

Agrotec Suisse & Yousty

Les bons apprentis pour un avenir solide !

Rendez votre place d'apprentissage visible. Il n'y a pas que les annonces imprimées pour atteindre vos objectifs. Les élèves intéressés s'informent de plus en plus en ligne sur les métiers et les entreprises.

L'essentiel en bref

- **Agrotec Suisse et Yousty ont conclu un partenariat associatif.**
- **Il permet aux membres d'Agrotec Suisse de mettre gratuitement en ligne un profil de base sur Yousty afin de recruter les meilleurs apprentis.**

Le système dual de formation professionnelle est un modèle de réussite pour les jeunes et pour les entreprises en Suisse. En effet, la formation d'apprentis motivés en vaut doublement la peine : pour l'entreprise formatrice, les apprentis représentent de la main-d'œuvre supplémentaire, d'autre part elle contribue activement à assurer sa propre relève et celle de la branche de la technique agricole en formant la main-d'œuvre qualifiée nécessaire.

Portail adapté aux besoins

Agrotec Suisse s'engage activement, en collaboration avec le portail de la formation professionnelle yousty.ch, pour faire connaître les métiers d'apprentissage de la branche aux jeunes et à leurs influenceurs. Cet engagement offre aux entreprises formatrices les conditions idéales pour pourvoir leurs places d'apprentissage avec des jeunes adéquats. Vous pouvez publier vos places d'apprentissage conformément aux habitudes des jeunes, c'est-à-dire sur yousty.ch, que ce soit avec un profil premium ou, en exclusivité pour les membres de l'association, avec un profil de base gratuit.

Le portail indépendant de formation professionnelle yousty.ch est très ap-

précié des jeunes et répond aux besoins des personnes à la recherche d'une place d'apprentissage et des entreprises formatrices.

Le processus d'orientation professionnelle prend vie et permet aux jeunes de débiter de façon idéale leur vie professionnelle.

L'approche du monde du travail par la génération Z

La génération Z est en pleine recherche de places d'apprentissage. Les questions suivantes apportent des réponses passionnantes : Qui est la génération Z ? Quels médias les jeunes utilisent-ils pour trouver une place d'apprentissage ? Qui est le principal interlocuteur ? Les jeunes ne postulent-ils toujours pas exclusivement en ligne ? Et surtout : quelles sont les répercussions sur ma branche ?

Les statistiques et les études relatives aux personnes nées entre 1995 et 2010 nous révèle ceci sur la génération Z :

- elle envisage l'avenir avec optimisme ;
- la famille est au centre de ses préoccupations ;
- les principales craintes sont liées au terrorisme et à la perte de personnes proches ;
- fumer n'est pas cool et on est ouvert aux mariages de même sexe.

Cette liste n'est pas exhaustive, mais l'accent doit être mis sur le travail, plus précisément sur le choix de la profession et la recherche d'une place d'apprentissage. Avant de présenter les résultats concernant le monde du travail, commençons par jeter un coup d'œil sur le comportement durant le temps libre. Sans surprise, les amis occupent le devant de la scène. On les retrouve dès que possible. Sinon, on va faire du sport ou on se détend ensemble.

Toujours informé

Aujourd'hui, on est toujours en contact avec ses amis, même si l'on n'est pas physiquement présent. La génération Z passe près de deux heures et demie à trois heures et demie par jour en ligne. La musique et les films de toutes sortes sont au cœur de l'observation et du partage. En plus, ils châtent, suivent des amis et restent toujours informés. Le plus souvent, quand on prend, on donne la même chose et on partage un peu de soi, que ce soit sur Snapchat, Instagram ou Facebook. Mais cela fonctionne aussi bien sur WhatsApp. Il n'est pas rare que l'on sépare les canaux en fonction des thèmes prioritaires et des groupes cibles. Mais surtout : « Dieu merci, les parents ne sont pas sur Snapchat ».

Soyons clairs : ce n'était pas si différent autrefois. Les canaux de communication étaient simplement des livres d'amitié, des lettres et plus tard le téléphone. Et les principaux médias étaient les magazines de jeunesse.

Toutes ces activités peuvent être résumées par les mots-clés suivants :

- Digital First & Mobile Only ;
- Multitasking – connaître beaucoup de choses, mais rarement approfondir ;
- informer (et donc apprendre) à l'aide de vidéos, de musique et sur les réseaux sociaux.

Il ajoute encore : Si les informations ne sont pas créatives, pleines d'humour, émotionnelles et stylées, elles ne recevront pas d'attention.

Focalisation sur le monde du travail

Venons-en maintenant aux exigences et aux attentes en matière de travail. Les attentes suivantes à l'égard de l'activité professionnelle sont caractéristiques :

Lien
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdz-zuPu6Qzfs-RUgYEpw1e-NabpKyYula0ar-NOZrEq9nXnlw/viewform>



Agrotec Suisse & Yousty

Passende Lernende für eine nachhaltige Zukunft!

Machen Sie Ihre Lehrstelle sichtbar. Nicht nur Printinserate führen zum Ziel. Interessierte SchülerInnen informieren sich vermehrt online über Berufe und Unternehmen.

Das Wichtigste in Kürze

- **Agrotec Suisse und Yousty haben eine Verbandspartnerschaft abgeschlossen.**
- **Durch diese Partnerschaft können die Mitglieder von Agrotec Suisse gratis ein Basisprofil bei Yousty aufschalten, um die passenden/passendsten Lernenden zu rekrutieren.**

Das duale Berufsbildungssystem ist ein Erfolgsmodell für die Jugendlichen und die Unternehmen in der Schweiz. Die Ausbildung von motivierten Lernenden lohnt sich doppelt: Als Lehrbetrieb profitiert man nicht nur von den Lernenden als Arbeitskraft, sondern trägt durch die Ausbildung der benötigten Fachkräfte aktiv zur Nachwuchssicherung des eigenen Unternehmens und der Landtechnikbranche bei.

Bedürfnisgerechtes Portal

Agrotec Suisse engagiert sich aktiv – zusammen mit dem Berufsbildungsportal yousty.ch –, um die Lehrberufe der Branche den Jugendlichen sowie deren BeeinflusserInnen näher zu bringen. Dieses Engagement bietet den Lehrbetrieben die optimale Voraussetzung, um die eigenen Lehrstellen mit passenden Jugendlichen zu besetzen. Sie können ihre Lehrstelle(n) auf yousty.ch jugendgerecht platzieren – ob mit einem Premium-Profil oder exklusiv für Verbandsmitglieder mit einem kostenlosen Basisprofil.

Das unabhängige Berufsbildungsportal yousty.ch ist bei den Jugendlichen sehr beliebt und richtet sich

nach den Bedürfnissen der Lehrstellensuchenden und Lehrbetrieben.

Der Berufswahlprozess wird zum Leben erweckt und ermöglicht den Jugendlichen den idealen Start ins Berufsleben.

So tickt die Generation Z in der Arbeitswelt

Die Generation Z befindet sich mitten in der Lehrstellensuche. Dazu gibt es spannende Erkenntnisse zu den Fragen: Wer ist die Generation Z? Welche Medien nutzen die Jugendlichen bei der Lehrstellensuche? Wer ist dabei die wichtigste Ansprechperson? Bewerben sich die Jugendlichen immer noch nicht ausschliesslich online? Und vor allem: Wie sind die Auswirkungen auf meine Branche?

Die Statistiken und Studien der zwischen 1995 und 2010 Geborenen stellen uns die Generation Z wie folgt vor:

- Die Generation blickt optimistisch in die Zukunft.
- Die Familie steht im Zentrum.
- Die grössten Ängste sind mit Terror und Verlust der Nahestehenden verbunden.
- Rauchen ist uncool und man ist offen für gleichgeschlechtliche Ehen.

Diese Aufstellung ist nicht abschliessend – der Fokus hier soll aber auf der Arbeit, genauer gesagt auf der Berufswahl und Lehrstellensuche, liegen. Bevor aber die Resultate bezüglich Arbeitswelt vorgestellt werden, zuerst ein Blick auf das Verhalten in der Freizeit. Wenig überraschend stehen die Freunde im Mittelpunkt. Wann immer es geht, trifft man sie. Sonst geht man zum Sport oder chillt zusammen.

Permanent auf dem Laufenden

Nun ist man – auch wenn nicht physisch präsent – immer mit diesen Freunden verbunden. Rund zweieinhalb bis dreieinhalb Stunden täglich verbringt die Generation Z online. Dabei stehen Musik und Filme aller Art im Zentrum der Beobachtung und des Teilens. Nebenbei chattet man, folgt den Freunden und Freundinnen und ist so permanent auf dem Laufenden. Wer nimmt, gibt in den meisten Fällen dasselbe von sich und teilt Eigenes. Sei es auf Snapchat, Instagram oder Facebook. Geht aber auch gut über WhatsApp. Nicht selten trennt man die Kanäle in Bezug auf die Themenschwerpunkte und die Zielgruppen auf. Stichwort: «Gott sei Dank sind die Eltern nicht auf Snapchat».

Übrigens: So anders war das früher auch nicht. Nur waren die Kommunikationskanäle Freundschaftsbücher, Briefe und später das Telefon. Und die zentralen Medien die Jugendzeitschriften, allen voran «Bravo».

All diese Tätigkeiten lassen sich unter folgenden Stichworten zusammenfassen:

- Digital First & Mobile Only
- Multitasking – über vieles Bescheid wissen, aber selten vertieft
- Informieren (und damit auch Lernen) mit Videos, Musik und in Social Media

Und: Sind die Infos nicht kreativ, humorvoll, emotional und stylish, erhalten sie keine Beachtung.

Fokus auf die Arbeitswelt

Nun zu den Ansprüchen und Erwartungshaltungen in Bezug auf die

Link <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdDzPu6QzfsRUgYEpw1eN-abpKyYula0ar-NOZrqEq9nXnlw/viewform>



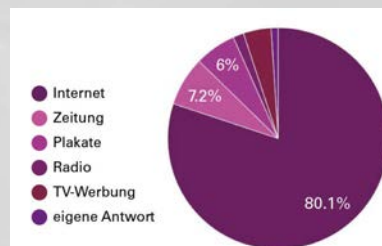
- un lieu de travail sûr, où l'on peut apporter ses propres idées et avoir suffisamment de temps libre ;
- des horaires de travail réglementés, une structure et des contrats à durée indéterminée ;
- ne pas mélanger travail et loisirs : les jeunes d'aujourd'hui ont vu de trop près comment la génération Y amène son travail à la maison et ne quitte plus son ordinateur portable ;
- loyauté : « si quelque chose ne me convient pas, je pars demain... » (la loyauté envers l'employeur n'existe plus et l'inverse est également vrai) ;
- l'argent et la carrière comme motivation ? Faux : ni les billets, ni l'argent, ni la richesse ne motivent la génération Z.

S'informer et postuler en ligne

Afin d'en savoir plus sur les répercussions sur la recherche d'une place d'apprentissage, Yousty a réalisé en juin 2021 un sondage auprès de 2500 jeunes en les interrogeant sur la formation professionnelle duale. Pour plus

de 80 % d'entre eux, Internet est devenu le principal outil pour s'informer et postuler. Les autres médias tels que les journaux (7,2 %), les affiches (6 %) ou la télévision (4 %) sont loin derrière.

Les jeunes recherchent assistance et conseils non seulement en ligne, mais aussi personnellement. Les parents et les enseignants sont les principales personnes de référence.



Comment les entreprises font-elles pour convaincre ?

Des photos et de brèves vidéos de l'entreprise et du métier d'apprentissage donnent aux élèves un premier aperçu important. Les jeunes, tout comme

leurs parents, veulent savoir : Qu'en est-il de l'entreprise, qui compose l'équipe, où se trouve le poste de travail ? S'ils sont intéressés, ils postuleront. Les entreprises qui s'engagent activement en faveur de la formation professionnelle et prennent le train des réseaux sociaux ont clairement moins de difficultés à pourvoir leurs places d'apprentissage. Une solide présence en ligne est d'autant plus importante que plus de 80 % des jeunes utilisent principalement Internet pour chercher une place d'apprentissage. Des mesures simples et un budget réduit suffisent ainsi pour marquer des points auprès des élèves.

Conclusion

La génération Z veut grandir et recherche des « activités porteuses de sens ». Elle veut faire bouger les choses et apporter une contribution pertinente à la société. En bref : on peut se réjouir d'accueillir ces jeunes professionnels ! ■

Le problème des postes non pourvus : « les entreprises engagées sont gagnantes ! »

La situation sur le marché des places d'apprentissage a changé au cours des dernières années : il y a plus de places d'apprentissage que de candidats ! Ainsi, plus de 8000 places d'apprentissage restaient non pourvues à l'été 2021. La menace d'une pénurie de main-d'œuvre qualifiée se précise.

Quelles sont les solutions pour convaincre les jeunes d'opter pour une place d'apprentissage dans la branche ? Nous avons interrogé Domenica Mauch, directrice de la plateforme de places d'apprentissage yousty.ch, et obtenu de précieuses suggestions.

Comment percevez-vous le marché actuel des places d'apprentissage ?

Domenica Mauch : Le marché des places d'apprentissage est de plus en plus exigeant pour des raisons démographiques et sociales. Les jeunes ont certes l'embarras du choix, car il y a un excédent de places d'apprentissage, mais ils se limitent à un nombre toujours plus réduit de métiers et n'ont pas de « plan B ». S'ils ne trouvent pas de place d'apprentissage dans le métier de leurs rêves, ils suivent leur 10^e année ou effectuent une année intermédiaire. Cela oblige les entreprises à se pencher davantage sur la méthode de recrutement de la relève et des talents.

Ils mettent les entreprises à contribution. Comment les employeurs peuvent-ils se mettre en scène le plus efficacement possible ?

Autrefois, la norme consistait à produire des photos de grande qualité et à se présenter sous le meilleur jour possible dans des brochures et dépliants. La génération actuelle, qui a grandi avec les réseaux sociaux tels que TikTok, Instagram, etc., réclame une image beaucoup plus authentique. Pour les entreprises qui sont aujourd'hui à la recherche d'apprentis, cela signifie qu'elles doivent de plus en plus passer d'une représentation idéalisée du marketing d'entreprise à

la présentation authentique de personnalités tangibles, qui peuvent aussi avoir des aspérités.

Avez-vous des propositions concrètes ?

Des mesures simples et un budget modeste suffisent déjà pour convaincre : des photos et de brèves vidéos de l'entreprise et du métier d'apprentissage donnent aux élèves un premier aperçu important. Les élèves veulent savoir à quoi ressemble l'entreprise de l'intérieur, ce qui composera son équipe et où se trouvera son poste de travail. S'ils sont intéressés, ils postulent. Les entreprises qui s'engagent activement en faveur de la formation professionnelle et prennent le train des réseaux sociaux ont clairement moins de difficultés à pourvoir leurs places d'apprentissage. Une solide présence en ligne est importante, car plus de 80 % des élèves utilisent Internet pour chercher une place d'apprentissage (sondage Yousty, juin 2021).

Au final, les élèves ont l'embarras du choix en matière de places d'apprentissage. Qui est aux côtés des jeunes et quels conseils leur donnez-vous ?

Le choix d'un métier débute au degré secondaire, avec les salons professionnels et les stages de préapprentissage. Souvent, les élèves ne connaissent pas plus de trois à cinq métiers d'apprentissage et s'intéressent à trois au maximum, alors qu'il existe plus de 230 apprentissages professionnels ! Ils sont surtout influencés par les parents et les enseignants (sondage Yousty, juin 2021).

Le problème réside à mes yeux dans le fait que les jeunes d'aujourd'hui sont trop attachés au concept de « métier de rêve », sans se pencher sur les alternatives. Cela vaut également pour l'environnement. Je leur recommande d'envisager activement un « plan B » et de suivre des stages de préapprentissage dans autant de métiers que possible.

Arbeit. Kennzeichnend sind die folgenden Erwartungen an die Berufstätigkeit:

- Ein sicherer Arbeitsplatz, wo man eigene Ideen einbringen kann und genügend Freizeit hat.
- Geregelte Arbeitszeiten, Struktur und unbefristete Arbeitsverträge.
- Keine Vermischung von Arbeit und Freizeit: Zu genau haben die Jugendlichen von heute beobachtet, wie die Generation Y die Arbeit nach Hause nimmt und nicht mehr vom Laptop wegkommt.
- Loyalität: «Wenn mir etwas nicht passt, bin ich morgen weg...» – Loyalität zum Arbeitgeber gibt es kaum noch. Denn andersherum ist es genauso.
- Geld und Karriere als Motivation? Fehlanzeige: Weder Noten, Geld noch Reichtum motivieren die Generation Z.

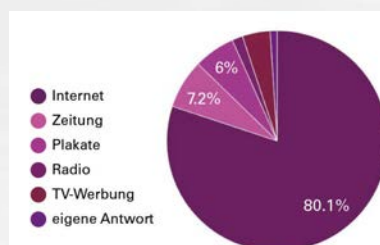
Online informieren und bewerben

Um noch genauer herauszufinden, wie sich dies auf die Lehrstellensu-

che auswirkt, hat Yousty im Juni 2021 eine Umfrage bei 2500 Jugendlichen durchgeführt und Fragen zur dualen Berufsbildung gestellt. Mit über 80% hat sich das Internet zum wichtigsten Informations- und Bewerbungsmedium für Schülerinnen und Schüler entwickelt. Die anderen Medien wie Zeitungen (7,2%), Plakate (6%) oder TV (4%) sind weit abgeschlagen.

Unterstützung und Rat holen sich die Jugendlichen nicht nur online, sondern auch persönlich. Da sind vor allem die Eltern und Lehrpersonen die wichtigsten Bezugspersonen.

Welche Medien helfen dir bei der Berufswahl?



So überzeugen Firmen

Bilder und kurze Videos vom Unternehmen und dem Lehrberuf geben den Schülerinnen und Schülern wichtige erste Einblicke. Die Jugendlichen und auch ihre Eltern wollen wissen: Wie sieht es im Betrieb aus, wer ist das Team, wo ist der Arbeitsplatz? Fühlen sie sich angesprochen, werden sie sich bewerben. Firmen, welche sich aktiv für die Berufsbildung einsetzen und mit der (Social Media-)Zeit gehen, haben ganz klar weniger Probleme, ihre Lehrstellen zu besetzen. Da über 80% vor allem das Internet zur Lehrstellensuche nutzen, ist ein guter Internetauftritt umso wichtiger. Somit kann man bereits durch einfache Massnahmen und mit kleinem Budget bei den Schülerinnen und Schülern punkten.

Fazit

Die Generation Z will wachsen und sucht nach «sinnstiftenden Tätigkeiten». Sie will etwas bewegen und einen relevanten gesellschaftlichen Beitrag leisten. Kurz: Auf diese jungen Fachkräfte kann man sich freuen! ■

Das Problem der Leerstellen: «Engagierte Unternehmen gewinnen!»

Die Situation auf dem Lehrstellenmarkt hat sich über die letzten Jahre verändert: Es gibt mehr Lehrstellen als Lehrstellensuchende! So waren im Sommer 2021 noch über 8000 Lehrstellen frei. Die Konsequenzen sind ein drohender Fachkräftemangel.

Welche Lösungen gibt es, die Jugendlichen für eine Lehrstelle für die Branche zu gewinnen? Wir haben Domenica Mauch, Geschäftsführerin von der Lehrstellenplattform yousty.ch, interviewt und wertvolle Inputs erhalten.

Wie nehmen Sie den aktuellen Lehrstellenmarkt wahr?

Domenica Mauch: Der Lehrstellenmarkt wird aus demographischen und gesellschaftlichen Gründen immer anspruchsvoller. Die Jugendlichen haben zwar die Qual der Wahl, da ein Lehrstellenüberschuss besteht, beschränken sich aber auf immer weniger Lehrberufe und haben keinen «Plan B». Wenn sie keine Lehrstelle in ihrem Traumberuf finden, besuchen sie das 10. Schuljahr oder absolvieren ein Zwischenjahr. Dies zwingt Unternehmen, sich vermehrt mit der Methode der Nachwuchs- und Talentgewinnung auseinandersetzen zu müssen.

Sie nehmen die Unternehmen in die Pflicht. Wie können sich Arbeitgeber am effektivsten in Szene setzen?

Früher war es Standard, Hochglanzfotos zu produzieren und sich in Broschüren oder auf Flyern in ein möglichst gutes Licht zu rücken. Von der heutigen Generation, die mit Social Media Tools wie TikTok, Instagram und Co. aufgewachsen ist, wird ein deutlich authentischerer Auftritt gefordert. Für Unternehmen, die heute Lernende suchen, bedeutet dies, dass sich ihr Auftritt zunehmend

von einer idealisierten Corporate-Marketing-Darstellung auf die authentische Präsentation fassbarer Persönlichkeiten, die auch Ecken und Kanten haben dürfen, verlagern sollte.

Haben Sie konkrete Vorschläge?

Bereits mit einfachen Massnahmen und kleinem Budget kann eine Firma überzeugen: Bilder und kurze Videos vom Unternehmen und dem Lehrberuf geben den Schülerinnen und Schülern wichtige erste Einblicke. Die SchülerInnen wollen wissen: Wie sieht es im Betrieb aus, wer ist mein Team, wo ist mein Arbeitsplatz? Fühlt er sich angesprochen, so bewirbt er/sie sich. Unternehmen, welche sich aktiv für die Berufsbildung einsetzen und mit der (Social Media-)Zeit gehen, haben ganz klar weniger Probleme, ihre Lehrstellen zu besetzen. Da über 80% der SchülerInnen das Internet zur Lehrstellensuche nutzen (Yosty-Umfrage Juni 2021), ist ein guter Internetauftritt wichtig.

Schlussendlich haben die SchülerInnen die Qual der Wahl, wenn es um die Lehrstelle geht. Wer steht den Jugendlichen zur Seite und welche Tipps geben Sie mit?

Die Berufswahl beginnt in der zweiten Oberstufe mit den Berufsmessen und den Schnuppertagen. Oftmals kennen die SchülerInnen nicht mehr als drei bis fünf Lehrberufe und interessieren sich maximal für drei – und dies, obwohl es über 230 Berufslehren gibt! Beeinflusst werden sie vor allem von den Eltern und Lehrpersonen (Yosty-Umfrage Juni 2021).

Als Problem sehe ich, dass die heutige Jugend zu sehr am Konzept «Traumberuf» hängt, ohne sich mit Alternativen auseinander zu setzen. Dies gilt auch für das Umfeld. Meine Empfehlung ist, dass man sich aktiv mit einem «Plan B» befasst und möglichst viele Berufe schnuppern geht.