

Ideen zur Nachwuchssuche: Was funktioniert? – Neue BIBB-Studie erschienen

Köln, 22. August 2025

Die Gewinnung von Nachwuchs im Handwerk unterscheidet sich deutlich von der Personalakquise großer Unternehmen. Während Konzerne mit ausgefeilten Kampagnen arbeiten, setzen Handwerksbetriebe auf Nähe und persönliche Ansprache. Viele Ausbildungsverhältnisse entstehen über Praktika, Schulkooperationen, Tage der offenen Tür oder Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis. Mundpropaganda, insbesondere in ländlichen Regionen, bleibt ein entscheidender Faktor.

Mehr Digitales wagen

Digitale Kanäle sind bislang weniger etabliert, gewinnen jedoch zunehmend an Bedeutung: Instagram, Youtube, TikTok oder WhatsApp bieten niedrigschwellige Möglichkeiten, authentische Einblicke in den Berufsalltag zu vermitteln und Jugendliche direkt anzusprechen. Studien des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) zeigen, dass eine Kombination mehrerer Wege die besten Erfolge verspricht – etwa, wenn Betriebe parallel über die Lehrstellenbörsen der Handwerkskammern und ihr persönliches Umfeld rekrutieren.

Image aufpolieren

Ein großes Hindernis bleibt das Image des Handwerks. Viele Jugendliche verbinden Handwerksberufe noch mit Klischees von „schmutzig“ und „altmodisch“. Dem lässt sich mit praxisnahen Erfahrungen wie Schnuppertagen oder Makerspace-Angeboten begegnen. Ein Makerspace ist ein gemeinschaftlicher Arbeitsraum, der Zugang zu Werkzeugen, Technologien und Know-how bietet, um eigene Projekte zu entwickeln und umzusetzen. Er kombiniert eine Werkstatt mit digitalen Technologien wie 3D-Druckern und Laser-Cuttern. Makerspaces fördern das Prinzip des "Learning by Doing", die

Kollaboration und das selbstorganisierte Lernen in einer offenen Umgebung.

Hürden senken

Auch bei der Auswahl der Bewerber lohnt es, neue Wege zu gehen. Erfolgreiche Betriebe senken Eintrittshürden, indem sie auch Jugendliche mit schwächeren Abschlüssen oder sprachlichen Defiziten berücksichtigen. Zunehmend wichtig ist zudem die Internationalisierung: Bereits jeder achte Ausbildungsvertrag im Handwerk wird mit Jugendlichen aus dem Ausland geschlossen. Dies erweitert den Bewerberpool, stellt die Betriebe jedoch zugleich vor Integrationsaufgaben.

Förderprogramme nutzen

Zahlreiche Förderprogramme unterstützen Unternehmen bei der Nachwuchsgewinnung. Dazu gehören etwa „Passgenaue Besetzung“ oder die Initiative der Willkommenslotsen, die Betriebe bei der Suche nach geeigneten Azubis und deren Integration begleiten. Auch Instrumente wie die Assistierte Ausbildung (AsA und AsA flex) oder die Verbundausbildung bieten Chancen, sind jedoch noch wenig bekannt oder werden kaum genutzt. Hier besteht großer Informations- und Beratungsbedarf.

Fazit

Die Nachwuchsgewinnung im Handwerk erfordert eine Balance aus Tradition und Innovation. Persönliche Bindung, Praktika und lokale Netzwerke bleiben unverzichtbar, doch ergänzt durch Social Media, moderne Berufsorientierung und Kooperationen steigt die Chance, passende junge Menschen zu erreichen. Entscheidend ist eine offene Haltung gegenüber Vielfalt und die aktive Nutzung bestehender Unterstützungsangebote.

Die BIBB-Studie ist hier abrufbar
<https://bit.ly/bibb-nachwuchssuche>