Lehre

Die unterschätzte Karrierechance

Der junge Mensch in der Informationsgesellschaft

Die Menschen zum Daten- und Konsumvieh degradiert.

Das Subjekt produziert und performt sich.

Der Körper ist heute in erster Linie Gegenstand der Ästhetik und der Fitness

An Stelle der Schließungen treten Öffnungen.

Isolierzellen werden durch Kommunikationsnetze abgelöst.

Freiheit und Überwachung fallen in eins. Die Herrschaft vollendet sich.

Die Menschen entblößen sich ohne äußeren Zwang.

Die Menschen sind in Informationen gefangen.

Der Maschinenraum der Transparenz ist Dunkel.

Der Like schließt jede Revolution aus.

Die repressive Disziplinarmacht weicht einer smarten Macht, die nicht befiehlt sondern flüstert.

Mit subtilen Mitteln zur Verhaltenssteuerung.

Der Influencer wird als Vorbild angebetet.

Wir verwirklichen uns zu Tode.

Im Informationsregime heißt frei sein nicht handeln, sondern klicken, liken und posten.

Revolution und Konsum schließen sich aus.

Informationen sichern die Herrschaft.

Souverän ist, wer über die Informationen im Netz verfügt

Byung-Chul Han (Hangul: 병철한 Byeong-cheol Han; * 1959 in Seoul, Südkorea) ist ein koreanisch-deutscher Philosoph, Kulturwissenschaftler und Autor.

Die Rolltreppenmetapher der Abstiegsgesellschaft

Rolltreppenmetapher: Anstelle der „Aufzugsmetapher" tritt die „Rolltreppenmetapher". Die Mehrheit der Menschen hat heute das Gefühl sich auf einer rasant nach unten fahrenden Rolltreppe zu befinden **und die Position nur durch das permanente Anlaufen gegen die Fahrtrichtung der Rolltreppe halten zu können**. Wer nur kurz stehenbleibt, fährt ungebremst in die sozialen Tiefen der entkoppelten Unterschicht.

Oliver Nachtwey (* 8. September 1975 in Unna) ist Ökonom und Soziologe.

Das Phänomen der Helikopter-Eltern

Diese Epidemie der Überfürsorge und der Helikopter-Eltern kam nicht aus dem Nichts. Sie ist eine ängstliche, aber verständliche Reaktion auf die zunehmende Ungleichheit und den Wunsch wohlhabender Eltern, ihrem Nachwuchs ein prekäres Leben in der Mittelklasse zu ersparen. Der Abschluss an einer namhaften Universität gilt inzwischen als vorrangiges Mittel des Aufstiegs für diejenigen, die aufsteigen wollen, und sicheres Bollwerk gegen den Abstieg für alle, die darauf hoffen, sich in den komfortablen Schichten verschanzen zu können.

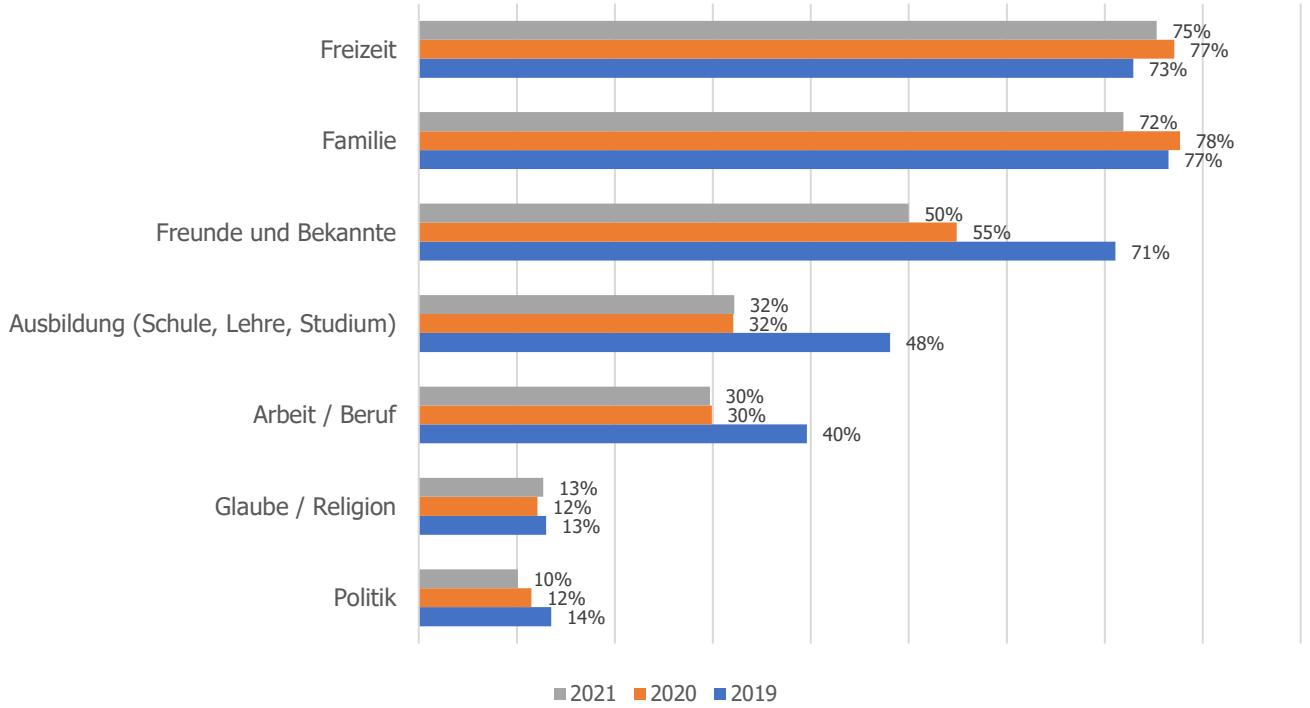
Michael J. Sandel (* 5. März 1953 in Minneapolis) ist ein US-amerikanischer Philosoph. Bekannt wurde er vor allem als Mitbegründer der kommunitaristischen Strömung. (Vom Ende des Gemeinwohls, s. 24)

Wichtige Lebensbereiche

Vor der Pandemie, zu Beginn der Pandemie und nach einem Jahr Pandemie

Zeitreihe

Frage 1: Wie wichtig sind dir folgende Lebensbereiche: sehr, eher, eher nicht oder gar nicht wichtig?

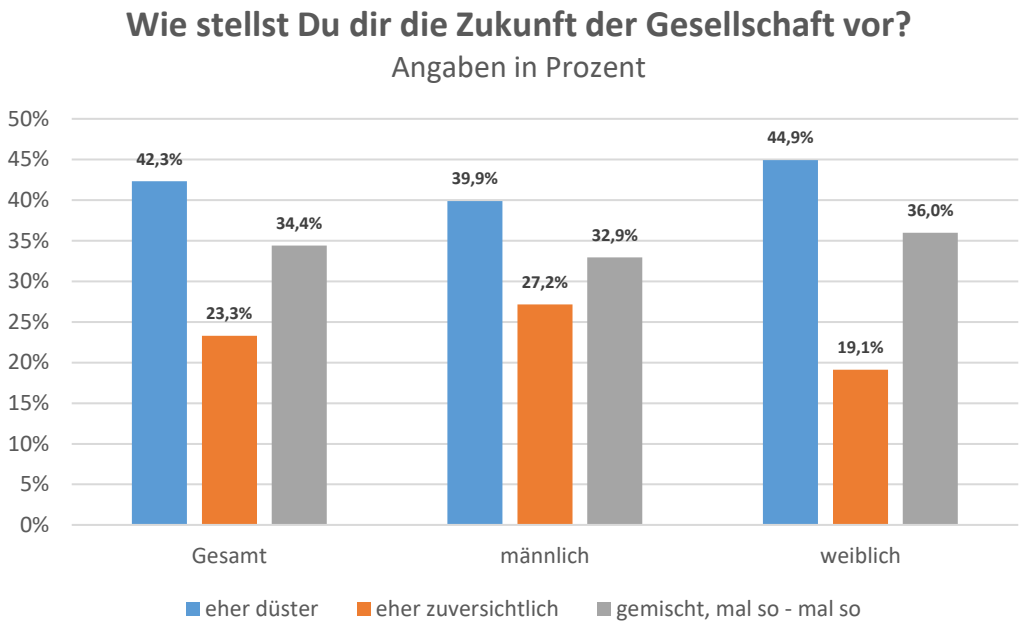


Institut für Jugendkulturforschung (2021): Leisure is Pleasure: die Jugendfreizeitstudie – Welle 2, rep. für 16- bis 29-Jährige in Österreich, n=1.000
(Daten gerundet)

Wichtige Lebensbereiche

16 bis 29 Jahre gesamt

Frage 2: Wie stellst Du dir die Zukunft der Gesellschaft vor?



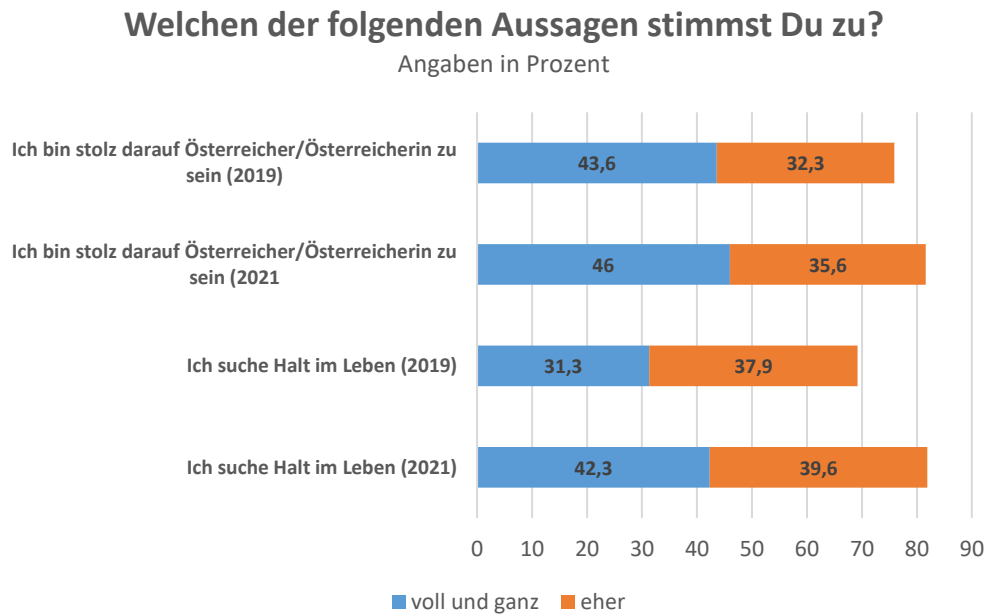
Institut für Jugendkulturforschung (2021): Leisure is Pleasure: die Jugendfreizeitstudie – Welle 2, rep. für 16- bis 29-Jährige in Österreich, n=1.000 (Daten gerundet)

Such nach Halt und neues Österreichbewusstsein

16 bis 29 Jahre gesamt

Frage 6: Bitte gib an, wie sehr du den folgenden Aussagen zustimmst: voll und ganz, eher, eher nicht oder gar nicht.

Top-2-Boxes auf Skala 1-4



Institut für Jugendkulturforschung (2021): Leisure is Pleasure: die Jugendfreizeitstudie – Welle 2, rep. für 16- bis 29-Jährige in Österreich, n=1.000 (Daten gerundet)

Spaltung der Gesellschaft: Wachteln und Pinguine

Die junge egozentrische Wachtel gehört in der Regel dem oberen Gesellschaftsdrittel an und bejaht die neoliberale Wettbewerbsgesellschaft. Auch dem Staat und der Politik gegenüber nimmt die Wachtelpopulation eine positive Grundhaltung ein. Die relativ unkritische Affirmation von Staat und Gesellschaft ist nicht verwunderlich, schafft der bürgerliche Staat, der sich dem neoliberalen Dispositiv mit Haut und Haaren unterworfen hat, schließlich die Rahmenbedingungen für das postmoderne, neoliberale Biotop, in dem sich die Wachtel wohlfühlen und vermehren kann.

Bernhard Heinzlmaier: Generation Corona, Berlin 2021

Spaltung der Gesellschaft: Wachteln und Pinguine

Wie im Tierreich ist der menschliche Pinguin ein sesshaftes Tier. Er findet es nicht erstrebenswert, beruflich rund um die Welt unterwegs zu sein. Vielmehr wünscht er sich eine gute Work-Life-Balance, das heißt, er möchte sich nicht von der Arbeit verschlingen lassen und jeden Feierabend mit der Familie in der eigenen Wohnung oder im Eigenheim verbringen. Neue Lebens- und Arbeitsformen wie Co-Working- oder Co-Living-Spaces sind dem Pinguin unheimlich. Er schätzt es nicht, wenn Arbeit, Freizeit und Familie sich durchmischen. Klare Grenzen sollen gezogen sein zwischen dem Reich der Notwendigkeit und dem Reich der Freiheit. Vom seit Beginn der Corona-Pandemie hochgelobten Homeoffice ist er wenig begeistert. Für eine gewisse Zeit kann man es machen, aber auf Dauer will man den Beruf wieder aus den privaten vier Wänden draußen haben.

Bernhard Heinzlmaier: Generation Corona, Berlin 2021

Generation Corona

Lehrlinge in Zeiten der Corona-Krise

Lehrling ≠ Jugend

- **Kontinuität statt Veränderung**
- **Wichtig im Leben:**
  - Sicherheit
  - Stabilität
  - Planbarkeit
- **Arbeitswelt:**
  - Deregulierung und Flexibilisierung sind unerwünscht

Credits: pixabay.com

So tickt der Lehrling

- **Wunsch nach Anerkennung und materieller Sicherheit**
  - Stabile private und berufliche Verhältnisse sind wichtig
  - Bedürfnis nach kontinuierlichem und planbarem Leben
- **Planen – das ist nicht mehr:**
  - Pessimismus für gesellschaftliche Zukunft -> Gegenwartsorientierung
  - Demonstrativer Optimismus für persönliche Zukunft

„Man verdrängt es, aber man sollte eigentlich immer vor Augen haben, wo man sich in fünf Jahren sieht“

„Genug Geld zu haben und nicht immer nachdenken zu müssen, ob man sich etwas Bestimmtes kaufen kann oder nicht“

Credits: pixabay.com

Freizeitidentität

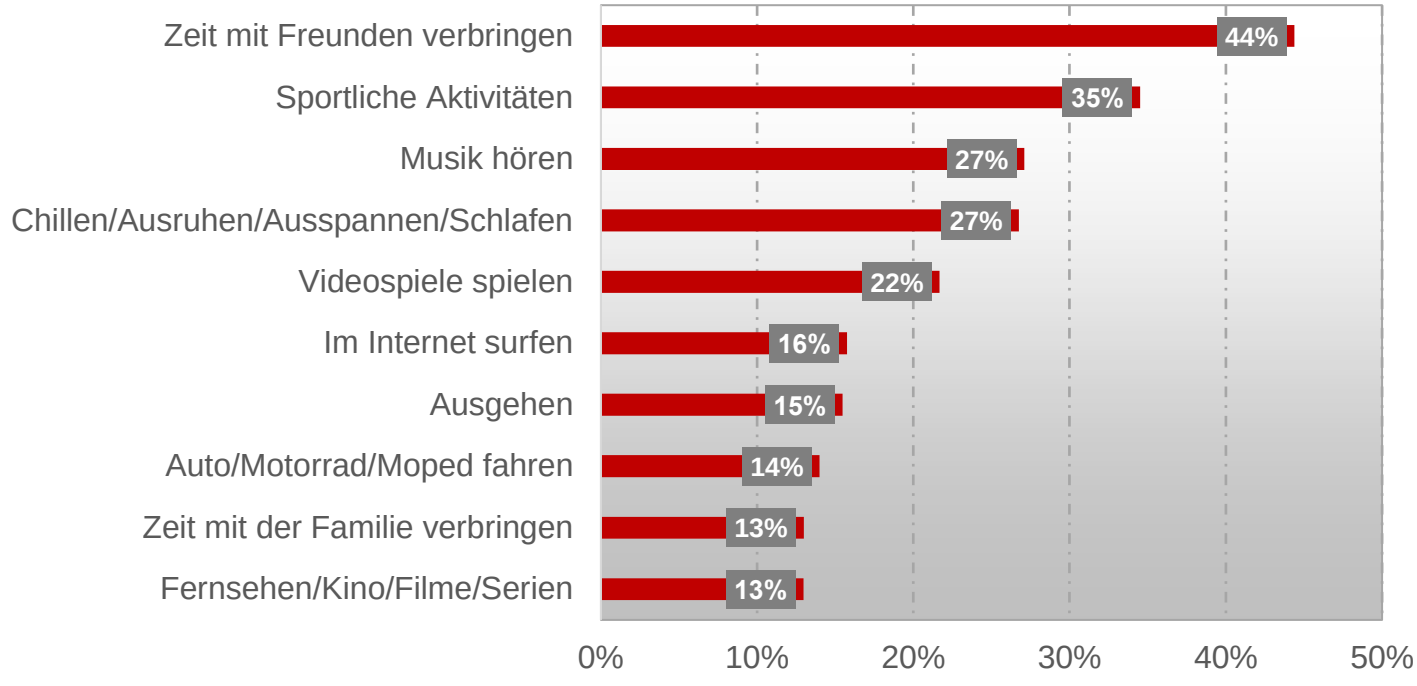
- **Selbstverwirklichung und Sinnfindung in Freizeit und Konsum**
  - Freizeitidentität wichtiger als Berufsidentität
- **Hohes Bedürfnis nach guter „Work-Life-Balance“**
  - Starkes Bedürfnis nach guter Verbindung von Arbeit / Freizeit bzw. Familie (zukünftig)

„Für Männer ist es einfacher, Karriere zu machen. Gerade mit Familie ist es als Frau schon hart, wenn man dann auch noch so viel arbeitet.“

Credits: pixabay.com

Freizeitverhalten

Was sind deine drei liebsten Freizeitbeschäftigungen? Top-10-Nennungen



Erste österreichische Lehrlingsstudie Welle 3 (2018), rep. für österreichische Lehrlinge, n=400

Credits: pixabay.com

Arbeit und Ausbildung

- **Neue Art von Arbeitsmotivation durch Abstiegsängste**
  - Absicherung des eigenen Lebens
  - Beziehung zum Arbeitgeber auf Basis von Nützlichkeitserwägungen
- **Stabiles Normalarbeitsverhältnis statt Selbstverwirklichung im Beruf**

Credits: pixabay.com

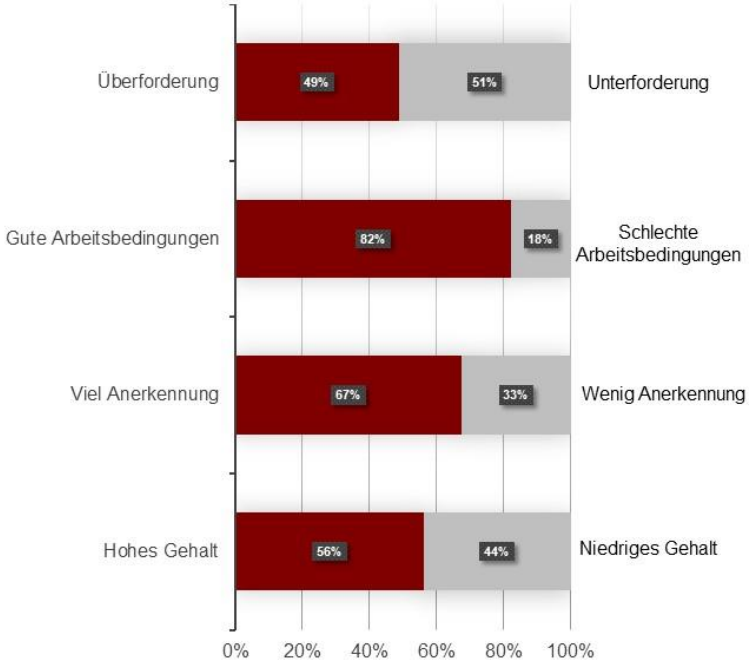
Zufriedenheit mit Lehre

- **Hohe Zufriedenheit mit der Wahl der Lehre als Ausbildungsform**
  - Drei von vier Lehrlingen würden wieder eine Lehre machen
- **Unzufriedenste Lehrlinge kommen aus Tourismus und Freizeitwirtschaft**
  - Überdurchschnittlich unzufrieden mit Ausbildungssituation und Ausbildungsbetrieb

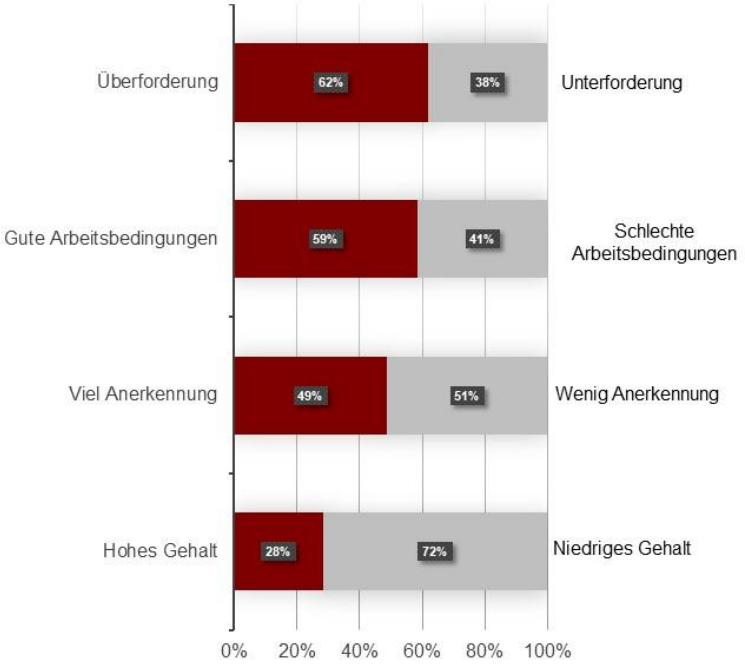
Credits: pixabay.com

Meinung zur Lehre / Tätigkeit im Betrieb

Welchen der beiden Begriffe verbindest du eher mit deiner Lehre und Tätigkeit im Betrieb?



Industrie



Tourismus und Freizeitwirtschaft

tfactory Trendagentur

Erste österreichische Lehrlingsstudie Welle 3 (2018), rep. für österreichische Lehrlinge, n=400

Ausbildungsbetriebe

- **Gutes Zeugnis für Österreichs Ausbildungsbetriebe**
  - Punkten mit guten Arbeitsbedingungen und Betriebsklima
  - Zwei von drei Lehrlingen würden Lehre wieder in ihrem Betrieb machen

Credits: pixabay.com

Lehrling ≠ Lehrling

- **Lehrlinge aus unterschiedlichen Branchen weichen vom Durchschnitt aller Lehrlinge ab**

- **Untersuchte Branchen:**
  - Gewerbe und Handwerk
  - Handel
  - Industrie
  - Tourismus und Freizeitwirtschaft

Credits: pixabay.com

Die Hedonisten

- **Lehrlinge aus Handwerk und Gewerbe**
- **Freizeitidentität wichtig:**
  - Freizeitaktivitäten und Konsum besonders relevant für Image
  - Sinn von Arbeit ist die Finanzierung der Freizeit / des Lebens
- **In der Arbeit angepasst und normentreu**

Credits: pixabay.com

Die Konventionellen

- **Lehrlinge aus dem Handel**
- **Althergebrachte Vorstellungen von der „Standardbiographie“**
  - Familie als Lebensmittelpunkt
  - Stabile Freundschaften
  - Work-Life-Balance besonders wichtig
- **Ästhetik und Styling privat sowie beruflich wichtig**

Credits: pixabay.com

Die Rationalisten

- **Lehrlinge aus der Industrie**
- **Berufsidentität verhältnismäßig am wichtigsten**
  - Stolz auf Ausbildung, Kompetenzen und den Betrieb
  - Angepasstes und kultiviertes Freizeitleben
- **Streben ein anständiges bürgerliches Leben an**

Credits: pixabay.com

Die Abenteurer

- **Lehrlinge aus Tourismus und Freizeitwirtschaft**
- **Im Moment am wenigsten Bedürfnis nach Sicherheit**
  - Familien- und Lebensplanung auf später verschoben
  - Auf der Suche nach Abenteuer / Herausforderungen / Abwechslung
- **„Work hard, party harder“**

Credits: pixabay.com

Medienwelt

- **Smartphone = zentraler Zugangspunkt zur bunten Medienwelt**
- **Bevorzugung von bildzentrierten Angeboten**
  - YouTube, Instagram, Snapchat
- **Kommunikation über Messenger beliebter / wichtiger als Telefonieren, SMS, etc.**

Credits: pixabay.com

Relevante Informationsquellen

- **Google**
- **Diverse digitale Informations-angebote**
- **Persönliche Kontakte (Empfehlungsmarketing!)**
- **Berufsmessen**

„Lexikon von der WKO wo man alle Berufe ansehen kann.“

„Internet, Karriereseiten oder Jobbörsen.“

„Ich fand die Berufsinformations-messe sehr praktisch.“

Quelle: pixabay.com

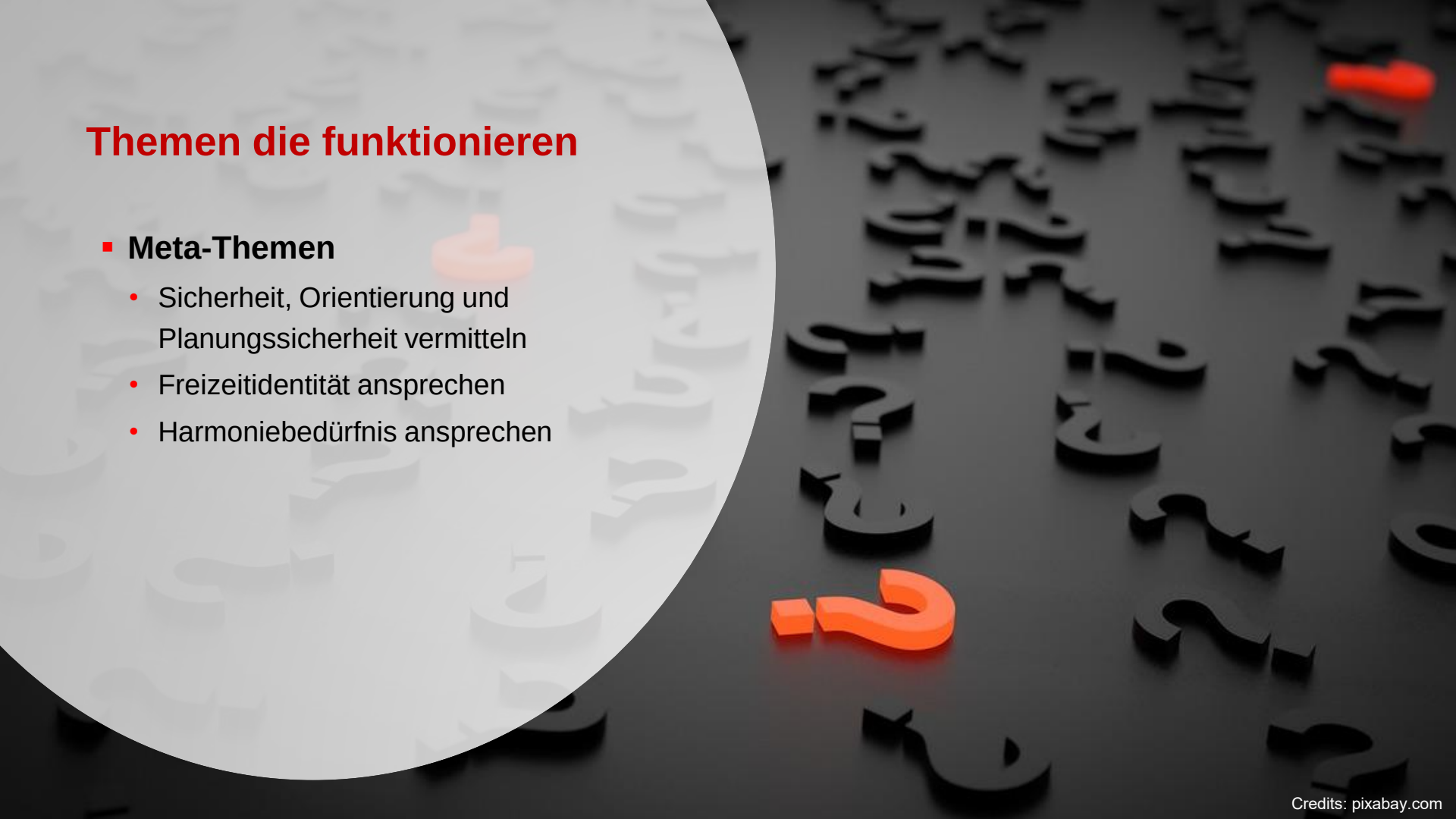
Themen, die funktionieren

- **Konkrete Themen**
  - Hard Facts zum Lehrberuf und Ausbildungsbetrieb
  - Wie es wirklich ist, im jeweiligen Betrieb zu arbeiten → Arbeits-bedingungen und Betriebsklima
  - Work-Life-Balance
  - Monetäre Vorteile
  - Inhaltliche Vorteile

Credits: pixabay.com

Themen die funktionieren

- **Meta-Themen**
  - Sicherheit, Orientierung und Planungssicherheit vermitteln
  - Freizeitidentität ansprechen
  - Harmoniebedürfnis ansprechen



Credits: pixabay.com

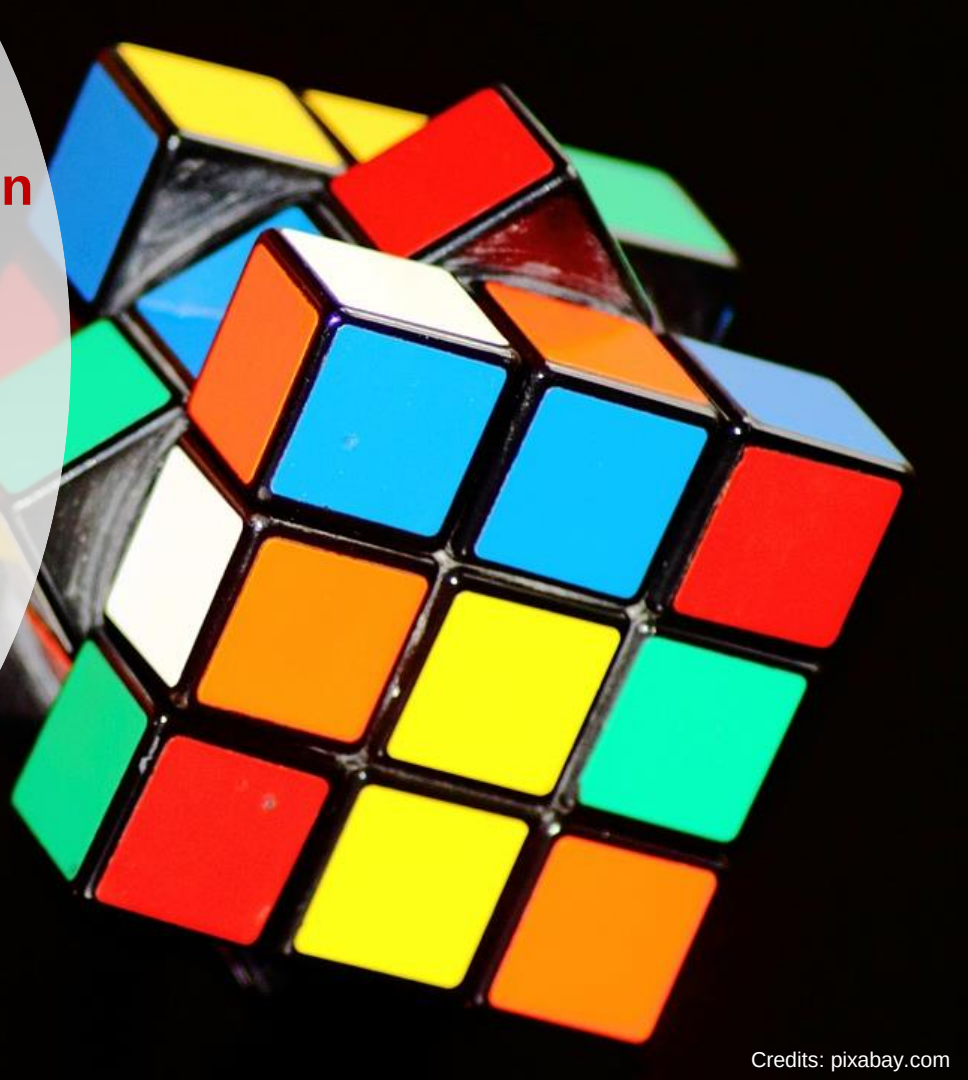
Moderne Lehrlingskommunikation

- **Form kommt vor Inhalt**
- **Bildzentriert**
  - Verwendung einer bildzentrierten, nicht argumentativen und nicht textlastigen Kommunikation
  - Zeigen und Inszenieren ist wichtiger als das Argument
  - Fühlen und Empfinden wichtiger als verstandsmäßiges Erfassen und vernünftiges Abwägen

Credits: pixabay.com

Moderne Lehrlingskommunikation

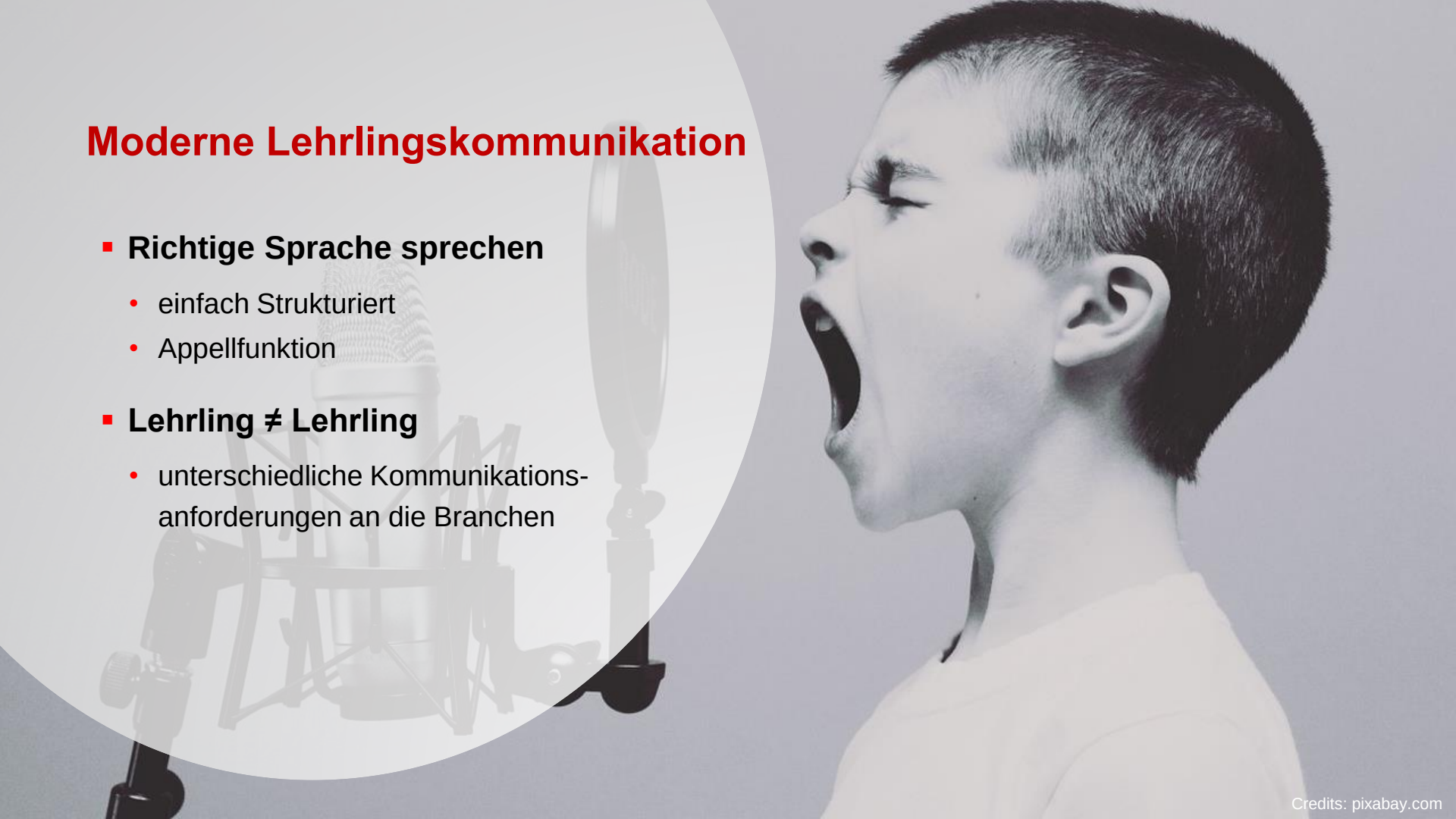
- **„hyper“ statt „deep attention“**
  - Kurze und schnell erfassbare Inhalte
  - Wiederholungen der Kernbotschaft
  - Prägnante und emotionale Bildsprache
- **Digital**
- **Multimedial**
- **Mobil**



Credits: pixabay.com

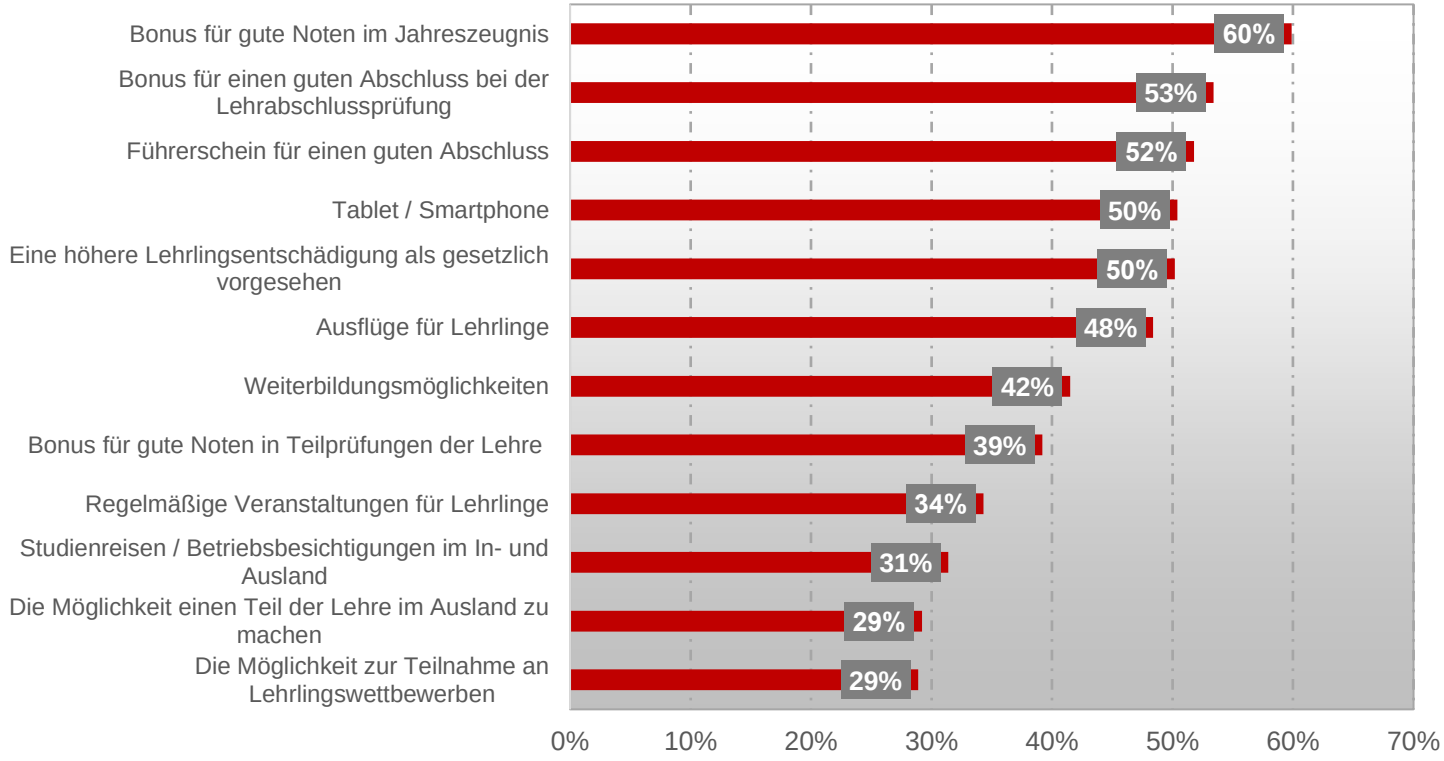
Moderne Lehrlingskommunikation

- **Richtige Sprache sprechen**
  - einfach Strukturiert
  - Appellfunktion
- **Lehrling ≠ Lehrling**
  - unterschiedliche Kommunikations-anforderungen an die Branchen



Credits: pixabay.com

Bewertung von Goodies / Extras



Bitte sag mir, welche der folgenden Goodies/Extras für dich eine Lehre bei einer Firma interessanter machen würden.

jugendkultur.at factory Trendagentur

Erste österreichische Lehrlingsstudie Welle 3 (2018), rep. für österreichische Lehrlinge, n=400

Profil: Handwerk und Gewerbe

Ästhetik:

- schräg, schrill, kulturelle Normalität des Mainstreams widerlegend
- Verwendung von milieuspezifischen / szenespezifischen Codes

Inhaltlich:

- Abwechslung, Spaß und Unterhaltung
- Hedonistischem Werteverständnis entsprechen
- Außenseiter zu kulturellen Helden stilisieren

Touchpoints:

- Neue Mittelschule, Lehrer
- AMS / Jobmessen
- Social-Media-Plattformen:
  - Instagram / YouTube / Snapchat
- Jugendzentren
- Großraumdisko / Musik-Festivals (EDM) / Conventions

Social-Media-Interessen

- **Instagram-Top-5:**
  - Comedy u. Entertainment / Gaming / Alltag anderer auf Instagram / Lifestyle / Fotografie
- **YouTube-Top-5:**
  - Musik / Gaming / Comedy u. Entertainment / Alltag anderer auf YouTube / Wissenschaft und Technik

„Ein besonderes Unternehmen / ein besonderer Job für coole Menschen."

Profil: Handel

Ästhetik:

- modern, hell, bunt, freundlich
- Verwendung von Codes, die die Zugehörigkeit zur modernen, jungen Mitte signalisiere

Inhaltlich:

- Flexibilität, Anpassung, Strebsamkeit, Zielorientierung, Glück, Harmonie
- Work-Life-Balance und Normalbiographie
- Hedonismus und Sicherheitsbedürfnis

Touchpoints:

- Abbrecher Wirtschaftsschulen
- Boulevard-Illustrierte
- Social Media Plattformen:
  - Instagram / YouTube / Snapchat
- Jobmessen
- Shopping-Center, Mainstream-Musikfestivals, Stadfeste, regionale Veranstaltungen

Social-Media-Interessen

- **Instagram-Top-5:**
  - Alltag anderer auf Instagram / Comedy u. Entertainment / Musik / Mode u. Fashion / Lifestyle
- **YouTube-Top-5:**
  - Musik / Alltag anderer auf YouTube / Beauty u. Kosmetik / Comedy u. Entertainment / Kino u. Film

„Ein modernes und erfolgreiches Unternehmen sucht zielstrebige Menschen für eine interessante Arbeit mit Langzeitperspektive.“

jugendkultur.at factory Trendagentur

Profil: Industrie

Ästhetik:

- vertraut, beruhigend, emotional
- Verwendung von Codes, die die Zugehörigkeit zur Gruppe der Menschen mit dauerhaften Werten signalisieren, die sich gegen Veränderung abgrenzen

Inhaltlich:

- Bedürfnis nach Sicherheit und Harmonie befriedigen
- Stabilität und Familien-freundlichkeit kommunizieren
- Konservativem Werteverständnis entsprechen

Touchpoints:

- Abbrecher von BHS / Absolventen von BMS
- Jobannoncen in Printmedien / Karrierewebseiten
- Social Media Plattformen:
  - eher Facebook als Instagram
- Lokale und regionale Medien; Radio (Ö3 / Krone Hitradio)
- Lokale (traditionelle) Veranstaltungen und Feste

Social-Media-Interessen

- **Instagram-Top-5:**
  - Comedy u. Entertainment / Gaming / Musik / Alltag anderer auf Instagram / Sport u. Fitness
- **YouTube-Top-5:**
  - Gaming / Musik / Comedy u. Entertainment / Wissenschaft u. Technik / Kino u. Film

„Ein solides Traditionsunternehmen sucht Mitarbeiter, die langfristig am Unternehmenserfolg mitarbeiten möchten.“

Profil: Tourismus und Freizeitwirtschaft

Ästhetik:

- anti-bürgerliche und anti-mainstreamige Anmutung
- Soll Kernwerte Abenteuer, Sehnsucht nach unkonventionellen und neuen Erfahrungen, Abenteuern und Unabhängigkeit wiederspiegeln

Inhaltlich:

- Motive und Inhalte, die Abenteuer, Abwechslung und Unvorsehbares im Beruf zeigen
- Freizeitidentität ansprechen
- Freiräume und Eigen-verantwortung versprechen

Touchpoints:

- Abbrecher von AHS
- Social / digital Media Plattformen:
  - Instagram / Snapchat / Spotify / Netflix / Amazon Prime
- In der Alternativ-/Musikszene angesagte Ausgeh-Locations
- Musik-Festivals wie Frequency
- Ski Openings / Beachvolleyball Grand Slam

Social-Media-Interessen

- **Instagram-Top-5:**
  - Alltag anderer auf Instagram / Lifestyle / Musik / Mode u. Fashion / Kino u. Film
- **YouTube-Top-5:**
  - Alltag anderer auf YouTube / Kino u. Film / Musik / Lifestyle / Sport u. Fitness

„Ein unkonventionelles Unternehmen / ein unkonventioneller Job, garantiert abwechslungsreich, für außergewöhnliche, unabhängige und flexible Menschen.“

jugendkultur.at factory Trendagentur

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!