



Cluster-KMU-Bildung 4.0

www.cluster-kmu-bildung40.de



Eckert Schulen Augsburg
Prinzregentenstraße 1, 86150 Augsburg

Naomi Nishimoto
+49 (0) 821 455 408-200
naomi.nishimoto@eckert-schulen.de

Sabina Porchia
+49 (0) 821 455 408-200
sabina.porchia@eckert-schulen.de

www.eckert-schulen.de



Regio Augsburg Wirtschaft GmbH
Karlstraße 2, 86150 Augsburg

Lydia Keller
+49 (0) 821 450 10-231
Lydia.Keller@region-A3.com

Veronika Wobser
+49 (0) 821 450 10-261
Veronika.Wobser@region-A3.com

www.regio-augsburg-wirtschaft.de



Foto: Regio Augsburg Wirtschaft GmbH

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN: Besetzung offener Ausbildungsstellen und duale Berufsausbildung 4.0

Eine Publikation des JOBSTARTER plus-Projekts Cluster-KMU-Bildung 4.0



GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Zusammen.
Zukunft.
Gestalten.



Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.



JOBSTARTER plus-Projekt „Cluster-KMU-Bildung 4.0“

Mit dem Jobstarter plus-Projekt „Cluster-KMU-Bildung 4.0“ werden kleine und mittlere Unternehmen im Wirtschaftsraum Augsburg unterstützt, ihre betriebliche Ausbildung an die Anforderungen der Wirtschaft 4.0 anzupassen.

Mit diesen Handlungsempfehlungen erhalten Sie praxisnahe Impulse für die erfolgreiche Gewinnung junger Nachwuchskräfte und für den digitalen Wandel auf dem Weg in die Ausbildung 4.0.

Gefördert wurde das Projekt vom 01.07.2017 bis 30.06.2020 durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung und den Europäischen Sozialfonds.

Weitere Praxisbeispiele und Informationen finden Sie unter www.cluster-kmu-bildung40.de



Foto: AdobeStock_zinkevych

Wie ticken die Azubis von heute und morgen?

Die aktuellen Auszubildenden sind die erste Generation, die vollständig im digitalen Zeitalter aufwächst. Sie sind hineingeboren in eine Welt, in der Online- und Offline-Welt miteinander verschmelzen. Die Suche nach Sinnhaftigkeit in der beruflichen Tätigkeit spiegelt eine neue Sichtweise und Erwartungshaltung der jungen Nachwuchskräfte an ihre Ausbildung wider. Sie treten selbstbewusst auf und überraschen manche Arbeitgeber mit ihren Forderungen. Hier können Konflikte, aber auch Lösungen entstehen. Für die sich wandelnden Unternehmenskulturen kann die junge Generation Impulsgeber und Partner sein – für die Arbeitswelt 4.0.

Herausforderungen und Potentiale

■ Digitaler Lebensraum

Hineingeboren in eine digitale Welt: Digitale Medien sind Lebenswelt und Arbeitsraum zugleich und eine Vernetzung über Online-Kanäle ist eine Selbstverständlichkeit für die Auszubildenden. So sind die „Digital Natives“ an permanente Kommunikation und auch direktes Feedback (Likes) gewöhnt. Sie sind in der Lage, extreme Informationsmengen in kürzester Zeit zu filtern und verarbeiten jeden Tag ein hohes Maß an digitalen Eindrücken.

■ Soziales Miteinander

Mit einem großen digitalen Bekanntenkreis liegt der Fokus bei den Jugendlichen auf kleinen lokalen Gemeinschaften, die ihnen Sicherheit und Geborgenheit geben. Sie legen Wert auf einen hohen Wohlfühlfaktor im beruflichen Alltag und, damit einhergehend, auf gute soziale Beziehungen im beruflichen Umfeld. Grund dafür ist ein Aufwachsen im (über-)behüteten Kleinfamilienumfeld (Helikopter Eltern). Im Arbeitsalltag geht es ihnen vor allem um eine Begegnung auf Augenhöhe und Transparenz.

■ Berufseinstieg

Mitglieder der heutigen und zukünftigen Azubi-Generation bringen andere Erwartungen an ihr Berufsleben mit als die Generationen vor ihnen. Materielle Dinge und Status sind ihnen nicht so wichtig. Die Jugendlichen legen großen Wert auf persönliche Freiheit, eine klare Trennung zwischen Berufs- und Privatleben und klare Strukturen. Besonders kleine und mittelgroße Unternehmen können mit ihren flexiblen Strukturen bei den potentiellen Nachwuchskräften punkten.

Arbeitshilfen Ausbildungsmarketing

Wegweiser Azubimarketing

Eine Publikation mit 10 Aktionen für erfolgreiches Azubimarketing und einer Zusammenstellung regionaler Onlineplattformen für die erfolgreiche Gewinnung von Auszubildenden im Wirtschaftsraum Augsburg. Diese entstand im Rahmen des JOBSTARTER plus-Projekts „Cluster-KMU-Bildung 4.0“.

► www.cluster-kmu-bildung40.de

Arbeitsmappe Azubimarketing

Herausgegeben vom RKW Kompetenzzentrum: drei Leitfäden (z.B. Leitfaden 3 „Azubimarketing online“) mit Best-Practice-Beispielen und konkreten Maßnahmen für die unternehmerische Praxis, speziell für KMU sowie das Faktenblatt Azubimarketing „Jungen und Mädchen für die Ausbildung gewinnen – ohne Klischees und Stereotypen“.

► www.rkw-azubimarketing.de

Nachwuchskräfte finden und binden

Die jungen Fachkräfte von morgen haben beim Einstieg ins Berufsleben aufgrund von Akademisierung und demografischen Wandel die Wahl: Es gibt viele Ausbildungsstellen und wenige Bewerber.

Unternehmen, die ausbilden, müssen zukünftig ihre Kommunikation sowie Prozesse an den Wünschen, Gewohnheiten und Bedürfnissen der jungen Zielgruppen ausrichten. Besonders kleine und mittlere Betriebe stehen Möglichkeiten zur Verfügung, junge Menschen für die duale Ausbildung zu begeistern und zu gewinnen.

■ Authentizität

Influencer auf Social Media Kanälen erlauben ihren Followern (vermeintlich) echte Einblicke in ihren Alltag. Die jungen BewerberInnen erwarten deshalb Transparenz bei der Wahl ihres Ausbildungsbetriebes. Sie wünschen sich realistische Einblicke in das Berufsbild und direkte Austauschmöglichkeiten mit erfahrenen und jungen Berufstätigen im Unternehmen. Beziehen Sie Ihre Azubis in das Azubimarketing mit ein: Ihre Azubis können sehr authentisch über den Beruf, die Ausbildung, das Unternehmen und über den Bewerbungsprozess berichten. Denn sie sind im Alter der Zielgruppe und wissen noch gut, was sie selbst bei der Berufswahl beschäftigt hat.

■ Geschwindigkeit

Besonders im Bewerbungsprozess ist das Tempo entscheidend: Den jungen BewerberInnen kann es heute nicht schnell genug gehen. Durch ihre virtuelle Vernetzung in Echtzeit mit Freunden und Familie, teils rund um den Globus, erwarten sie von Seiten der Betriebe schnelle Rückmeldungen und Auswahlprozesse. Zurückgezogene Bewerbungen und Absagen können durch schnelle Rückmeldeprozesse vermieden werden.

■ Interesse

Der Lebenslauf bietet gerade bei jungen BewerberInnen kaum Anhaltspunkte über die Person. Mit der Bitte um schriftliche Beantwortung vorgegebener Fragen bieten Sie Ihren Azubis in spe Raum für die Darstellung ihrer Person und stärken die Aussagekraft ihrer Bewerbungsunterlagen. Allerweltsfragen in Bewerbungsgesprächen dienen vor allem der Auswahl. Mit dem Fokus auf das Kennenlernen besteht die Möglichkeit, echtes Interesse an der Person und Wertschätzung gegenüber dem potentiellen Azubi zu vermitteln. Ein Dialog auf Augenhöhe kann zugleich relevante Informationen zutage führen, wie die Kandidaten ticken. Wie sieht das „ideale Arbeiten“ und der „ideale Arbeitstag“ aus Sicht des Bewerbers aus? Und wie sollte das neue Arbeitsumfeld gestaltet sein, damit dem neuen Azubi das Arbeiten in Ihrem Betrieb Spaß macht?

Experten-Tipp: Junge Nachwuchskräfte über Praktika finden

Über die Hälfte der Mitglieder der „Generation Z“ finden nach wie vor über ein Praktikum zum neuen Job, weiß Rüdiger Maas, Leiter des Generationenforschungsinstituts Augsburg. Die anderen fanden bereits eine Stelle über Empfehlungen der Familie oder durch Empfehlungen von Freunden. Die Eltern der „Generation Z“ sind die wichtigsten Ansprechpersonen und oftmals Entscheidungsträger beim Schritt in die eigene Erwerbstätigkeit. Will man Jugendliche ansprechen und erreichen, müssen infolge ihre Eltern mitbedacht werden.

Praxisbeispiel Sonepar „Welcome Days - von Azubis für Azubis“

Da sich in Zeiten der Digitalisierung Trends, Fragen sowie Vorstellungen der Azubis zum Thema Ausbildung schnell ändern, bezieht Sonepar seine Azubis in die Planung und Organisation von Projekten, wie z.B. den „Welcome Days“ mit ein. So sind die Personalverantwortlichen nah an den Neuen dran und sprechen ihre Sprache, berichtet Janina Gromer, Talent Management bei Sonepar. Jährlich wird ein Projektteam gegründet, welches in die Planung, Organisation und Durchführung eingebunden ist. Das Team besteht aus Azubis, die im Vorjahr ihre Ausbildung begonnen haben, und der Ausbildungsleitung. Die Gestaltung der „Welcome Days“ liegt bei den Auszubildenden. Sie stimmen sich ab und können ihrer Kreativität freien Lauf lassen, wenn es z.B. um die Planung von Abendveranstaltung und Workshops geht. Lediglich Bausteine wie die Begrüßung durch die Geschäftsführung oder die Logistikzentrum-Führung sollen in der Agenda berücksichtigt werden. Die „Welcome Days“ sind fester Bestandteil des Ausbildungskonzepts bei Sonepar.

Praxisbeispiel Borscheid + Wenig „Eltern als Zielgruppe mit einbeziehen“

Für einen gelungenen Ausbildungsstart des jungen Nachwuchses im Betrieb spielen die Eltern bei Borscheid + Wenig, eine wichtige Rolle. Sie werden zur Vertragsunterzeichnung zwischen Auszubildenden und Geschäftsführung mit eingeladen. Herr Wenig, techn. Geschäftsführer, legt großen Wert auf einen persönlichen Kontakt im familiengeführten Unternehmen.

Das Sommerfest bei Borscheid + Wenig feiern Azubis in spe mit jungen Menschen, die bereits in Ausbildung sind, sowie den AusbilderInnen gemeinsam. Auch Eltern und Geschwister sind eingeladen. Ein besonderes Highlight ist die von den Auszubildenden organisierte Betriebsführung: Hier präsentieren die Nachwuchskräfte ihren Eltern stolz die Maschinen, an denen sie tätig sind.

Eine langjährige Schulpartnerschaft besteht u.a. mit der Grund- und Mittelschule Diedorf. Beim Elternabend gibt es Infos über Bewerbungsprozesse und Ausbildungsmöglichkeiten im Unternehmen.

Ausbildung 4.0

Im Zuge der Digitalisierung kommt der Ausbildung eine besonders wichtige Rolle zu: Auszubildende müssen neue Kompetenzen und Fähigkeiten für den digitalen Wandel erlernen. Die jungen Menschen benötigen aber nicht nur fachliche und digitale Qualifikationen, sondern auch soziale, personale und methodische Kompetenzen. Was aber heißt Digitalisierung in der Ausbildung, wenn es praktisch wird? Für die heutigen und zukünftigen Azubi-Generationen sind aktives Gestalten und Tun wichtiger als abstraktes Wissen. Problem basiertes Lernen und „try and error“ führen durch kreative Herangehensweisen zu Lösungen.

Diese Beispiele aus der unternehmerischen Ausbildungspraxis zeigen, wie Auszubildende erfolgreich an digitale Themen herangeführt werden können:

Wettbewerb „Roboter-Azubi-Battle 4.0“

Azubis an wichtige berufliche Fähigkeiten für das 21. Jahrhundert heranführen mit dem „Roboter-Azubi-Battle 4.0“: Beim Bau eines Roboters mit LEGO Mindstorms werden digitale Kompetenzen wie Programmieren, Robotik und der Umgang mit Sensoren spielerisch erlernt. Daneben werden Kreativität, Problemlösungsfähigkeit und Teamfähigkeit gestärkt. Der Wettbewerb kann eigenständig von Betrieben aller Branchen und Berufsfeldern durchgeführt werden. Der „Roboter-Azubi-Battle 4.0“ ist Teil des JOBSTARTER plus-Projekts „Cluster-KMU-Bildung 4.0“.

Roboter-Set und die dazu gehörige Software können auch über das Projektende hinaus angefragt werden. Bei Interesse wenden Sie sich an den Projektpartner Eckert Schulen Augsburg.

► www.cluster-kmu-bildung40.de

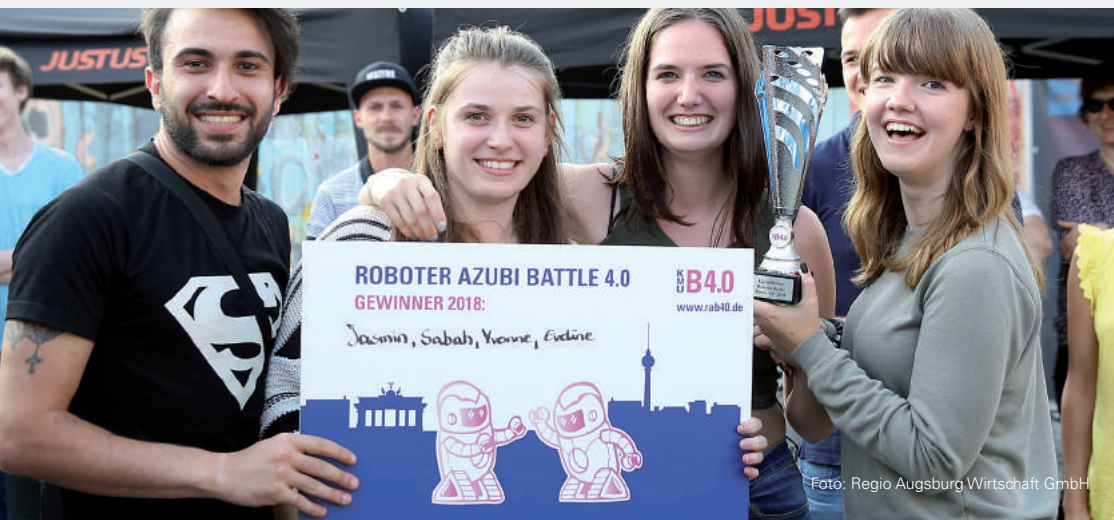


Foto: Regio Augsburg Wirtschaft GmbH

Praxisbeispiel Instagram Account „erhardtleimerausbildung“

Der Ausbildungs-Instagram Account der Erhardt + Leimer GmbH zeigt, wie Potentiale junger Nachwuchskräfte erfolgreich in die Ausbildungs-Praxis integriert und genutzt werden können. Einmal im Monat treffen sich die Team-Mitglieder, um den Redaktionsplan für den kommenden Monat aufzustellen. Hierbei dienen eigene Ideen und Erfahrungen beim Umgang mit sozialen Medien unter Einhaltung der Vorgaben durch die Corporate Identity als Grundlage. Planung und Umsetzung liegen ausschließlich in der Verantwortung der teilnehmenden Auszubildenden von E+L. Unterstützt und beraten werden sie im Rahmen regelmäßiger Feedback-Gespräche, berichtet Ute-Inken Grund, kaufmännische Ausbildungsleiterin bei Erhardt + Leimer.

Wichtig ist, den Raum zu geben, Kreativität zuzulassen, ohne dabei die Zielsetzung aus den Augen zu verlieren. Die Auszubildenden lernen, sich und ihr Handeln zu reflektieren, Konfliktsituationen gemeinsam zu lösen und sich selbst zu organisieren. Als ausbildendes Unternehmen ist es wichtig, den Auszubildenden zu ermöglichen, Verantwortung zu übernehmen, ohne dabei allein gelassen zu werden.



Foto: Regio Augsburg Wirtschaft GmbH

Experten-Tipp: Azubis als digitale Experten auf Augenhöhe

„Eine Empfehlung, die ich Unternehmen gebe, ist keine Angst vor neuen Technologien, Digitalisierung oder Social Media in Bezug auf Ihre Auszubildenden zu haben. Legen Sie die Angst und Sorge ab, Sie müssten die Azubis und deren Umgang mit Technik bewachen und kontrollieren. Im Gegenteil. Nutzen Sie das Know-How dieser talentierten Generation. Ängste und Sorgen vor Missbrauch oder Datenschutzproblemen können Sie in einem einfachen, offenen und vertrauenswürdigen Gespräch ansprechen, besprechen und festhalten. Vertrauen Sie, ermutigt Norbert Schnierle, Ausbilder- und Azubitainer und Leiter des Instituts für optimales Lernen.“