

Industrie sucht die Gen Z

Die Plattform Industrie 4.0 Österreich launcht eine Kampagne: Unter dem Motto „Mission: Future Job“ will man die Zielgruppe für Technik begeistern.



© Michael Eisner/Franziska Hehle (3)



WIEN. Die Plattform Industrie 4.0 Österreich will die Generation Z zielgruppengerecht auf zukunftssträchtige Berufsmöglichkeiten aufmerksam machen. Dazu wurde in Kooperation mit der FH St. Pölten eine Kampagne konzipiert, die Berufe und Ausbildungen im technischen Bereich auf lustige und spielerische Weise näherbringt. Vor wenigen Tagen startete „Mission: Future Job“ mit einer Kampagnenwebsite sowie auf TikTok und YouTube. Dies soll bei der Suche nach dem passenden Zukunftsjob helfen.

Future Job – die Kampagne

Mit der Kampagne „Mission: Future Job“ will die Plattform Industrie 4.0 Jugendlichen einen Einblick in die Vielfalt der technischen Berufe und Ausbildungsmöglichkeiten bieten, die Kontaktaufnahme mit potenziellen Arbeitgebern und Ausbildungsstätten erleichtern und zeigen, dass Berufe in der Technik und im produzierenden Sektor gefragt und attraktiv sind.

Wo kann ich meine Fähigkeiten sinnvoll einsetzen? Wo gibt es die beste Ausbildung? Welche Jobs bieten mir langfristig Sicherheit? All das sind Fragen, die sich die Generation Z stellt,



Eine multimediale, breit angelegte Kampagne soll jungen Menschen helfen, passende Jobs in der Industrie zu finden.

wenn es um ihre berufliche Zukunft geht. Um Antworten auf diese Fragen zu finden, macht sich die 19-jährige Fanni auf eine Reise und besucht einige Unternehmen und Bildungseinrichtungen. Mit einem Ziel: Den perfekten Zukunftsjob zu finden – das ist die „Mission: Future Job“. Sie trifft dabei junge Menschen, die in technischen Berufen tätig sind, und spricht mit ihnen über ihren Werdegang und ihre berufliche Motivation. Besucht wurden A1 Telekom,

AVL List, FH Technikum Wien, Magna Steyr, Siemens Österreich und VRVis.

Die Kampagne ist auf TikTok und YouTube zu sehen, daneben werden auf www.missionfuture-job.at alle Videos sowie Kontakte und Links einiger Mitglieder der Plattform Industrie 4.0 rund um die Themen Ausbildung, Lehre, Praktika, Berufseinstieg, offene Stellen u.v.m. auch dauerhaft abrufbar sein. Zusätzlich werden mit LinkedIn-Postings auch weitere Zielgruppen wie Eltern

oder Pädagoginnen und Pädagogen auf die Kampagne aufmerksam gemacht.

Für das Konzept, die kreative Umsetzung und Produktion der Kampagne zeichnet ein junges Team von Studierenden der FH St. Pölten verantwortlich, die sich in einem Pitch unter Studierenden und Alumnis des Master-Studiengangs der Medientechnik an der FH St. Pölten (Studiengangleiterin: Rosa von Suess) durchgesetzt haben. (mab)