Arbeitsmarktservice Österreich

Arbeitsmarktpolitische Themen im Fokus – Vorträge & Diskussion

AMS-Forschungsgespräch

23. Oktober 2018

www.ams.at/forschungsnetzwerk

Veranstalter: AMS Österreich, Abteilungen
Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation
sowie Service für Arbeitskräfte
Ort: AMS Österreich, 1200 Wien, Treustraße 35–43, »Red Room« (3. Stock)

Dokumentation

08.30 – 09.00 Eintreffen

09.00 **Univ.-Prof. Mag. Dr. Bernhard Kittel und Mag.[a] Dr.[in] Monika Mühlböck**
(Institut für Wirtschaftssoziologie, Universität Wien)
Präsentation der **Ergebnisse der Studie „Jung und auf der Suche nach Arbeit in Wien“:**
Die Studie entstand im Rahmen des Projekts „Soziale Hintergründe und Auswirkungen von Jugendarbeitslosigkeit in Wien“ im Auftrag des BMASGK.

09.45 **Mag. Daniel Schönherr** *(SORA)*
Präsentation der **Ergebnisse der Studie „Das Ausbildungs- und Berufseinstiegspanel“:**
Für die im Auftrag des BMASGK und des BMBWF erstellten Panelstudie werden die Ergebnisse von insgesamt bereits fünf Befragungswellen präsentiert.

10.30 – 11.00 Pause

11.00 **Mag. Philipp Ikrath** *(t-factoy)*
Präsentation der **Ergebnisse der „Ersten österreichischen Lehrlingsstudie – Welle 3“**:
Die t-factory Trendagentur in Kooperation mit dem Institut für Jugendkulturforschung hat die aktuelle Arbeits- und Lebenswelt der österreichischen Lehrlinge im Blick und geht der Frage nach, wie man potentielle Lehrlinge am besten kommunikativ erreichen kann.

12.00 – 12.30 Ausklang

Wien, Oktober 2018

Impressum: Arbeitsmarktservice Österreich, Dienstleistungsunternehmen des öffentlichen Rechts, Treustraße 35-43, 1200 Wien, Telefon: +43 1 33178-0, www.ams.at

universität wien

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Jung und auf der **S**uche nach **A**rbeit in **W**ien

Ergebnisse auf Basis des JuSAW-Paneldatensatzes

Bernhard Kittel, Nadia Steiber, Monika Mühlböck, Stefan Vogtenhuber
Institut für Wirtschaftssoziologie

in Zusammenarbeit mit dem BMASK und Unterstützung durch das AMS

Überblick über die Präsentation

1. **Studiendesign und Datenerhebung in zwei Wellen**
2. **Analyse des Paneldatensatzes**

   - Effekte von Arbeitslosigkeit auf Wohlbefinden und Arbeitsmotivation
   - Evaluierung des Arbeitsmarktservice durch AMS-KundInnen
   - Teilnahme an Maßnahmen der aktiven Arbeitsmarktpolitik
   - (Determinanten der Verweildauer in Arbeitslosigkeit)

Design: Panelstudie unter jungen Arbeitssuchenden

Modul 1: Befragung von 18-28-Jährigen bei Neu-/Wiedereintritt

Befragungszeitraum:
Mai 2014 – Sept. 2014

direkt am AMS
am Tag der Meldung oder
vor/nach Erstgespräch

Ziel: 1.000 Interviews
Erreicht: 1.215 Interviews

Modul 2: Folgebefragung derselben Personen 1 Jahr später

Befragungszeitraum:
Mai 2015 – Okt. 2015

Ort der Befragung:
an RGS oder Uni Wien
zusätzlich online (14%)

Insgesamt: 625 Interviews
Wiederbefragt: 51,4%

Teilnehmende Geschäftsstellen

- AMS Jugendliche
- AMS Hauffgasse
- AMS Schloßhofer Straße
- AMS Laxenburger Straße
- AMS Huttengasse

Umfragedaten

Informationen zu:

- Sozialem Hintergrund (Bildung der Eltern, Migrationshintergrund)
- Bildungsverläufe und Erwerbsverläufe im Detail
- Jobzufriedenheit, Qualität der Arbeit
- Wohlbefinden und Gesundheit
- Einstellungen und Persönlichkeitsmerkmale
- Arbeitsmotivation, Suchanstrengungen, Reservationslöhne
- Kompetenzen, etc.

Registerdaten

Informationen zu:

- Erwerbsverläufen vor/nach/zwischen den Befragungen
- Förderungen und AMS-Kursteilnahme

Verknüpfung von Register- und Umfragedaten für 1.133 der 1.215 TeilnehmerInnen der 1. Welle (93%) möglich

Gewichtung der Daten mit Hilfe der Informationen aus den Registerdaten über die Grundgesamtheit der 1. Welle (N=26.000). Für die 2. Welle zusätzlich: Wiederbefragungswahrscheinlichkeit.

Ziele der JuSAW Studie

Modul 1: Wer sind die jungen (registrierten) Arbeitslosen in Wien, was sind ihre sozialen Hintergründe und wie geht es ihnen? Beschreibung des Analysesamples hinsichtlich sozialer Hintergrund, Bildungsweg, Gesundheit und Wohlbefinden, etc.

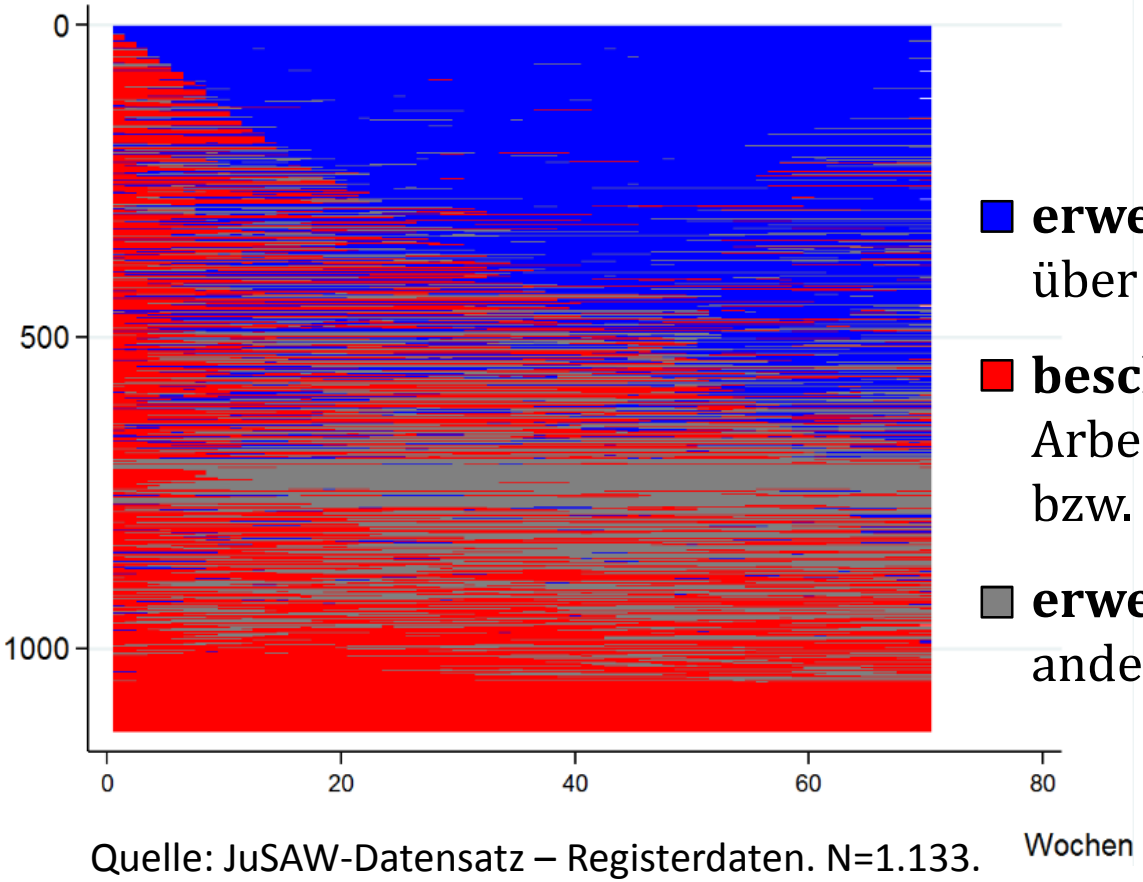
Modul 2: Welche Folgen haben lange Phasen der Arbeitslosigkeit/Beschäftigungslosigkeit für die Betroffenen? Im Hinblick auf deren physische und mentale Gesundheit, soziale Einbindung, Arbeitsmotivation, Arbeitsmarktchancen, etc.

Verweildauer in Arbeitslosigkeit & Rolle des AMS
Evaluierung des AMS durch KundInnen, Teilnahme an Maßnahmen der aktiven Arbeitsmarktpolitik, Verweildauer in Arbeitslosigkeit

Zentrale Ergebnisse aus Modul 1

- **Intergenerationale Abwärtsmobilität:** Bildungsabstieg
- **Gesundheit & Wohlbefinden:** allgemeiner Gesundheitszustand und Lebenszufriedenheit deutlich schlechter eingeschätzt im Vergleich zur gleichaltrigen Wiener Gesamtbevölkerung
- **Arbeitsmotivation:** hohe, oft intrinsisch geprägte Arbeitsmotivation
- **Subjektive Beschäftigungsfähigkeit:** von Optimismus geprägt

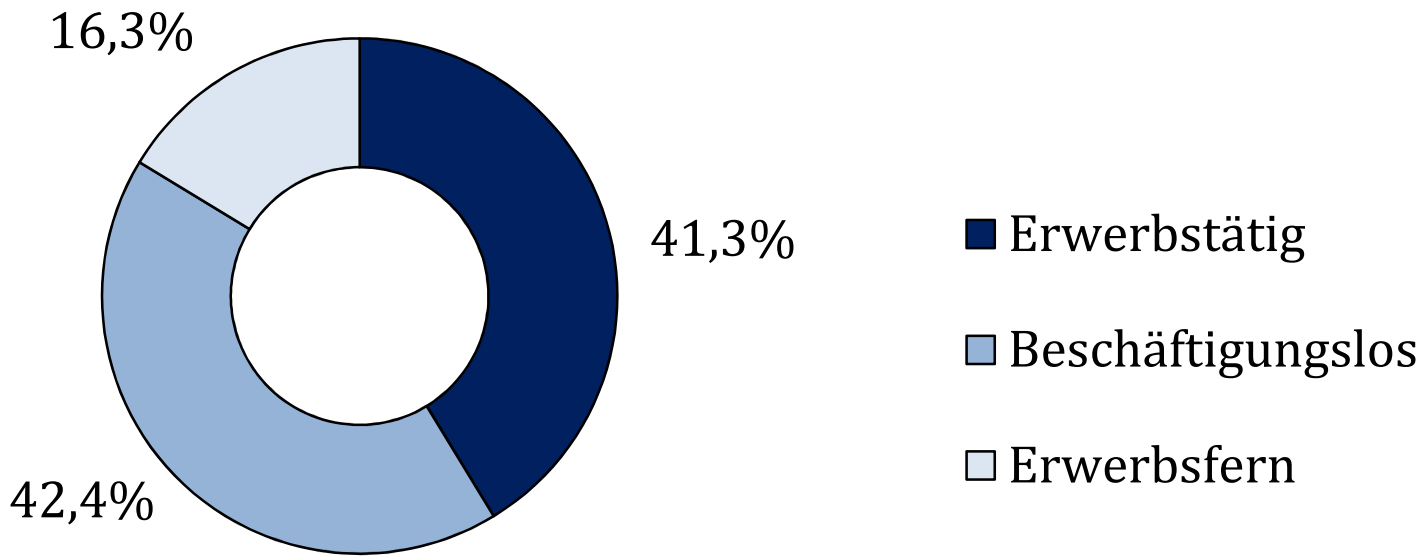
Erwerbsverläufe nach der 1. Befragung



- **erwerbstätig** (Beschäftigung über der Geringfügigkeitsgrenze)
- **beschäftigungslos** (registrierte Arbeits- oder Lehrstellensuche bzw. Schulung)
- **erwerbsfern** (Ausbildung bzw. anderer erwerbsferner Status)

Quelle: JuSAW-Datensatz – Registerdaten. N=1.133. Sequenzanalyse.

Status zum Zeitpunkt der 2. Befragung



Quelle: JuSAW-Datensatz – Registerdaten, N = 619, Ergebnisse gewichtet.

Kausale Effekte von Arbeitslosigkeit auf Wohlbefinden und Arbeitsmotivation

Quasi-experimentelles Untersuchungsdesign (Kombination aus statistischem Matching und einem Differenz-in-Differenzen Schätzer -> Vergleich von Trends im Wohlbefinden zw. ‚statistischen Zwillingen') zur Schätzung der **Effekte von**

1. **Langzeitbeschäftigungslosigkeit (LBL)**

(>180 Tage ununterbrochene Phase der Beschäftigungslosigkeit, die auch zum Zeitpunkt der zweiten Befragung andauert)

2. **einer erfolgreichen Wiedereingliederung (EWE)**

(>180 Tage ununterbrochene Phase der Erwerbstätigkeit, die auch zum Zeitpunkt der zweiten Befragung andauert)

Geschätzte kausale Effekte (ATTs) auf Wohlbefinden

"Treatment"	**EWE**			**LBL**		
Auswirkung auf…	ATT	SE	Nt/Nc	ATT	SE	Nt/Nc
Lebenszufriedenheit	0,84***	0,23	117/142	-0,39	0,23	132/176
Depressionsneigung	-0,42*	0,17	110/130	0,22	0,17	116/158
Subjektive Gesundheit	0,15	0,09	115/141	-0,05	0,09	128/173
Soziales Vertrauen	-0,07	0,25	117/142	-0,73**	0,27	132/176

EWE: erfolgreiche Wiedereingliederung
LBL: Langzeitbeschäftigungslosigkeit

Geschätzte kausale Effekte (ATTs) auf Arbeitsmotivation

"Treatment"	**EWE**			**LBL**		
Auswirkung auf…	ATT	SE	Nt/Nc	ATT	SE	Nt/Nc
Extrinsische AM	-0,01	0,06	118/142	0,19**	0,06	132/176
Intrinsische AM	-0,09	0,05	118/142	0,01	0,06	132/176
Intrinsisch-Extrinsisch	-0,10	0,06	118/142	-0,14*	0,06	132/176
Arbeitszentralität	0,28	0,21	118/142	-0,04	0,21	132/176
Subj. Beschäftigungsfähigkeit im Wunschberuf	-1,09*	0,47	80/85	0,91*	0,44	80/112

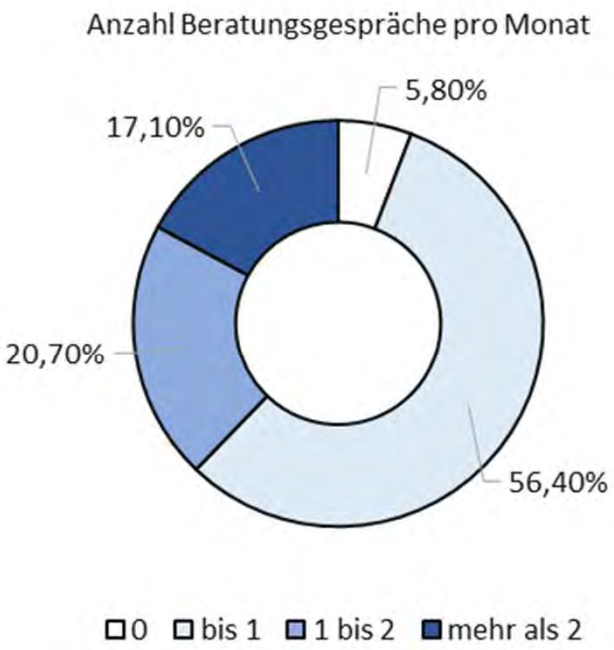
Effektheterogenität

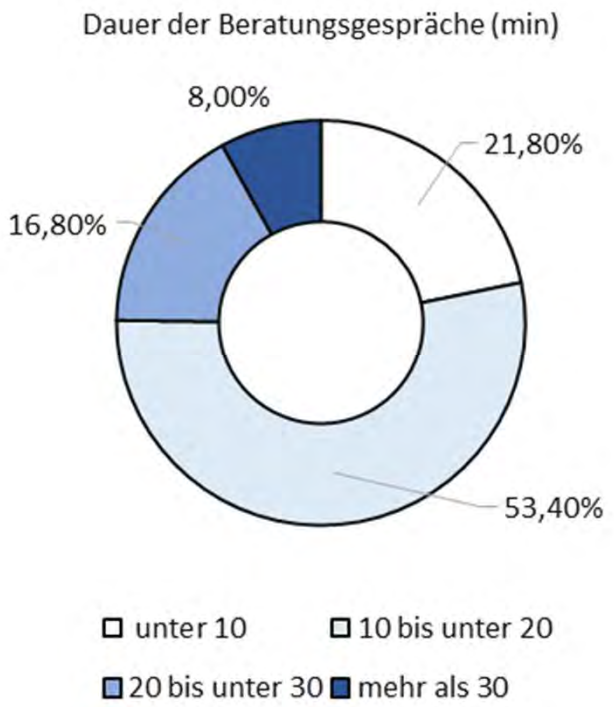
Effekte zeigen sich vor allem bei Jüngeren (<25-Jährige):

- stärkere Effekte einer LBL auf die Depressionsneigung
- positive Effekte einer EWE die subj. Gesundheit (kein sign. Effekt in Gesamtstichprobe)
- negativer Effekt einer EWE auf subj. Beschäftigungsfähigkeit im Wunschberuf (kein sign. Effekt für 25-28-Jährige)

Evaluation des Arbeitsmarktservice

Anzahl und Dauer der Beratungsgespräche





Quelle: JuSAW-Datensatz Register- und Umfragedaten. Angaben beruhen auf Schätzungen der Befragten. N (Anzahl Beratungsgespräche) = 596, N (Dauer Beratungsgespräche) = 568. Ergebnisse gewichtet.

Anzahl und Dauer der Beratungsgespräche

- Personen mit niedrigem Bildungsniveau hatten mehr Beratungsgespräche/Monat AL
- 21-24 Jährige hatten die meisten Beratungsgespräche/Monat AL

  Auch die Dauer der Gespräche (beruhend auf eigenen Schätzungen) war bei dieser Altersgruppe am längsten:

  - 21-24 Jährige: ø 15 min
  - 25-28 Jährige: ø 14 min
  - 18-20 Jährige: ø 12 min

Zufriedenheit mit Anzahl/Dauer Beratungsgespräche

- *Hätten Sie gerne weniger oder mehr Beratungsgespräche gehabt?*

gerne weniger	*Anzahl okay*	*gerne mehr*	
18,4%	67,2%	14,3%	100%

- *War in den Beratungsgesprächen genügend Zeit vorhanden?*

genügend Zeit	*gerne länger*	
77,1%	22,9%	100%

Quelle: JuSAW-Datensatz Umfragedaten; N (Zufr. Anzahl) = 623; N (Zufr. Dauer) = 581; Ergebnisse gewichtet.

Verhältnis zwischen AMS-KundInnen und BeraterInnen

Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (1=überhaupt nicht, 5=voll)

- Die AMS-BeraterInnen haben mir sehr strenge Vorgaben gemacht ø 2,6
- Die AMS-BeraterInnen hatten Verständnis für meine Situation ø 3,3
- Die AMS-BeraterInnen haben wirklich versucht, mir zu helfen ø 3,1
- Ich konnte mitentscheiden, ob ich Kurse/Schulungen mache ø 2,9
- Ich konnte mitentscheiden, welche Kurse/Schulungen ich mache ø 2,9

Maßnahmen der aktiven Arbeitsmarktpolitik Beteiligung im Jahr nach dem 1. Interview

1. **Bildungsmaßnahmen**: Qualifizierung (*Neue Wege, Grundausbildungen, Büro & ECDL, Sprachkurse, …*), Aktivierung (*ACE, Neu starten, jobwerkstatt*), Orientierung (*Wiedereinstieg, FIT, Rasch zum Job*), Training (*spacelab*)
2. **Beihilfen zu den Kurskosten** am externen Bildungsmarkt (KK)
3. **Beratungs- und Betreuungseinrichtungen** (*step2job, JobTransFair…*)

- **46%** nahmen an zumindest einer dieser Maßnahmen teil, 21% an zwei +

Maßnahmen der aktiven Arbeitsmarktpolitik Beteiligungsstruktur

AAMP kommt tendenziell jenen mit den schlechteren AM-Chancen zugute
(Arbeitslosigkeitserfahrung und –dauer, formale Bildung als wichtigste Einflussfaktoren)

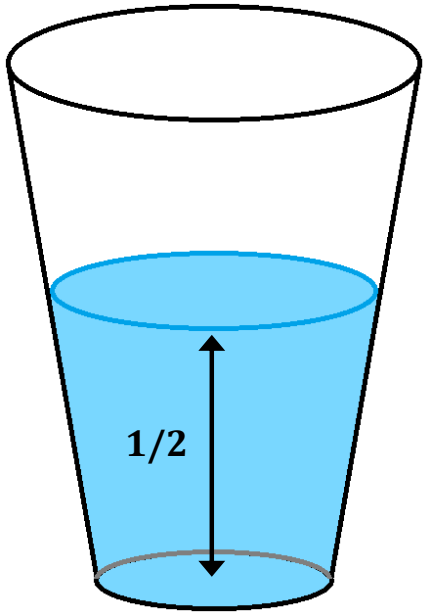
→ **Grundlegende Unterschiede zwischen TeilnehmerInnen und NichtteilnehmerInnen**

Erklärungsfaktoren unterscheiden sich nach den Schulungstypen

- *Qualifizierung*: BildungsabbrecherInnen, weiblich, jüngere
- *Aktivierung*: 21—24-Jährige, *BBE*: Frauen, 25—28-Jährige
- *Kurskosten*: keine signifikanten Erklärungsfaktoren

Einschätzung Effekt Maßnahmenteilnahme

Haben sich Ihre Chancen auf eine Stelle durch diesen Kurs verbessert?



49,7% nein, nicht verbessert

38,3% ja, etwas verbessert

12,1% ja, stark verbessert

- Keine signifikanten Unterschiede nach Alter, Geschlecht, Bildungsniveau
- Einbindung in Kurs-Entscheidung erhöht Einschätzung der Chancenverbesserung

Quelle: JuSAW-Datensatz – Umfragedaten, N = 231 (TeilnehmerInnen an AMS finanzierter Schulung), Ergebnisse gewichtet

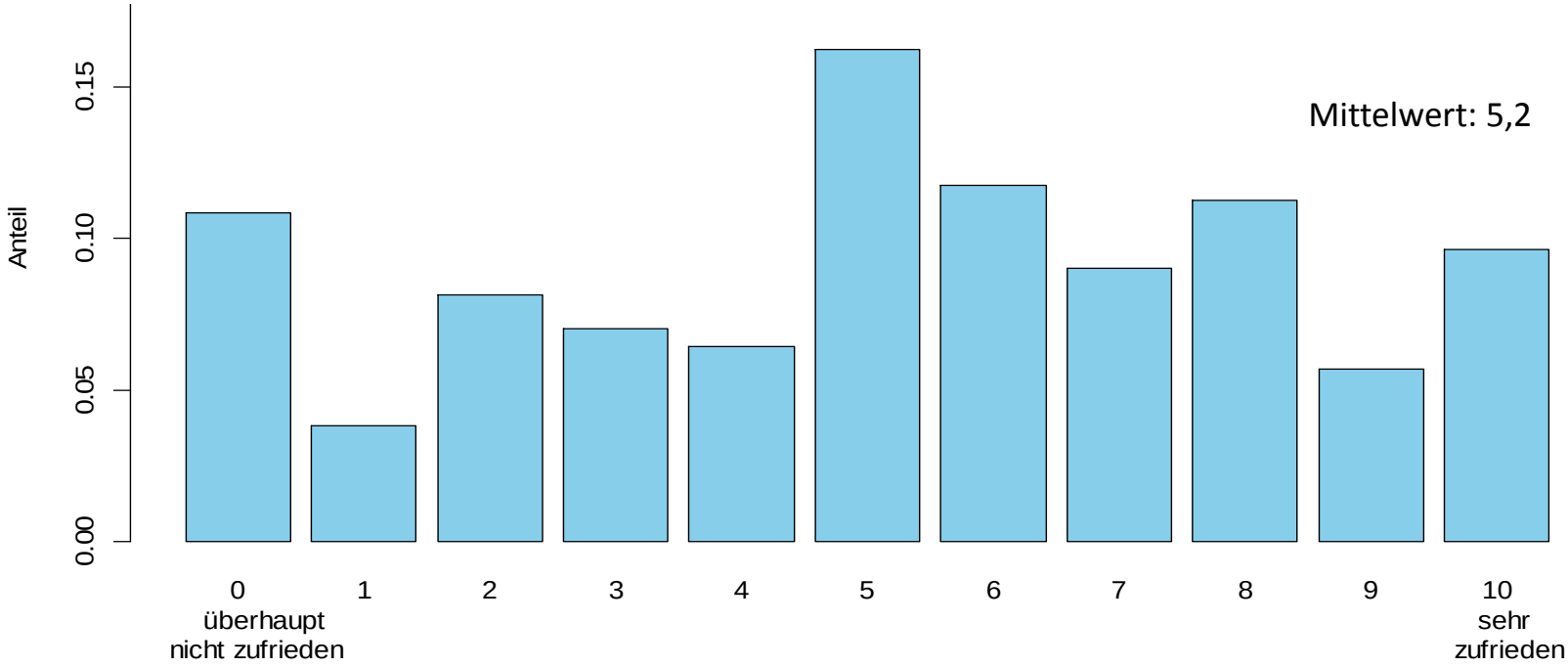
Exkurs: Effekt von Weiterbildung / Kursteilnahme auf subjektive Beschäftigungsfähigkeit im Wunschberuf

Für wie wahrscheinlich halten Sie es, Ihren Wunschberuf irgendwann ausüben zu können? (0=sehr unwahrscheinlich – 10=sehr wahrscheinlich)

- Erstbefragung: sehr hohe subjektive Beschäftigungsfähigkeit im Wunschberuf
- Zweitbefragung: Rückgang der subjektiven Beschäftigungsfähigkeit
- Zusätzliche Bildung (auch in Form von AMS-Kurs) im Zeitraum zwischen den Befragungen wirkt sich positiv auf subjektive Beschäftigungsfähigkeit im Wunschberuf aus → **wichtig für Suchmotivation**
- Dieser Effekt klingt jedoch bei einer Maßnahmendauer von ≤ 3 Monaten nach Beendigung der Maßnahme wieder ab

Allgemeine Zufriedenheit mit Unterstützung durch AMS

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Unterstützung, die Sie im letzten Jahr vom AMS erhalten haben?



Quelle: JuSAW-Datensatz Umfragedaten, N = 621, Ergebnisse gewichtet

Allgemeine Zufriedenheit mit Unterstützung durch AMS

Zufriedenheit hängt ab von:

- Bildung (Max. Pflicht: 5,5 / Lehre oder BMS: 4,6 / Matura: 5,5 / Uni: 5,4)
- AL Geld Bezug (ja: 5,6 / nein: 3,2)
- E-AMS Konto (ja: 5,7 / nein: 4,7 / weiß nicht: 4,7)
- Kursteilnahme (kein Kurs: 5 / Kurs hat Chancen nicht verbessert: 4,9 / Kurs hat Chancen etwas verbessert: 5,7 / Kurs hat Chancen stark verbessert: 7,6)
- **Verhältnis zu AMS-BeraterInnen**

  … hatten Verständnis für Situation (stimme nicht zu: 2,8 / stimme voll zu: 7,1)

  … haben versucht mir zu helfen (stimme nicht zu: 3 / stimme voll zu: 7)

  Diese beiden Indikatoren erklären allein 24% der Varianz in Zufriedenheit

(Signifikante Ergebnisse eines linearen Regressionsmodells)

universität wien

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Jung und auf der **S**uche nach **A**rbeit in **W**ien

Ergebnisse auf Basis des JuSAW-Paneldatensatzes

Bernhard Kittel, Nadia Steiber, Monika Mühlböck, Stefan Vogtenhuber
Institut für Wirtschaftssoziologie

in Zusammenarbeit mit dem BMASK und Unterstützung durch das AMS

Das Ausbildungs- und Berufseinstiegspanel (ABEP)

AMS-Forschungsgespräch "Jugendliche am Arbeitsmarkt"
Dienstag, 23. Oktober 2018
AMS Österreich

Mag. Daniel Schönherr • SORA

Die Studie

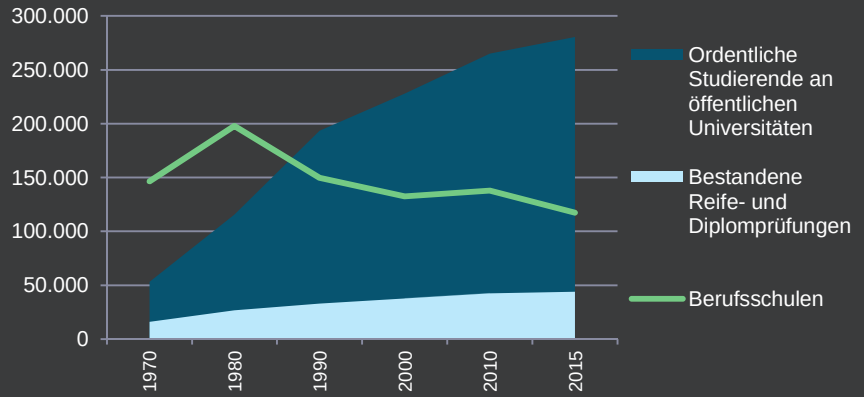
Hintergrund und Forschungsprozess

Hintergrund der Studie

Steigende Jugendarbeitslosigkeit



Bildungsexpansion: Anstieg an Höheren Ausbildungen



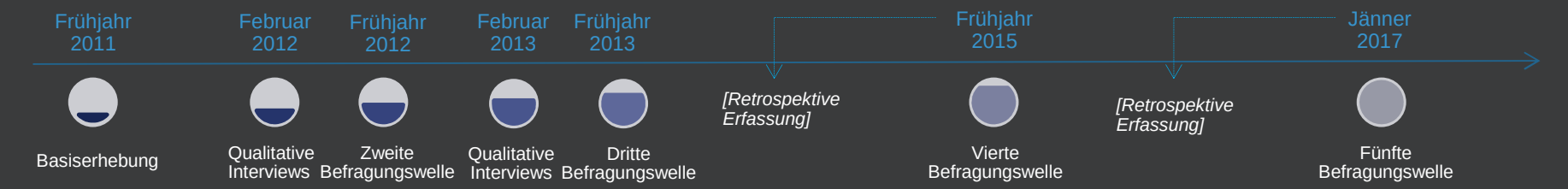
Instabile Übergänge im Bildungssystem

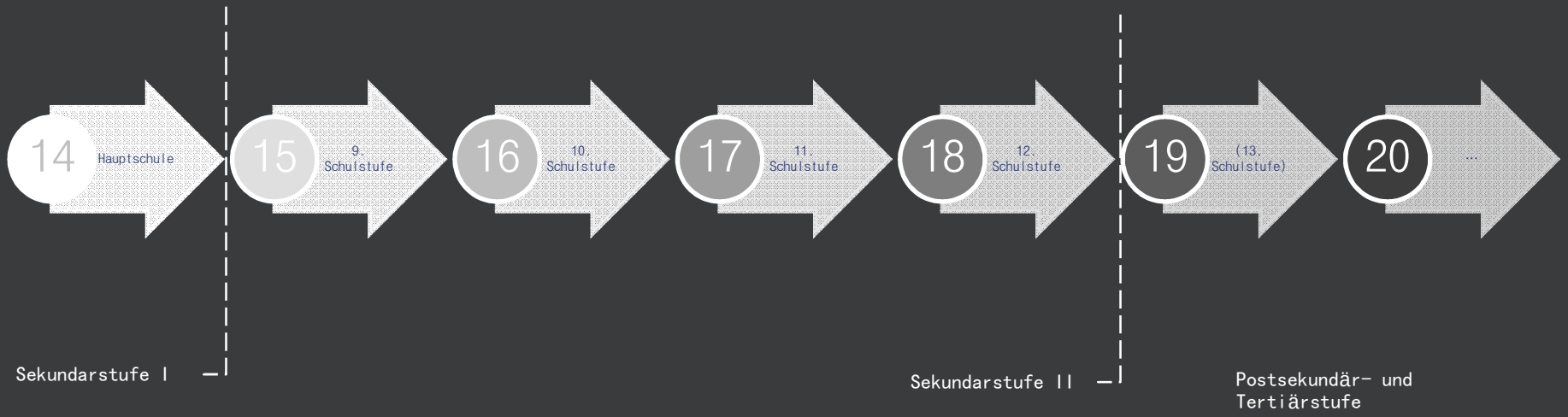
- Spannungsverhältnis zwischen **individuellen Handlungsstrategien** und **strukturellen sowie institutionellen Rahmenbedingungen**
- De-Standardisierung und **Individualisierung von Biografien**
- **Druck** zu schnellen, glatten, Bildungswegen
- Individuelle Verantwortung für die **eigene Bildungsbiografie** (vgl. „unternehmerisches Selbst“)

Ziele der Studie

- Fokus auf das **subjektive Erleben der Jugendlichen in der Übergangsphase**, auf deren Pläne, Strategien, Handlungsspielräume und Motive (‚Akteursperspektive‘).
- Das Übergangsgeschehen nach der Haupt- und Pflichtschule aus Sicht der Jugendlichen nachvollziehbar zu machen.

Forschungsprozess



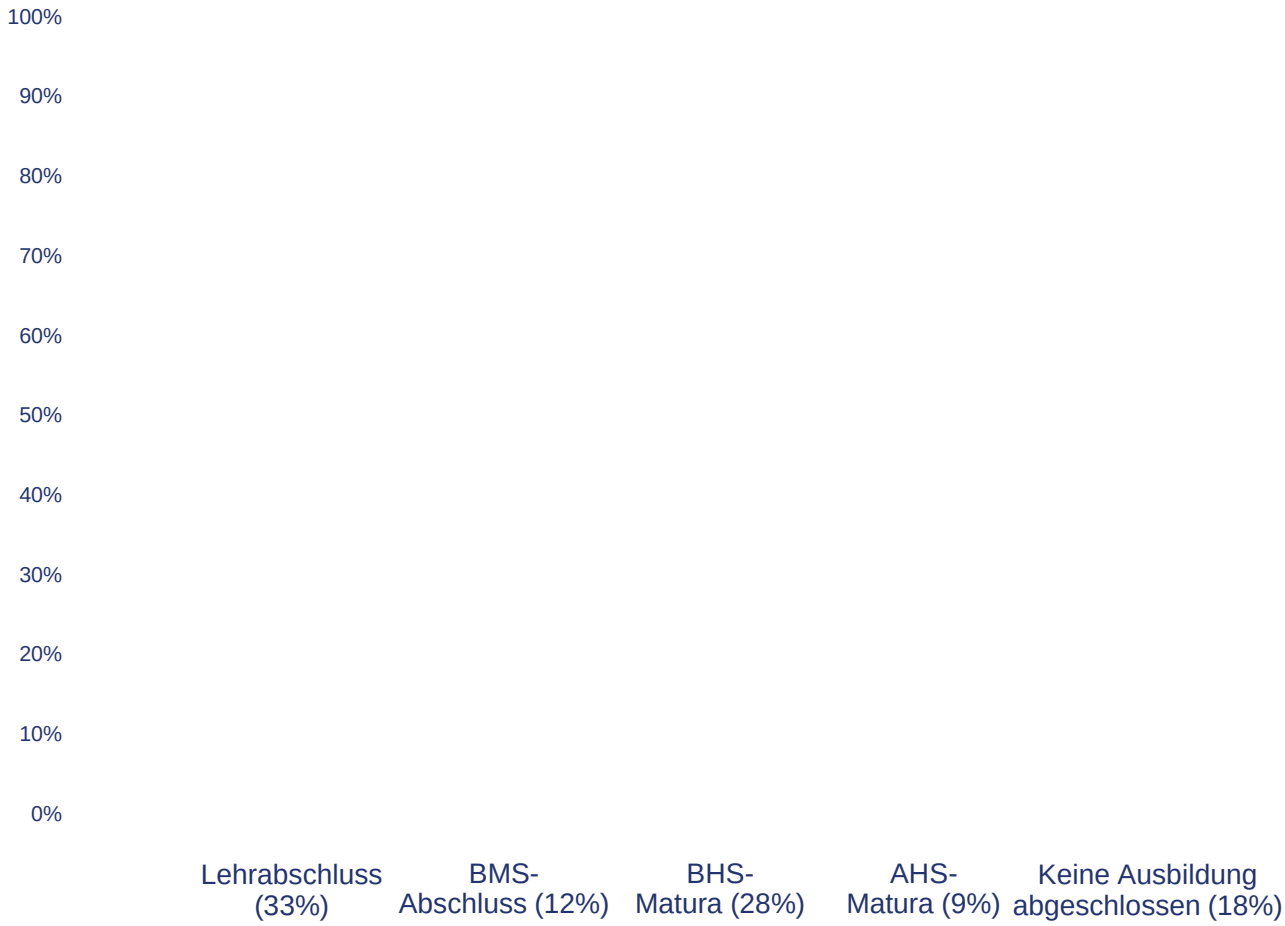


Ergebnisse

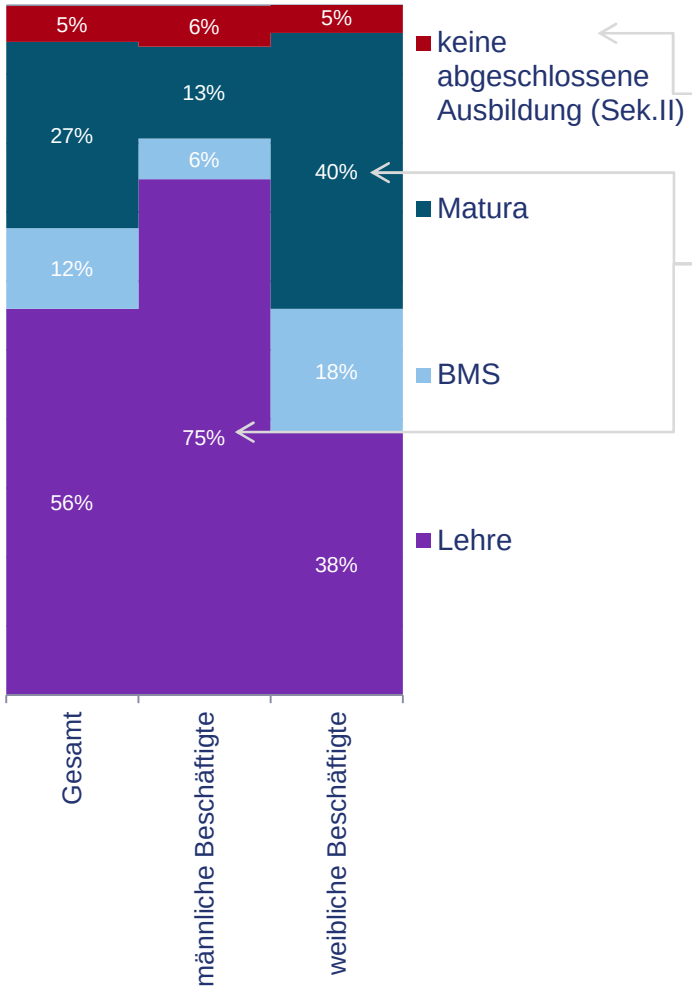
Ausbildungsabschlüsse und Berufseinstieg

Ausbildungsabschlüsse der Sek. II

82% der Jugendlichen haben sechs Jahre nach Verlassen der Hauptschule ihre Ausbildung der Sekundarstufe II beendet.



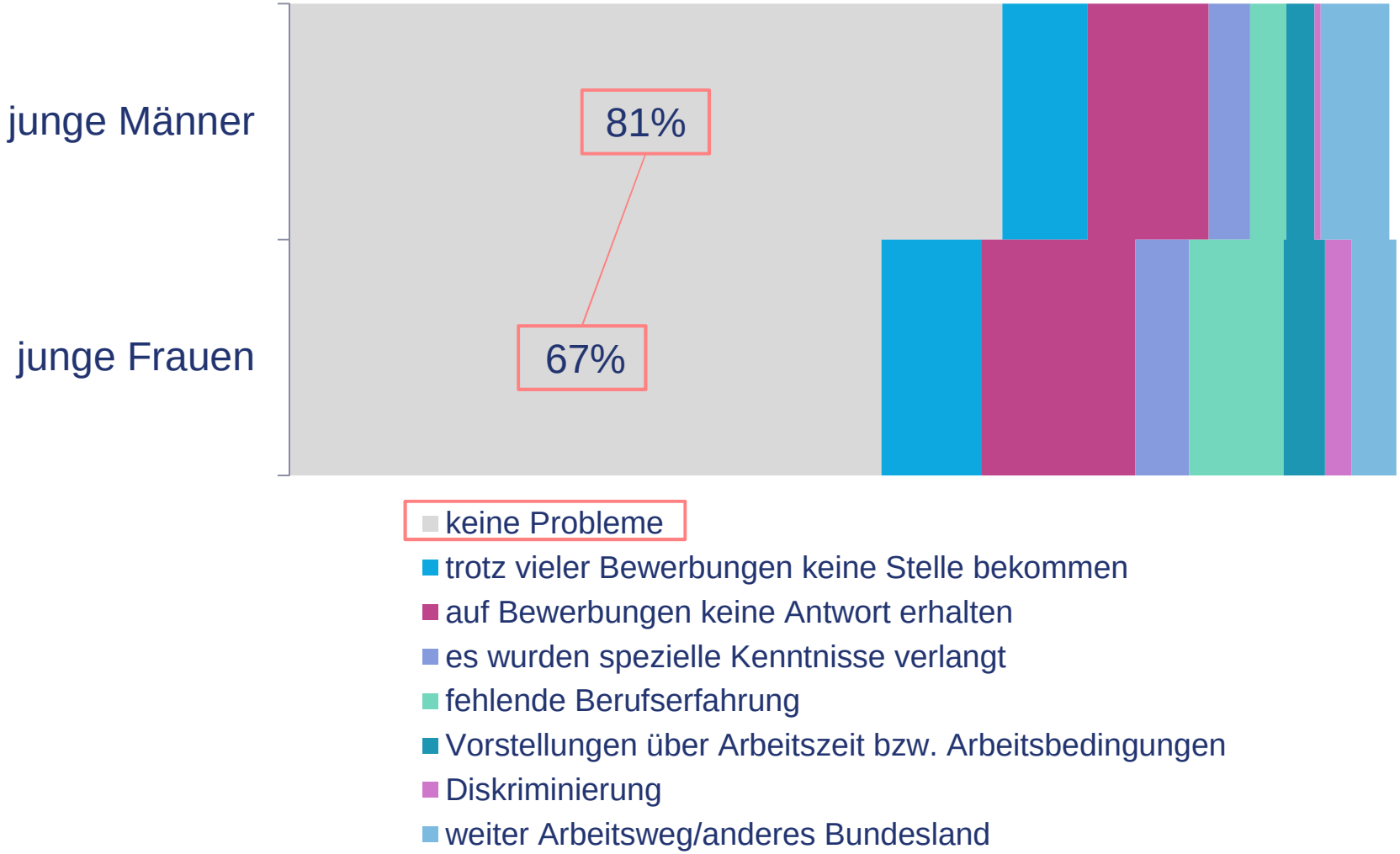
Ausbildung von BerufseinsteigerInnen



- **Nur 5% arbeiten unqualifiziert** (z.B. Gärtner, LKW-Fahrer, Verkaufshilfskraft) und möchten i.d.R. auch keine Ausbildung mehr beginnen
- Erwerbstätige **Burschen** haben häufiger einen Lehrabschluss, **Mädchen** absolvieren häufiger mittlere Abschlüsse oder Matura

- **„Job Polarization“:** Beschäftigungszuwächse sowohl bei Höherqualifizierten als auch am unteren Ende des Qualifikationsspektrums
- Folge: **Mittlere Abschlüsse und Matura verlieren an Wert**, dadurch werden v.a. junge Frauen benachteiligt

Probleme beim Berufseinstieg



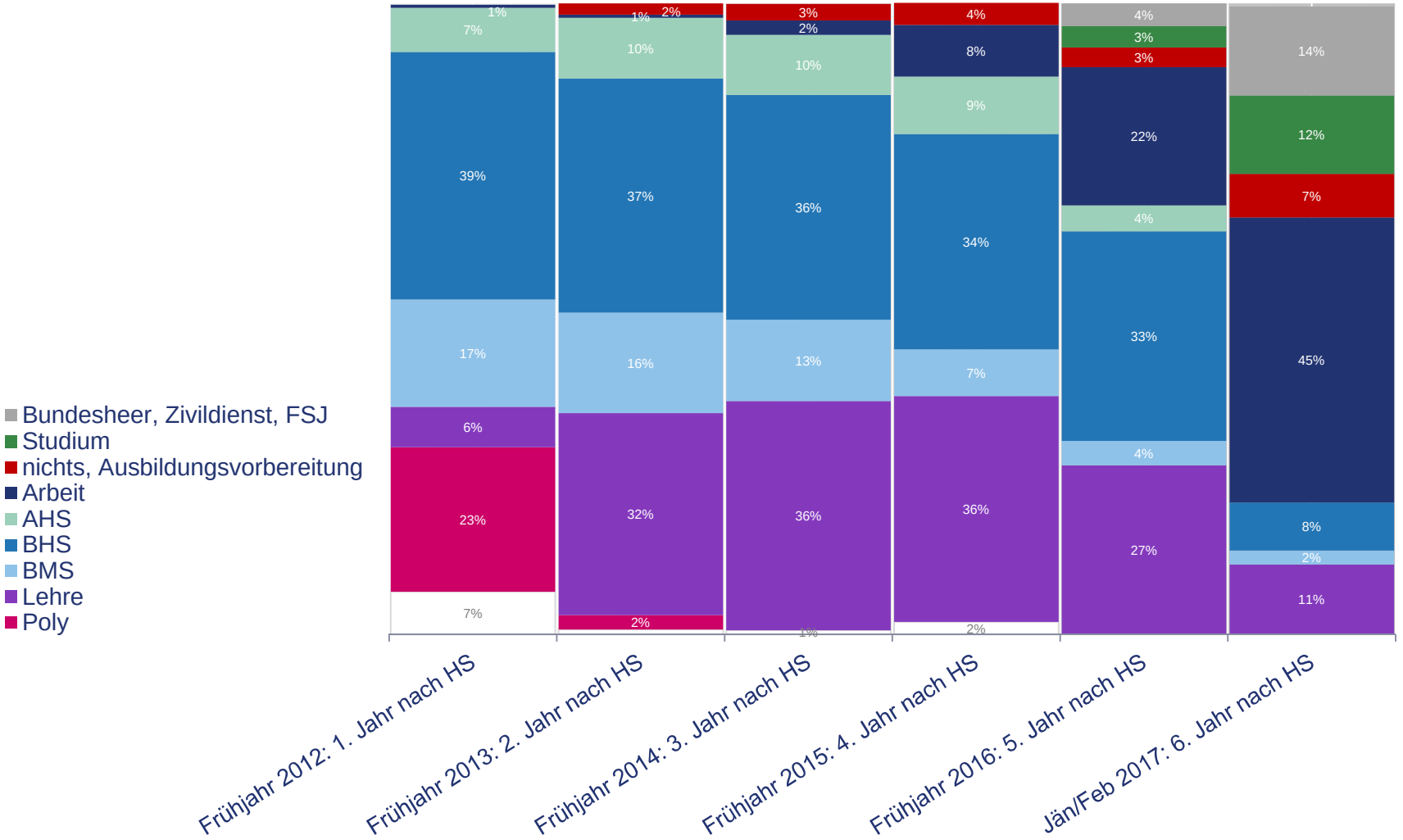
Erwerbssituation von Frauen und Männern

	Gesamt	Burschen	Mädchen
Normalarbeitsverhältnis	81%	93%	70%
Atypisch beschäftigt	19%	7%	30%
davon:			
Teilzeit (<35 Stunden)	11%	2%	19%
geringfügig	3%	1%	5%
befristet	3%	2%	5%
Leiharbeit	1%	1%	1%
Praktikum	1%	1%	1%

Ergebnisse

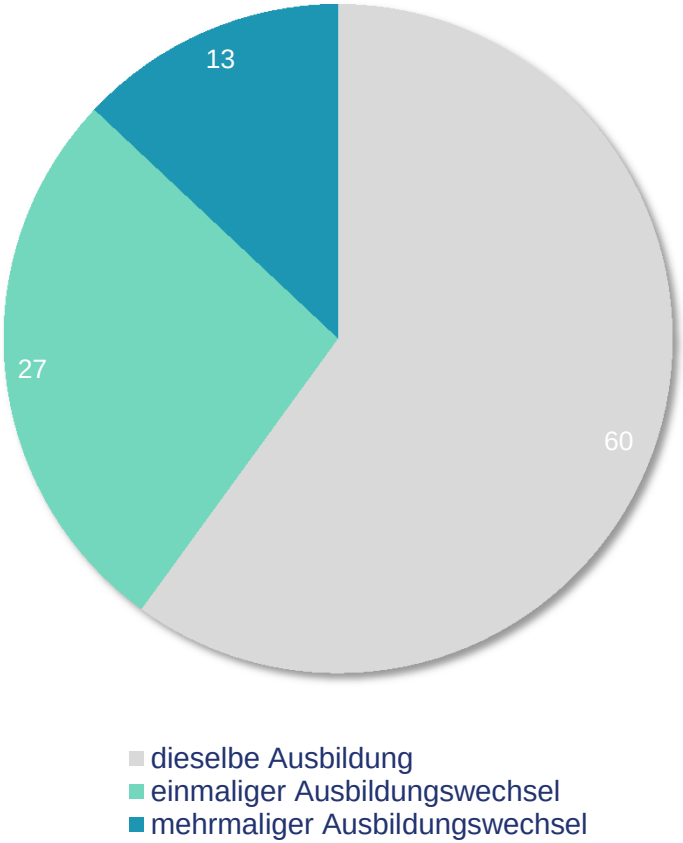
Ausbildungswege nach der Hauptschule

Ausbildungsstationen im Querschnitt

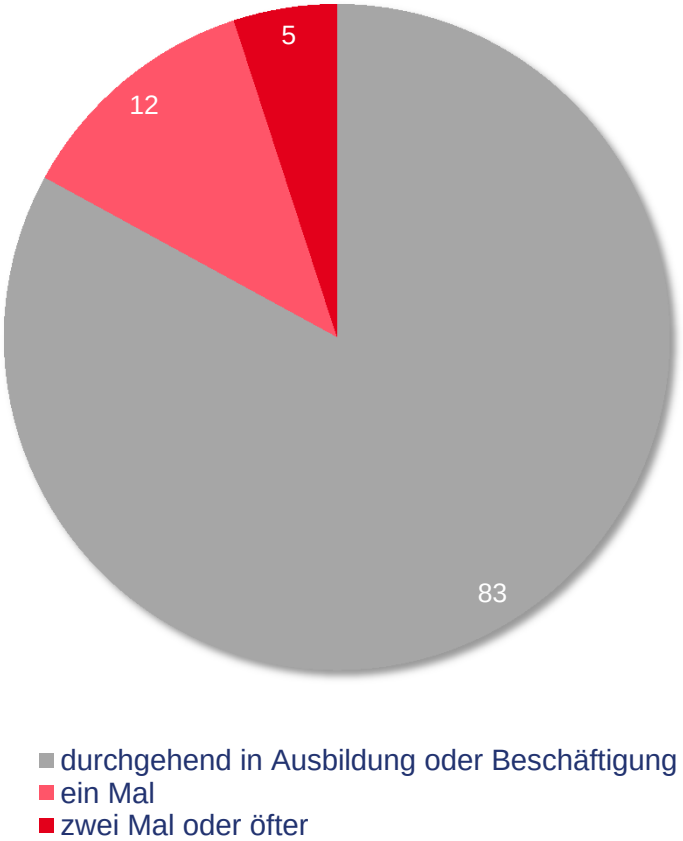


Ausbildungswechsel und Drop Outs

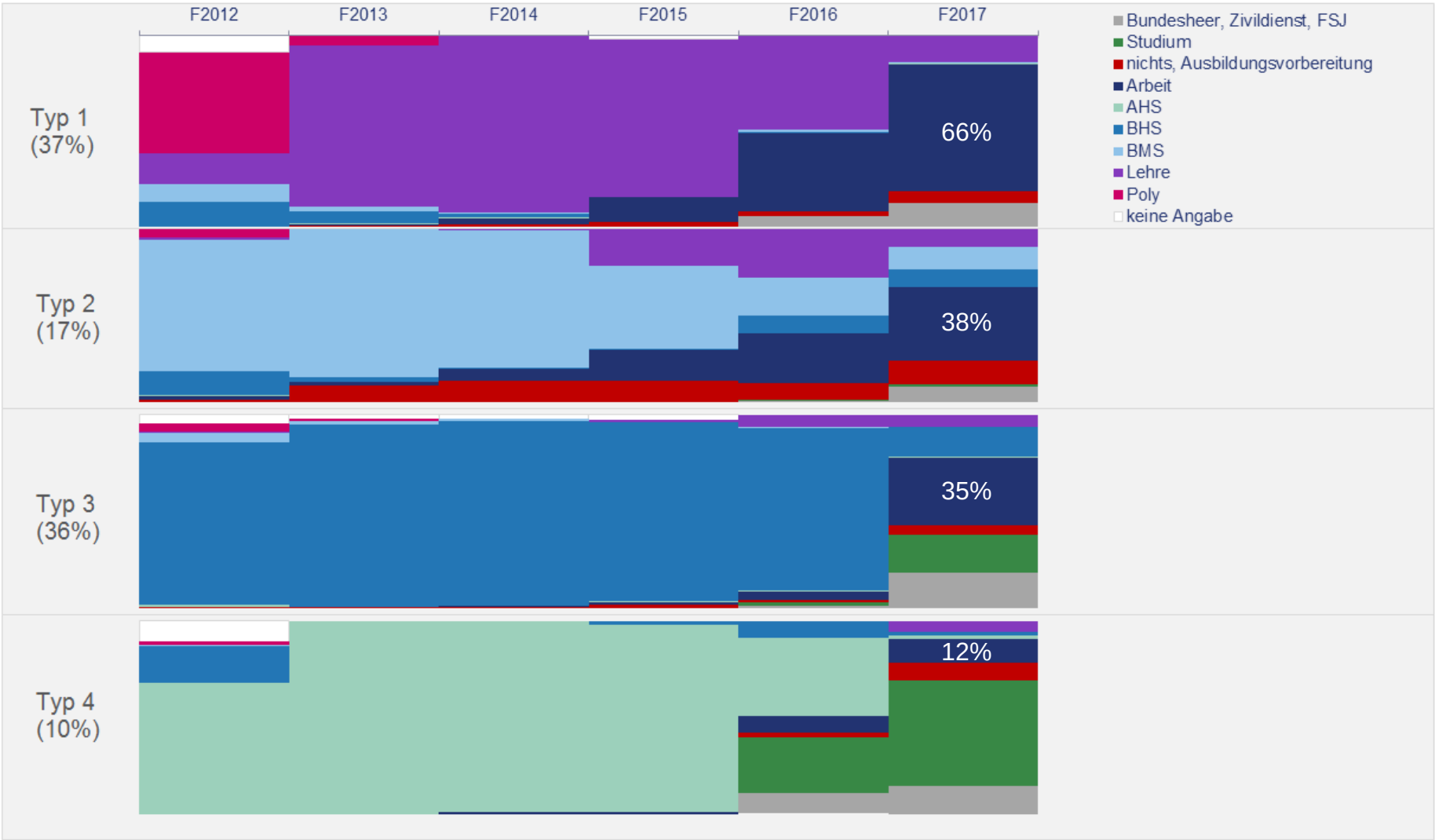
Ausbildungswechsel in den 6 Jahren nach der Hauptschule



Ausbildungs- und erwerbslose Phasen in den 6 Jahren nach der Hauptschule

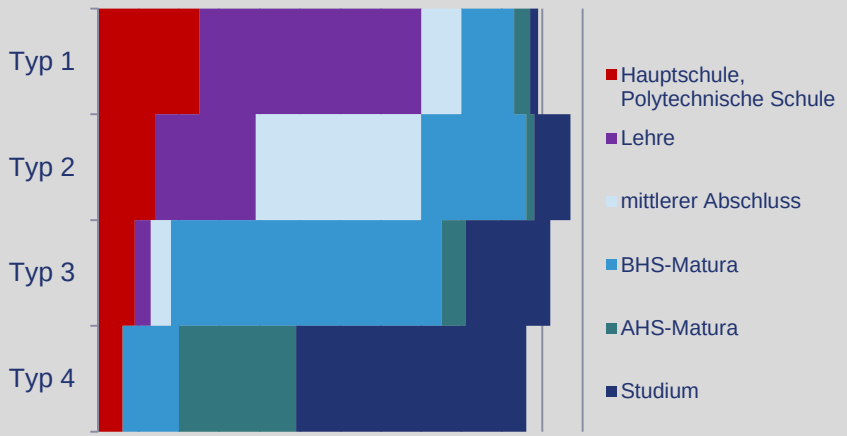


Vier Übergangstypen der ABEP-Kohorte

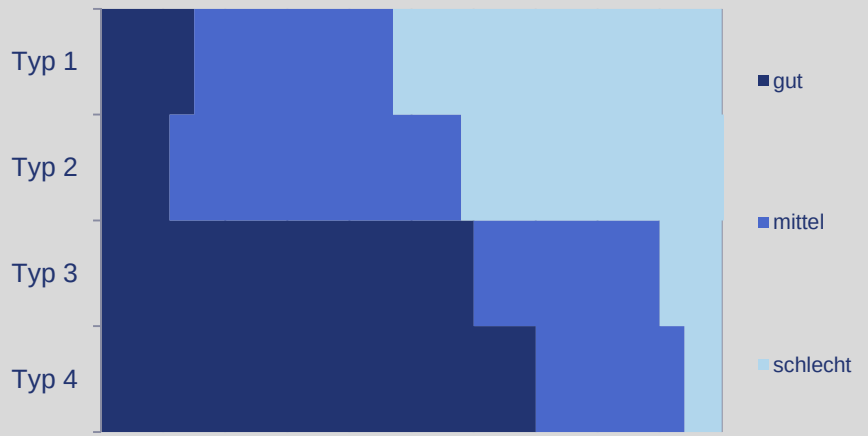


Frühindikatoren aus der Hauptschule

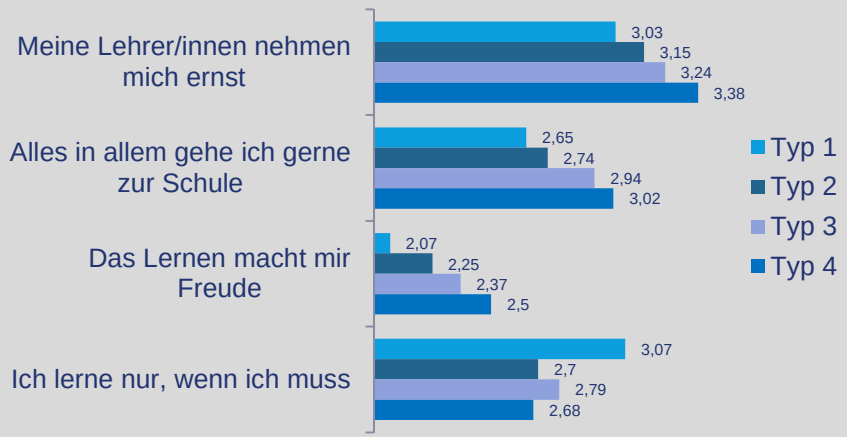
Bildungsziele



Schulische Leistungssituation



Einschätzung der schulischen Situation



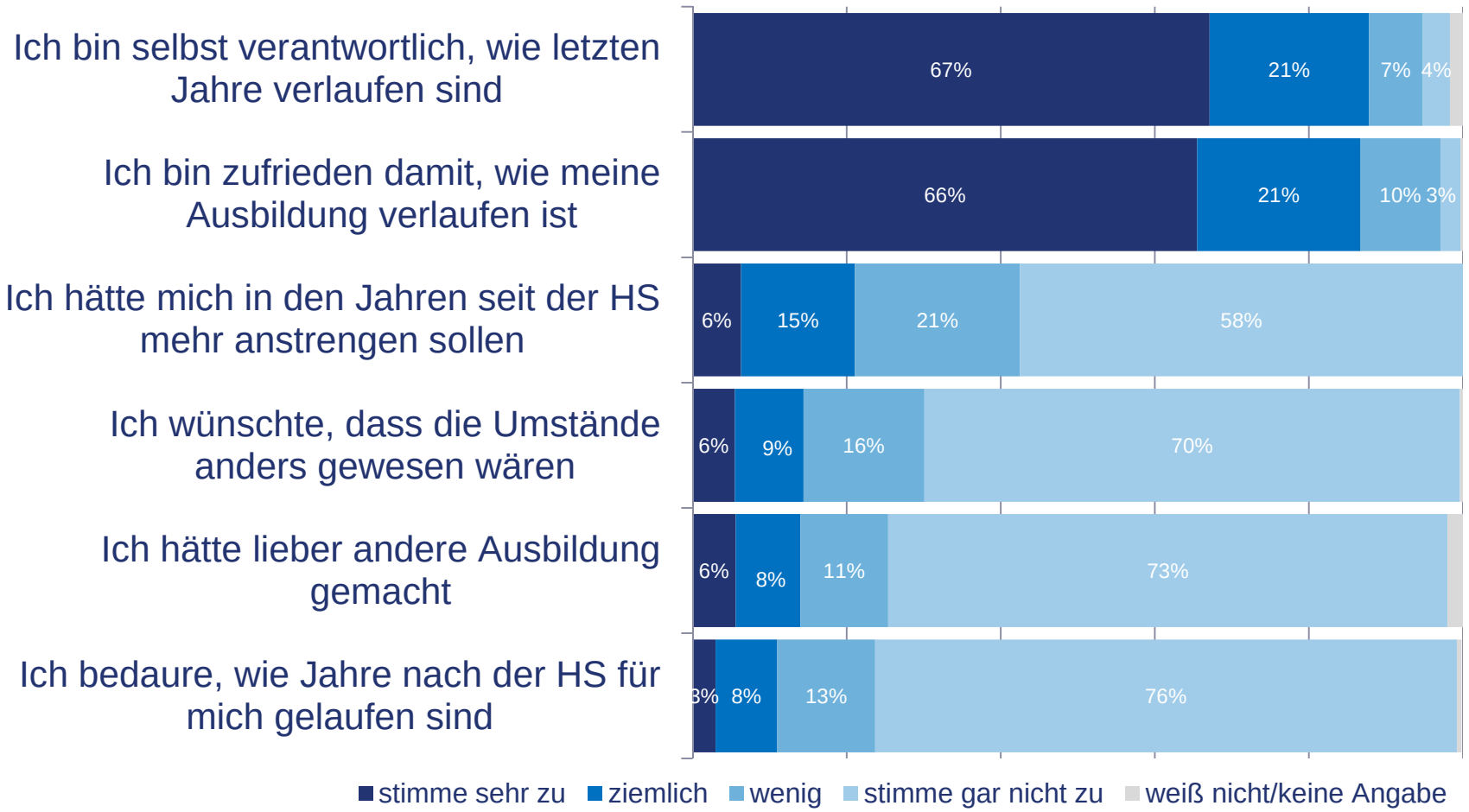
Ausschlaggebende Faktoren

TYP 1	TYP 2
• eigene Interessen und Fähigkeiten, Gespräche mit Familienangehörigen und eigene Recherchen • eigenständige Betriebsbesuche und berufspraktische Tage in der Hauptschule	• eigene Interessen und Fähigkeiten, Gesprächen mit Familienangehörigen und eigene Recherchen • eigenständiger Besuch von weiterführenden Schulen
TYP 3	**TYP 4**
• eigene Interessen und Fähigkeiten, eigenständiger Besuch von weiterführenden Schule, Gespräche mit Familienangehörigen, • selbst jemanden zu kennen, der dasselbe macht(e) • Interessens- oder Berufstests	• eigene Interessen und Fähigkeiten, Recherchen und Gespräche mit Familienangehörigen • eigenständige Besuch von weiterführenden Schulen • Besuche sowie Exkursionen zu weiterführenden Schulen

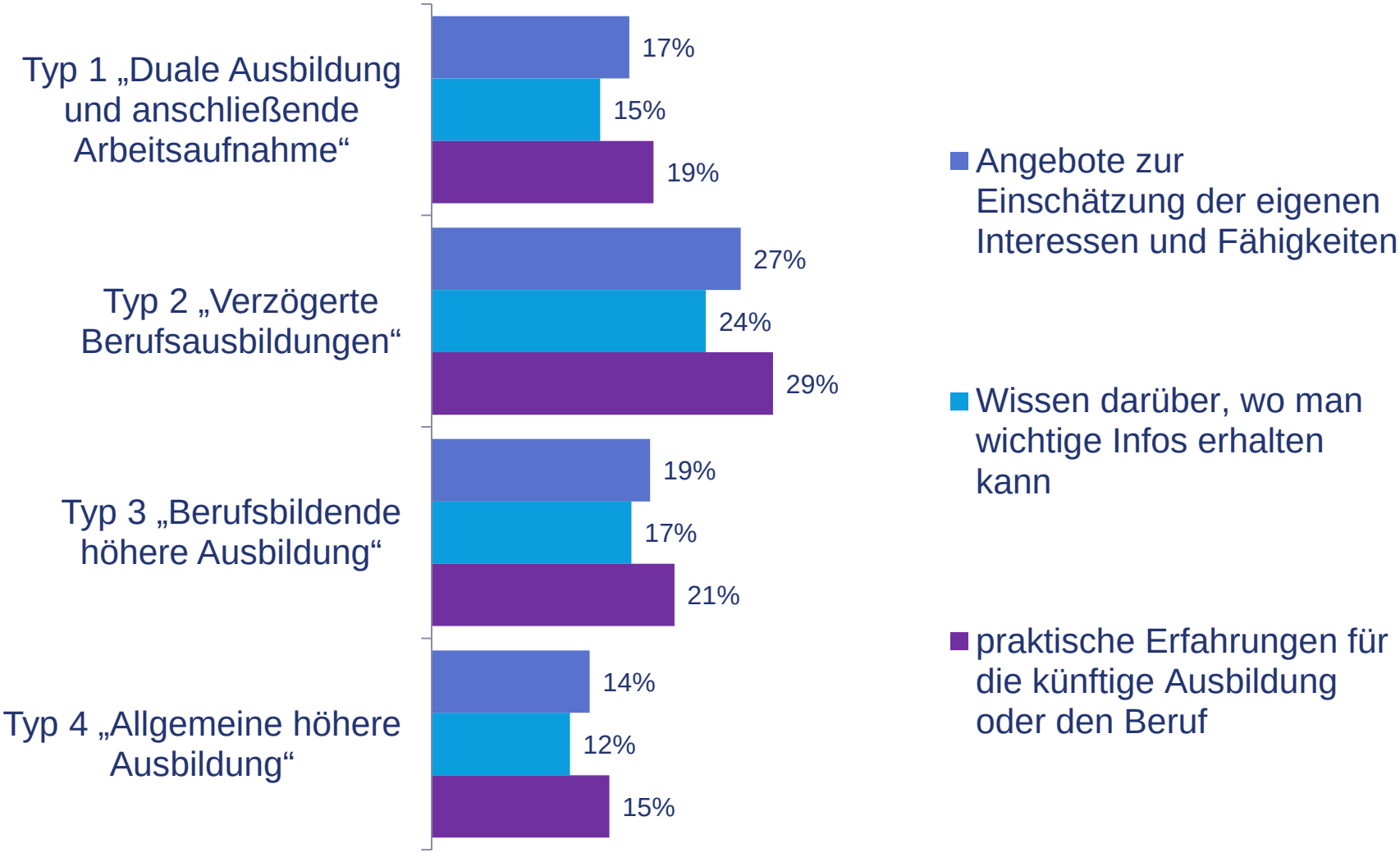
Ergebnisse

Rückblick und Unterstützungsbedarf

Retrospektive Bewertung des Übergangs



Unterstützungsbedarf



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Weitere Informationen: http://www.sora.at/abep

Kontakt:
Daniel Schönherr
+43-1 585 33 44 - 38
ds@sora.at

Erste österreichische Lehrlingsstudie

Welle 3 – Präsentation der Ergebnisse



Philipp Ikrath – philipp.ikrath@tfactory.com

jugendkultur.at tfactory Trendagentur

War for Talents

- **Fehlende Anerkennung**
  - Mangelndes Image der Lehre
- **Kein Aufstiegsversprechen**
  - Zustrom von Jugendlichen mit frustrierten Aufstiegserwartungen und Bildungsdefätismus
- **Zunehmend weniger gute (potentielle) Lehrlinge**



Credits: pixabay.com

Lehrling ≠ Jugend

- **Kontinuität statt Veränderung**
- **Wichtig im Leben:**
  - Sicherheit
  - Stabilität
  - Planbarkeit
- **Arbeitswelt:**
  - Deregulierung und Flexibilisierung sind unerwünscht



Credits: pixabay.com

So tickt der Lehrling

- **Wunsch nach Anerkennung und materieller Sicherheit**
  - Stabile private und berufliche Verhältnisse sind wichtig
  - Bedürfnis nach kontinuierlichem und planbarem Leben
- **Planen – das ist nicht mehr:**
  - Pessimismus für gesellschaftliche Zukunft -> Gegenwartsorientierung
  - Demonstrativer Optimismus für persönliche Zukunft

„Man verdrängt es, aber man sollte eigentlich immer vor Augen haben, wo man sich in fünf Jahren sieht“

„Genug Geld zu haben und nicht immer nachdenken zu müssen, ob man sich etwas Bestimmtes kaufen kann oder nicht“

Credits: pixabay.com

Freizeitidentität

- **Selbstverwirklichung und Sinnfindung in Freizeit und Konsum**
  - Freizeitidentität wichtiger als Berufsidentität
- **Hohes Bedürfnis nach guter „Work-Life-Balance“**
  - Starkes Bedürfnis nach guter Verbindung von Arbeit / Freizeit bzw. Familie (zukünftig)



„Für Männer ist es einfacher, Karriere zu machen. Gerade mit Familie ist es als Frau schon hart, wenn man dann auch noch so viel arbeitet.“

Credits: pixabay.com

Freizeit

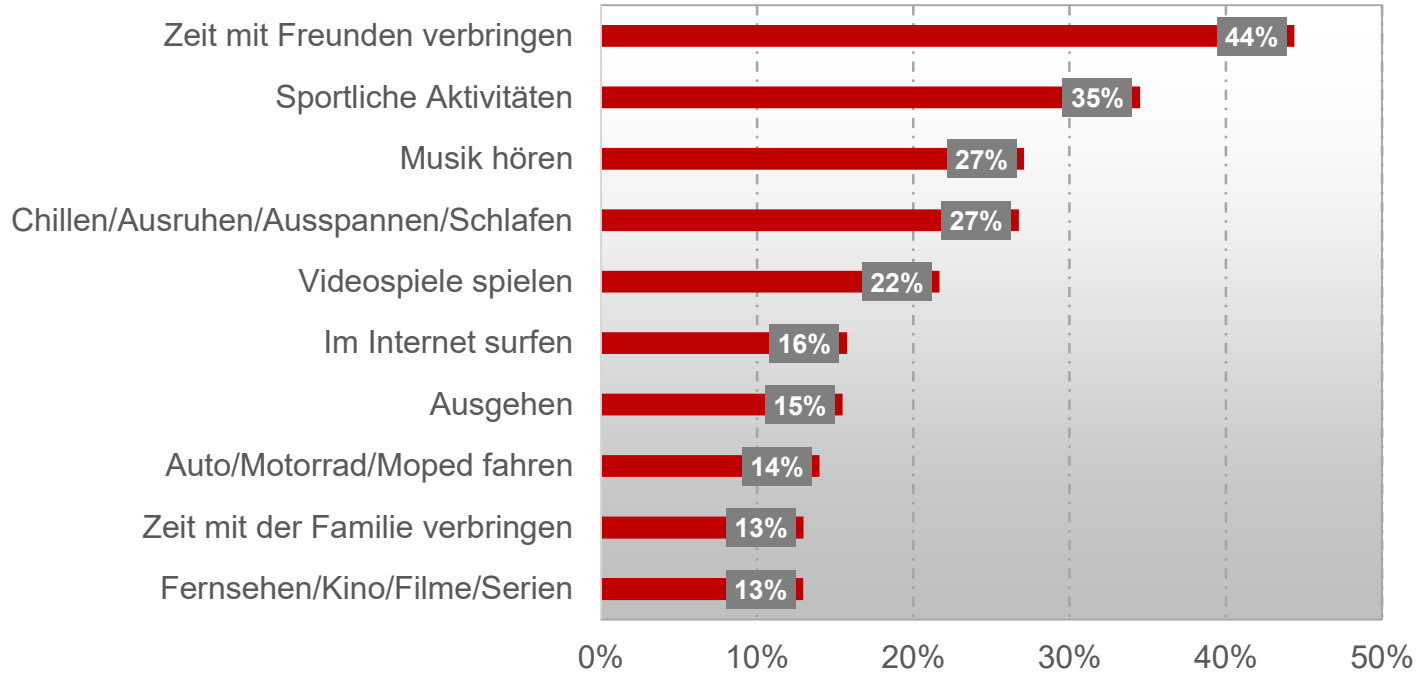
- **Der Lehrling: Ein aktives und soziales Freizeitwesen**
  - Zwei von drei versuchen, noch nach Arbeit/Berufsschule möglichst viel zu erleben
  - Vier von fünf Lehrlingen verbringen ihre Freizeit lieber mit anderen als alleine



Credits: pixabay.com

Freizeitverhalten

Was sind deine drei liebsten Freizeitbeschäftigungen? Top-10-Nennungen



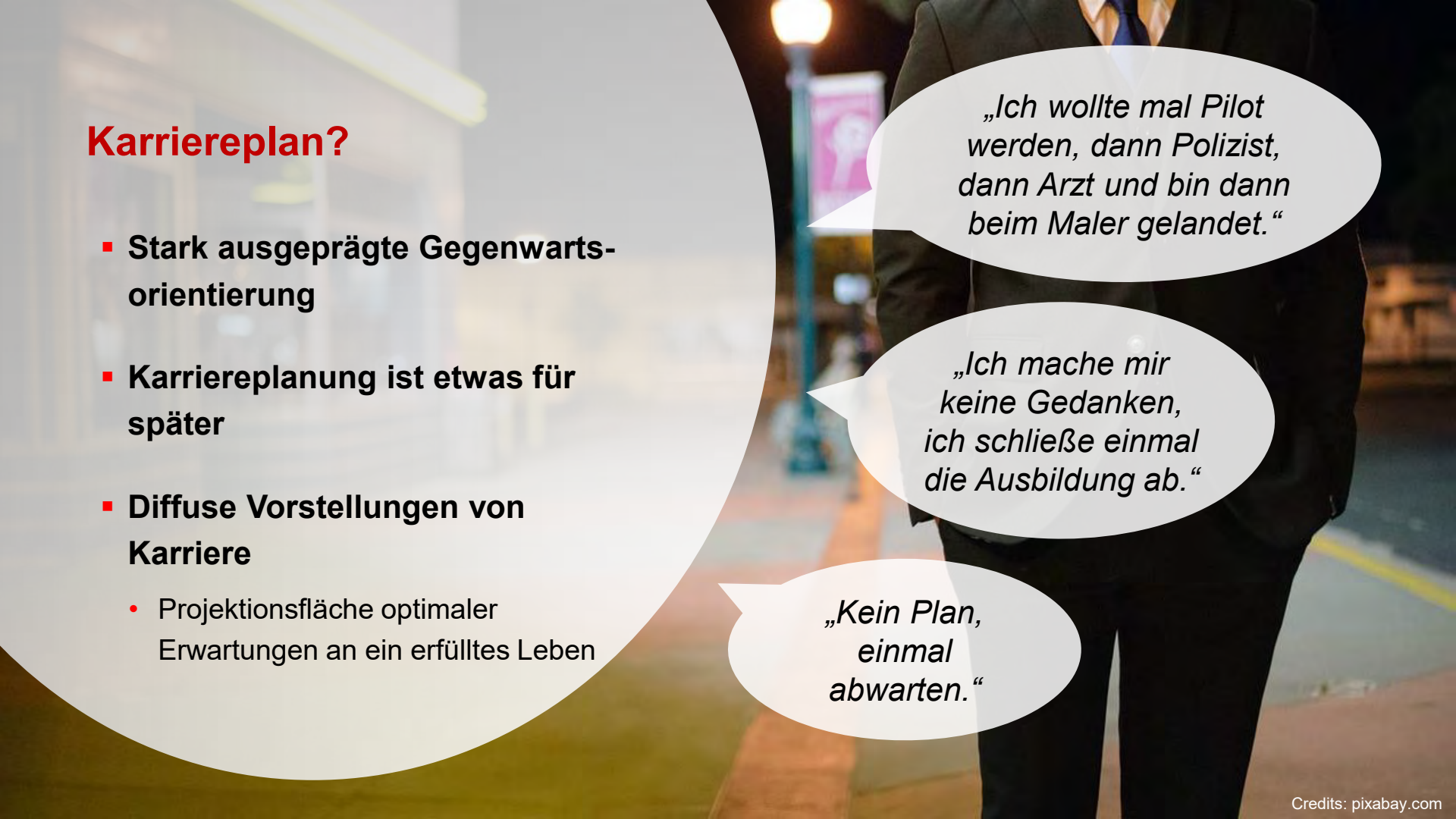
Erste österreichische Lehrlingsstudie Welle 3 (2018), rep. für österreichische Lehrlinge, n=400



Credits: pixabay.com

Karriereplan?

- **Stark ausgeprägte Gegenwarts-orientierung**
- **Karriereplanung ist etwas für später**
- **Diffuse Vorstellungen von Karriere**
  - Projektionsfläche optimaler Erwartungen an ein erfülltes Leben



Credits: pixabay.com

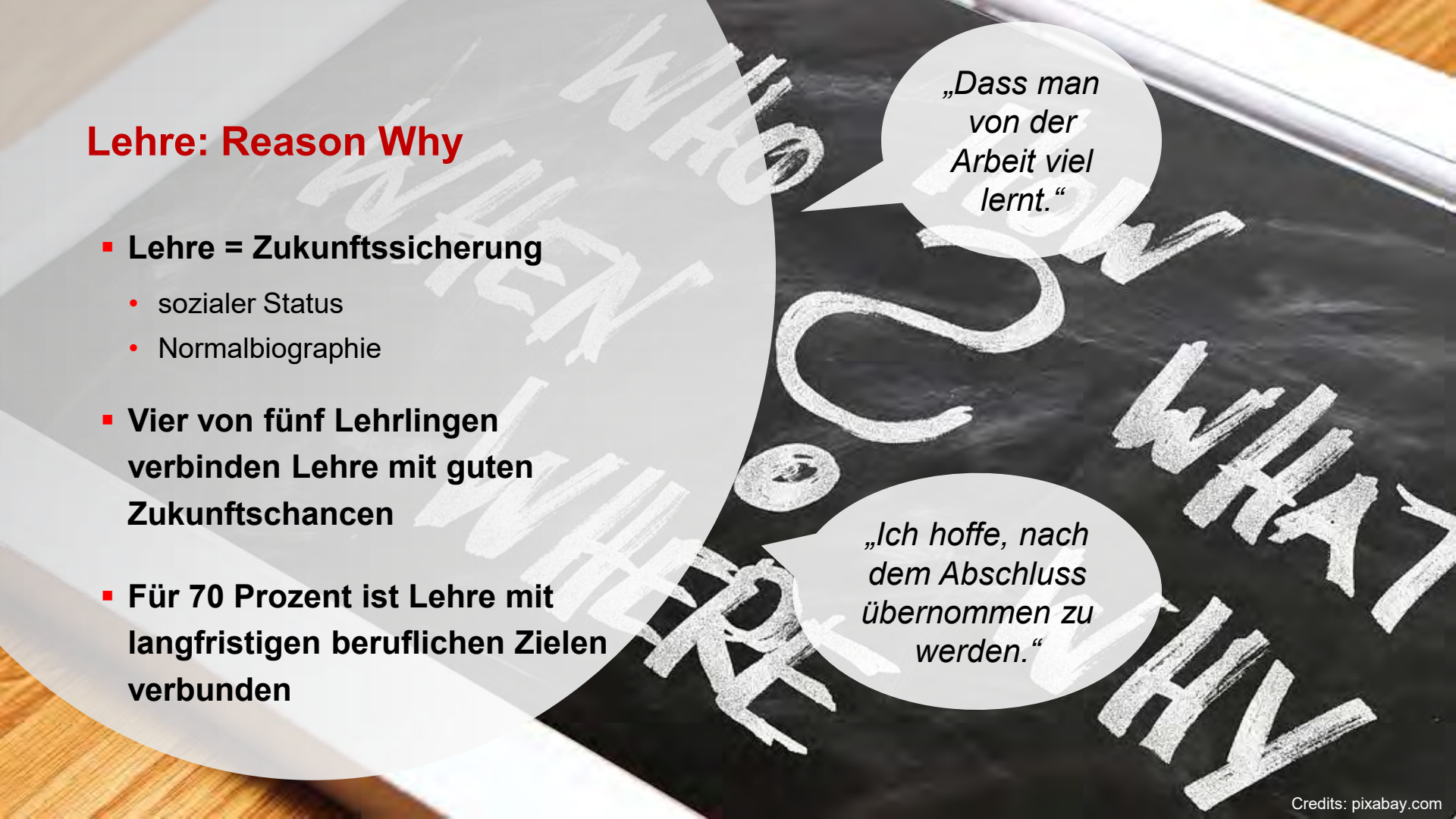
Arbeit und Ausbildung

- **Neue Art von Arbeitsmotivation durch Abstiegsängste**
  - Absicherung des eigenen Lebens
  - Beziehung zum Arbeitgeber auf Basis von Nützlichkeitserwägungen
- **Stabiles Normalarbeitsverhältnis statt Selbstverwirklichung im Beruf**



Lehre: Reason Why

- **Lehre = Zukunftssicherung**
  - sozialer Status
  - Normalbiographie
- **Vier von fünf Lehrlingen verbinden Lehre mit guten Zukunftschancen**
- **Für 70 Prozent ist Lehre mit langfristigen beruflichen Zielen verbunden**



Credits: pixabay.com

Zufriedenheit mit Lehre

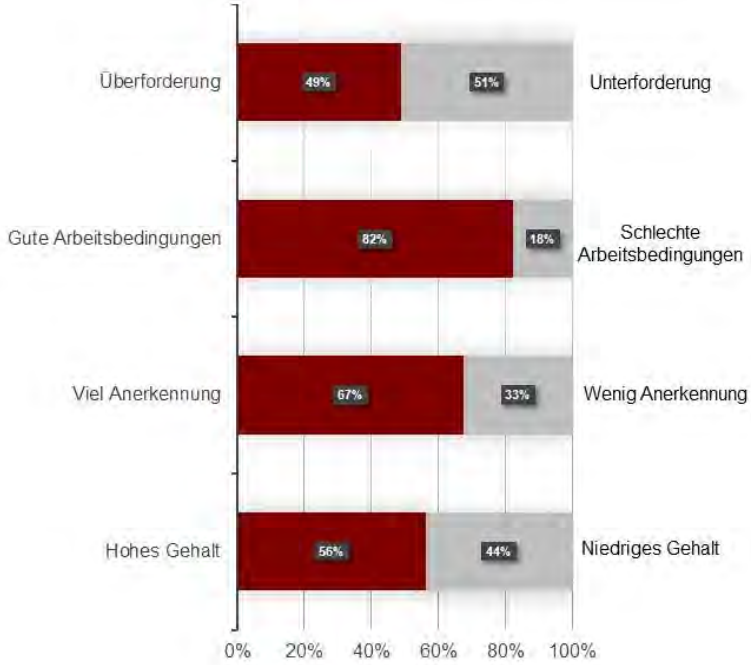
- **Hohe Zufriedenheit mit der Wahl der Lehre als Ausbildungsform**
  - Drei von vier Lehrlingen würden wieder eine Lehre machen
- **Unzufriedenste Lehrlinge kommen aus Tourismus und Freizeitwirtschaft**
  - Überdurchschnittlich unzufrieden mit Ausbildungssituation und Ausbildungsbetrieb



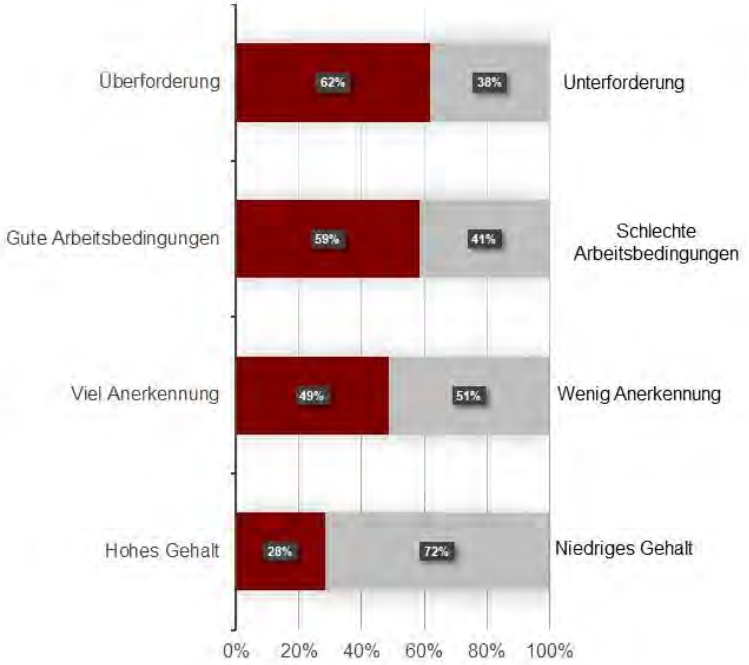
Credits: pixabay.com

Meinung zur Lehre / Tätigkeit im Betrieb

Welchen der beiden Begriffe verbindest du eher mit deiner Lehre und Tätigkeit im Betrieb?



Industrie



Tourismus und Freizeitwirtschaft



tfactory Trendagentur

Erste österreichische Lehrlingsstudie Welle 3 (2018), rep. für österreichische Lehrlinge, n=400

Ausbildungsbetriebe

- **Gutes Zeugnis für Österreichs Ausbildungsbetriebe**
  - Punkten mit guten Arbeitsbedingungen und Betriebsklima
  - Zwei von drei Lehrlingen würden Lehre wieder in ihrem Betrieb machen



Credits: pixabay.com

Lehrling ≠ Lehrling

- **Lehrlinge aus unterschiedlichen Branchen weichen vom Durchschnitt aller Lehrlinge ab**

- **Untersuchte Branchen:**
  - Gewerbe und Handwerk
  - Handel
  - Industrie
  - Tourismus und Freizeitwirtschaft



Credits: pixabay.com

Die Hedonisten

- **Lehrlinge aus Handel und Handwerk**
- **Freizeitidentität wichtig:**
  - Freizeitaktivitäten und Konsum besonders relevant für Image
  - Sinn von Arbeit ist die Finanzierung der Freizeit / des Lebens
- **In der Arbeit angepasst und normentreu**



Credits: pixabay.com

Die Konventionellen

- **Lehrlinge aus dem Handel**
- **Althergebrachte Vorstellungen von der „Standardbiographie“**
  - Familie als Lebensmittelpunkt
  - Stabile Freundschaften
  - Work-Life-Balance besonders wichtig
- **Ästhetik und Styling privat sowie beruflich wichtig**



Credits: pixabay.com

Die Rationalisten

- **Lehrlinge aus der Industrie**
- **Berufsidentität verhältnismäßig am wichtigsten**
  - Stolz auf Ausbildung, Kompetenzen und den Betrieb
  - Angepasstes und kultiviertes Freizeitleben
- **Streben ein anständiges bürgerliches Leben an**



Credits: pixabay.com

Die Abenteurer

- **Lehrlinge aus Tourismus und Freizeitwirtschaft**
- **Im Moment am wenigsten Bedürfnis nach Sicherheit**
  - Familien- und Lebensplanung auf später verschoben
  - Auf der Suche nach Abenteuer / Herausforderungen / Abwechslung
- **„Work hard, party harder“**



Credits: pixabay.com

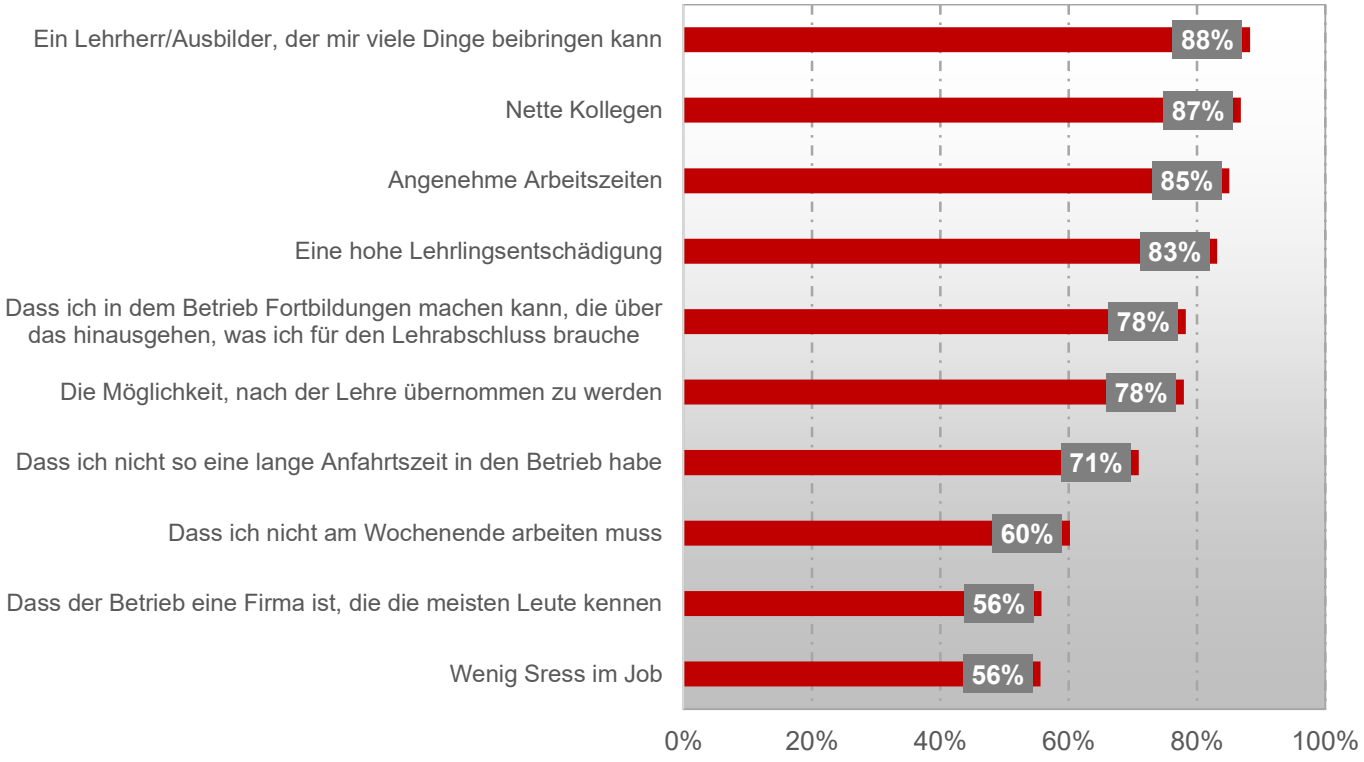
Bewertung Ausbildungsbetrieb

- **Wichtig sind ..**
  - … ein harmonisches Betriebsklima
  - … angenehme Arbeitsbedingungen
  - … die Gewährleistung einer guten und fundierten Ausbildung
  - … eine Grundlage für eine sichere Zukunft am Arbeitsmarkt
  - … eine hohe Lehrlingsentschädigung



Credits: pixabay.com

Rahmenbedingungen Lehre – Top 10



Bitte gib an, wie wichtig dir die folgenden Dinge sind, wenn es um die Arbeit im Lehrbetrieb geht! Top-2-Boxes; sehr / eher wichtig

jugendkultur.at factory Trendagentur

Erste österreichische Lehrlingsstudie Welle 3 (2018), rep. für österreichische Lehrlinge, n=400



Medienwelt

- **Smartphone = zentraler Zugangspunkt zur bunten Medienwelt**
- **Bevorzugung von bildzentrierten Angeboten**
  - YouTube, Instagram, Snapchat
- **Kommunikation über Messenger beliebter / wichtiger als Telefonieren, SMS, etc.**



Credits: pixabay.com

Relevante Informationsquellen

- **Google**
- **Diverse digitale Informations-angebote**
- **Persönliche Kontakte (Empfehlungsmarketing!)**
- **Berufsmessen**

„Lexikon von der WKO wo man alle Berufe ansehen kann.“

„Internet, Karriereseiten oder Jobbörsen.“

„Ich fand die Berufsinformations-messe sehr praktisch.“

Quelle: pixabay.com

Themen, die funktionieren

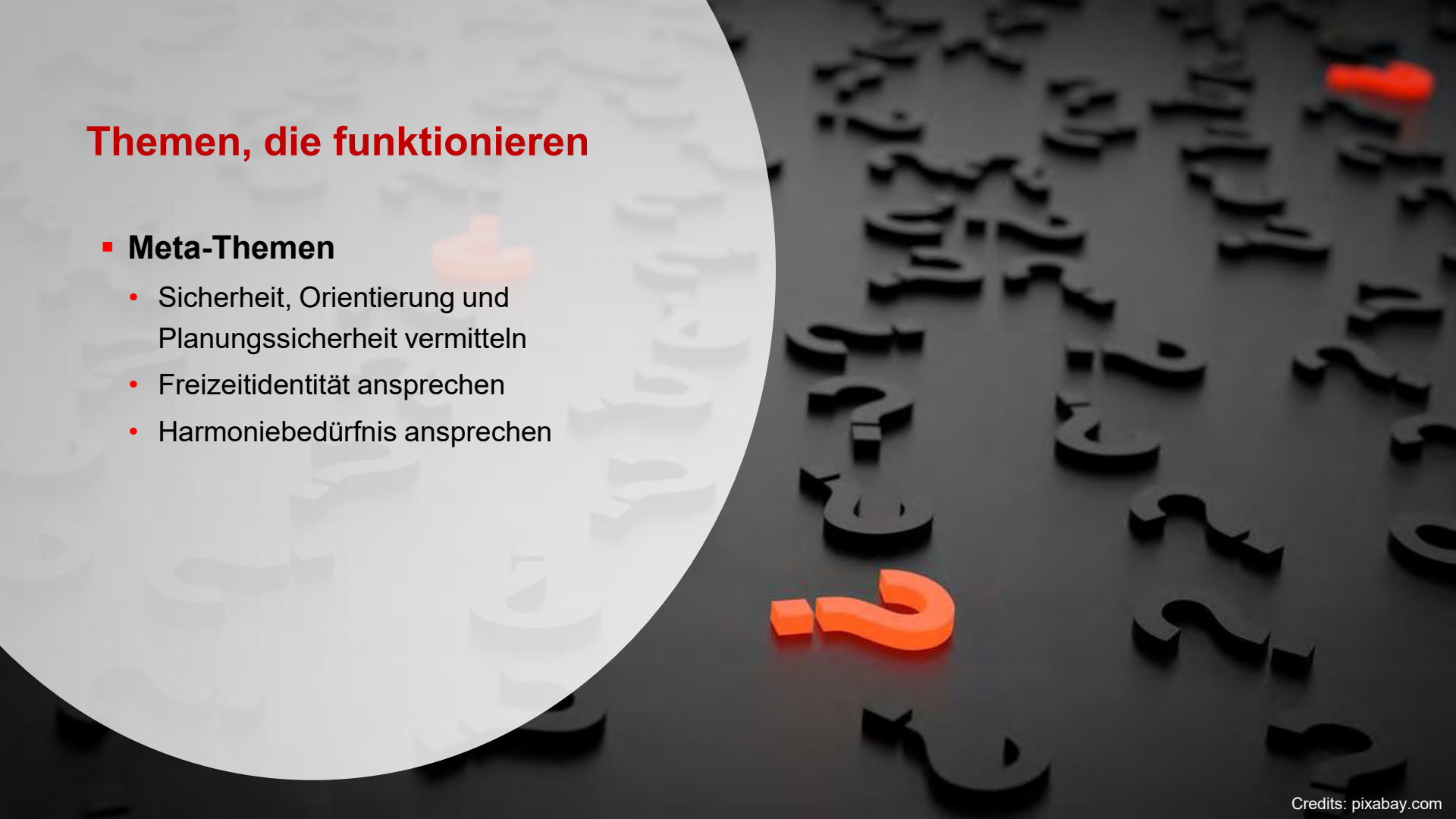
- **Konkrete Themen**
  - Hard Facts zum Lehrberuf und Ausbildungsbetrieb
  - Wie es wirklich ist, im jeweiligen Betrieb zu arbeiten → Arbeits-bedingungen und Betriebsklima
  - Work-Life-Balance
  - Monetäre Vorteile
  - Inhaltliche Vorteile



Credits: pixabay.com

Themen, die funktionieren

- **Meta-Themen**
  - Sicherheit, Orientierung und Planungssicherheit vermitteln
  - Freizeitidentität ansprechen
  - Harmoniebedürfnis ansprechen



Credits: pixabay.com

Moderne Lehrlingskommunikation

- **Form kommt vor Inhalt**
- **Bildzentriert**
  - Verwendung einer bildzentrierten, nicht argumentativen und nicht textlastigen Kommunikation
  - Zeigen und Inszenieren ist wichtiger als das Argument
  - Fühlen und Empfinden wichtiger als verstandsmäßiges Erfassen und vernünftiges Abwägen



Credits: pixabay.com

Moderne Lehrlingskommunikation

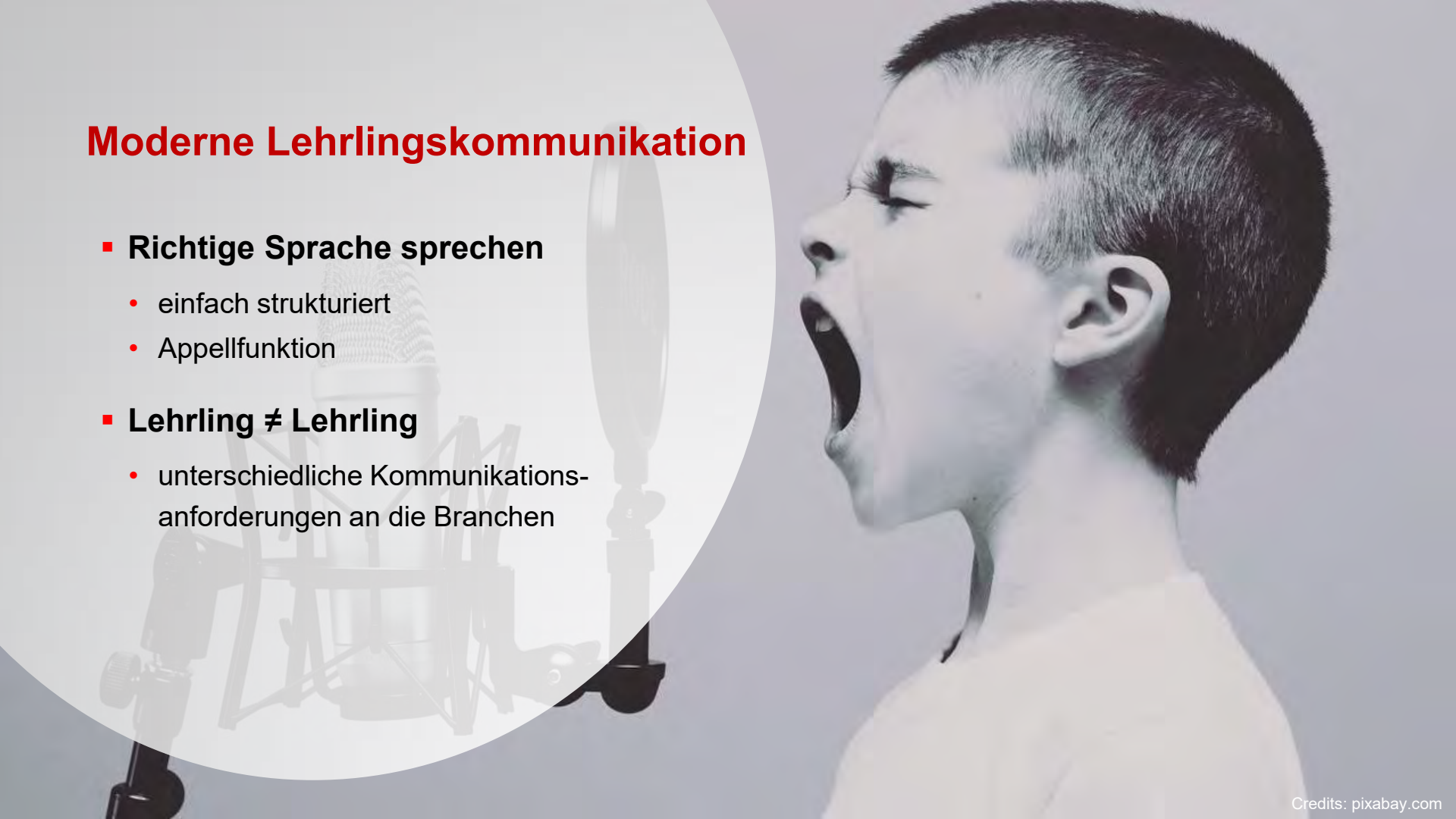
- **„hyper“ statt „deep attention“**
  - Kurze und schnell erfassbare Inhalte
  - Wiederholungen der Kernbotschaft
  - Prägnante und emotionale Bildsprache
- **Digital**
- **Multimedial**
- **Mobil**



Credits: pixabay.com

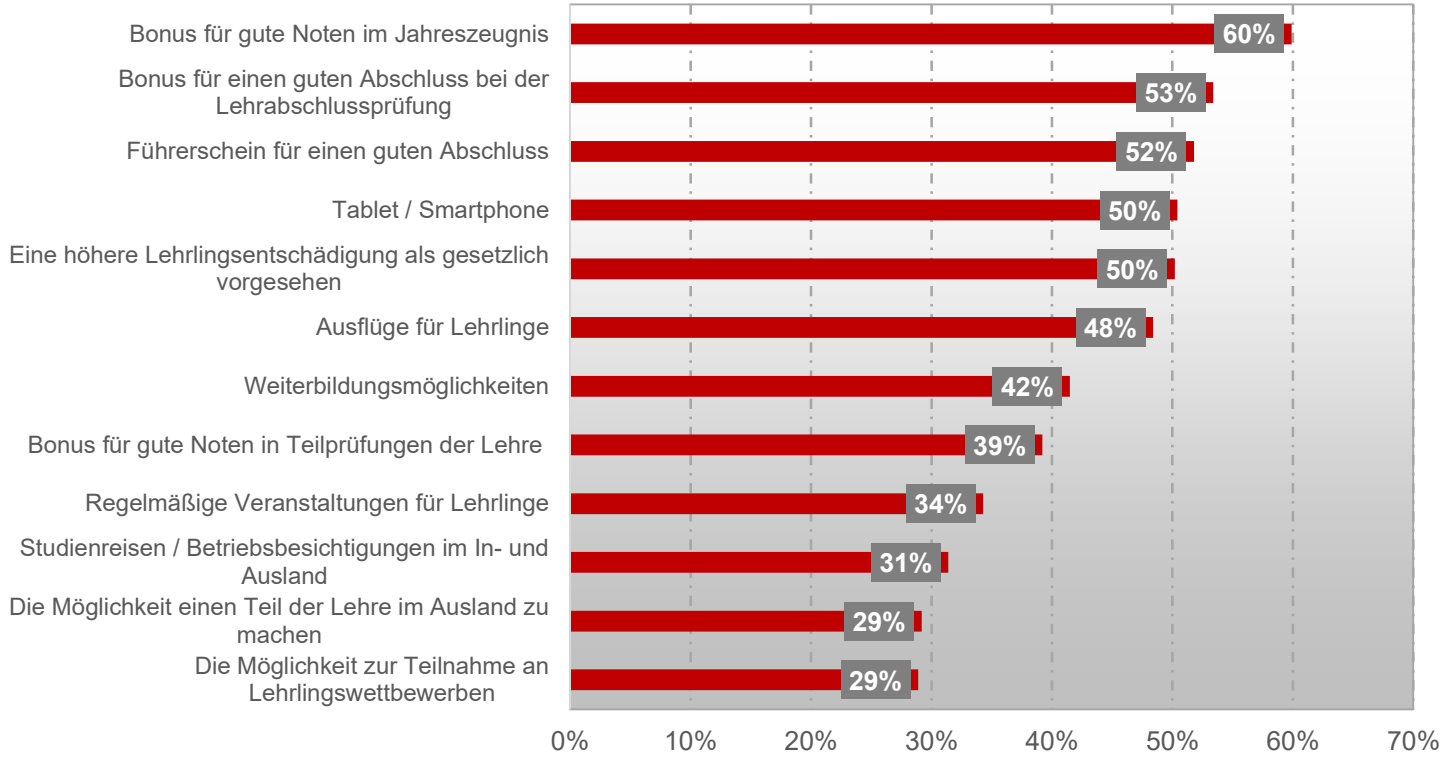
Moderne Lehrlingskommunikation

- **Richtige Sprache sprechen**
  - einfach strukturiert
  - Appellfunktion
- **Lehrling ≠ Lehrling**
  - unterschiedliche Kommunikations-anforderungen an die Branchen



Credits: pixabay.com

Bewertung von Goodies / Extras



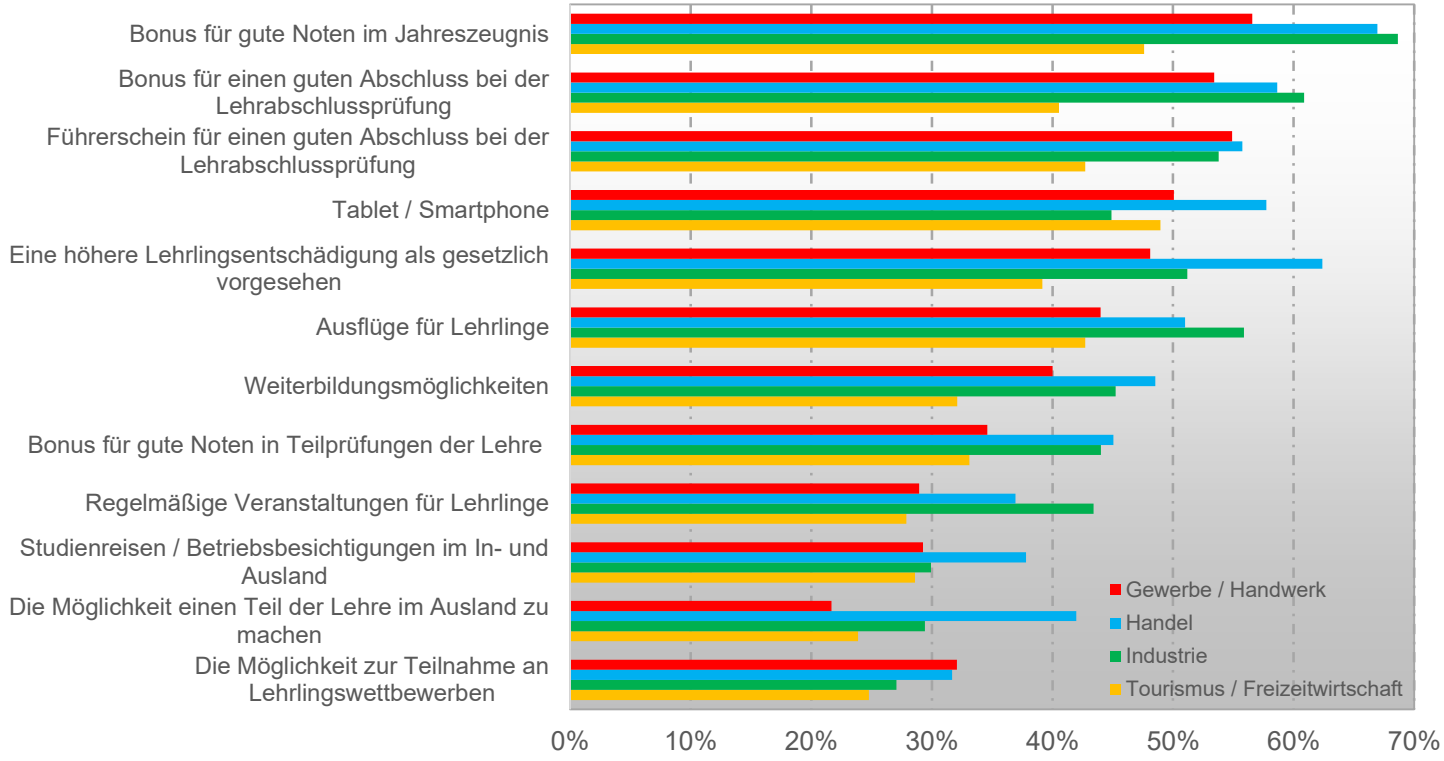
Bitte sag mir, welche der folgenden Goodies/Extras für dich eine Lehre bei einer Firma interessanter machen würden.

jugendkultur.at factory Trendagentur

Erste österreichische Lehrlingsstudie Welle 3 (2018), rep. für österreichische Lehrlinge, n=400



Bewertung von Goodies / Extras – Branchen



Bitte sag mir, welche der folgenden Goodies/Extras für dich eine Lehre bei einer Firma interessanter machen würden.

jugendkultur.at factory Trendagentur

Erste österreichische Lehrlingsstudie Welle 3 (2018), rep. für österreichische Lehrlinge, n=400



Profil: Handwerk und Gewerbe

Ästhetik:

- schräg, schrill, kulturelle Normalität des Mainstreams widerlegend
- Verwendung von milieuspezifischen / szenespezifischen Codes

Inhaltlich:

- Abwechslung, Spaß und Unterhaltung
- Hedonistischem Werteverständnis entsprechen
- Außenseiter zu kulturellen Helden stilisieren

Touchpoints:

- Neue Mittelschule, Lehrer
- AMS / Jobmessen
- Social-Media-Plattformen:
  - Instagram / YouTube / Snapchat
- Jugendzentren
- Großraumdisko / Musik-Festivals (EDM) / Conventions

Social-Media-Interessen

- **Instagram-Top-5:**
  - Comedy u. Entertainment / Gaming / Alltag anderer auf Instagram / Lifestyle / Fotografie
- **YouTube-Top-5:**
  - Musik / Gaming / Comedy u. Entertainment / Alltag anderer auf YouTube / Wissenschaft und Technik



„Ein besonderes Unternehmen / ein besonderer Job für coole Menschen."

Profil: Handel

Ästhetik:

- modern, hell, bunt, freundlich
- Verwendung von Codes, die die Zugehörigkeit zur modernen, jungen Mitte signalisiere

Inhaltlich:

- Flexibilität, Anpassung, Strebsamkeit, Zielorientierung, Glück, Harmonie
- Work-Life-Balance und Normalbiographie
- Hedonismus und Sicherheitsbedürfnis

Touchpoints:

- Abbrecher Wirtschaftsschulen
- Boulevard-Illustrierte
- Social Media Plattformen:
  - Instagram / YouTube / Snapchat
- Jobmessen
- Shopping-Center, Mainstream-Musikfestivals, Stadfeste, regionale Veranstaltungen

Social-Media-Interessen

- **Instagram-Top-5:**
  - Alltag anderer auf Instagram / Comedy u. Entertainment / Musik / Mode u. Fashion / Lifestyle
- **YouTube-Top-5:**
  - Musik / Alltag anderer auf YouTube / Beauty u. Kosmetik / Comedy u. Entertainment / Kino u. Film



„Ein modernes und erfolgreiches Unternehmen sucht zielstrebige Menschen für eine interessante Arbeit mit Langzeitperspektive.“

Profil: Industrie

Ästhetik:

- vertraut, beruhigend, emotional
- Verwendung von Codes, die die Zugehörigkeit zur Gruppe der Menschen mit dauerhaften Werten signalisieren, die sich gegen Veränderung abgrenzen

Inhaltlich:

- Bedürfnis nach Sicherheit und Harmonie befriedigen
- Stabilität und Familien-freundlichkeit kommunizieren
- Konservativem Werteverständnis entsprechen

Touchpoints:

- Abbrecher von BHS / Absolventen von BMS
- Jobannoncen in Printmedien / Karrierewebseiten
- Social Media Plattformen:
  - eher Facebook als Instagram
- Lokale und regionale Medien; Radio (Ö3 / Krone Hitradio)
- Lokale (traditionelle) Veranstaltungen und Feste

Social-Media-Interessen

- **Instagram-Top-5:**
  - Comedy u. Entertainment / Gaming / Musik / Alltag anderer auf Instagram / Sport u. Fitness
- **YouTube-Top-5:**
  - Gaming / Musik / Comedy u. Entertainment / Wissenschaft u. Technik / Kino u. Film



„Ein solides Traditionsunternehmen sucht Mitarbeiter, die langfristig am Unternehmenserfolg mitarbeiten möchten.“

Profil: Tourismus und Freizeitwirtschaft

Ästhetik:

- anti-bürgerliche und anti-mainstreamige Anmutung
- Soll Kernwerte Abenteuer, Sehnsucht nach unkonventionellen und neuen Erfahrungen, Abenteuern und Unabhängigkeit wiederspiegeln

Inhaltlich:

- Motive und Inhalte, die Abenteuer, Abwechslung und Unvorsehbares im Beruf zeigen
- Freizeitidentität ansprechen
- Freiräume und Eigen-verantwortung versprechen

Touchpoints:

- Abbrecher von AHS
- Social / digital Media Plattformen:
  - Instagram / Snapchat / Spotify / Netflix / Amazon Prime
- In der Alternativ-/Musikszene angesagte Ausgeh-Locations
- Musik-Festivals wie Frequency
- Ski Openings / Beachvolleyball Grand Slam

Social-Media-Interessen

- **Instagram-Top-5:**
  - Alltag anderer auf Instagram / Lifestyle / Musik / Mode u. Fashion / Kino u. Film
- **YouTube-Top-5:**
  - Alltag anderer auf YouTube / Kino u. Film / Musik / Lifestyle / Sport u. Fitness



„Ein unkonventionelles Unternehmen / ein unkonventioneller Job, garantiert abwechslungsreich, für außergewöhnliche, unabhängige und flexible Menschen.“

jugendkultur.at factory Trendagentur

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Philipp Ikrath – philipp.ikrath@tfactory.com

jugendkultur.at tfactory Trendagentur