



Am 3. November 2022 fand im Rahmen von FutureCraft ein World Café mit 6 Gesprächsrunden und vielen engagierten Teilnehmenden statt. Dieses Format hat eine Fülle großartiger Ergebnisse hervorgebracht. Besonders wertvoll war die Teilnahme von 14 Schülerinnen und Schülern. So konnte die Perspektive der zukünftigen Fachkräftegeneration unmittelbar einfließen. Gerade dieser Aspekt war es, der nicht nur von den Schülerinnen und Schülern, sondern von allen Teilnehmenden als besonders zielführend und bereichernd wahrgenommen wurde. Die Ergebnisse des Workshops sind hier zusammengefasst.

FUTURE SKILLS



TRANSFORMATIVE TECHNOLOGIE

Future Skills sind neue Fähigkeiten und Kompetenzen, die wir zukünftig brauchen, da sich unsere Arbeits- und Lebenswelt in Zukunft beständig und dynamisch entwickeln wird.

Wichtig sind für Unternehmen 2 Fragen:

- Welche Future Skills werden im Arbeitsleben benötigt?
- Und wie werden sie entwickelt?



DIGITALE KOMPETENZ

Lehrkräfte und AusbilderInnen verfügen über diese Skills weniger als die Digital Natives, die mit dem digitalen und technologischen Transformationsprozess aufwachsen – nutzen Sie diese Kompetenz und befähigen Sie Ihre Auszubildenden zur Kenntnis und Weitergabe ihres impliziten Wissens!

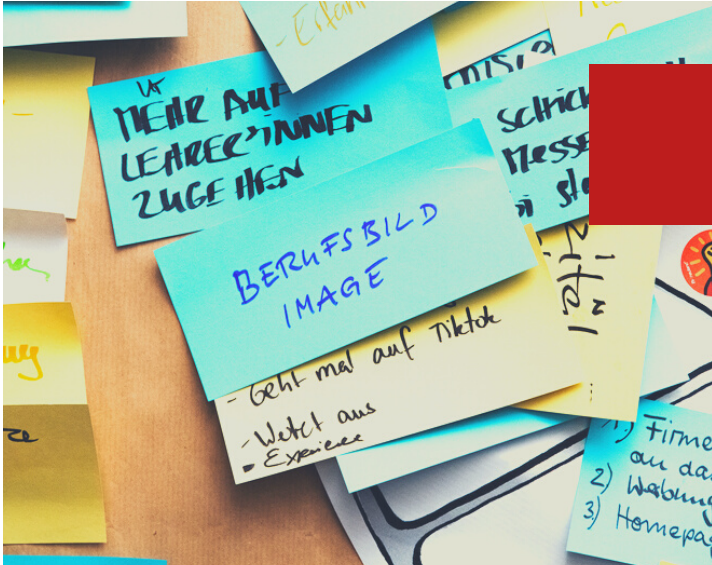


NICHT-DIGITALE SCHLÜSSELKOMPETENZEN

Was können Sie tun?

- Investieren Sie in Weiterbildung Ihrer Mitarbeitenden und Ihrer Azubis, um die benötigten Kompetenzen zu erwerben.
- Gehen Sie in den Austausch mit Hochschulen und anderen Bildungsanbietern, um Bedarfe zu erfassen und zielgerichtete Weiterbildungsangebote zu diesen Themen zu entwickeln.

BERUFSORIENTIERUNG



PRAKTISCH

Bevor Jugendliche sich überhaupt für ein berufliches Ziel entscheiden können, benötigen sie Informationen. Digitale Angebote sind sinnvoll, können aber den persönlichen Eindruck nicht ersetzen. Die Atmosphäre im Betrieb (Arbeitsklima, Gesprächston, Geruch, Lautstärke, Räumlichkeiten) lässt sich nur vor Ort erfahren.

LEBENDIG

Starten Sie am besten mit digitalen Formaten, z.B. Videos auf Ihrer Webseite oder in den sozialen Medien, um Interesse zu wecken. Bieten Sie dann Schnuppertage, Praktika oder einen Tag der offenen Tür an, damit die Ausbildungsinteressierten einen authentischen Eindruck von Ihrem Unternehmen bekommen (siehe unten: Ausbildungsmarketing).



AUTHENTISCH

Was können Sie tun?

- Zusammenarbeit mit Schulen, um über Ihre Ausbildungsberufe zu informieren.
- Neue Formate nutzen, um Berufe erlebbar zu machen.
- Beziehen Sie immer auch die Eltern mit ein – denn sie sind die Ratgeber ihrer zukünftigen Fachkräfte und erstes Vorbild.



AUSBILDUNGSMARKETING



PROFESSIONELL

1. Karriereseite

- Aktuelle, kurze und gut aufbereitete Informationen mit Bildern, Videos oder einem Quiz
- Benefits und Alleinstellungsmerkmale des Betriebes aufführen
- Anforderungen an die Bewerbenden als Wünsche formulieren

NIEDRIGSCHWELIG

- einfacher und transparenter Bewerbungsprozess
- zielgruppengerechte Ansprache
- Ansprechperson mit Namen, Kontaktmöglichkeiten und mit Bild.
- Gute Willkommenskultur und Onboarding, unbedingt auch hier: Eltern einbeziehen



ZIELGERICHTET

2. Social Media

- professionell erarbeitete Strategie, gute Zielgruppenanalyse und entsprechend angepasste Inhalte
- Bereitstellung von Ressourcen – Ausbildungsmarketing kostet Zeit.
- Breit gefächerte und authentische Informationen, vom Arbeitsalltag über das Teamevent hin zum Bürohund.



PRAKTIKA

3. Schülerpraktika

Je früher der Kontakt zu Ausbildungsinteressierten stattfindet, desto nachhaltiger – ein zufriedener Praktikant bewirbt sich oft auch für eine Ausbildung.

Wichtig: Die Praktika müssen gut vorbereitet sein!

- Zeit- und Arbeitsplan,
- persönlicher Mentor für den Praktikanten,
- Reflektion und Feedback einplanen



ANSPRACHE

4. Wertschätzung der Mitarbeitenden

Wir haben inzwischen einen Arbeitnehmermarkt. Der Arbeitgeber ist die Marke, der Arbeitsplatz das Produkt. Unternehmen sollten sich überlegen, wie sie ihr Produkt und die Marke am besten präsentieren.

„Dem Fisch schmeckt der Köder – nicht dem Angler!“



OFFENHEIT

Was können Sie tun?

- Investieren Sie in eine gute Suchmaschinenoptimierung.
- Stellen Sie Ressourcen für ein gutes Ausbildungsmarketing bereit.
- Bieten Sie gut vorbereitete und betreute Schülerpraktika an.
- Bewerben Sie sich bei zukünftigen Mitarbeitenden.
- Binden Sie Azubis ein.

AUSBILDUNG



AUGENHÖHE

Jungen Menschen ist es wichtig, dass sie sich entwickeln dürfen und „an die Hand genommen werden“.
Ausbildungsverantwortliche haben einen **Erziehungsauftrag**, sie begleiten die persönliche Entwicklung des Azubis und sollten sich dieser Verantwortung bewusst sein.

WERTSCHÄTZEND

- **Ausbildung als Querschnittsaufgabe wahrnehmen**
- **Prozess strukturieren und visualisieren, erreichte Meilensteine zelebrieren**
- **Rolle neu definieren – vom Ausbilder zum Lernbegleiter**
- **Fehlerkultur leben – keiner ist perfekt, zum Lernen gehört es, Fehler machen zu dürfen**
- **Sinn stiften – wichtig ist die Frage „Wofür lerne ich das?“**



STRUKTURIERT

Was können Sie tun?

- **Ausbildung als Prozess mit konkreten Meilensteinen und Zielen aufsetzen.**
- **Regelmäßige gegenseitige Feedbackgespräche mit den Azubis festlegen, um Ziele und Erwartungen zu klären**
- **Nehmen Sie sich Zeit!**
- **Loben nicht vergessen!**
- **Zukunftstechnologien sinnvoll einbinden.**



GAMIFICATION



SPASS

Das zentrale Element ist SPASS. Die Informationen zu den Berufen sind wertvoll und wichtig, müssen aber gut aufbereitet sein. Broschüren oder Webseiten mit langen Texten oder theoretische Vorträge in Schulen werden als langweilig empfunden, besser sind Videos, digitale Betriebsbesuche oder interaktive Angebote mit spielerischen Elementen.

SCHNITTSTELLEN

Zudem braucht es Schnittstellen zwischen Schulen und Betrieben. Projekte, die entsprechende Angebote machen und Unterstützung leisten können, werden als sehr zielführend empfunden, da in den Unternehmen Kompetenzen und Ressourcen gefragt sind, die nicht ohne weiteres vorhanden sind.



SPIELEN

Ideen zur Umsetzung

- Simulationen
- Quiz (Fachwörter, Werkzeuge)
- Berufe Game (mit Möglichkeit der Reflektion und mit Kontaktmöglichkeiten)
- „Tinder“ für Berufe/Praktikum (StickTo)
- Challenges mit Wettbewerbscharakter erhöhen die Motivation.

ZITATE AUS DEN WORKSHOPS

Die Unternehmens-
Websites könnten
mehr WOW-Effekte
vertragen.

Die Zielgruppe muss
man da erreichen, wo
sie offen für das
Thema ist.

Schüler*innen wollen
nicht umworben
werden.

Jugendliche muss
man auch jung sein
lassen!

E-Sportler sind gute
Leute!