



Facebook verliert an Bedeutung bei Schülern. YouTube und Instagram legen zu. Foto: Adobe Stock / Maksim Šmeljov

24.09.2018 11:15 CEST

YouTube und Instagram - Schüler suchen hier Infos über den Arbeitsmarkt.

Qualifizierte Fachkräfte sind gefragt. Für Selbständige und Unternehmen wird es immer schwieriger geeigneten beruflichen Nachwuchs zu finden. Wer junge Menschen für den beruflichen Einstieg gewinnen möchte, muss wissen, wo und wie am besten die Zielgruppe Schüler angesprochen werden kann.

Die Studie "Schülerbefragung 2018" der Deutschen Apotheker- und Ärztebank (apoBank) gibt darauf Antworten. Über 500 Schüler gaben über das Online Access Panel des Marktforschungsunternehmens respondi Auskunft zu ihrem

Informationsverhalten bei der Berufsorientierung. Die deutschlandweite Schülerbefragung wurde nach 2017 zum zweiten Mal durchgeführt.

Allgemein sind die befragten Schüler vor allem in den sozialen Netzwerken WhatsApp 97 % (zum Vergleich 2017: 98 %), YouTube 96 % (94 %), Instagram 86 % (85 %) und Snapchat 71 % (79 %) unterwegs. Facebook verliert an Bedeutung für die Schüler und wird nur noch mit 46 % im Vergleich zum Vorjahr (61 %) genutzt. Informationen über potenzielle Arbeitgeber und Karrierethemen sammeln sie in den sozialen Medien in erster Linie bei YouTube 43 % (40 %) und Instagram 40 % (37 %). Über Facebook informieren sich 31 % (40 %). Bei den Online-Portalen ist wie im Vorjahr die Suche über Google für 65 % (63 %) und die Jobbörse der Agentur für Arbeit für 36 % (33 %) der befragten Schüler relevant. Mehrfachnennungen waren möglich.

Neben den Möglichkeiten sich im Netz zu orientieren, nutzen viele Schüler auch den persönlichen Kontakt auf Veranstaltungen in der Schule 64 % (61 %), bei Ausbildungsmessen 48 % (44 %), bei Bewerbertrainings in der Schule 39 % (42 %) und bei der Berufsberatung in der Agentur für Arbeit 39 % (40 %). Eltern, Familie, Freunde und Bekannte sind ebenso wichtige Ansprechpartner bei der Berufs- und Studienwahl. In der Befragung 2018 hat sich bestätigt, dass Printmedien bei der Berufsorientierung weiterhin eine wichtige Rolle spielen, zum Beispiel Broschüren von Unternehmen 45 % (47 %) und Zeitschriften in der Schule 44 % (41 %).

Weitere Informationen:

[Studienergebnisse zur Berufsorientierung bei Schülern von Alexander Hohaus](#)

Über die apoBank

Die Deutsche Apotheker- und Ärztebank (apoBank) ist die größte genossenschaftliche Primärbank und die Nummer eins unter den Finanzdienstleistern im Gesundheitswesen. Kunden sind die Angehörigen der Heilberufe, ihre Standesorganisationen und Berufsverbände, Einrichtungen der Gesundheitsversorgung und Unternehmen im Gesundheitsmarkt. Die apoBank arbeitet nach dem Prinzip "Von Heilberuflern für Heilberufler", d. h.

sie ist auf die Betreuung der Akteure des Gesundheitsmarktes spezialisiert und wird zugleich von diesen als Eigentümern getragen. Damit verfügt die apoBank über ein deutschlandweit einzigartiges Geschäftsmodell.

www.apobank.de

Seit der Gründung vor 120 Jahren ist verantwortungsbewusstes Handeln in den Unternehmenswerten der apoBank fest verankert. Sie setzt sich fürs Miteinander ein, fördert Zukunftsprojekte, Kultur sowie soziales Engagement und investiert in Nachhaltigkeit und ökologisches Bewusstsein:

www.apobank.de/mehr-ermoeglichen