



„Eine täglich neue und spannende Aufgabe“

Frau Uhlmann, Herr Thomas, wenn man sich die Themenfelder anschaut, mit denen sich die SINUS:akademie beschäftigt, spielen junge Menschen und ihre Entwicklungschancen eine große Rolle. Woher kommt diese Ausrichtung?

Peter Martin Thomas: Die SINUS:akademie ist aus der Jugendforschung entstanden. Wir erleben, dass seit vielen Jahren ein konstant großes Interesse besteht, mehr über die jeweils jungen Menschen zu erfahren und Jugendliche besser zu verstehen. Wir können mit der SINUS-Jugendstudie auf die wahrscheinlich meistgelesene Untersuchung in diesem Bereich zurückgreifen. Auf dieser Grundlage haben wir die Möglichkeit, Antworten auf unterschiedlichste Fragestellungen zu geben.

Christine Uhlmann: Hinzu kommt, dass junge Menschen mit ihren Meinungen, Empfindungen und Interessen überall auf der Welt ein zentraler und entscheidender Faktor für gesellschaftliche Entwicklungen sind. Deshalb ist es wichtig, auf sie ein besonderes Augenmerk zu richten.

Wieso ist die Frage, was Jugendliche bewegt, für uns alle von Bedeutung?

Peter Martin Thomas: Nehmen wir beispielsweise die Gewinnung von geeigneten Nachwuchskräften für Unternehmen. Wenn ein Unternehmen nicht eine ausreichende Zahl an jungen Menschen für Ausbildungen oder duale Studiengänge gewinnen kann, kann sich dies auf das Wachstum oder sogar die Existenz dieses Unternehmens auswirken. Dies gilt gleichermaßen, wenn Verbände oder Kommunen nicht ausreichend ausgebildete Fachkräfte finden.

Christine Uhlmann: Letztlich geht es in unserer Arbeit immer um das Zusammenspiel zwischen Menschen und gesellschaftlichen Entwicklungen sowie die daraus entstehenden konkreten Auswirkungen auf ihren Alltag. Dies gilt für Jugendliche genauso wie für Erwachsene. Wie reagieren die Menschen auf aktuelle Trends wie Digitalisierung oder Globalisierung? Wie verändert sich ihr Konsumverhalten? Welche Veränderungen gibt es im Alltag von Familien? Zu diesen Fragen wollen wir konkrete Antworten geben. Dies zu betrachten, ist eine täglich neue und spannende Aufgabe.

Wie gehen Sie solche Fragen konkret an?

Christine Uhlmann: Auf der Grundlage der Studien des SINUS-Instituts können wir beschreiben, was die Menschen bewegt. Daraus entwickeln wir – gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden – konkrete Ideen und Lösungen für die Praxis.

Peter Martin Thomas: Lassen Sie mich hier nochmals auf die Gewinnung von Nachwuchskräften zurückkommen. Wer junge Menschen für sich gewinnen will, muss berücksichtigen, was diese von ihrem Berufsleben und dem Arbeitgeber erwarten. Zudem muss man wissen, wie und wo sie im Alltag anzutreffen sind, welche Medien sie nutzen und wann sie sich mit dem Thema Beruf beschäftigen. Wenn ich mich darauf fokussiere, kann ich das Nachwuchsmarketing sehr konkret auf die gewünschten Zielgruppen ausrichten.