

Margit Ebbinghaus, Julia Gei, Anke Bahl, Simone Flemming

# Wie suchen Betriebe Auszubildende für den Beruf Friseur/Friseurin?

Erste Ergebnisse zu ausgewählten Aspekten einer BIBB-Betriebsbefragung  
zum berufsspezifischen Vorgehen bei der Rekrutierung von Auszubildenden  
(BIBB-Forschungsprojekt 2.1.305)

Stand: Juli 2016

## Informationen zum Projekt 2.1.305

In den letzten Jahren ist ein Aufwuchs bei den unbesetzt gebliebenen Ausbildungsstellen zu verzeichnen. Eine Ursache hierfür ist in der demografischen Entwicklung zu suchen, insbesondere den rückläufigen Zahlen bei den Abgängerinnen und Abgängern sowie Absolventinnen und Absolventen allgemeinbildender Schulen. Aber auch der Trend zu höheren Schulabschlüssen, eine steigendes Interesse junger Menschen an einem Studium und ein verändertes Berufswahlverhalten derjenigen, die sich für eine duale Berufsausbildung entscheiden, spielen eine Rolle.

Durch diese Entwicklungen ist es bislang zwar zu keinem generellen Mangel bei der Nachfrage nach Ausbildung gekommen, wohl aber zu einer - je nach Region und Beruf mehr oder minder stark ausgeprägten - Veränderung und teilweise auch deutlichen Einengung des Bewerberspektrums, aus dem Betriebe ihre zukünftigen Auszubildenden auswählen können.

Im Forschungsprojekt „Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen Wandels“ wird untersucht, ob und unter welchen Bedingungen sich demografie- und interessenbedingte Veränderungen in der Nachfrage nach Ausbildung auf das betriebliche Vorgehen bei der Rekrutierung von Auszubildenden auswirken und worin diese Auswirkungen bestehen. Dabei interessiert auch, ob Verschärfungen in den Problematiken Nejustierungen des Rekrutierungsverhaltens nach sich ziehen.

Die Bearbeitung der Fragestellung erfolgte im ersten Schritt über eine qualitativ-explorierende und im zweiten Schritt über eine darauf aufbauende quantitativ-hypothesenprüfende Untersuchungsphase (Betriebsbefragung). Der vorliegende Kurzbericht enthält erste Auswertungsergebnisse aus der Betriebsbefragung.

Weiterführende Informationen zum Projekt stehen unter der URL <https://www.bibb.de/de/8508.php> zur Verfügung.

© 2016 by Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn

Bundesinstitut für Berufsbildung  
Robert-Schuman-Platz 3  
53175 Bonn  
Internet: [www.bibb.de](http://www.bibb.de)  
E-Mail: [zentrale@bibb.de](mailto:zentrale@bibb.de)



### CC Lizenz

Der Inhalt dieses Werkes steht unter einer Creative-Commons-Lizenz (Lizenztyp: Namensnennung – Keine kommerzielle Nutzung – Keine Bearbeitung – 4.0 Deutschland).

Weitere Informationen finden Sie im Internet auf unserer Creative-Commons-Infoseite [www.bibb.de/cc-lizenz](http://www.bibb.de/cc-lizenz).

## Inhalt

1. Betriebsbefragung zur Rekrutierung von Auszubildenden .....	4
2. Ausbildungsmarktlage im Beruf Friseur/Friseurin.....	5
3. Vorgehen bei der Suche von Ausbildungsplatzbewerbern und -bewerberinnen .....	6
4. Besetzung der angebotenen Ausbildungsstellen .....	10
5. Ausblick.....	10

## 1. Betriebsbefragung zur Rekrutierung von Auszubildenden

Die seit einigen Jahren steigenden Zahlen an unbesetzt bleibenden Ausbildungsplätzen<sup>1</sup> deuten darauf hin, dass Betriebe auf dem Ausbildungsmarkt zunehmend auf Schwierigkeiten stoßen. In diesem Zusammenhang werden die rückläufigen Zahlen der Schulabsolventen und -absolventinnen sowie das veränderte Bildungs- und Berufswahlverhalten Jugendlicher angeführt; immer häufiger richtet sich der Blick aber auch darauf, wie Betriebe ihre Ausbildungsstellen auf dem Ausbildungsmarkt platzieren. Auf welchen Wegen machen Betriebe bekannt, dass sie Ausbildungsstellen anbieten? Worüber informieren sie im Detail, um potentielle Interessenten zu einer Bewerbung zu motivieren? Und gibt es Unterschiede im Vorgehen, je nach dem, für welchen Beruf Betriebe Auszubildende suchen?

Diesen Fragen ist das Bundesinstitut für Berufsbildung Anfang 2016 mit einer Befragung von gut 2.200 Betrieben nachgegangen. Die Befragung erfolgte je Betrieb für einen von zehn ausgewählten dualen Ausbildungsberufen. Berücksichtigt wurden sowohl Ausbildungsberufe mit vergleichsweise vielen unbesetzt bleibenden Ausbildungsstellen, als auch solche, bei denen nur relativ wenige Ausbildungsstellen nicht besetzt werden (vgl. Info-Box 1).

Nachfolgend wird ein erster Überblick darüber gegeben, über welche Wege und Informationen die befragten Betriebe Ausbildungsplatzbewerber/-innen für den Beruf **Friseur/Friseurin** suchten. Zu Vergleichszwecken wird angegeben, inwieweit die verschiedenen Wege und Informationen insgesamt von den befragten Betrieben genutzt wurden<sup>2</sup> (vgl. Info-Box 2). Den Ergebnissen vorangestellt wird eine knappe Skizzierung der Ausbildungsmarktlage im Beruf Friseur/Friseurin.

### Info-Box 1: BIBB-Betriebsbefragung zur Auszubildendenrekrutierung (AZUR)

Die BIBB-Betriebsbefragung zur Auszubildendenrekrutierung untersucht die verschiedenen Aktivitäten von Betrieben im Zusammenhang mit der Besetzung angebotener Ausbildungsstellen. Von besonderem Interesse ist dabei die Frage, inwieweit sich Besonderheiten und Unterschiede in diesen Aktivitäten in Abhängigkeit davon zeigen, ob Betriebe Auszubildende für Berufe suchen, die bei Jugendlichen auf vergleichsweise hohes oder vergleichsweise geringes Interesse stoßen. Daher wurde das Vorgehen von Betrieben bei der Besetzung von Ausbildungsstellen in folgenden zehn Ausbildungsberufen untersucht:

- Anlagenmechaniker/Anlagenmechanikerin für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik
- Bäcker/Bäckerin
- Elektroniker/Elektronikerin für Betriebstechnik im Industriebereich
- Fachinformatiker/Fachinformatikerin
- Friseur/Friseurin
- Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel
- Kaufmann/Kauffrau für Versicherungen und Finanzen
- Mechatroniker/Mechatronikerin
- Restaurantfachmann/Restaurantfachfrau
- Zahnmedizinischer Fachangestellter/Zahnmedizinische Fachangestellte

Je Beruf wurden rund 220 Ausbildungsbetriebe befragt; insgesamt umfasst die Stichprobe damit rund 2.200 Ausbildungsbetriebe. Um das aktuelle Rekrutierungsverhalten ermitteln zu können, kamen nur solche Betriebe für die Befragung in Betracht, die für das Ausbildungsjahr 2015/2016 oder zumindest 2014/2015 eine oder mehrere Lehrstellen in dem jeweils interessierenden Ausbildungsberufe besetzen wollten. War dies der Fall, wurde die Befragung selbst als standardisiertes Telefoninterview durchgeführt.

Die Befragung ist Bestandteil des BIBB-Projektes „Rekrutierung von Auszubildenden – Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen Wandels“ (vgl. <https://www.bibb.de/de/8508.php>).

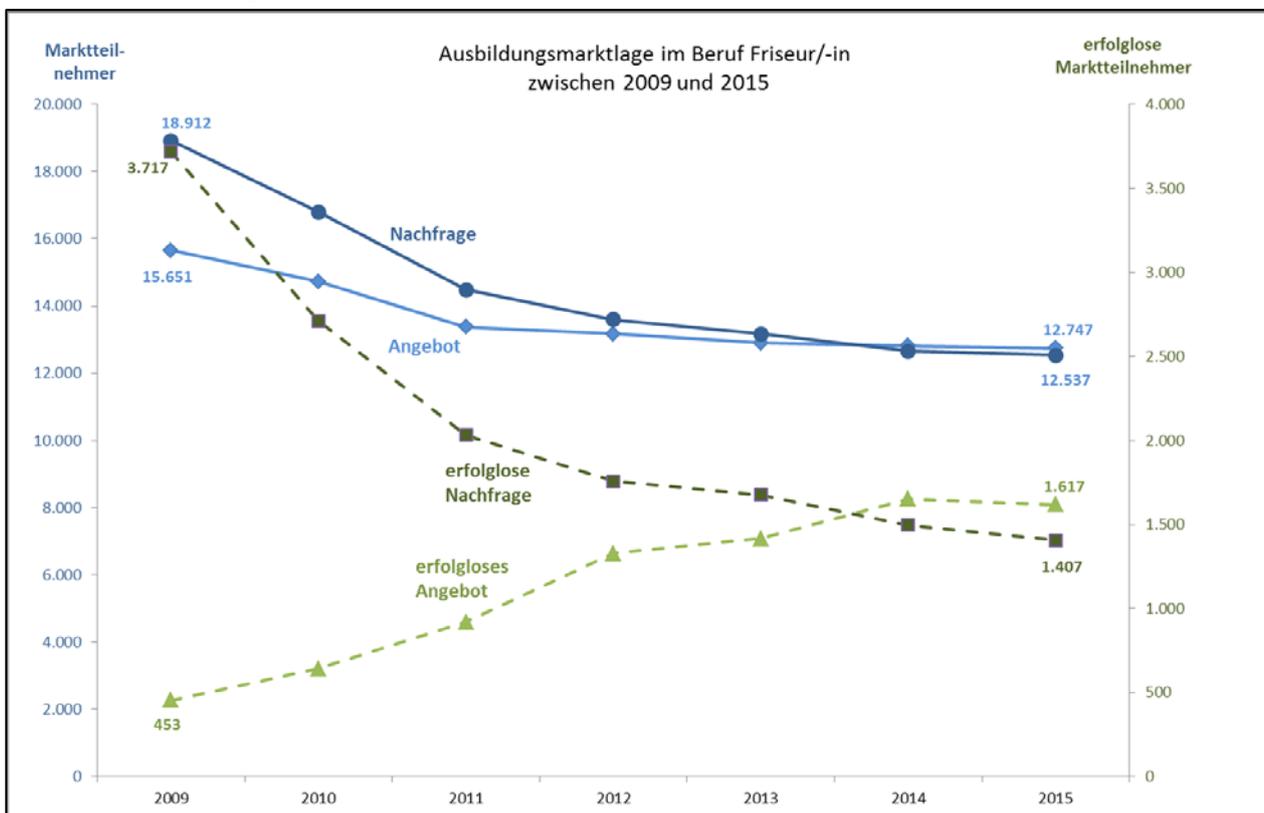
<sup>1</sup> Gemeint ist grundsätzlich die Ausbildung in Ausbildungsberufen nach Berufsbildungsgesetz bzw. Handwerksordnung.

<sup>2</sup> In allen befragten Betrieben sind die Betriebe, die zum Beruf Friseur/Friseurin befragt wurden, mit enthalten. Entsprechend sind deren Angaben in die ergänzend berichteten Gesamtergebnisse eingeflossen.

## 2. Ausbildungsmarktlage im Beruf Friseur/Friseurin

Die Ausbildungsmarktlage im Beruf Friseur/Friseurin hat sich binnen weniger Jahre erheblich verändert (vgl. Abbildung 1): Sowohl das Angebot an als auch die Nachfrage nach Ausbildungsplätzen in diesem Beruf ist zwischen 2009 und 2015 deutlich zurückgegangen, wobei die Nachfrage stärker zurückging als das Angebot (-32,5% vs. -19,9%). Parallel dazu ist zwar auch die Anzahl der jungen Menschen, die ihren Ausbildungswunsch zum Friseur/zur Friseurin nicht realisieren konnten, ebenfalls gesunken. Da das Angebot inzwischen aber die Nachfrage leicht überschreitet, ist die Anzahl der erfolglos gebliebenen jungen Menschen nach wie vor als substantiell anzusehen. Hingegen ist die Anzahl der Ausbildungsplätze, für die sich keine (geeigneten) jungen Menschen finden ließen, erkennbar gestiegen und liegt inzwischen über der Anzahl der erfolglos gebliebenen Bewerber/-innen. Damit hat sich der im Jahr 2009 noch durch Versorgungsprobleme geprägte Ausbildungsmarkt im Beruf Friseur/-in allmählich in Richtung einer durch Passungs- und Besetzungsprobleme gekennzeichneten Lage verändert.

**Abbildung 1:** Entwicklung von Angebot und Nachfrage im Ausbildungsberuf Friseur/Friseurin zwischen 2009 und 2015 (Deutschland insgesamt)



### Anmerkungen

Die Nachfrage sowie die erfolgreiche Nachfrage sind jeweils in der erweiterten Definition ausgewiesen (vgl. <https://www.bibb.de/de/9594.php>). Für die Angaben zu Angebot und Nachfrage (blaue, durchgezogene Linien) gilt die Skalierung der linken (blauen) Achse, für die Angaben zum erfolglosen Angebot und zur erfolgreichen Nachfrage (grüne, gestrichelte Linien) gilt die Skalierung der rechten (grünen) Achse.

### Lesbeispiel

Im Jahr 2009 wurden 15.651 Ausbildungsplätze im Beruf Friseur/Friseurin angeboten. Dem Angebot standen 18.912 Personen gegenüber, die eine Ausbildungsstelle im Beruf Friseur/Friseurin suchten (Nachfrage). 453 der angebotenen Ausbildungsstellen blieben unbesetzt, von den Nachfragern 3.717 ohne Ausbildungsplatz.

### Datenquellen

Bundesinstitut für Berufsbildung: Erhebung zum 30.09./ Bundesagentur für Arbeit: Ausbildungsmarktstatistik zum 30.09.

### 3. Vorgehen bei der Suche von Ausbildungsplatzbewerbern und -bewerberinnen

Die befragten 223<sup>3</sup> Friseursalons suchten mehrheitlich für das im Herbst 2015 beginnende Ausbildungsjahr Auszubildende im Friseurhandwerk, nur wenige Salons hatten zuletzt für das Ausbildungsjahr 2014 Ausbildungsstellen für Friseure und Friseurinnen angeboten.

#### Info-Box 2: Methodische Hinweise

Die Durchführung der Befragung erfolgte bei einer disproportional geschichteten Zufallsstichprobe aus allen klein- und mittelständischen Betrieben<sup>4</sup> Deutschlands, die zum 30.09.2015 Auszubildende in (mindestens) einer von zehn Berufsgruppen<sup>5</sup> beschäftigen, die die zehn berücksichtigten Ausbildungsberufe einschließen. Die erforderliche Stichprobe wurde von der Bundesagentur für Arbeit (BA) zu Verfügung gestellt. Um die angestrebte Nettofallzahl von 220 Betriebsbefragungen je Beruf zu gewährleisten, wurde die Befragung quotiert durchgeführt.

Aufgrund der durch den Stichprobenplan und die Quotierung bedingten Verzerrungen erfolgte eine Gewichtung der erhobenen Daten nach Betriebsgröße und Beruf-(s)gruppe). Diese sind Grundlage der nachfolgenden Ergebnisdarstellung. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist allerdings zu berücksichtigen, dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass gewisse Unterschiede zwischen der Struktur der hier befragten Betriebe, also von Betrieben mit Ausbildungsangeboten für 2015/2016 bzw. 2014/2015<sup>6</sup>, und der Struktur der Gesamtheit der Betriebe, aus der die Stichprobe gezogen wurde, bestehen. Damit erlaubt die Gewichtung zwar eine Annäherung, nicht aber unbedingt eine Anpassung des Stichprobenprofils an das Profil der Gesamtheit.

Um die angebotenen Ausbildungsstellen zum Friseur/zur Friseurin bekannt zu machen, haben die Betriebe in unterschiedlichem Maße auf die in der Befragung thematisierten Wege und Instrumente zurückgegriffen (vgl. Abbildung 2). Am häufigsten wurde dabei der Weg über die örtliche Arbeitsagentur eingeschlagen; über 90%<sup>7</sup> der befragten Betriebe gaben an, ihre Vermittlungsdienste in Anspruch genommen zu haben. Annähernd gleich oft gaben Betriebe an, Betriebspraktika genutzt zu haben, um Bewerber/-innen für Ausbildungsstellen zum Friseur/zur Friseurin zu gewinnen. Zwei Drittel der Salons nutzten Geschäftsbeziehungen, um ihr Ausbildungsangebot bekannt zu machen; gleich viele gaben an, die Information über die eigenen Mitarbeiter/-innen und/oder Auszubildenden gestreut zu haben. Eine eigene Homepage wurde von jedem zweiten Salon als Werbepattform herangezogen. Auf alle anderen Wege und Instrumente, die in der Befragung thematisiert wurden, griffen weniger als die Hälfte der zum Ausbildungsberuf Friseur/Friseurin befragten Betriebe zurück, wobei insbesondere kommerzielle internetgestützte Lehrstellenbörsen kaum eine Rolle spielten.

Im Vergleich zu allen befragten Betrieben fällt vor allem auf, dass Betriebe, die Auszubildende im Beruf Friseur/Friseurin suchten, häufiger auf persönliche Kontakte, aber auch soziale Medien, hingegen deutlich seltener auf Zeitungsinserate als Werbeträger setzten (vgl. Abbildung 2).

<sup>3</sup> Ungewichtete Nettofallzahl; alle nachfolgenden Ergebnisse basieren auf den gewichteten Daten (vgl. Info-Box 2).

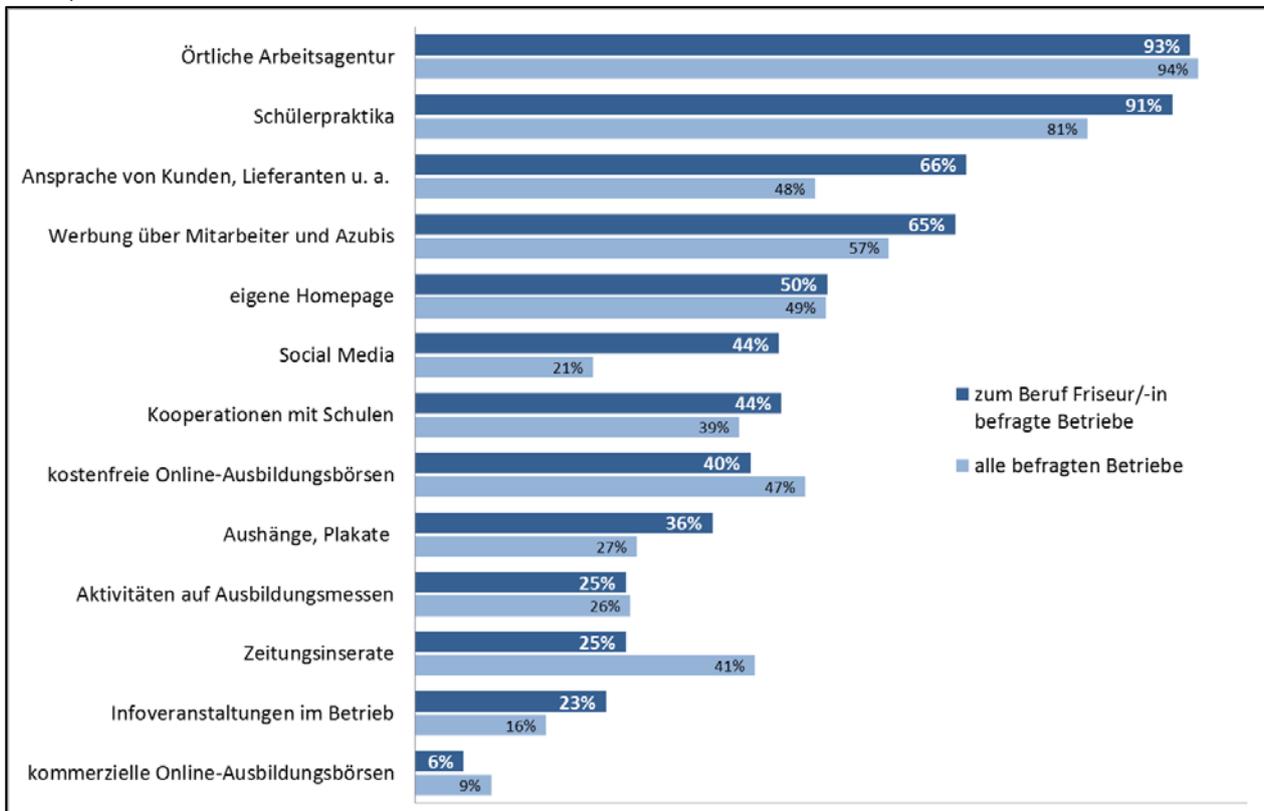
<sup>4</sup> Betriebe mit bis zu 249 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

<sup>5</sup> Zuordnung gemäß Klassifikation der Berufe von 2010 (KldB201)

<sup>6</sup> Über die Größe und Zusammensetzung dieser Gruppe an Betrieben liegen keine Daten vor.

<sup>7</sup> Berichtet werden hier und im Folgenden gültige Prozentanteile, d.h. fehlende Angaben gehen in die Prozentuierung nicht mit ein.

**Abbildung 2:** So viele Betriebe nutzen die jeweiligen Wege, um Bewerber/-innen für Ausbildungsstellen zum Friseur/ zur Friseurin zu finden – im Vergleich zu allen befragten Betrieben (Mehrfachnennungen möglich; gewichtete Daten)



Lesebeispiel

Von den befragten Betrieben, die Auszubildende zum Friseur/zur Friseurin suchten, schalteten 93% die Vermittlungsdienste der örtlichen Arbeitsagentur ein. Von allen befragten Betrieben haben 94% die örtliche Arbeitsagentur eingeschaltet, um Auszubildende zu finden.

Quelle

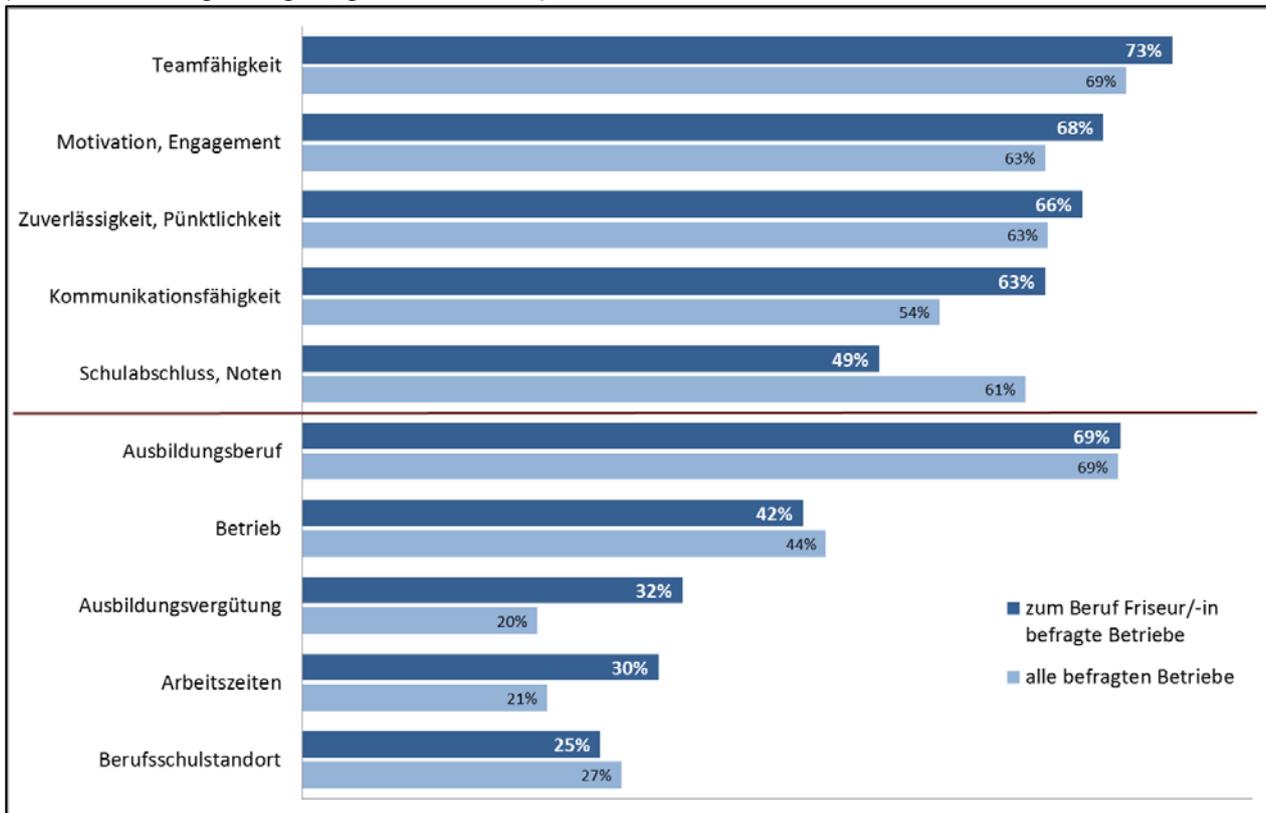
BIBB-Projekt 2.1.305 „Rekrutierung von Auszubildenden – Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen Wandels“

Kaum ein Betrieb verließ sich bei der Suche nach Auszubildenden zum Friseur/zur Friseurin nur auf ein oder zwei Möglichkeiten, das Lehrstellenangebot „an den Mann bzw. die Frau zu bringen“. Aber auch die Ausschöpfung (fast) aller thematisierten Möglichkeiten erfolgte nur sehr selten. Vielmehr wählten die Betriebe aus den verschiedenen Möglichkeiten ein bestimmtes Repertoire aus, um Nachwuchs für das Friseurhandwerk zu akquirieren. Im Durchschnitt umfasste dieses sechs unterschiedliche Werbemöglichkeiten.

Zu diesem Repertoire gehörte bei nahezu allen Friseurbetrieben auch, das Ausbildungsplatzangebot in Wort und Schrift bekannt zu machen. Mit diesen schriftlichen Bekanntmachungen wurde zwar auch über die Ausbildung und ihre Rahmenbedingungen, wie Arbeitszeiten und Vergütung, informiert (vgl. unterer Teil von Abbildung 3). In erster Linie wurde aber transportiert, welche Persönlichkeitseigenschaften Bewerber und Bewerberinnen idealerweise mitbringen sollten (vgl. oberer Teil von Abbildung 3). Besonders häufig fanden hier Aspekte der Teamfähigkeit Erwähnung: Knapp drei Viertel der Betriebe formulierten in ihren schriftlichen Bekanntmachungen Wünsche an die Teamfähigkeit ihrer zukünftigen Friseurlehrlinge. Anforderungen an andere Persönlichkeitseigenschaften fanden, ebenso wie Arbeitstugenden, etwas seltener Eingang in die Ausschreibungen. Jeweils um die zwei Drittel der zum Ausbildungsberuf Friseur/Friseurin befragten Betriebe griffen diese Aspekte auf. Demgegenüber formulierte nur knapp jeder

zweite Betrieb explizit, welche schulischen Qualifikationen er von seinen zukünftigen Friseurlehrlingen erwartet. Von allen befragten Betrieben waren dies mit 61% deutlich mehr (vgl. unterer Teil von Abbildung 3).

**Abbildung 3:** So viele Betriebe transportieren Informationen über Ausbildungsaspekte und Anforderungen in ihren schriftlichen Ausbildungsplatzangeboten zum Friseur/zur Friseurin – im Vergleich zu allen befragten Betrieben (Mehrfachnennungen möglich; gewichtete Daten)



Lesebeispiel

73% der Betrieben, die Auszubildende zum Friseur/zur Friseurin über schriftliche Bekanntmachungen suchten, formulierten darin Anforderungen an die gewünschte Teamfähigkeit der Bewerber/-innen. Von allen Betrieben, die schriftliche Bekanntmachungen verwendeten, formulierten 69% solche Anforderungen.

Quelle

BIBB-Projekt 2.1.305 „Rekrutierung von Auszubildenden – Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen Wandels“

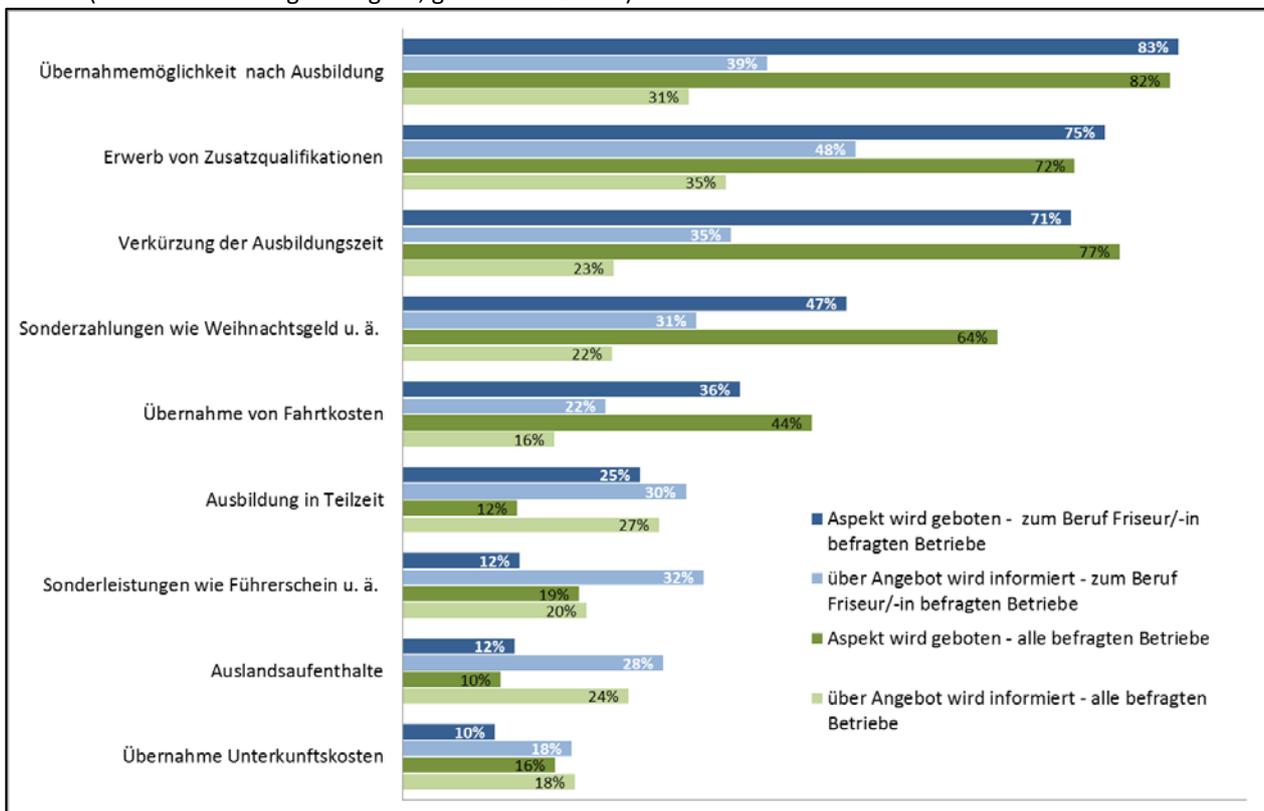
Schriftliche Ausschreibungen von Ausbildungsstellen sind allerdings nicht nur ein Medium, mit dem Informationen über die Rahmenbedingungen der Ausbildung und die von den zukünftigen Auszubildenden gewünschten Voraussetzungen transportieren lassen. Sie bieten auch Raum, über besondere (Ausbildungs-)Leistungen des Betriebes zu informieren, sofern er diese anbietet.

Abbildung 4 verdeutlicht, dass ein mehr oder minder großer Anteil der befragten Friseursalons besondere (Ausbildungs-)Leistungen anbietet. Besonders häufig werden dabei solche Leistungen angeboten, die auf die berufliche Zukunft nach Ausbildungsabschluss gerichtet sind. So besteht in drei von vier Betrieben die Möglichkeit, das Qualifikationsprofil während der Ausbildung zum Friseur/zur Friseurin noch über Zusatzqualifikationen zu schärfen; über 80% stellen die Übernahme der ausgebildeten Friseur/Friseurinnen in ein Beschäftigungsverhältnis in Aussicht (jeweils dunkelblaue Balken in Abbildung 4). In über 80% dieser Salons besteht zudem für Ausgebildete die Möglichkeit eines beruflichen Aufstiegs im

Friseurhandwerk.<sup>8</sup> Immerhin noch jeder achte Betrieb ermöglicht es seinen angehenden Friseuren und Friseurinnen sogar, einen Teil des Qualifikationsprofils im Ausland aufzubauen (jeweils dunkelblaue Balken in Abbildung 4); etwas mehr als in der Gesamtheit der befragten Betriebe (dunkelgrüne Balken in Abbildung 4), von denen jeder zehnte seinen Auszubildenden Auslandsaufenthalte ermöglicht.

Unabhängig davon, welche besondere (Ausbildungs-)Leistung Friseursalons bieten, zeigt sich aber auch Folgendes: Die Angebote werden nur bedingt werbewirksam eingesetzt, um Auszubildende zum Friseur/zur Friseurin zu gewinnen. Damit stehen Friseursalons aber nicht alleine da. Vielmehr weisen die Ergebnisse darauf hin, dass die befragten Betriebe insgesamt nur sehr zurückhaltend davon Gebrauch machen, besondere (Ausbildungs-)Leistungen in schriftlichen Ausbildungsplatzangeboten zu erwähnen und Friseursalons hier sogar als vergleichsweise rüchrig betrachtet werden können.

**Abbildung 4<sup>9</sup>:** So viele Betriebe bieten ihren Auszubildenden zum Friseur/zur Friseurin bestimmte Leistungen und informieren darüber auch in ihren schriftlichen Ausbildungsplatzangeboten – im Vergleich zu allen befragten Betrieben (Mehrfachnennungen möglich; gewichtete Daten)



Lesebeispiel

In 83% der zum Ausbildungsberuf Friseur/Friseurin befragten Betriebe besteht die Möglichkeit, nach Ausbildungsende übernommen zu werden. Von diesen informierten 39% darüber auch in ihren schriftlichen Ausbildungsplatzangeboten.

Quelle

BIBB-Projekt 2.1.305 „Rekrutierung von Auszubildenden – Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen Wandels“

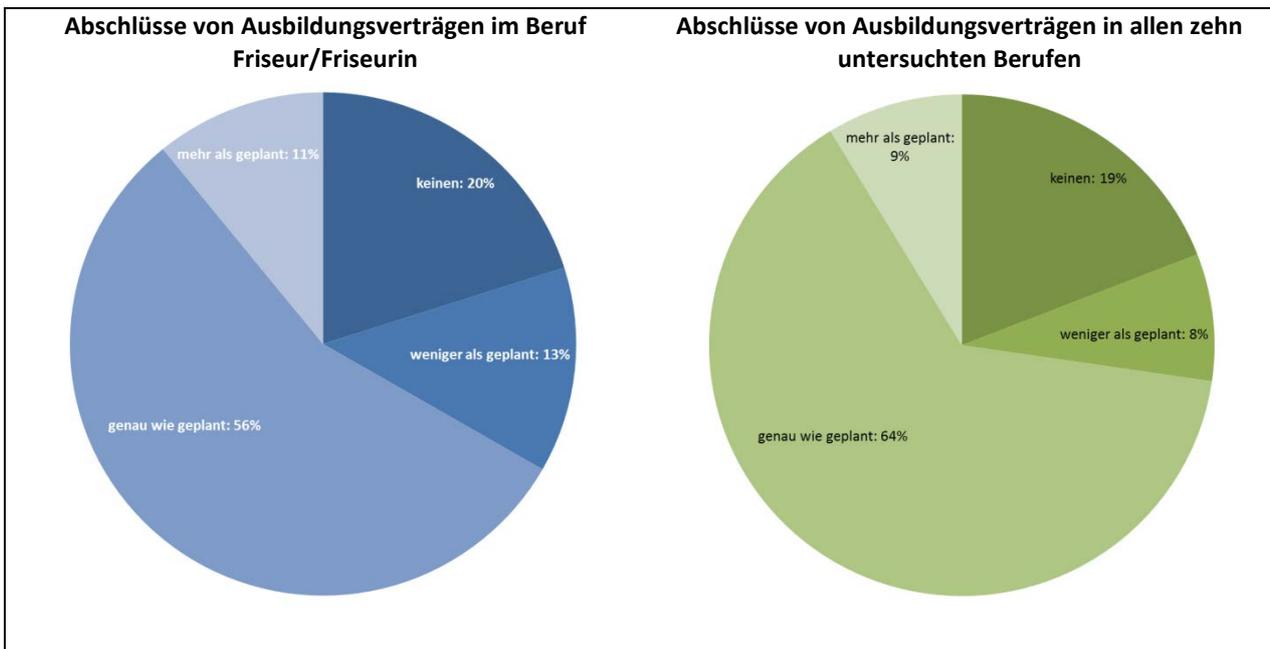
<sup>8</sup> Die Frage nach Aufstiegsmöglichkeiten wurde nur Betrieben mit Übernahmeoptionen für Ausgebildete gestellt.

<sup>9</sup> Bei geringen Anteilen an Betrieben, die eine Leistung anbieten, wie beispielsweise Ausbildungsmodellen in Teilzeit, ist die Angabe zum Anteil derer, die dieses Angebot werbewirksam einsetzen, vorsichtig zu interpretieren.

#### 4. Besetzung der angebotenen Ausbildungsstellen

Mit dem gewählten Vorgehen waren die meisten der zum Ausbildungsberuf Friseur/Friseurin befragten Betriebe – zumindest partiell – erfolgreich (vgl. linke Seite von Abbildung 5). Rund 55% von ihnen gelang es, alle angebotenen Ausbildungsstellen zum Friseur/zur Friseurin zu besetzen, rund 11% haben sogar mehr Auszubildende eingestellt, als ursprünglich beabsichtigt. Etwas mehr haben zwar Ausbildungsverträge abgeschlossen, aber nicht für alle Lehrstellen, die zur Verfügung standen. Knapp jeder fünfte Betrieb konnte hingegen keinen Ausbildungsplatz zum Friseur/zur Friseurin besetzen. Über alle zehn untersuchten Berufe hinweg liegen die Verhältnisse relativ ähnlich (vgl. rechte Seite von Abbildung 5).

**Abbildung 5:** So viele Betriebe konnten eine bestimmte Anzahl von Ausbildungsverträgen zum Friseur/zur Friseurin abschließen – im Vergleich zu allen befragten Betrieben bzw. untersuchten Berufen (gewichtete Daten)



#### Lesebeispiel

Von den zum Ausbildungsberuf Friseur/Friseurin befragten Betrieben haben 11% zuletzt mehr Ausbildungsverträge abgeschlossen als ursprünglich geplant; über alle befragten Betriebe bzw. Berufe hinweg waren es 9%.

#### Quelle

BIBB-Projekt 2.1.305 „Rekrutierung von Auszubildenden – Betriebliches Rekrutierungsverhalten im Kontext des demografischen Wandels“

#### 5. Ausblick

Die dargestellten Ergebnisse deuten darauf hin, dass das Vorgehen von Betrieben bei der Suche nach Auszubildenden für den Beruf Friseur/Friseurin einige Besonderheiten aufweist. Dieser Annahme sowie der Frage nach möglichen Hintergründen hierfür wird in weiteren Auswertungsschritten nachgegangen. Über die Ergebnisse wird zeitnah berichtet werden.