



WAS LEHRLINGE WOLLEN,
WIE MAN SIE ERREICHT UND
WAS SIE MOTIVIERT.

Leitfaden zum Umgang mit Lehrlingen
in den Branchen Handel, Tourismus, Industrie, Gewerbe und Handwerk und in der überbetrieblichen Lehrausbildung.
Von Bernhard Heinzlmaier, Philipp Ikrath und Anna Speckmayr

Ein Eigenprojekt des Instituts für Jugendkulturforschung in Kooperation mit tfactory.

Die Inhalte des vorliegenden Studienbandes unterliegen dem Urheberrecht. Jede Form der Verwertung oder auszugsweisen Wiederveröffentlichung bedarf einer Genehmigung des Instituts für Jugendkulturforschung bzw. der tfactory.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde im folgenden Text die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch auf Angehörige beider Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

An der Stelle danken wir auch unserem Partner Do it! Communications für die grafische Gestaltung des Studienbandes.

Do it! ist die Werbeagentur mit Fokus auf Jugendkommunikation und versteht es, Werbung zu machen, die sich klar und verständlich ideal an der Kommunikation von Jugendlichen ausrichtet.



IMPRESSUM: T-Factory Trendagentur Markt- und Meinungsforschung GmbH, Alserbachstrasse 18 / 7. Stock, 1090 Wien, +43 (1) 595 25 66 /
Autoren: Bernhard Heinzmaier, Philipp Ikrath und Anna Speckmayr / Gestaltung und Illustrationen: Do it! Communications GmbH / Bild: Titel
Shutterstock / Druck: get printed DRUCK 2000

Schutzgebühr 60,00 Euro zzgl. USt.

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Zahlen & Fakten zur Lehre in Österreich	4
2.	Lehrlingstrends 2016: Was Lehrlingsausbildner unbedingt wissen müssen	10
2.1	Der Zeitgeist steht auf der Seite der Spieler, die das Risiko der Veränderung lieben	11
2.2	Der Lehrling: Das Antonym des „Homo Ludens“	12
2.3	Verschiebung in der Arbeitsmotivation	14
2.4	Der Trend zur Freizeitidentität und die abnehmende Unternehmensbindung	15
2.5	Lehrlinge: Die skeptische Generation	16
2.6	Den typischen Lehrling gibt es nicht: Differenzierung nach Branchen	18
2.7	Die politischen Positionen in den wichtigsten Branchen	28
2.8	Familienaffinität und Familiengründung	28
2.9	Geschlechterrollen und Kindererziehung	30
2.10	Die Freizeitidentität der Lehrlinge	32
2.11	Erwartungen an und Sichtweise auf die Lehre	32
2.12	Das Image der Lehrberufe und ausgewählter Lehrbetriebe unter Lehrlingen	36
2.13	Personalmarketing: Wer hat die attraktivste Werbekampagne?	37

TFACTORY TRENDAGENTUR

ALSERBACHSTRASSE 18/7.0G — 1090 WIEN

Werthaltungen, Einstellungen, Freizeitgestaltung, von Konsumpräferenz bis hin zu Musikvorlieben – wir verstehen genau, was die Jugendlichen bewegt. Unseren Schwerpunkt setzen wir auf qualitative Analysen und denken uns, dank klassischer Marktforschungsinstrumente sowie durch laufende Erforschung ihrer Lebenswelten, in die Köpfe der Jugendlichen hinein. Durch unsere Sitze in Wien und Hamburg sind wir genau dort vor Ort, wo Sie uns benötigen.

WAS WIR BIETEN:

- **Research:** Unter Einsatz von qualitativen und quantitativen Methoden wird der intensive Kontakt zur Zielgruppe hergestellt und ihr Alltag durchleuchtet. Ob im Gespräch in Gruppendiskussionen zu den verschiedensten Themen oder direkt vor Ort, wo sie von jungen SpezialistInnen beim Shopping oder beim Weggehen am Abend begleitet werden - tfactory heftet sich an ihre Fersen und sorgt vor allem auch für die ausreichende Motivation, damit die Einblicke auch zugelassen werden.
- **Consulting:** Unsere Experten verfügen sowohl über den nötigen wissenschaftlichen Background als auch über umsetzungsorientiertes Marketingwissen. Ob im Vorfeld eines Produkt-Launches, der Bestimmung der Kommunikationsausrichtung oder einer Markenpositionierung – bei uns können Sie gezielt und punktgenau unser Knowhow für Ihre Problemstellungen abrufen.
- **Seminare, Workshops und Vorträge:** Als Keynote-Speaker, für Impulsreferate, Vorträge, Workshops, Seminare oder Moderationen – unsere ExpertInnen stehen Ihnen mit Ihrem umfangreichen Wissen zu jungen Zielgruppen zur Verfügung.

tfactory arbeitet in klassischen Bereichen wie Produkt-, Werbemitteltests oder Markenanalysen bis hin zu Konzeptentwicklungen unter Einbeziehung der Zielgruppe für Unternehmen wie Coca-Cola, Universal Music, Red Bull, PEZ oder Salomon in Österreich und Deutschland.

Die Fokussierung ausschließlich auf junge Zielgruppen und die laufende Beobachtung der relevanten Lebensbereiche erlauben der tfactory, Kunden in allen marketingrelevanten Fragen zu beraten.

KONTAKT:

Tel: +43 (1) 595 25 66
Fax: +43 (1) 595 25 66 - 20
<http://www.tfactory.com>
E-mail: trend@tfactory.com



