

DigiStart

Ausbilden für Wirtschaft 4.0 *PRO*

Aktuelle Herausforderungen der Berufsausbildung für die Wirtschaft 4.0



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Zusammen.
Zukunft.
Gestalten.



Bundesinstitut für
Berufsbildung

Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.

Impressum

Herausgeber:

Zentrum für Digitalisierung Landkreis Böblingen – ZD.BB GmbH
Projekt DigiStart.PRO – Ausbilden für Wirtschaft 4.0
Danziger Straße 6, 71034 Böblingen

Autoren:

Dr. Claus Hoffmann, Claudia Brändle, Niklas Nagel

Bildnachweise:

Sämtliche Bilder Freepik Premium

Böblingen, November 2022

Mit dem Programm JOBSTARTER plus fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) bundesweit die Verbesserung regionaler Ausbildungsstrukturen. Die JOBSTARTER plus-Projekte unterstützen mit konkreten Dienstleistungen kleine und mittlere Unternehmen in allen Fragen der Berufsausbildung und tragen so zur Fachkräftesicherung bei. Durchgeführt wird das Programm vom Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB).

Ziel der Europäischen Union ist es, dass alle Menschen eine berufliche Perspektive erhalten. Der Europäische Sozialfonds (ESF) verbessert die Beschäftigungschancen, unterstützt die Menschen durch Ausbildung und Qualifizierung und trägt zum Abbau von Benachteiligungen auf dem Arbeitsmarkt bei. Mehr zum ESF unter: www.esf.de

Vorwort

Die Digitalisierung ist längst in der Wirtschaft angekommen und betrifft nicht nur die IT-Branche. Rasant verändern digitale Technologien die Art, wie wir arbeiten, lernen und produzieren. Für die digitalisierte Arbeitswelt benötigen Fachkräfte neue berufliche Kompetenzen mit Auswirkungen auf die duale Berufsausbildung. Ausbildungsordnungen werden modernisiert, neue Angebote an Zusatzqualifikationen bereitgestellt und auch die Ausbildungsinhalte werden zunehmend digitalisiert vermittelt.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen wurden im JOBSTARTER plus-Projekt DigiStart.PRO – Ausbilden für Wirtschaft 4.0 seit dem Jahr 2019 vielfältige, fachspezifische Beratungs-, Vernetzungs- und Lernangebote für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) zu aktuellen Fragestellungen der Digitalisierung und Berufsausbildung entwickelt und angeboten. Diese Publikation greift die Themen auf und informiert über aktuelle Herausforderungen für Betriebe in Zeiten der Wirtschaft 4.0.

Eines der Fundamente für den zukünftigen Erfolg des produzierenden Gewerbes der Region Stuttgart sind gut ausgebildete Fachkräfte. Den dualen Ausbildungsberufen kommt hierbei eine entscheidende Bedeutung bei der Digitalisierung der Betriebe zu. Nutzen Sie daher die Informations- und Beratungsangebote und wagen Sie den Schritt in die Digitalisierung. Auch nach Auslaufen der Projektlaufzeit im November 2022 können sich interessierte Betriebe zu Themen rund um die Digitalisierung in der Ausbildung und der Vermittlung digitaler beruflicher Kompetenzen vom Zentrum Digitalisierung Region Stuttgart (ZD.BB) beraten und unterstützen lassen. Sprechen Sie uns gerne an!

Inhalt

Die Rolle der Ausbilder:innen in der Wirtschaft 4.0.....	5
New Work	9
Die aktuelle Generation Z	9
Erwartungen der Auszubildenden	10
Ausbildungsformen im Verbund	11
Ausbildungsmarketing.....	12
Außendarstellung des Unternehmens.....	12
Azubiblog	13
Vermittlungsplattformen.....	14
Digitale Medien beim Lernen	15
Lehr- und Lernvideos	16
Videos selbst erstellen	16
Ausbildung erfolgreich gestalten	18
Onboarding	18
Mentale Gesundheit.....	20
Resilienz.....	21
Weiterführende Informationen.....	23

Die Rolle der Ausbilder:innen in der Wirtschaft 4.0

Mit der Digitalisierung und dem begleitenden Wandel der Arbeitswelt ändert sich auch die Rolle der Ausbilder:innen maßgeblich. Die Digitalisierung der Arbeit, Datenschutz und Informationssicherheit sind heute feste Bestandteile vieler Ausbildungsberufe, insbesondere der Metall- und Elektroberufe, deren Ausbildungsordnungen vom Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) im Jahr 2018 modernisiert wurden. Eine Reihe von wählbaren Zusatzqualifikationen gibt den im Digitalisierungsprozess unterschiedlich aufgestellten Betrieben zudem die Möglichkeit, gezielt Kompetenzen für den digitalen Wandel aufzubauen.

Für alle Berufe neu ist die integrativ während der gesamten Ausbildungszeit zu vermittelnde Berufsbildposition „Digitalisierung der Arbeit, Datenschutz und Informationssicherheit“. Außerdem wurden in den Berufsbildpositionen „Betriebliche und technische Kommunikation“ sowie „Geschäftsprozesse und Qualitätssicherungssysteme im Einsatzgebiet“ Änderungen in die Ausbildungsordnungen eingearbeitet. Parallel und daran angelehnt erfolgte auch eine Überarbeitung der Rahmenlehrpläne für die Berufsschulen. Weitere Informationen sind im Internet unter www.bibb.de/neue-berufe abrufbar.



Ausbilder:innen als die im Betrieb Verantwortlichen sind daher gefordert, auch Ausbildungsinhalte zur Digitalisierung zu vermitteln. Die digitale Transformation führt aber nicht nur zu neuen, punktuellen Ausbildungsinhalten, sondern es verändern sich grundsätzlich die Anforderungen an die beruflichen Kompetenzen von Fachkräften. In einer aktuellen Studie der Agentur zur Förderung der beruflichen Weiterbildung in der Metall- und Elektroindustrie Baden-Württemberg e.V. wurden die von baden-württembergischen Unternehmen geforderten sogenannten „Future Skills“ in Baden-Württemberg ermittelt, die für die weitere wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen zentral sind. Diese gliedern sich in die folgenden vier Bereiche:

<p>Technologische Fähigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cybersecurity • Data Management • Data Science & KI • Design • Intelligente Hardware & Robotik • IT-Infrastruktur & Cloud • Nachhaltige & ressourcenschonende Technologien • Sensortechnik, IoT • Softwareentwicklung • Softwaregestützte Steuerung von Geschäftsprozessen <p>Industriefähigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alternative Antriebstechnologien • Analytische Chemie • Assistiertes & autonomes Fahren • Biotechnologie • Electrical Engineering • Medizinprodukte • Industrial Engineering • Pharmazeutische Produkt- & Verfahrensentwicklung 	<p>Digitale Schlüsselqualifikationen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agile Arbeitsweisen • Digital & Digital Literacy • Digitale Kollaboration & Interaktion • Grundlegende IT-Fähigkeiten • Programmierfähigkeiten <p>Überfachliche Fähigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eigeninitiative • Flexibilität • Führungsfähigkeiten • Kreativität • Kommunikation / Überzeugungsfähigkeiten • Problemlösefähigkeit • Resilienz • Zielorientierung <p>Quelle: https://www.agenturq.de/unsere-konzepte/konzepte-fur-die-betriebspraxis/konzept-future-skills/</p>
--	---

Tabelle 1: Future Skills in Baden-Württemberg

Die genannten Fähigkeiten stärken die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen und spielen auch in den aktuellen Ausbildungsberufen eine wichtige Rolle. Entsprechend verändert sich auch das Anforderungs- und Kompetenzprofil an die Ausbilder:innen von heute – wie in Tabelle 2 dargestellt.

<p>Früher</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Vermittlungsdidaktik“ • Individuelles Lernen • Vermittelt das beherrschen einzelner Technologien und Fertigungsverfahren • „Kübellernen“ • Prüfungen und Tests 	<p>Heute</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Ermöglichungsdidaktik“ • Gruppenorientiertes Lernen • Vermittelt berufstypische Arbeits- oder Geschäftsprozesse • Selbstgesteuertes lernen • Praxis & Anwendungstraining
--	---

Tabelle 2: Unterschiede in der Ausbildung früher und heute

Zu den geänderten Anforderungen kommt eine sinkende Zahl an Auszubildenden bei steigendem Ausbildungsplatzangebot. Besonders kleine und mittlere Unternehmen stellt dies vor die Herausforderung, geeignete Bewerber:innen zu finden. Ein gutes Azubimarketing und Onboarding sind essenzielle Elemente einer umfassenden, zukunftsgerichteten Strategie. Für ein Ausbilden auf Augenhöhe ist ein Verständnis und das Nachvollziehen der Denkweise der jeweils aktuellen Generation notwendig.

Ebenso sind zeitgemäße pädagogische Herangehensweisen zur Vermittlung von Kompetenzen und Ausbildungsinhalten in der Wirtschaft 4.0 zentral. Ein Beispiel hierfür ist das „Modell der Vollständigen Handlung“ mit seinen sechs Schritten.



Abbildung 1: Modell der Vollständigen Handlung

Informieren

Einführung in das Thema durch Ausbilder:in. Die Auszubildenden erhalten eine Lern- bzw. Arbeitsaufgabe. Um die Aufgabe zu lösen, müssen sie sich selbstständig die notwendigen Informationen beschaffen.

Planen

Die Auszubildenden erstellen einen Arbeitsablauf für die Durchführung der gestellten Aufgabe. Benötigtes Werkzeug, Materialien und der Zeitbedarf, sowie gegebenenfalls die Arbeitsteilung im Team werden geplant. Verschiedene Alternativen werden bewertet.

Entscheiden

Auf der Grundlage der Planung wird in der Regel mit dem:der Ausbilder:in ein Fachgespräch geführt, in dem der Arbeitsablauf geprüft und entschieden wird, wie die Aufgabe umgesetzt wird.

Ausführen

Die Auszubildenden erstellen die finale Arbeitsplanung und führen Selbstständig die erarbeiteten Schritte aus. Der:Die Ausbilder:in ist Ansprechpartner:in bei Fragen oder Schwierigkeiten

Kontrollieren

Die Auszubildenden überprüfen selbstkritisch die Erledigung der Aufgabe und führen einen Soll-Ist-Vergleich durch. Bewertung als Selbstbewertung oder in der Arbeitsgruppe.

Bewerten

Präsentation des Ergebnisses vor dem:der Ausbilder:in. Bewertung durch Ausbilder:in mit anschließendem Abgleich der Eigenbewertung. Dabei gibt es eine offene Kommunikation der Bewertungskriterien und Begründung der Bewertung.

New Work

Der sich im Rahmen von Globalisierung und Digitalisierung vollziehende Wandel der Arbeitswelt wird als „New Work“ bezeichnet. „New Normal“ beschreibt eine Arbeitswelt die durch Megatrends und die Corona-Krise beeinflusst wird. Das New Normal lässt sich – laut dem Institut für Beschäftigung und Employability (IBE) – in sieben Dimensionen mit je drei Aspekten gliedern :

Transformationen: Digitale – Ökonomische – Ökologische Transformation

Limitierte Faktoren: Finanzmittel – Zeit – Nachwuchs- und Fachkräftemangel

„Währungen“: Geld – Zeit – Purpose (Unternehmenszweck)

Organisation: Agiles Arbeiten – Mobile Work – Flexible Arbeitsformen

Zusammenarbeit: Stationär – Hybride – Virtuelle

Merkmale der Führung: Transparenz – Partizipation – Krisenstab

Beschäftigungsfähigkeit: Kompetenzen – Identifikation – Gesundheit

Die aktuelle Generation Z

Die Generation Z, die jetzt den Ausbildungsmarkt betritt, ist geprägt vom Internet. In ihrer Freizeit ist sie immer online und Wissen ist somit immer verfügbar. Prägende Ereignisse sind aktuelle eine wirtschaftlicher Abschwung, die Klimaerwärmung, die fortschreitende Globalisierung und Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten mittels mobiler Endgeräte.

Um auf die Erwartungen der Auszubildenden eingehen zu können, müssen diese bekannt sein. So werden folgende Aspekte zunehmend erwartet:

Flexibilität

Flexible Arbeitszeiten, -orte und -plätze, Work-Life-Balance

Flache Hierarchien

Hierarchieübergreifende und vertrauensvolle Zusammenarbeit

Agilität

Flexible Arbeitsprozesse, Mixed Teams, Job Sharing, Design Thinking

Digitalisierung

Digitale Lösungen für Kollaboration und Kommunikation, Big Data

Individualität

Sinnstiftende Tätigkeiten, mehr Eigenverantwortung und Selbstorganisation

Neue Infrastruktur

Begegnungsstätten, Co-Working, Neue Materialien und Ausstattung, Werkstätten

Diesen Erwartungen stehen die Anforderungen und tatsächlichen Gegebenheiten der Unternehmen gegenüber. Sicherlich ist es nicht möglich alle Aspekte auf einmal anzugehen, jedoch sollte Transparenz herrschen, was geboten werden kann und was nicht möglich ist.

Erwartungen der Auszubildenden

Junge Erwachsene folgen grundsätzlich stärker ihrer intrinsischen Motivation bei der Berufswahl, darüber hinaus sind folgende Punkte ausschlaggebend:

- Attraktive Ausbildung
- Rahmenbedingungen im Unternehmen (z.B. Arbeitszeit, Bezahlung, Erstattung von Bewerbungskosten und Fahrtkosten)
- Aufzeigen von Perspektiven: Weiterbildung, Zusatzqualifikationen, Karriere
- Sinn der Arbeit, Selbstverwirklichung, materielle Werte werden relativiert
- Ausgeglichene Life-Balance
- Flache Hierarchien, Kommunikation auf Augenhöhe
- Wertschätzung und Anerkennung
- Feedbackkultur, eigene Meinung vertreten



Ausbildungsformen im Verbund

Die Voraussetzungen an einen Betrieb, um Nachwuchskräfte bei digitalen Themen selbst auszubilden, sind nicht immer vollständig gegeben. Gerade kleinere Unternehmen scheitern oft an den Anforderungen, eine eigene Vollausbildung anzubieten. Aus diesem Grund wurden zusätzliche Möglichkeiten geschaffen, um möglichst vielen Unternehmen, die Chance zu geben, Nachwuchskräfte auszubilden. Die Möglichkeiten einer Verbundausbildung bieten besonders kleinen, mittelständischen und stark spezialisierten Unternehmen die Möglichkeit, Ausbildungsabschnitte zu verteilen und sich so zu ergänzen. Mögliche Modelle, eine Ausbildung in diesen Unternehmen zu ermöglichen, sind:



- Leitbetrieb mit Partnerbetrieben
- Ein Ausbildungsverein
- Auftragsausbildung
- Ausbildungskonsortium
- Ausbilden als Kooperationsbetrieb
- Ausbilden im Verbund
- Überbetriebliche Ausbildung

In manchen Betrieben ist auch eine andere Art der Ausbildung von Vorteil, z.B.

- Ausbilden in Teilzeit
- Ausbilden spezieller Personengruppen

Weitere Informationen zu den jeweiligen Formen stehen im Internet zur Verfügung. Entsprechende Links befinden sich am Ende dieser Broschüre.

Ausbildungsmarketing



Viele Betriebe haben im Zeitalter der Digitalisierung Schwierigkeiten, geeignete Bewerber:innen zu finden. Kein Wunder, denn es gibt inzwischen mehr Berufsausbildungsstellen bei sinkenden Bewerberzahlen. Umso wichtiger ist der Abgleich von Wünschen der Auszubildenden mit dem konkreten Unternehmensbedarf. Nachfolgend einige praktische Tipps für die Suche nach Bewerber:innen.

Außendarstellung des Unternehmens

Unternehmen haben vielfältige Möglichkeiten, auf sich aufmerksam zu machen. Zu beachten ist dabei die Art des Ausbildungsmarketings, das folgende Schwerpunkte beinhalten kann.

- Arbeitgebermarketing
- Berufsmarketing
- Branchenmarketing

Nachfolgend eine Auflistung mit Maßnahmen und Ideen, um den Bekanntheitsgrad des betrieblichen Ausbildungsangebots zu steigern:

- Empfehlungsmarketing, aktiv auf Mitarbeitende, Azubis und Kunden zugehen
- Stellenanzeigen bei Portalen wie der Agentur für Arbeit oder Anzeigen in Schülerzeitungen
- Online-Marketing: Web-Auftritt, Suchmaschinenoptimierung
- Karriereseite auf der Unternehmens-Website
- Veranstaltungen: Tag der offenen Tür, Betriebsführungen, Girls/Boys Day, Azubi-Speed-Datings, Ausbildungsmessen etc.
- Social Media und Influencer Marketing
- Berufsorientierung, Bewerbungstraining, Workshops an Schulen
- Kooperation mit weiteren Partnern wie Berufsschulen, Hochschulen
- Ausbildungsbotschafter, Azubi-Chats
- Azubiblog, Podcast, Videos für verschiedene Kanäle

- Schülerpraktika
- Gütesiegel und Auszeichnungen
- Zusammenarbeit mit Unternehmensverbänden/-netzwerken
- Nutzung von öffentlich geförderten Projekten
- Zeitungs- und Radioannoncen
- Werbegeschenke, Sponsoring
- Wettbewerbe
- Newsletter

Auf einige der genannten Ideen wird im Folgenden näher eingegangen.

Azubiblog

Ein „Blog“ ist ein Online-Format, um Inhalte zu publizieren. Ein Azubiblog wird von Azubis gepflegt und mit Inhalten gefüllt. Dabei wird in aktuellen Beiträgen in Form von z.B. Artikel, Bildern, Videos oder anderen Posts kommuniziert. Eine vielfältige Gestaltung ist von Vorteil und erst mit kreativen Ideen wird er lesenswert. Der Blog sollte mit einfachen, kurzen und verständlichen Beiträgen informieren und neue Impulse setzen. Die Zielgruppe darf dabei nicht aus den Augen verloren werden. Die Reihenfolge wird in der Regel chronologisch, mit den neuesten Beiträgen zu Beginn umgesetzt. Deutlich wichtiger sind jedoch eine übersichtliche Gestaltung und ein regelmäßiges Erscheinen neuer Beiträge. Der oder die Blogger:in tritt als Persönlichkeit auf, mit Persönlichen Meinungen, Einstellungen und Erfahrungen. Sie sollte sich zu Beginn vorstellen und authentisch bloggen. Es können unterschiedlich viele Personen beim Bloggen beteiligt sein, jedoch müssen ein Ansprechpartner sowie Kontaktdaten angegeben werden. Für die Übersichtlichkeit sollten Schlagworte vergeben und Kategorien markiert werden, dies hilft auch Suchmaschinen. Nachfolgend sind einige mögliche Blog-Inhalte aufgelistet:



- Darstellen der Ausbildungsberufe
- Einblick in den Ausbildungsalltag
- Bewerbungstipps, Aufbau der Bewerbung
- Erläuterung Bewerbungsprozess im Unternehmen

- Berichte über Veranstaltungen, Messen
- Informative Berichte und Statistiken zum Unternehmen z.B. Auszeichnungen, Mitarbeitende
- Meinungen und persönliche Anekdoten

Vermittlungsplattformen

Eine weitere Möglichkeit, geeignete Bewerber:innen zu finden sind Vermittlungsplattformen, besonders wer aktiv nach einer Ausbildung sucht, schaut hier. Es gibt eine Vielzahl an Plattformen, von den Kammern über die Bundesagentur für Arbeit bis zu privaten Seiten. Nachfolgend eine Auflistung einiger Seiten.

Planet71

Auf der Vermittlungsplattform Planet71.de des Landkreis Böblingen wird besonders darauf geachtet, dass KMU mit ihrem Angebot gut auffindbar sind und genau so viel Platz bekommen wie größere Unternehmen. Planet71 gibt Schüler:innen die Möglichkeit, ein Stärken- und Interessensprofil anzulegen, sodass Unternehmen nicht nur die Schulnoten als Referenz von den Bewerber:innen als Entscheidungsgrundlage haben. Das Angebot ist kostenfrei.

Agenturen für Arbeit in der Region Stuttgart

Die Bundesagentur für Arbeit bietet vielfältige Unterstützung für Unternehmen an, Auszubildende zu finden. Der Arbeitgeber-Service und die Berufsberater:innen der Agenturen für Arbeit in der Region Stuttgart bringen Betriebe mit Bewerber:innen für Ausbildungsplätze zusammen. Offene Stellen können auch online gemeldet werden.

Handwerkskammer Region Stuttgart

Regionale kostenfreie Lehrstellenbörse für Mitgliedsbetriebe. Inserate erscheinen auf mehreren Plattformen gleichzeitig, u.a. der Lehrstellenbörse der Handwerkskammer, azubiTV.de und dem Lehrstellenradar.

IHK Region Stuttgart

In der Lehrstellenbörse können IHK-Mitgliedsbetriebe kostenlos freie Ausbildungsplätze oder Praktika deutschlandweit veröffentlichen. Jugendliche haben die Möglichkeit, die Suche nach Kriterien wie Berufe, Ort mit Distanzangabe oder Unternehmen einzugrenzen. Es gibt auch einen Talente-Check, der entsprechend der persönlichen Interessen und Fähigkeiten Berufsvorschläge macht.

Digitale Medien beim Lernen

Digitale Medien können Lernprozesse effizienter gestalten. Für einen erfolgreichen Einsatz digitaler Medien sind folgende Fragen zu beantworten:

- Welche Lernziele sollen erreicht werden? Welche Kriterien soll ein E-Learning-Angebot erfüllen?
- Bei welchen Themen besteht kurz-, mittel- und langfristig im Unternehmen ein Qualifizierungsbedarf?
- Welche Anbieter gibt es für das Anliegen und worin unterscheiden sie sich ?
- Welche Kosten sind mit den einzelnen Angeboten verbunden?
- Haben die Auszubildenden die nötigen Ressourcen wie Zeit, Raum, Hardware inkl. Software, Internetzugang?
- Welche Regeln zum Umgang mit E-Learning-Angeboten gibt es im Betrieb?



Die digitale Bildung unterscheidet zwei Bereiche: die Digitalisierung als Inhalt, also das Erlernen digitaler Technik, und die Digitalisierung als Methode, etwas mithilfe von digitalen Medien zu lernen. Wenn E-Learning mit Präsenzunterricht kombiniert wird, dann ist es häufig besonders erfolgreich („Blended Learning“). Einige Vorteile von E-Learning –Angeboten sind Zeit- und Ortsunabhängigkeit und daraus folgende freie Ressourcen-Einteilung und eigenes Lerntempo. Kostenersparnis aufgrund von wegfallenden Reisekosten, Planung und Durchführung von Schulungen und höhere Bestehens-Quote der Ausbildung. Steigerung der Attraktivität des Ausbildungsbetriebs und dadurch Mitarbeitergewinnung und -bindung. Die standardisierte Qualität eliminiert Schwankungen in der Lehrqualität, entlastet die Ausbilder:innen und verstärkt die Dokumentation, Reflexion und Selbsteinschätzung des eigenen Lernprozesses. Motivation und Lernerfolg steigen durch Individualisierung, Integration interaktiver Module und Kommunikation sowie Bereitstellung von Tests und Lernstandsüberprüfungen am Ende einer Lektion.

Lehr- und Lernvideos

Videos werden immer wichtiger, ob als Lehr-Lernvideos oder zum Ausbildungsmarketing. Mit Plattformen wie YouTube, Vimeo oder TikTok sind Jugendliche aufgewachsen und nutzen diese in ihrer Freizeit und lernen damit. Sie lassen sich in vielen Bereichen im Ausbildungskontext einsetzen,

- Fachliche Themen – z.B. *Werkstoffkunde, IT-Programme, Produkte*
- Betriebliche Abläufe und Prozesse – z.B. *Krankmeldung einreichen, Raumbuchung*
- Arbeitssicherheit
- Wissensmanagement – z.B. *Erstellung von eigenen Videos*
- Ausbildungsmarketing 4.0 – z.B. *Einblick in Ausbildungsberufe, Interviews mit Azubis.*
- Unternehmens-, Team- oder Abteilungsvorstellung
- Videobotschaften
- Vielfältige Präsentationen

Ein Lehrvideo sollte etwa eine bis maximal 15 Minuten lang sein und eine Lektion abschließend behandeln. Ein Vorteil von Videos – über die Vorteile von E-Learning hinaus – ist, dass audiovisuelles Lernen zwei Sinne auf einmal anspricht und somit effektiver sein kann als beispielsweise ein klassisches Lehrbuch.

Videos selbst erstellen

Für einige Bereiche gibt es aus unterschiedlichsten Gründen keine Lernvideos, sodass selbst eins erstellt werden muss. Die Möglichkeiten sind sehr vielseitig. Um Ressourcen zu sparen sollten vor jeder Videoproduktion die nachfolgenden fünf wichtigsten Fragen beantwortet werden.

- Welches Ziel soll mit dem Video verfolgt werden? Was soll erreicht werden? → *Sinn und Zweck?*
- Welche Kernbotschaft soll gezeigt werden? Was soll vermittelt werden? → *Inhalte?*
- Wer ist meine Zielgruppe? → *Alter, Berufsgruppe etc.*
- Für wen ist das Video? Interne oder externen Verwendung? → *Evtl. interne Anspruchsgruppen dazunehmen: Marketing, Betriebsrat, Datenschutzbeauftragte*

tragner, IT, Geschäftsführung etc.

- Welche Ressourcen und welches Equipment stehen zur Verfügung? →
Budget? Arbeitskapazität? Tools? Erstellung durch eine externe Agentur?

Das Erstellen eines Videos erfordert eine intensive Auseinandersetzung mit dem darzustellenden Thema, das Einbeziehen der Auszubildenden in die Erstellung des Videos bietet viele Lernmöglichkeiten. Auch das Erstellen an sich ist eine wichtige digitale Qualifikation und benötigt eine entsprechende Medienkompetenz. Hierbei sollte möglichst strukturiert vorgegangen und zentrale Schritte beachtet werden.



Drehbuch

Botschaft, Ziel, Zielgruppe, Inhalte in eine Reihenfolge bringen, Storytelling

Storyboard

Bildideen für die Inhalte, Technik der Umsetzung beachten (Ressourcen)

Planung

Tool, Ton, Sprecher, Hintergrundmusik, Licht, Drehort, Illustrationen, Timing

Produktion

Erstellung des Videos: Je nach Stil wird gezeichnet, gefilmt, animiert und geschnitten

Veröffentlichung

Kanäle zur Distribution des Videos, Plattformen, Interne oder externe Verwendung, Dateiformat

Darüber hinaus sollten Verantwortungen festgelegt, das Vorwissen und Aufnahmevermögen der Zielgruppe berücksichtigt und die Länge entsprechend angepasst werden. Für den Erfolg des Videos ist oft die Qualität entscheidend. Wichtig sind Verständlichkeit und Visualität. Beim Format und Stil sollten die Vorgaben des jeweiligen Corporate Design des Unternehmens beachtet werden. Auch die Regelungen des Datenschutzes und etwaiger Urheberrechte sind zu beachten.

Ausbildung erfolgreich gestalten

Eine abgebrochene Ausbildung ist sowohl für Betriebe als auch Auszubildende sehr belastend. Um erfolgreich auszubilden und die Ausbildung gut zu starten, kann ein strukturierter Onboarding-Prozess sehr wertvoll sein. Aber auch Konzepte der mentalen Gesundheit und Resilienz können dabei helfen, schwierige Phasen einer Ausbildung zu meistern und die Digitalisierung im Betrieb zu gestalten.

Onboarding

Die Einstellung und zielgerichtete Integration neuer Mitarbeitender in einem Unternehmen wird im Personalmanagement als Onboarding bezeichnet. Es werden explizite Maßnahmen ergriffen, die es Mitarbeitenden erleichtern sollen, sich "an Bord" des neuen Unternehmens zurecht zu finden, um so die Produktivität und Motivation zu steigern und ein loyales Verhältnis der neuen Mitarbeitenden zum Arbeitgeber aufzubauen. Hierfür ist eine schnelle und sichere Heranführung an die Aufgaben, die betriebliche Eingliederung und ein rasches näher bringen interner Prozesse und der Unternehmenskultur notwendig.



Das Onboarding lässt sich in drei Phasen unterteilen.

Phase 1: Vorbereitung

In der ersten Phase, ist es notwendig Informationen und Arbeitsmittel bereitzustellen und das Bild eines attraktiven Arbeitgebers zu stärken. Wichtige Punkte sind:

- Formalitäten klären und auf offene Fragen eingehen
- Informationen zum ersten Arbeitstag bereitstellen
- Kolleg:innen über neue Auszubildende informieren (IT, Office Management, Sekretariat)

- Den Auszubildenden einen Paten zuweisen
- Am Tag zuvor den Arbeitsplatz vorbereiten
- Termine koordinieren
- Bereitstellen von generellen Informationen zur Firma
- Frühzeitig einladen zu Betriebsfesten und Veranstaltungen

Phase 2: Orientierung

Die Phase widmet sich der Einführung in die neuen Aufgaben und das Unternehmen. Sie beginnt am ersten Arbeitstag und dauert etwa die erste Arbeitswoche an. Hier bietet sich zum Beispiel die Nutzung eines digitalen Kanban-Boards zur Strukturierung von Aufgaben an.

- Gemeinsames Frühstück zum Ausbildungsstart
- Eine Fotowand im Unternehmen, um wichtige Schritte in Bildern festzuhalten
- Vorschau auf den Ablauf des Onboarding-Prozesses geben
- Gegenseitige Erwartungen klären
- Erste Aufgaben zuweisen
- Unternehmensrundgang durchführen
- Produkte vorstellen
- Unternehmensziele erklären

Phase 3: Integration

Das Onboarding in der dritten Phase ist gekennzeichnet durch regelmäßige Feedbackgespräche und Teambuilding. Sie dauert üblicherweise die Probezeit an.

- Eindrücke abfragen
- Folgeinformationen liefern
- Regelmäßiges Feedback geben und einholen
- Auszubildende in Teambuildingmaßnahmen integrieren
- Regelmäßiger Austausch mit dem Paten im Betrieb

Mentale Gesundheit

Immer auf Draht zu sein kann krank machen. Die Digitalisierung bietet aber auch positive Ansätze zur Förderung der Gesundheit durch die Bereitstellung von Gesundheitsinformationen und neue Online-Angebote wie Gesundheits-Apps. Psychische Gesundheit ist ein Zustand des Wohlbefindens, in dem eine Person ihre Fähigkeiten ausschöpfen, die normalen Lebensbelastungen bewältigen,

produktiv arbeiten und einen Beitrag zur Gemeinschaft leisten kann. Mögliche Auslöser für psychische Erkrankungen können zum Beispiel alltägliche Spannungen durch Stress, Mobbing oder Leistungsdruck sein. Besonders häufig auftretende psychische Störungen sind Angstzustände, Schlaf- oder Essstörungen .



Die Kommunikation als Ausbilder:in kann in diesen Fällen besonders herausfordernd sein. Besorgnisse der Ausbilder:innen müssen den Auszubildenden gegenüber offen angesprochen werden, den Auszubildenden soll geschildert werden was an ihnen

beobachtet wurde mit Sätzen wie z.B. *„Du wirkst in letzter Zeit bedrückt. Das macht mir Sorgen“*. Ebenfalls soll Unterstützung angeboten und auf professionelle Stellen verwiesen werden. Mitgefühl und (offene) Fragen bieten eine gute Grundlage für ein Gespräch *„Was beschäftigt dich gerade?“* Sorgen müssen ernst genommen werden.

Es sollte ein Verständnis für die Situation aufgebaut werden. Wie kann dem oder der Auszubildenden geholfen werden, welche Sorgen und Nöte werden geäußert? Welche Ideen äußert der oder die Auszubildende die die Situation ihrer oder seiner Meinung nach lösen, verbessern oder verändern. Anlaufstellen für Jugendliche sind z.B. die „Nummer gegen Kummer“ telefonisch unter 116 111 oder auch unter www.nummergegenkummer.de, Beratungslehrkräfte oder Sozialpädagog:innen an Berufsschulen oder die Telefonseelsorge unter den Nummern 0800-111 0 111 und 0800-111 0 222

Resilienz

Die Fähigkeit der Resilienz wird durch die zunehmende Digitalisierung wichtiger und ermöglicht es, sich selbst zu steuern. Dies bedeutet, dass man sich fokussieren und konzentrieren und auch von der Arbeit abschalten kann. Gerade dieses „Abschalten“ fällt beim Online-Arbeiten besonders schwer. Denn es braucht nur ein paar Klicks, um vom einen zum anderen Meeting zu kommen oder eine neue Aufgabe zu beginnen. Resilienz ermöglicht es, mit widrigen Umständen oder hohen Belastungen nicht nur umgehen zu können und sich immer wieder neu aufzurichten, sondern auch gestärkt aus diesen Situationen hervorzugehen. Die „sieben Säulen der Resilienz“ sind ein anerkanntes Modell und können auch Ausbilder:innen und Auszubildenden in der Arbeitswelt der Wirtschaft 4.0 dabei helfen, leistungsfähig in der digitalen Welt zu bleiben. Die verschiedenen Aspekte umfassen die folgenden Grundhaltungen und Handlungsaspekte.



Optimismus

Es geht um die erlernbare innere Einstellung und eine zuversichtliche, lebensbejahende Grundhaltung. Krisen, schwierige und belastende Situationen werden als eine „befristete Angelegenheit“ angesehen auf deren Verlauf Einfluss genommen werden kann. Es geht nicht darum, alles durch eine rosarote Brille zu betrachten, Fakten zu ignorieren oder Dinge schön zu reden.

Akzeptanz

Situationen, Umstände, Personen, Gefühle, wie sie in der Realität vorliegen, wahrnehmen, anerkennen und annehmen – auch wenn sie nicht den Vorstellungen, Erwartungen oder Wünschen entsprechen. Dinge, die nicht änderbar sind, annehmen. Wir ver(sch)wenden viel Zeit, Gedanken und Energie darauf, Situationen oder Dinge anders haben zu wollen, als sie sind. Dies kann zu Ärger, Wut und Enttäuschung führen (rote Ampel, Bahn verpasst etc.). Wer die Lage akzeptiert und sie als Herausforderung versteht, kann aktiv werden und agieren.

Lösungsorientierung

Mögliche Handlungsalternativen und Lösungsmöglichkeiten sollten durchdacht und eine Fokussierung Problem vermieden werden, also Problem und Lösung voneinander trennen. Es ist ratsam, sich eine Vorstellung vom Wunschzustand zu machen und die dafür notwendigen Ressourcen herauszufinden. Schon kleine Veränderungen können große Wirkungen nach sich ziehen. Darum ist es sinnvoll in kleinen, einfach umsetzbaren Schritten zu denken, statt direkt eine vollständige Wende anzustreben.

Eigenverantwortung erkennen

Eigenanteil an der Situation realistisch einschätzen und analysieren (sich selbst nicht automatisch den „Schwarzen Peter“ zuschieben) und trennen, wofür man selbst verantwortlich ist und wofür andere die Verantwortung haben. Realistische Ziele setzen und für Erfolgserlebnisse sorgen.

Selbstregulierung

Selbstregulierung erlangen und die Opferrolle verlassen. Selbst in der Lage sein, Situationen passend zu steuern, Initiative zu ergreifen und sich zu aktivieren oder zu beruhigen. Eigene Stimmungen und Reaktionen ausbalancieren und Impulse kontrollieren.

Beziehungen gestalten und Netzwerkorientierung

Kreieren und Pflegen sozialer Beziehungen und des sozialen Umfeldes gilt es, nicht zu vernachlässigen. Soziale Zugehörigkeit und Unterstützung sind essenzielle Schutzfaktoren und ein Grundbedürfnis der Menschen. Wichtig ist sich zu trauen, um Hilfe zu bitten und diese auch anzunehmen.

Zukunft planen

Neue Chancen und Möglichkeiten entdecken, klare Ziele für die Zukunft setzen, mit anderen Umgebungsbedingungen und auftretenden Problemen rechnen sowie auf Rückschläge vorbereitet sein.

Weiterführende Informationen

Nachfolgend sind einige, ausgewählte Links mit weitergehenden Informationen aufgeführt:

Portale, Informationsquellen, Initiativen

Berufsorientierungsprogramm: www.berufsorientierungsprogramm.de

Bildungsketten: www.bildungsketten.de

Bundesinstitut für Berufsbildung: www.bibb.de

Dr. Azubi – Beratungs- und Hilfeseite der DGB Jugend : www.dr-azubi.de

Erfolgreich ausgebildet: www.erfolgreich-ausgebildet.de

Fachstelle Übergänge in Ausbildung und Beruf: www.ueberaus.de

Forum für AusbilderInnen: www.foraus.de

Forum Soziale Technikgestaltung: www.forum-soziale-technikgestaltung.de

Gut ausgebildet: www.gut-ausgebildet.de

Initiative VerA Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen: www.vera.ses-bonn.de

JOBSTARTER – Für die Zukunft ausbilden: www.jobstarter.de

Ausbildungsformen

Förderprogramm Azubi im Verbund - Ausbildung teilen Baden-Württemberg:
www.t1p.de/h1q70

Überbetriebliche Ausbildung und Ausbildungsverbünde:
www.bibb.de/de/141445.php

Ausbildungsmarketing

Jobstarter Arbeitshilfe Ausbildungsmarketing:
<https://jobstarter.bmbfcluster.de/de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing.html>

Azubimarketing-Haus (RKW):
www.rkw-kompetenzzentrum.de/fachkraeftesicherung/leitfaden/vom-du-zum-wir/das-azubimarketing-haus

Toolbox für das Azubimarketing:
www.rkw-kompetenzzentrum.de/toolbox

Kontakt:

Projekt DigiStart.PRO – Ausbilden für Wirtschaft 4.0

Zentrum für Digitalisierung Landkreis Böblingen – ZD.BB GmbH

Dr. Claus Hoffmann

Danziger Straße 6, 71034 Böblingen

Tel.: +49 7031 3048102

E-Mail: info@zd-bb.de, info@digistart-pro.de

Internet: www.zd-bb.de, www.digistart-pro.de