

AUSWERTUNG DER UMFRAGE:

Veränderungen bei der Nachwuchsarbeit in der Veranstaltungswirtschaft durch Corona

Eine Studie des Research Institute for Exhibition and Live-Communication e. V.

Juni 2021





INHALT

Summary	3
Umfragedesign	4 - 5
Auswertungen	6 - 12
O-Töne	13 - 15



SUMMARY

- Die Unternehmen der Veranstaltungswirtschaft bekennen sich zu (beruflichen) Ausbildungen von Nachwuchskräften.
- Trotz immenser Belastungen für die Unternehmen, investieren diese in Nachwuchsförderung.
- Ein klarer Rückgang von Ausbildungsplätzen (zwischen 2018 und 2021) ist deutlich spürbar.
- Die Unternehmen der Veranstaltungsbranche zeigen sich als moderne Arbeitgeber:innen mit attraktiven (langfristigen) Leistungen.



UMFRAGEDESIGN

Wer und wie viele wurden befragt?

Ca. 400 Kontakte aus dem FAMAB-Mitgliederpool haben den Umfragelink erhalten. Diese hatten die Möglichkeit, anonym oder per Nachverfolgung an der Umfrage teilzunehmen.

Wer hat die Umfrage aus welchen Branchen-Bereichen beantwortet?

78 FAMAB-Mitgliedsunternehmen haben an der Umfrage teilgenommen, wobei nicht alle Fragen von allen Teilnehmer:innen beantwortet wurden:

46 aus dem Bereich Messebau // 1 Designer, Architekt // 15 aus dem Bereich Event, von Marketing-agenturen // 4 Event-Caterer // 12 Leistungspartner



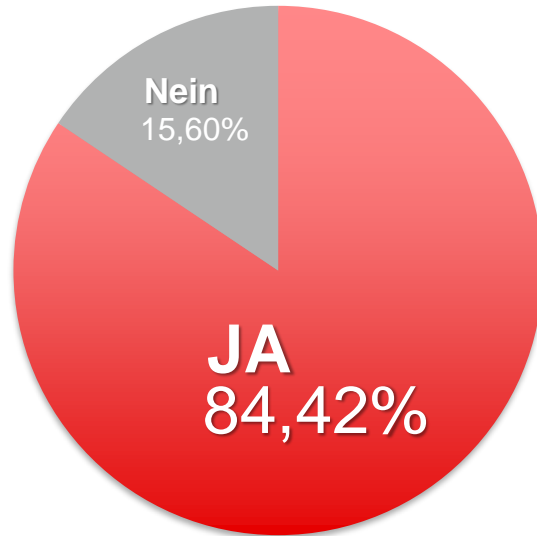
UMFRAGEDESIGN

Hypothese:

Die aktuell und immer noch anhaltende Corona-Krise hat Folgen für die berufliche Ausbildung in der Veranstaltungswirtschaft. Es ist von einem Rückgang der Ausbildungsplätze und dem Interesse von Auszubildenden auszugehen.

BILDEN SIE AUS?

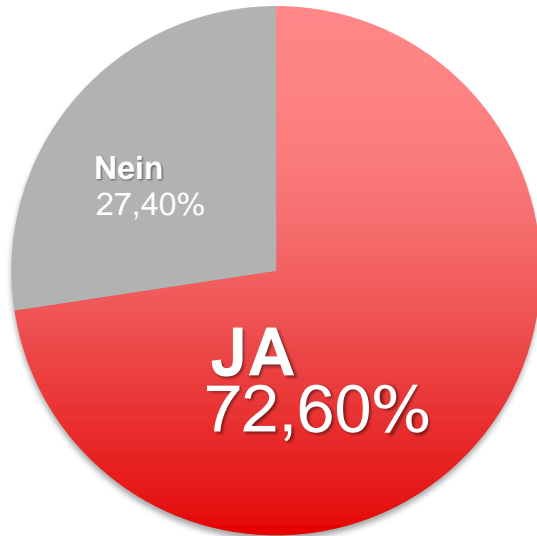
„Bilden Sie grundsätzlich Nachwuchskräfte aus?“



- 65 Teilnehmer:innen bilden grundsätzlich Auszubildende in branchenspezifischen Berufen aus.
- 12 Unternehmer:innen bilden hingegen keinen Nachwuchs in Berufen, die zur Veranstaltungswirtschaft gehören aus.

RÜCKGANG SPÜRBAR?

„Spüren Sie grundsätzlich bei der Personalsuche einen Rückgang an qualifizierten Nachwuchskräften?“



- 45 Teilnehmer:innen spüren einen Rückgang an qualifizierten Nachwuchskräften.
- 17 Teilnehmer:innen sind mit den Anfragen zufrieden.

VOR CORONA

„Wie viele Ausbildungsplätze vergaben Sie pro Jahr (durchschnittlich) seit 2018?“

Anzahl der Ausbildungsplätze pro Jahr:

185

Anzahl der Unternehmen:

60

- Die befragten Unternehmen gaben an, vor Corona ca. 185 Ausbildungsplätze in verschiedensten Bereichen, welche zur Veranstaltungsbranche gehören, pro Jahr besetzt zu haben.
- Das sind durchschnittlich drei Auszubildende pro Jahr / pro Unternehmen.



VOR CORONA

„Wie viele Studenten haben Sie pro Jahr (durchschnittlich) seit 2018 unterstützt?“

Anzahl der Studenten im Unternehmen pro Jahr:

45

Anzahl der Unternehmen:

60

- Die 60 Unternehmen, die an der Frage „*Wie viele Ausbildungsplätze vergaben Sie (durchschnittlich) seit 2018?*“ gaben zudem an, vor Corona durchschnittlich 45 Studenten pro Jahr begleitet zu haben.
- Diese Zahl verdeutlicht, dass nicht nur Auszubildende, sondern auch Studenten neben dem Beruf begleitet sowie unterstützt werden.

NACH CORONA

„Wie viele Auszubildende werden Sie 2021 (voraussichtlich) einstellen?“

Anzahl der Ausbildungsplätze in 2021:

113

Anzahl der Unternehmen:

33

- 33 Unternehmen gaben an, in 2021 113 Ausbildungsplätze besetzen zu wollen.
- Diese Zahl ist um so beeindruckender, als die Unternehmen der Branche noch immer unter erheblichen Verlusten leiden.



VERGLEICH

vergebene Ausbildungsplätze vor und nach Corona

Vergebene Ausbildungsplätze 2018 – 2020:

< 39%

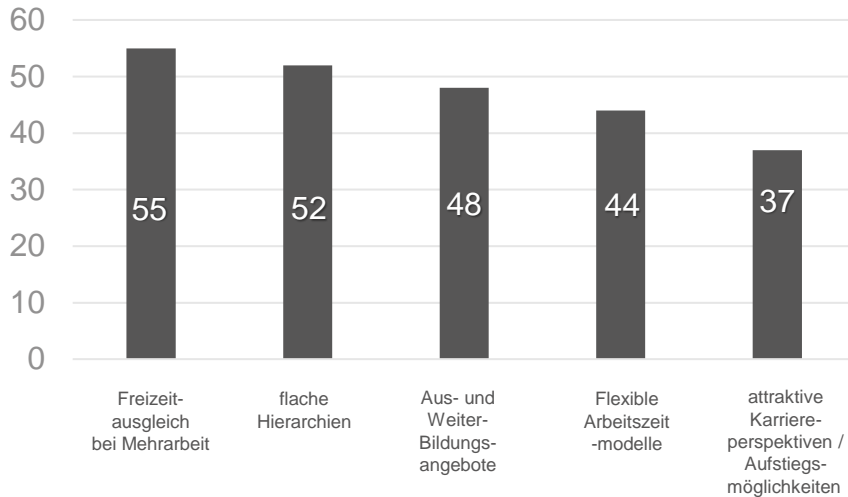
Anzahl der Unternehmen, die 2021 ausbilden:

< 45%

- 2021 werden 72 Ausbildungsstellen (von den 60 Unternehmen mit durchschnittlich 185 zur Verfügung gestellten Ausbildungsplätzen) nicht besetzt, das sind 39% weniger als 2018; also ungefähr 1/3.
- 33 Unternehmen werden 2021 weiterhin ausbilden, also ungefähr die Hälfte.

MAßNAHMEN / ANGEBOTE

„Falls Sie als Arbeitgeber:in mit höheren Anforderungen der Nachwuchskräfte konfrontiert werden, mit welchen Maßnahmen bzw. Angeboten begegnen Sie diesen?“



- 58 Arbeitgeber:innen haben an dieser Frage teilgenommen und verdeutlichen die attraktiven Angebote und optimalen Lösungen, welche Auszubildenden geboten werden.
- Sie erhalten eine (langfristige) Perspektive.



O-TÖNE

von Mitgliedern, die an der Befragung teilgenommen haben

„Die jungen Menschen leiden in vielerlei Hinsicht unter der Pandemie. Wenn wir keine verlorene Generation hervorbringen wollen, haben wir die Verpflichtung auch in schlechten Zeiten jungen Menschen mit einer fundierten Ausbildung eine Perspektive zu geben.“

- Stephan Haida, Geschäftsführer Artlife

„Wir stellen fest, dass junge Menschen, die zu uns kommen oder mit denen wir kundenseitig arbeiten dürfen, ein stetig wachsendes Interesse an agilen und nachhaltig innovativen Prozessen haben, die sie zum größten Teil selber oder im Team gestalten können! Diese Umstellung bedingt ein schnelles Umdenken bei den Agenturverantwortlichen und sorgt für neue, spannende Projekt- und Geschäftsansätze!“

- Reinhard B. Pommerel, Geschäftsführender Gesellschafter POMMEREL – Live-Marketing GmbH



O-TÖNE

von Mitgliedern, der an der Befragung teilgenommen haben

„Wir als Arbeitgeber müssen uns anstrengen, um die besten Nachwuchskräfte für uns zu gewinnen. Aber wir dürfen auch hohe Erwartungen an Engagement und commitment für Job und Branche erwarten.“

- Kommentator ist anonym

„Es ist anspruchsvoll, die Nachwuchskräfte in ihrem Bedarf an Beteiligung an Entscheidungen zu bedienen, vor allem, wenn Sie den auch ohne Erfahrungshintergrund oder das Bewusstsein für Risiken und Konsequenzen haben. Sinn ist zentral, aber schwer zu fassen. Selbst Teamgeist verfängt nur teilweise.“

- Kommentator ist anonym



O-TÖNE

von Mitgliedern, der an der Befragung teilgenommen haben

„Eine Ausbildung ist so wichtig, da wir die jungen, dynamischen Arbeitskräfte für die Zukunft brauchen. Wichtig ist, dass sie verstehen, dass sie damit ihr eigenes zukünftiges Leben gestalten und die gesellschaftliche Entwicklung mitgestalten können. Jeder verdient eine Chance, sie müssen nur zugreifen. Hoffen wir, dass wir es schaffen, in unserer Branche genügend "frische, aktive Köpfe" zu gewinnen, die Lust haben auf einen Job in unserer Branche.“

- Kommentator ist anonym