

Herausforderung Generation Z: Was Sie bei der Rekrutierung von Auszubildenden heute beachten sollten.



Diplom-Psychologe
Markus Vogel

Leiter Personalcenter
Provadis Partner für Bildung und Beratung GmbH

Einleitung/Inhalt

Immer weniger junge Menschen entscheiden sich nach der Schule für eine berufliche Ausbildung. Laut einer Bertelsmann-Studie¹ ist der Trend zum Hochschulstudium keineswegs vorübergehend. Da die Zahl der Arbeitskräfte, die aus dem Berufsleben ausscheiden, die Zahl der Nachwuchskräfte zunehmend übersteigen wird, stellt sich für alle Unternehmen

die entscheidende Frage: Wie kann es gelingen, junge Menschen heute für eine berufliche Ausbildung zu gewinnen? Wie tickt die Generation Z? Muss ich mein Rekrutierungskonzept ändern? Entscheidend für Ihren Erfolg wird es sein, frühzeitig, zielgruppenorientiert und kreativ auf mögliche Interessenten zuzugehen.

Das Ausbildungsdilemma: weniger Bewerber – mehr Nachwuchsbedarf 2

- ▶ Die Schulformverschiebung verstärkt das Problem
- ▶ Wird sich der Akademisierungstrend wieder ändern?
- ▶ Duale Studiengänge sind die einzigen „Gewinner“
- ▶ Fazit: Es wird nicht mehr so wie früher

Die Generation Z: neue Prioritäten – vielfältige Interessen 5

- ▶ Warum tickt diese Generation anders?
- ▶ „Erst das Vergnügen – dann die Arbeit“
- ▶ Verschiedene Lebenswelten prägen die Jugend von heute
- ▶ Die Generation Z „lebt“ im Internet
- ▶ Fokus Sicherheit
- ▶ Reifeprozesse verschoben
- ▶ Fazit: Ausbildung kommt den Bedürfnissen entgegen

Azubi-Rekrutierung heute: zielgerichteter – kreativer 8

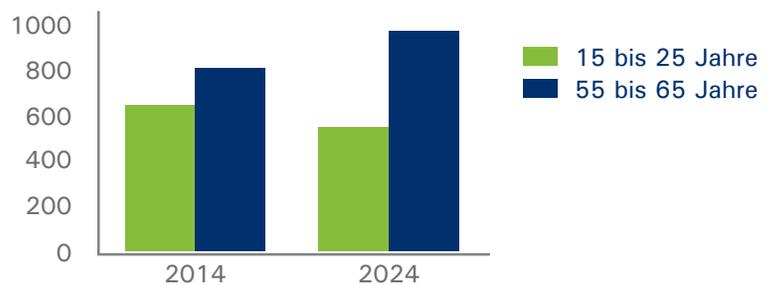
- ▶ Stellen Sie die Ausbildungsvorteile in den Mittelpunkt
- ▶ Wie könnte man die Ausbildung attraktiver machen?
- ▶ Qualifizierungen stärker anbieten
- ▶ Berufsorientierung optimieren
- ▶ Abiturienten mit Hochschulerfahrung gewinnen

Das Ausbildungsdilemma: weniger Bewerber – mehr Nachwuchsbedarf

Auch wenn manche noch immer die Dringlichkeit zum Handeln nicht erkennen beziehungsweise wahrhaben möchten – ein Blick auf die demografische Entwicklung zeigt deutlich, dass es in Zukunft immer schwieriger werden wird, den Fachkräftebedarf in Unternehmen zu decken. Laut Statistischem Bundesamt werden allein in Hessen im Jahr 2024 rund eine Million Arbeitnehmer aus dem Berufsleben ausscheiden.² Allerdings stehen aufgrund der Altersstruktur nur etwa die Hälfte, gut 500.000 potenzielle Nachwuchskräfte im Alter zwischen 15 und 25 Jahren zur Verfügung. Dadurch entsteht eine große Lücke an Nachwuchs. Dafür muss eine Lösung gefunden werden. Parallel wächst die Studierneigung. Immer mehr Schulabgänger wählen Abitur und Hochschulstudium statt einer beruflichen Ausbildung. Dadurch fehlen Nachwuchskräfte für den Ausbildungsmarkt.

Demografie: Zahl ausscheidender Arbeitnehmer in Unternehmen übersteigt das Potenzial an Nachwuchs

Entwicklung der Altersgruppen in Hessen (in Tsd.)



Quelle: koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamts

Die Schulformverschiebung verstärkt das Problem

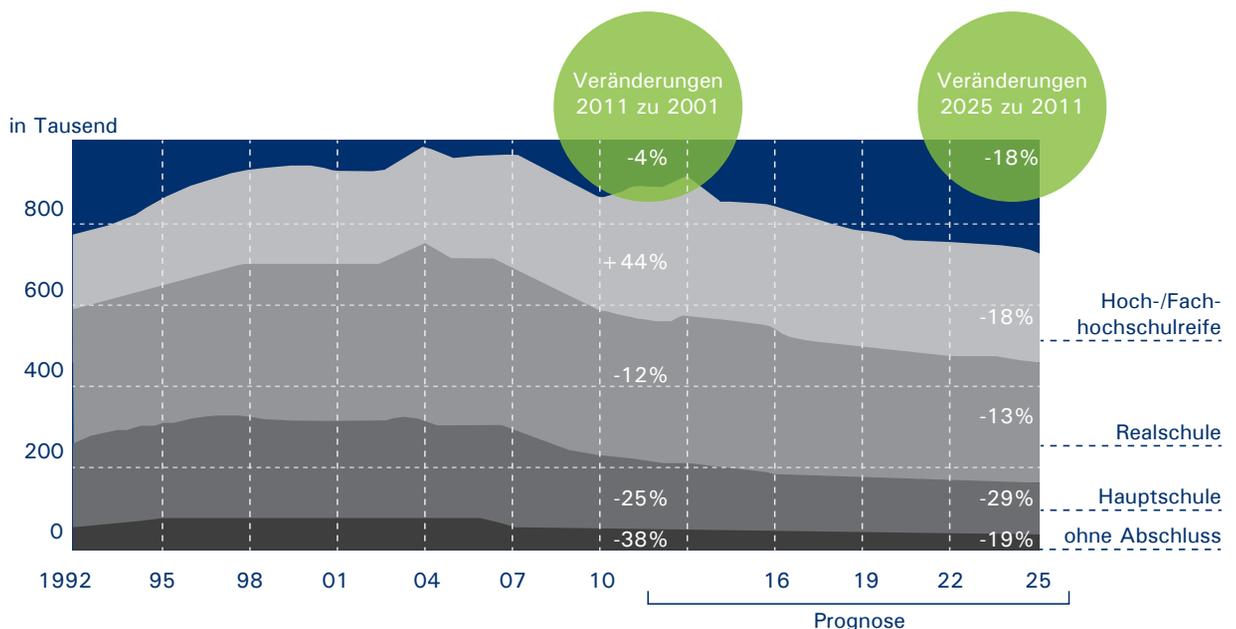
Auch die veränderte Wahl der Schulform, weg von der Realschule hin zum (Fach-)Abitur, verstärkt die schwierige Bewerbersituation.

Bis zum Jahr 2025 wird es gegenüber 2001

- ▶ circa 25 Prozent weniger Realschüler
- ▶ etwa 54 Prozent weniger Hauptschüler
- ▶ und lediglich circa 26 Prozent mehr Fachabiturienten/Abiturienten geben.

Insgesamt wird die Zahl der Schulabgänger enorm sinken.

Zukünftige Herausforderung: stark sinkende Anzahl an Schulabgängern und Schulformverschiebung



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2012 (Zahlen noch aktuell; ohne Geflüchtete)

Das Ausbildungsdilemma: weniger Bewerber – mehr Nachwuchsbedarf

Die Konsequenzen daraus sind jetzt schon spürbar: Laut dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) gibt es einen neuen Rekord bei unbesetzten Lehrstellen.³ Bereits im vergangenen Jahr konnten 34 Prozent der Unternehmen ihre Lehrstellen nicht besetzen. Der aktuelle Berufsbildungsbericht 2019⁴ sagt sogar, dass sich seit 2009 die Zahl der unbesetzten Berufsausbildungsstellen mehr als verdreifacht hat. Die Auswirkungen sind schon mehrfach veröffentlicht worden. Die Fakten belegen die derzeitige brisante Situation. Laut Bundesagentur für Arbeit gab es in 2018 531.426 Ausbildungsstellen und 501.878 Bewerber.⁵ Das bedeutet: Wir haben aktuell einen Bewerbermarkt. Bewerber können sich die Stellen aussuchen!

Wird sich der Akademisierungstrend wieder ändern?

Wer damit rechnet, dass sich in absehbarer Zeit der Trend zum Hochschulstudium ändern könnte, wird von den neuesten Zahlen aus dem Jahr 2018 eines Besseren belehrt.

- ▶ Rund 57 Prozent eines Schülerjahrgangs streben das Fachabitur oder Abitur an.
- ▶ 80 Prozent dieser Studienberechtigten gehen tatsächlich zum Studium an die Hochschule.

Auch die aktuelle Bertelsmann-Studie⁶ belegt die weitere Fortsetzung des Akademisierungstrends aufgrund von Vorausrechnungsszenarien. Die Zahlen der Studienanfänger sind seit 2005 enorm angestiegen und haben 2010 die Zahl der Ausbildungsanfänger überstiegen. Dieser Trend setzt sich immer weiter fort. Die Ausbildungszahlen nahmen ab. Unter dem Schlagwort „Volle Hörsäle – leere Werkbänke“ zieht Jörg Dräger, Mitglied des Vorstands der Bertelsmann Stiftung folgendes Fazit:

„Der Trend zur Akademisierung ist nicht zu stoppen. Der gesamte nachschulische Bildungsbereich muss sich verändern und anpassen.“

Duale Studiengänge sind die einzigen „Gewinner“

Bis 2030 wird es viel weniger Ausbildungs- als Studienanfänger geben. Die einzigen Gewinner – so bewerten es die Forscher der Bertelsmann-Studie – sind die dualen Studiengänge, die durch ihre Kombination von Theorie und Praxis immer beliebter werden. Rund 21.000 junge Menschen nahmen 2013 ein entsprechendes Studium auf. Bis 2030 wird sich ihre Zahl nach den Berechnungen in der Studie auf 38.000 pro Jahr erhöhen.

Fazit: Es wird nicht mehr so wie früher

Die Studie zur nachschulischen Bildung 2030 der Bertelsmann Stiftung zieht aus den Fakten und Berechnungen folgendes Fazit:

- ▶ Der Trend zu akademischen Bildungsabschlüssen wird sich weiter fortsetzen.
- ▶ Junge Menschen suchen beides: den Praxisbezug und einen höheren Bildungsabschluss.
- ▶ Innerhalb des beruflichen Bereichs ist vor allem die duale Ausbildung rückläufig.
- ▶ Berufsausbildung und Studium müssen stärker verknüpft werden.
- ▶ Die Vorteile der dualen Ausbildung sollen für berufsqualifizierende Studiengänge genutzt werden.
- ▶ Die Ausbildung soll für neue Zielgruppen geöffnet werden (schwächere Bewerber, Menschen mit Förderbedarf).

Die Generation Z: neue Prioritäten – vielfältige Bedürfnisse

Warum ist es eigentlich heute so schwer, Schulabgänger von den Vorteilen einer beruflichen Ausbildung als Einstieg in den Beruf zu überzeugen?

Gute Übernahmechancen, viele Möglichkeiten der beruflichen Weiterbildung, geregelte Arbeitszeiten, ein Gehalt von Anfang an – diese Argumente, die unter anderen schon viele Generationen vorher dazu bewegt haben, sich für die berufliche Ausbildung zu entscheiden, scheinen an Wert und Überzeugungskraft verloren zu haben.

Warum tickt diese Generation anders?

Die jungen Menschen, die aktuell für Ausbildungsplätze rekrutiert werden, sind ab 1995 geboren und zählen zur sogenannten Generation Z. Und wie jede Generation unterscheidet sie sich von den vorigen in ihren Werten, Vorstellungen und Zielen. Das ist eine normale Entwicklung – Sie als Verantwortliche in den Unternehmen sollten allerdings diese Fakten nicht ignorieren und Ihre Strategie und Aktivitäten für die Rekrutierung darauf abstellen.

Die Allensbacher Studie von 2018⁷ bringt es folgendermaßen auf den Punkt: „Erst das Vergnügen – dann die Arbeit“!

Berufliche Prioritäten verlieren in dieser Generation an Bedeutung. Der Erfolg im Beruf, der sichere Arbeitsplatz und der Spaß an der Arbeit spielen tendenziell eine nicht mehr so große Rolle. Auf der anderen Seite halten die Jugendlichen es für sehr wichtig, das Leben zu genießen. Die Bedeutung der Hobbys und Interessen sowie die Verwirklichung der eigenen Ideen und Vorstellungen haben enorm zugenommen.

Verschiedene Lebenswelten prägen die Jugend von heute

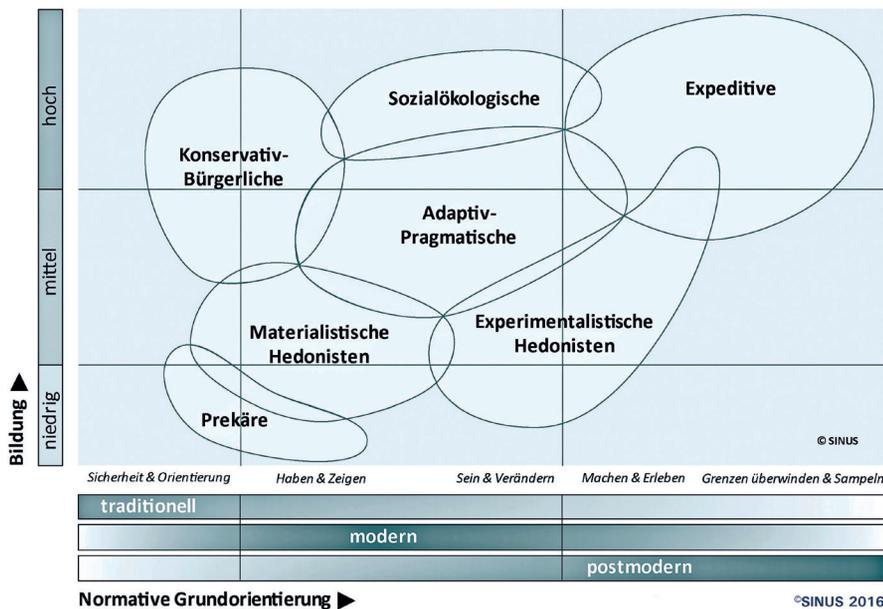
Noch etwas konkretere Ergebnisse zur Frage „Wie tickt die Generation Z?“ liefert die SINUS-Studie 2016.⁸ In der Studie wurden 14- bis 17-Jährige in Deutschland befragt und ihre sieben verschiedenen Lebenswelten wurden definiert und beschrieben. Sie werden unterteilt nach dem Bildungsgrad einerseits und ihrer Grundorientierung andererseits.

So unterschiedlich ticken die Jugendlichen in Deutschland

- ▶ Konservativ-Bürgerliche: die familien- und heimatorientierten Bodenständigen mit Traditionsbewusstsein und Verantwortungsethik
- ▶ Materialistische Hedonisten: die freizeitorientierte Unterschicht mit ausgeprägten markenbewussten Konsumwünschen
- ▶ Jugendliche in prekären Lebenswelten: die um Orientierung und Teilhabe bemühten Jugendlichen mit schwierigen Startvoraussetzungen und Durchbeißermentalität
- ▶ Sozialökologische: die nachhaltigkeits- und gemeinwohlorientierten Jugendlichen mit sozialkritischer Grundhaltung und Offenheit für alternative Lebensentwürfe
- ▶ Adaptiv-Pragmatische: der leistungs- und familienorientierte moderne Mainstream mit hoher Anpassungsbereitschaft
- ▶ Experimentalistische Hedonisten: die spaß- und szeneorientierten Nonkonformisten mit Fokus auf dem Leben im Hier und Jetzt
- ▶ Expeditive: die erfolgs- und lifestyleorientierten Networker auf der Suche nach neuen Grenzen und unkonventionellen Erfahrungen

Die Generation Z: neue Prioritäten – vielfältige Bedürfnisse

SINUS-Lebensweltenmodell U18



Die SINUS-Milieus® sind eine Gesellschafts- und Zielgruppentypologie, die Menschen nach Lebensauffassungen, Werthaltungen und sozialer Lage in „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammenfasst.

Provdadis SINUS-Studie

- ▶ Auch Provdadis will genauer wissen, wie die eigenen Azubis ticken, und führt daher aktuell in Kooperation mit der SINUS-Akademie eine Azubi-Befragung durch. Ziel ist es, herauszufinden, welchen Lebenswelten man die Azubis zuordnen und wie man sie am besten ansprechen kann.

Die Generation Z „lebt“ im Internet

Eine weitere wichtige Erkenntnis aus der SINUS-Studie befasst sich mit der Charakterisierung der Jugendlichen als Digital Natives. Die Generation Z geht nicht mehr ins Internet, sie „lebt“ im Internet. Ständig erreichbar sein, die Angst, etwas zu verpassen, eine starke persönliche Beziehung zum Handy – das sind Kennzeichen dieser Generation. Telefonate gelten als verpönt, denn man könnte den anderen „stören“. Nur drei Prozent der 14- bis 17-Jährigen nutzen das Internet gar nicht. 2014 waren es noch 23 Prozent. Jugendliche sagen, dass ein Leben ohne ihr Handy kein schönes Leben sei. Diese Ergebnisse zeigen, dass sich die Bedürfnisse im Vergleich zu Vorgängergenerationen deutlich verschoben haben: WLAN gehört heute zu den „Grundbedürfnissen“ wie Essen und Trinken.

Weitere Erkenntnisse der SINUS-Studie

- ▶ Neo-Konventionalismus (Mainstream) kennzeichnet die Mehrheit der Jugendlichen.
- ▶ Es gibt weniger typische jugendliche Abgrenzungsbemühungen gegenüber der Erwachsenenwelt (keine eigene Subkultur der erwachsenen Mainstreamkultur gegenüberzusetzen).
- ▶ Mainstream ist kein Schimpfwort mehr – im Gegenteil: Es ist ein Schlüsselbegriff im Selbstverständnis und bei der Selbstbeschreibung. Mainstream kann als Sehnsucht nach Normalität interpretiert werden. Jugendliche wollen heute mehr noch als vor wenigen Jahren so sein „wie alle“.
- ▶ Nächstenliebe, Hilfsbereitschaft, Anpassungsbereitschaft und stabile Beziehungen sind wichtig.
- ▶ Die Jugendlichen haben eine gewachsene Sehnsucht nach Aufgehoben- und Akzeptiertsein in einer Gemeinschaft in den zunehmend unübersichtlichen Verhältnissen einer globalisierten Welt.

Die Generation Z: neue Prioritäten – vielfältige Bedürfnisse

Fokus Sicherheit

Die Ergebnisse der SINUS-Studie machen deutlich: Die Mehrheit der Jugendlichen hat ein starkes Sicherheitsbedürfnis und eine Sehnsucht nach Ordnung. Eine klassische Berufsausbildung könnte genau diese Bedürfnisse nach einem geordneten Leben bieten. Auch wenn man davon ausgehen kann, dass dies vor allem für die Gruppe der konservativ-bürgerlichen Jugendlichen eine passende Option ist, lassen die Studienergebnisse jedoch keine direkte Zuordnung der Lebenswelten zur Frage Ausbildung oder Studium zu.

Jugendliche sind heute selbstbewusster und haben weniger Unsicherheitserfahrungen erlebt. Dies gilt auch für den Bereich Arbeit und Beruf. Wie oben beschrieben haben wir aktuell einen Bewerbermarkt. Das heißt, die „Unternehmen bewerben sich bei den Auszubildenden“.

Reifeprozesse verschoben

Da sich die Generation Z viel mehr mit der digitalen als mit der analogen Welt beschäftigt, haben sich die Reifeprozesse verschoben. 2018 hat die Psychologin Dr. Jeane Twenge dazu interessante Thesen veröffentlicht:⁹ Der ständige Umgang mit Smartphones führe zum langsameren Erwachsenwerden. 18-Jährige verhielten sich heute so wie früher 15-Jährige und 13-Jährige wie früher 10-Jährige. Wer sich mit Jugendlichen in der Ausbildung beschäftigt, wird dem durchaus zustimmen können. Eine gewisse Unreife und „Verspieltheit“ wird immer wieder von Ausbildern beobachtet. Eine Erklärung dafür liegt wohl in der geringeren Erfahrung mit der analogen Welt und der Face-to-Face-Kommunikation.

Generation Z – auf einen Blick

- ▶ Gesundheitsbewusst (Fitness-Studios boomen)
- ▶ Politisch aktiver und gut vernetzt
- ▶ Sharing-Mentalität (nutzen statt besitzen)
- ▶ Trennen Arbeit und Beruf (geregelte Arbeitszeiten)
- ▶ Familie und Kinder vor Karriere
- ▶ Gute Bildung für eine unsichere Zukunft

Fazit: Ausbildung kommt den Bedürfnissen entgegen

Wenn man in Summe die Bedürfnisse der heutigen Generation Z betrachtet, kann man viele Ansätze finden, die im Grunde für die berufliche Ausbildung und Tätigkeit als Fachkraft sprechen. Dazu gehören die geregelten Arbeitszeiten, eine gewisse finanzielle Absicherung und die Möglichkeit, eine Familie zu gründen und ausreichend Zeit für sie zu haben. Der Wunsch nach einer guten Bildung in unsicheren Zeiten und der daraus resultierende Trend zu Abitur und Studium ist Ausdruck eines starken Sicherheitsbedürfnisses. Genau diese Sicherheit kann eine berufliche Ausbildung bieten.

Azubi-Rekrutierung heute: zielgerichteter – kreativer

Welche Konsequenzen könnten Sie als Verantwortliche in Unternehmen aus diesen Fakten über die Generation Z für Ihre Azubi-Rekrutierung ziehen?

Zuallererst sollten Sie sich freuen, denn die klassische berufliche Ausbildung scheint vielen Bedürfnissen der heutigen Jugend zu entsprechen – nur leider sind diese so wichtigen Informationen in der Generation viel zu wenig bekannt!

Woran kann das liegen? Jugendliche werden heute oft nicht ausreichend direkt angesprochen und „abgeholt“. Die Kommunikation in Form einer zielgruppenorientierten Ansprache sollte daher dringend verbessert werden. Die Herausforderung besteht darin, die passende Zielgruppe genauer zu definieren, um entsprechende Rekrutierungsmaßnahmen umzusetzen.

Stellen Sie die Ausbildungsvorteile in den Mittelpunkt

Wenn Sie Ihre nächsten Employer-Branding-Maßnahmen konzipieren und überlegen, wie Sie die Jugendlichen ansprechen wollen, sollten Sie berücksichtigen, welche Werte und Ziele für diese Generation eine Rolle spielen:

Sicherheit, gute Bildungschancen, geregelte Arbeitszeiten, Zukunftsorientierung, Digitalisierung in der Ausbildung, Zeit für Freunde, Familie und Hobbys

Bedenken Sie auch, dass die Eltern als Ratgeber und Begleiter ihrer Kinder bei der Berufsorientierung eine zentrale Rolle spielen, die Sie nicht unterschätzen sollten. Daher empfiehlt es sich, diese Zielgruppe ebenfalls einzubinden.

Wie könnte man die Ausbildung attraktiver machen?

Da sich viele am Trend zum Studium orientieren und außerdem die Kombination von Praxis und Theorie attraktiv ist, wäre es sinnvoll, in Zukunft Ausbildungs- und Studieninhalte stärker zu verbinden. So könnten beispielsweise anspruchsvolle Inhalte aus der Biologielaborantenausbildung innerhalb eines Bachelorstudiums anerkannt werden. Damit ließen sich leistungsstärkere Jugendliche auch für eine Ausbildung gewinnen.

Ein weiteres Beispiel ist das triale Studium „Trial genial“ im Handwerk (Studium mit drei Abschlüssen: Geselle, Bachelor und Meister). Es richtet sich an handwerklich begabte Jugendliche, die aber schon wissen, dass sie mehr erreichen möchten. Der Vorteil liegt auch auf der Seite der Betriebe. Sie erhalten engagierten und qualifizierten Führungskräftenachwuchs.

Qualifizierungen stärker anbieten

Jugendlichen, die aufgrund ihrer schwächeren schulischen Leistungen noch nicht ausreichend qualifiziert sind, sollten gezielte Förderprogramme angeboten werden. Hier gibt es branchenspezifische Angebote (Chemie: Start-Plus-Programme) oder Einstiegsqualifikationen für Menschen, die man fit machen möchte für die Ausbildung. Damit können Sie diese jungen Leute für eine Ausbildung gewinnen und sie besser an das Unternehmen binden. Auch für Geflüchtete gibt es gezielte Förderprogramme – beispielsweise in der Chemiebranche das Projekt Start Plus Integration –, die zusätzlich Intensivsprachkurse einschließen.

Beispiel aus der Praxis: Mit „Kompensatorischem Modell“ Bewerberpotenzial erhöhen

Provadis hat vor einigen Jahren mit Unterstützung der LMU München das sogenannte „Kompensatorische Modell“ in der Eignungsdiagnostik eingeführt. Im Unterschied zu den bisherigen Verfahren berücksichtigt es stärker die Persönlichkeitsmerkmale eines Kandidaten. Mit der Mischung aus Intelligenzstrukturtest und Persönlichkeitstest können aus einem kleineren Bewerberpool diejenigen Kandidaten ermittelt werden, denen man bisher keine Chance gegeben hat. Dadurch können zusätzliche Potenzialkandidaten mit Schwächen bei bestimmten Fähigkeiten identifiziert werden, die aber aufgrund ihrer erfolgsrelevanten Persönlichkeitseigenschaften aus den Bereichen Gewissenhaftigkeit, emotionale Stabilität, Offenheit, Verträglichkeit und Extraversion dennoch erfolgreich eine Ausbildung absolvieren können. Kognitive Schwächen können also zu einem gewissen Grad kompensiert werden.

Weitere Infos dazu unter

<https://www.provadis.de/fuer-unternehmen/kontaktinformationen/kontakt/>

Azubi-Rekrutierung heute: zielgerichteter – kreativer

Berufsorientierung optimieren

Bisher gab es in Hessen noch keine betrieblichen Praktika für Schülerinnen und Schüler an Gymnasien. Diese Möglichkeit wurde erst vor Kurzem eingeführt. Sie bietet eine große Chance, den einen oder anderen dazu zu bewegen, sich vor dem Abitur für eine Ausbildung zu entscheiden. Voraussetzung dafür ist es, sich entsprechend gut um diese „potenziellen Azubis“ zu kümmern. Auch dadurch könnte man also den Pool an Nachwuchskräften erhöhen. Besonders bei technischen Berufen könnte durch eine weitere gezielte Ansprache von jungen Mädchen und Frauen weiteres Potenzial genutzt werden. Bisher liegt der Schwerpunkt bei den MINT-Projekten im naturwissenschaftlichen Bereich.

Abiturienten mit Hochschulerfahrung gewinnen

Etwa ein Drittel der Studierenden bricht heute das Studium ab. Auch diese Zielgruppe könnte man beispielsweise über Veranstaltungen an den Universitäten oder andere Informationsmaßnahmen ansprechen und versuchen, sie für die Ausbildung zu gewinnen. Darunter sind junge Menschen, die ihre Prüfungen nicht bestehen, aber auch solche, die sich selbstbewusst erst ausprobieren möchten und erst dann feststellen, dass ein Studium für sie nicht geeignet ist. „Studienabbrecher“ sind heute keine Randgruppe mehr. Und der Abbruch an sich ist nicht mehr so negativ behaftet wie in früheren Generationen. Die Herausforderung für Unternehmen besteht allerdings darin, diese sehr differenzierte Zielgruppe erfolgreich anzusprechen und für einen Berufseinstieg über die duale Berufsausbildung zu gewinnen.

Fazit: fünf Punkte, mit denen die Rekrutierung gelingen könnte

1. Zielgerichtete Ansprache zukünftiger Azubis mithilfe der Erkenntnisse über die Generation Z
2. Zusätzliches Bewerberpotenzial ermitteln mit einem veränderten Auswahlverfahren (z. B. mithilfe eines kompensatorischen Modells)
3. Attraktivität der Ausbildung für leistungsstarke Jugendliche erhöhen
4. Qualifizierungsmaßnahmen für praktisch orientierte Bewerber gezielt anbieten
5. Berufsorientierung verbessern

¹ Quelle: www.bertelsmann-stiftung.de, 2015/16

² Quelle: Bundesinstitut für Berufsbildung, Prof. Dr. Friedrich Esser, koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamts

³ Quelle: www.personalwirtschaft.de, DIHK-Onlineumfrage von 10.335 Betrieben

⁴ Quelle: Berufsbildungsbericht 2019, Bundesministerium für Bildung und Forschung

⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2018

⁶ Quelle: www.bertelsmann-stiftung.de, 2015/16

⁷ Quelle: Allensbacher Archiv 2018, IfD-Umfrage 7259, Basis: Bundesrepublik Deutschland, 15- bis 24-jährige Bevölkerung

⁸ Quelle: Sinus Markt- und Sozialforschung 2011

⁹ Quelle: Dr. Jeane Twenge: „Me, My Selfie and I: Was Jugendliche heute wirklich bewegt“, 2018



Ihr persönliches und unternehmerisches Weiterkommen ist die Grundlage für unseren Erfolg. Mit über 50 Jahren Erfahrung im Bildungsmarkt vereint die Provadis Gruppe ein einzigartiges Leistungsspektrum. Nutzen Sie Praxisnähe und Synergien des Fachkräfte-Entwicklers der Industrie zur Realisierung Ihrer Ziele.

Kontaktdaten und Ansprechpartner für Rückfragen

Guido Hardt

Vertriebsleiter

Telefon: +49 69 305-13780

Fax: +49 69 305-7723

E-Mail: guido.hardt@provadis.de

Provadis

Partner für Bildung und Beratung GmbH

Industriepark Höchst, E03

65926 Frankfurt am Main

Provadis – Ein Unternehmen der Infraseriv Höchst Gruppe