



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

INSTITUT FÜR JUGENDKULTURFORSCHUNG

ALSERBACHSTRASSE 18/7.0G — 1090 WIEN

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung für Non-Profits und Social-Profits. Das Leitungsteam des Instituts ist seit eineinhalb Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Jugendforschung tätig.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die die Alltagskulturen Jugendlicher und junger Erwachsener erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Jugendforschung auf hohem Niveau.

WIR SIND SPEZIALISIERT AUF:

- repräsentative Jugendumfragen » face-to-face, telefonisch sowie online
- qualitative Jugendstudien » fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen, ExpertInnen-Interviews
- Praxisforschung » summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abtestungen, Mystery Checks
- Sekundär(daten)-Analysen und Expertisen zu allen Kernthemen der Jugendarbeit und Jugendforschung
- triangulative Studien-Designs » Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Entwicklung empirisch begründeter Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung

Das Institut für Jugendkulturforschung deckt ein breites Themenspektrum ab: von Themen der klassischen Jugendforschung wie Jugend und Werte, Freizeit, Politik, Arbeitswelt und Beruf, Mediennutzung etc., über Themen der Jugendarbeitsforschung bis hin zur Jugendkultur- und Trendforschung.

KONTAKT:

Tel: +43 (1) 532 67 95

Fax: +43 (1) 532 67 95 - 20

<http://www.jugendkultur.at>

E-mail: jugendforschung@jugendkultur.at



