOTSÜBERSCHUSS.

6.200 freie und
gemeldete
Ausbildungs-
stellen.

3.200
Bewerber:innen.

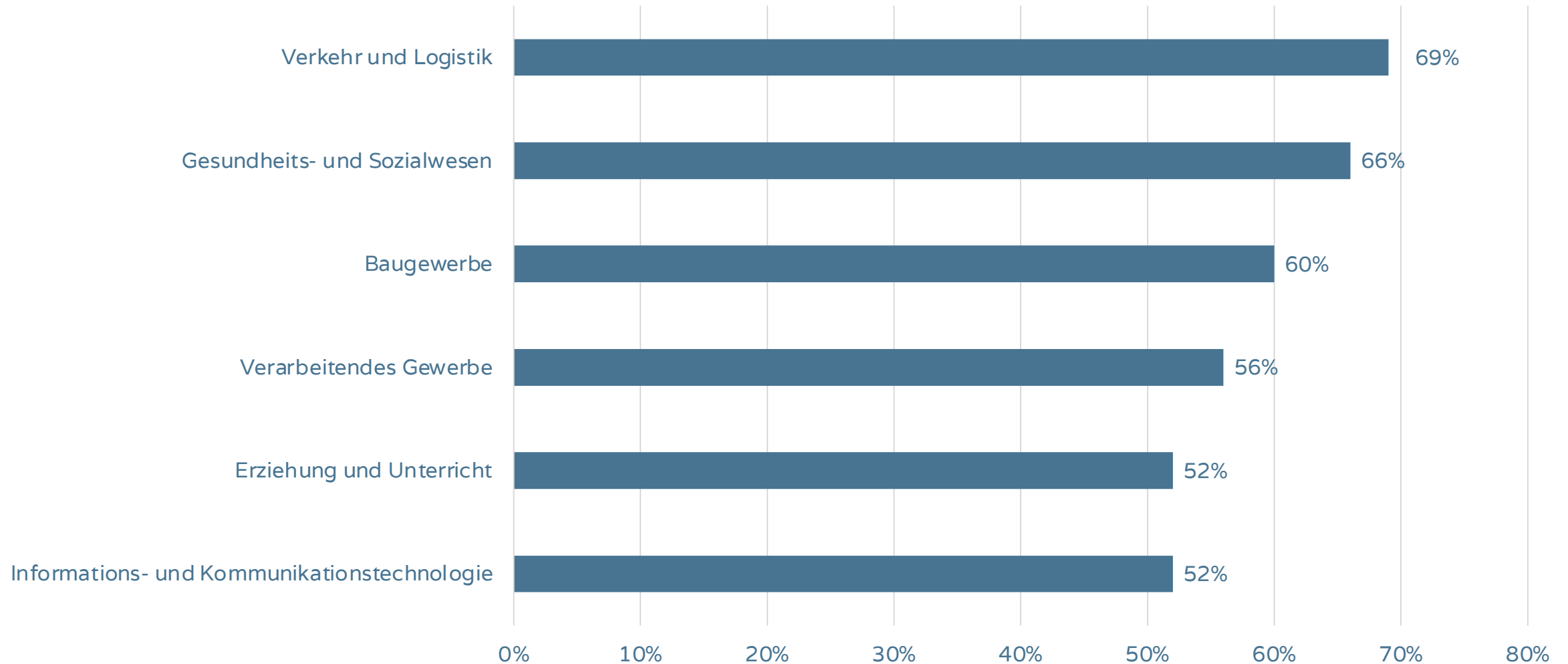
Über 1.200
Stellen waren
bis September
2022 unbesetzt.

IV. UNTERNEHMEN KÖNNEN IHRE AUSBILDUNGSPLÄTZE TEILS KAUM BESETZEN. GLEICHZEITIG KRITISIEREN SIE DIE QUALIFIKATION.



**WELCHE BRANCHEN HABEN AM
MEISTEN BEDARF?**

IV. DIE BEDARFSBRANCHEN MIT DEM STÄRKSTEN PROZENTUALEN ARBEITSKRÄFTEBEDARF.



Frage 8: Können Sie Ihren aktuellen Arbeitskräftebedarf decken? Mit „Nein“ beantwortet haben ... n=1215

IV. ALLEIN DER AKTUELLE ARBEITSKRÄFTEBEDARF DER UNTERNEHMEN AUS SIEBEN BRANCHEN LIEGT BEI ÜBER 4.300 PERSONEN.

Branche	Anzahl der Teilnehmenden	Prozentualer Anteil in der Stichprobe	Durchschnittliche Anzahl an benötigten Arbeitskräften pro Betrieb	Konkreter Bedarf
Verkehr und Logistik	44	3,53 %	6,79	299
Gesundheits- und Sozialwesen	87	6,99 %	5,8	505
Baugewerbe	184	14,78 %	6,1	1.115
Verarbeitendes Gewerbe	206	16,55 %	5,9	1.226
Informations- und Kommunikationstechnologie	39	3,13 %	3,1	120
Erziehung und Unterricht	76	6,10 %	4,3	327
Zusätzliche Branche: Gastgewerbe	147	11,7%	4,9	729

IV. DIESER ENORME ARBEITSKRÄFTEBEDARF DER BRANCHEN HAT VIELE GRÜNDE.

Die Branchen Verkehr und Logistik, Gesundheits- und Sozialwesen, Baugewerbe, Verarbeitendes Gewerbe, Informations- und Kommunikationstechnologie sowie Erziehung und Unterricht sind besonders betroffen durch ...

- Corona-Pandemie,
- steigende Rohstoffpreise,
- Inflation,
- Bedarf an digitalen Produkten und Lösungen
- sowie fehlendes Interesse an der Branche.

IV. EINIGE HINWEISE ZU GASTGEWERBE UND HANDEL.

Gastgewerbe (147 Teilnehmende) und Handel (151 Teilnehmende) gehören zu den Branchen, die sich stark an der Befragung beteiligt haben. Dennoch ist der Arbeitskräftebedarf im Vergleich zu anderen Branchen prozentual betrachtet geringer.

Beim Gastgewerbe können 51 Prozent der Betriebe ihren Bedarf nicht decken. Beim Handel sind es 39 Prozent.



Das bedeutet nicht, dass diese Branchen keine Unterstützung benötigen.

Es gibt lediglich Branchen, die aktuell einen noch größeren Bedarf haben.

V. DIE BEDARFSBRANCHEN IM DETAIL

DIE STUDIENERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

MODULDREI

V. VERKEHR UND LOGISTIK

MODULDREI

V. VERKEHR UND LOGISTIK.

40 Prozent der befragten Betriebe bilden grundsätzlich nicht aus. Rund 42 Prozent bilden gegenwärtig zwischen einer und zehn Personen aus.

Es kommen keine Bewerbungen (48 Prozent) oder die Bewerber:innen haben keine entsprechende Qualifikation (30 Prozent). Daher überrascht es wenig, dass ca. 80 Prozent der Unternehmen angeben besonders stark bis stark vom Arbeitskräftemangel betroffen zu sein. So können 70 Prozent ihren Bedarf an Arbeitskräften aktuell nicht decken.

V. VERKEHR UND LOGISTIK.

Akademiker:innen werden in der Branche eher nicht gesucht. Die Berufsvoraussetzungen sind ein Haupt-, Real- oder Berufsabschluss. 41 Prozent setzen sogar gar keinen Abschluss voraus. Das ist zum Teil dem knappen Angebot an Bewerber:innen geschuldet. Jedes zweite Unternehmen stellt daher ausländische Arbeitskräfte oder Quereinsteiger:innen ein.

Im Bereich Verkehr und Logistik haben über 30 Prozent der Betriebe Beschäftigtenzahlen zwischen 50 und 249. Und rund 34 Prozent geben an, dass Sie in den kommenden drei Jahren zusätzlich zwischen drei bis fünf Auszubildende benötigen. **Dementsprechend stark wird die Akademisierung als Einflussfaktor auf die Branche bewertet. Nach der Inflation an zweiter Stelle.**

V. GESUNDHEITS- UND SOZIALWESEN

MODULDREI

V. GESUNDHEITS- UND SOZIALWESEN.

Vor allem die Corona-Pandemie und der Demografische Wandel werden als akute Problemursachen identifiziert.

Das Gesundheits- und Sozialwesen ist zu 66 Prozent klein- und mittelständisch geprägt. Interessant ist, dass jeder vierte Betrieb gar nicht ausbildet.

Auch diese Branche hat erhebliche Probleme mit fehlenden Bewerbungen. Über 50 Prozent geben an, dass es keine Bewerbungen gibt oder nur unqualifizierte Bewerbungen kommen (28 Prozent).

V. GESUNDHEITS- UND SOZIALWESEN.

Auch in dieser Branche werden weniger Akademiker:innen gesucht. Überwiegend werden Personen mit einem Realschulabschluss oder einer bereits abgeschlossenen Berufsausbildung gesucht.

Besorgniserregend ist, dass über 70 Prozent signifikant vom Arbeitskräftemangel betroffen sind. Denn: Es herrscht kein Interesse am Beruf, es gibt zu viele Stellen und auch zu wenig Möglichkeiten zum Wohnen und für eine ausgeglichene Work-Life-Balance.

Als Maßnahmen wird vor allem auf eine flexiblere Arbeitszeitgestaltung geachtet und auch der Wiedereinstieg ins Berufsleben gefördert.

V. BAUGEWERBE

MODULDREI

V. BAUGEWERBE.

Vor allem der Ukraine-Krieg, die steigenden Energiepreise und die Inflation sorgen für eine angespannte Situation in der Branche.

Das Baugewerbe besteht zu 80 Prozent aus Kleinst- und Kleinbetrieben. Für die kommenden drei Jahre werden überwiegend ein bis zwei Auszubildende gesucht.

V. BAUGEWERBE.

Knapp 70 Prozent geben an, dass keine Bewerbungen kommen. Knapp 70 Prozent geben daher auch an, besonders stark bis stark vom Arbeitskräftemangel betroffen zu sein. Wiederum knapp 70 Prozent geben an, dass kein Interesse an der Branche herrscht und zu viele Stellen für zu wenig Bewerber:innen vorhanden sind.

Fast jedes zweite Unternehmen stellt daher ausländische Arbeitskräfte oder Quereinsteiger:innen ein. Zunehmend werden auch flexiblere Arbeitszeit- und Work-Life-Balance-Modelle angeboten.

V. VERARBEITENDES GEWERBE

MODULDREI

V. VERARBEITENDES GEWERBE.

39 Prozent der Unternehmen aus der Branche sind mittelständisch geprägt. Rund 35 Prozent der Unternehmen beschäftigen zwischen 50 und 249 Mitarbeitende.

44 Prozent beschäftigen bis zu zehn Auszubildende. Über 50 Prozent geben an, dass in den nächsten drei Jahren zwischen einem und bis zu fünf weitere Auszubildende benötigt werden.

Das größte Problem bei Neueinstellungen: Es kommen keine Bewerbungen (60 Prozent) oder die Bewerber:innen haben keine entsprechende Qualifikation (34 Prozent). Aus diesem Grund geben auch 55 Prozent der Unternehmen an, besonders stark bis stark vom Arbeitskräftemangel betroffen zu sein.

V. VERARBEITENDES GEWERBE.

Die Berufsvoraussetzungen orientieren sich an den klassischen Haupt-, Real- und Berufsabschlüssen. 74 Prozent geben der Akademisierung die Schuld am mangelhaften Interesse.

Das Verarbeitende Gewerbe bildet sehr intensiv aus. Fast jedes zweite Unternehmen bildet zwischen zwei und zehn Auszubildenden aus.

Weitere Probleme sind grundsätzlich das mangelnde Interesse an der Branche und zu hohe Lohnforderungen. Deshalb stellt jedes zweite Unternehmen inzwischen Quereinsteiger:innen ein.

9

Ein Kernproblem ist laut der teilnehmenden Unternehmen fehlendes Interesse an handwerklichen Berufen sowie an Stellen im Sozial- und Gesundheitswesen.

Dementsprechend ist das Angebot in vielen Branchen deutlich höher als die Nachfrage. Und die interessierten Bewerber:innen sind aus Unternehmenssicht oftmals nicht qualifiziert.

10

Das mangelnde Angebot an Bewerber:innen lässt nicht nur das verarbeitende Gewerbe kreativ werden.

Die Einstellung von Quereinsteiger:innen, Zeitarbeiter:innen und die Rekrutierung von Arbeitskräften aus dem Ausland wird in allen Bedarfsbranchen als Lösungsweg angegeben.

V. INFORMATIONEN- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE

MODULDREI

V. INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE.

Die Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnologie gehören überwiegend zu den Kleinstunternehmen mit deutlich unter zehn Beschäftigten, die zu über 30 Prozent nicht ausbilden.

Auch hier spielen fehlende Qualifikation und ein fehlendes Interesse am Beruf eine tragende Rolle. Zudem ist auch hier der Bedarf an Personal extrem hoch. Es gibt zu wenige Bewerbungen.

Die Folge: Über 50 Prozent geben an, dass der aktuelle Arbeitskräftebedarf nicht gedeckt werden kann.

V. INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE.

In der Branche werden im Verhältnis zu anderen Branchen vor allem Personen mit einem Hochschulstudium oder einer abgeschlossenen Berufsausbildung gesucht. Die Ansprüche an den Bildungsgrad sind allgemein höher als in anderen Branchen.

Maßnahmen: Die Unternehmen locken mit weichen Faktoren, wie einer guten Work-Life-Balance.

Der Arbeitskräftebedarf in dieser Branche hat einen anderen Grund als die meisten anderen Branchen: Die Digitalisierung kommt immer stärker in der Gesellschaft an und fördert die Branche. Digitalisierung wird von 66 Prozent als positiver Faktor bewertet.

V. ERZIEHUNG UND UNTERRICHT

MODULDREI

V. ERZIEHUNG UND UNTERRICHT.

Knapp 60 Prozent der Betriebe beschäftigen zwischen zehn und 49 Mitarbeitende.

Interessant ist, dass 40 Prozent der Betriebe grundsätzlich nicht ausbilden. Falls doch, sind es zwischen zwei und zehn Auszubildende pro Betrieb.

Paradox: Obwohl die Branche einen hohen Arbeitskräftebedarf hat, wird das Thema Ausbildung von über 20 Prozent als kein Problem betrachtet. Und knapp 50% geben an, dass es keine Bewerbungen gibt. **Schlussfolgerung:** Die Branche Erziehung und Gesundheit benötigt eher Personen mit abgeschlossener Ausbildung oder Studium.

V. ERZIEHUNG UND UNTERRICHT.

Ein großes Problem ist, wenn knapp die Hälfte aller Betriebe angibt, dass die Branche als unattraktiv bewertet wird. Die Probleme ähneln den anderen Bedarfsbranchen: Aufgrund des schlechten Images gibt es keine oder nur unqualifizierte Bewerber:innen. Daher werden überwiegend Quereinsteiger:innen eingestellt.

Die Anforderungen an die Bewerber:innen variieren: Es werden sowohl Akademiker:innen als auch Personen mit Ausbildung oder einem Schulabschluss jeglicher Art gesucht.

Am härtesten belasten Corona und der Demografische Wandel die Branche.

11

Das Allgäu wird grundsätzlich als attraktiver Standort betrachtet. Auch die Lebenshaltungskosten vor Ort sind gut. Mangelnde Bekanntheit der Unternehmen spielt kaum eine Rolle.

VI. ZUSAMMENFASSUNG DER FORSCHUNGSERGEBNISSE

**DIE WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE AUS DER UMFRAGE UND
DATENANALYSE.**

VI. ZENTRALE ERKENNTNISSE AUS DER FORSCHUNG.

1. Durch die hohe Zahl an Teilnehmenden sind die Ergebnisse sehr aussagekräftig. Die gute Rücklaufquote ist ein Indiz für den Problemdruck der Allgäuer Wirtschaft.
2. Im Allgäu ist die Zahl der Beschäftigten (SVB) in den letzten fünf Jahren um durchaus beeindruckende neun Prozent gestiegen. Aber: Der Arbeitskräftemangel behindert ein noch stärkeres Wachstum der Allgäuer Wirtschaft.
3. Denn: 40% aller Unternehmen sind stark vom Arbeitskräftemangel betroffen.
4. Die Mehrzahl der Unternehmen im Allgäu ist derzeit nicht in der Lage, ihren Arbeitskräftebedarf zu decken.

VI. ZENTRALE ERKENNTNISSE AUS DER FORSCHUNG.

5. Die Allgäuer Bedarfsbranchen mit dem höchsten prozentualen Arbeitskräftebedarf sind Verkehr und Logistik, Gesundheits- und Sozialwesen, Baugewerbe, Verarbeitendes Gewerbe, Informations- und Kommunikationstechnologie sowie Erziehung und Unterricht.
6. Es herrscht nicht in erster Linie ein Mangel an „Ingenieur:innen“. Gesucht werden stattdessen Menschen mit anerkannter Berufsausbildung oder den nötigen Schulabschlüssen.
7. In den nächsten Jahren erhöht sich der Druck weiter erheblich, denn die vielen Belegschaften werden gemeinsam alt.

VI. ZENTRALE ERKENNTNISSE AUS DER FORSCHUNG.

8. Globale Trends und aufgeschichtete Krisen belasten die Wirtschaft im Allgäu zusätzlich stark. Die Akademisierung, das fehlende Interesse an Ausbildungsberufen und die Inflation belasten die Allgäuer Unternehmen sehr.
9. Allgäuer Unternehmen werden kreativer bei der Arbeitskräftebeschaffung: Es kommen zunehmend ausländische Arbeitskräfte, Quereinsteiger:innen und Zeitarbeiter:innen in die Betriebe.
10. Unternehmen mit erhöhtem Arbeitskräftebedarf setzen deutlich attraktivere Arbeitsbedingungen.

VII. BEDARFE UND PASSENDE BERUFE DER BEDARFSBRANCHEN

DIE ERGEBNISSE AUS DEM WORKSHOP

MODULDREI

VII. EIN FACHLICH BESETZTES GREMIUM HAT AM WORKSHOP TEILGENOMMEN.

Institution	Vorname	Nachname
Agentur für Arbeit Kempten-Memmingen	Jürgen	Schweighart
Allgäu GmbH	Klaus	Fischer
Allgäu GmbH	Jonas	Pflaum
Allgäu GmbH	Jana	Reuß
Allgäu GmbH	Rudi	Sorger
Landratsamt Lindau	Frederik	Saalbaum
Landratsamt Oberallgäu	Birgit	Wegner
Landratsamt Unterallgäu	Michael	Stoiber
Moduldrei	Tim	Pieper
Moduldrei	Hendrik	Schmidt
Servicestelle Beruf	Katharina	Simon
Stadt Kaufbeuren	Peter	Igel
Stadt Kempten	Daniel	Gern

VII. DIE RUNDE HAT IN EINEM WORKSHOP DIE ERGEBNISSE DISKUTIERT UND DARAUS DIE KONKRETEN BEDARFE ABGELEITET.

Um die konkreten Berufs- und Zielgruppen für die Bedarfsbranchen ermitteln zu können, haben die Expert:innen noch einmal aus der eigenen Expertise heraus die größten Herausforderungen der Branchen diskutiert.

Im Anschluss sind die konkreten Aufgaben bzw. Dienstleistungen der jeweiligen Branche festgehalten worden.

Auf Grundlage der ersten beiden Arbeitsschritte sind konkrete Berufsgruppen identifiziert worden.

VII. DIE WORKSHOPTEILNEHMER:INNEN HABEN HERAUSFORDERUNGEN UND BEDARFE DER IDENTIFIZIERTEN BRANCHEN ERARBEITET.

Diese Fragen haben die Workshopteilnehmer:innen in Gruppen beantwortet:

1. Was sind die größten Herausforderungen der Branche?
2. Welche Aufgaben erledigt diese Branche?
3. Welche Arbeits- und Fachkräfte werden für diese Aufgaben benötigt?

VII. VERKEHR UND LOGISTIK

MODULDREI

VII. DIE VERKEHRS- UND LOGISTIKBRANCHE IST VON MEGATRENDS, DEM FACHKRÄFTEMANGEL UND INSGESAMT GLOBALEN KRISEN BETROFFEN.

Die größten Herausforderungen und Handlungsfelder aus Sicht der Expert:innen sind ...

- Digitalisierung,
- KI,
- Energiebedarf,
- Investitionen in alternative Antriebsformen,
- akuter (Bus-)Fahrermangel,
- großer Flächenbedarf bei geringer Produktivität,
- Nachhaltigkeit,
- Lieferkettenengpässe,
- viele Zeitarbeiter:innen,
- teilweise prekäre Arbeitsbedingungen,
- Sprachbarrieren,
- teilweise unflexible Arbeitsbedingungen,
- Anfälligkeit für grenzüberschreitende Krisen und
- Vereinbarkeit Familie und Beruf.

VII. DIE BEREITSTELLUNG UND VERSORGUNG VON BZW. MIT GÜTERN IST ZENTRALE AUFGABE DER BRANCHE.

Hauptaufgaben sind die Gewährleistung der ...

- Versorgung mit Gütern,
- Transporte von Gütern,
- ÖPNV-Angebote
- und einer konstanten Warenverteilung.

Für diese Aufgaben benötigen die Unternehmen im Allgäu ...

- Ungelernte und Quereinsteiger:innen,
- Fachlagerist:innen,
- Fahrer:innen,
- Personal aus dem IT & Software-Bereich und
- Personen aus der Verwaltung.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE BRANCHE SIND:

Allgäu

• Digitalisierung
• KI

• großer Flächenbedarf
• geringe Produktivität
• Nachhaltigkeit

• Vereinbarkeit Familie & Beruf
• Lieferkettenengpässe

• Energiebedarf
• Investitionen: alternative Antriebsformen

• Sprachbarrieren (teilw.)
• teilw. unflexible Arbeitsbedingungen

• alter (Bus-)
Fahrermangel

• anfällig für grenzüberschreitende Krisen

• viele Zeitarbeiter
• teilw. prekäre Arbeitsbedingungen

DIESE AUFGABEN ERFÜLLT DIE BRANCHE:

• Versorgung
Transport / ÖPNV
• Warenverteilung

DIESE KONKRETEN BERUFE WERDEN FÜR DIE BRANCHE BENÖTIGT:

• ungelernte & Quereinsteiger: innen
• Fachlageristik
• Fahrer:innen

• IT & Software
• Verwaltung

Verkehr und Logisti

MODULDREI

VII. GESUNDHEITS- UND SOZIALWESEN

MODULDREI

VII. DAS GESUNDHEITS- UND SOZIALWESEN HAT DURCH CORONA STARK GELITTEN. DAS BRANCHEN-IMAGE IST BUNDESWEIT SEHR SCHLECHT.

Die relevantesten Hürden und Herausforderungen aus Expert:innensicht sind ...

- sehr schlechtes Image,
- Bezahlung,
- dünne Personaldecke (Planbarkeit),
- Personal im Beruf halten,
- Attraktivität steigern (Gehalt/Umgang),
- steigender Bedarf (Demografie),
- Gender und Diversity,
- fehlende Männer in den Berufen,
- schlechte Arbeitsbedingungen,
- undifferenzierte Tätigkeiten und
- neue (Pflege-)Angebote.

VII. DIE BRANCHE ERFÜLLT VIER HAUPTAUFGABEN. UND BENÖTIGT DAFÜR VOR ALLEM FAHRKRÄFTE UND KOORDINATOR:INNEN.

Hauptaufgaben sind die Gewährleistung ...

- der Daseinsfürsorge,
- der Gesunderhaltung der Bevölkerung
- und die Arbeit mit benachteiligten Personengruppen/Jugendlichen.

Für diese Aufgaben benötigen die Unternehmen im Allgäu ...

- Pflegefachleute,
- MFA/ZFA,
- Ärzt:innen,
- Physiotherapeut:innen,
- Pflegehelfer:innen,
- Sozialpädagog:innen,
- Apotheker:innen,
- PTA
- und pädagogische Fachkräfte.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE BRANCHE SIND:

- sehr schlechtes Image
- Hw. Bezahlung im Verhältnis zur erforderl. Quali
- dünne Personaldecke (Planbarkeit)
- Personal im Beruf halten!
- Attraktivität (Gehalt / Umgang)
- weiter steigender Bedarf (Demografie)
- Arbeitsbedingungen
- viel Dokumentation
- Tätigkeiten mehr ausdifferenzieren (Was muss Fachkraft machen?)
- neue (Pflege-) Angebote
- Gender & Diversity / fehlende Männer

Allgäu

Gesundheits- und
Sozialwesen

2

DIESE AUFGABEN ERFÜLLT DIE BRANCHE:

- Daseinsfürsorge
- Gesunderhaltung der Bevölkerung
- Arbeit mit benachteiligten Personengruppen / Jugendlichen...

DIESE KONKRETEN BERUFE WERDEN FÜR DIE BRANCHE BENÖTIGT:

- Pflegefachleute
- MFA / ZFA
- Ärzte
- Physiotherapeuten
- Pflegehelfer
- Sozialpädagogen
- Apotheker
- PTA
- Pädagog. Fachkräfte
- Diätassistenten

VII. BAUGEWERBE

MODULDREI

VII. DAS BAUGEWERBE HAT ÄHNLICH WIE DIE VERKEHR- UND LOGISTIKBRANCHE STARK DURCH CORONA UND DEN KRIEG GELITTEN.

Die schwierigsten Hürden und Herausforderungen bei der Arbeitskräfteakquise im Baugewerbe sind ...

- Nachwuchs,
- Rückgang des Auftragsboom,
- saisonale Auftragslage,
- Materialkrise,
- weniger Flexibilität,
- Image,
- Umgang mit Mitarbeiter:innen,
- Inflation,
- Energiekrise,
- Struktur der Branche,
- fehlende Strategien,
- Demografie
- und körperliche Belastung.

VII. DAS BAUGEWERBE HILFT BRANCHENUNABHÄNGIG BEI BAU-PROJEKTEN: UND IST SOMIT UNVERZICHTBAR. WIE VIELE ANDERE AUCH.

Hauptaufgaben sind die Beteiligungen an ...

- Bauprojekten,
- der Gestaltung und Aufrechterhaltung einer bedarfsgerechten Infrastruktur,
- Wohnraumprojekten,
- Verkehrsprojekten
- und allgemein die Entwicklung und Erschließung der Region.

Für diese Aufgaben benötigen die Unternehmen im Allgäu ...

- Handwerksberufe jeglicher Art,
 - Ausbildung
 - Duales Studium
- Akademiker:innen
 - Ingenieur:innen
- und Personen aus der Verwaltung und Organisation.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE BRANCHE SIND:

- Nachwuchs
- im Auftragsboom zurück

- Struktur der Branche
- je kleiner der Betrieb desto weniger Strategie

- Saisonale Auftragslage
- Materialkrise
- Weniger Flexibilität (AZ, ...)

- Image
- Inflation
- Energiekrise

- Demografie & körperl. Belastung

- Umgang mit Mitarbeitern

Allgäu

Baugewerbe

AUFGABEN ERFÜLLT DIE BRANCHE:

Bau, Infrastruktur, Wohnen, Verkehr
=> Entwicklung / Erschließung der Region

DIESE KONKRETEN BERUFE WERDEN FÜR DIE BRANCHE BENÖTIGT:

Handwerksberufe
Akademiker -> Ingenieurinnen
Verwaltung & Organisation

-> Ausbildung & duales Studium

VII. VERARBEITENDES GEWERBE

MODULDREI

VII. VOR ALLEM DIE AKTUELLE ROHSTOFFBESCHAFFUNG UND DAS HANDLING DER LIEFERKETTEN BESCHÄFTIGEN DIE BRANCHE.

Das verarbeitende Gewerbe hat vor allem zu kämpfen mit ...

- Lieferketten,
- Rohstoffen,
- der eigenen Anpassungsfähigkeit/Resilienz,
- gesellschaftlicher Spaltung,
- dem Wettbewerb „Klein-Unternehmen vs. Groß-Unternehmen“,
- einer entsprechenden Work-Life-Balance für die Arbeitskräfte,
- billiger Konkurrenz,
- EU-Richtlinien,
- Abhängigkeit von Lieferant:innen/Abnehmer:innen,
- Tarifverträgen/Boni,
- Trends und
- Energie.

VII. DAS VERARBEITENDE GEWERBE IST EINE DER GRÖSSTEN BRANCHEN. UND SORGT FÜR ARBEITSPLÄTZE UND STEUEREINNAHMEN.

Hauptaufgaben des Gewerbes sind vor allem die ...

- Versorgung der Bevölkerung,
- Veredelung von Rohstoffen,
- Schaffung von Arbeitsplätzen,
- Sicherung der Identität der Region
- und der Transport der Marke Allgäu.

Für diese Aufgaben benötigen die Unternehmen im Allgäu ...

- Logistiker:innen,
- Gabelstaplerfahrer:innen,
- LKW-Fahrer:innen,
- Landwirt:innen und Erntehelfer:innen,
- Mechatroniker:innen,
- Maschinenbauer:innen,
- Qualitätskontrolleur:innen,
- Labor-Mitarbeiter:innen,
- Metzger:innen,
- und Bäcker:innen.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE BRANCHE SIND:

- Lieferketten
- Rohstoffe
- Anpassungsfähigkeit/Resilienz
- Klein-Unternehmen vs. Groß-Unternehmen
- Up-to-date sein
- Work-Life-Balance
- Tariftverträge / Bonus
- Trends
- Energie
- EU-Richtl.
- billige Konkurrenz
- Abhängigkeit von Lieferanten/Abnehmern



Verarbeitendes Gewerbe

MODULDREI

DIESE AUFGABEN ERFÜLLT DIE BRANCHE:

- Versorgung d. Bevölkerung
- Veredelung von Rohstoffen
- Schaffen von Arbeitsplätzen
- Sicherung der Identität d. Region
- Transport d. Marke Allgäu

DIESE KONKRETEN BERUFE WERDEN FÜR DIE BRANCHE BENÖTIGT:

- Logistiker:innen
- Gabelstapelfahrer:innen
- LKW-Fahrer:innen
- Landwirt:innen
- Erntehelfer:innen
- Mechatroniker:innen
- Maschinenbauer:innen
- Qualitätskontrolle:innen
- Labor Mitarbeitende
- Metzger:innen
- Bäcker:innen

MODULDREI

VII. INFORMATIONEN- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE

MODULDREI

VII. DIE BRANCHE ERLEBT EINEN ENORMEN AUFSCHWUNG: VOR ALLEM DURCH CORONA. HERAUSFORDERUNGEN GIBT ES TROTZDEM.

Hürden und Herausforderungen der Branche sind überwiegend ...

- der überregionale Wettbewerb um IT-Kräfte (Bekanntheitsgrad der Region Allgäu),
- die schwierige internationale Rekrutierung,
- „Jugendwahn“ und „Machotum“,
- die Bereitstellung einer guten Work-Life-Balance,
- die Vereinbarkeit von Beruf und Familie,
- der Druck „Up-To-Date“ sein zu müssen bei und mit den technischen Entwicklungen,
- die Softwareentwicklung und
- die Sprache (englischsprachige Anwerbung).

VII. DIE BRANCHE IST NAHEZU IN JEDEM UNTERNEHMEN, JEDER VERWALTUNG UND JEDEM PRIVATHAUSHALT RELEVANT.

Hauptaufgaben sind die ...

- Mitwirkung bei Digitalisierungsmaßnahmen (auch anderer Unternehmen),
- Erleichterung von Netzwerkaktivitäten,
- Bereitstellung/Erhaltung der IT-/TK-Infrastruktur,
- Bereitstellung von Software/Spielen/Apps,
- IT-Sicherheit/Datenschutz,
- Internetseiten/Webshops
- und Mitwirkung bei der Effizienzsteigerung/Produktivität (anderer Unternehmen).

Für diese Aufgaben benötigt die Branche ...

- Informatiker:innen
- Fachinformatiker:innen

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE BRANCHE SIND:

- überregionaler Wettbewerb um IT-Kräfte
(Bekanntheitsgrad der reg. AG)
- internationale Rekrutierung schwieriger als in Ballungsräumen
- thw. "Jugendwahn" u. Machotum
- Work-Life-Balance
- Vereinbarkeit Beruf u. Familie
- Mitkommen mit den Entwicklungen (Techn.)
- Bei Softwareentwicklung kann Angebot auch aus anderen Regionen/Ländern ersetzt werden
- mehr ausbilden!
- Sprache (englischsprachige Anwendung)

DIESE AUFGABEN ERFÜLLT DIE BRANCHE:

- Mitwirkung bei Digitalisierung (auch anderer Unternehmen)
- Erleichterung von Netzwerkkapazitäten
- Bereitstellung / Erhaltung der IT- / TK- Infrastruktur
- Bereitstellung von Software / Spielen / Apps
- IT-Sicherheit / Datenschutz
- Internetseiten / Webshops
- Mitwirkung bei Effizienzsteigerung / Produktivität (anderer Unternehmen)

DIESE KONKRETEN BERUFE WERDEN FÜR DIE BRANCHE BENÖTIGT:

- Informatiker
- Fachinformatiker

VII. ERZIEHUNG UND UNTERRICHT

MODULDREI

VII. VOR ALLEM DURCH CORONA HABEN SICH VIELE BISHERIGE HERAUSFORDERUNGEN NOCH STÄRKER INTENSIVIERT.

Auch die Branche Erziehung und Unterricht hat viele Hürden und Herausforderungen zu bewältigen.

Diese beziehen sich u.a. auf die Bereiche ...

- Integration/Inklusion,
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf,
- Work-Life-Balance,
- Mentale Gesundheit,
- Digitalisierung,
- Ganztagesbetreuung,
- fehlende Männer,
- Sprachbarrieren,
- kulturelle Barrieren und
- eine faire Honorierung und Gehalt.

VII. DIE BRANCHE IST FÜR BILDUNG, ENTWICKLUNG UND FÖRDERUNG VON JUNGEN ABER AUCH ALTEN MENSCHEN ESSENZIELL WICHTIG.

Hauptaufgaben sind ...

- Aufklärung,
- Förderung von Integration/Inklusion,
- Chancengleichheit ermöglichen,
- das Aufzeigen/Fördern von Stärken,
- Betreuung,
- Erziehung,
- Vermittlung von Wissen und sozialer Kompetenz,
- das Aufzeigen von Perspektiven
- und die Vermittlung von Kultur.

Für diese Aufgaben benötigt die Branche ...

- Sozialpädagog:innen,
- Erzieher:innen,
- Lehrkräfte,
- Weiterbildungsbeauftragte,
- Integrationsbeauftragte,
- Professor:innen,
- und Seniorenbeauftragte.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE BRANCHE SIND:

- Themenfeld: Integration / Inklusion
- Vereinbarkeit von Familie & Beruf
- Work-Life Balance
- Mentale Gesundheit
- Digitalisierung
- Gesetz: Ganztagesbetreuung
- fehlende Männer
- Sprachbarrieren
- kulturelle Barrieren
- ttw. faire Honorierung + Gehalt



Erziehung und Unterricht

3

DIESE AUFGABEN ERFÜLLT DIE BRANCHE:

- Aufklärung
- Chancengleichheit ermöglichen
- Aufzeigen / Fördern von Stärken
↳ indiv. Fördern
- Förderung von Integration / Inklusion
- Vermittlung von Wissen / Soziale Kompet. von Perspektiven
- Vermittlung von Kultur

DIESE KONKRETEN BERUFE WERDEN FÜR DIE BRANCHE BENÖTIGT:

- Sozialpäd.
- Erziehende
- Lehrkräfte
- Weiterbildungsbeauftragte
- Integrationsbeauftragte
- Professoren
- Seniorenbeauftragte

ERZIEHUNG UND UNTERRICHT

Die Prüfungsleistungen sind:

1. Ein schriftliches Prüfungsergebnis (20 Punkte)

2. Ein mündliches Prüfungsergebnis (20 Punkte)

3. Ein Projektarbeitsergebnis (20 Punkte)

4. Ein Seminararbeitsergebnis (20 Punkte)

5. Ein Referatsergebnis (20 Punkte)

6. Ein Gruppenarbeitsergebnis (20 Punkte)

7. Ein Einzelarbeitsergebnis (20 Punkte)

8. Ein Gruppenarbeitsergebnis (20 Punkte)

9. Ein Einzelarbeitsergebnis (20 Punkte)

10. Ein Gruppenarbeitsergebnis (20 Punkte)

11. Ein Einzelarbeitsergebnis (20 Punkte)

12. Ein Gruppenarbeitsergebnis (20 Punkte)

13. Ein Einzelarbeitsergebnis (20 Punkte)

14. Ein Gruppenarbeitsergebnis (20 Punkte)

15. Ein Einzelarbeitsergebnis (20 Punkte)

16. Ein Gruppenarbeitsergebnis (20 Punkte)

17. Ein Einzelarbeitsergebnis (20 Punkte)

18. Ein Gruppenarbeitsergebnis (20 Punkte)

19. Ein Einzelarbeitsergebnis (20 Punkte)

20. Ein Gruppenarbeitsergebnis (20 Punkte)

VIII. BEDARFSERMITTLUNG DER ZIELGRUPPEN

DIE ERGEBNISSE DER GRUPPENARBEIT AUF EINEN BLICK.

MODULDREI

VIII. JOBWECHSLER:INNEN IM ALLGÄUER UMLAND

MODULDREI

VIII. JOBWECHSLER:INNEN BESCHÄFTIGT VOR ALLEM DAS THEMA SICHERHEIT: FÜR DIE EIGENE BERUFSPERSPEKTIVE UND DIE FAMILIE.

Jobwechsler:innen beschäftigen sich bei der Jobauswahl vor allem mit ...

- einem verbesserten Gehalt,
- attraktiven Arbeitsbedingungen (weichen Faktoren),
- einer gute Work-Life-Balance (Familie),
- der beruflichen Weiterentwicklung,
- Arbeitsplatzsicherheit,
- vielseitigen Freizeitangeboten
- und adäquatem Wohnraum.

VIII. WICHTIGE STANDORTFAKTOREN SIND VOR ALLEM FAKTOREN, DIE DAS THEMA VERSORGUNG IN ALLEN BEREICHEN UMFASSEN.

Die wichtigsten Standortfaktoren sind ...

- familiäre Einbindungsmöglichkeiten,
- attraktive Arbeitgeber:innen,
- bezahlbarer Wohnraum,
- medizinische Versorgung,
- Anonymität vs. Dorfgemeinschaft,
- „gutes“ Internet,
- soziale Netzwerke in der Region (analog) und
- kulturelle Angebote.

VIII. DIE UNTERNEHMEN MÖCHTEN DER ZIELGRUPPE BEI DER FAMILIENEINGLIEDERUNG HELFEN. DIE ANSPRACHE MUSS STIMMEN.

Die wichtigsten Maßnahmen sind ...

- die Erstellung von realitätsnahen Kampagnen,
- Unterstützung bei Einfeldung durch Arbeitgeber:in,
- Angebote für alle aus der Familie zu schaffen (Kitaplatz, Senioren) und
- flexible Homeofficeangebote ermöglichen zu können.

Jobwechsler:innen
im Allgäuer Umland

MODULDREI

DAS BESCHÄFTIGT DIE PERSONEN IN DIESER ZIELGRUPPE:

- Gehalt
- attraktive Arbeitsbedingungen
- Work-Life Balance (Familien)
- Familiensituation
- berufliche Weiterentwicklung
- Arbeitsplatzsicherheit
- Freizeitangebote
- Wohnraum

RELEVANTE STANDORTFAKTOREN SIND:

- familiäre Einbindungsmöglichkeiten
- attraktive Arbeitgeber:innen
- bezahlbarer Wohnraum
- medizinische Versorgung
- Anonymität vs. Dorfgemeinschaft
- gutes Internet
- soziale Netzwerke in der Region (analog)
- kulturelle Angebote

MAßNAHMEN, UM DIESE ZIELGRUPPE ANZUSPRECHEN:

- Realitätsnahe Kampagnen
- Unterstützung bei Einfindung durch Arbeitgeber:in
- Angebote für alle aus der Familie (Kita, Platz, Senioren)
- flexible Homeofficeangebote

Allgäu

VIII. SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER, AUSZUBILDENDE

MODULDREI

VIII. DER „NACHWUCHS“ MUSS MIT EINER BERUFLICHEN UND PERSÖNLICHEN PERSPEKTIVE ÜBERZEUGT WERDEN.

Schüler:innen und Auszubildende beschäftigen sich bei der Jobauswahl vor allem mit ...

- Chancengleichheit,
- einem sinnstiftenden Job,
- Karrierechancen,
- New Work,
- Nachhaltigkeit (Klimawandel),
- Finden der Identität/Berufung
- und dem Gehalt.

VIII. DAS LEBEN VOR ORT MUSS ATTRAKTIVE ANGEBOTE BEINHALTEN: DAZU ZÄHLT AUCH DIE ERREICHBARKEIT DER ARBEITGEBER:INNEN.

Die wichtigsten Standortfaktoren im Überblick sind ...

- ÖPNV,
- Freizeitangebote (Sport, Kultur),
- bezahlbarer Wohnraum
- und erreichbare Ausbildungsstandorte (kurze Wege).

VIII. WICHTIG IST DIE JEWEILS RICHTIGE ANSPRACHE.

Folgende Varianten für die Ansprache von Jugendlichen wurden identifiziert:

- Digitale Maßnahmen
 - Social Media
 - Bilden einer Community
 - Digitale Jobbörse
 - Influencermarketing
- Analoge Maßnahmen
 - Ausbildungsmessen
 - Tag der offenen Tür
 - Jobsharing in der Ausbildung
- Testimonials gleichen Alters (Vorbilder)
- Arbeitgeber:innen schulen im Umgang mit Gen Z

Schüler:innen und
Auszubildende

DAS BESCHÄFTIGT DIE PERSONEN IN DIESER ZIELGRUPPE:

Allgäu

- Chancengleichheit
- sinnstiftender Job
- Karrierechancen
- New Work
- Nachhaltigkeit (Klimawandel)
- finden der Identität / Berufung
- Gehalt

RELEVANTE STANDORTFAKTOREN SIND:

- ÖPNV
- Freizeitangebote (Sport, Kultur)
- gut bezahlbarer Wohnraum
- erreichbare Ausbildungsstandorte (= kurze Wege)

MAßNAHMEN, UM DIESE ZIELGRUPPE ANZUSPRECHEN:

- Digitale Maßnahmen:
 - Social Media
 - bilden einer Community
 - digitale Jobbörse
 - Influencer marketing
- Analoge Maßnahmen:
 - Ausbildungsmessen
 - Tag der offenen Tür
 - Jobsharing in der Ausbildung
- Testimonials gleichen Alters (Vorbilder)

AG schulen im
Umgang mit Gen. Z

MODULDREI

VIII. ARBEITSKRÄFTE AUS DEM AUSLAND

MODULDREI

VIII. AUSLÄNDISCHE ARBEITSKRÄFTE HABEN VOR ALLEM MIT DER EINGLIEDERUNG ZU KÄMPFEN. DABEI KÖNNEN UNTERNEHMEN HELFEN.

Arbeitskräfte aus dem Ausland beschäftigen sich bei der Jobauswahl vor allem mit ...

- einer allgemein besseren Perspektive (Lebens- und Arbeitsbedingungen),
- familiären Themen (Trennung, Nachzug),
- der Anerkennung von geleisteten Ausbildungen (auch Führerschein etc.),
- Weiterbildungen,
- und Vertrauen in die Ansprechpartner:innen.

VIII. DIE WILLKOMMENS- UND EINGLIEDERUNGSMASSAHMEN SIND LAUT DER EXPERT:INNEN NACH BESONDERS AUSSCHLAGGEBEND.

Die wichtigsten Standortfaktoren für ausländische Arbeitskräfte sind laut der Expert:innen ...

- Eine Art „Welcome Center“,
- Willkommenskultur Arbeitgeber:innen und Region,
- Lebenshaltungskosten,
- kulturelle Community,
- Wohnen,
- Genehmigungen (Dauer)
- und genug Dolmetscher:innen.

VIII. UNTERNEHMEN WOLLEN MIT KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN UND „ERFOLGSGESCHICHTEN“ KOMMUNIZIEREN UND ÜBERZEUGEN.

Unternehmen möchten die Personen stärker einbinden und untereinander vernetzen. Dafür erachten die Expert:innen ...

- „gute Beispiele“ von anderen eingegliederten Personen,
- Empfehlungen,
- Messen,
- übersetzte Formulare (Barrierefreiheit)
- und eine Sensibilisierung der Führungskräfte (Kultur) für hilfreich.

Arbeitskräfte aus
dem Ausland



MODULDREI

DAS BESCHÄFTIGT DIE PERSONEN IN DIESER ZIELGRUPPE:

Allgäu

- gute Perspektive (Lebens- Arbeitsbedingungen)
- Familiäre Themen (~~Multiculturalität~~, Trennung... Nachzuzug)
- Anerkennung Ausbildung (auch Fachschein etc)
- Weiterbildung
- Vertrauen

RELEVANTE STANDORTFAKTOREN SIND:

- "Welcome Center" + Willkommenskultur AG + Region
- Lebenshaltungskosten
- kulturelle Community
- Wohnen
- ~~Wohnung~~ Genehmigung (Dauer)
- genug Dolmetscher

MAßNAHMEN, UM DIESE ZIELGRUPPE ANZUSPRECHEN:

- gute Beispiele
- Empfehlung
- Messen
- Übersetzte Formulare
- Sensibilisierung der Führungskräfte (Kultur)

VIII. ALTERSGRUPPE 55+

MODULDREI

VIII. DAS BESCHÄFTIGT DIE PERSONEN IN DIESER ZIELGRUPPE.

Personen der Altersgruppe 55+ beschäftigt bei der Jobauswahl vor allem ...

- die körperlichen Einschränkungen,
- die Angst, abgehängt zu werden (Digitalisierung),
- Finanzen/(Alters-) Absicherung,
- die Familienangehörigen (Eltern in Pflege, Kinder in Ausbildung),
- der Wiedereinstieg nach Auszeit,
- die Suche nach sinnstiftenden Tätigkeiten
- und der Renteneintritt bzw. die Reduzierung der Arbeitszeit.

VIII. DIE ALTERSGRUPPE 55+ MUSS VOR ALLEM DURCH EINE BEDÜRFNISORIENTIERTE INFRASTRUKTUR ÜBERZEUGT WERDEN.

Jede Zielgruppe hat unterschiedliche Bedarfsschwerpunkte. Bei der Altersgruppe 55+ denken Sie an ...

- flexiblen Wohnraum (z.B. verkleinern),
- altersgerechte Infrastruktur,
- medizinische Nahversorgung,
- Freizeit- & Kulturangebote
- und attraktive Arbeitgeber:innen.

VIII. MASSNAHMEN BEZIEHEN SICH VOR ALLEM AUF DIE VEREINBARKEIT VON PERSÖNLICHEN UND KÖRPERLICHEN GEGEBENHEITEN.

Ältere Menschen brauchen Personen und Arbeitgeber:innen, die sich ihren Bedürfnissen anpassen.

Besonders wichtig sind ...

- flexible Arbeitgeber:innen (Zeitreduktion, neue Inhalte und Rahmenbedingungen),
- lebenslange Qualifizierungen (Weiterbildungen etc.),
- ein betriebliches Gesundheitsmanagement
- und Wertschätzung (Anerkennung als Wissensvermittler:in).

Altersgruppe 55+

DAS BESCHÄFTIGT DIE PERSONEN IN DIESER ZIELGRUPPE:

- körperliche Einschränkungen
- Angst davor abgehängt zu werden (Digitalisierung)
- Finanzen - Absicherung
- Familienangehörige (Eltern in Pflege, Kinder in Ausbildung)
- Wiedereinstieg nach Auserzeit
- Suche nach sinnstiftenden Tätigkeiten
- Renteneintritt / Reduzierung der Arbeitszeit

RELEVANTE STANDORTFAKTOREN SIND:

- flexibler Wohnraum (z.B. verkleinern)
- Infrastruktur → altersgerecht
- At mediz. Versorgung
- Freizeit- & Kulturangebot
- attraktive Arbeitgeber

MAßNAHMEN, UM DIESE ZIELGRUPPE ANZUSPRECHEN:

- flexible Arbeitgeber (Zeitreduktion, neue Inhalte & Rahmenbedingungen)
- lebenslange Qualifizierung (Weiterbildungen etc.)
- betriebliches Gesundheitsmanagement
- Wertschätzung (Anerkennung als Wissensvermittler)

Allg

VIII. RÜCKKEHRER:INNEN

MODULDREI

VIII. DAS BESCHÄFTIGT DIE PERSONEN IN DIESER ZIELGRUPPE.

Rückkehrer:innen beschäftigen sich bei der Jobauswahl vor allem mit ...

- der Familiengründung,
 - familiäre Unterstützung
 - Standort
 - „Heile Welt“
 - emotionale „Heimatgefühle“
- der Wohnraumsuche (vergrößern, monetär)
- und der Versorgung von Familienangehörigen (Eltern, ...).

VIII. DIE WICHTIGSTEN STANDORTFAKTOREN BEZIEHEN SICH AUF DIE FAMILIÄREN BEDÜRFNISSE.

Die wichtigsten Standortfaktoren für Rückkehrer:innen sind privater Natur.

Aus diesem Grund sehen die Expert:innen die wichtigsten Standortfaktoren im Bereich ...

- Wohnraum,
- Betreuung (Kinder & Senioren),
- Struktur,
 - Infrastruktur
 - ÖPNV
 - Kulturangebot
 - Freizeitangebot
- und attraktive Arbeitgeber:innen.

VIII. MASSNAHMEN ZUR VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF BESITZEN EINEN GROSSEN STELLENWERT.

Auch in dieser Zielgruppe spielen vor allem weiche Standortfaktoren und eine gute Work-Life-Balance eine essenzielle Rolle.

Entsprechende Maßnahmen, um diese Personen zu erreichen, wären u.a. ...

- ein Dual Career Service,
- Kinderbetreuung (Betriebs-Kitas, ...),
- Angebote für pflegende Angehörige,
- Standortmarketing,
- Wohnraum (Mitarbeiterwohnungen, Anbindung, Unterstützung bei Suche)
- und übergeordnet eine gute Work-Life-Balance/flexible Arbeitszeiten.

Rückkehrer:innen



DAS BESCHÄFTIGT DIE PERSONEN IN DIESER ZIELGRUPPE:

Familiengründung → familiäre Unterstützung, Standort,
heute Welt, emotionale „Heimatgefühle“
Wohnraumsuche → vergrößern, monetär
Versorgung Familienangehörige (Eltern, ...)

RELEVANTE STANDORTFAKTOREN SIND:

Wohnraum
Betreuung (Kinder + Senioren)
Struktur → Infrastruktur, ÖPNV, Kulturangebot / Freizeitangebote
attraktive Arbeitgeber (auch akadem. Jobs)

MAßNAHMEN, UM DIESE ZIELGRUPPE ANZUSPRECHEN:

Dual Career Service
Kinderbetreuung (Betriebskita, ...) + Angebote für pflegende Angehörige
Standortmarketing
Wohnraum (Mitarbeiterwohnungen, Anbindung, Unterstützung bei Suche)
Work-Life-Balance / flexible Arbeitszeiten

IX. FAZIT

MODULDREI



Die übereinander geschichteten Krisen (z. B. die Pandemie und der Krieg gegen die Ukraine) setzen viele Unternehmen unter Stress. Hinzu kommen der Demografische Wandel und der starke Trend zur Akademisierung.

Das alles geht auch an den Unternehmen im Allgäu nicht spurlos vorbei. Über 1.200 von ihnen hatten dazu etwas mitzuteilen.



Die Allgäuer Arbeitskräftestudie 2022 zeigt, wie sich diese Entwicklungen und Trends auf Unternehmen auswirken. So wird deutlich, welche Branchen derzeit welchen Arbeitskräftebedarf haben und was diese Branchen am stärksten belastet.



Auf Grundlage der Ergebnisse können auch konkrete Berufs- und entsprechende Zielgruppen identifiziert werden.

Für das Allgäu sind vor allem Rückkehrer:innen, Personen der Altersgruppe 55+, Arbeitskräfte aus dem Ausland, Schüler:innen und (potenzielle) Auszubildende sowie Jobwechsler:innen die wichtigsten Zielgruppen.

**WAS BEDEUTEN DIE ERGEBNISSE
KONKRET?**

IX. FAZIT.

Die Allgäu GmbH sollte „ihre“ lokalen Unternehmen mit bedarfsorientierten Angeboten für die wichtigsten Zielgruppen unterstützen.

Eine branchenspezifische, nachhaltige Arbeitskräfteakquise funktioniert allerdings nur, wenn die Unternehmen sich diesen Maßnahmen öffnen und kooperationsbereit sind. Eine stetige, transparente Kommunikation ist essenziell wichtig.

Niemand kann helfen, wenn Unternehmen keine zeitgemäßen Arbeitsbedingungen anbieten oder Einkommen nicht marktgerecht sind. Beides sind heute Grundvoraussetzungen für den Erfolg.

IX. FAZIT.

Die Situation der Allgäuer Unternehmen sollte regelmäßig analysiert werden, nicht nur in den derzeitigen Bedarfsbranchen.

Der Fokus bei der Personalakquise liegt überwiegend auf Arbeitskräften. Jeder Bildungsgrad ist dabei wichtig.

Unabhängig von der aktuellen Unternehmenssituation brauchen Unternehmen die Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen und ihre Themen zu platzieren. Ein Forum zum Austausch mit einer professionellen Gesamtkoordination hilft dabei. Das kann im Rahmen von (auch digitalen) Netzwerk- oder Impulsveranstaltungen geschehen.

IX FAZIT.

Die Zielgruppen müssen direkt angesprochen werden, um ihre persönlichen Bedarfe richtig zu verstehen.

Junge Menschen sollten **regelmäßig** mit lokalen Unternehmen ins Gespräch gebracht werden. Sei es durch Besuche im Betrieb oder in der Schule. Entsprechende Formate gibt es bereits bundesweit.

Zukünftige Marketingmaßnahmen sollten auf die Zielgruppen abgestimmt sein und im Idealfall mit den Unternehmen und (Ziel-)Gruppen zusammen konzipiert werden.



Die erfolgreiche Akquise von geeigneten Menschen für die Betriebe im Allgäu ist eine komplexe Gemeinschaftsaufgabe.

Die wichtigsten Erfolgsfaktoren dabei sind eine transparente, gemeinsame Kommunikation und ein regelmäßiges Monitoring.

Die Welt dreht sich jeden Tag etwas schneller. Damit verändern sich auch die Bedarfe stetig.

IHRE ANSPRECHPARTNER



Prof. Dr. Stefan
Lennardt

stefan.lennardt@moduldrei.de

Tel. 0231/ 75468020



Hendrik Schmidt

hendrik.schmidt@moduldrei.de

Tel. 0231/ 72598672



Tim Pieper

tim.pieper@moduldrei.de

Tel. 0231/ 79786808

MODULDREI