

Gen Z für eine Ausbildung im Tourismus gewinnen – mit den richtigen Botschaften und Formaten

Dr. Anika Jansen
ReiseZukunft Impulsveranstaltung

24. September 2025, 10:30 – 11:30 Uhr



Dr. Anika Jansen

Senior Economist beim Kompetenzzentrum
Fachkräftesicherung (KOFA) am Institut der deutschen
Wirtschaft (IW)

- Studium der Verhaltensökonomie
- Promotion zum Thema duale Berufsausbildung
- Themen: Rekrutierung, Azubimarketing, internationale Fachkräfte, Ausbildungs- und Arbeitsmarkt
- Gen Y



SCAN MICH

Wissenschaftliche Basis,
Relevanz für die Praxis.



Studien: Analyse zur Fachkräftesituation in Deutschland



Handlungsempfehlungen und Checkliste: Tipps für Ihre Personalarbeit



Praxisbeispiele: Best Practice zum Nachahmen und Weiterdenken



Trends: Zukunftsthemen wie digitale Bildung und Weiterdenken



Podcast: Themen inhaltlich für die Ohren aufbereitet



Webinare: Weiterbildung und Austausch vom Schreibtisch aus



Newsletter: regelmäßige Infos über aktuelle Trends im Themenfeld



Vorträge und Netzwerke: Austausch mit den Expertinnen und Experten vor Ort

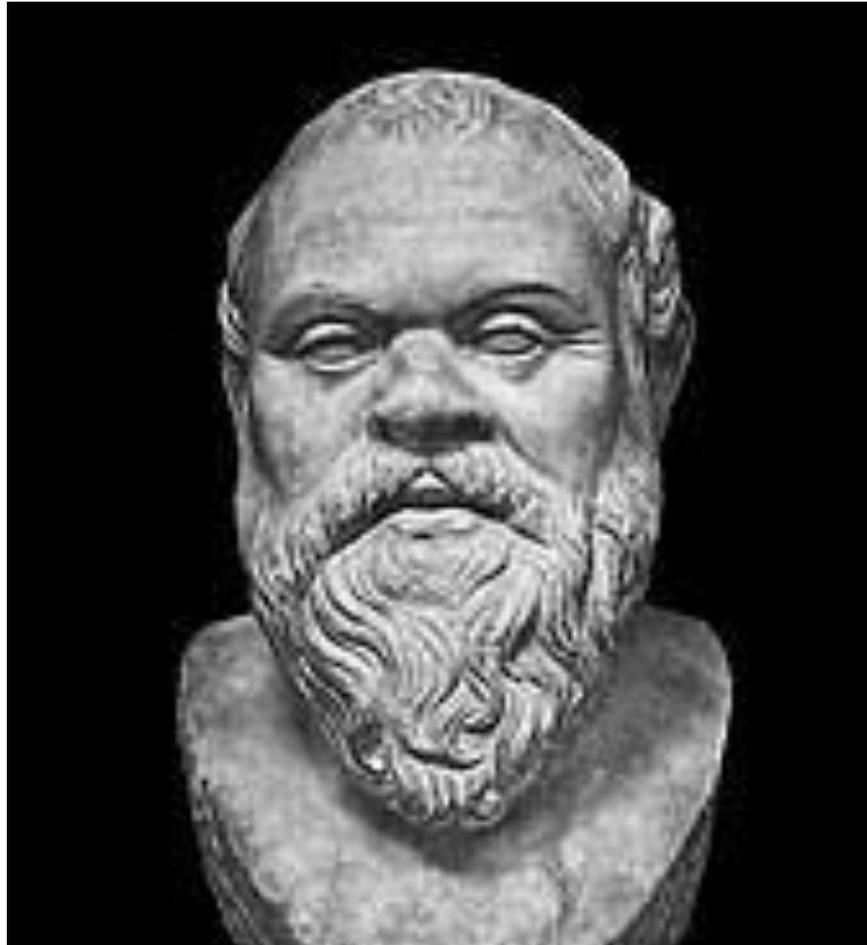


Lernvideos: Kurze Lernvideos für zwischendurch

Wer hat das gesagt?

„Die Jugend liebt heutzutage den Luxus. Sie hat schlechte Manieren, verachtet die Autorität, hat keinen Respekt vor den älteren Leuten und schwatzt, wo sie arbeiten sollte.

Die jungen Leute stehen nicht mehr auf, wenn Ältere das Zimmer betreten. Sie widersprechen ihren Eltern, schwadronieren in der Gesellschaft, verschlingen bei Tisch die Süßspeisen, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer.“



Sokrates griechischer Philosoph * um 469 v. Chr., † 399 v. Chr.

Was ist eigentlich eine Generation?

- Der Generationenbegriff wurde das erste Mal 1928 von Karl Mannheim definiert ([Mannheim, 1928/1929](#)):
- Mitglieder einer Generation **teilen bestimmte Erfahrungen** und Prägungen in der Jugendzeit und weisen dadurch bestimmte **Ähnlichkeiten** bei Verhaltensweisen, Einstellungen und Vorlieben auf.
- Allerdings: Mitglieder einer Generation sind in vielerlei Hinsicht aber auch sehr **heterogen** (z.B. aufgrund des Milieus oder des sozioökonomischen Hintergrunds)
- Kennzeichen einer Generation auch häufig Alters oder Epocheneffekte (siehe [Schröder, 2023](#)).
- Genaue Abgrenzung ist umstritten.



Generationen: Ein Modell zur Reduktion von Komplexität

	Babyboomer 1956-1965 → 60-69 Jahre	Generation X 1966-1980 →45-59 Jahre	Generation Y („Millenials“) 1981-1995 →30-44 Jahre	Generation Z 1996-2012 →13-28 Jahre
Prägung der Geschichte	Wirtschaftswunder, Frauenbewegung	Generation Golf, Mauerfall	Weltweiter Terror, digitale Revolution	Globalisierung, Klimaschutz, Corona



Herbert



Stephanie



Lukas



Malou

Was prägte die Gen Z?



Klimakrise



Corona-Krise



Wirtschaftliche Unsicherheiten

Helikopter Eltern



Digitalisierung & Social-Media



Demographie und Arbeitsmarkt

Für die Praxis relevant: Das Wissen über die entsprechende Altersgruppe

Darunter Werte und Sorgen, Wünschen für den Beruf, Berufswahlverhalten etc.

Vom Mismatch zum Match:
Wie sich Jugendliche und Unternehmen auf dem Ausbildungsmarkt suchen und finden (können)

Eine kombinierte Jugend- und Unternehmensbefragung

iw | BertelsmannStiftung



KOFA-STUDIE 2/2021
Neue (digitale) Wege in der Berufsorientierung

So können sich Unternehmen einbringen

KOFA
Fachkräftesicherung für kleine und mittlere Unternehmen

Ausbildung.de

azubi.report
2024

Die große Studie zur Situation von Auszubildenden in Deutschland

Inklusive Themenschwerpunkt:
Wie die Gen Z wirklich tickt und welche Zukunftsfragen sie beschäftigen

19. SHELL JUGENDSTUDIE

JUGEND 2024
PRAGMATISCH ZWISCHEN VERDROSSENHEIT UND GELEBTER VIELFALT

Prof. Dr. Mathias Albert
Prof. Dr. Gudrun Quenzel
Prof. Dr. Frederick de Moll
Verian

Institut für Generationenforschung

Trendstudie 2025
Der Blick der Generationen

TRENDSTUDIE
JUGEND IN DEUTSCHLAND
VERANTWORTUNG FÜR DIE ZUKUNFT? JA, ABER

TRENDSTUDIE
2024

JUGEND IN DEUTSCHLAND
TRENDSTUDIE

SIMON SCHNETZER
KILIAN HAMPEL
KLAUS HURRELMANN

Eine Generation mit scheinbar gegensätzlichen Bedürfnissen!?

Selbstbewusst
& hohe
Ansprüche

Selbst-
verwirklichung

Idealismus

Schnelle
Auffassungsgabe



Unsicherheiten

Soziale
Bindungen mit
Freunde &
Familie

Beitrag für die
Gesellschaft

Streben nach
Work Life-
Balance,
Sicherheit und
Gesundheit

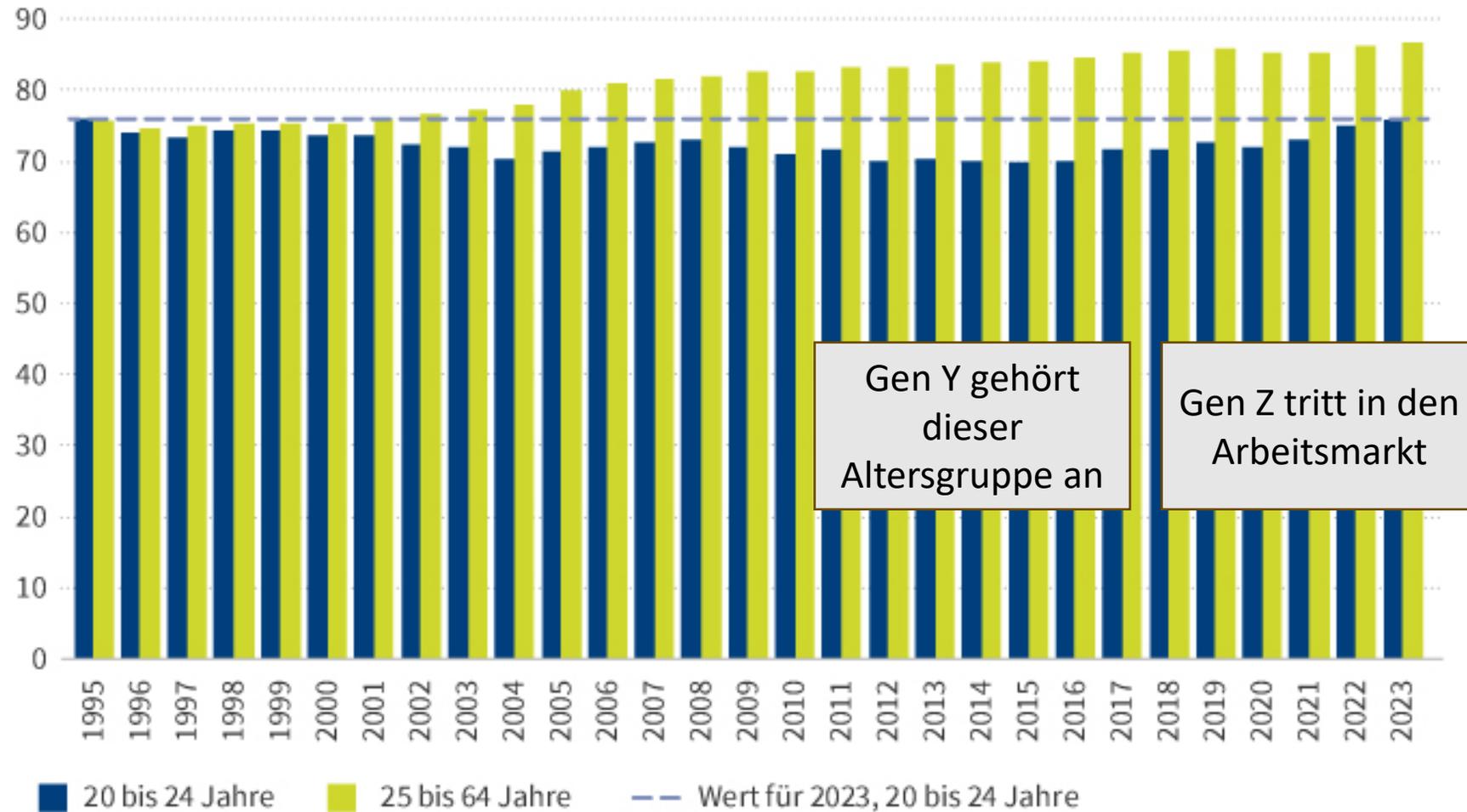
Geringe
Konzentration

Wie ist das jetzt mit der Arbeitsmotivation?



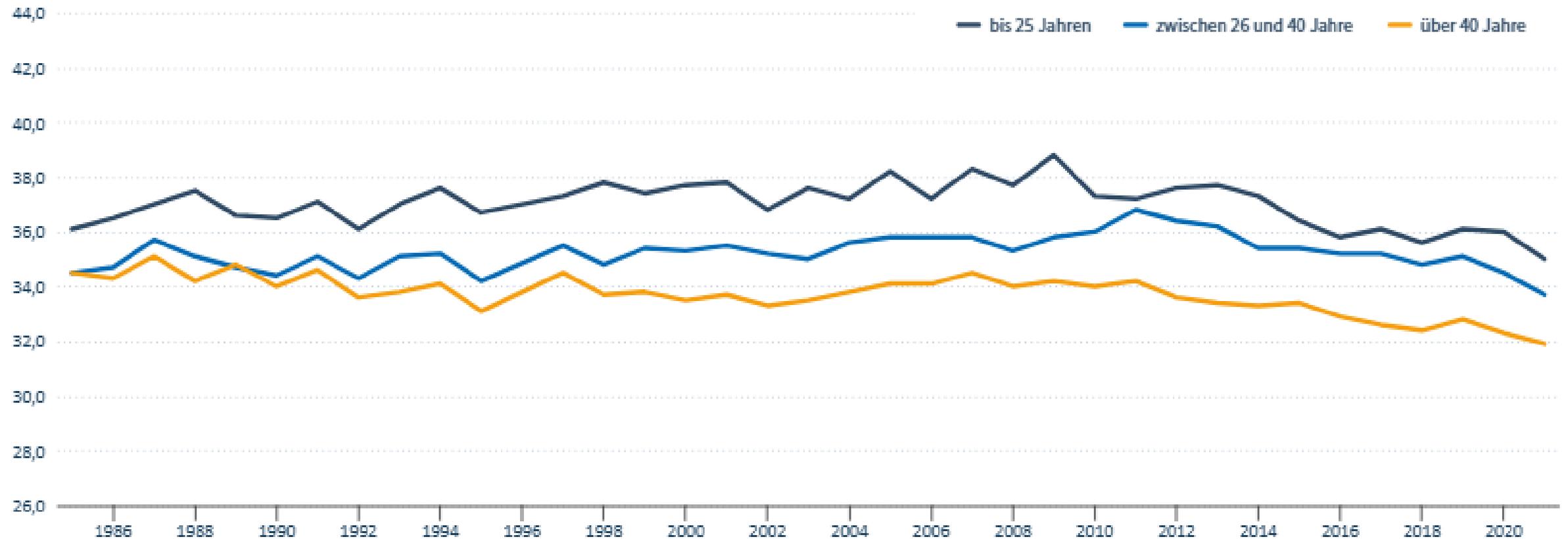
Ein Blick auf die Daten: Erwerbsbeteiligung der Gen Z

in Prozent der Bevölkerung



Ein Blick auf die Daten: Arbeitszeitwünsche der Gen Z

Gewünschte wöchentliche Arbeitszeit von abhängig Beschäftigten nach Altersgruppen



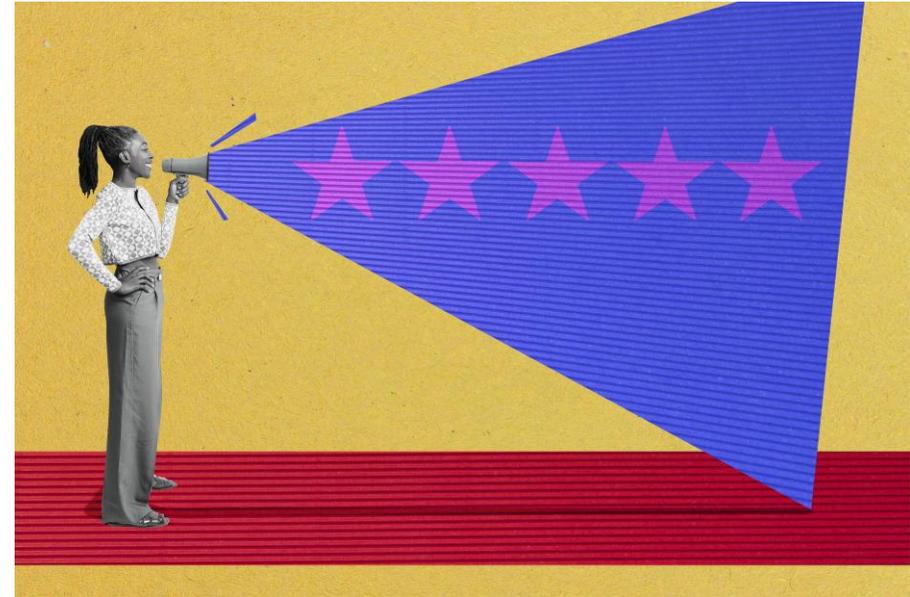
Fazit: Die Gen Z möchte arbeiten, aber
nicht mehr um jeden Preis.
Die Rahmenbedingungen müssen
stimmen.

Was bedeutet das für ein
erfolgreiches Ausbildungsmarketing?

Erfolgreiches Azubi Recruiting: „Tue Gutes und sprich darüber“



Bieten Sie eine tolle Ausbildung an!



Stellen Sie sicher, dass das auch die potenziellen Auszubildenden wissen!

Gen Z und ihre beruflichen Wünsche

Sinnvolle Tätigkeit

Sicherheit

**Gute
Ausbildungs-
vergütung**



**Moderne
Ausbildung**

**Möglichkeit zur
Weiterentwicklung**

**Ein gutes
Teamgefühl**

**Gute
Arbeitsatmosphäre**

**Gesundheits-
fördernde
Arbeitsumgebung**

Work-Life Balance

Vor dem Texten innehalten: Ihre Argumente

Was bieten wir?
Was sind unsere Werte?
Wie ticken wir?
Worauf sind wir stolz?
Was ist das Besondere an unserem
Unternehmen?



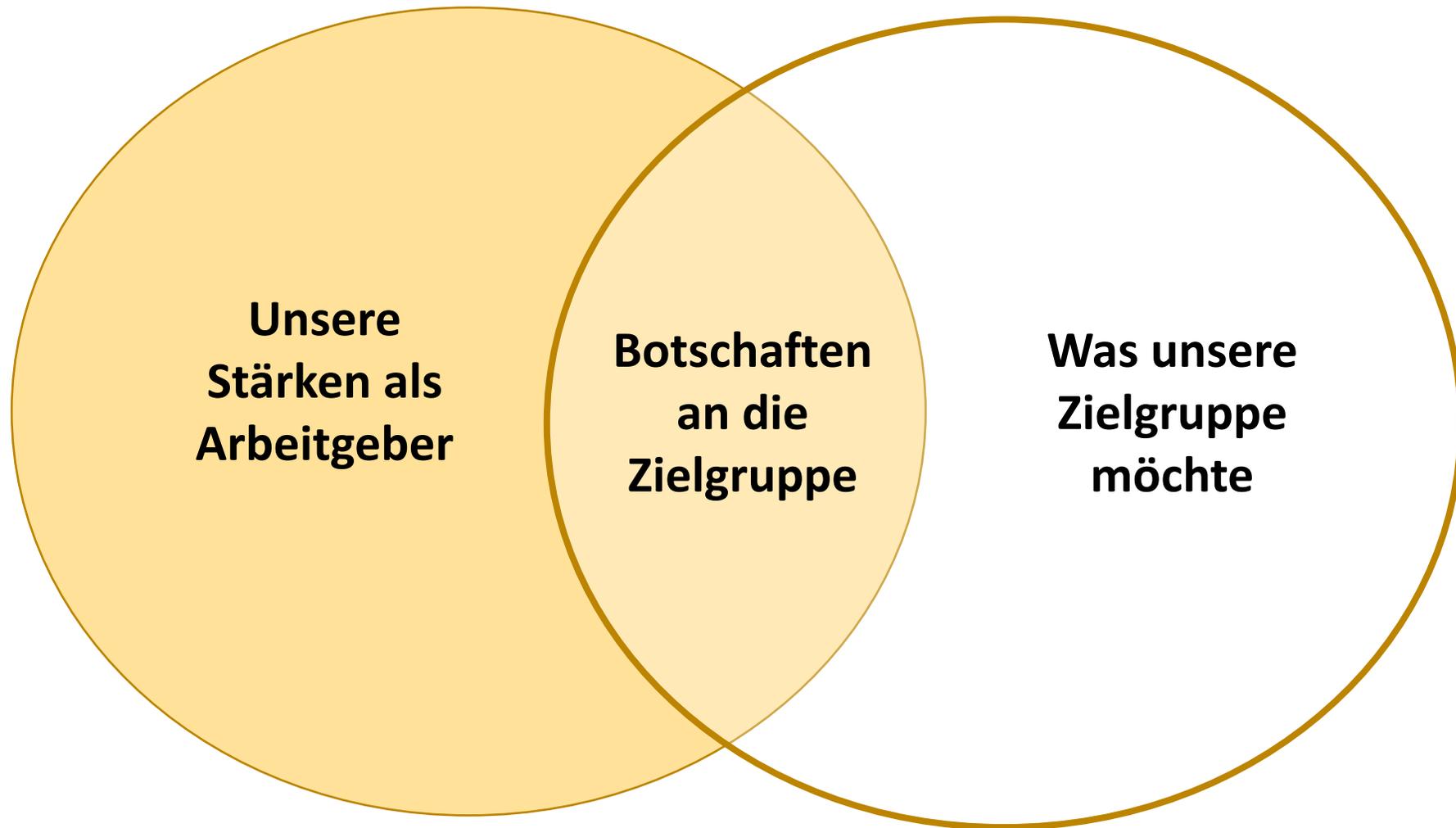
Vor dem Texten innehalten: Ihre Argumente



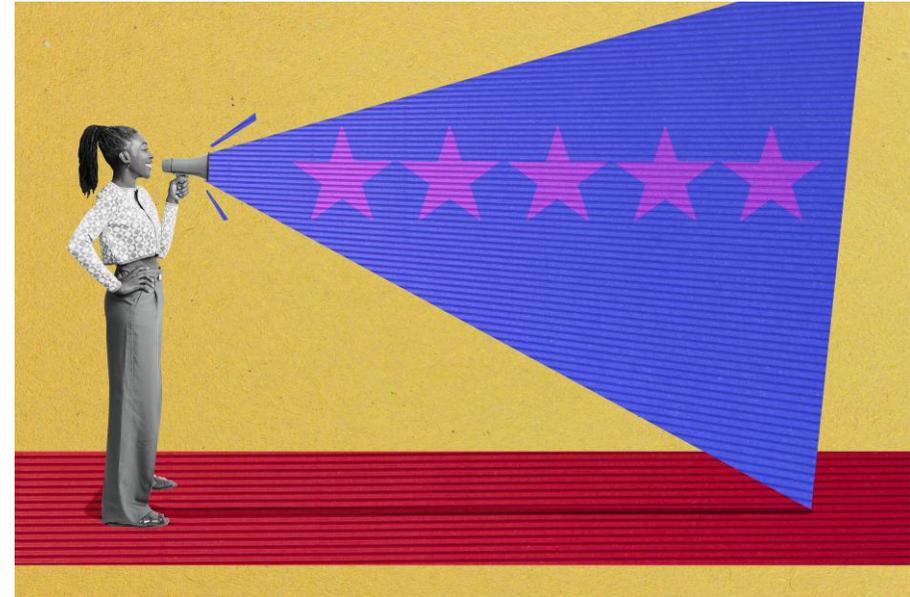
Tipp: Sowohl zu den Erwartungen als auch zu passenden Angeboten sind Ihre Mitarbeitenden sehr gute Ansprechpartner!



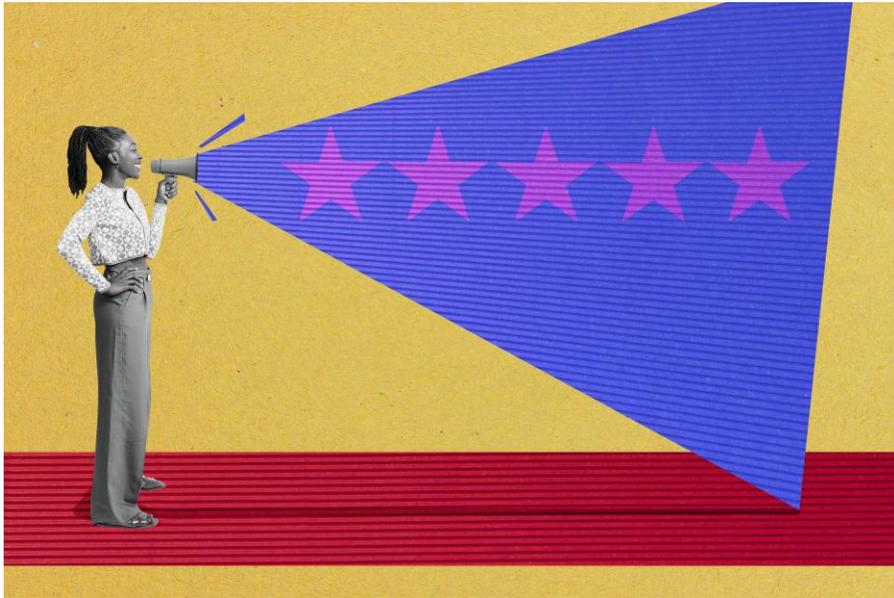
**Was unsere
Zielgruppe
möchte**



Erfolgreiches Azubi Recruiting: „Tue Gutes und sprich darüber“



Stellen Sie sicher, dass das auch die potenziellen Auszubildenden wissen!



Stellen Sie sicher, dass das auch die potenziellen Auszubildenden wissen!



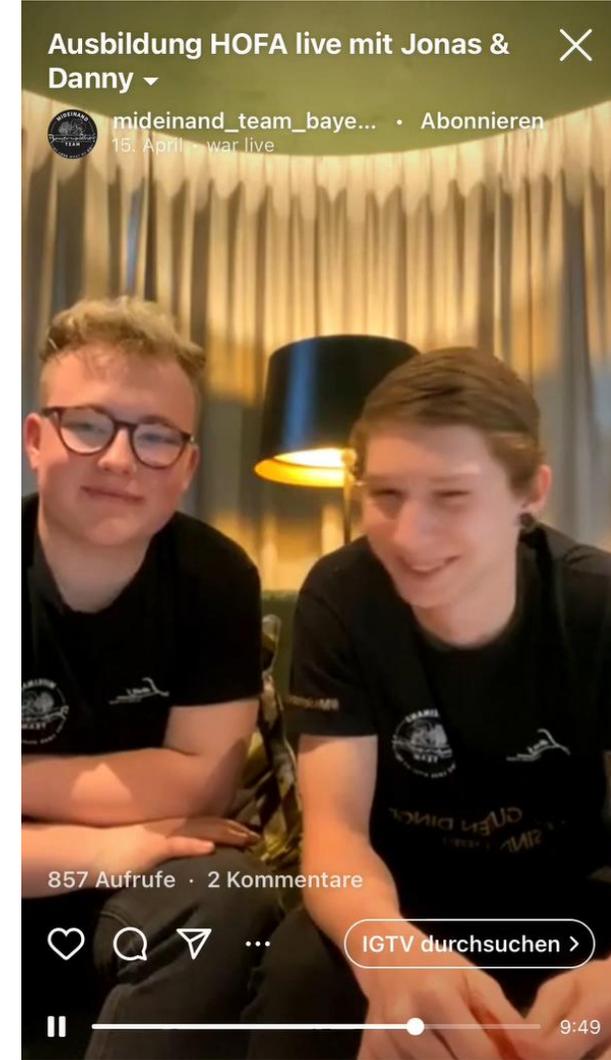
Investieren Sie Zeit in eine gute Karriereseite und gute Stellenanzeigen!

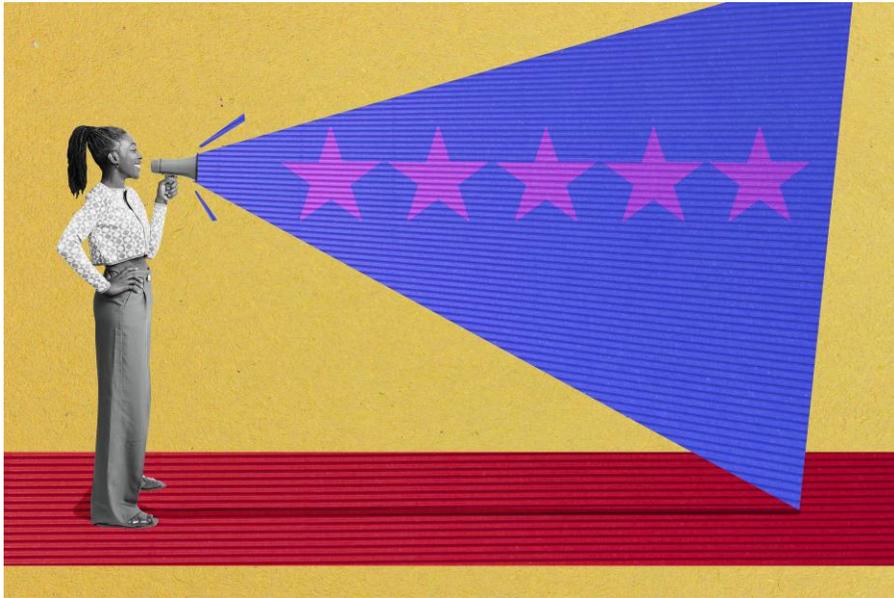


Gewähren Sie Einblicke in Ihr Unternehmen über Social Media!



Social Media: Mitarbeitende vorstellen





Stellen Sie sicher, dass das auch die potenziellen Auszubildenden wissen!



Investieren Sie Zeit in eine gute Karriereseite und gute Stellenanzeigen!



Gewähren Sie Einblicke in Ihr Unternehmen über Social Media!



Gehen Sie auf die Schulen zu!



Schulkooperationen – Was ist möglich?



(Digitale) Unternehmenspräsentation live ins Klassenzimmer



Betriebsbesichtigungen anbieten, bei Berufsinformationstagen oder im Rahmen des Wirtschaftsunterrichts



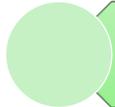
Praktika oder Praktikumstage anbieten



Bewerbungstraining anbieten



Beteiligung an (virtuellen) Elternabenden



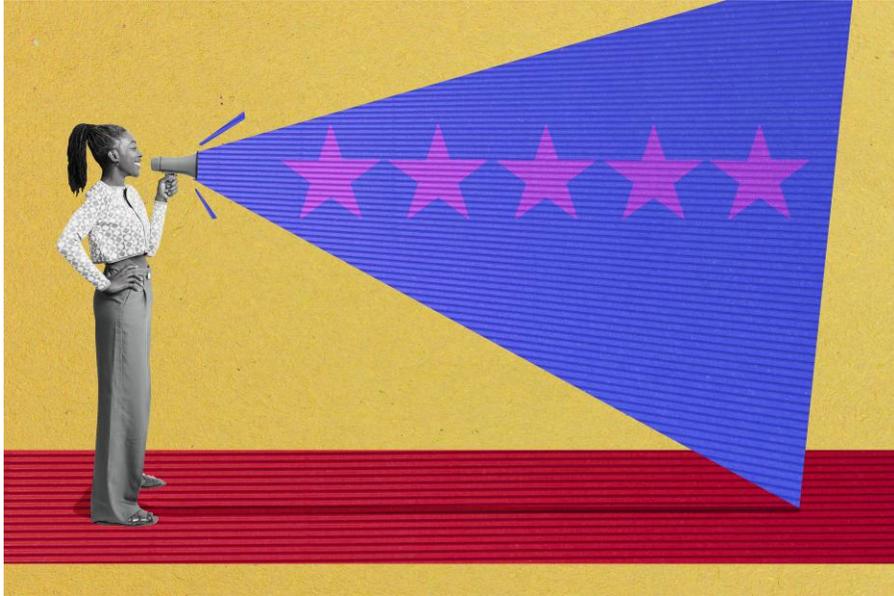
Workshops für Lehrer, damit sie Schüler besser über Ausbildungsberufe informieren können



Patenschaften für Junior Schülerfirmen übernehmen



Mitarbeit an Schulprojekten /Projektwoche



Stellen Sie sicher, dass das auch die potenziellen Auszubildenden wissen!



Investieren Sie Zeit in eine gute Karriereseite und gute Stellenanzeigen!



Gewähren Sie Einblicke in Ihr Unternehmen über Social Media!



Gehen Sie auf die Schulen zu!



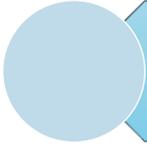
Holen Sie die Eltern mit ins Boot!



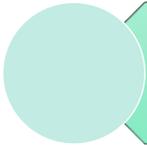
Eltern ansprechen: Aber wie?



Teilnahme an Elternabenden bei Kammern oder Schulen



Webinare mit Informationen zur Ausbildung für Eltern



Social Media Auftritt bei Facebook oder Inserate in Tageszeitungen



Ausdrückliche Einladung von Eltern bei Events, z.B. Tag der offenen Tür, Ausbildungsmessen („Eltern Lounge“)



Beschäftigte (mit Kindern) auf Ausbildungsplätze aufmerksam machen

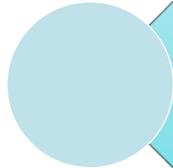


Auf der Firmenwebseite eine Informationsangebot explizit für Eltern

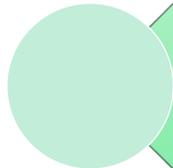
Orte, an denen Jugendliche sich aufhalten



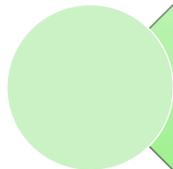
Vereine



Jugendzentren



Öffentliche Verkehrsmittel



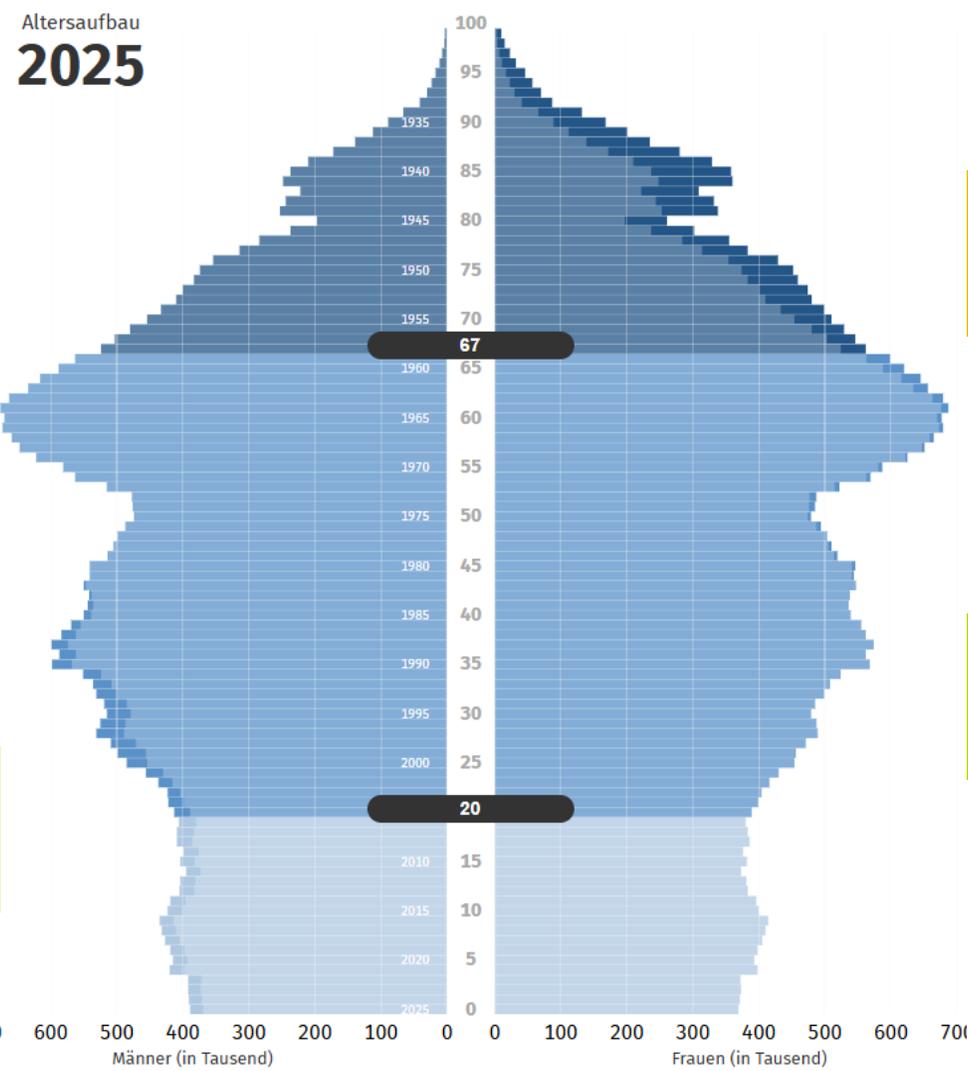
Kino



Stadtfesten

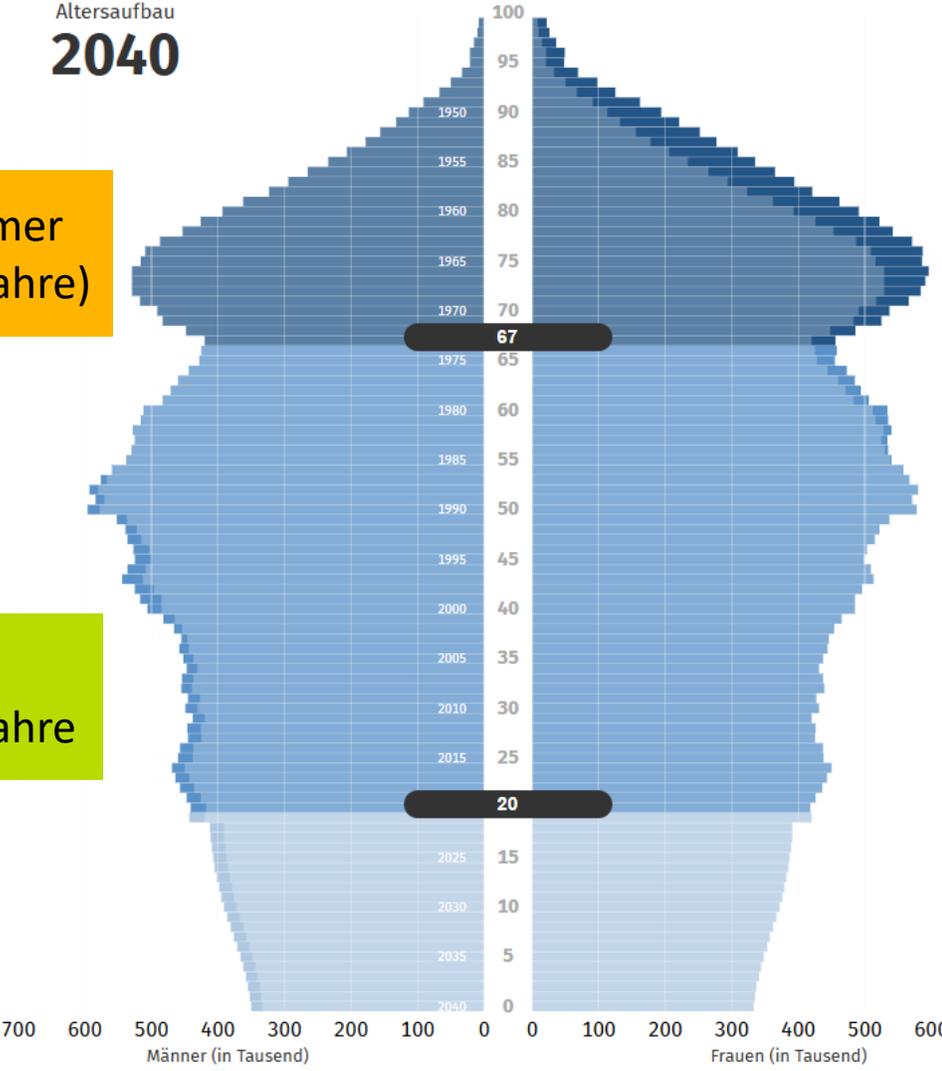
Stellen Sie sich besser früher auf die Gen Z ein, denn ohne sie geht es nicht!

Quelle: Statistisches Bundesamt



Baby Boomer
60 bis 69 Jahre

Gen Z
13 bis 29 Jahre



Baby Boomer
(75 bis 84 Jahre)

Gen Z
28 bis 44 Jahre

Wirklich so anders?



Wer die Generation Z ernst
nimmt, fördert ein
Arbeitsumfeld, das allen
Generationen zugutekommt.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**Kontaktieren Sie mich
gerne:**



Dr. Anika Jansen
jansen@iwkoeln.de
0221 4981 681

So erreichen Sie das KOFA:

