

## Perspektiven M+E

# Generation Z – ein Update für die Ausbildung

**Mittwoch, 28. November 2018 um 10:00 Uhr**

hbw Haus der Bayerischen Wirtschaft, ConferenceArea, Europasaal

Max-Joseph-Straße 5, 80333 München

---

## Generation Z – Herausforderungen und Potenziale für die Ausbildung

---

**Bertram Brossardt**

Hauptgeschäftsführer

bayme – Bayerischer Unternehmensverband Metall und Elektro e. V.

vbm – Verband der Bayerischen Metall- und Elektro-Industrie e. V.

---

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrter Herr Eder,  
sehr geehrter Herr Prof. Scholz,  
sehr geehrte Frau Prellwitz,  
sehr geehrte Frau Grammes,  
sehr geehrter Herr Erfurth,  
sehr geehrter Herr Biebl,  
meine Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserem Perspektiven  
M+E-Kongress!

Im Mittelpunkt steht heute die „Generation Z“ –  
also die Gruppe junger Menschen, die zwischen  
1995 bis 2010 geboren wurde. Die Generation Z  
ist anders als ihre Vorgänger-Generationen.

Um diese heutigen und künftigen Berufseinsteiger  
für eine Ausbildung im Unternehmen zu gewinnen  
und dort zu halten, braucht es spezielle  
Strategien.

Da geht es um die:

- Gestaltung der Ausbildung

- und da geht es um die Ansprache potenzieller Nachwuchskräfte.

Ziel des heutigen Kongresses ist es, mit Ihnen darüber zu diskutieren, wie die Generation Z „tickt“.

Renommierete Referenten aus Theorie und Praxis werden Ihnen heute

- einerseits Bedürfnisse und Einstellungen der „Generation Z“ aufzeigen
- und andererseits konkrete Ansatzpunkte für die Gestaltung einer zeitgemäßen Ausbildung nennen.

So geht Professor Scholz im Anschluss näher auf die Generation Z aus wissenschaftlicher Perspektive ein. Er ist Direktor des Instituts für Managementkompetenz an der Universität des Saarlandes.

Danach berichtet mit Andreas Eder von der Audi AG ein Praktiker über die „Generationenbefragung 2016“. Er stellt die Generation Z der Generation Y bei Audi gegenüber.

Nach dem Mittagsimbiss finden dann zeitgleich drei Foren statt. Auch hierbei erhalten wir einen Einblick in die Praxis.

- Dajana Prellwitz, Leiterin der NETZSCH-Academy, rückt das Ausbildungsmarketing in den Fokus.
- Gisela Grammes und Tobias Erfurth von BMW sprechen über die stärkenorientierte Ausbildung.
- Und Roland Biebl, Ausbildungsleiter bei ZF Friedrichshafen und unser Vorsitzender des bayme vbm Berufsbildungsausschusses, beleuchtet die Digitalisierung in der Ausbildung.

Ich freue mich sehr, dass sich Vertreter unserer Mitgliedsunternehmen einbringen. Davon lebt ein Verband. Vielen Dank dafür.

Mein Dank gilt natürlich allen, die heute hier sind und diesen Kongress mit ihren Vorträgen und Erfahrungsberichten bereichern!

Für uns als bayerische Metall- und Elektroarbeitgeber steht heute vor allem die

Frage im Mittelpunkt, welche Potenziale und Herausforderungen sich aus den Kenntnissen über die Generation Z für die Ausbildung ableiten lassen.

Auf unseren Ausbildungsstellenmarkt drängt eine Generation,

- die in einer digitalisierten Welt aufgewachsen ist und ein Leben ohne Smartphone gar nicht kennt,
- die nach allgemeinem Urteil selbstbewusst ist, gleichzeitig aber sicherheitsorientiert und nicht besonders lautstark auftritt,
- die von manchen als wenig politisch charakterisiert wird,
- und die zumindest an der Oberfläche in der Arbeitswelt Wert auf eine klare Trennung zwischen Beruf und Privatleben Wert legt.

Die Generation Z, so hört man, ist in den Augen mancher direkten Vorgesetzten vor allem fordernd und unentschlossen.

Ein Charakteristikum der Generation Z ist auch, dass sie in einem widersprüchlichen gesellschaftlichen Umfeld aufwächst:

Uns geht es so gut, wie noch nie. Trotzdem besteht eine tiefe, gesellschaftliche Verunsicherung, die vieles in Frage stellt.

Die genannten Merkmale haben Auswirkungen auf Rekrutierungsmaßnahmen und die Ausbildung selbst.

Beim Ausbildungsmarketing müssen sich die Unternehmen heute in der Regel stärker anstrengen als noch vor ein paar Jahren.

Fakt ist, dass die Generation Z den Fachkräftemangel registriert hat und um die eigene starke Verhandlungsposition im Bewerbungsverfahren weiß.

Umso wichtiger ist es, die zentralen Einflussfaktoren auf die Generation Z zu kennen.

Zum einen spielen hier die generellen Lebensziele der Nachwuchskräfte eine wichtige Rolle.

Hauptmotive bei der Berufswahl sind für die Generation Z

- die Chance auf abwechslungsreiche Tätigkeiten,

- angenehme Arbeitsbedingungen,
- und Sicherheitsaspekte.

Zum anderen sind Eltern, Familie und Freunde die wichtigsten Bezugspersonen in der Phase der Berufsorientierung. Hier hat sich im Vergleich zu früher nicht viel geändert.

- Den Eltern kommt dabei die Schlüsselrolle zu: Sie sind für 86 Prozent der Schüler eine wichtige Anlaufstelle.
- Dahinter folgen Freunde und Bekannte mit 74 Prozent.

Für die Unternehmen heißt das, dass auch Veranstaltungen außerhalb der digitalen Welt wichtig bleiben.

Nur bei Ausbildungs- und Berufsmessen sowie Betriebsbesichtigungen ist der persönliche Kontakt zu Eltern möglich.

Darüber hinaus sind den Jugendlichen Praktika und Möglichkeiten zum Probearbeiten sehr wichtig.

Vor diesem Hintergrund ist es erstaunlich, dass in Deutschland lediglich 50 Prozent der

Unternehmen häufig oder sehr häufig Praktika und nur 30 Prozent die Möglichkeit zur Probearbeit anbieten.

Zudem trägt die richtige Online-Strategie entscheidend zum Rekrutierungserfolg bei.

Hier ist jedoch Differenzierungsvermögen gefragt:

- 80 Prozent der Jugendlichen surfen am häufigsten mit ihrem Smartphone im Internet. Eine mobile Website sollte demnach zum Standard-Repertoire jedes Unternehmens zählen.
- 70 Prozent der Jugendlichen nutzen das Internet zur Recherche nach berufsbezogenen Informationen.
- Die sozialen Medien erzeugen zwar Aufmerksamkeit, doch nur 28 Prozent nutzen Social-Media-Kanäle zu tieferen Informationszwecken.
- Um sich weitergehende Informationen zu beschaffen, setzen die Jugendlichen auf klassische Online-Kanäle wie Karriereseiten der Unternehmen.

Alles Punkte, die es zu berücksichtigen gilt.



Auch der Aufbau der Ausbildung muss an die Besonderheiten und Präferenzen der Generation Z angepasst werden.

Das gilt insbesondere für das Lernen und Lehren.

Wie die Generation Y ist auch die Generation Z durch ihre Erfahrungen in der digitalen Welt geprägt.

Dementsprechend haben sie andere Erwartungen an das Lernen und Arbeiten.

Beide Generationen zählen zu den „digital Lernenden“, die sich von den „traditionell Lernenden“ – also den Geburtsjahrgängen vor 1980 – folgendermaßen unterscheiden:

- Digital Lernende bevorzugen das gemeinsame, kreative Erarbeiten neuer Inhalte.

Sie erforschen gerne und suchen erst dann nach Informationen im Internet, wenn sie sich mit einer konkreten Frage befassen. Dadurch sind sie von Anfang an „bei der Sache“.

Doch auch formelle Lehrformate wie der betriebliche Unterricht bleiben für die

Generation Z wichtig. Sie geben den sicherheitsbedürftigen Jugendlichen Struktur.

- Darüber hinaus sind die Aufmerksamkeitsspannen der Generation Z in der Regel kürzer. Das hat auch mit dem hohen Ablenkungsniveau der digitalen Welt zu tun.

Die junge Generation ist nicht immer willens, linear zu lernen und nicht immer konzentriert und zielgerichtet genug, um ein Sachbuch durchzuackern.

Bei der Generation Z ist es eher erfolgsversprechend, Lerninhalte spielerisch und abwechslungsreich zu vermitteln.

Unternehmen können zum Beispiel digitale Elemente in die Ausbildung einbauen.

Zu nennen sind hier Quizformate, Erklärvideos oder Infografiken.

Die Unternehmen reagieren auf diese Lernbedürfnisse der heutigen Azubis.

Es bleibt aber ebenso Aufgabe der Ausbilder, ihren Schützlingen zu vermitteln, dass „googeln“ alleine nicht ausreicht.

Die betriebliche Ausbildung ist manchmal anstrengend und erfordert auch heute noch ein gewisses Maß an Leistungsbereitschaft.

Als Verbände stellen wir unseren Mitgliedern ein ganzes Servicepaket zur Verfügung, um sie beim Update ihrer Ausbildungsaktivitäten zu unterstützen.

Wir organisieren zahlreiche Veranstaltungen zum Thema. Dieser Kongress ist ein Beispiel dafür.

Ausbildungsverantwortliche und Personalentwickler haben zusätzlich die Möglichkeit, vielfältige Trainingsreihen im Ausbildungsbereich zu besuchen.

Dabei geht es unter anderem um die systematische Gestaltung einer Ausbildung in der M+E Industrie oder die zukunftsorientierte Ausrichtung von Ausbildungsmaßnahmen in Zeiten der Digitalisierung.

Darüber hinaus bieten wir unseren Mitgliedsunternehmen digitale Optionen wie Webinare an.

Darin gehen wir näher auf Themen wie „Lernvideos in der Ausbildung“, „Azubi-Knigge 4.0“ oder „Medienkompetenz für Ausbilder“ ein.

Schließlich haben unsere Mitglieder auch Zugriff auf viele verschiedene Publikationen. Ich nenne hier nur das Gutachten „Digitale Souveränität und Bildung“ unseres bundesweit beachteten Aktionsrats Bildung.

Meine Damen und Herren,

unser Wirtschaftsstandort ist auf gut ausgebildete Nachwuchskräfte angewiesen.

Um erfolgreich zu bleiben, müssen wir die international hochangesehene betriebliche Ausbildung fortwährend optimieren.

Dieser Kongress kann einen Beitrag dazu leisten.

Ich freue mich jetzt auf die weiteren Vorträge und wünsche uns allen eine interessante Veranstaltung!

Vielen Dank.