ARBEITGEBER FORUM 2022

REFERENTIN
Paula Risius

MODERATORIN
Imme-Kathrin Lösch

16.00 BILDUNG

Ausbildung 4.0: wie Unternehmen die „Generation Z“ für sich gewinnen und halten können

04

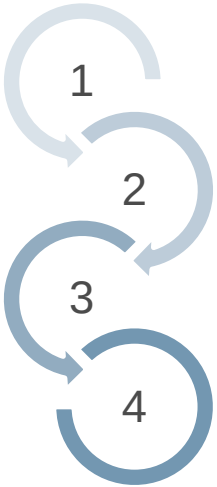
Kurz zu meiner Person

Paula Risius

- geb. 1991 in Berlin
- Studium der Soziologie und empirischen Sozialforschung
- seit 2019 am Institut der deutschen Wirtschaft; Forschungsschwerpunkte: Ausbildung 4.0, digitale Bildung, Übergang Schule / Beruf, Kompetenzbedarfe der Zukunft
- seit 2014: ehrenamtliche Betreuung diverser Social-Media-Accounts (Personen und Organisationen)

risius@iwkoeln.de; 0221 4981-680

Was ich heute mit Ihnen vorhabe

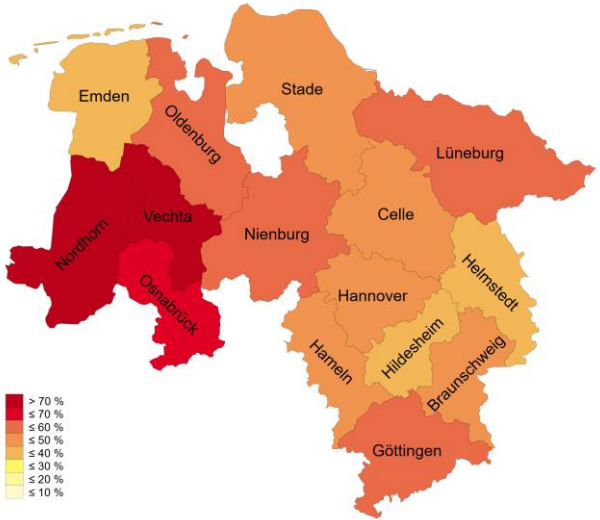


1. Ausbildung in Zahlen
2. Wie tickt Gen Z?
3. Gen Z gewinnen und halten: Drei Phasen
4. Fazit

Ausbildung in Zahlen

Fachkräfteengpässe in M+E-Berufen in Niedersachsen

Anteil der Stellen, die vor Ort nicht mehr zu besetzen sind, an allen Stellen



Stellenüberhangsquote in M+E-Berufen:

Deutschland: 41,2 Prozent

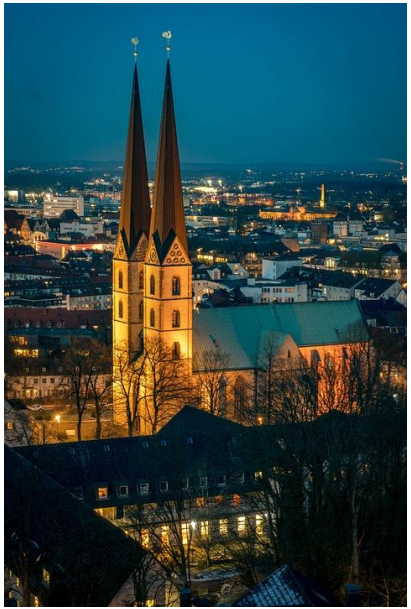
Niedersachsen: 49,0 Prozent

(Alle Berufe, DE: 34 Prozent)

Quelle: IW-Berechnungen auf Basis von Sonderauswertungen der Bundesagentur für Arbeit und der IAB-Stellenerhebung, 2022

Erkennen Sie diese beiden Städte?

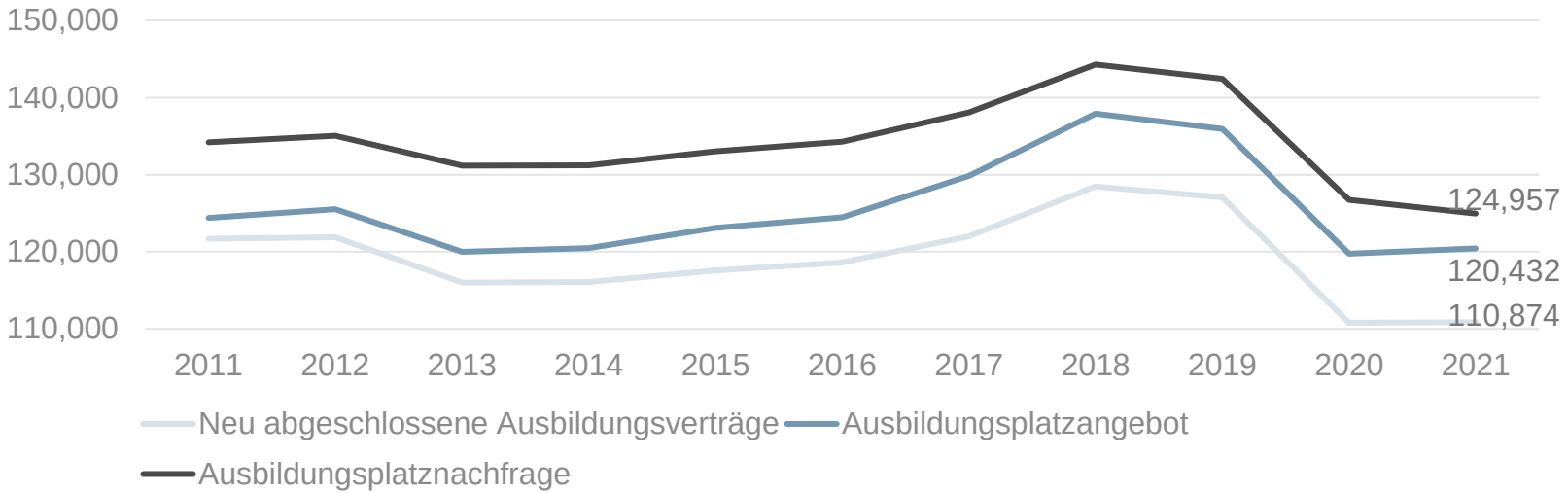
Bonn, 327.258 Einwohner im Jahr 2019



Bielefeld, 333.786 Einwohner im Jahr 2019

Foto Bonn: CC-BY-SA – User „Wolkenkratzer“ bei Wikimedia

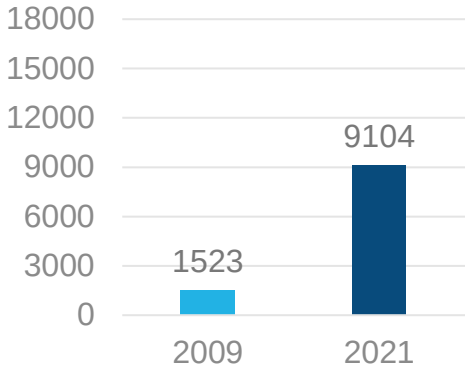
Das Ausbildungsgeschehen in Metall- und Elektroberufen



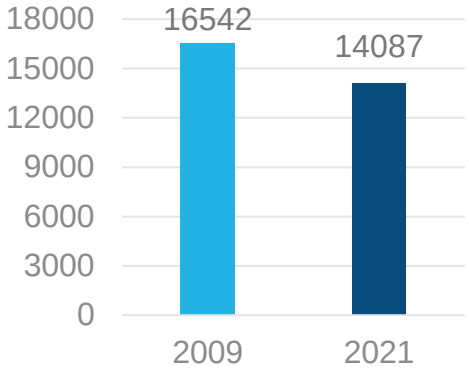
Quelle: IW-Berechnungen auf Basis von Bundesagentur für Arbeit (BA) und Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), 2022

Unbesetzte Ausbildungsstellen und unversorgte Bewerber in M+E-Berufen

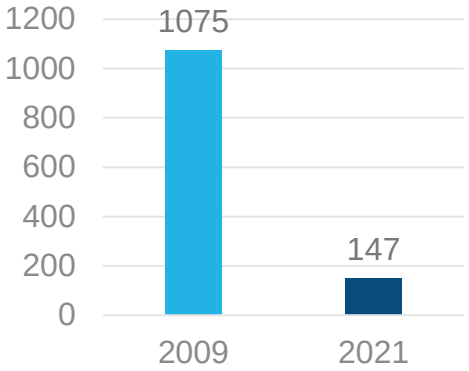
2009 gegenüber 2021



Unbesetzte Ausbildungsstellen



Unversorgte Bewerber



Unversorgte Bewerber je 100 unbesetzte Ausbildungsstellen

Quelle: IW-Berechnungen auf Basis von Bundesagentur für Arbeit (BA) und Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), 2022

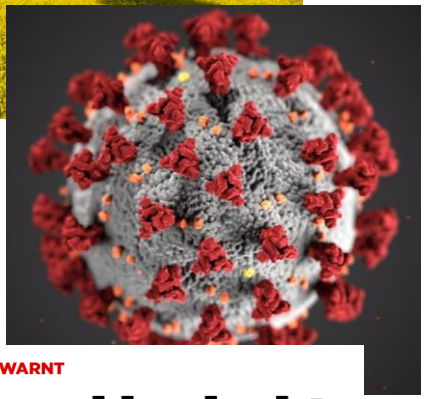
Zielgruppe Gen Z

Was ist eigentlich eine Generation?

- Ähnliches Geburtsjahr
- Gleiche **prägende Erfahrungen** während der Sozialisierung
  - Bsp.: gesellschaftliche Krisen, technische Innovationen, Lebensumstände
- Diese Erfahrungen beeinflussen vieles:
  - Gewohnheiten,
  - Werte
  - und Erwartungen.

Achtung:
Generationen sind nicht alles!

Was hat Gen Z geprägt?



INDUSTRIE WARNT

Fachkräftemangel bedroht unseren Wohlstand

Welche Sorgen und Ängste treiben Gen Z um?

Abb. 10

Ich mache mir Sorgen um die Zukunft.

Quelle: Vodafone Stiftung 2022, n=2.124

Quelle: Shell Jugendstudie 2019

Was bewegt die Generation Z?

Pull-Faktoren:

- Freie Entfaltung, Sicherheit
- Flexibilität, wechselnde Aufgaben, freie Arbeitsort-Wahl
- Starke Arbeitgebermarke
- Digitale Ausbildung

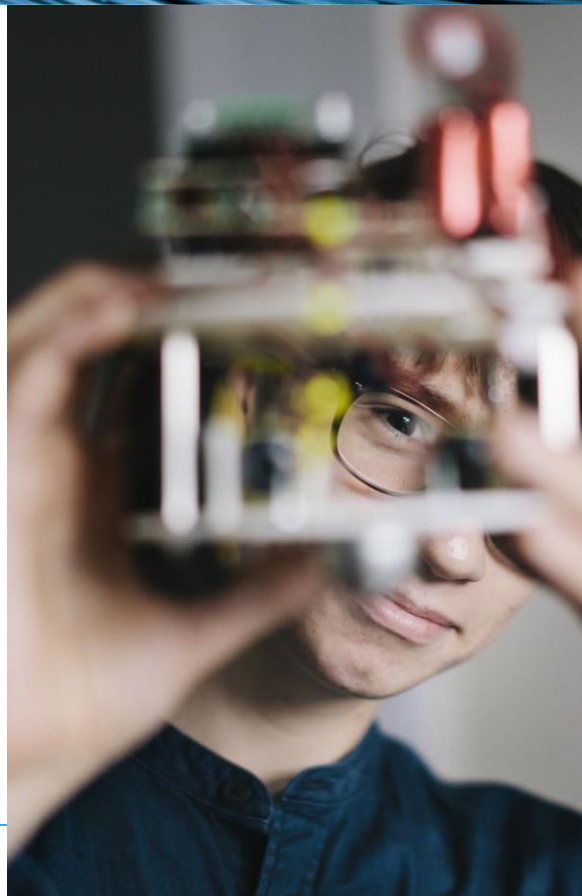
Sorgen

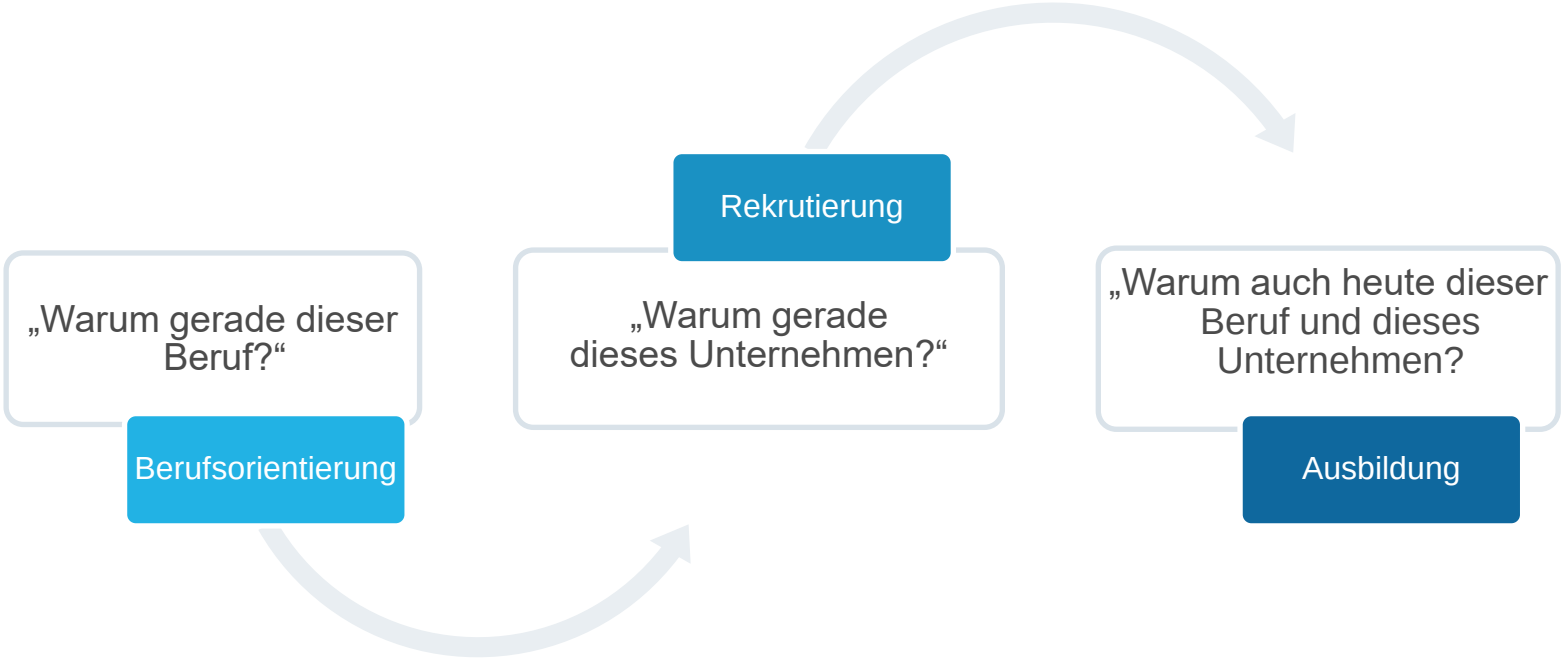
- Zukunftsängste, Stabilitätsverlust
- Arbeitslosigkeit
- Vertrauensverlust in die Wirtschaft und ihre Versprechen

Was macht Gen Z aus?

- Umweltbewusstes Mindset (und –verhalten?)
- Bedürfnis nach Sicherheit und Stabilität
- Hoher Stellenwert von Freunden und Familie
- Individualisierte Erfahrungen; ständige Vergleiche / Bewertungen
- Instant-Kommunikation – aber: nicht anrufen
- Unendliche Möglichkeiten – wenig Verbindlichkeit

Gen Z gewinnen und halten: Drei Phasen




„Warum gerade dieser Beruf?“
Berufsorientierung
Rekrutierung
„Warum gerade dieses Unternehmen?“
„Warum auch heute dieser Beruf und dieses Unternehmen?
Ausbildung

Auf der Suche nach einem Beruf…

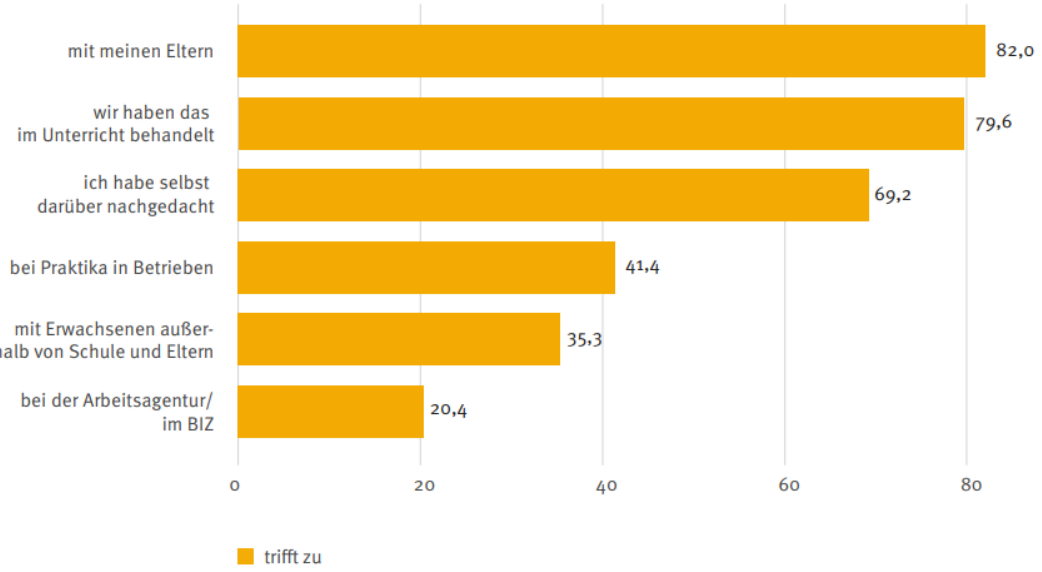
…der zu einem passt und glücklich macht

…mit Zukunft

…der nachhaltig und sicher ist

… der bei anderen gut angesehen wird

Gesprächspartner zum Thema Berufsorientierung



Quelle: IW JUNIOR, 2021, N = 1.111

1
2
3 Gen Z gewinnen und halten
4

Menü

KOFA Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung

Suche

Startseite > Mitarbeiter finden > Ausbildung > Azubis finden > Berufsorientierung

Schulkooperationen gestalten

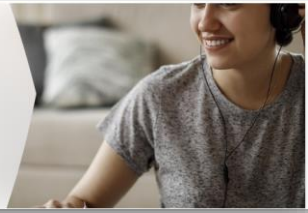
Wie Sie einen geeigneten Kooperationspartner finden und Schulkooperationen gestalten können, erfahren Sie hier.

Mehr erfahren →

Online-Schüler-Praktikum

Wie ein Online-Praktikum erfolgreich gelingt, erfahren Sie hier.

Mehr erfahren →



Azubi-Speed-Dating

Interview mit konkreten Tipps für Unternehmen: Das Azubi-Speed-Dating der IHK Nord Westfalen bietet Chancen für Betriebe und Azubis.

Tipps erfahren →

Social Media für KMU

Brauchen KMU Social Media? Wir sagen: Ja! Wir zeigen Ihnen hier, wie Sie Schritt für Schritt Ihren Kanal gestalten und Ihre Zielgruppe richtig ansprechen.

Mehr erfahren →

Berufsorientierung

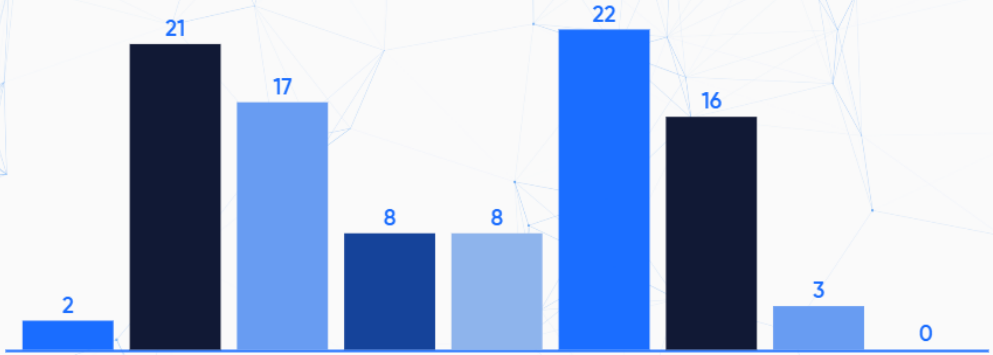
Zuletzt aktualisiert: 01. April 2022

Wir geben Ihnen praktische Tipps, damit Sie Ihre Ausbildungsplätze besetzt bekommen

Besuchen Sie **www.menti.com** und benutzen Sie den Code **2823 1245**

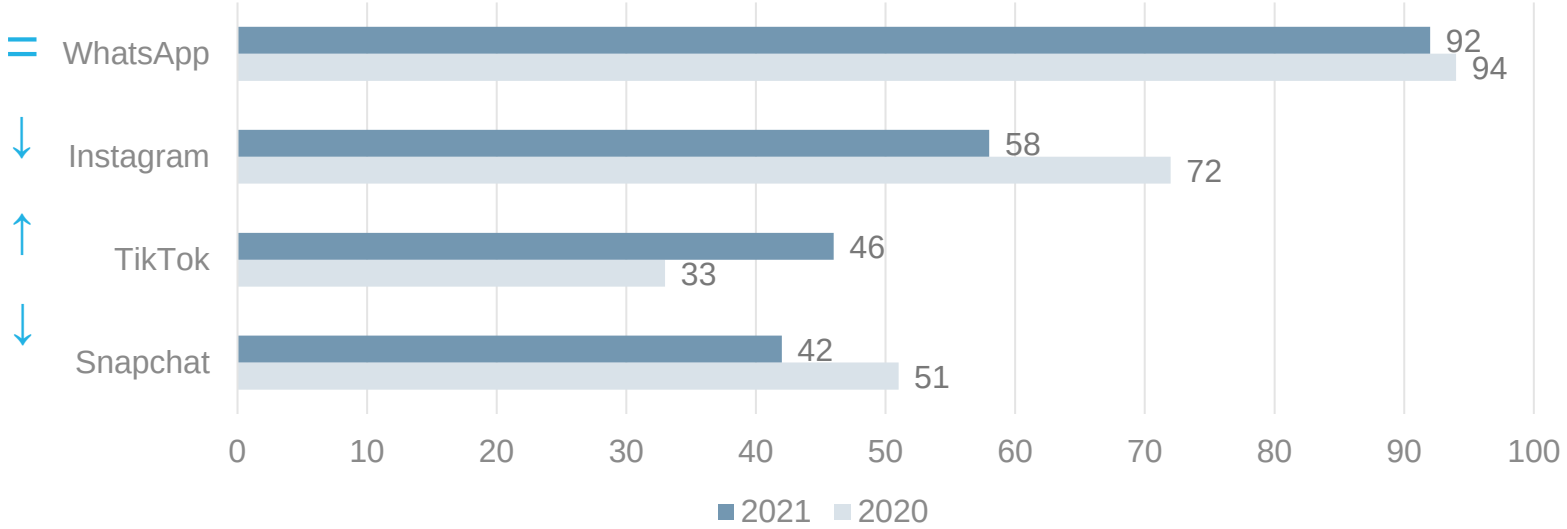
Welche sozialen Netzwerke nutzt Ihr Unternehmen?

Mentimeter



42

Diese Apps nutzen Jugendliche täglich / mehrmals pro Woche



Quelle: JIM-Studie 2021, S. 38. N(2021)=1.188, N(2020)=1.200.

Kurzeinführung: Instagram

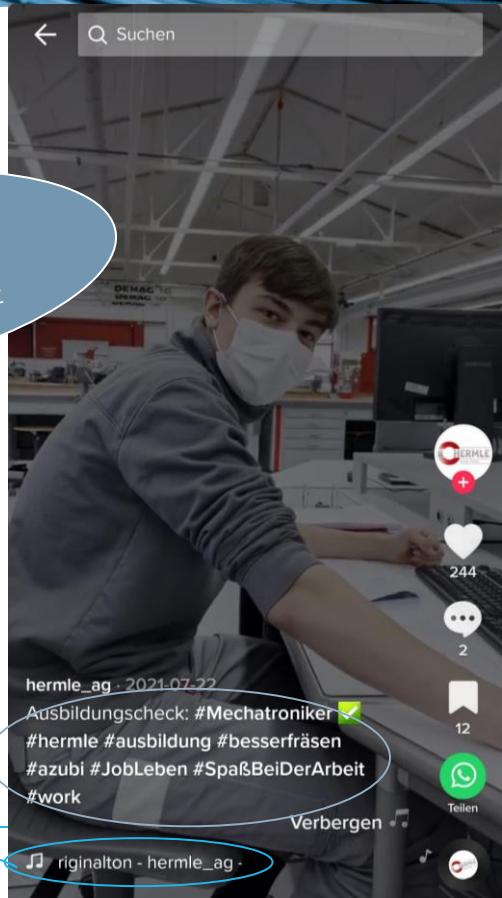
- Formate: Postings – Stories – Reels
- Algorithmus: Was „funktioniert“:
  - Regelmäßigkeit
  - Nahbarkeit / „Authentizität“; „persönliche“ Bilder
  - Auffindbarkeit

Bildquelle: Instagram-Account @azubis_beim_hermle

TikTok in a nutshell

- Formate: TikToks / Stories
- Auffindbarkeit:
  - „Sounds“
  - Hashtags
  - Duets
- Achtung, „Cringe“!→ falsche Benutzung und fehlende Authentizität vermeiden
- Stattdessen: (passende) Trends mitnehmen, Azubis zur Sprache kommen lassen

Zur Funktionsweise: How TikTok's Algorithm Figures You Out | WSJ - YouTube



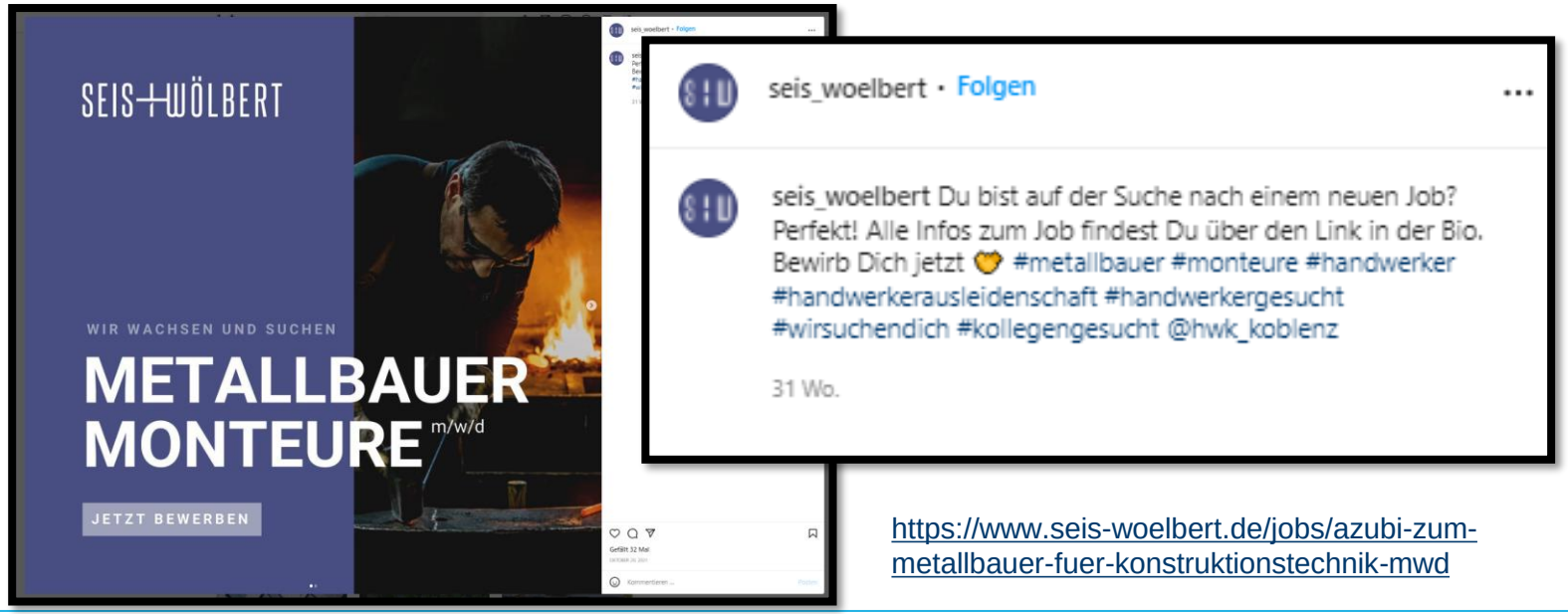
Praxisbeispiel Instagram: Witt-Gruppe und Bayerwaldhof

Berufe kennen lernen in einem „Takeover“-Format

Fragen direkt an Azubis stellen im „Insta live“

Bildquelle: Instagram-Accounts @wittgruppekarriere, @miteinand_team_bayerwaldhof

Praxisbeispiel: Seis & Wölbert



https://www.seis-woelbert.de/jobs/azubi-zum-metallbauer-fuer-konstruktionstechnik-mwd

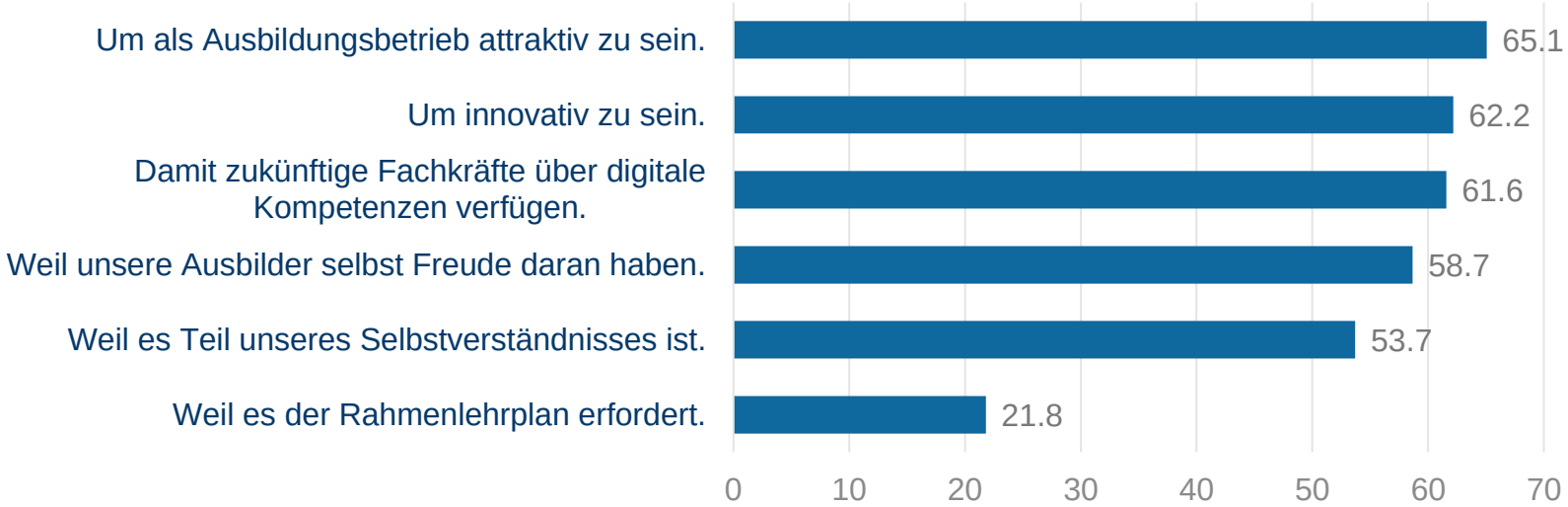
Bildquelle: Instagram-Account @seis_woelbert

Phase 3: Ausbildung

- Halten Sie Ihre Versprechen ein!
- Geben Sie regelmäßiges, konstruktives Feedback
- …und holen Sie auch selbst Feedback ein
- Ihr Trumpf: Was Sie können, kann man nicht (alles) online nachlesen
  - …aber: lassen Sie Ihre Auszubildenden trotzdem selbst Dinge ausprobieren und herausfinden

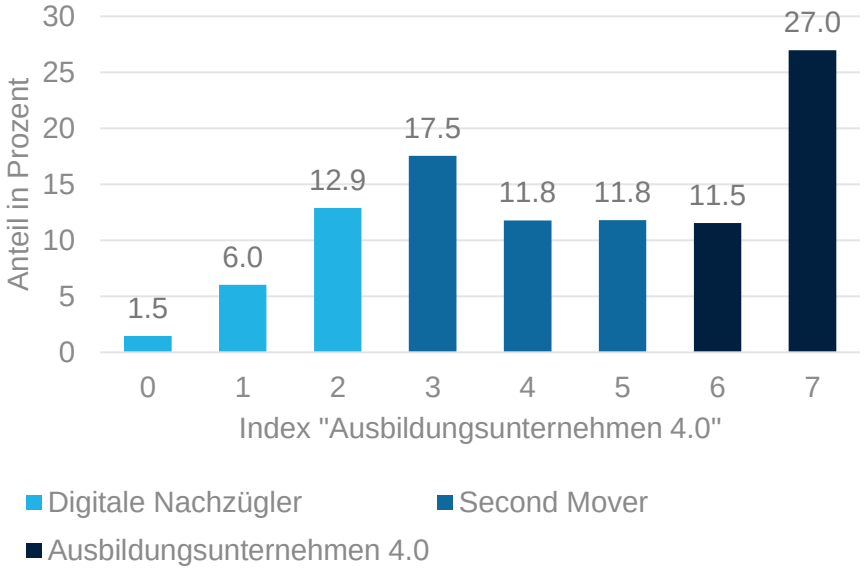
Warum Unternehmen digital ausbilden:

Anteil ausbildender Unternehmen, in Prozent



Quelle: IW-Personalpanel 2021, N=766

Der Index „Ausbildungsunternehmen 4.0“



In den Index gehen ein:

- Beschäftigung mit der Digitalisierung der Ausbildung (0 oder 2 Punkte)
- Vermittlung digitaler Inhalte (0 bis 2 Punkte)
- Einsatz digitaler Lernformate (0 bis 2 Punkte)
- Vertrautmachen der Ausbilder mit den neuesten Technologien (0 oder 1 Punkt)

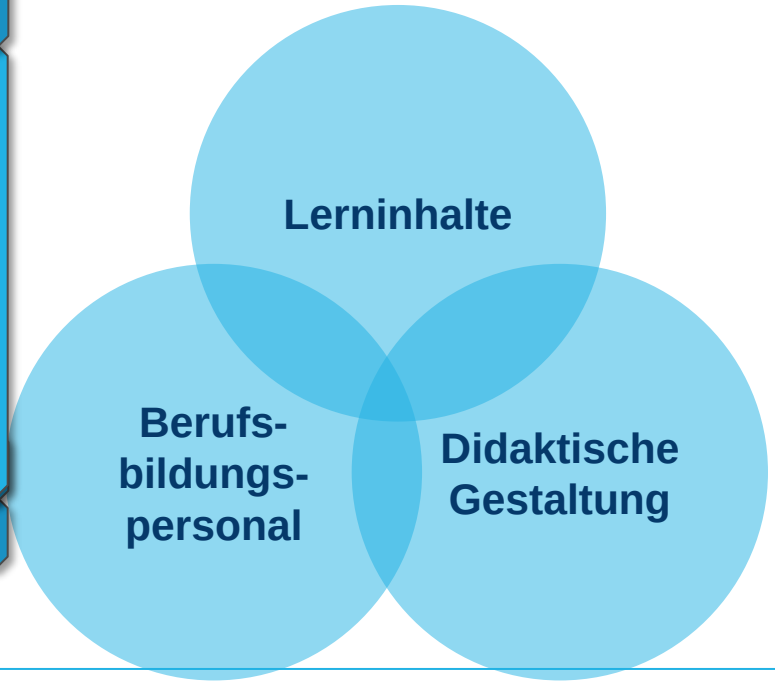
Digitale Nachzügler: 20,4% (-3,0% gegenüber ‘19)

Second Mover: 41,1% (-4,6%)

Ausbildungsunternehmen 4.0: 38,5% (+7,6%)

Quelle: IW-Personalpanel 2021, N=682

Pull-Faktor digitale Ausbildung



Rolle und Haltung der Lernbegleitung

So können Unternehmen die Gen Z für sich gewinnen

Rekrutierungswege:

1. Im Internet präsent sein
2. Neue digitale Rekrutierungsformen ausprobieren: Speed Dating, digitale Messen und digitales Praktikum
3. Eltern und Lehrer sind die besten Influencer

Mögliche Botschaften:

- Informationen über den Job
- Sinnvolle Tätigkeit (z.B. Umwelt)
- Arbeitsplatzsicherheit
- Gesunde Work-Life-Balance
- Vereinbarkeit Beruf und Familie
- Gute Arbeitsatmosphäre
- …dabei wichtig: Authentizität

Herzlichen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!

Paula Risius - risius@iwkoeln.de; 0221 4981-680