

t-shirt
meets
tie



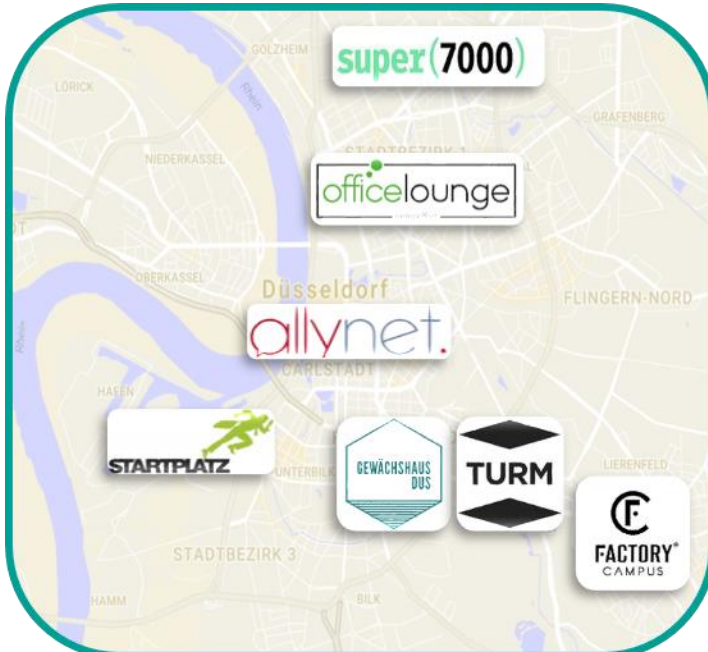
**IMAP Survey „Ausbildung in
Düsseldorfer Startups“**



DAS AUSBILDUNGSPOTENTIAL DER STARTUPS IN DÜSSELDORF IST ENORM. ABER BISLANG KAUM GENUTZT.

Düsseldorf entwickelt sich gegenwärtig zu einem der wichtigsten Gründer- und Startup-Standorte Deutschlands. Dies liegt auch an den vielen Coworking Areas, die in der gesamten Stadt zu finden sind. Diese Arbeitsumgebung fördert den kreativen Austausch und schafft einen konstruktiven Rahmen für die Entwicklung von Innovationen. Der STARTPLATZ im Medienhafen ist nicht nur Coworking Area, sondern auch Startup-Inkubator und Accelerator. Er unterstützt Startups bei der strategischen Weiterentwicklung und Umsetzung ihrer Unternehmensideen. Hier werden regelmäßige Workshops und Beratung von erfahrenen Gründern und Mentoren angeboten.

Auf der folgenden Karte sind wichtige Coworking Areas in Düsseldorf abgebildet.



Für die wirtschaftliche Entwicklung der Region sind die in der Rheinmetropole gegründeten Startups wichtige Innovatoren und Wachstumskräfte. Sie bieten jungen Leuten eine spannende berufliche Perspektive und erhöhen die Zukunftsfähigkeit der Region.

Was ist ein Startup?¹

- Startups sind jünger als zehn Jahre
- Startups sind in ihrer Technologie und/oder ihrem Geschäftsmodell (hoch) innovativ
- Startups weisen ein signifikantes Mitarbeiter- und/oder Umsatzwachstum auf (oder streben es an)

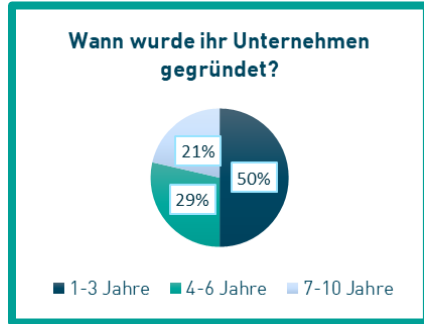
Dies fällt mit einem deutschlandweiten Trend zusammen, der auch in Düsseldorf spürbar ist: Immer weniger Betriebe bilden aus. Im Jahr 2016 bot nur noch jeder fünfte Betrieb einen Ausbildungsplatz an – vor allem Kleinstbetriebe zogen sich zurück. Hier könnten die Startups eine Lücke schließen, doch bieten diese derzeit kaum Ausbildungsplätze an.

IMAP hat gemeinsam mit der Startup-Unit der Wirtschaftsförderung im Rahmen des JOBSTARTER plus-Projektes „**T-Shirt meets Tie**“ Düsseldorfer Startups befragt, um ihre Haltung zum Thema Ausbildung zu identifizieren. Im Zeitraum von Juni bis August 2017 wurden dazu 31 Startups durch eine quantitative Online-Umfrage und fünf Unternehmen mittels qualitativer Interviews befragt. Dies entspricht einer Beteiligungsquote von 10-15 Prozent.¹

¹ IT-TRENDS STUDIE 2016; CAPGEMINI CONSULTING

JUNGE UNTERNEHMEN. KLEINE TEAMS. UNTERWEGS IN DER KREATIV- UND IT- BRANCHE.

Startup ist nicht gleich Startup – es zeigte sich eine diverse Community. Deutlich wurde: Die befragten Unternehmen sind relativ jung. Etwa die Hälfte wurde in den letzten drei Jahren gegründet, lediglich 21 Prozent bestehen seit sieben bis zehn Jahren.

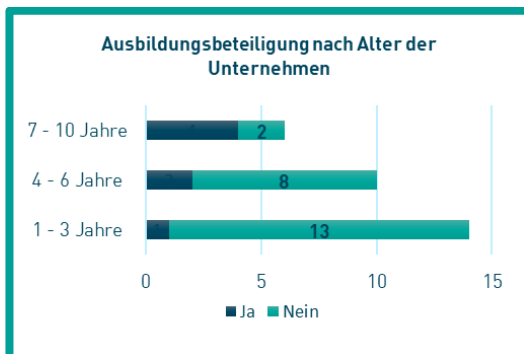


Auch die Teams sind häufig noch klein, in rund zwei Drittel der Startups sind weniger als zehn Personen beschäftigt. Für das Thema Ausbildung ist dieser Hintergrund äußerst relevant. Durch **Verbundausbildungen** können Auszubildende beispielsweise in anderen Kooperationsbetrieben Ausbildungsinhalte erlernen, für die ihr Ausbildungsbetrieb keine personellen Ressourcen oder fachliches Knowhow besitzt. Haben Startups erstmal Informationen zum Thema „Verbundausbildung“ erhalten, zeigen sie sich grundsätzlich offen für eine stärkere Vernetzung im Rahmen der Ausbildung. Im Einsatz von studentischen Aushilfen unterscheiden sich kleine Startups kaum von größeren Betrieben. Dies kann ein Anzeichen dafür sein, dass sie so **Personalengpässe** abfedern.

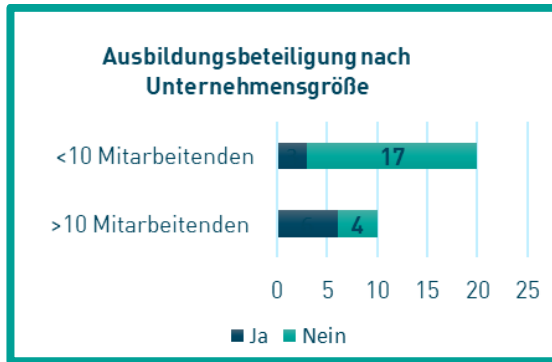
IT und Medien – in diesen Branchen ist ein Großteil der Startups aktiv. Wichtige Geschäftsfelder sind E-Commerce, Softwareentwicklung sowie die Kreativwirtschaft. Was nahezu 90 Prozent vereint, ist ihr **Schwerpunkt im digitalen Bereich**.

T-SHIRT MEETS TIE. DAS FUNKTIONIERT BEREITS.

Sieben der befragten Unternehmen zeigen, dass die Krawatte zum T-Shirt passt. Sie bieten jungen Menschen eine Ausbildungsstelle. **Beliebte Berufsbilder** sind hier Fachinformatiker/in, Bürokaufmann/-frau, Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation sowie Mediengestalter/in Digital und Print.



Mit Blick auf Alter und Größe der Startups wird deutlich: Durch **zunehmende Etablierung am Markt und höhere Sicherheit** steigt die Ausbildungsbeteiligung. Doch auch die Wachstumsperspektive ist von Bedeutung. Während alle Startups, die bereits ausbilden, mit Personalwachstum rechnen, zeigt sich bei den anderen befragten Unternehmen ein gemischtes Bild.

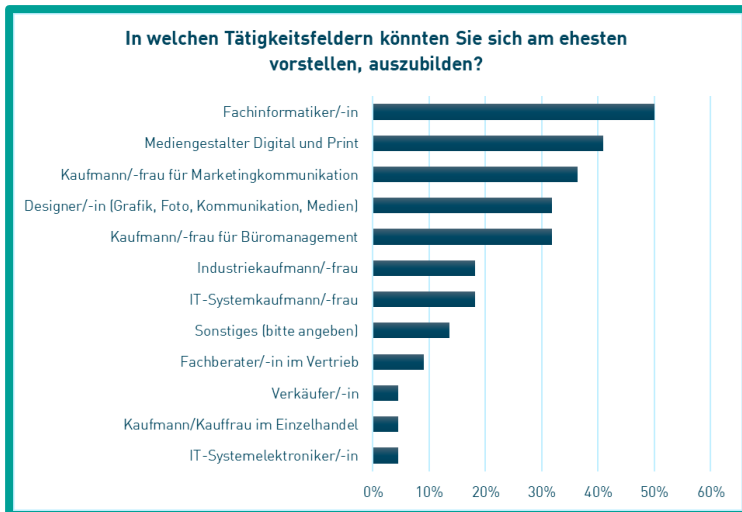


AUSBILDUNG IM STARTUP. DAS INTERESSE IST GROSS. DIE UNTERSTÜTZUNGSBEDARFE AUCH.

Weitere 75 Prozent der Startups äußerten Interesse an Ausbildungen. Zwar muss aufgrund der freiwilligen Teilnahme an der Umfrage mit einer leichten Verzerrung zugunsten grundsätzlich interessierter Unternehmen gerechnet werden, festzuhalten bleibt aber: **Interesse ist vorhanden.**

Die Hauptmotivation ist zukunftsweisend: 90 Prozent der Befragten **möchten gut ausgebildete Fachkräfte für das Unternehmen sichern.** Vor allem im IT-Bereich mangelt es schon heute an ausreichend qualifiziertem Personal. Mit einer Verschärfung dieser Situation ist angesichts der digitalen Transformation noch zu rechnen. Hinzu kommt: Ausbildung ist effektiver als die Einstellung externer Mitarbeitender und dient so der Sicherung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit.

Dies bedingt ein hohes Interesse an branchenbezogenen Ausbildungen. Gern gesehen sind außerdem Spezialkenntnisse (z.B. Programmiersprachen) und Soft-Skills wie **Eigenverantwortung, Engagement, Flexibilität, selbstbestimmtes Arbeiten, Online-Affinität und Kreativität.**



AUSBILDUNGSPLANUNG VS. AGILITÄT? HERAUSFORDERUNG JA. WIDERSPRUCH NEIN.

Die Startups sind geprägt von Agilität, projektorientierter Arbeit und flachen Hierarchien. Sie sind dynamisch und innovationsgetrieben, der Spezialisierungsgrad ist hoch. Ganz anders wird das Ausbildungssystem wahrgenommen. Feste Strukturen, formale Prozesse und langfristige Planungen sind vorherrschend. Ein grundsätzlicher Widerspruch ist dies nicht, doch die entstehenden Herausforderungen bedingen ein geringes Ausbildungsengagement der Startups:

Die Ressourcenfrage. Wer ist für die Ausbildung verantwortlich? In Startups sind Aufgabenbereiche häufig weniger klar

zugewiesen. Damit stellt sich die Frage, wer die Auszubildenden anleitet und Verantwortung für sie übernimmt. Oft sind es die Gründer, die dann in diese Rolle schlüpfen.

Die Passungsfrage. Welches Berufsbild soll ausgebildet werden? Hohe Spezialisierung und individuelle Unternehmenskultur scheinen nicht zu den vorhandenen Ausbildungsgängen zu passen. Viele Startups wissen nicht, welcher Ausbildungsberuf in ihrem spezifischen Fall gewinnbringend wäre.

Die Rekrutierungsfrage. Wie finde ich passende Auszubildende? Die Personalauswahl der Startups basiert oft auf den Netzwerken der Gründer und Mitarbeitenden, lediglich klassische Vermittlungsplattformen sind bekannt. Kanäle, die auch potentielle Auszubildende erreichen? Fehlanzeige.

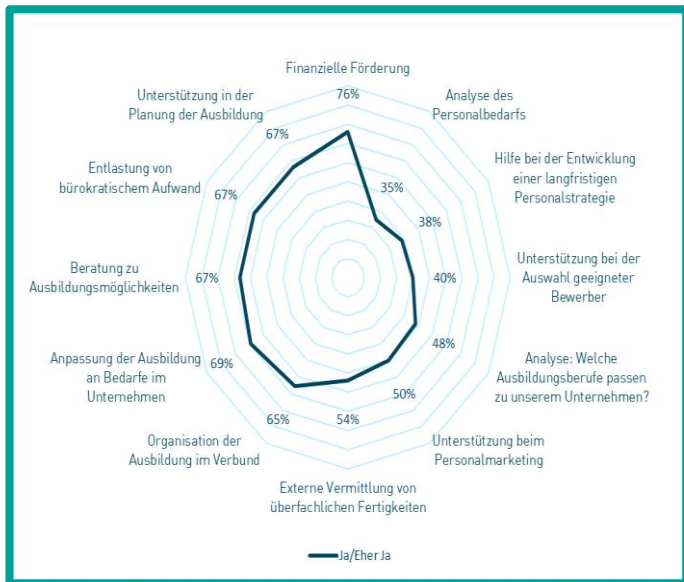
Die Personalauswahlfrage. Worauf muss ich bei der Auswahl von Auszubildenden achten? Personalarbeit im Startup heißt oft: Die Gründer wählen aus, die Personalentwicklung ist wenig institutionalisiert. Den Betrieben fehlt das Wissen, wie ein zielgerichteter Auswahlprozess gestaltet sein sollte.

Als zentrale Herausforderung der Startups wird in der Umfrage die Suche nach passenden potenziellen Auszubildenden beschrieben. Die notwendige Passung in das Team und die Unternehmenskultur führt bei vielen Startups dazu, bewusst auch ältere Auszubildende mit mehr Lebenserfahrung in den Fokus zu nehmen. Bei den Themen „Vermittlung von Auszubildenden“ und „ansprechende Rekrutierungsmöglichkeiten“ sind Startups bereit, neue Wege zu gehen, um Auszubildende von Morgen anzusprechen.

STARTUPS UNTERSTÜTZEN. AUSBILDUNG MÖGLICH MACHEN.

Mangelnde Erfahrungen mit Regelinstitutionen, fehlende Kenntnisse des Ausbildungsprozesses und die Ausbildungseignungsprüfung sind Stolpersteine auf dem Weg des Startups zum Ausbildungsplatz. Die Unternehmen empfinden sich als ungeeignet und schrecken vor einem Ausbildungsengagement zurück. Was tun? Unsere Umfrage zeigt: Der **Abbau bürokratischer Hürden** wäre ein großer Gewinn. Doch das ist nicht die einzige Stellschraube. Die Betriebe wünschen sich professionelle Unterstützung!

Für interessierte Startups sind **Beratungsangebote zu Ausbildungsmöglichkeiten** ein wichtiger Schritt hin zum Ausbildungsengagement. Was sich die Unternehmen davon versprechen: bedarfsgerechte Informationsvermittlung, Entlastung von bürokratischem Aufwand, Unterstützung in der Planung – in letzter Konsequenz die erfolgreiche Einrichtung von Ausbildungsstellen im eigenen Unternehmen.



INNOVATIVE FORMATE UND MARKETING. DAS THEMA AUSBILDUNG AUF DIE AGENDA SETZEN.

25 Prozent der Befragten hatten kein Interesse am Thema Ausbildung. Der Gesamtanteil in Düsseldorf ist vermutlich noch größer. Dies zeigt: Ausbildung muss stärker auf die Agenda gesetzt werden. Dabei ist die Überbrückung der Differenz zwischen Startup-Kultur und Ausbildungssystem richtungsweisend.

Wie kann das gelingen? Innovative Ausbildungsformate wie die **Ausbildung im Verbund oder neue Formate der Ausbildung** können ein Lösungsansatz sein. Ein Praxisbeispiel: Der neu konzipierte Ausbildungsgang Kaufmann/Kauffrau E-Commerce. Der Umgang mit Online-Vertriebskanälen, das Bewirtschaften eines Onlineshops sowie Marketing und Controlling werden erlernt. Für die Düsseldorfer Startups stellt dies ein bedarfsgerechtes und vielversprechendes Konzept dar. Durch **gezielte Informationsvermittlung und Marketing** können so auch skeptische Betriebe erreicht werden. Interesse wecken und erste Anstöße in Richtung Ausbildung geben – damit es immer häufiger heißt: T-Shirt meets Tie!

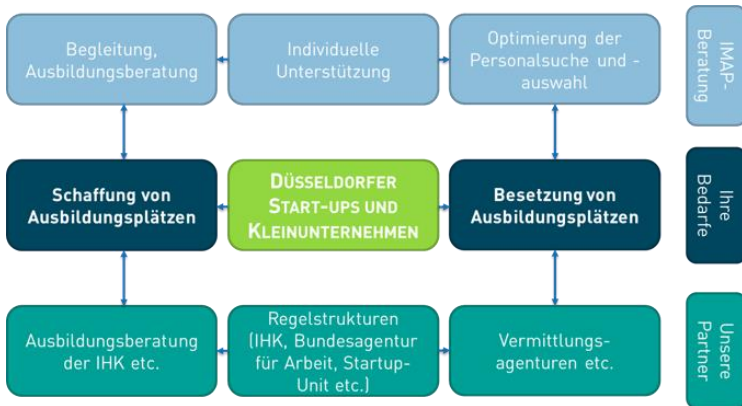
ZENTRALE ERKENNTNISSE IM ÜBERBLICK

- 75 Prozent der befragten Startups haben grundsätzlich Interesse daran, auszubilden.
- Auszubildende werden vor allem im Medien- und IT-Sektor gebraucht.
- Ausbildungssuche wird von den Startups als zentrale Herausforderung beschrieben, weshalb die Bereitschaft groß ist, neue Wege zu gehen.
- Startups setzen auch auf ältere Auszubildende mit Lebenserfahrung.
- Die langfristige Sicherung von Fachkräften ist das Schlüsselargument für die Betriebe.
- Ausbildung kann Mitarbeitende passgenau zur Startup-Kultur formen.
- Eigenverantwortung und Engagement sind aus Sicht der Startups die wichtigsten Soft-Skills.
- Finanzielle Anreize, Unterstützung bei Bürokratie und Ausbildungsplanung sind für die Unternehmen besonders attraktiv.
- Innovative Formate öffnen auch skeptische Startups für das Ausbildungsthema.
- Viele Startups zeigen sich grundsätzlich offen für eine stärkere Vernetzung im Rahmen der Ausbildung, z. B. durch Verbundausbildungen.

DAS PROJEKT

Das JOBSTARTER Plus-Projekt „T-Shirt meets Tie“ unterstützt Kleinunternehmen und Startups aus Düsseldorf dabei, Ausbildungsplätze zu schaffen und zu besetzen. Vom **Einstieg in ein Ausbildungsengagement** bis hin zu einer **optimalen Stellenbesetzung** können Düsseldorfer Kleinunternehmen und Startups das Projekt nutzen. Das gesamte Angebot ist über die Förderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds kostenfrei.

WIE HELFEN WIR IHNEN?



IHRE ANSPRECHPARTNER

Jens Maaßen (maassen@imap-institut.de)

Leonie Athanasiadis (athanasiadis@imap-institut.de)

Julia Schmidt (schmidt@imap-institut.de)

Impressum

IMAP GmbH

Gladbacher Straße 6

40219 Düsseldorf

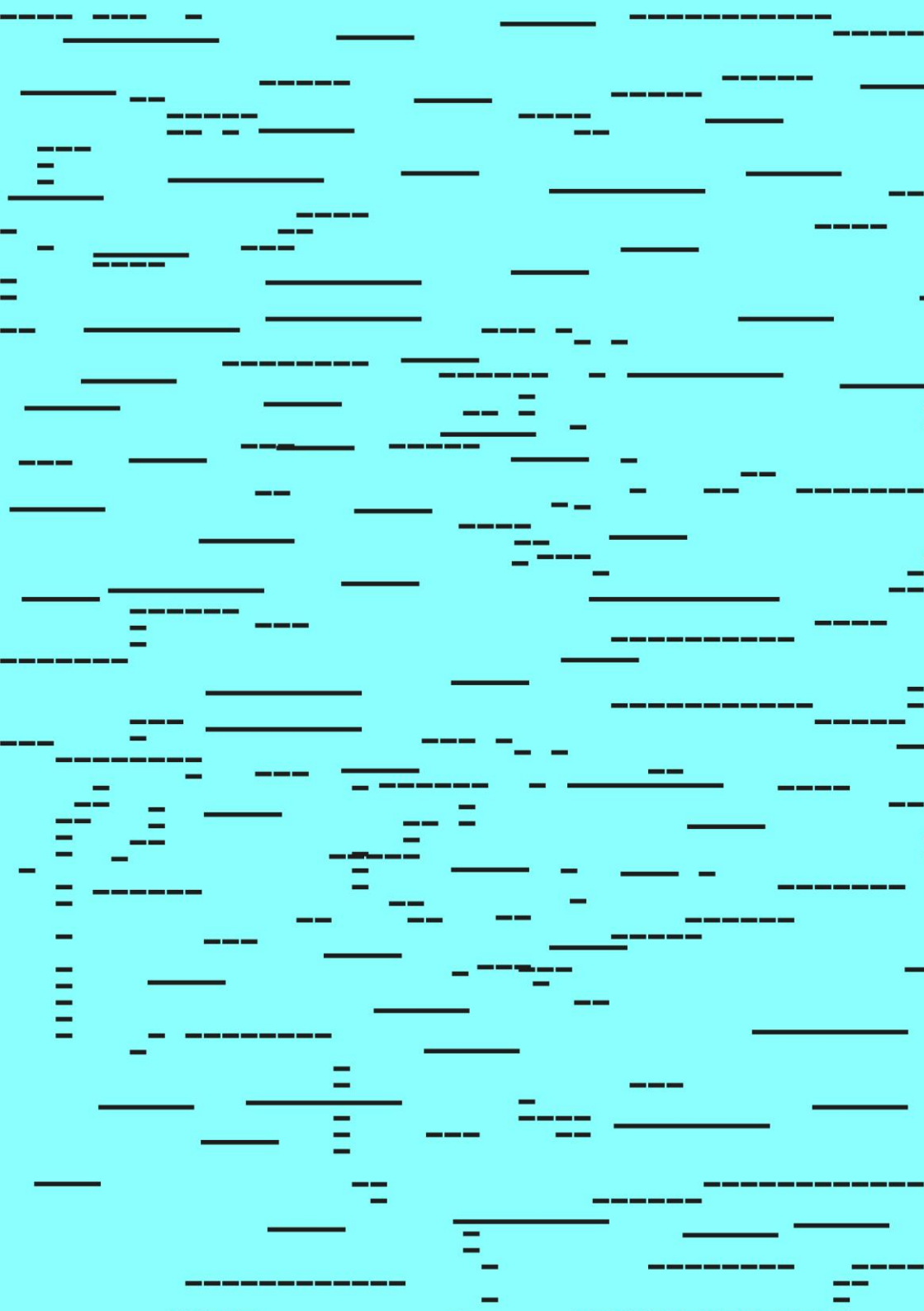
T +49 (0) 211 513 69 730

www.t-shirt-meets-tie.de

www.facebook.com/tshirtmeetstie

www.imap-institut.de

Stand: April 2018





t-shirt
meets
tie