

HDM/YAEZ-STUDIE ZUM INFORMATIONSVERHALTEN BEI DER BERUFSWAHL

MISMATCH ZWISCHEN SCHÜLERN UND ENTSCHEIDERN?

Tag der Forschung, 16.5.2012

Stefanie Fächner, Studiengang Medienwirtschaft HdM

Agenda

2

- Relevanz der Fragestellung
- Forschungsdesign/Kontext der Untersuchung
- Stolpersteine
- Ergebnisse der Schülerbefragung
- Erste Einblicke in die Expertensichtweise
- Fazit

Gesellschaftliche Relevanz der Thematik: demografischer Wandel meets Medienwandel

3



zentrale Herausforderung:

zielgruppengerechte Ansprache

Erreichbarkeit potentieller Interessenten

Orientierung in der Informationsgesellschaft

Zum Forschungsdesign

4

- Fragestellung: Informationsverhalten bei der Berufswahl.
Mismatch zwischen Schülern und Entscheidern?
- Kooperation zwischen der HdM und dem Yaez-Verlag.
- quantitative Online-Befragung von Schülern und Verantwortlichen in Unternehmen.
- Verwertungskontext: Präsentation der Ergebnisse beim 3. Stuttgarter Medienkongress am 14. Mai 2012 im Rahmen der Podiumsdiskussion mit Digital Natives und Medienvertretern.

Stolpersteine:

Responsequote bei den Experten

5

- Geringe Resonanz bei Experten zwingt zum Umdenken
- Eigentliche Fragestellung kann nicht beantwortet werden
- Auswertung und Präsentation der Schülerbefragung
- Experten liefern nur einen ersten Einblick in die Sichtweise der Unternehmen



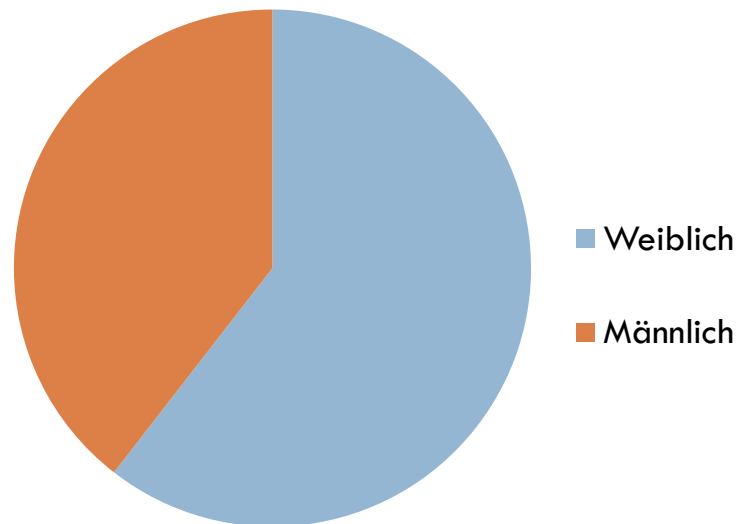
Vertiefung durch nachträgliche Erhebung ggf. mit qualitativen Methoden,

Aktivierung zur Teilnahme durch Nachfassaktionen.

Schülerbefragung: Stichprobe

6

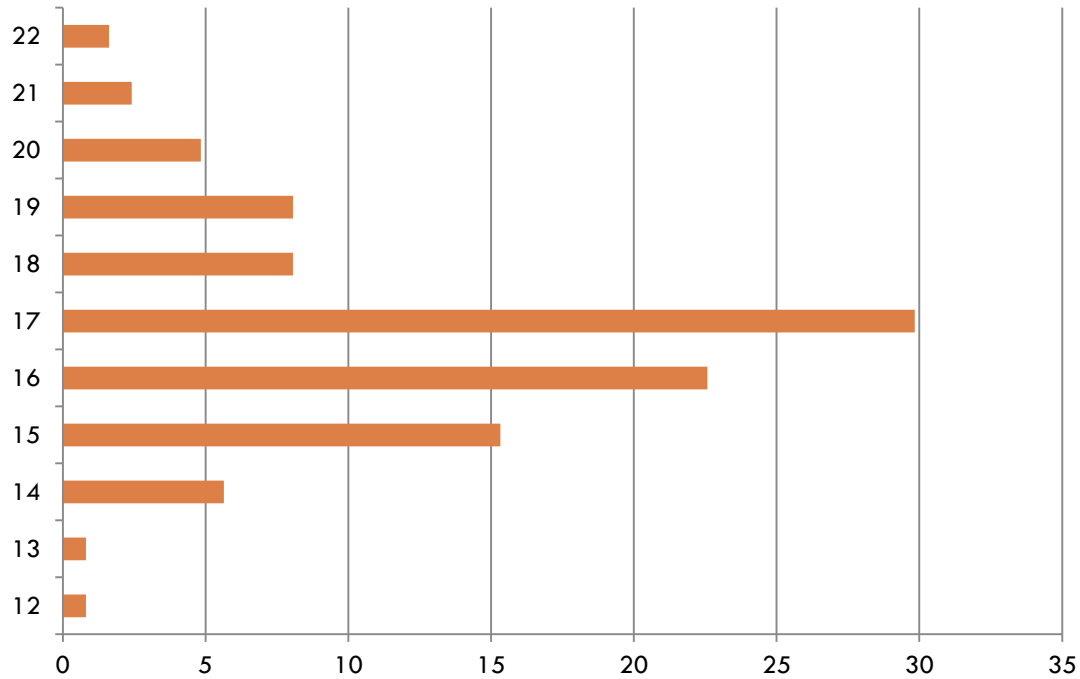
Geschlecht: ca. zwei Drittel der Befragten sind weiblich



Schülerbefragung: Stichprobe

7

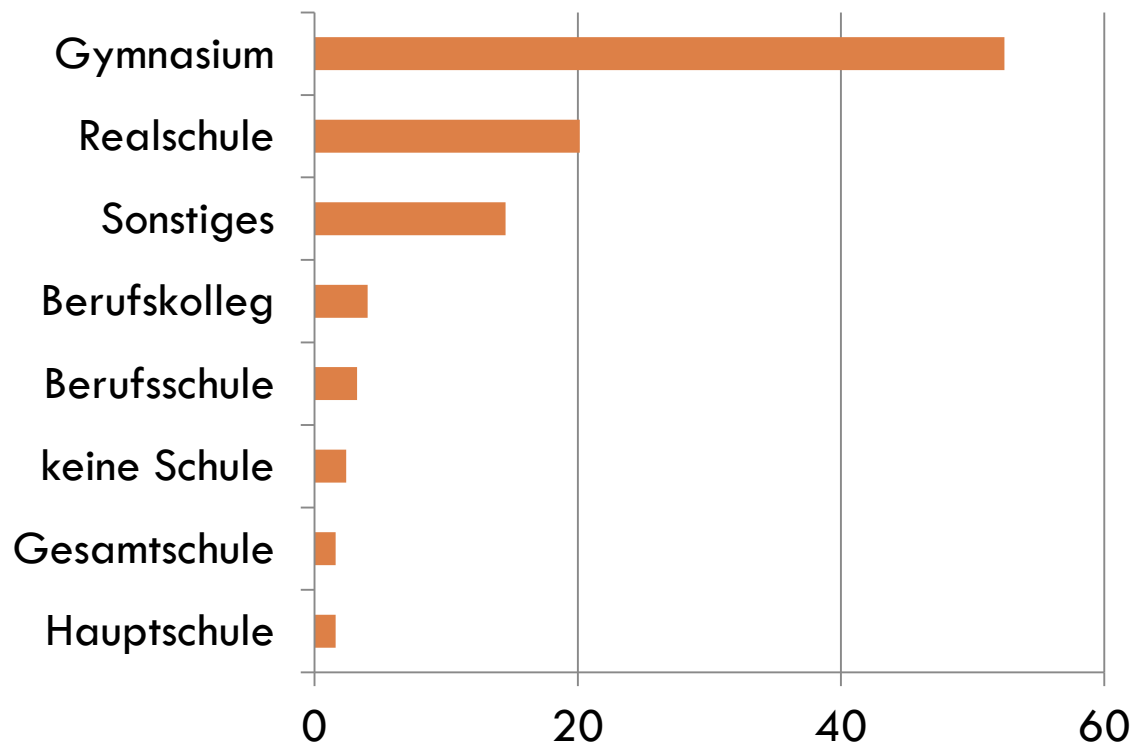
Alter: die Befragten sind im Schnitt 16,8 Jahre alt.



Schülerbefragung: Stichprobe

8

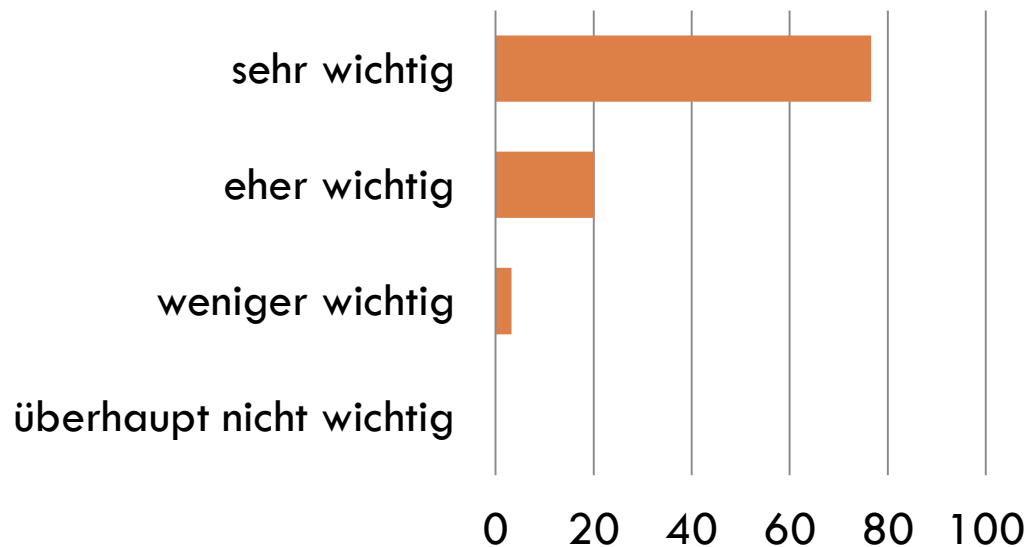
Bildung: Der Großteil der Befragten sind Gymnasiasten, sowie Schüler der Mittel- und Oberstufe



Stellenwert des Berufs für das eigene Leben

9

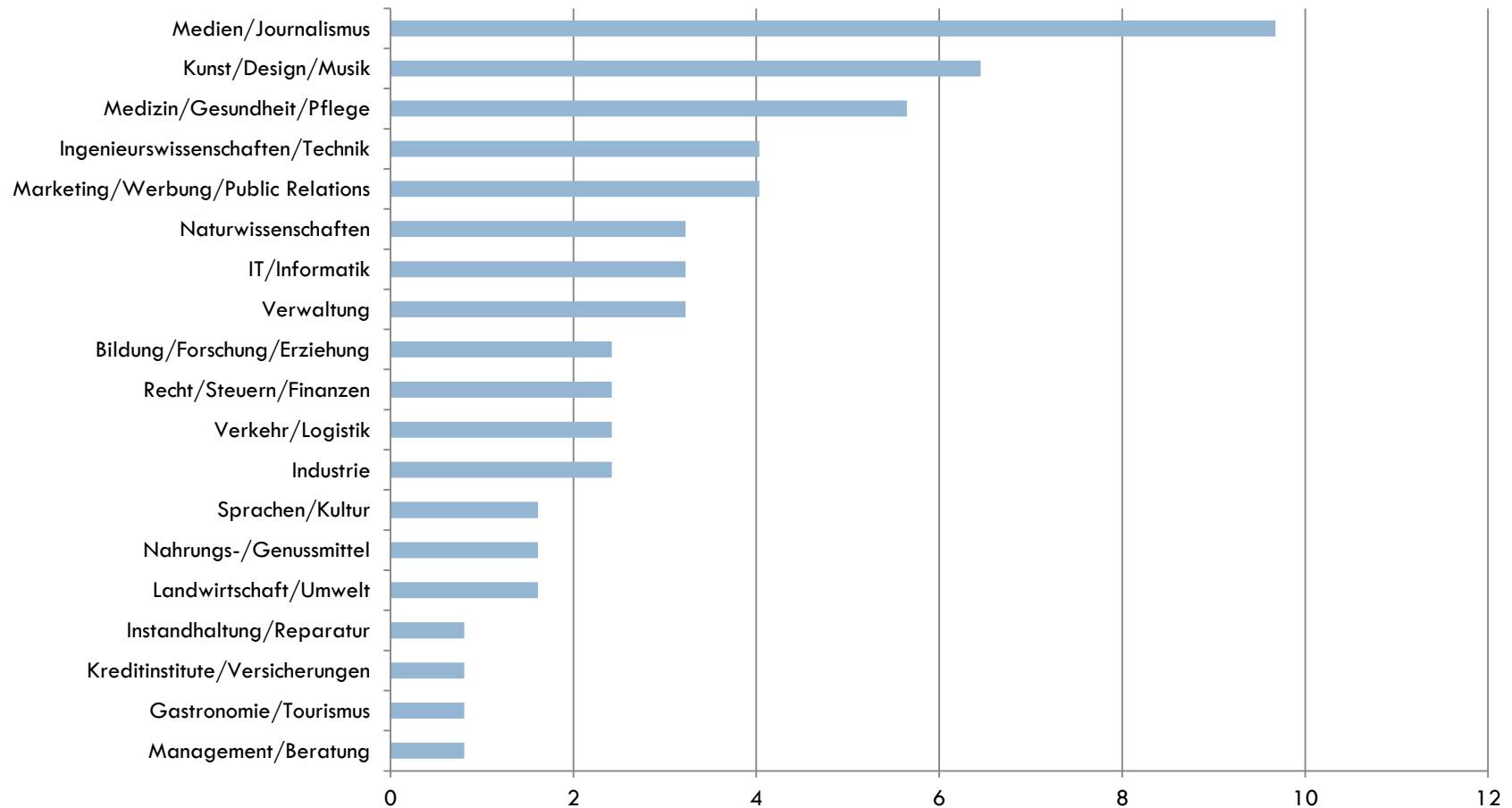
Stellenwert des Berufs für das eigene Leben: für die meisten Befragten ist die Ausübung eines Berufs sehr wichtig.



Irgendwas mit Medien...

10

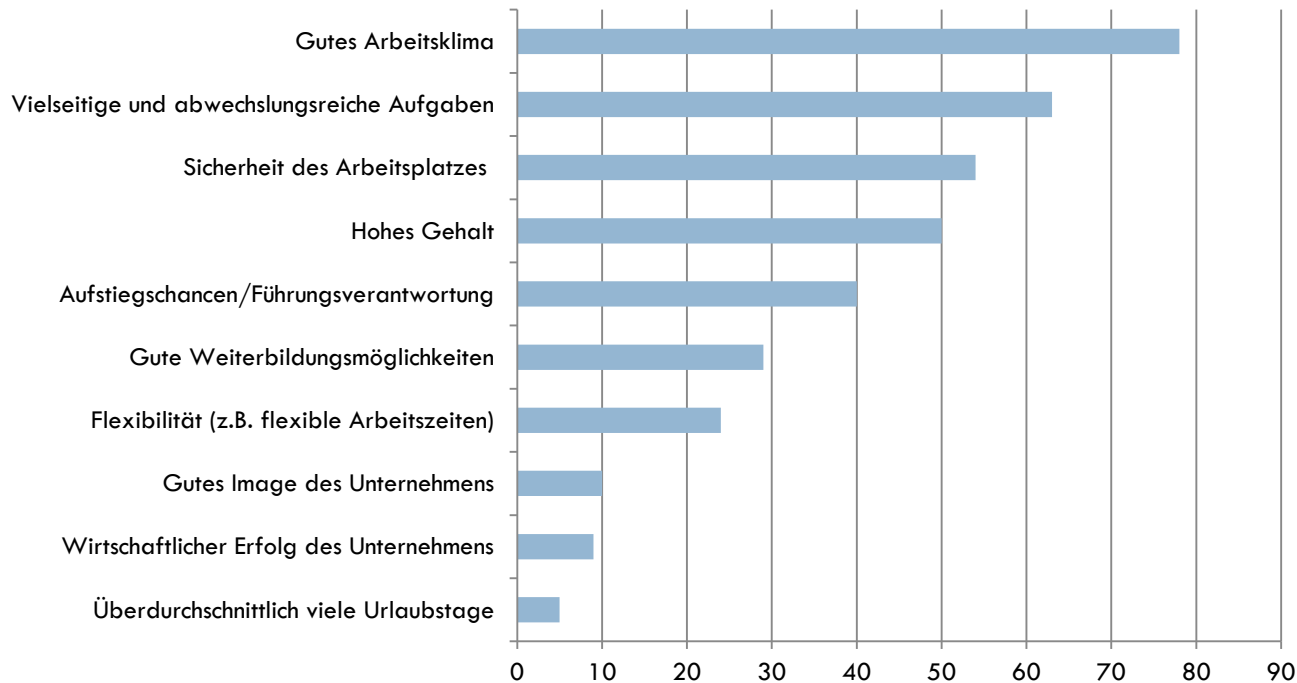
60,5 Prozent der Schüler wissen bereits, in welchem Bereich sie später einmal arbeiten möchten.



Entfaltung statt „Führ‘ mich zum Schotter“

11

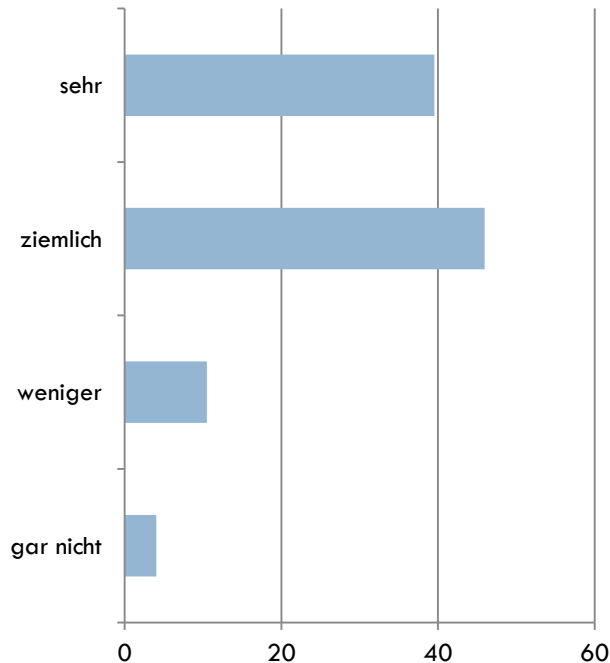
Die Schüler erwarten von ihrem zukünftigen Arbeitgeber ein gutes Arbeitsklima und vielseitige und abwechslungsreiche Aufgaben.



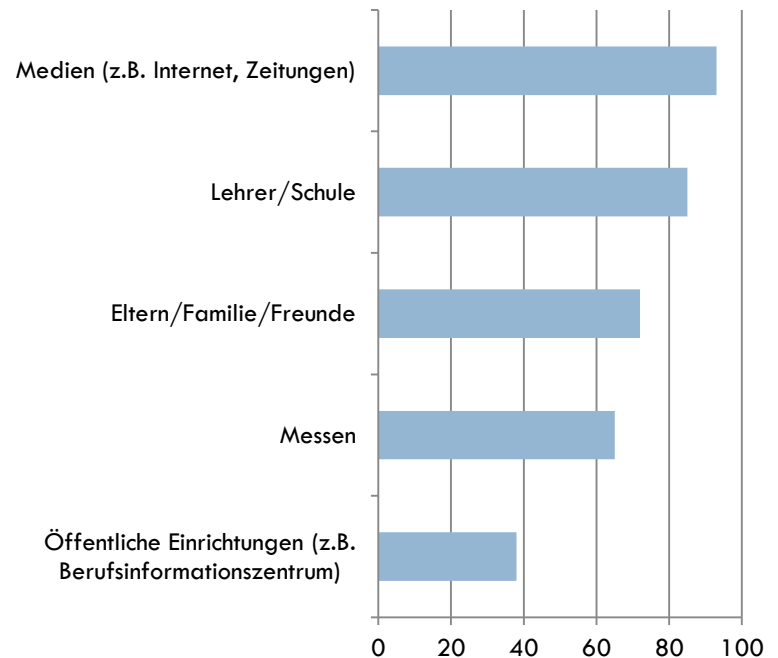
Informationsverhalten

12

85 Prozent der Schüler interessieren sich ziemlich oder sehr für das Thema Berufs- und Studienwahl



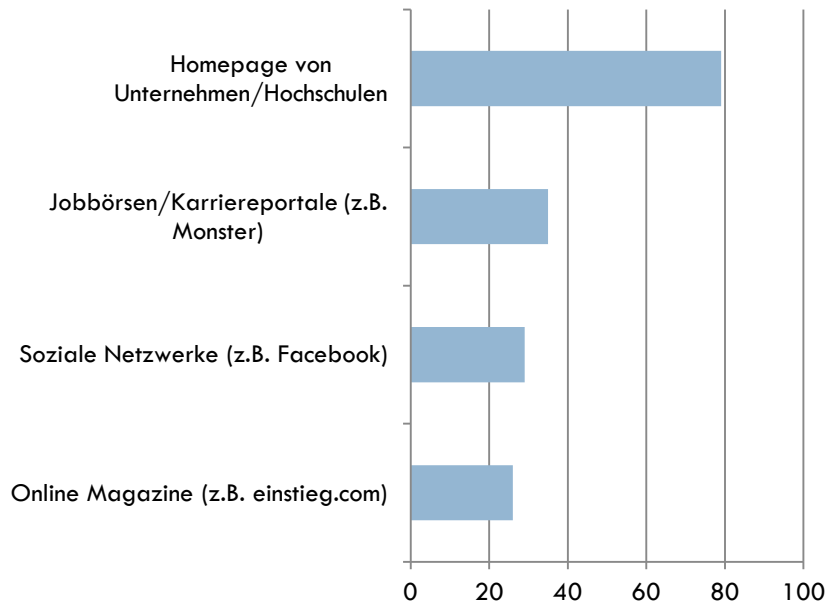
...und informieren sich vor allem über die Medien.



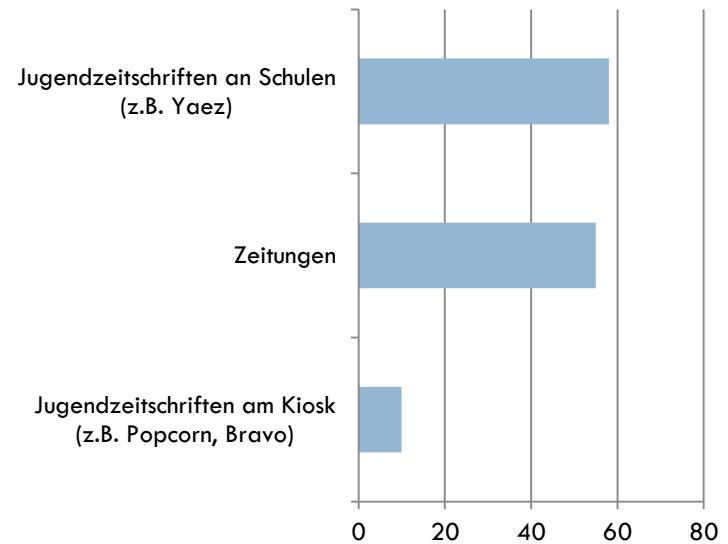
Informationsverhalten

13

Nur 5 Schüler informieren sich nicht online. Die übrigen nutzen:



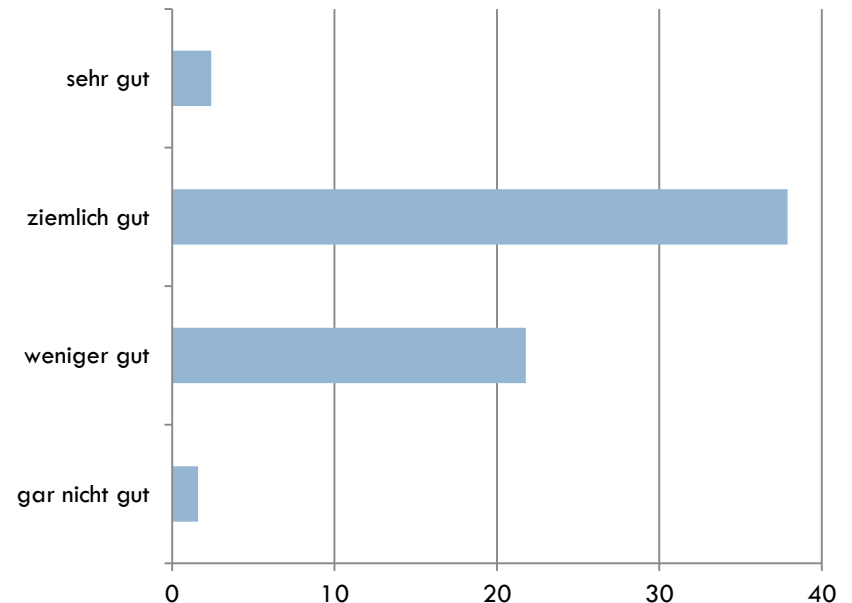
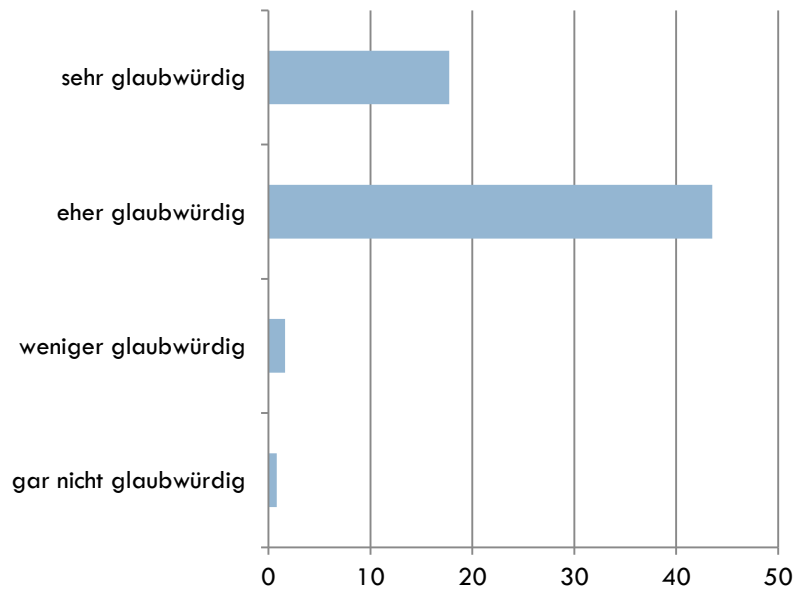
Nur 17 Schüler informieren sich nicht über Printmedien. Die übrigen nutzen:



Homepages von Unternehmen

14

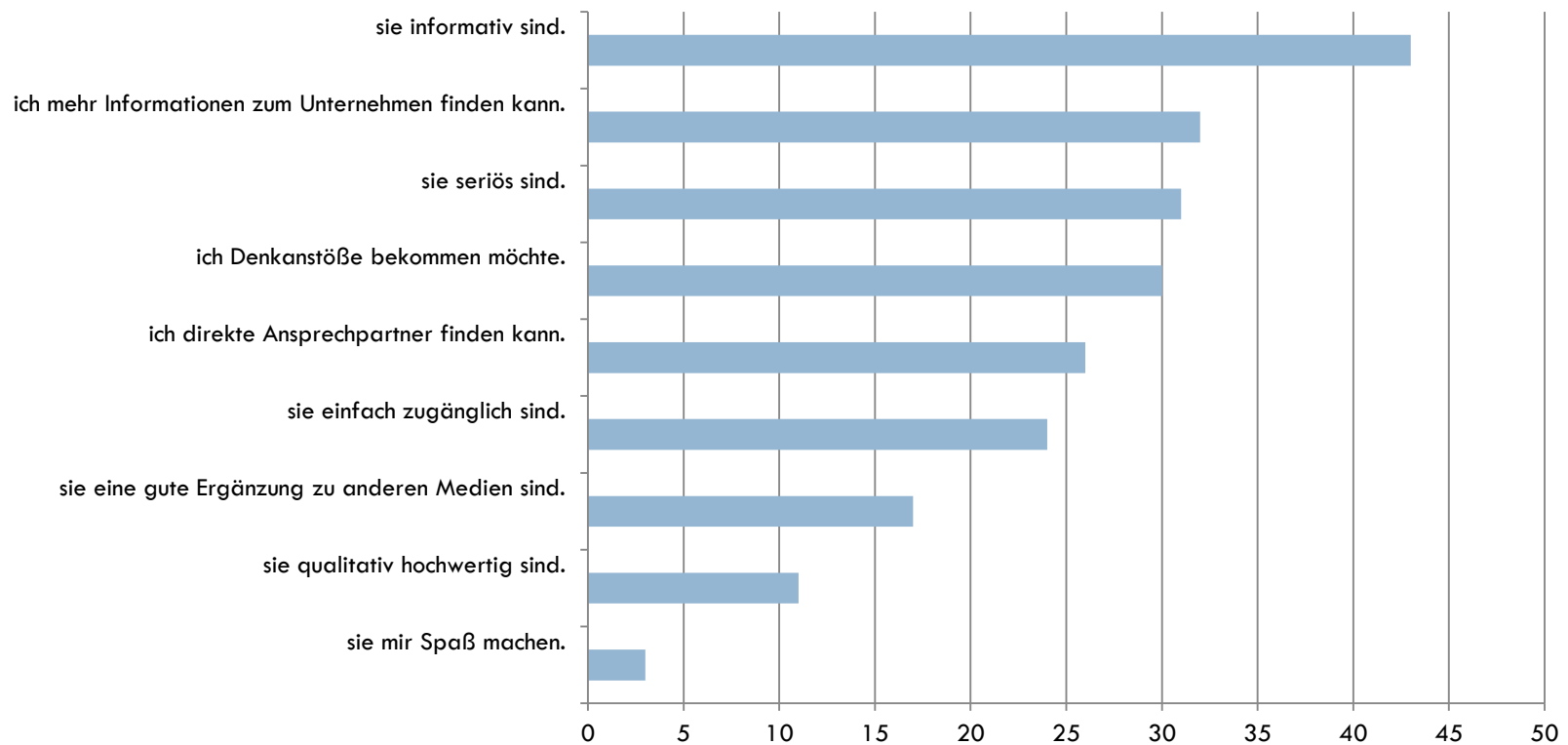
Fast 80 befragte Schüler nutzen die Homepages von Unternehmen zur Informationssuche. Diese halten sie für glaubwürdig und sie fühlen sich hier gut informiert.



Homepages von Unternehmen

15

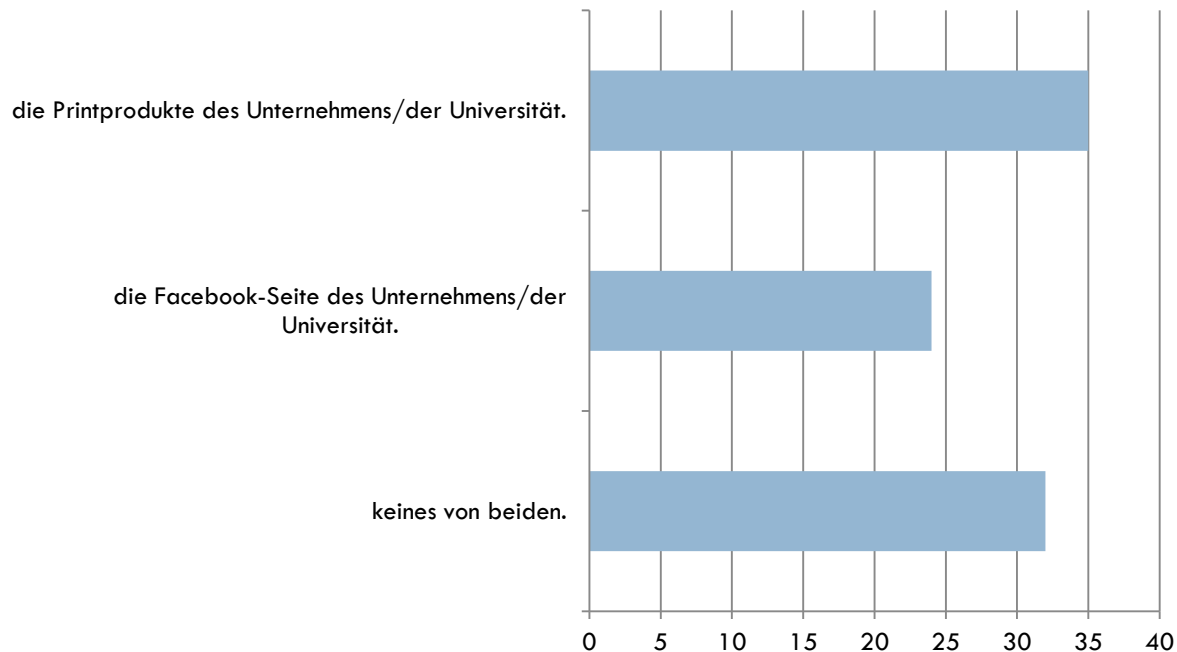
Die Homepages werden vor allem genutzt, weil sie informativ sind.



Homepages von Unternehmen

16

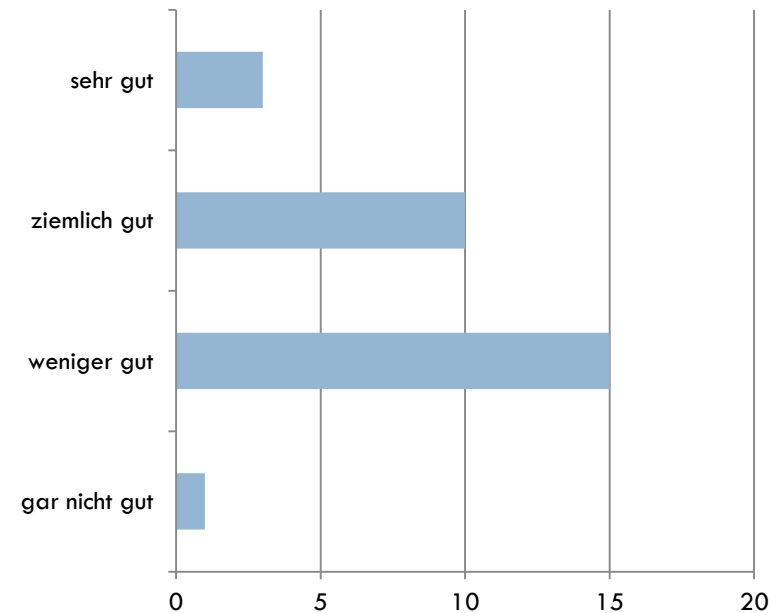
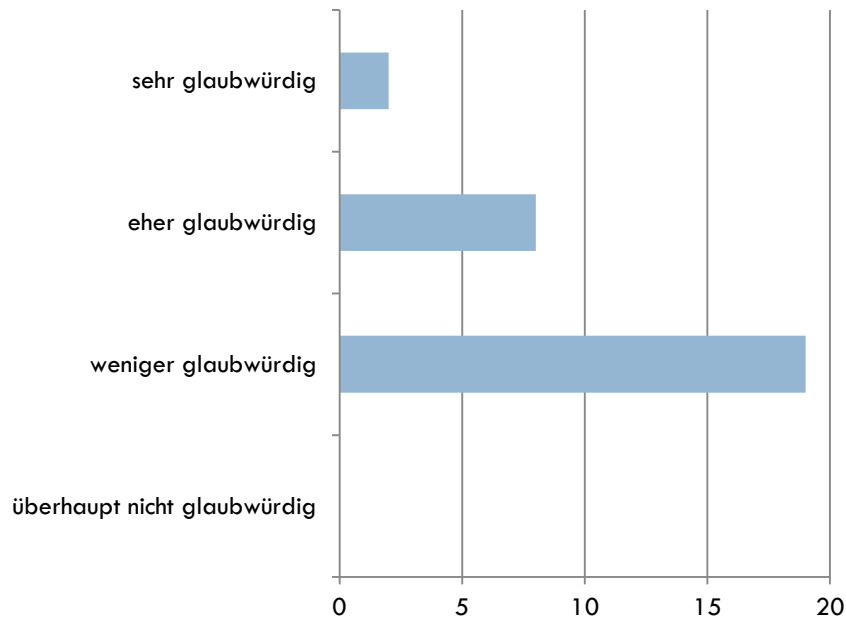
Neben der Homepage werden vor allem Printprodukte des Unternehmens genutzt.



Soziale Netzwerke

17

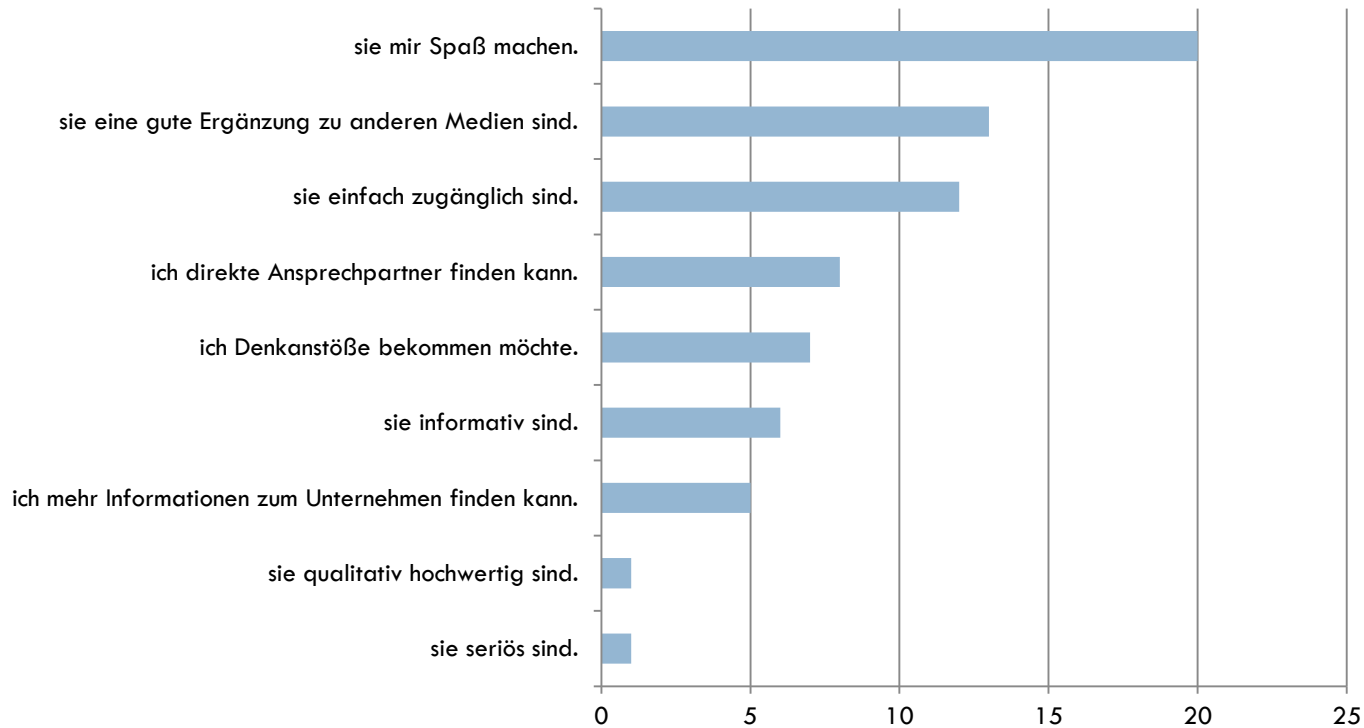
Fast 30 befragte Schüler nutzen den Social Media-Auftritt des Unternehmens zur Informationssuche. Diesen halten sie für eher weniger glaubwürdig und sie fühlen sich hier weniger gut informiert.



Soziale Netzwerke

18

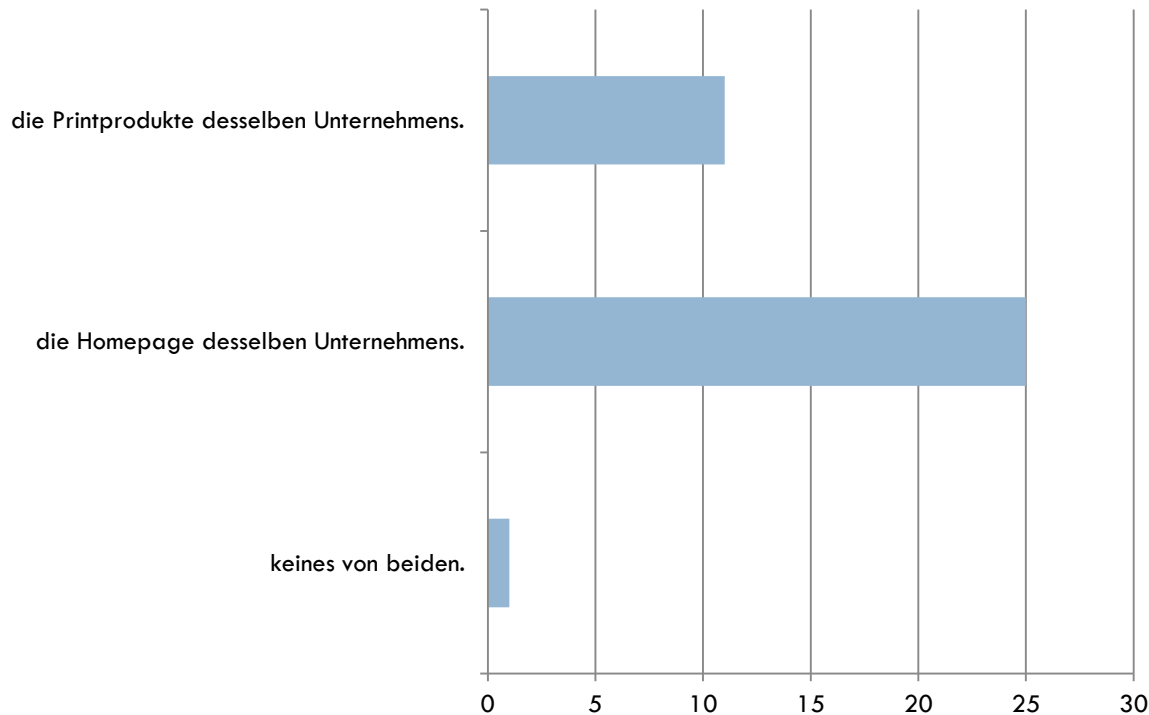
Die Karriereseiten in Sozialen Netzwerken werden vor allem genutzt, weil sie Spaß machen.



Soziale Netzwerke

19

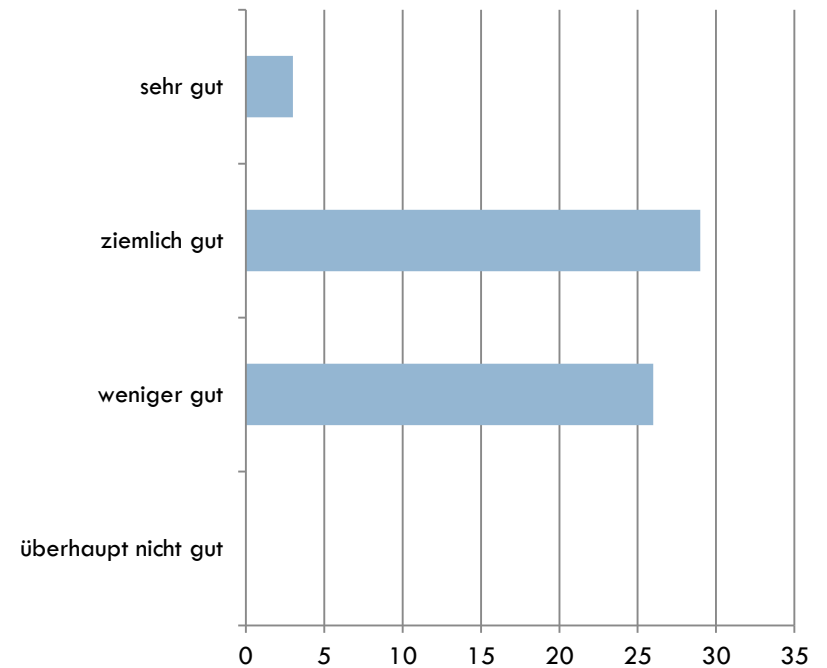
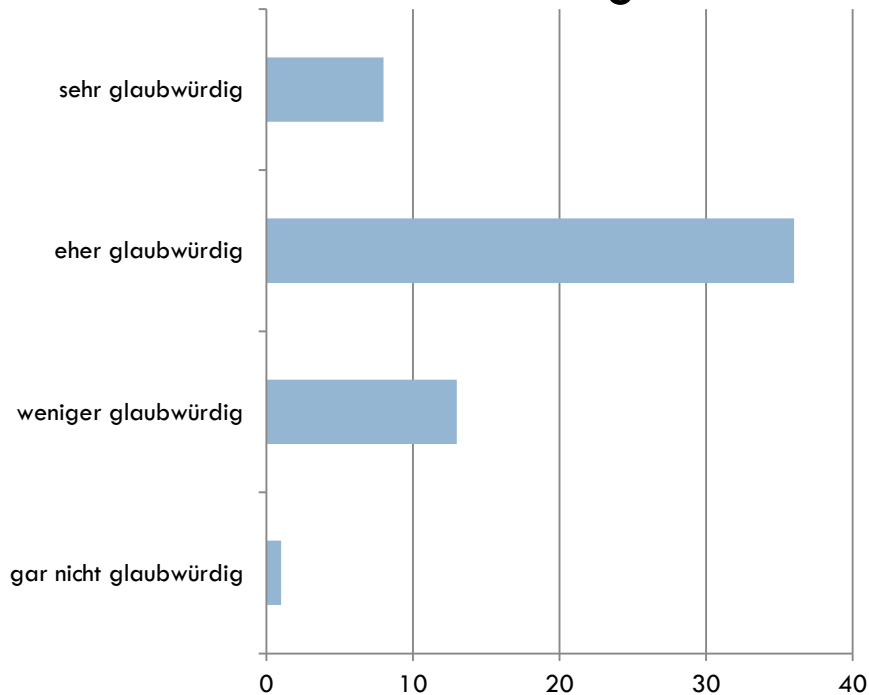
Neben der Karriereseite in Sozialen Netzwerken wird vor allem die Homepage des Unternehmens genutzt.



Jugendzeitschriften

20

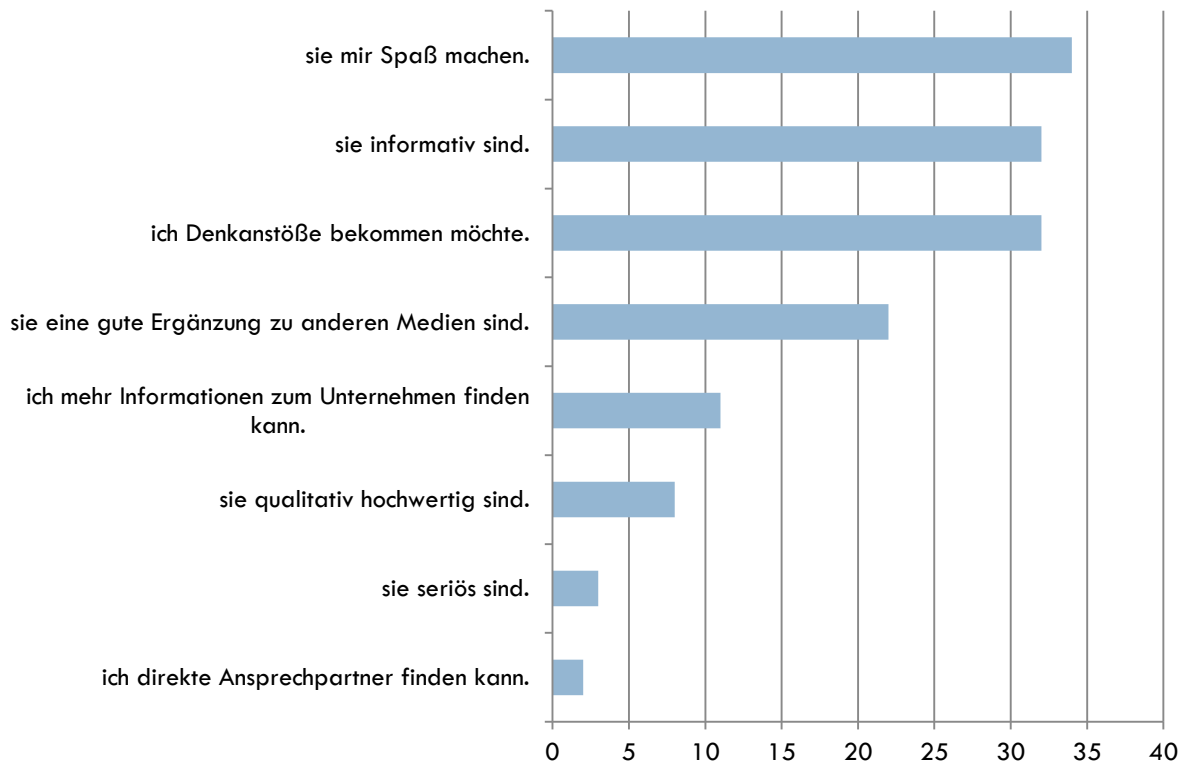
Fast die Hälfte der befragte Schüler nutzt Jugendzeitschriften zur Informationssuche. Diese halten sie für eher glaubwürdig und sie fühlen sich hier ziemlich gut informiert.



Jugendzeitschriften

21

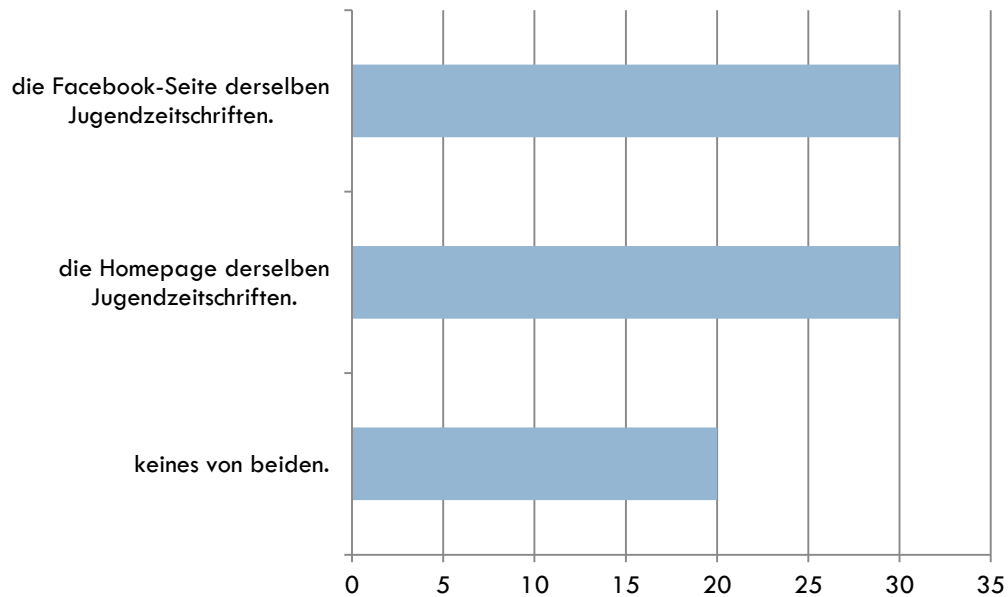
Die Jugendzeitschriften werden vor allem genutzt, weil sie Spaß machen und gleichzeitig informativ sind.



Jugendzeitschriften

22

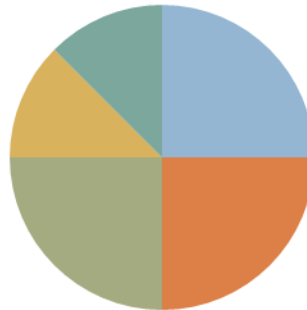
Neben der Print-Ausgabe nutzen Schüler gleichermaßen die Facebook-Seite und die Homepage der Jugendzeitschrift.



Expertenbefragung

23

- 9 Teilnehmer aus dem Bereich Personal/HR
- Mehrheitlich aus großen Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern und vielen Azubis
- Branchenverteilung:



- Ingenieurwissenschaften
- Handel/Verkauf
- Kreditinstitute/Versicherung
- Nahrungsmittel
- Medizin/Gesundheit

Expertenbefragung

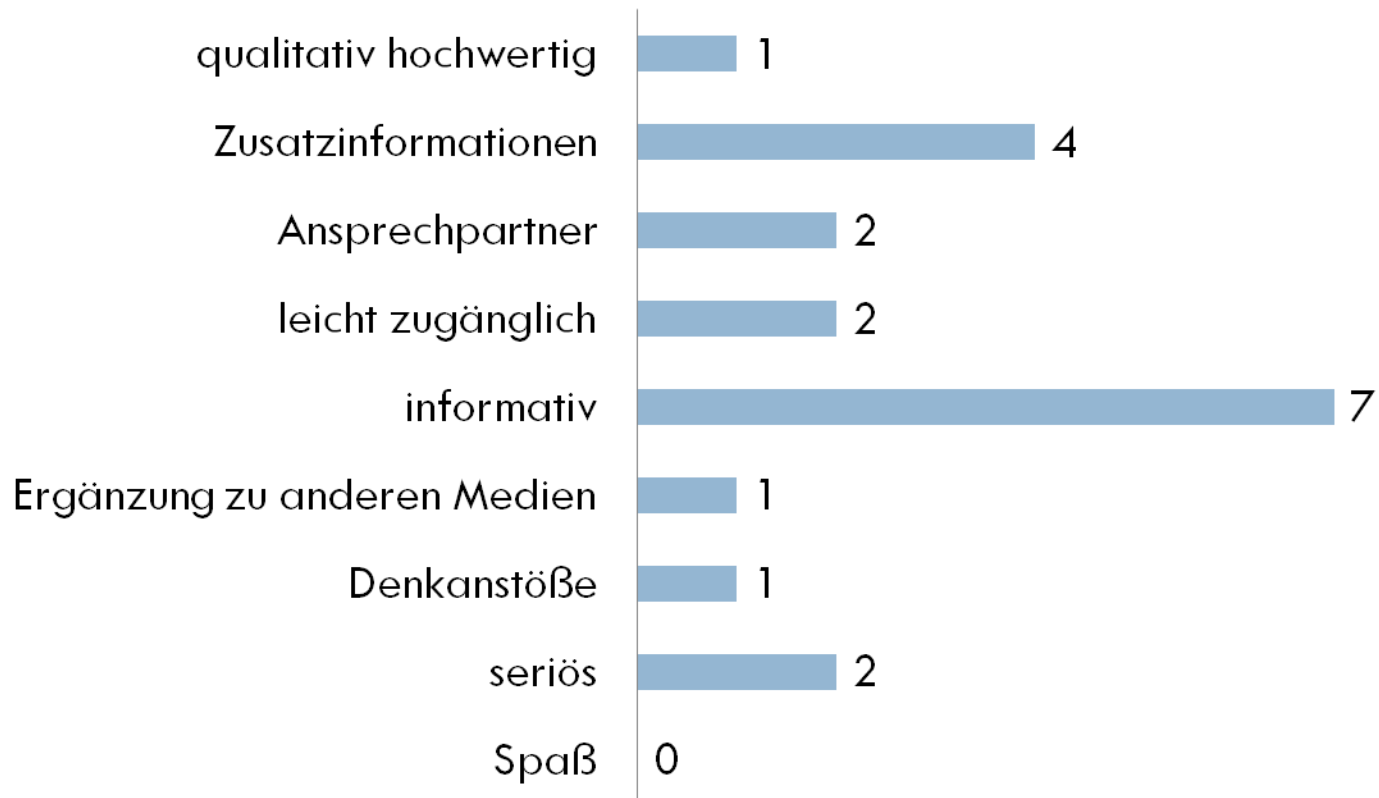
24

- 89% bewerten den Bereich Ausbildungsmarketing als sehr oder eher wichtig für ihr Unternehmen
- Alle Befragten glauben, dass das Thema in den nächsten 3 Jahren an Bedeutung gewinnen wird.
- Für Unternehmen stehen Veranstaltungen zur Rekrutierung vorne an (Messen, Schulen)
- Online werden Informationen zur Karrieremöglichkeiten am häufigsten über die eigene Homepage kommuniziert, gefolgt von Social Media auf Rang 2 (66% Nutzung)
- Printmedien spielen für die Mehrzahl der Befragten eine geringere Rolle

Expertenbefragung

25

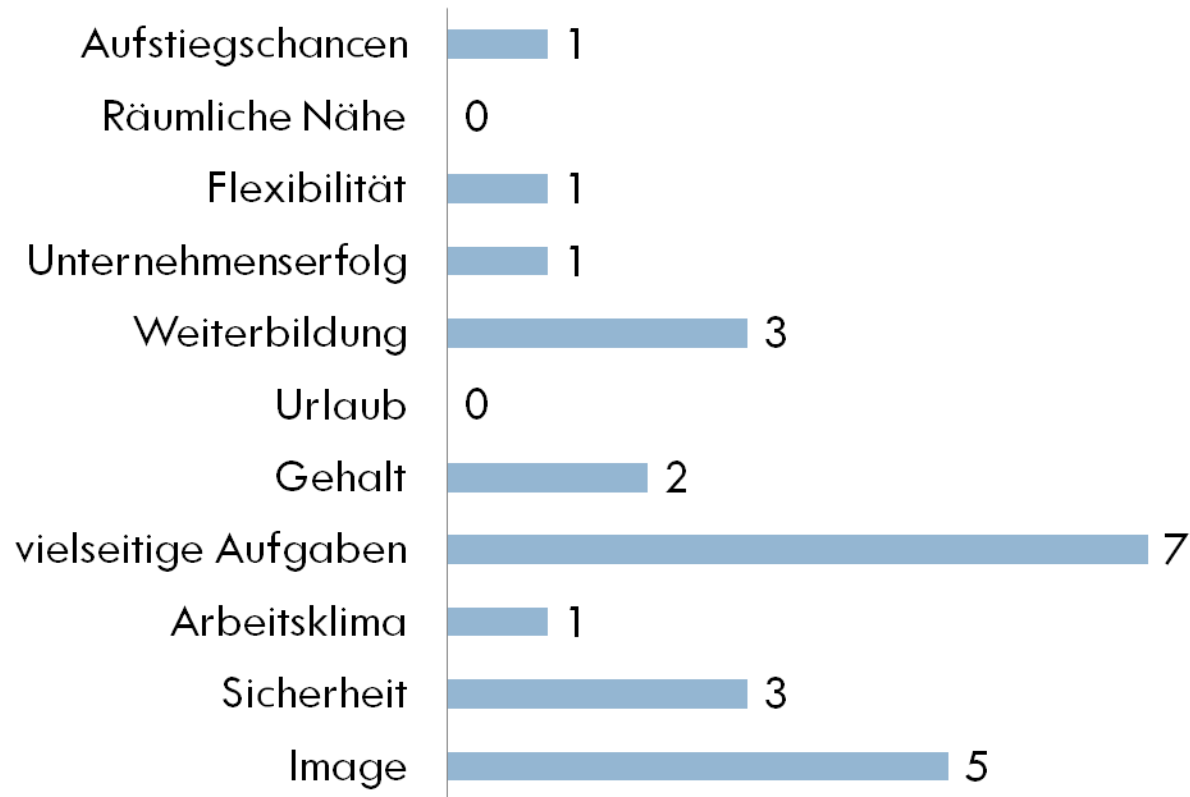
Unternehmen haben nur wenig Vertrauen in ihre eigene Homepage



Expertenbefragung

26

Unternehmensperspektive als attraktive Arbeitgeber



Fazit

27

- Bezüglich der informativen Funktion und der großen Relevanz von Unternehmenshomepage herrscht Konsens zwischen beiden Gruppen.
- 5 der 9 Experten bewerten die Rolle von sozialen Netzwerken als sehr oder eher wichtig. Bezüglich des Budgets für Ausbildungsmarketings lässt sich eine Zunahme im Online-Bereich konstatieren, während Print stagniert.
- Allerdings nutzt die Mehrheit der Jugendlichen soziale Netzwerke (noch) nicht, um sich über den Beruf zu informieren. Ein Grund liegt im geringen Vertrauen in Social Media Angebote. Diese werden vor allem zum Spaß genutzt.

Fazit

28

- 90% der Befragten nutzt Printmedien, sowohl Zeitungen als auch Zeitschriften, für die Karriereplanung. Hier findet ein crossmedialer Markentransfer statt, so dass auch die Homepage und der Social Media-Auftritt profitieren. Nutzungsmotiv ist die Verbindung von Spaß und Information.
- Soziale Netzwerke sollten im Ausbildungsmarketing als Ergänzung dienen, aber keinen dezidierten Schwerpunkt bilden.