

**Heute Schüler, morgen Azubi.**

**Von Anspruch und Wirklichkeit**

**Trends, Thesen und Entwicklungen und manches nicht  
ganz ernst gemeint**



**Prof. Dr. Alfred Quenzler**

**Technische Hochschule Ingolstadt**

**Ausbilderforum 2016, am 18.10.2016**

# Von den Baby Boomers zur Generation Y: Veränderte Lebensentwürfe – veränderte Vorstellungen

Ein sicherer Job  
 Status und Gehalt  
 Autoritäten  
**Leben um zu arbeiten**  
 Karriere bei einem Unternehmen  
 „Corporate Man“



**Baby Boomers: 1955-70**



Employability  
**Arbeiten um zu leben**  
 Kurzfristige Anreize  
 Wechselbereitschaft  
 „Individualisten“



**Generation X: 1970-80**



Digital Natives  
 Lebensphasen Informiert  
**Arbeiten und Leben**  
 Karriere als Abfolge von Herausforderungen  
 „Kreative Klasse“



**Generation Y: 1980-00**



In Anlehnung an: Lufthansa-Studie zu Generationenpräferenzen in Personalmagazin 12/2015,  
 \*Item „Sinnhafte Aufgaben“ war nicht Bestandteil der LH-Studie, wird aber durch andere Untersuchungen bestätigt.

# Veränderte Lebensentwürfe – veränderte Wert- und Lebensvorstellungen

	Babyboomers	Generation X	Generation Y	Generation Z
	1945-1964	1965-1980	1980-2000	Geb. ab 2000
<b>Motto</b>	"Leben um zu arbeiten"	"Arbeiten um zu Leben"	"Erst Leben, dann arbeiten"	"Arbeit als Ausgleich zum Leben"
<b>Wertvorstellungen</b>	Wettbewerbsorientiert	Globales Denken	Diversity	Vollständig virtuell aktiv
	pragmatisch	Work-Life-Balance --> Familie als zentrales Thema	Work-Life-Balance wichtiger als Vergütung	Karriereschritte werden zügiger erwartet
	Erfolg ist persönliche Belohnung	Spaßfaktor im Fokus	Soziale Verantwortung Teamwork	Ausgeprägte Ungeduld
<b>Message</b>	Wertschätzung ihrer Arbeit und Erfahrung	Privatleben steht im Vordergrund	Abhebung und Abgrenzung von der Gesamtheit	Geregelte Arbeitszeiten und Arbeitsplatz

# Generationswechsel

Derzeit arbeiten drei (teilweise bis zu fünf) Generationen in unseren Unternehmen:

- Veteranen,
- Baby Boomers,
- Generation X und
- Generation Y

und bald

Generation Z



Jede Generation hat seine eigenen Wertvorstellungen, Verständnis von Autorität, Orientierung in der Welt und Erwartungen an Unternehmen, Führungskräfte, Arbeitsbedingungen **sowie an die Kommunikation**

# Impuls

**Wie glauben Sie, sprechen die Azubis  
nach Dienstschluss über Ihr  
Unternehmen als Arbeitgeber?**

# Wir sprechen von einem Massenphänomen: fb ist mittlerweile das größte „Land“ der Erde!!



Facebook \*  
1,65 Mrd.

(davon 28 Mio.  
Deutsche)

\* September 2016



China  
1,3 Mrd.



Indien  
1 Mrd.



USA  
292 Mio.

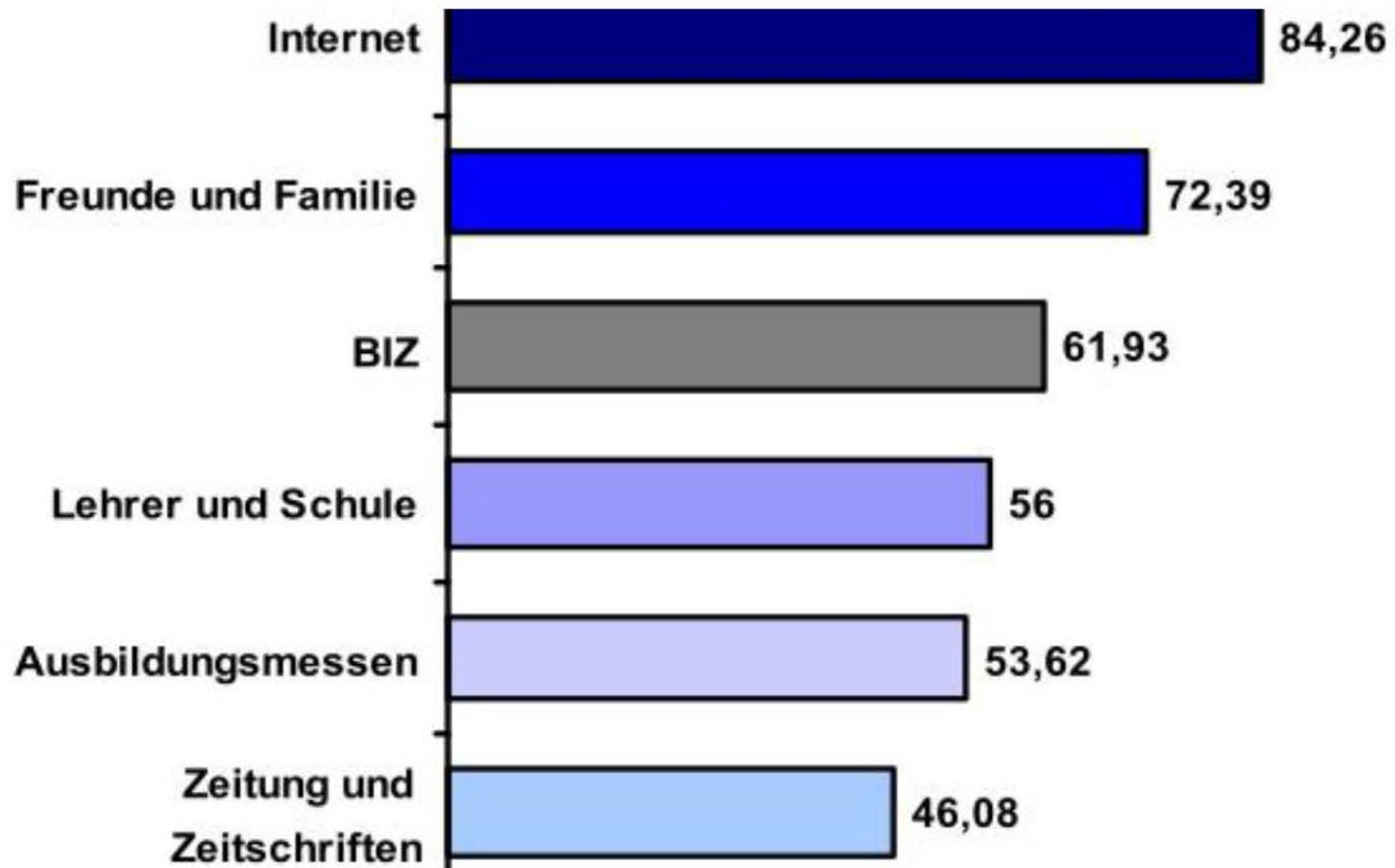


Indonesien  
220 Mio.

Zum Vergleich:  
Juli 2010: 500 Mio. Nutzer, (10 Mio. Deutsche)  
Juli 2014: 1,3 Mrd. Nutzer (26 Mio. Deutsche)



## Wie informieren sich Schüler?



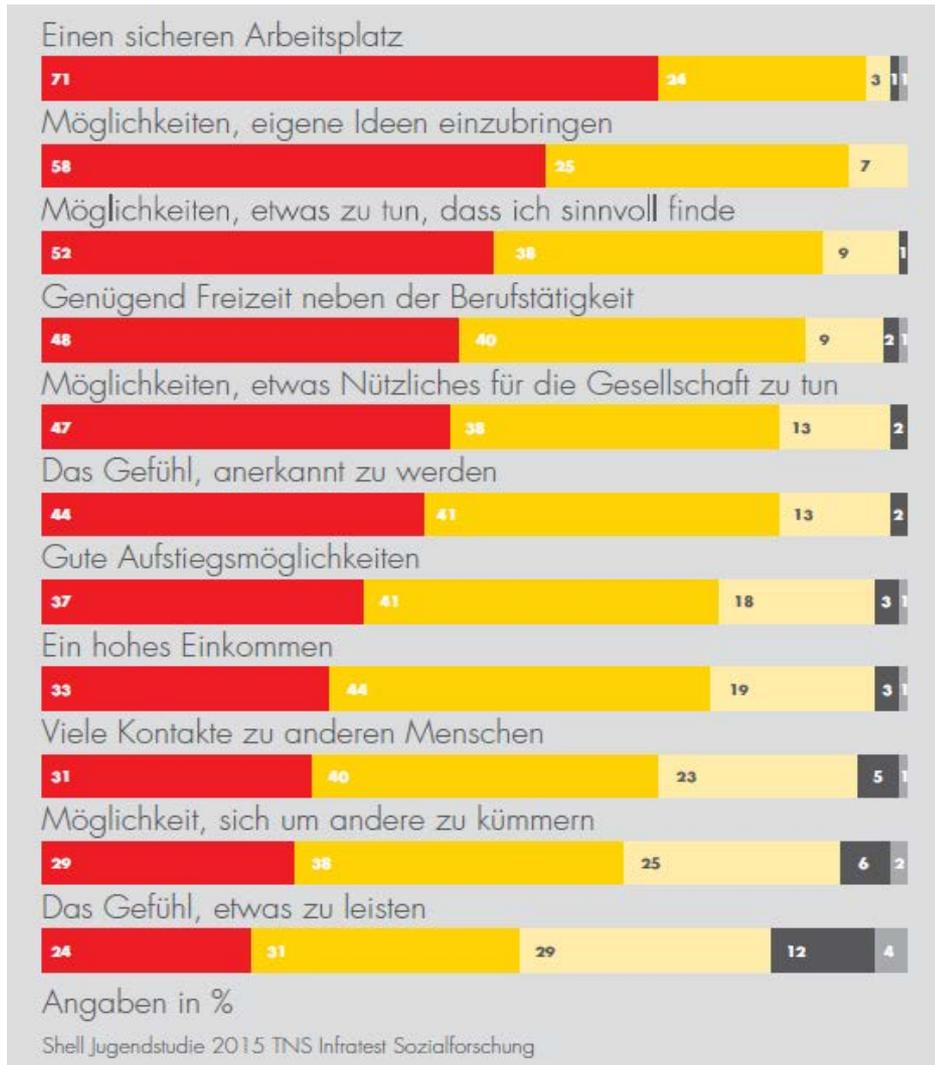
# Die aktuelle Jugendstudie



# Erwartungen an die Berufstätigkeit

2.558 Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren

„Was müsste Dir eine berufliche Tätigkeit bieten, damit Du zufrieden sein kannst?“



Quelle: Shell Jugendstudie 2015, BDA, 14.10.2015

# Die Trends im Einzelnen

2.558 Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren

- ✓ Optimistischer Blick in die eigene Zukunft (61%)
- ✓ Bildung bleibt das zentrale Thema
- ✓ Jugend will flexible Arbeitsformen und Sicherheit
- ✓ Familie ist das höchste Gut
- ✓ Steigendes Politikinteresse abseits etablierter Parteien
- ✓ Angst vor Fremdenfeindlichkeit ist stärker als die Angst vor Zuwanderung
- ✓ Sorgenvoller Blick auf das Weltgeschehen
- ✓ Online, aber mißtrauisch
- ✓ Stabiles Wertesystem

(Freundschaft, Familie, Partnerschaft)



Quelle: Shell Jugendstudie 2015, BDA, 14.10.2015



# Von Erwartungen, Wünschen und der Realität

# Befragung von 525 Schülern auf Azubister

Top 10 Einflussfaktoren der Arbeitgeberwahl	
1	Akzeptanz und Wertschätzung
2	Sicherheit
3	Arbeitsklima eines Unternehmens
4	Ein geregeltes Arbeitsleben
5	Berufseinstieg und Entwicklungschancen
6	Identifikation mit dem Unternehmen
7	Entlohnung
8	Reputation und Prestige
9	Standort
10	Kreativität und Modernität

[www.azubister.net](http://www.azubister.net)

# Die Zielgruppe Schüler: Erwartungen an die Ausbildung

## Was Unternehmen für Auszubildende interessant macht

*Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. Aber was schmeckt denn so einem Fisch von heute? Was erwarten junge Leute von ihrer Ausbildung, und womit kann man sie für sich gewinnen?*

### Was Auszubildende wollen

Respektvoller Umgang im Betrieb ist Auszubildenden laut einer Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) am wichtigsten. Sie wollen "echte Arbeit" leisten, in größere Aufgaben miteinbezogen werden und auch mal etwas falsch machen dürfen. Überstunden machen zu müssen stört sie weniger.

### Wie Schüler sich informieren

Die Berufswahl, das zeigt eine Studie der Bertelsmann Stiftung, ist einer der wenigen Bereiche, in denen Jugendliche noch Vater und Mutter um Rat fragen. Es lohnt sich also, auch die Eltern anzusprechen. Lehrer und Arbeitsagentur spielen eine viel geringere Rolle.

### Welcher Einsatz sich lohnt

Was machen Unternehmen, die ihre Ausbildungsplätze besetzen können, besser als andere? Sie bieten jede Menge Praktika an, zeigt eine Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung. Außerdem engagieren sie sich weit häufiger bei Infoveranstaltungen in Schulen.

### Geld ist wichtig

67 Prozent der Auszubildenden sind mit ihrem Verdienst unzufrieden. Das gilt vor allem für Azubis in Betrieben mit weniger als neun Mitarbeitern, hier macht der Nachwuchs laut BIBB auch am häufigsten Überstunden. Für viele reicht das Geld für die Lebensführung nicht aus, was sie besonders ärgert, wenn sie für die Ausbildung umgezogen sind oder besonders viel produktiv arbeiten. 17 Prozent beklagen, dass sie ihren Verdienst nicht rechtzeitig ausgezahlt bekommen, durchschnittlich sind das im zweiten Ausbildungsjahr 466 Euro.

Bei der Suche nach Auszubildenden geht es darum, ob Azubi und Unternehmen zueinanderpassen, ob man gemeinsame Ziele und Erwartungen hat. "Ist ja genau wie in der Liebe!", dachte sich offenbar die IHK Hamburg und organisierte ein Wirtschafts-Speeddating. Vertreter von 16 Unternehmen und 55 Schüler, die sich für ein duales Studium interessieren, bekommen je zehn Minuten Zeit, sich zu beschnuppern. Im Anschluss gab fast jeder zweite Arbeitgeber an, dass er mindestens einen Schüler zum Vorstellungsgespräch einladen wolle, sagt Alexander Neunzig vom Veranstalter Hamburg School of Business Administration, einer Tochter der Handelskammer. "Es gibt keine schnellere Möglichkeit für Unternehmen, potenzielle Bewerber kennenzulernen", sagt Neunzig. Nächstes Jahr soll in Hamburg wieder ein Speeddating stattfinden.

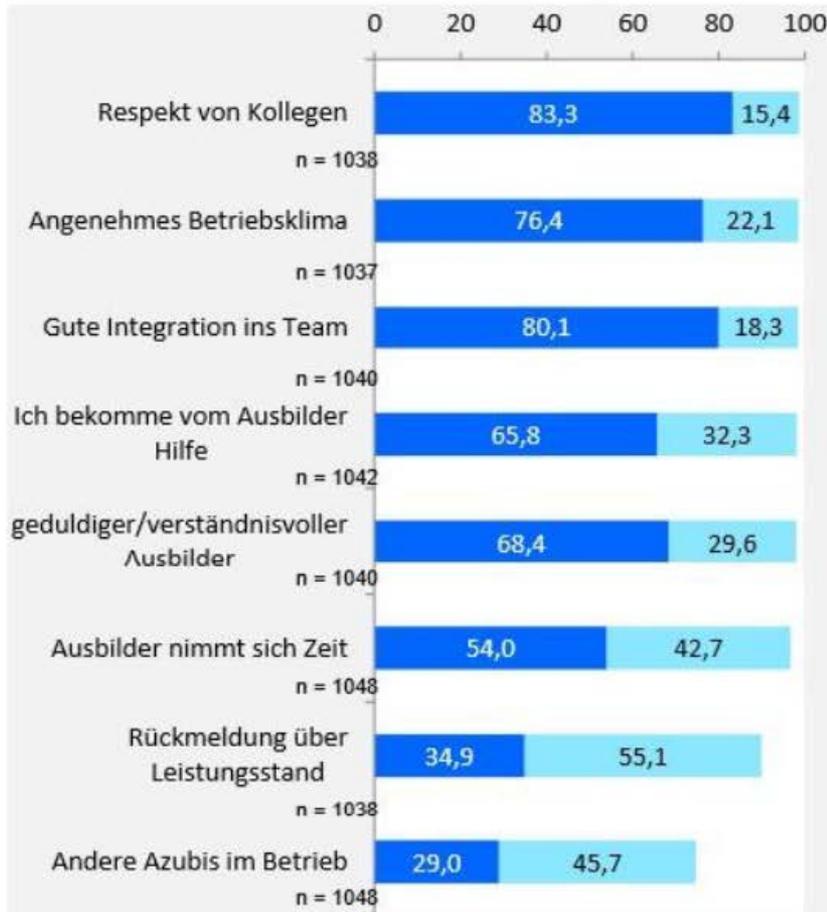
[http://www.impulse.de/unternehmen/:Ausbildung--Azubi\(m\)angel/1015967.html?p=2](http://www.impulse.de/unternehmen/:Ausbildung--Azubi(m)angel/1015967.html?p=2), abgerufen am 29.03.2013

# Erwartungen von Schülern an Unternehmen



# Erwartungen der Schüler an zukünftige Betriebe

## Ausbilder



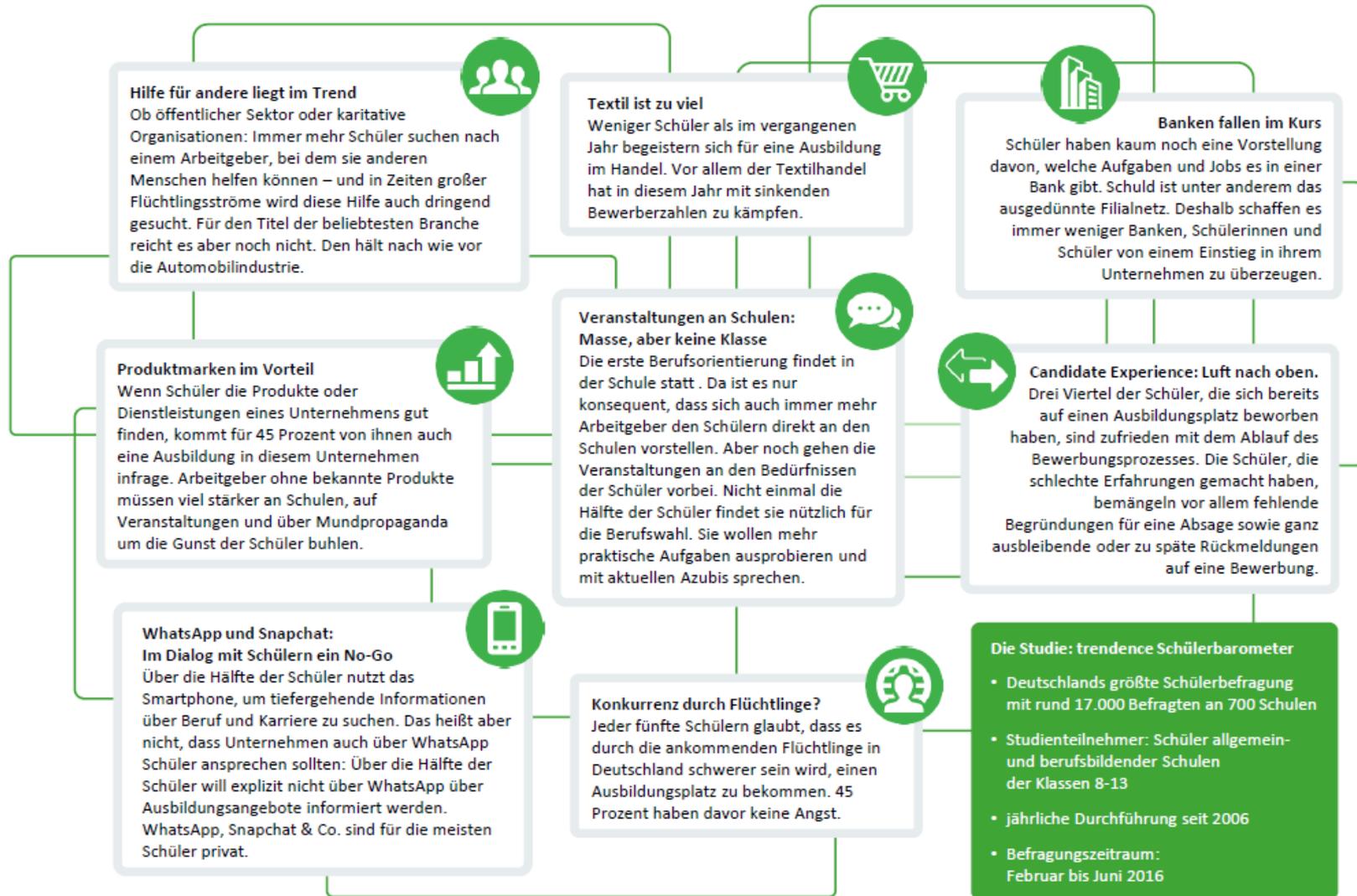
**Mindestens drei Viertel der Antwortenden**, stimmen **allen** Aussagen zu, die sich auf das Betriebsklima beziehen.

 stimme voll zu  
 stimme zu

**Was davon trifft auf Ihr Unternehmen  
als Ausbildungsbetrieb zu und was  
nicht?**

# trendence Ticker

## Das bewegt Deutschlands Schüler 2016





# Top-Attraktivität: Die beliebtesten Arbeitgebermarken Deutschlands



trendence Schülerbarometer 2016  
© trendence Institut [2016]

## Die Studie

Das trendence Schülerbarometer ist eine jährliche Online-Studie zu den Karrierevorstellungen und Erwartungen an die Zeit nach der Schule unter Schüler der Klassen 8-13 an allgemein- und berufsbildenden Schulen. Die Schüler werden gefragt, welche Unternehmen sie attraktiv finden und was ihnen bei der Wahl des ersten Arbeitgebers wichtig ist.

## Methode

Feldphase: Februar 2016 - Juni 2016  
Land: Deutschland  
Teilnehmer gesamt: rund 17.000

Rang	Top-Arbeitgeber	Prozent	Rang 2015	Δ Rang
1	Polizei	15,2%	1	●
2	adidas	12,5%	6	▲
3	BMW	12,2%	3	●
4	Bundeswehr	12,0%	2	▼
5	Porsche	9,9%	4	▼
6	AUDI	9,8%	9	▲
7	MICROSOFT	8,7%	7	●
8	Daimler/ Mercedes-Benz	7,7%	10	▲
9	ProSiebenSat.1	7,1%	8	▼
10	Lufthansa	6,9%	5	▼
11	Zoll	5,3%	13	▲
12	Sony	5,1%	11	▼
13	AOK	4,2%	16	▲
14	Airberlin	4,0%	20	▲
15	H&M Hennes & Mauritz	3,6%	12	▼
15	HUGO BOSS	3,6%	14	▼
15	Volkswagen	3,6%	16	▲
18	Deutsches Rotes Kreuz	3,4%	25	▲
19	ZDF	3,3%	21	▲
20	Siemens	3,2%	23	▲
20	Sparkassen-Finanzgruppe	3,2%	18	▼
22	Auswärtiges Amt	3,1%	27	▲
22	IKEA	3,1%	19	▼
24	Hilton Hotels	3,0%	15	▼
24	Parfümerie Douglas	3,0%	25	▲
26	dm-drogerie markt	2,9%	27	▲
27	Coca-Cola	2,8%	23	▼
28	Airbus	2,5%	21	▼
28	Bayer	2,5%	29	▲
30	New Yorker	2,3%	30	●

## Die Frage aller Fragen...

*„Was macht das Unternehmen als Arbeitgeber  
**besonders für Schüler** im Vergleich zum  
Wettbewerber?“*