

# DIE ERSTE ÖSTERREICHISCHE LEHRLINGSSTUDIE

**Was erwarten sich Lehrlinge von ihren ArbeitgeberInnen und ihrem Beruf?  
Wie sind sie zu ihrem Lehrberuf gekommen?  
Wie wollen sie behandelt und angesprochen werden?  
Die erste österreichische Lehrlingsstudie gibt Auskunft.**

**NEU!**  
Sichern Sie sich  
den Vorsprung -  
jetzt bestellen!

## Das Studiendesign:

Repräsentativerhebung unter österreichischen Lehrlingen: n=300  
Zukunftsforschung: Trendanalyse auf Basis der Daten des qualitativen Prognosetools „Zukunftsmaschine“

## Die Themen:

**Im Mittelpunkt der Studie steht das Image der Lehre:**

Wie sehen sich Österreichs Lehrlinge innerhalb der gesellschaftlichen Statushierarchie und wie glauben sie, dass sie von anderen gesehen werden?

Zudem beschäftigt sich die Studie damit, **wie sich Lehrlinge in den Ausbildungsbetrieben und in den Berufsschulen fühlen, wie sie aus ihrer Sicht dort behandelt werden und welche Zukunftsaussichten sie mit ihrer Ausbildung verbinden.** Auch Fragen nach ihrer materiellen Lage bzw. nach der Zufriedenheit mit der Höhe der Lehrlingsentschädigung werden beantwortet. Die Studie untersucht darüber hinaus die Ansichten der Lehrlinge zu Parteien, Interessensvertretungen, Kammern und Jugendorganisationen. Von welchen fühlen sie sich am stärksten unterstützt? Was halten sie von JugendvertrauensrätInnen und könnten sie sich vorstellen, sich selbst als JugendvertreterIn im Betriebsrat zu engagieren? Beantwortet werden auch Fragen nach den Gründen der Berufswahl, dem Angebot der „Lehre mit Matura“ und danach, ob sie sich aufgrund ihrer Erfahrungen mit der Lehre aus heutiger Sicht noch einmal für einen Lehrberuf entscheiden würden.

**Im Rahmen der Trendanalyse** wird ergründet, welchen Beitrag der Beruf zur persönlichen Identität bei Lehrlingen leistet, wie ihre **Zukunftswünsche und Zukunftshoffnungen** aussehen und welche Vorstellungen sie vom Zusammenleben in Beziehungen und in der Familie haben.

**Darüber hinaus wird aufgezeigt, wie man Lehrlinge kommunikativ erreichen kann, welche Medienkanäle und welche Mediendesigns sie schätzen, welche Musik sie hören und welche Konsumartikel für sie großen Statuswert haben.**

## Studienleitung:

Matthias Rohrer (quantitative Analyse)  
Mag. Bernhard Heinzlmaier (qualitative Analyse/Trendanalyse)

## Durchführung der Studie:

Institut für Jugendkulturforschung in Kooperation mit tfactory Trendagentur.

## Zielgruppen:

Ausbildungsbetriebe, Personalleiter, Leiter der Lehrlingsausbildung, HR-Spezialisten aus den Bereichen Personalentwicklung und Recruiting, Interessensvertretungen, Ausbildungseinrichtungen, Markenartikler, Konsumgüterwirtschaft

## Studienpaket für PraktikerInnen jetzt bestellen:

- Tabellen- und Chartsband
- Forschungsbericht (ca. 30 Seiten)
- Ausführliche Studienpräsentation im Umfang von 2 Stunden bei uns in der tfactory oder inhouse bei Ihnen
- Preis: € 1.200,-

Alle o.g. Preise verstehen sich exkl. MwSt. und Reise-/Nächtigungskosten bei Präsentations-/Beratungsterminen ausserhalb von Wien.

Für Bestellungen, Rückfragen zur Studie oder zu unseren weiteren Angeboten stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung und freuen uns auf Ihren Anruf! Tel. +43 / 1 / 595 25 66 oder via E-Mail an [karin.wohltran@tfactory.com](mailto:karin.wohltran@tfactory.com)