

konzepte und *Ausbildungsmittel* vorstellen, und Umsetzungsübungen, die die Teilnehmer befähigen, diese auf ihren Nutzen und ihre Übertragbarkeit in die eigene Ausbildungspraxis hin zu überprüfen und anzuwenden.

Geplant ist darüber hinaus die Einrichtung eines *Forums*, auf dem über den Weg des Erfahrungs- und Informationsaustausches zwischen den Betrieben auch denjenigen die Formulierung betriebsspezifischer Interessen an das Modellversuchsangebot ermöglicht werden soll, für die sich bislang aufgrund mangelnder Informationen oder fehlender Aktualität organisatorische Fragen bzw. die nach der Qualifikation ihres Ausbildungspersonals (noch) nicht gestellt haben.

Für die Realisierung dieses Programmes ist mit dem Ziel der Handlungshilfe in fachlichen und pädagogischen Fragen der betrieblichen Ausbildung kann unseres Erachtens jedoch nicht davon ausgegangen werden, daß das **Akzeptanzproblem** für ein solches Modellvorhaben durch einmalige Abstimmung mit den Ausbildungsleitungen gelöst sei. Es muß vielmehr gelingen, diejenigen mit Ausbildungsaufgaben betrauten Mitarbeiter für eine Zusammenarbeit zu gewinnen, die zwar die zentralen Träger der betrieblichen Ausbildung sind, diese jedoch in ihrer Doppelfunktion als (neben-)amtliche Ausbilder unter Aufwendung zusätzlicher Arbeitsleistungen durchführen müssen. In inhaltlicher und zeitlicher Abstimmung mit den Ausbildungs- bzw. Betriebsleitungen wird daher auch dieser Personenkreis über ein integriertes Befragungs- und Beratungskonzept für eine Mitarbeit angespro-

chen, mit dem Ziel, über die Entwicklung von Problembewußtsein zugleich Interesse und Motivation für die eigene Qualifizierung als Ausbilder zu wecken.

Anmerkungen

- [1] Der Modellversuch wird als Wirtschaftsmodellversuch aus Mitteln des Bundesministers für Bildung und Wissenschaft (BMBW) unter fachlicher Betreuung von Reinhard Selka im Bundesinstitut für Berufsbildung gefördert. Träger sind das Bildungszentrum der Wirtschaft im Unterwesergebiet e.V. (BWU) und das Zentrum für Weiterbildung (ZWB) an der Universität Bremen. Der Modellversuch hat eine Laufzeit von dreieinhalb Jahren (1987–1990).
- [2] Das BWU ist eine nach dem Bremischen Weiterbildungsgesetz anerkannte Weiterbildungseinrichtung, die Kurse und Seminare zur beruflichen Fort- und Weiterbildung anbietet mit der Zielsetzung, die im Raume Bremen und Niedersachsen angesiedelten Unternehmen in ihren Bemühungen um eine moderne Personalführung und Betriebsorganisation zu unterstützen.
Die ZWB ist eine zentrale Universitätseinrichtung, die in einer Reihe von Drittmittelvorhaben neue Formen der wissenschaftlichen Weiterbildung im Fernstudium und in Präsenzform sowie ein Seminarprogramm „Wissenschaftstransfer durch Seminare“ für die Region Bremen entwickelt und erprobt.
- [3] Vgl. hierzu auch: KOCH, R.: Elektronische Datenverarbeitung in der Industrieverwaltung. BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (Hrsg.): Berichte zur beruflichen Bildung, Heft 68, Berlin 1984.
- [4] Vgl.: ebda.

Bernhard Buck / Ingeborg Weilnböck

Beratung und Verkauf im Einzelhandel

Materialien zur Förderung sozialer Handlungskompetenz

Die neue Ausbildungsordnung konfrontiert die Betriebe des Einzelhandels mit einem gewandelten Berufsbildungsverständnis und stellt an viele Unternehmen erhebliche Anforderungen im Hinblick auf die organisatorische, qualifikatorische und didaktisch-methodische Realisierung der neuen Ziele und Inhalte der Berufsausbildung. Im folgenden werden einige Überlegungen wiedergegeben, die im Zusammenhang eines BIBB-Projektes zur Entwicklung und Erprobung von Medien im Einzelhandel entstanden sind. Da die Projektziele mit den veränderten Zielen der neuen, dreijährigen Ausbildung im Schwerpunkt Beratung und Verkauf übereinstimmen, stellen diese Gedanken auch einen Beitrag zur Umsetzung der neuen Ausbildungsordnung in die betriebliche Praxis dar. Auf die Beschreibung der einzelnen Medien wird hier verzichtet; sie sind bereits an anderer Stelle [1] detailliert beschrieben worden. Wir beschränken uns auf die Darstellung konzeptioneller Vorstellungen sowie auf Verwendungszusammenhänge in der betrieblichen Praxis.

1 Zur neuen Ausbildungsordnung

1987 trat die neue Ausbildungsordnung zum Kaufmann/zur Kauffrau im Einzelhandel in Kraft. Gegenüber der alten Ausbildungsordnung haben sich bei der dreijährigen Ausbildung Schwerpunkte verlagert und neue Lernziele sind aufgenommen worden. Dabei handelt es sich nicht nur um neue Kenntnisse, die Ausbildungsordnung stellt qualitativ neue Anforderungen an die Ausbildung im Einzelhandel: Verkaufen wird als Interaktionsprozeß verstanden.

Die neue Qualität von Anforderungen drückt sich in einem Perspektivwechsel aus: Verkaufs- und Beratungsgespräche werden nach Ziel, Aufgabenstellung, fachlichen und sozialen Anforderungen als mit Unsicherheit behaftete, niemals identische und

uneindeutige Situationen verstanden. Damit rücken die personengebundenen Fähigkeitspotentiale der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

Nun bedeutet eine neue Ausbildungsordnung noch keine verbesserte betriebliche Ausbildung. Eine Ausbildungsordnung setzt Rahmenbedingungen, innerhalb derer die Ausbildung von den Betrieben konkretisiert werden muß. Diese sind es, die Umfang, Niveau und Differenziertheit der einzelnen Ausbildungsinhalte definieren, den Integrationsgrad fachlicher und sozialer Inhalte bestimmen und die Verantwortung für die Bereitstellung der qualifikatorischen Ressourcen bei haupt- und nebenberuflichen Ausbildern tragen.

Die hier angesprochenen Medien sind in der gegenwärtigen Phase der Umsetzung der Neuordnung als an die Betriebe adressierte Vorschläge für eine qualifizierte Gestaltung beruflicher Bildung zu verstehen. Sie beziehen sich insbesondere auf den Gliederungspunkt 4.2 der neuen Ausbildungsordnung, der die Beratung und den Verkauf behandelt. Innerhalb der dort formulierten Vermittlungsziele gibt es ein Ziel, das sich gegenüber allen anderen Zielen deutlich auszeichnet. Es ist der Punkt g), der lautet: „Verkaufsgespräche kundenbezogen und situationsgerecht unter Berücksichtigung angemessener sprachlicher und nichtsprachlicher Ausdrucksmöglichkeiten selbständig führen“. Diesem Ausbildungsziel galt unser [2] besonderes Interesse.

2 Zum Berufsbildungsverständnis

Die gängige Auffassung von Berufsarbeit ist immer noch diejenige, die sich an der Erstellung von Produkten orientiert. Als Maßstab für „richtige“ Berufsarbeit gilt auch heute noch weitgehend diejenige Tätigkeit, die darauf gerichtet ist, innerhalb eines regelgeleiteten Prozesses ein materielles oder geistiges Pro-

dukt zu erstellen. Diese Tätigkeit weist drei typische Merkmale auf:

- eindeutige Bestimmbarkeit des zu erstellenden Produkts;
- eindeutige Bestimmbarkeit des Verfahrens der Herstellung (Technifizierbarkeit) sowie
- objektive, d. h. auf Produkt und Verfahren gerichtete Prüfbarkeit.

Auch die Verkaufstätigkeit hat man in diesem Sinne zu bestimmen versucht: als einen schematisierbaren, von Regeln, Typisierungen und Techniken bestimmbar Vorgang. Die Folgen dieser so orientierten Berufsbildung für eine der Verkaufstätigkeit angemessenen Qualifizierung sind allerdings erheblich:

- Ausbildung beschränkt sich darauf, ausschließlich Tatsachenwissen (z. B. Rohstoffkenntnisse), Regeln und Routinen des verkäuferischen Umgangs mit Kunden zu vermitteln, was bedeutet, daß der Gegenstandsbereich der Ausbildung nicht die Komplexität der verkäuferischen Praxis widerspiegelt, sondern eine auf Eindeutigkeit hin beschnittene Scheinrealität etabliert;
- die Aneignung beruflicher Handlungskompetenz bleibt den vorgängigen Fähigkeiten der Auszubildenden überlassen;
- die Konsequenz ist ein Substanzverlust der beruflichen Ausbildung zum Verkauf;
- eine defiziente Ausbildung überträgt ihre Defizite auf die Verkaufstätigkeit selbst und berührt damit die Effektivität betrieblichen Handelns.

Eine der Verkaufstätigkeit angemessene berufliche Bildung muß Konzepte und Vermittlungsformen wählen, die von der sozialen Dimension dieser Tätigkeit ausgehen. Das bedeutet, daß sie sich vom bildungstechnologischen Konzept der Operationalisierung von Qualifikationsanforderungen und entsprechenden Lernzielen nur begrenzt leiten lassen kann. Im Kontext eines sozialen Lernens, das den Erwerb und die systematische Förderung personaler und sozialer Handlungskompetenz ermöglicht, läßt sich die Blickverschiebung am Beispiel der Lernzielproblematik und deren Kontrolle verdeutlichen. Zwar wird in der Diskussion um eine angemessene Vermittlung dieser Art von Kompetenz weiterhin von Lernzielen (Kooperativität, Kreativität, Flexibilität, Abbau von Vorurteilen, Aufbau von Selbständigkeit und Verantwortungsbereitschaft) gesprochen. Aber es wird doch deutlich, daß die Erreichung dieser komplexen Lernziele empirisch nur schwer zu bewerten ist und entsprechende Fähigkeiten einer objektivierten Prüfung unzugänglich sind. Berufsbildung für die Verkaufstätigkeit muß sich also dem Dilemma stellen, aus prinzipiellen Gründen die Lernziel-Operationalisierung auf eindeutig beantwortbare Fragen zu beschränken oder komplexe Lernziele zuzulassen, dann aber die Objektivierbarkeit als allgemein gültiges Prüfungsprinzip aufzugeben.

3 Den Medien zugrundeliegende Ziele

Erkennen wir Verkaufstätigkeit als soziales Handeln an, so muß ihr sich selbst organisierender Charakter ins Zentrum der Ausbildung gerückt werden. Dieser ist gekennzeichnet durch wechselweise Aktionen und Reaktionen, durch Meldung und Rückmeldung, durch Korrektur und Präzisierung bei offenem Ausgang aller Bemühungen. Der Verkäufer muß sich mit vorläufigen Vorstellungen und mit vagen Eindrücken erst einmal auf den Prozeß einlassen, um allmählich im Dialog immer deutlicher zu erkennen, mit wem er es zu tun hat, worum es geht, welche Informationen und Problemlösungen er herausarbeiten und welche Angebote, Alternativen und Zusatzangebote er vorschlagen kann.

Unter dieser Perspektive kann berufliche Bildung zur Verkaufsarbeit nicht mehr nur eindeutiges, allgemeingültiges, objektives Wissen vermitteln, sie muß sich gleichzeitig auf das „Interpretationswissen“ der am Lernprozeß Beteiligten einlassen. Die bei der Entwicklung der Medien zu lösende Aufgabe bestand also darin,

- den Lernenden den beruflichen Alltag bewußt zu machen, ihnen den Blick dafür zu schärfen, welche Kenntnisse und Fertigkeiten des Verkäuferberufs **eindeutig** lernbar sind und welche Fähigkeiten über **dialogische** Prozesse entwickelt und in der Aneignung an die Interpretationsleistungen des jeweils Handelnden gebunden bleiben.
- Weiter war es wichtig, die in der verkäuferischen Tätigkeit liegenden Handlungspotentiale und die im Alltagshandeln liegende notwendige und selbstverständlich vorhandene Kreativität zu bergen; denn hier lag für uns der Ansatzpunkt für ein Lernkonzept, das objektive, soziale und nicht zuletzt auch ästhetische Aspekte des Arbeitshandelns berücksichtigt kann und die Voraussetzungen für die Vermittlung und Aneignung einer verkäuferischen Handlungskompetenz schafft.
- Angesichts der tradierten, sich vorrangig an herkömmliches Warenwissen klammernden Verkaufsausbildung war es drittens ein wichtiges Ziel, die Einsicht zu vermitteln, daß fachliche Kenntnisse immer im Dienst der berufstypischen sozialen Kompetenz stehen müssen, da sie im Verkaufsgespräch immer nur angesichts eines bestimmten Kunden und dessen speziellen Bedürfnissen sinnvoll eingesetzt werden können.
- Schließlich war es unser Ziel, die Materialien so zu gestalten, daß die mit der spezifischen Handlungsstruktur von Verkaufsarbeit zusammenhängende Ungewißheitsbelastung und Interpretationsbedürftigkeit in der Arbeit selbstbewußt aufgelöst und situativ bewältigt werden können. Das Lernen anhand der Materialien soll dazu dienen, das neuerworbene Wissen an eigenen Erfahrungen zu messen und auf unterschiedliche Problemstellungen anzuwenden.

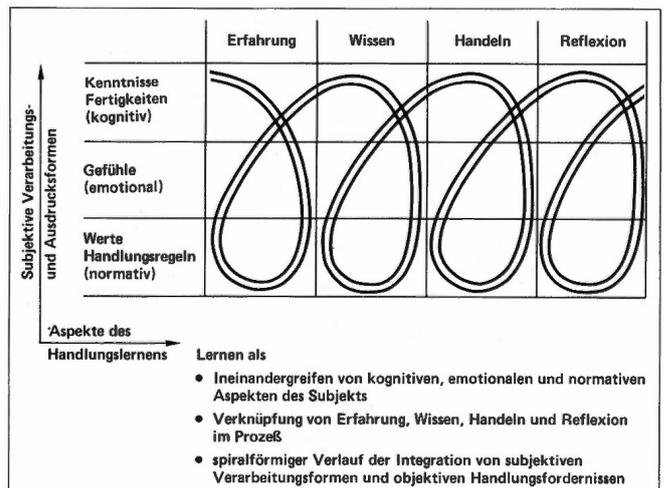
4 Zum didaktisch-methodischen Konzept

Es wurde schon erwähnt, daß eine kompetente Verkaufstätigkeit mehr voraussetzt als die Beherrschung objektiver Kenntnisse und Fertigkeiten. Kompetenz muß deshalb mehr sein als eine auf Tatsachenwissen beruhende Fachkompetenz. Die Verkäuferin oder der Verkäufer sind bei ihrer Verkaufs- und Beratungstätigkeit grundsätzlich als ganze Person in den kommunikativen Prozeß einbezogen und lösen auch die ganze Person des Kunden betreffende soziale Erfahrungen aus.

Eine verkäuferische Handlungskompetenz muß deshalb auf zwei Ebenen verankert werden:

- auf der Ebene der Person des Verkäufers mit seinen kognitiven, emotionalen und normativen Verarbeitungs- und Ausdrucksformen und
- auf der Handlungsebene als Ausprägung und Integration fachlicher, personaler und sozialer Kompetenz.

Zum Lernbegriff in den Medien



Die Fähigkeit zur Gestaltung der Verkaufspraxis ist kein Besitz, sondern ist als ein fortwährender Prozeß zu begreifen, in dessen Verlauf Handeln und Reflektieren, Erfahrung und krisenhafte Neuorientierung, der Erwerb neuen und die Differenzierung vorhandenen Wissens einander ablösen und sich durchdringen. Ein entsprechender Lernbegriff liegt den Materialien zugrunde. Sinnvolles Lernen hat etwas mit der eigenen Person und mit dem eigenen Leben zu tun. Das gilt gleichermaßen für Lernende wie für Lehrende. Daraus folgt, daß beim Lernen nicht nur der Kopf, sondern die ganze Person angesprochen ist und Lernprozesse sich sinnvoll aus den alltäglichen Arbeitsanforderungen und Berufserfahrungen konstituieren. Kognitive und soziale Lernprozesse sind untrennbar miteinander verbunden; sie sind wechselseitig voneinander abhängig. Alle inhaltlichen Lernprozesse werden durch didaktisches Handeln in den Kontext bedeutsamer Sozialerfahrung gerückt. Dieses ermöglicht, fördert oder blockiert innovatives Lernen, sichert Handlungskompetenz und teamorientierte Solidarität oder vereinzelt Individuen zu nur zwangsweise aufeinander bezogene Konkurrenten. Didaktisches Handeln ist in unserem Sinn über Lerninhalte und Lernformen vermittelte soziale Interaktion, bei der nicht nur vorhandene Bedeutungen aktualisiert und vorgegebene Einstellungsgehalte reflektiert, sondern neue Interpretationsleistungen der daran beteiligten Personen hervorgebracht werden.

Die inhaltliche und formale Gestaltung der Medien soll dieses Didaktikverständnis provozieren und unterstützen. Im einzelnen folgt die Gestaltung einem Prinzip,

- das die themenbezogenen Vorkenntnisse und Voreinstellungen der Auszubildenden und ihre alltäglichen Berufserfahrungen immer wieder zum Ausgangspunkt für die gemeinsamen Lernprozesse macht;
- das im sozialkommunikativen wie im warentkundlichen Bereich Angebote bereitstellt, die es ermöglichen, die Komplexität beruflicher Alltagserfahrung so zu reduzieren, daß sie überschaubar, begreifbar und bewältigbar wird;
- das vom täglichen Handlungsdruck entlastete Lernsituationen anregt, in denen Lernen als Analyse, Selbst- und Sozialerfahrung und als Probedenken möglich ist und die Fähigkeit zu aktiv eingreifendem Lernen ausgebildet werden kann;
- und das offene Lernsituationen vorschlägt, so daß eine kommunikative Vernetzung aller Teilnehmer möglich ist.

Die Medien sind als offene Ressourcen für einen eigenaktiven Umgang zu verstehen. Sie bieten überschaubare Themenkomplexe an, die durch zusätzliche Informationsangebote und gruppendynamisch orientierte Spiele sinnvoll ergänzt, erweitert und in je spezifische Ausbildungsbedingungen integriert werden können.

5 Integratives Lernen und betrieblicher Ausbildungsplan

Ein integratives Lernkonzept sucht bewußt nach Wegen, um die auf die Lernenden einwirkenden Asymmetrien, die sich aus der Spannung zwischen Lernen für den Beruf (Wissenslernen) und Lernen für die berufliche Praxis (Bedeutungslernen) ergeben, zu Gunsten des letzteren aufzuheben.

In den Medien sind hierzu verschiedene Wege beschritten worden. Es wurden solche Inhalte ausgewählt, bei denen den Auszubildenden durch die Texte und die grafische Gestaltung die Orientierung an der alltäglichen Arbeitssituation deutlich wird; wo das nicht möglich war, wurde diese Orientierung durch anschließende Übungen sichergestellt. Die Themen werden so angeboten, daß sich die Auszubildenden mit den Problemen der Arbeitssituation, des Berufsalltags und den eigenen Problemen auseinandersetzen können und ihnen Handlungszusammenhänge deutlich und verdeutlicht werden. Darüber hinaus haben wir in den für Ausbilderinnen und Ausbilder bestimmten Materialien an den verschiedensten Stellen Vorschläge gemacht, wie Lehr-Lern-Situationen so zu gestalten sind, daß die Auszubildenden

kreativ – und das heißt zu allererst angstfrei – ihre Erfahrungen mit dem gelernten Wissen verknüpfen und so ihre Handlungsfähigkeit ausbauen können. Ein Leitfaden für Ausbilderinnen und Ausbilder bietet vielfältige Hilfen zur Realisierung des Medienkonzeptes an. Diese Hilfen bestehen in Übungen, die speziell dem Ziel dienen, warentkundliches Wissen und soziales Verhalten unter dem Gesichtspunkt ihrer Umsetzung in verkäuferisches Handeln zu verknüpfen.

Die in den Medien gesetzten Akzente für ein integratives Vorgehen können allerdings nur dort wirksam werden, wo die Ausbildungspraxis selbst sich zu einem solchen Ausbildungskonzept entschlossen hat. Im folgenden (Schaubild, S. 165) bringen wir ein schematisiertes Beispiel für das, was man einen am exemplarischen Lernen orientierten integrativen betrieblichen Ausbildungsplan nennen könnte. Er wurde in Zusammenarbeit mit einem Ausbildungsbetrieb des Textileinzelhandels entwickelt, dessen Engagement primär in der Damenmode liegt. [3] Daher geht dieser Ausbildungsplan von den Themen „Mode“ und „Kleider“ aus und entfaltet von hier aus diejenigen Lernbereiche, die geeignet sind, verkäuferische Handlungsfähigkeiten zu befördern.

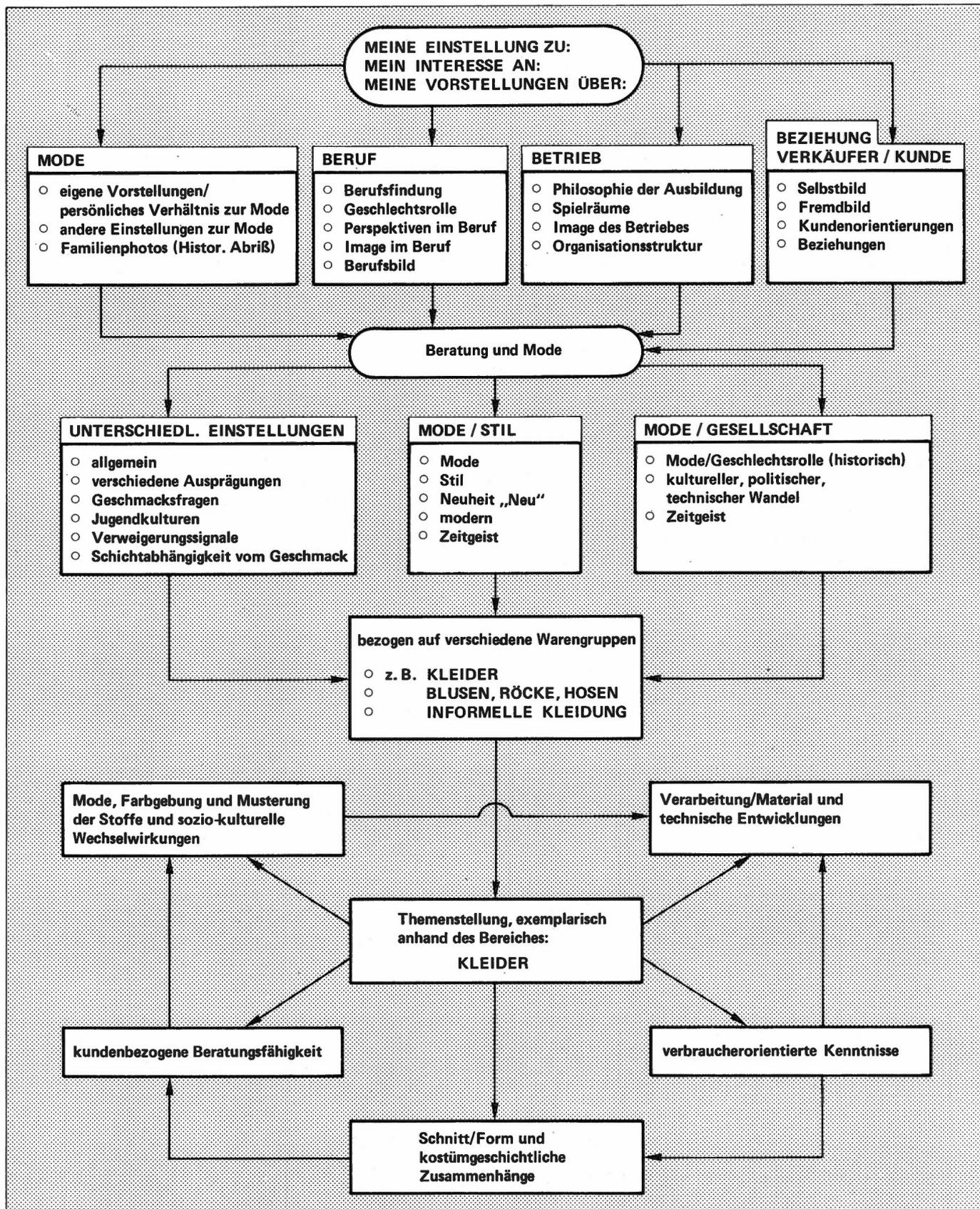
6 Ansprüche an das Ausbildungspersonal

Um die Intentionen der neuen Ausbildungsordnung in der Berufsbildungspraxis wirksam werden zu lassen und die didaktisch-methodische Konzeption der Medien zu nutzen, sollten Ausbilderinnen und Ausbilder

- über eine kritisch-empathische Fähigkeit zur Analyse von Praxisbedingungen, Verhaltenstraditionen und Handlungsgewohnheiten verfügen, um sowohl die Standpunkte der Lernenden respektieren als auch alternative Entwürfe aufzeigen zu können. Diese Haltung beinhaltet zugleich die Fähigkeit, bei den angestrebten Lernprozessen von den Alltagserfahrungen und Wahrnehmungsgewohnheiten der Lernenden auszugehen bzw. diese methodisch für Lerninitiativen zu nutzen;
- eine Beziehung zwischen sich und den Lernenden anstreben, stabilisieren und gegebenenfalls durchsetzen, die den Lernenden als den „Experten seines Lebens“ respektiert, um ein am Status orientiertes „Gefälle“ zwischen der Ausbilderin/dem Ausbilder und dem Lernenden nicht aufkommen zu lassen, bzw. hierarchische Strukturen nicht unbeabsichtigt zu etablieren oder gar zu fördern;
- bei nebenberuflichen Ausbilderinnen und Ausbildern sollte eine Pädagogisierung betrieblicher Lern- und Arbeitsprozesse angestrebt werden. Das Ziel besteht darin, neben der Bewältigung der täglich anfallenden Arbeiten und der funktionalen Beteiligung der Auszubildenden an der Abwicklung der organisatorischen und verkaufsbezogenen Aufgaben die pädagogische Betreuung gleichrangig zu etablieren. Unter dem Gesichtspunkt der Weiterbildung nebenberuflicher Ausbilderinnen und Ausbilder heißt das zweierlei: Erstens sie zu sensibilisieren und im Ergebnis zu befähigen, die täglichen Arbeitsabläufe konsequent aus der Perspektive der Auszubildenden zu begleiten, zu steuern, zu erläutern und in Zusammenhänge einzubetten; Voraussetzung dafür ist das didaktisch-methodische Erschließen der Lernchancen des Arbeitsplatzes und deren Einbettung in den Gesamtzusammenhang beruflicher Praxis. Zweitens eine weniger ergebnisorientierte, allein auf Arbeitsplatztüchtigkeit bezogene, als vielmehr eine prozeßorientierte, die Lernfähigkeit und Selbstverantwortungsbereitschaft fördernde Haltung gegenüber dem Auszubildenden einzunehmen.

Aus den bisherigen Bemerkungen zur Entwicklung und zum Einsatz der Medien ist zu erkennen, daß wir ein technologisches Ausbildungsverständnis ebenso ablehnen, wie wir ein – wie auch immer dosiertes – autoritäres Ausbilderverhalten als kontraproduktiv verstehen. Stichwort für die didaktisch-methodischen Leitlinien der Medien, wie für die Organisation und Durchführung

Beispiel eines integrierten betrieblichen Ausbildungsplans (ohne zeitliche Zuordnung)



der vorgeschlagenen Lehr-Lernsituationen ist die „Beziehungsdidaktik“. Konstituierende Faktoren dieses Lernarrangements sind:

- der Inhaltsaspekt (die einzelnen Themen, die behandelt werden),
- die Person jedes einzelnen Lernenden (Gruppenverhalten, Arbeitsverhalten, Selbstdarstellung),

- die Beziehungssituation (zwischen Ausbilderin/Ausbilder und Lernenden sowie zwischen den Lernenden selbst).

Diese drei Faktoren der Lehr-Lernsituation werden als gleichrangig eingeschätzt: Für das Erreichen der angestrebten Verhaltensänderungen durch Einsicht der Betroffenen und für die Bereitschaft zum Einsatz der Medien in die betriebliche Ausbildungspraxis.

Anmerkungen

- [1] Vgl. die im Literaturverzeichnis angegebenen Aufsätze von I. Weilnböck.
- [2] Hier sind die Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen der Projektgruppe, die externen Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen und die Vertreter/Vertreterinnen der am Projekt beteiligten Betriebe angesprochen.
- [3] Der Plan wurde zusammen mit M. Asendorf, Chr. Kauer und J. Neumüller von der Fa. Beck, München, sowie J. Frank, BIBB, erstellt.

Literaturverzeichnis

- BECK, U., BRATER, M., DAHEIM, H.: Soziologie der Arbeit und der Berufe, Reinbek bei Hamburg 1981.
- BECK-GERNSHEIM, E.: Der geschlechtsspezifische Arbeitsmarkt. Zur Ideologie und Realität von Frauenberufen, Frankfurt/Main 1976.
- BRATER, M.: Dienstleistungsarbeit und berufliche Bildung. Thesen zur Problematik berufsförmig organisierter Dienstleistungsarbeit. In: BUCK, B. (Hrsg.): Berufsbildung im Dienstleistungsbereich, Tagungen und Expertengespräche zur beruflichen Bildung, 1987, Heft 5, S. 9–21.
- BUBNER, R.: Handlung, Sprache und Vernunft. Grundbegriffe praktischer Philosophie. Frankfurt/Main 1982.
- BUCK, B.: Verkaufstätigkeit als soziales Handeln. Konzept und erste Erfahrungen des Projekts Ausbildungsmittel für den Einzelhandel. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 10. Jg. (1981), Heft 5, S. 21–27.
- BUCK, B.: Berufe und neue Technologien. Über den Bedeutungsverlust berufsförmig organisierter Arbeit und Konsequenzen für die Berufsbildung. In: Soziale Welt, 36. Jg. (1985), Heft 1, S. 83–106.
- BUCK, B. (Hrsg.): Berufsbildung im Dienstleistungsbereich, Berlin 1987.
- BUCK, B.: Überlegungen zur Qualität beruflicher Bildung im Dienstleistungsbereich und Konsequenzen für die Medienforschung. In: Derselbe (Hrsg.): Berufsbildung im Dienstleistungsbereich, Tagungen und Expertengespräche zur beruflichen Bildung, 1987, Heft 5, S. 61–75.
- DECHMANN, B./RYFFEL, Chr.: Soziologie im Alltag, Weinheim und Basel 1981.
- FITTKAU, B., MÜLLER-WOLF, H.-M., SCHULZ VON THUN, F.: Kommunizieren lernen (und umlernen), Braunschweig 1977.
- FLOSSDORF, B.: Kreativität. Bruchstücke einer Soziologie des Subjekts, Frankfurt/Main 1987.
- FRANK, I.: Ausbildung im Einzelhandel. Warenbezogene Kenntnisse als Teilbereich der Qualifikationsinhalte. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 11. Jg. (1982), Heft 4, S. 23–27.
- FRITZ, J.: Methoden des sozialen Lernens, München 1981.
- FUCKE, E.: Lernziel: Handeln können. Erfahrungen und Überlegungen zu einem erweiterten Bildungskonzept, Frankfurt/Main 1981.
- GUDJONS, H.: Spielbuch Interaktions-Erziehung, Bad Heilbrunn 1983.
- HARTWIG, H.: Jugendkultur. Ästhetische Praxis in der Pubertät, Reinbek bei Hamburg 1980.
- HOFF, E., LAPPE, L., LEMPERT, W.: Sozialisierungstheoretische Überlegungen zur Analyse von Arbeit, Betrieb und Beruf. In: Soziale Welt, 32. Jg. (1982), Heft 3/4, S. 508–536.
- HURRELMANN, K., MÜRMANN, M., WISSINGER, J.: Persönlichkeitsentwicklung als produktive Realitätsverarbeitung. Die interaktions- und handlungstheoretische Perspektive in der Sozialisationsforschung. In: Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie, (1986), Heft 1.
- KOCHAN, B. (Hrsg.): Rollenspiel als Methode sozialen Lernens, Königstein/Ts. 1981.
- KRAPPMANN, L.: Soziologische Dimensionen der Identität. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen, Stuttgart 1973.
- KUNNERT, K. (Hrsg.): Beispiele zum offenen Unterricht, München 1979.
- KUTSCHA, G./SCHANZ, H. (Hrsg.): Berufsausbildung im Einzelhandel. Beiträge zur Neuordnung und Kritik, Stuttgart 1988.
- LENNARTZ, D.: Prüfungen im Einzelhandel — Spiegelbild einer atomistischen Berufsausbildung. In: KUTSCHA, G./SCHANZ, H. (Hrsg.): Berufsausbildung im Einzelhandel, a.a.O., S. 201–218.
- MERTENS, W.: Erziehung zur Konfliktfähigkeit. Vernachlässigte Dimensionen der Sozialisationsforschung, München 1974.
- ULICH, D.: Pädagogische Interaktion. Theorien erzieherischen Handelns und sozialen Lernens, Weinheim, Basel 1976.
- WATZLAWICK, P., BEAVIN, J. H., JACKSON, D. D.: Menschliche Kommunikation, Bern, Stuttgart, Wien 1969.
- WEILNBÖCK, I.: Medien für den Textileinzelhandel. Warenkunde aspektreich entfaltet. In: Zeitschrift für Kunstpädagogik, (1984), Heft 5, S. 27 bis 31.
- WEILNBÖCK, I.: Medien für den Einzelhandel oder: Über die Wiedergewinnung rationaler Phantasie in der Berufsbildung. In: KUTSCHA, G./SCHANZ, H. (Hrsg.): Berufsausbildung im Einzelhandel, a.a.O., S. 187 bis 201.

UMSCHAU

Anna Knoll / Joachim Bent

Deutsch-englisches Modellprojekt von ARBEIT und LEBEN (Bielefeld) und Lancashire Enterprises Limited (Preston): Berufliche Bildung im Bereich neuer Technologien im europäischen Austausch

„Nichts ist meiner Meinung nach bedeutsamer, um den Gedanken einer gemeinsamen europäischen Erbschaft und Identität besonders bei jungen Leuten Substanz zu geben, als die Arrangements billiger Reisen in Europa für den Studentenaustausch. Niemand sollte das Ausmaß und die Bedeutung dieser Entwicklung unterschätzen.“ (Zeit Nr. 1, 1.1.88)

Projekthintergrund

So wichtig eine weitere Verbesserung der europäischen Zusammenarbeit im Hochschulbereich ist — und bis zu diesem Grade ist der Aussage des international renommierten Publizisten Professor A. Bullock zuzustimmen —, sollte nicht vergessen werden, daß ein besonderes Schwergewicht in Zukunft auf den bisher

eher unterschätzten und vernachlässigten Bereich der beruflichen Bildung gelegt werden muß. Denn im Gegensatz zum akademischen Bereich, in dem es bereits zahlreiche Beispiele für kontinuierlich durchgeführte Austauschmaßnahmen gibt, haben Jugendliche, die in der Berufsausbildung stehen oder sich auf einen Beruf vorbereiten, bisher relativ wenig Möglichkeiten, berufsbezogene Auslandserfahrungen zu sammeln. Direkte und langfristig organisierte Kontakte im Bereich beruflicher Aus- und Weiterbildung, durch die innovative Impulse für eine gemeinsame Weiterentwicklung beruflicher Bildung ausgehen könnten, bestehen derzeit in der europäischen Gemeinschaft noch viel zu wenig. Die Zusammenarbeit in der EG und insbesondere zwischen der Bundesrepublik Deutschland und Großbritannien bezieht sich eher auf einen allgemeinen Informations- und Erfah-