



Loben, chatten, zocken

Wie tickt die Generation Z? Wo unterscheidet sie sich von ihren Vorgängern? Und wie begeistere ich sie für eine Ausbildung? Im Interview gibt Felicia Ullrich, Trainerin und Expertin für das Thema Azubi-Recruiting, Einblicke in die Gewohnheiten und Wünsche der Azubis von morgen.

- Interview: Isabel Christian

Sie nennen die jetzige Generation der 14- bis 19-Jährigen die „Generation Zocker“. Warum? Die aktuelle JIM-Studie zeigt, dass 74 Prozent der Jugendlichen regelmäßig Computerspiele spielen, also zocken. Sie spielen sich von Level zu Level, bekommen unmittelbar Feedback und sammeln Belohnungen ein. Ich bin überzeugt, dass diese Gewohnheit auch Einfluss auf das Denken und Handeln der Jugendlichen hat, es ist keine reine Freizeitbeschäftigung. Sie sind daran gewöhnt, permanent auf die Schulter geklopft zu bekommen, digital und zu Hause von den Eltern.

Was hat das Elternhaus damit zu tun? Viele Jugendliche werden von ihren Eltern helikoptert. Bei einer schlechten Note hören viele, dass der Lehrer schuld oder die Arbeit viel zu schwer gewesen sei. Dazu kommt, dass Mama und Papa ihnen ganz viele unangenehme Dinge abnehmen. Telefonieren ist den ans Chatten gewohnten Jugendlichen zum Beispiel ein echter Graus.

Das klingt, als wachse eine Generation von Prinzessinnen und Prinzen heran... Die Jugendlichen haben auf jeden Fall vordergründig ein höheres Selbstbewusstsein als frühere Generationen. Sie wissen, dass es von ihnen zu wenige gibt und sie deshalb

Felicia Ullrich hat die u-form Testsysteme – einen Anbieter für E-Recruiting Lösungen in der Ausbildung – gegründet. Ihr Herz schlägt für das Thema Ausbildungsmarketing, das sie in Workshops und Vorträgen vermittelt.



Wie bekomme ich die Jugendlichen überhaupt in meinen Betrieb? Was die Prozesse angeht, sind die Jugendlichen sehr digital. Sie wollen eine gut gemachte, digitale Ansprache, zum Beispiel über die Webseite.

heiß begehrt sind. Das hat Auswirkungen auf ihre Selbstwahrnehmung. So hat eine Befragung für die Azubi-Recruiting Trends 2020 ergeben, dass 76 Prozent der befragten Jugendlichen sich selbst ein gutes Benehmen attestieren. Diese Meinung teilten nur 17 Prozent der Ausbilder. Um echtes Selbstbewusstsein zu entwickeln, muss man Erfahrungen machen, scheitern und wieder aufstehen. Diese Erfahrungen machen viele Jugendliche aber nicht, weil die Eltern sie von allem fernzuhalten versuchen, was gefährlich sein kann.

Was bedeutet das für die Ausbilder in den Betrieben? Sie müssen ihre Azubis ein bisschen nacherziehen. Zum Beispiel darin, Geduld zu haben und Toleranz für eigene Fehler zu entwickeln. Sie müssen lernen, dass es nicht immer an äußeren Umständen liegt, wenn mal was daneben geht. Auch werden die Betriebe zu mehr Microlearning übergehen müssen, also kurze, kompakte Einheiten der Wissensvermittlung, andernfalls bleiben die leicht ablenkbaren Azubis nicht bei der Stange. Darüber hinaus werden Ausbilder viel stärker den Sinn dessen erklären müssen, was die Azubis tun sollen. Diese Generation arbeitet nicht in erster Linie des Geldes wegen, sondern weil sie etwas Sinnvolles machen will.



Auch eine Chatfunktion, bei der man Fragen stellen kann, kommt in der Regel gut an. Wichtig ist es dabei aber, dass schnell eine Reaktion vom Unternehmen kommt. Die Generation WhatsApp ist es nicht gewohnt, tagelang auf Antworten zu warten. Wenn es aber ans Eingemachte geht, etwa das Bewerbungsgespräch, dann bevorzugen die Jugendlichen den persönlichen Kontakt. Sie wollen sehen, wie der Betrieb aussieht und mit wem sie es dort zu tun bekommen.

Welche Möglichkeiten habe ich noch, die „Generation Z“ digital auf mich aufmerksam zu machen? Es gibt nicht den einen richtigen Weg. Wichtig ist es in jedem Fall, bei Google sichtbar zu sein. In der Umfrage zu den Azubi Recruiting Trends 2019 gaben 84 Prozent an, dass sie in erster Linie nach einem Ausbildungsplatz googeln. Auf Platz zwei folgt die Jobbörse der Arbeitsagentur, denn hier erfahren die Jugendlichen am schnellsten, wer ihren Traumjob in ihrer Umgebung anbietet. Aber bitte dort keine lieblose Anzeige aufgeben, gestalten Sie sie nett, Sie wollen die Jugendlichen ja nicht abschrecken.

Social Media spielt als Info-Kanal für Jobs nur für fünf Prozent der befragten Jugendlichen eine Rolle. Social Media wird in dieser Funktion deutlich überbewertet. Unter anderem deshalb, weil man nicht nach Jobs suchen kann. Social Media ist aus meiner Sicht kein Recruiting-Kanal, sondern sollte von Unternehmen als Möglichkeit der Selbstpräsentation genutzt werden. Deshalb würde ich Unternehmensvideos immer auch bei Youtube hochladen. Auf der Plattform sind immer noch über 90 Prozent der Jugendlichen aktiv. Davon ab sollten wir aber auch akzeptieren, dass Social Media für die Jugendlichen vor allem Privatleben bedeutet. Wenn mir früher in der Disco jemand einen Flyer mit Ausbildungsangeboten in die Hand gedrückt hätte, hätte ich das auch doof gefunden. So ähnlich ergeht es den Jugendlichen, wenn sie auf „ihren“ Plattformen ständig mit Jobangeboten konfrontiert werden.

Link zum Download der Studie Azubi Recruiting Trends:
www.testsysteme.de/studie

Freiheit und Führung

Die Zeiten haben sich verändert: Früher mussten sich die Jugendlichen anstrengen, um eine Lehrstelle zu bekommen oder übernommen zu werden. Die Generation Z hat diesen Druck nicht. Sie weiß genau, dass sie gefragt ist. Das hat Folgen: Die Bereitschaft, Leistung zu zeigen, ist gesunken. Die Generation Z legt viel Wert auf ihre Freizeit. Karriere als Führungskraft möchten viele nicht machen. Gleichzeitig fordert die Generation Z viel ein: Schon im Bewerbungsgespräch fragen viele nach flexiblen Arbeitszeiten. Die jungen Leuten wünschen sich zudem eine Kommunikation auf Augenhöhe – Hierarchien kennen sie von zu Hause und aus den Schulen nicht mehr. Jeder wird gleich angesprochen, ob Meister oder Azubi. Die Generation ist aber auch sehr offen für Neues und nicht festgefahren in ihrem Verhalten. Sie ist umweltbewusst – für

viele unserer Bewerber ist unser Engagement bei alternativen Antriebstechniken der Grund, sich bei uns zu bewerben. Wie geht man damit in der Ausbildung um? Wir müssen die heutige Generation viel freier führen als früher, wir müssen uns auf sie einlassen, ihre Ansprüche und Interessen erkennen und befriedigen. Gleichzeitig braucht es aber auch einen Rahmen: Disziplin und Regeln. Mit dieser Mischung klappt das bei uns sehr gut!

Christian Peter (55) ist Leiter Ausbildung bei Alstom in Salzgitter.

