



► **2.1.321 - Fachkräftegewinnung durch  
Perspektivwechsel – fokussierte  
Dauerbeobachtung in der  
Agrarwirtschaft und im  
Musikinstrumentenbau**

Entwicklungsprojekt: Projektbeschreibung

**Markus Bretschneider (Dr. Inga Schad-  
Dankwart, Jil Schirner)**

Laufzeit I/24 bis II/26  
Bonn September 2023

Bundesinstitut für Berufsbildung  
Robert-Schuman-Platz 3  
53175 Bonn  
Telefon: 0228/107-1002  
E-Mail: [bretschneider@bibb.de](mailto:bretschneider@bibb.de)

**Mehr Informationen unter:**  
[www.bibb.de](http://www.bibb.de)

## **1 Das Wichtigste in Kürze**

Zur Bewältigung der digitalen und ökologischen Transformation sowie einem steigenden Fachkräftemangel kommt der Gewinnung von Auszubildenden für das duale System eine wachsende Bedeutung zu. Vor diesem Hintergrund sind Betriebe gezwungen, möglichst effektiv und nachhaltig ihre Ausbildungsberufe zu bewerben, um im Wettstreit um potenzielle Auszubildende erfolgreich zu sein. Wie und mit welchen Mitteln dabei das Interesse von Jugendlichen für Berufe möglichst nachhaltig geweckt werden kann, ist jedoch nicht eindeutig. Mit einer zunehmenden Digitalisierung des täglichen Lebens besitzt insbesondere das Smartphone bei Jugendlichen der Generation Z große Bedeutung für das Gewinnen von Informationen im Rahmen der Berufswahl. Und auch die Anforderungen an das Leben, eine Berufstätigkeit und eine Ausbildung haben sich im Vergleich zu vorausgehenden Generationen verändert. Das vorliegende Vorhaben erfolgt im Rahmen der Dauerbeobachtung von Branchen und Berufen. Es sollen sowohl die Annahmen bezüglich der Erwartungen Jugendlicher, die Betriebe für die Gewinnung von Auszubildenden zu Grunde legen, als auch die Erwartungen Jugendlicher, die sie selbst an ihre Ausbildung und Berufstätigkeit stellen, fokussiert werden. Durch die Verschränkung dieser beiden Perspektiven sollen Ansätze für ein verbessertes Recruiting identifiziert werden. Die Branchen der Agrarwirtschaft und der Herstellung von Musikinstrumenten werden untersucht, um aus diesem Perspektivwechsel gewonnene Erkenntnisse in Form von wissenschaftsbasierten Handlungsempfehlungen u.a. in Beratungskontexten der beiden Branchen zur Verfügung zu stellen.

## **2 Begründung**

### **Zuordnung zu den Themenclustern oder Themenschwerpunkten des BIBB**

Das geplante Vorhaben ist dem Themendcluster „Berufsorientierung und Übergänge – Integration in Ausbildung und Beruf“ zuzuordnen.

### **Ausgangslage/Problemdarstellung**

Im Zuge des demographischen Wandels wächst sich ein branchenspezifischer Fachkräftemangel derzeit allmählich aus (BONIN 2020; HÜTHER 2010). Diese Entwicklung wurde durch branchenspezifische Engpässe während der und durch die Corona Pandemie besonders offensichtlich (KLAUBER u. a. 2023). So führte der viel diskutierte Fachkräftemangel im Pflegebereich zu teilweise erheblichen Engpassituationen in Krankenhäusern und stellte sowohl Pflegenden als auch Patienten und Patientinnen vor große Herausforderungen. Lange Schließphasen im Gastronomie- und Hotelbereich zogen eine Abwanderung von Fachkräften in andere Branchen nach sich, der auch nach der Normalisierung des öffentlichen Lebens weiterhin besteht und sich trotz großer Bemühungen zur Rückgewinnung bzw. Neugewinnung von Fachkräften bisher nicht beheben ließ (SALUBURGER 2022). Nicht zuletzt verdeutlicht der Engpass an Handwerkern und Handwerkerinnen sowie Fachkräften in der Baubranche, welche schwerwiegenden Folgen der Fachkräftemangel für die Bewältigung der erforderlichen ökologischen Transformation haben kann. Fachkräfte aus diesen Branchen tragen wesentlich

zum Ausbau erneuerbarer Energien, der Installation klimafreundlicher Heizungsanlagen sowie notwendigen Klimaanpassungsmaßnahmen an Gebäuden bei (MAIER u. a. 2022). Verschärft durch den anhaltenden Akademisierungstrend wird in den nächsten Jahren insbesondere ein Mangel an Fachkräften auf mittlerem Bildungsniveau erwartet. Im Zuge der Fachkräftegewinnung werben Betriebe dabei insbesondere um Auszubildende als zukünftige Fachkräfte. Aufgrund eines sich zu Gunsten ausbildungsplatzsuchender Personen entwickelnden Marktes (BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG 2022) kommen Betriebe jedoch immer häufiger in die Situation, sich bei diesen „bewerben“ zu müssen. Folgt man Äußerungen von Unternehmensvertretern und Unternehmensvertreterinnen sowie Zukunftsforschern und Zukunftsforscherinnen, scheinen sich Erwartungen der Generation Z an ihre Berufstätigkeit sowie an Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen verändert zu haben (AGENTUR JUNGES HERZ 2023; SCHULDT 2015). Personalrecruiter/-innen beklagen zudem, dass Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden trotz aller Bemühungen mitunter wenig Erfolg aufweisen. Neben allgemeinen Vorstellungen und Erwartungen von Jugendlichen an ihren zukünftigen Beruf können sich berufsspezifische Gründe – wie das Image eines Berufes, die Arbeitsbedingungen, die Verdienstmöglichkeiten während der Ausbildung und die Erreichbarkeit von Berufsschule, z. B. im Fall von Bundesfachklassen – auf die Berufswahl auswirken und die Fachkräftesituation branchenspezifisch beeinflussen. Durch den allgemeinen Attraktivitätsverlust der beruflichen Bildung gegenüber der akademischen Bildung sowie berufs- und branchenspezifische Herausforderungen verschärft sich der „Kampf um Talente“ (FOULON/HANDFIELD-JONES 1998) weiter und wird durch das Ausscheiden der Baby-Boomer-Generation aus dem Arbeitsmarkt in den kommenden Jahren noch zunehmen.

Diese Situation findet sich auch bei den 14 anerkannten Ausbildungsberufen im Agrarbereich, den so genannten „Grünen 14“. Betrachtet man die Entwicklung der Neuabschlüsse von Auszubildenden in den vergangenen Jahren, so fällt auf, dass sich die Zahl der Auszubildenden bereits seit dem Jahr 2006 mit 42.887 Auszubildenden bis zum Jahr 2019 auf 32.331 kontinuierlich verringert hat und bis 2021 lediglich leicht auf 33.207 Auszubildende angewachsen ist (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT 2023). Dabei unterscheiden sich einzelne Ausbildungsberufe deutlich voneinander und können einen relativ beständigen Aufwuchs an Auszubildenden (z. B. Fachkraft Agrarservice und Pflanzentechnologe/-in), eine gleichbleibende Zahl an Auszubildenden (z. B. Pferdewirt/-in und Winzer/-in) oder eine kontinuierlich sinkende Zahl an Auszubildenden (z. B. Fischwirt/-in, Hauswirtschafter/-in und Tierwirt/-in) aufweisen. Betrachtet man den Berufsbereich des Musikinstrumentenbaus, so lässt sich auch hier teilweise ein Rückgang der Auszubildendenzahlen erkennen. Anders als sich dies in den Berufen der Land- und Forstwirtschaft darstellt, ist der Rückgang der Auszubildenden jedoch nicht stetig und in den einzelnen Berufen des Instrumentenbaus ebenfalls sehr unterschiedlich (BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG 2023). Bislang liegen für beide Berufsbereiche keinerlei bzw. nur in sehr geringem Umfang branchenspezifische Untersuchungen des BIBB vor. Vor der Debatte des Fachkräftemangels wird eine tiefere Analyse dieser Bereiche jedoch als notwendig erachtet, da gerade die Grünen Berufe für Klimaanpassungsmaßnahmen und die Berufe des

Instrumentenbaus für den Erhalt von Kulturgut von zentraler Bedeutung sind. Dies wurde insbesondere durch die Ernennung des Orgelbaus zum immateriellen UNESCO Weltkulturerbe deutlich. Zudem bieten sich diese beiden Bereiche auf Grund ihrer unterschiedlichen Arbeitsinhalte und Arbeitsbedingungen an, verschiedene Rahmenbedingungen mit der Erwartungshaltung von Jugendlichen an ihren zukünftigen Beruf zu vergleichen und Maßnahmen der Fachkräftegewinnung vergleichend gegenüber zu stellen.

Die ergriffenen Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden sind vielfältig und lassen sich sowohl auf der Makro-, Meso- und Mikroebene finden. So lassen sich auf Bundesebene Programme und Initiativen finden, die einerseits auf die Attraktivitätssteigerung der Beruflichen Bildung, als auch auf die Begabtenförderung in der beruflichen Bildung abzielen; ebenso wie zahlreiche Projekte im Bereich der Berufsorientierung. Auf Branchen- oder Verbandsebene werden zahlreiche Werbekampagnen entwickelt (z. B. Nachwuchsinitiative für das Maler- und Stuckateurhandwerk unter <https://www.deine-zukunft-ist-bunt.de> oder Nachwuchsinitiative für den anerkannten Ausbildungsberuf Gärtner/-in unter <https://berufgartner.de>), ebenso auf betrieblicher Ebene. Informationsveranstaltungen oder die Möglichkeit an Schnuppertagen teilzunehmen, ermöglicht es interessierten Personen, sich ausreichend mit Berufen und Arbeitsbedingungen vertraut zu machen. Hinzu kommt eine fortschreitende Professionalisierung des Ausbildungspersonals als ein essenzieller Aspekt der Ausbildungsqualität sowie Kampagnen zur Gewinnung von Berufsschullehrkräften in Verbindung mit Möglichkeit von Seiten- und Quereinstiegen. Auch wird die Attraktivität von Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der beruflichen Bildung durch finanzielle Unterstützung, wie z. B. einer Förderung gemäß Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz, gesteigert. Und nicht zuletzt sollen zunehmende Anrechnungsmöglichkeiten von bereits erbrachten Leistungen und eine damit garantierte Durchlässigkeit sowohl von der beruflichen Bildung in den akademischen Bereich als auch innerhalb der beruflichen Bildung junge Menschen anziehen und die Attraktivität einer beruflichen Ausbildung auch bei hochschulzugangsberechtigten Jugendlichen erhöhen (VOGEL u. a. 2017; BRAHM u. a. 2022)

Im Fokus des hier beschriebenen Vorhabens stehen Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden als zukünftige Fachkräfte. Denn auch wenn viele Bemühungen von Seiten der Politik, der Fachverbände als auch der Betriebe selber unternommen werden, ist die Anzahl derjenigen, die einen Ausbildungsplatz nachfragen, in den vergangenen Jahren rückläufig (BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG 2022). Erschwerend kommt hinzu, dass jährlich eine gewisse Anzahl an Ausbildungsplätzen unbesetzt bleibt, obwohl Jugendliche, die sich für eine Ausbildung interessieren, noch unversorgt sind. Der drohende Fachkräftemangel wird damit sowohl durch die mangelnde Attraktivität der dualen Berufsausbildung als auch durch ein Passungsproblem zwischen dem Angebot an Ausbildungsstellen und interessierten Personen verschärft. Welche Gründe dieses Passungsproblem hervorrufen, ist dabei nicht offensichtlich. Für eine effiziente Reduktion dieser beiden Herausforderungen bedarf es daher der tieferen Betrachtung beider Perspektiven: Einerseits die Perspektive der Ausbildungsbetriebe, der Fachverbände und der übergeordneten Akteure in der beruflichen

Bildung, ebenso aber auch die Perspektive der Jugendlichen, welche die Zielgruppe vieler Maßnahmen darstellen.

Ein möglicher Grund dieses Passungsproblems kann in sich verändernden Anforderungen und Erwartungen der Jugendlichen an Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen, ihre Berufstätigkeit sowie ihrem Such- und Informationsverhalten liegen. So wird von der Generation Z – geboren zwischen 1995 und 2012 – angenommen (bei der Definition einer Generation kommt es weniger auf das Geburtsjahr, sondern vielmehr auf das verbindende Wertemuster an (SCHOLZ 2014)), dass sie einen größeren Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis und striktere Trennung zwischen Arbeitsleben und Freizeit legt als die Generationen vor ihnen (BARHATE/DIRANI 2022; SCHOLZ 2014); zugleich sind Jugendliche dieser Generation aber bereit, viel zu leisten, wenn sie Sinn in ihrer Arbeit sehen (SCHOLZ 2014). Dementsprechend wird der Generation Z oft nachgesagt, dass sie „purpose-getrieben“ sei. Betrachtet man die Ergebnisse der aktuellen Studie „Jugend in Deutschland“ (SCHNETZER/HAMPEL/HURRELMANN 2023) scheint dies jedoch – gerade im Vergleich zu vorherigen Generationen – nicht eindeutig zu sein. Ergebnisse weisen darauf hin, dass der Generation Z, ebenso wie den Generationen davor, die Bezahlung ihrer Arbeit sehr wichtig ist, die Sinnhaftigkeit der Arbeit, anderes als erwartet, älteren Generationen jedoch wichtiger ist. Die Unsicherheit bzw. eine genaue Vorstellung darüber, welche Wertevorstellungen Generation Z hat und welche Faktoren sie bei der Berufswahl motiviert, spiegelt sich oft auch in der Ratlosigkeit von Personalrecruitern und Personalrecruiterinnen sowie Bildungspersonal wider.

Auch das Kommunikations- und Informationsverhalten derjenigen, die derzeit in den Arbeitsmarkt eintreten, hat sich im Gegensatz zu vorherigen Generationen grundlegend geändert. Während vorherige Generationen noch ohne Smartphone und Informationen on demand aufgewachsen sind, verbringt vor allem die jüngere Generation viel Zeit online, um z. B. auf sozialen Netzwerken zu surfen, mit Freunden zu chatten, Einkäufe und Bezahlungen zu erledigen oder sich an einen Ort navigieren zu lassen. Dementsprechend stehen ihnen tagtäglich große Mengen an Informationen und Ereignissen zur Verfügung, die sie „ liken“ oder „dislik en“ können. Gerade große Betriebe tendieren daher dazu, Jugendliche auf Social-Media-Kanälen anzusprechen. Durch kurze Videos soll dabei die „awareness“ der Jugendlichen für duale Ausbildungsberufe geweckt werden. Die Ansprache soll dabei möglichst nah an der Lebenswelt von Jugendlichen sein. Zwar ist eine adressatengerechte Ansprache für das Wecken der ersten Aufmerksamkeit unbestritten, jedoch bleibt die Frage offen, ob im Anschluss daran das Interesse der Jugendlichen an einer Branche oder einem Beruf tatsächlich hervorgerufen wird. Angenommen werden kann, dass dies dann wahrscheinlicher ist, wenn sich bereits bei der Aufnahme erster Informationen die (erwarteten) Erwartungen der Jugendlichen in der Aufbereitung von Informationen wiederfinden.

Vor diesem Hintergrund besteht das Ziel des vorliegenden Vorhabens darin, beide Perspektiven, d. h. die betriebliche Sicht mit der Perspektive der Jugendlichen tiefergehend

zu beleuchten und aus dem Vergleich der betrieblichen Bedarfe mit den Erwartungen von Jugendlichen Möglichkeiten zur Abschwächung des Passungsproblems zu entwickeln. Dann, so die Annahme, lassen sich identifizierte Aspekte als Ansatzstellen betrieblicher Maßnahmen für eine Steigerung der Attraktivität von betrieblicher Ausbildung in einem Beruf oder einer Branche, sowie für die Entwicklung weiterer Rekrutierungsansätze und -tools nutzen. Dies soll am Beispiel von zwei kleineren Branchen, dem Agrarbereich und der Berufe des Instrumentenbaus, erfolgen.

## **Theoretischer Hintergrund**

Der erste Schritt in den Arbeitsmarkt beginnt für die meisten Personen nach Beendigung der Schulzeit. Während für einige Schüler schon sehr früh klar ist, welchen Weg sie einschlagen wollen, stellt andere die Berufswahl vor die bisher wichtigste und herausforderndste Entscheidung ihres Lebens. Dabei ist dies keine Entscheidung, die in einem kurzen Moment getroffen wird, sondern unterliegt vielmehr einem oft langwierigen Prozess der bereits in frühen Jahren beginnen kann (SEIFERT 1977). Die Entscheidung für oder gegen einen Beruf hängt dabei von vielen Faktoren, wie z. B. den Eltern, dem sozialen Umfeld oder den Arbeitsbedingungen ab. Linda GOTTFREDSON (1981) stellt die Berufswahl als einen Prozess der Kompromissfindung dar, in dem es „um den Versuch des Individuums geht, das Wunschbild vom eigenen Selbst/Ich umzusetzen“ (BIMROSE 2008). Stärker als in anderen Berufswahltheorien stellt Gottfredson den Wunsch, das soziale Selbst zu verwirklichen, in den Mittelpunkt der Berufswahl. Dabei ist das soziale Selbst durch Faktoren wie das Geschlecht, die soziale Herkunft und die Stellung in der Gesellschaft gekennzeichnet. Dementsprechend werden einige Berufe als passend empfunden, andere fallen auf Grund eines Empfindens, dass dieser Beruf nicht passt, aus dem Aspirationsfeld heraus. Im Laufe des Entwicklungsprozesses werden die Berufe, die in die engere Auswahl kommen, immer weiter eingegrenzt. Zunächst werden die Berufe, die dem eigenen Selbstkonzept aufgrund einer spezifischen Geschlechtstypik entgegenstehen, ausgeschlossen, danach Berufe, die dem Sozialprestige widersprechen. Zuletzt erst fallen die Berufe aus der Zone heraus, die nicht den persönlichen Interessen und Wertvorstellungen entsprechen. Während somit das Geschlecht und das Prestige als ein hartes Kriterium bei der Berufswahl betrachtet werden kann, sind Neigungen, Fähigkeiten und Interessen eher weiche Prädiktoren (RATSCHINSKI 2009; KAPPLER 2022). Folgt man dieser Theorie, ist ein umfangreiches Verständnis des Wertesystems der Zielgruppe zur Formulierung zielgruppenspezifischer Werbemaßnahmen hilfreich, um die entscheidenden Akzente zu setzen und so die Jugendlichen von beworbenen Berufen zu überzeugen.

Definiert man Generation im klassischen Sinne nach Wilhelm Dilthey, dann versteht man unter einer Generation einen Kreis von Personen, die durch Abhängigkeit von „denselben großen Tatsachen und Veränderungen, wie sie im Zeitalter der Empfänglichkeit auftraten, trotz der Verschiedenheit hinzutretender anderer Faktoren zu einem homogenen Ganzen verbunden sind“ (WEISBROD 2005).

Theorien zu Generationen besagen, dass diejenigen, die zur gleichen Generation gehören, ähnliche Charaktereigenschaften sowie Verhaltensweisen teilen (TWENGE u. a. 2010). Während die vorhergehenden Generationen X – geboren zwischen 1965 und 1980 – und Y – geboren zwischen 1981 und 1995 – und ihre Einstellung zur Arbeit umfassend untersucht sind, fehlen bislang noch tiefergehende Kenntnisse über die Generation Z – und deren Arbeitseinstellungen, weshalb sich viele Betriebe aktuell noch unvorbereitet auf diese in den Arbeitsmarkt drängende Generation fühlen (BARHATE/DIRANI 2022).

## **Projektziele**

Vor dem Hintergrund der oben angesprochenen Passungsprobleme zwischen dem, was Betriebe von angehenden Auszubildenden erwarten und deren Sicht auf die Einstellungen von Jugendlichen und die daraus resultierende Ansprache sowie dem, was Jugendliche als potenzielle Auszubildende von ihrem Beruf bzw. ihrem Ausbildungsbetrieb erwarten, werden folgende Projektziele verfolgt:

1. Identifizieren der zu Grunde liegenden Erwartungen von Jugendlichen der Generation Z und der Wahrnehmung von Jugendlichen aus der betrieblichen Perspektive
2. Identifizieren von berufsspezifischen Akquisestrategien und Zusammenstellen branchenspezifischer Ansätze von Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden
3. Ermitteln der Erwartungen Jugendlicher an ihren zukünftigen Beruf als Grundlage von Berufswahlprozessen
4. Analysieren von „Mismatch“-Aspekten zwischen berufsspezifischen Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden und den Erwartungen Jugendlicher
5. Formulieren von branchenspezifischen Handlungsempfehlungen und gegebenenfalls Ableitung branchenübergreifender Handlungsempfehlungen zu einer verbesserten Verschränkung berufsspezifischer Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden mit den Erwartungen von Jugendlichen

Das als Entwicklungsprojekt mit Forschungsanteil konzipierte Vorhaben besitzt einen exemplarischen, aber keinen repräsentativen Charakter. Die zu erarbeitenden Ergebnisse sind somit als erste Hinweise zu verstehen, die ggf. als Grundlage für ein mögliches Forschungsprojekt dienen können.

## **Transfer**

Das Vorhaben wird von einem Beirat aus Vertretern und Vertreterinnen der betrieblichen Ausbildungspraxis sowie wissenschaftlichen Vertretern und Vertreterinnen aus dem Bereich der Jugendforschung begleitet. Die im Rahmen des Vorhabens erarbeiteten Ergebnisse sollen im Rahmen eines „Multiplikatoren“-Workshops mit Sozialpartnern, Bund und Ländern kommuniziert werden. Darüber hinaus sind branchenspezifische Transferveranstaltungen für

den Agrarbereich und die Branche der Herstellung von Musikinstrumenten geplant. Vorträge auf Fachveranstaltungen sowie Veröffentlichungen in branchen- oder berufsbezogenen Fachzeitschriften runden den Transfer ab.

### **3 Konkretisierung des Vorgehens**

#### **Methodische Vorgehensweise**

Das Vorhaben gliedert sich in die sechs aufeinander aufbauenden Phasen

1. Daten- und Dokumentenanalyse,
2. Befragung von Berufsverbänden,
3. Befragung von Jugendforschern und Jugendforscherinnen,
4. Befragung von Jugendlichen,
5. Zusammenführung der branchen- bzw. berufsspezifischen Perspektive mit der Perspektive von Jugendlichen und
6. Formulierung von Handlungsempfehlungen.

#### **Phase 1: Daten- und Dokumentenanalyse zur Entwicklung von Auszubildendenzahlen, berufsspezifischen Akquisestrategien und Erwartungen von Jugendlichen**

In der ersten Phase des Vorhabens werden zunächst die Entwicklungen von Auszubildendenzahlen in den Ausbildungsberufen des Agrarbereichs und des Musikinstrumentenbaus differenziert erfasst. Darüber hinaus werden berufsspezifische Akquisestrategien sowie die Erwartungen und Einstellungen der Generation Z und Erkenntnisse zu Einflussfaktoren der Berufswahl von Jugendlichen zusammengetragen. Die Ergebnisse dieser Phase dienen unter anderem als theoretische Grundlage für die Entwicklung von Leitfäden in den nachfolgenden Projektphasen.

#### **Phase 2: Befragung von Berufsverbänden und Betrieben zur Wahrnehmung von Jugendlichen und zur Gewinnung von Auszubildenden**

In der zweiten Phase des Vorhabens werden leitfadengestützte qualitative Interviews zur Identifizierung der Einschätzung von Betrieben, „wie Jugendliche ticken“ sowie zur Ermittlung von Maßnahmen und Konzepten zur Gewinnung von Auszubildenden auf Verbandsebene durchgeführt. Um einen branchenspezifischen Überblick zu gewinnen, sollen hierbei alle 14 Grünen Ausbildungsberufe im Agrarbereich, sowie ausgewählte Berufe aus dem Bereich des Musikinstrumentenbaus in den Blick genommen werden. Basierend auf der Annahme, dass die Vielfalt eingesetzter Maßnahmen in ihrer Breite vor allem auf übergeordneter Ebene sichtbar wird, sollen hier zunächst Berufsverbände angesprochen werden. Die Anzahl der anzusprechenden Berufsverbände hängt dabei von der Strukturierung des jeweiligen Ausbildungsberufes ab. So reicht bei Ausbildungsberufen ohne Spezialisierung ein einzelnes leitfadengestütztes Interview aus, während bei Ausbildungsberufen mit Spezialisierungen mehrere Interviews erforderlich sind. Im Fall von



Ausbildungsberufen ohne Spezialisierung sollen zudem Ausbildungsbetriebe angesprochen werden, die seitens der Berufsverbände als exemplarische Beispiele guter Praxis angesehen werden. Die Interviews sollen telefonisch oder im Rahmen einer virtuellen Sitzung durchgeführt werden und werden stichpunktartig protokolliert. Die Auswertung der Protokolle zielt auf eine Aufstellung der betrieblichen Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden.

### **Phase 3: Befragung von Jugendforschern und Jugendforscherinnen zu Erwartungen von Jugendlichen**

In der dritten Phase des Projektes werden zunächst Gespräche mit Experten und Expertinnen aus der Jugendforschung zu Erwartungen von Jugendlichen der Generation Z an ihr Leben, an das Arbeitsleben im Allgemeinen sowie an die berufliche Ausbildung im dualen System im Besonderen geführt.

### **Phase 4: Befragung von Jugendlichen zu Bedürfnissen an Berufsorientierung, Berufswahlprozesse und Berufsausbildung**

Auf Grundlage insbesondere der dritten Projektphase werden leitfadengestützte Einzel- und Gruppeninterviews mit Jugendlichen geführt. Damit soll für die ausgewählten Branchen insbesondere erfasst werden, welche Erwartungen mit einer beruflichen Ausbildung im dualen System verbunden sind, welche Informationen Jugendliche zu einer dualen Ausbildung erwarten, warum gerade diese Informationen von Bedeutung sind und in welcher Form sie selbst diese Informationen gewinnen bzw. in welcher Form sie diese idealerweise erhalten möchten. Hier geht es auch um die Frage, welche Aspekte aus Sicht der Jugendlichen Attraktivitätsfaktoren für eine duale Ausbildung, die Tätigkeit in den ausgewählten Branchen oder die Tätigkeit in einem der Berufe dieser Branchen darstellen. Ebenso soll identifiziert werden, durch welche Maßnahmen von Betrieben sich Jugendliche (besonders) angesprochen fühlen. Hier sollen Jugendliche an allgemeinbildenden Schulen unterschiedlicher Art (Gesamtschule, Hauptschule, Realschule, Gymnasium) kurz vor dem Übergang ins Berufsleben im Hinblick auf deren Erwartungen sowie Auszubildende in anerkannten Ausbildungsberufen der beiden in Rede stehenden Branchen im letzten Ausbildungsjahr, also nach Eintritt ins Berufsleben, im Hinblick auf deren Erfahrungen ihres individuellen Berufswahlprozesses interviewt werden. An allgemeinbildenden Schulen soll der Zugang über die Verantwortlichen für die Konzeption von Berufsorientierungsprozessen erfolgen, an berufsbildenden Schulen über die für den öffentlichkeitswirksamen Auftritt verantwortlichen Personen der jeweiligen Schulen.

### **Phase 5: Zusammenführung der beruflichen Perspektive mit der Perspektive von Jugendlichen**

In der fünften Projektphase werden die Ergebnisse der Befragung von Verbänden und Ausbildungsbetrieben mit den Erwartungen der Jugendlichen im Hinblick auf

Gemeinsamkeiten und Abweichungen verglichen. Auf diesem Weg sollen zum einen Faktoren identifiziert werden, die im Hinblick auf eine zielgerichtete Gewinnung von Auszubildenden bereits funktionieren, zum anderen sollen diejenigen Aspekte erfasst werden, welche die Gewinnung von Auszubildenden im Sinne eines Mismatches erschweren. Die Ergebnisse werden abschließend im Rahmen eines Workshops vorgestellt, in dem unter anderem ein moderierter Austausch zwischen Vertretern und Vertreterinnen aus Betrieben und Verbänden sowie von Jugendlichen im Hinblick auf gegenseitige Erwartungen stattfinden soll.

### **Phase 6: Formulierung von Handlungsempfehlungen**

Auf Grundlage der Ergebnisse der fünften Projektphase werden abschließend Empfehlungen für eine möglichst passgenaue Ansprache von Jugendlichen formuliert. Dabei sollen die bereits gelingenden Aspekte bei der Ansprache von Betrieben in den Blick genommen und Vorschläge für eine Verbesserung entwickelt werden. Hieraus können auch Rückschlüsse für die Darstellung von Ausbildungsberufen im Sinne einer verbesserten Attraktivität, insbesondere hinsichtlich Technisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit, gezogen werden.