

# **ERGEBNISSE AUS DEM JUGENDMONITOR 2022**

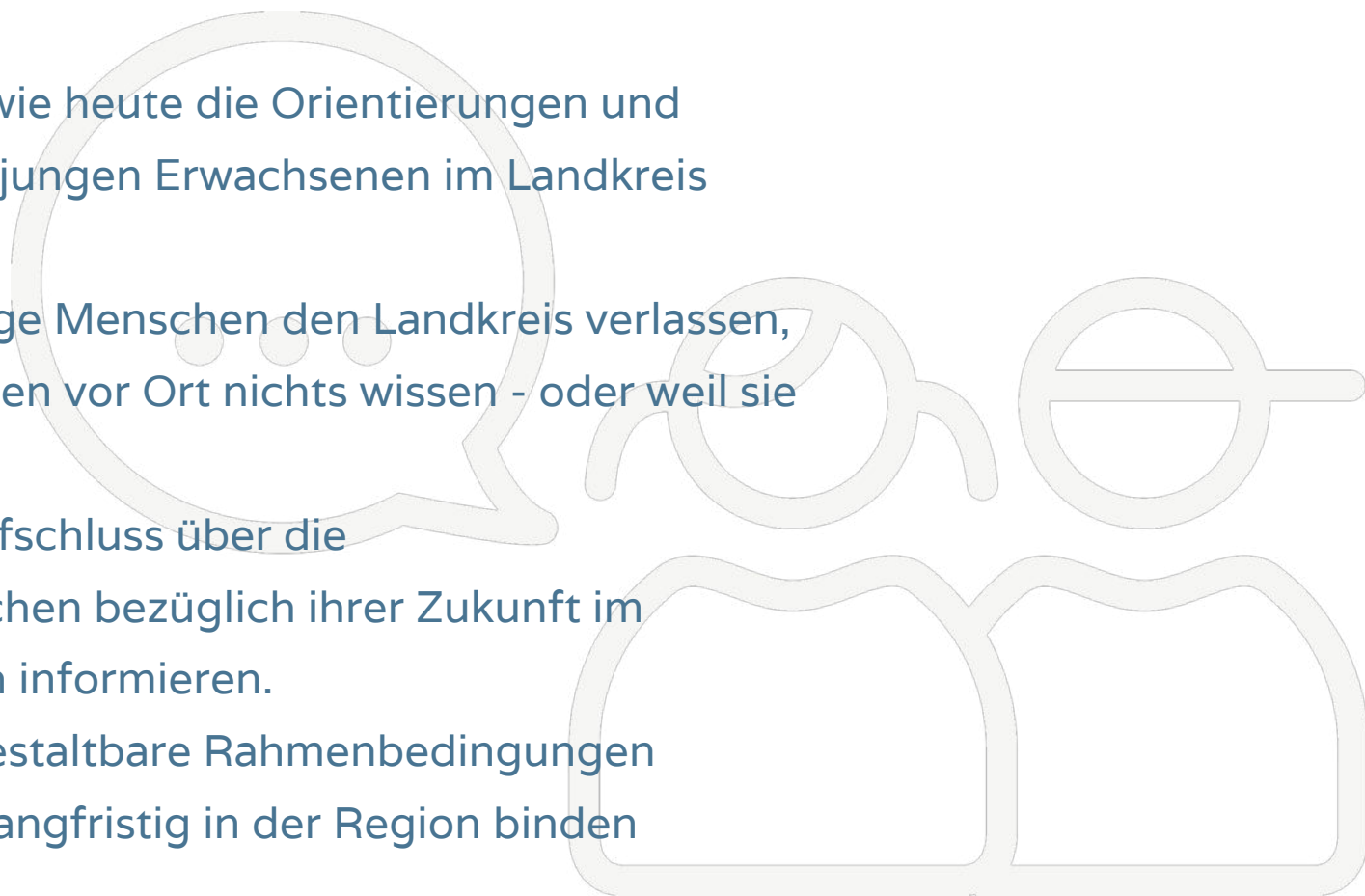
**KERNERGEBNISSE AUS DER UMFRAGE UND DEN FOKUSGRUPPEN**

**MODULDREI**

# WAS DER LANDKREIS MIT DEM JUGENDMONITOR ERREICHEN MÖCHTE:

---

- Der Landkreis möchte herausfinden, wie heute die Orientierungen und Zukunftspläne von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Landkreis aussehen.
- Die Studie soll (erneut) zeigen, ob junge Menschen den Landkreis verlassen, weil sie von den guten Zukunftschancen vor Ort nichts wissen - oder weil sie einfach „weg“ wollen.
- Außerdem soll der Jugendmonitor Aufschluss über die Entscheidungsprozesse junger Menschen bezüglich ihrer Zukunft im Landkreis bringen und wo/wie sie sich informieren.
- So soll die Analyse Aufschluss über gestaltbare Rahmenbedingungen geben, um mehr junge Bürger:innen langfristig in der Region binden können.

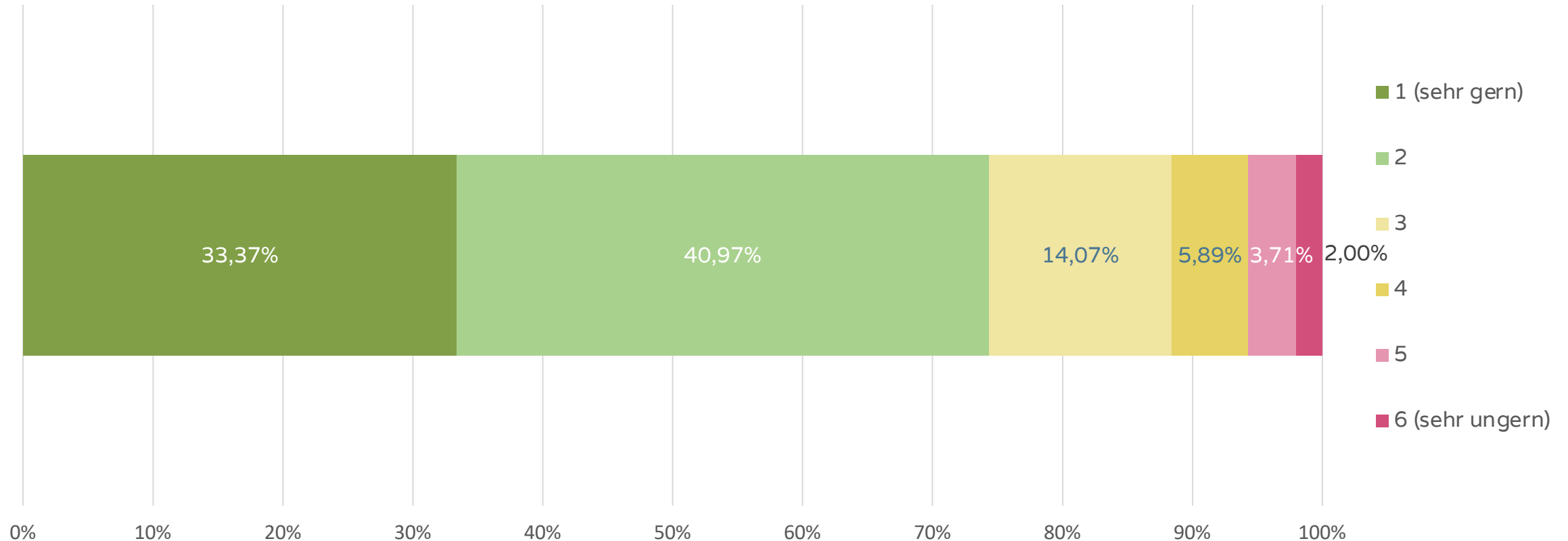


## Schritt 1: Umfrage

**Zeitraum:** 30.06.22-29.08.22  
**Teilgenommen:** 1.313  
**Rückläufe\*:** 913 (Quote: 69,54 Prozent)

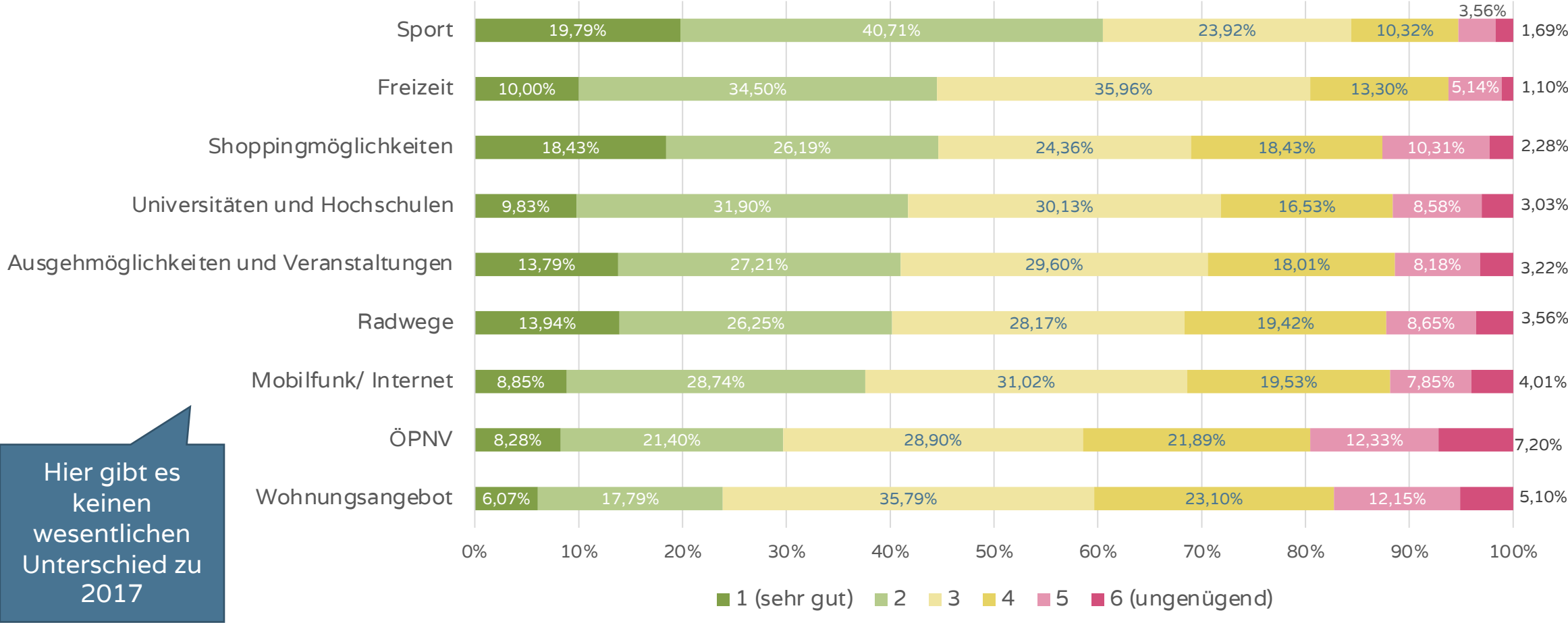
\*Rückläufe = abgeschlossene Fragebögen

# ÜBER 70 PROZENT DER JUGENDLICHEN WOHNEN GERN IM LANDKREIS.



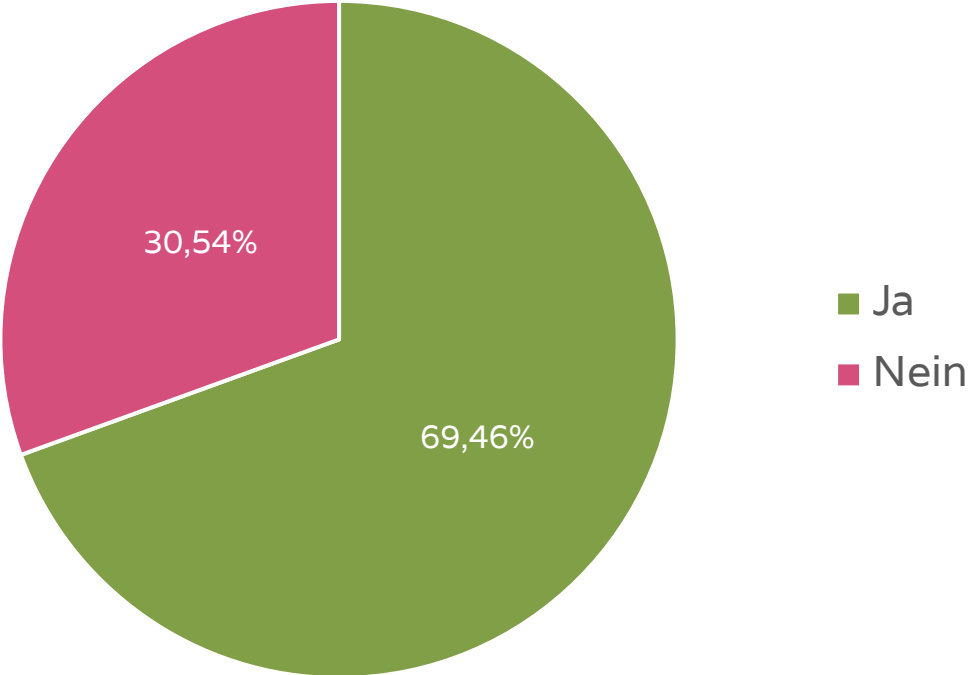
Frage Nr. 1: „Wie gern lebst du hier im Landkreis?“  
Beantwortet: 1060, übersprungen: 253

# SIE SIND VOM SPORTANGEBOT ÜBERZEUGT - DAS WAR AUCH 2017 SO. ÖPNV UND WOHNUNGSANGEBOT SIND NICHT ZUFRIEDENSTELLEND.



# EINERSEITS: 70 PROZENT GLAUBEN, DASS SIE HIER EINEN AUSBILDUNGS- ODER STUDIENPLATZ NACH IHREN WÜNSCHEN FINDEN.

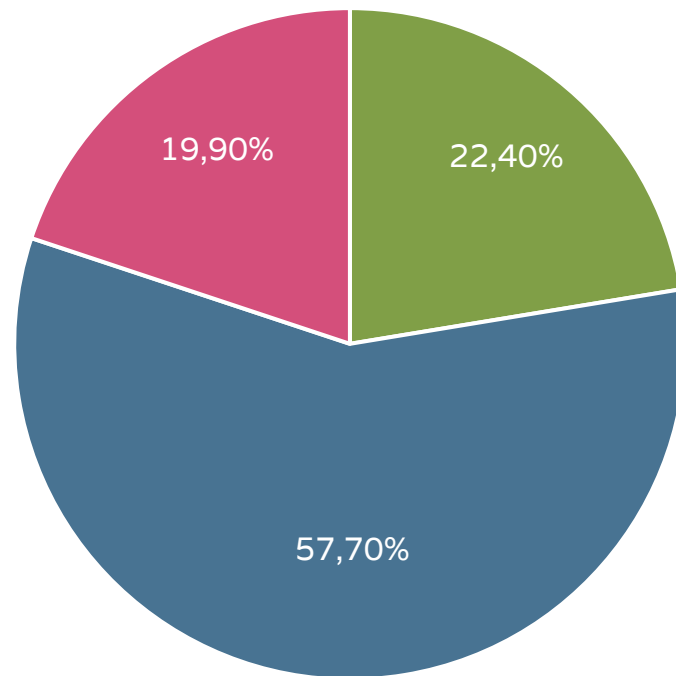
---



2017 glaubten 72 Prozent, dass sie hier eine gute Ausbildung bekommen.

# ANDERERSEITS: 80 PROZENT WÜRDEN DEN LANDKREIS FÜR EINE AUSBILDUNG ODER EIN STUDIUM VERLASSEN. DAS WAR 2017 AUCH SO.

---

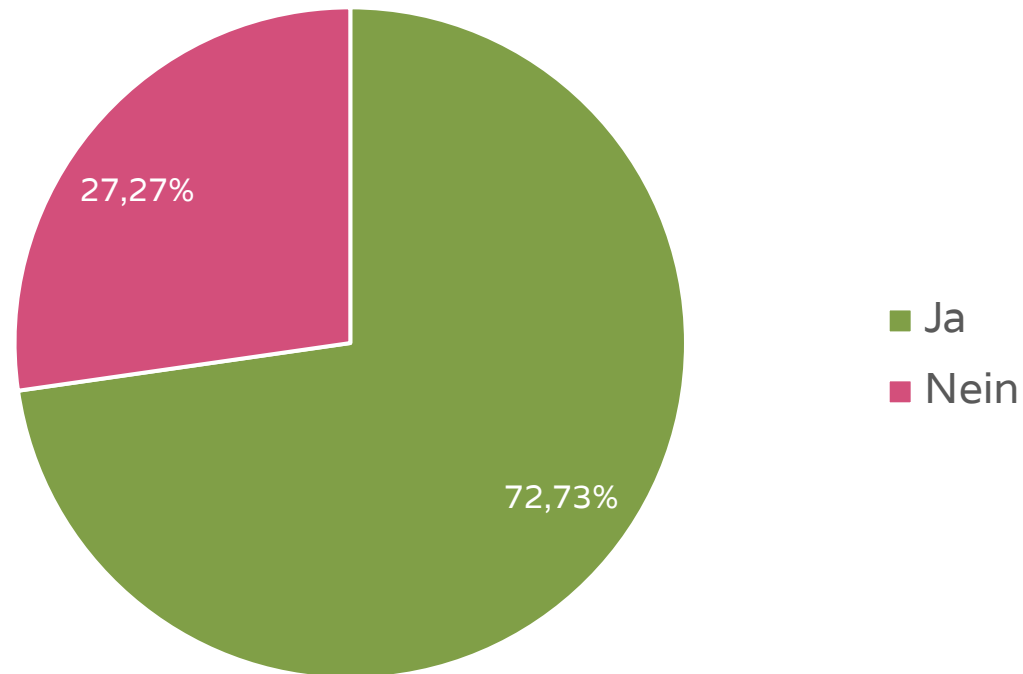


- Ja, aber nach Koblenz.
- Ja, auch weiter als Koblenz.
- Nein, lieber nicht.

Hier gibt es keinen Unterschied zu 2017

# EBENFALLS 70 PROZENT GLAUBEN, DASS SIE HIER SPÄTER AUCH EINEN JOB NACH IHREN WÜNSCHEN FINDEN.

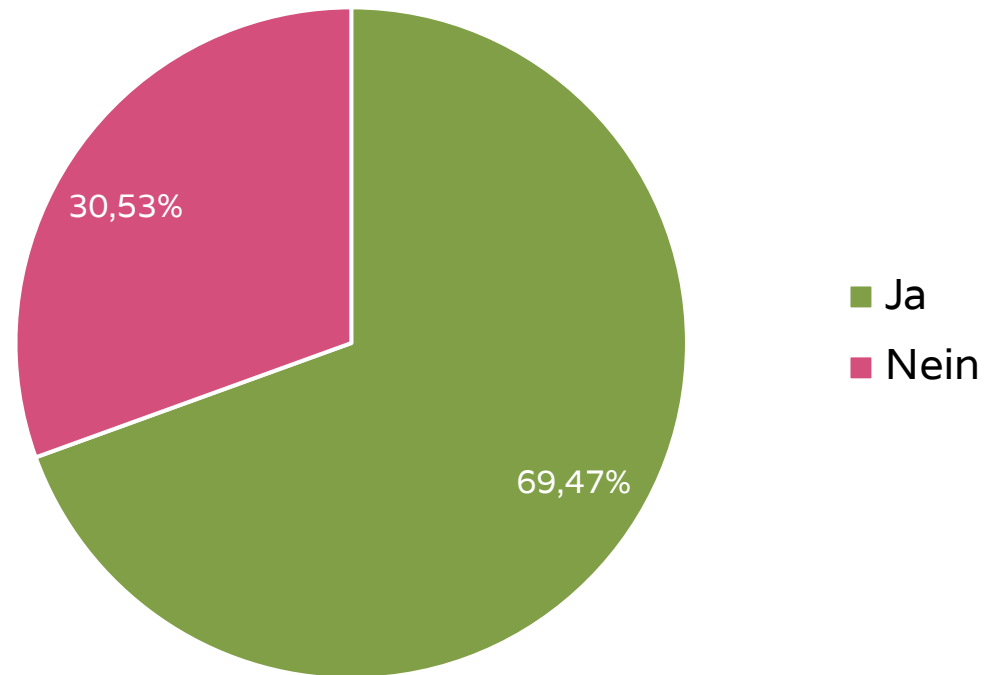
---



Hier gibt es keinen Unterschied zu 2017

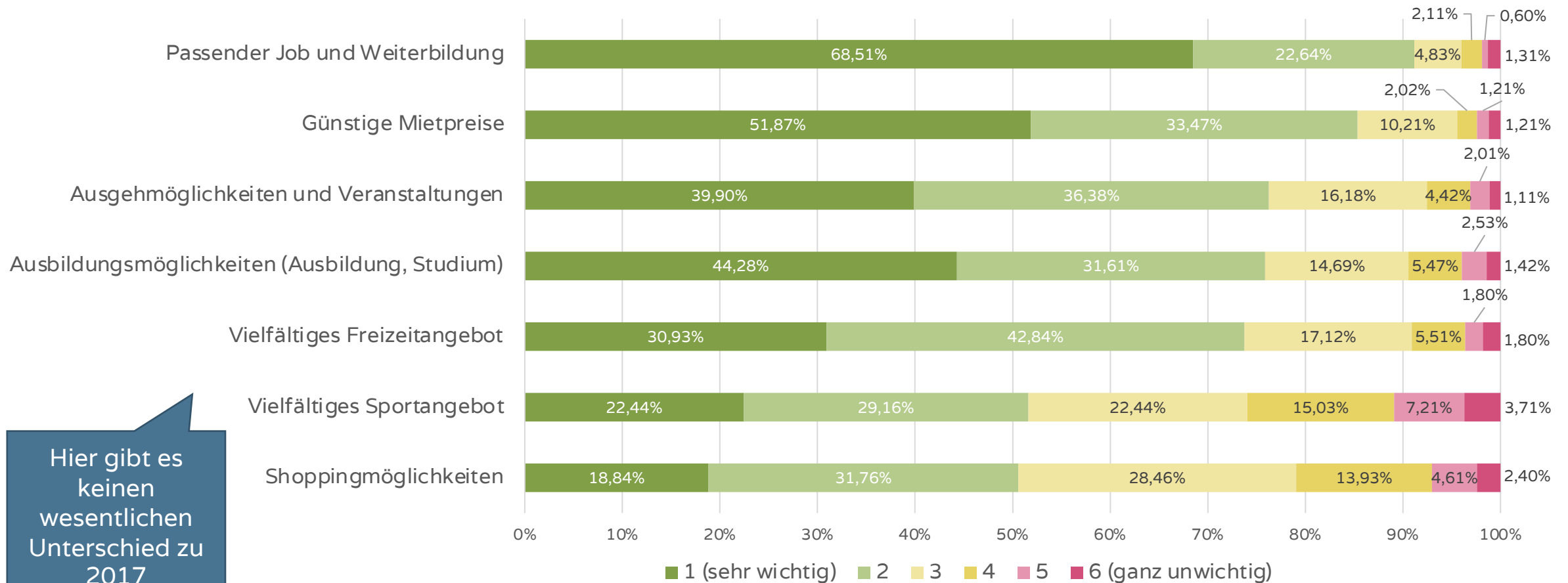


# FÜR EIN GUTES JOBANGEBOT SIND 70 PROZENT BEREIT DEN LANDKREIS ZU VERLASSEN. ABER: 2017 WAREN ES NOCH 82 PROZENT.

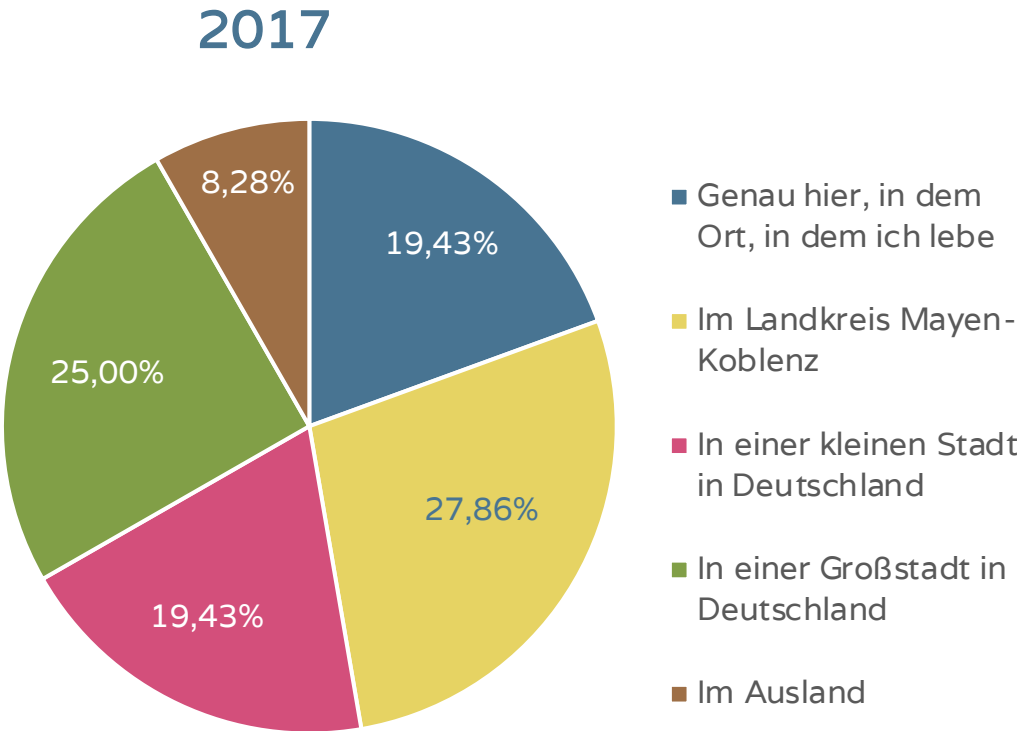
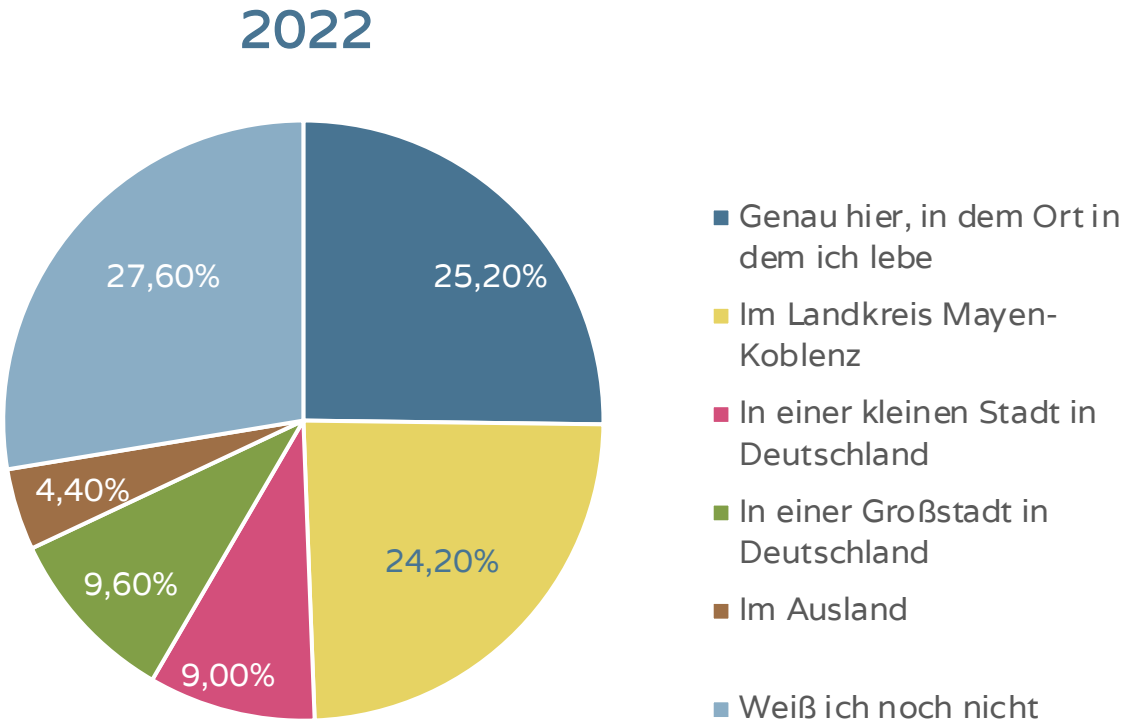


Hier gibt es eine positive Entwicklung oder eine „Corona-Gemütlichkeit“: 2017 wollten noch 82 % den Landkreis für einen guten Job verlassen.

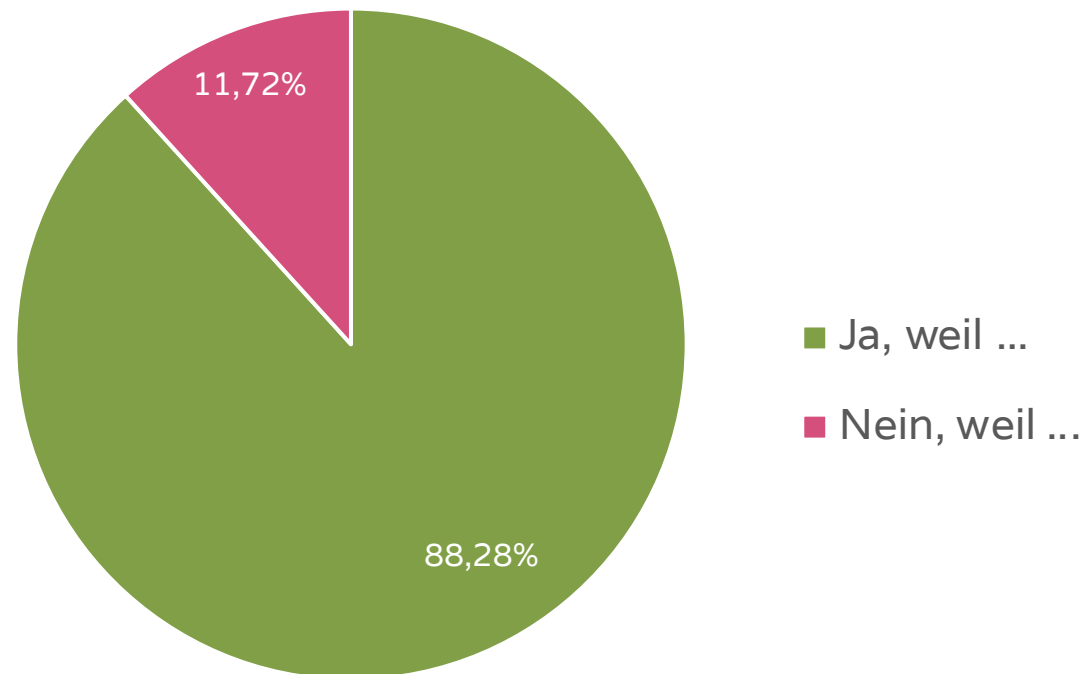
# DAS JOBANGEBOT UND DIE BERUFLICHE WEITERENTWICKLUNG SIND DIE ZENTRALEN ARGUMENTE, UM ZU BLEIBEN.



# 2022 WOLLEN 5 PROZENT MEHR IN IHREM HEIMATORT IM LANDKREIS BLEIBEN. DAS AUSLAND IST WENIGER ATTRAKTIV GEWORDEN.



# DIE GUTE NACHRICHT: 88 PROZENT KÖNNEN SICH VORSTELLEN WIEDER ZURÜCKZUKEHREN.



Hier gibt es keinen wesentlichen Unterschied zu 2017

Frage Nr. 13: „Falls du nach der Schule/dem Studium/der Ausbildung die Region verlässt, könntest du dir vorstellen zurückzukommen?“

12 Beantwortet: 708, übersprungen: 605

## Schritt 2: Fokusgruppen

**Zeitraum:** Oktober und November 2022  
**Teilgenommen:** 8 Gruppen mit (Berufs-)  
Schüler:innen zwischen 14 und 21  
Jahren

# DER LEITFADEN: ZU DIESEN THEMEN WURDEN DIE JUGENDLICHEN BEFRAGT.

---

## 1. Das Leben im Landkreis

- Könnt ihr hier das Leben leben, das ihr persönlich euch wünscht?
- Könnt ihr euch vorstellen für immer hier zu bleiben?

## 2. Wünsche (Gruppenarbeit)

- Was muss in den nächsten Jahren passieren, damit der Landkreis attraktiver für junge Menschen wird und ihr hier bleiben wollt (Freizeit, Shopping, Mobilität, Wohnen\* etc.)?

## 3. Berufliche Zukunft und Berufsorientierung

- Was wisst ihr über die vorhandenen Karrierechancen und -möglichkeiten?
- Welche Angebote der Berufsorientierung kennt (und nutzt) ihr?

## 4. Die ideale Kommunikation (Gruppenarbeit)

- Wie stellt ihr euch die ideale Information und Kommunikation rund um die Themen Ausbildung, Studium und Beruf vor?

# LEBEN IM LANDKREIS

MODULDREI

# INSGESAMT BESTÄTIGT SICH DAS (POSITIVE) BILD AUS DER UMFRAGE AUCH IN DEN FOKUSGRUPPEN.

---

- Die Jugendlichen sind grundsätzlich zufrieden mit ihrem Leben im Landkreis und fühlen sich hier wohl.
- Positiv hervorgehoben werden die Natur, viele (Sport-) Vereine, die gute verkehrliche Anbindung in größere Städte wie Köln und das „heimatliche Gefühl“ in der Region.
- Die Mehrheit der Befragten sagt, dass sie sich vorstellen kann für immer im Landkreis zu bleiben (ggf. mit einer Ausbildungs-Unterbrechung). Familie und Freunde sind dabei starke Bindungsfaktoren, die die Jugendlichen in der Region halten. Diese Erkenntnis lieferte auch schon die Umfrage.



”

**„Das Ländliche und das Natürliche ist etwas, was mich bereichert.“**

**„Es ist ein heimatliches Gefühl und schön hier als Kind aufzuwachsen.“**

”

# DIE GRÖSSTE UNZUFRIEDENHEIT BETRIFFT DIE AKTUELLE ÖPNV-SITUATION IM LANDKREIS.

---

- Gleichzeitig kritisieren alle Gruppe den ÖPNV vor Ort. Das Thema beschäftigt alle sehr stark. Sie sind vor allem unzufrieden mit den Preisen und der Zuverlässigkeit der Busse.
- Zudem fühlen sich viele der Befragten durch die ÖPNV-Situation in ihren Möglichkeiten eingeschränkt und sind auf ein Auto bzw. ihre Eltern angewiesen, um bestimmten Freizeitaktivitäten nachzugehen.
- Darüber hinaus fehlen berufliche Möglichkeiten, Minijobs, Einkaufsmöglichkeiten und Freizeitmöglichkeiten am Abend.

”

„Irgendwie bin ich dann in meinen Aktivitäten eingegrenzt, weil ich nicht immer meine Eltern fragen möchte. Dadurch bin ich unfrei. Das finde ich schade.“

„Dieser Stress wirklich einen Plan zu haben, wer fährt mich wo hin, wie viel kostet der Zug, kommt überhaupt ein Zug – den könnte ich mir sparen. Das stresst mich viel mehr als zum Beispiel der Arzttermin, zu dem ich muss.“

”

# WÜNSCHE DER JUGENDLICHEN

WAS MUSS IN DEN NÄCHSTEN JAHREN PASSIEREN, DAMIT DER  
LANDKREIS ATTRAKTIVER FÜR JUNGE MENSCHEN WIRD?

MODULDREI

# WÜNSCHE IM BEREICH FREIZEIT (SHOPPING, SPORT UND AUSGEHMÖGLICHKEITEN).

---

- Mehr (günstigere) Clubs und Jugenddiscos
- Neue oder gepflegtere Sportplätze (nicht nur Fußball), die frei verfügbar sind
- Online-Portal, App oder Instagram-Kanal wie „RAUSGEGANGEN“
- Bessere, altersgerechtere, ansprechende Werbung für Jugend-Angebote
- Belebtere Innenstädte mit Einkaufsmöglichkeiten (Secondhand, Bio/Unverpackt, große Ketten) und gastronomischen Angeboten (Cafés, Bars etc.)
- Treffaktionen für Jugendliche
  - Gruppenmöglichkeiten, wo man mit anderen Jugendlichen aus der Region zusammenkommt und sich engagieren kann (z. B. Umwelttage, Clean-Ups)
  - Austauschmöglichkeiten mit Startups/ zum Thema Gründen
- Musik- und Modeevents (auch Konzerte)
- Mehr Angebote für die Freien Künste (Kunst, Theater, Gesang)

# WÜNSCHE IM BEREICH BILDUNG UND JOBS.

---

- Mehr Infoveranstaltungen (in der Schule) über die Berufs- und Studienwahl
- Mehr Informationen zu den einzelnen Ausbildungsberufen inkl. Einblicke
- Am Gymnasium mehr über Ausbildungsberufe sprechen und Infoveranstaltungen dazu anbieten, weil nicht jeder, der Abitur macht auch studieren möchte.
- Mehr Studienmöglichkeiten
- Mehr Studienmessen
- Mehr Mini-Jobangebote für Schüler:innen inkl. Mini-Job-Jobbörse (z.B. „Taschengeldbörse“ wie in NRW)
- Weiterbildende Kurse (z.B. IT, Wirtschaft, Social Media) organisiert über den Landkreis, kostenlos oder -anteilig
- Mehr Aktionen wie das Planspiel Börse der Sparkasse oder das Projekt „Ada Lovelace“

# WÜNSCHE IM BEREICH MOBILITÄT UND ÖPNV.

---

- Ticketpreise/ Abopreise reduzieren
  - Schülerticket für RLP
  - Engere Taktung der Busverbindungen
  - Qualifizierte Busfahrer:innen
  - Zuverlässigere Busfahrpläne
  - Mehr Infos über die nächsten Haltestellen
  - Nachtbusse
- 
- Die Jugendlichen informieren sich über die DB- und VRM-App. Ansonsten existiert kein Informationsfluss. Schüler:innen erfahren Neues eher „durch Zufall“.
  - E-Scooter oder Leihräder findet ein Großteil der Befragten nur in größeren Städten sinnvoll. Insgesamt ist der Landkreis zu bergig für solche Angebote.

# SONSTIGE WÜNSCHE.

---

- Straßen besser ausbauen
- Mehr (bezahlbare) Wohnungsangebote
- Bessere Ausstattung in Schulen
- Besseres Internet in der Schule
- Breitbandausbau (schnelleres Internet) im gesamten Landkreis
- Vergünstigungen für Studierende und Auszubildende (z.B. Wohnungen, ÖPNV, Freizeitaktivitäten)
- Es muss mehr Aufklärung für Kinder zwischen 12-15 über ihre Zukunft und Nachteile von Drogenkonsum etc. geben
- Mehr Ehrenämter



# **BERUFSORIENTIERUNG**

**MODULDREI**

# WELCHE ANGEBOTE DER BERUFSORIENTIERUNG KENNEN (UND NUTZEN) DIE JUGENDLICHEN IN DER REGEL?

---

- Jobfinder von der Arbeitsagentur und andere Job-Quiz
- Stepstone und Indeed für die konkrete Stellensuche
- Ansprechpartner:in der Arbeitsagentur in der Schule (Berufsberatung)
- Erzählungen von Bekannten und Freunden
- Schülerpraktikum und weitere, freiwillige Praktika
- Ausbildungsbus vor der Schule (z.B. „Azubispots on tour“)
- Über Lehrer:innen in der Schule
- Azubimesse auf dem Schulhof, Azubi-Börse, Berufs- und Studienmessen (z.B. „Vocatium“)
- Unternehmensbesuche
- Schulfach Berufsorientierung
- Girls/ Boys Day
- Eigenständige Recherche

# DIE JOBZONE IST EHER UNBEKANNT UND WIRD UNTERSCHIEDLICH BEWERTET.

- In drei von acht Gruppen ist das Buch bekannt, weil es über die Schule verteilt wird.
- Circa die Hälfte der Befragten findet Print-Produkte grundsätzlich weniger attraktiv als z.B. Websites.
- Viele äußern, dass das Buch für sie keine interessanten Inhalte bzw. Firmen beinhaltet.
- Sie wünschen sich konkrete Berufsmöglichkeiten und Infos über Tätigkeiten, weniger über die Unternehmen selbst.
- Dazu kommt, dass einige mit den zahlreichen Infos und dem dicken Buch überfordert sind.
- Andererseits sind die Inhalte bereits zu detailliert, wenn man noch gar nicht weiß, was man später machen möchte.



”

„Mich hat dieser ganze Informationsschwall überfordert. Da steht zu viel drin.“

„Ich glaube, dass viele mit den Begriffen, wie Fachinformatiker Anwendungs- und Systemintegration, nicht viel anfangen können. (...) Die müssen mir schon sagen: Du kannst das studieren und dann das machen. (...) Was mache ich denn da? Was ist mein Alltag?“

”



**„Das ist voll gut. Da fallen auch einige Seiten, wegen der Bilder auf.“**

**„Ich finde die Übersicht gut, im Internet findet man nicht alles.“**

**„Man sieht mal, was es alles gibt.“**

# DAS ANGEBOT „WISSEN WAS GEHT!“ IST IN DER ZIELGRUPPE NICHT BEKANNT UND: DIE MEINUNG ZU DIESEM ANGEBOT IST GESPALTEN.

- In einer Gruppe ist das Angebot bekannt, weil die Schule das Angebot an die Schüler:innen kommuniziert hat.
- Die Mehrheit der Schüler:innen äußert eine große Hemmschwelle sich anzumelden, da diese befürchtet alleine im Termin zu sein und somit zum sprechen gezwungen ist.
- Andere aus der Gruppe begründen ihr Desinteresse damit, dass keine passenden Unternehmen bzw. Berufe dabei sind.
- Die Jugendlichen merken an, dass bei diesen Angeboten „immer dieselben Unternehmen“ teilnehmen. Sie wünschen sich „andere, unbekannte Unternehmen“.
- Einige wenige finden das Angebot interessant und würden sich bei passenden Unternehmen anmelden. Grundsätzlich bevorzugen die Jugendlichen eher persönliche Gespräche, keine Online-Formate.



**Lerne spannende Berufe und Unternehmen in MYK kennen.**

Vom 04. bis 08. Oktober und 26. bis 29. Oktober 2021 kannst Du **virtuell** regionale Unternehmen besuchen und alles über Ausbildungsberufe und Deine Chancen erfahren.

”

„Die Überschrift ist die Firma und nicht die Tätigkeit. Ich will meinen Beruf nach der Art auswählen und nicht nach einer Firma.“

„Wie kommt man als 14-Jähriger an so einen Flyer?“

”

# **DIE IDEALE KOMMUNIKATION**

**WIE STELLEN SICH DIE JUGENDLICHEN DIE IDEALE INFORMATION UND KOMMUNIKATION RUND UM DIE THEMEN AUSBILDUNG, STUDIUM UND BERUF VOR?**

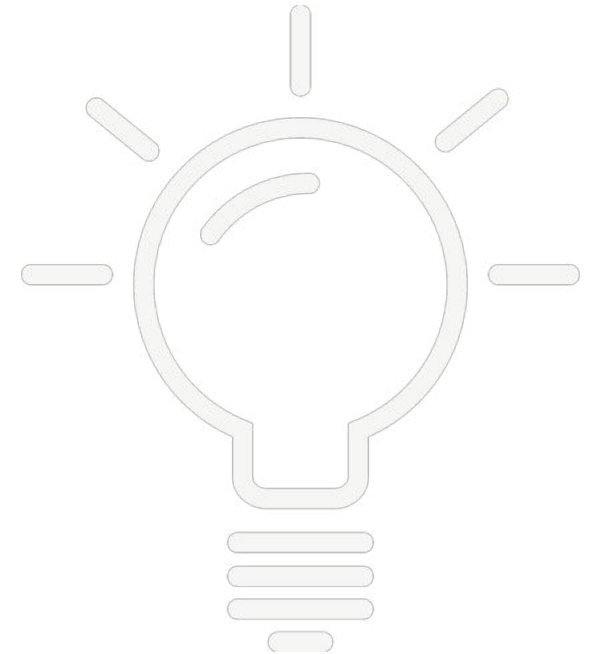
**MODULDREI**



# WELCHE INHALTE SIND GEWÜNSCHT?

---

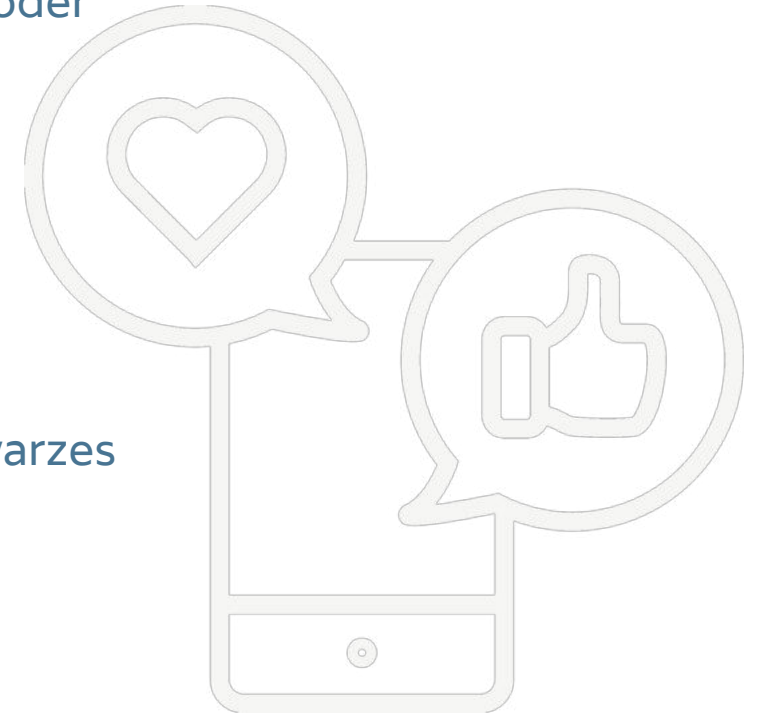
- Infos über Jobs, Anforderungen und dazugehörige Aufgaben inkl. direkte Einblicke in die Berufe
- Infos über Unternehmen
- Infos zu Ausbildung vs. Studium
- Jobangebote, Minijobs und Ausbildungsplätze
- Mögliche Studiengänge und Ausbildungsberufe (in der Region und außerhalb)
- Ausführliche Infos zum Gesamtablauf der Ausbildung
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- Trainings zu Vorstellungsgesprächen und Eignungsprüfungen
- Bewerbungstipps
- Veranstaltungstipps



# AUF WELCHEN KANÄLEN?

---

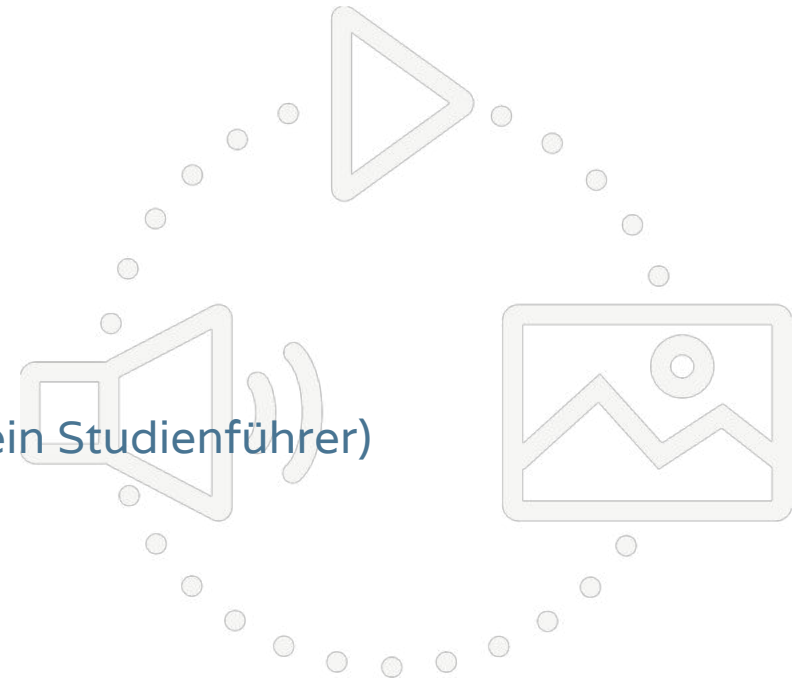
- Instagram
- Attraktive Websites
- App
- Youtube
- TikTok
- Newsletter und E-Mail-Alerts
- Messen
- Postalische Zustellung
- Flyer (-schrank in der Schule)
- Digitale Jobbörsen wie Indeed oder Stepstone
- Unternehmensbesuche in der Schule
- Sdui-App
- Digitale Bildschirme (Studenplananzeige) oder schwarzes Brett in der Schule, die Berufsangebote zeigen



# IN WELCHEN FORMATEN?

---

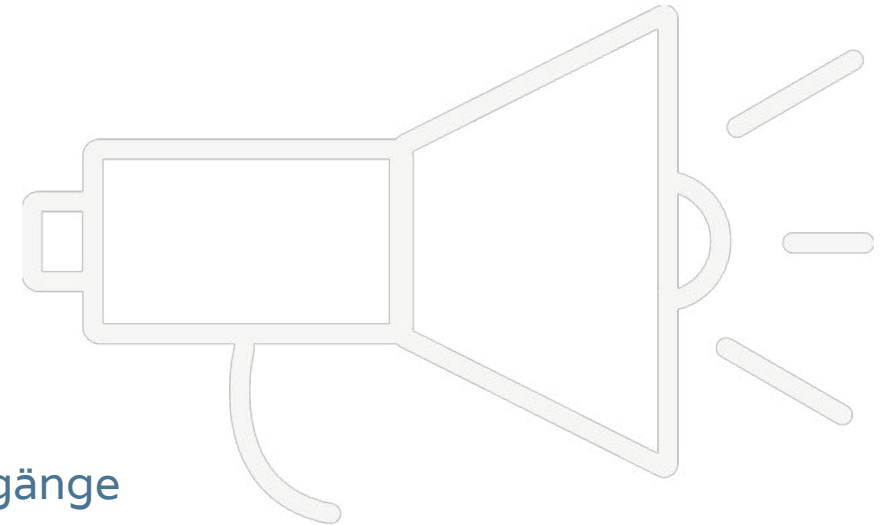
- Persönliche Gespräche, z. B. bei Unternehmensbesuchen, Workshops und Infoveranstaltungen in Schulen, persönliche Coachings
- Videos
- Social Media-Beiträge (inkl. Stories und Reels (Instagram))
- Social Media-Anzeigen (für Stellenanzeigen, Infoveranstaltungen)
- Werbung
- Briefe (z.B. wie von der Bundeswehr)
- Gut gemachte Print-Produkte (z. B. Broschüren wie von der IU oder ein Studienführer)
- Alumni-Tag in Schulen (z.B. Alumnis erzählen von ihrem Studium)
- Zweites (verpflichtendes) Schülerpraktikum in der Oberstufe
- Stellenbörse
- Veranstaltungskalender
- FAQs
- Schulfach



# WER SOLL INFORMIEREN?

---

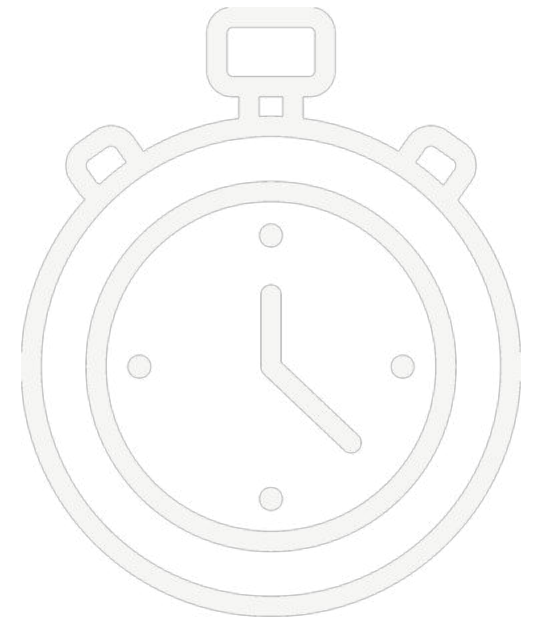
- Unternehmen
- Mitarbeitende und Auszubildende von Unternehmen
- Lehrer:innen und Schulen (v.a. als Multiplikator:innen)
- Landkreis
- Verbandsgemeinden
- Familie und Bekannte
- Vereine (themenbezogen)
- Influencer:innen, die selbst schon andere Ausbildungen/Studiengänge absolviert haben und mit verschiedenen Firmen kooperieren



# WANN UND WIE OFT?

---

- Ab der 8. Klasse
- Spätestens nach dem Praktikum, besser davor
- Von Anfang an und über die gesamte Schulzeit hinweg
- 1 Jahr vor dem Abitur bzw. Abschluss
  
- Laufend aktuelle Websites
- 1x in der Woche
- 2 bis 3x die Woche, damit es im Gedächtnis bleibt, aber auch nicht langweilt
- Monatliche Updates
- Alle drei Monate (Unternehmens-) Besuch in der Schule, um zu informieren
- Alle drei Monate Berufsberatung
- Jährliche Berufskataloge
- Vor allem in den Ferien, weniger in Klausurenphasen



# **EMPFEHLUNGEN VON MODULDREI**

**MODULDREI**

# FÜR DAS ERREICHEN DER ZIELGRUPPEN KOMMT DER LANDKREIS UM DIE NUTZUNG VON SOZIALEN MEDIEN NICHT HERUM.

Die bestehenden Social Media-Kanäle richten sich an alle Bürger:innen im Landkreis und informieren regelmäßig über die aktuelle Corona-Situation, Veranstaltungen oder das Serviceangebot.

Jugendliche werden über diese Kanäle zu den Themen Freizeit, Beruf und Ausbildung eher sporadisch mit Informationen versorgt.

Wenn der Landkreis die Jugendlichen in den sozialen Medien erreichen möchte, muss hier stärker auf die Bedürfnisse und Interessen der Jugendlichen eingegangen werden.

landkreismayenkoblenz Folgen Nachricht senden ...

1,398 Beiträge 7,171 Follower 71 abonniert

Landkreis Mayen-Koblenz  
Schönes, Wichtiges und Interessantes aus MYK  
[www.kvmyk.de/](http://www.kvmyk.de/)  
[www.kvmyk.de/kv\\_myk/Impressum/](http://www.kvmyk.de/kv_myk/Impressum/)  
[www.kvmyk.de/kv\\_myk/Datenschutz/](http://www.kvmyk.de/kv_myk/Datenschutz/)

Impfi Ausbildung Azubis

Landkreis Mayen-Koblenz  
@LandkreisMYK  
125 Abonnenten Abonnieren

ÜBERSICHT VIDEOS SHORTS PLAYLISTS COMMUNITY KANÄLE

Videos Alle wiedergeben

Die Jobcenter in Rheinland-Pfalz - ein starker Partner! 1634 Aufrufe · vor 1 Jahr 5:23

Wertstofftonne: Die Kreislaufwirtschaft MYK... 453 Aufrufe · vor 1 Jahr 9:16

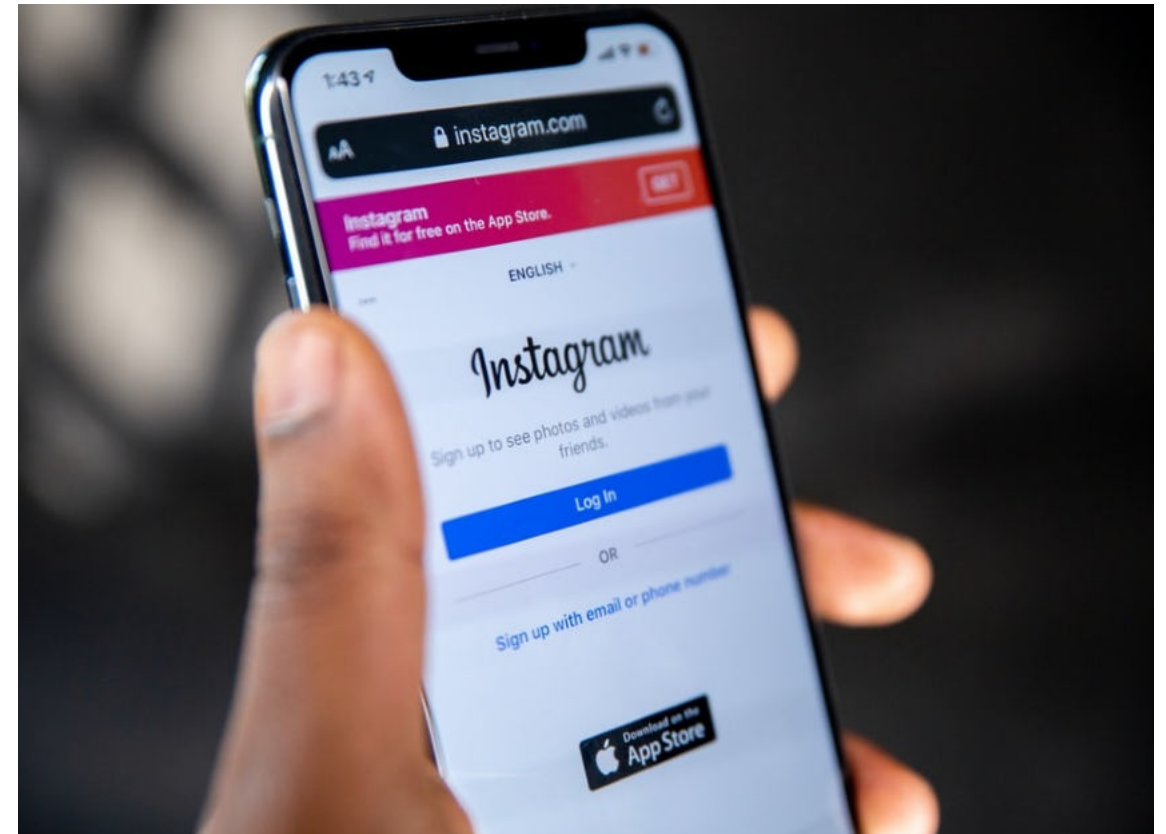
Landkreis Mayen-Koblenz erprobt die Wertstofftonne 619 Aufrufe · vor 1 Jahr 2:16

Smart-Cities-Kommune Mayen-Koblenz 212 Aufrufe · vor 1 Jahr 1:46

# AUF INSTAGRAM WERDEN DIE MEISTEN AUS DER ZIELGRUPPE ERREICHT. DESWEGEN SOLLTE DER LANDKREIS HIER MEHR PRÄSENZ ZEIGEN.

---

- Auf Instagram sind die Meisten unterwegs. Es lohnt sich, hier den Fokus zu setzen und einen Instagram-Kanal vom Landkreis für die Jugendlichen im Landkreis zu starten.
- Auch YouTube ist beliebt. Videoformate sollten mit dabei mit Instagram verknüpft werden.
- TikTok ist bei den Jüngeren beliebt. Hier werden aktuell v.a. Schüler:innen erreicht.
- WhatsApp wird zwar stark genutzt, hier ist aber ein Informationsangebot rund um das Thema Beruf bei den Jugendlichen eher unerwünscht.





# UM GUTE INHALTE FÜR INSTAGRAM ZU GENERIEREN, IST EINE KOOPERATION MIT BETRIEBEN AUS DEM LANDKREIS SINNVOLL.

---

Durch eine Kooperationen mit verschiedenen Betrieben aus der Region kann der Landkreis den Jugendlichen spannende Einblicke in verschiedene Berufe und potenzielle Arbeitgeber bzw. Ausbildungsbetriebe geben. Solche Takeovers durch Betriebe und ihre Mitarbeiter:innen lassen sich sehr gut als Themenwoche gestalten: Jede Woche ein anderer Betrieb aus einer anderen Branche. Infos zum Beruf und seinen Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten wechseln sich mit kurzen Videos aus dem Betrieb, Interviews mit Mitarbeiter:innen und interaktiven Elementen ab. Auch Auszubildende können z.B. über ihre Berufswahl-Erfahrungen sprechen und Fragen aus der Community beantworten.

# AUCH DAS THEMA FREIZEIT EIGNET SICH HERVORRAGEND FÜR EINEN INSTAGRAM KANAL.

---

Ähnlich wie bei der Kooperation mit den Betrieben, kann der Landkreis mit verschiedenen Vereinen aus dem Landkreis kooperieren und diese auf Instagram vorstellen. Auch hier können Themenwochen zu verschiedenen Hobbies oder Sportarten – vielleicht auch Ausgefallenes – stattfinden. Zudem sollten dort Informationen über Neuigkeiten, Freizeit- und Veranstaltungstipps erscheinen.

# UM DIE JUGENDLICHEN ALS ZIELGRUPPE NOCH SPEZIFISCHER ZU ERREICHEN EIGNET SICH AUCH EINE KAMPAGNENSEITE.

---

Eine Fachkräfte-Kampagne für die Zielgruppe der Jugendlichen mit dem Motto „Wir bleiben nach der Schule im Landkreis“ wäre wirkungsvoll. Mit der zukünftigen Arbeitgebermarke für den Landkreis gibt es hierfür schon erste Ansätze.

Um noch mehr auf die Themen der Schüler:innen und Berufsschüler:innen einzugehen, eignet sich eine eigene Landingpage. Auf dieser Seite können Themen, die sich die Jugendlichen wünschen (z.B. Übersichten von Vereinen oder Ausbildungsbetrieben im Landkreis), platziert werden und über die (bei den Schüler:innen unbekannt) Jobperspektiven im Landkreis aufgeklärt werden. Die Verknüpfung der Kampagne mit einem eigenen Instagram Kanal würde gut funktionieren.

Aber auch hier sollte mit Unternehmen aus dem Landkreis zusammengearbeitet werden, um relevante Inhalte zusammenzustellen. Auch die Einbindung einer Jobbörse bietet sich an.



# POTENZIAL BIETET EINE REGIONALE ONLINE-JOBBÖRSE.

---

Regionale Stellenbörsen (Stellenangebote im Landkreis) werden gerne genutzt und genießen eine hohe Glaubwürdigkeit bei den Jugendlichen. Hierbei gibt es zwei Möglichkeiten:

- Etablierung einer eigene Jobbörse mit den Firmen aus dem Landkreis
- Kooperation mit bereits bestehenden Anbietern

Aber die Ansprüche der Jugendlichen sind hoch. Wichtige Aspekte sind hierbei, dass Stellen in der Umgebung bzw. im eingestellten Radius angezeigt werden und man personalisierte Alerts einrichten kann.



# ALTERNATIV IST AUCH EINE APP MIT INFOS ZUR BERUFSORIENTIERUNG, JOBANGEBOTEN UND VERANSTALTUNGSTIPPS DENKBAR.

---

Anstatt einer Website, die alle Infos bündelt, ist auch eine App denkbar. Die Jugendlichen schlagen häufig eine App als Kommunikationskanal vor, da sie unter anderem die Push-Benachrichtigungen attraktiv finden. Sie betonen aber auch, dass die App über die Schule kommuniziert werden muss, damit sie davon erfahren. Eine App eignet sich zudem sowohl für das Thema Berufsorientierung als auch für das Thema Freizeit.



# ES SOLLTE WEITERHIN OFFLINE-ANGEBOTE GEBEN. DENN DIE JUGENDLICHEN FINDEN BERUFS- UND ORIENTIERUNGSMESSEN GUT.

---

Grundsätzlich finden die Jugendlichen Berufs- und Orientierungsmessen sehr gut, da sie den persönlichen Austausch mögen. Die Veranstaltungen sollten aber besser in den Schulalltag integriert und vorbereitet werden und tendenziell verpflichtend sein. Außerdem wünschen sich die Schüler:innen engagierte Vertreter:innen der verschiedenen Unternehmen, die mit ihnen in den Austausch gehen. Sie möchten bei solchen Messen auch Universitäten kennenlernen.



# DIE ZUSAMMENARBEIT VON FIRMEN UND SCHULEN SOLLTE BEIM THEMA BERUFLICHE ZUKUNFT GESTÄRKT WERDEN.

---

Sowohl die Schüler:innen als auch die Berufsschüler:innen wünschen sich während der Schulzeit vermehrte Ausflüge in Betriebe vor Ort, um diese kennenzulernen und in den Austausch mit den Mitarbeiter:innen und Auszubildenden zu kommen.

Auch jährliche Besuche von Betrieben und ihren Mitarbeiter:innen in der Schule sind gewünscht. Diese sollen sich vorstellen und Fragen der Schüler:innen beantworten.

Für dieses Projekt muss der Landkreis wieder eng mit den Unternehmen zusammenarbeiten. Es empfiehlt sich ein Netzwerk mit den Betrieben und Lehrer:innen aufzubauen, um den Kontakt von Schule und Betrieb aufrecht zu erhalten.



# SCHULEN SOLLTEN REGELMÄSSIG AUSZUBILDENDE EINLADEN, UM MIT DEN SCHÜLER:INNEN ZU SPRECHEN.

---

Ehemalige Schüler:innen, die nun eine Ausbildung oder ein (duales) Studium im Landkreis machen, könnten während einer Schulstunde mit interessierten Schüler:innen ins Gespräch kommen, von ihren Erfahrungen erzählen und Fragen beantworten.

Die Jugendlichen betonen, dass sie gerne mit Gleichaltrigen sprechen, die vor Kurzem selbst in der Phase der Berufsorientierung waren. Durch diesen Erfahrungsaustausch erhoffen sich die Jugendlichen viele wertvolle Tipps.



# POTENZIAL LIEGT IN KOOPERATIONEN MIT LOKALEN BETRIEBEN UND VERBÄNDEN AN SCHULEN. SOLCHE AKTIONEN KOMMEN GUT AN.

---

Neben den Besuchen von Betrieben in Schulen, loben die Schüler:innen Aktionen wie die Azubispots oder Ausbildungsbusse. Solche jährlichen Aktionen sind beliebt, da sie interaktiv und praxisorientiert sind. Das bleibt in Erinnerung.



# DIE JUGENDLICHEN WÜNSCHEN SICH MEHR BETEILIGUNG, INTERESSENSBERÜCKSICHTIGUNG UND TRANSPARENZ.

---

Die durchgeführte Umfrage und die Fokusgruppen kamen bei den Jugendlichen sehr gut an. Solche Formate würden sie sich regelmäßig wünschen.

Eine stärkere Transparenz und kontinuierliche Kommunikation mit Infos zu Neuerungen gelingt vor allem über die Sozialen Medien, genauer über einen Instagram Kanal. Wie beschrieben, erreicht der Landkreis dort die meisten aus der Zielgruppe der Jugendlichen. Die Instagram-Tools eignen sich zudem hervorragend, um das Stimmungsbild der Community abzufragen und kurze Umfragen zu bestimmten Themen zu starten. Wenn der Instagram Kanal eine gute Reichweite aufbaut, gibt es hier optimale Möglichkeiten, um nah an den Jugendlichen zu sein.

# **LANGFRISTIGE MASSNAHMEN**

**MODULDREI**

# LANGFRISTIG SOLLTEN BEGEGNUNGSORTE FÜR JUNGE MENSCHEN ENTSTEHEN. Z.B DURCH NEUE EVENTS.

---

## MÖGLICHE IDEEN SIND:

- (Günstigere) Clubs und Jugenddiscos
- Neue oder gepflegtere Sportplätze (nicht nur Fußball), die jeder betreten darf
- Gruppenmöglichkeiten, wo man mit anderen Jugendlichen aus der Region zusammenkommt und sich engagieren kann (z. B. Umwelttage, Clean-Ups)
- Austauschmöglichkeiten mit Startups/ zum Thema Gründen
- Musik- und Modeevents (auch Konzerte)



# ÖPNV VERBESSERN – DAS IST NACH WIE VOR EINES DER GRÖSSTEN STRESSTHEMEN FÜR DIE JUGENDLICHEN.

---

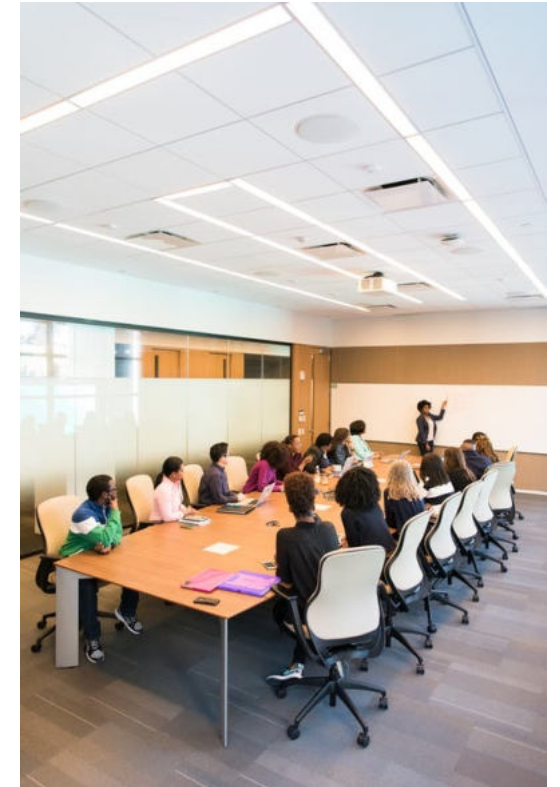
- Das Thema ÖPNV dominiert bei den Verbesserungsvorschlägen unter den Jugendlichen. Hier muss sich möglichst schnell etwas ändern. Denn die Abhängigkeit vom Auto schränkt die Jugendlichen stark ein.
- Die Jugendlichen äußern, dass das Buspersonal nicht ausreichend geschult ist und sie sich teilweise sehr unwohl fühlen.
- Auch die Kosten werden als viel zu hoch empfunden. Suchen Sie nach Lösungen wie Schüler- oder Azubitickets.



# EIN UNTERSTÜTZUNGSPROGRAMM MIT WORKSHOPS FÜR SCHÜLER:INNEN KURZ VOR UND NACH SCHULABSCHLUSS IST EFFEKTIV.

---

Insbesondere die Schüler:innen wünschen sich mehr Unterstützung vom Landkreis, wenn sie mit der Schule fertig sind. Der Landkreis sollte versuchen enger mit der Arbeitsagentur zusammenzuarbeiten, um ein Unterstützungsprogramm für Schüler:innen anzubieten, welches Themen beinhaltet, die die Schüler:innen nach Ende der Schulzeit beschäftigen. Dieses Programm könnte (Online-) Workshops und Serviceberatungen enthalten. Mögliche Themen sind hierbei: Berufswahl, Hilfe bei der Wohnungssuche im Landkreis, Wichtiges bei Vertragsabschlüssen, Steuererklärungen schreiben, welche Finanzierungshilfen gibt es während der Ausbildung, ... Es empfiehlt sich die Jugendlichen zu fragen, was sie ganz konkret an Hilfestellungen nach dem Schulabschluss brauchen.



# DER LANDKREIS SOLLTE BEI DER LANGFRISTIGEN ENTWICKLUNG DES LANDKREISES DIE BEDÜRFNISSE DER JUGENDLICHEN BERÜCKSICHTIGEN.

---

Die Jugendlichen haben viele Anregungen für langfristige Projekte im Landkreis. Den Einzelhandel schätzen die Jugendlichen zum Beispiel sehr. Sie wünschen sich wieder belebtere Innenstädte und Dörfer mit kleinen, privatgeführten Geschäften und vielfältigeren Angeboten. Dazu gehören auch moderne gastronomische Angebote.

Um für Auszubildende ein attraktiverer Standort zu werden, brauchen Sie hier langfristig mehr bezahlbare Mietwohnungen.

# DAS SIND EINE MENGE AUFGABEN. ABER SCHRITT FÜR SCHRITT KÖNNEN DIE POTENZIALE GEHOBEN WERDEN:

---

1. Überarbeitung der Website des Landkreises (z.B. Übersichtsbereiche von Vereinen im Landkreis erarbeiten) oder Aufbau der geplanten Arbeitgebermarke unter Berücksichtigung der Erkenntnisse
2. Instagram Kanal für Jugendliche (inkl. Redaktionsplan und Videos)
3. Stärkung der Zusammenarbeit mit Betrieben und Schulen, um z.B. Besuche von Betrieben in Schulen zu etablieren
4. Überprüfung der Maßnahmen nach ein oder zwei Jahren



**VIELEN DANK FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT!**

**MODULDREI**

# IHRE ANSPRECHPARTNER

---



**Cristina Grüning**

**Tel.: 0231 47700378**  
**[cristina.gruening@moduldrei.de](mailto:cristina.gruening@moduldrei.de)**



**Stefan Lennardt**

**Tel.: 0231 75468020**  
**[stefan.lennardt@moduldrei.de](mailto:stefan.lennardt@moduldrei.de)**

**MODULDREI**

**INHALT, ZUSAMMENSTELLUNG, STRUKTUR UND PRÄSENTATION SIND  
URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZT. DIE VERVIELFÄLTIGUNG UND  
VERBREITUNG (AUCH AUSZUGSWEISE) VON INFORMATIONEN UND DATEN  
SIND OHNE VORHERIGE SCHRIFTLICHE ZUSTIMMUNG UNTERSAGT.**

**©MODULDREI**