



Neue Ausbildungsberufe im Dienstleistungsbereich Auszubildende bewerten Umsetzung auch kritisch

► Die Entwicklung und Umsetzung von Strategien zur erfolgreichen Implementation neuer Ausbildungsberufe im Dienstleistungsbereich ist das Thema eines Forschungsprojektes des BIBB. In einem ersten Schritt werden die am Prozess beteiligten Akteure und Implementationsträger zu ihren Erfahrungen bei der Einführung ausgewählter neuer Berufsbilder in die Praxis befragt. Eine Zielgruppe der Befragung sind die Auszubildenden selbst, die aus ihrer Perspektive die Implementation beschreiben und bewerten sollen. Erstes Fazit dieser Untersuchung: Das Ansehen der Ausbildungsberufe wird von den angehenden Kaufleuten zum großen Teil positiv bewertet, trotzdem wägen sie die Weiterempfehlung der Berufe eher ab, denn insbesondere bei der Umsetzung der Ausbildungsinhalte in die betriebliche Praxis gibt es kritische Stimmen.

Neue Ausbildungsberufe im Dienstleistungsbereich sollen Ausbildungsplätze in Bereichen erschließen, die traditionell bisher wenig oder in anderer Form ausbilden. Aus diesem Grund wurden im Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) in den letzten Jahren eine Reihe von Ausbildungsberufen für den Dienstleistungssektor entwickelt. Wesentliches Ziel eines derzeit laufenden Forschungsprojektes ist es nun, im übergreifenden Vergleich von Zielgruppen und ausgewählten Ausbildungsberufen, Ansatzpunkte für eine Optimierung der Implementation solcher Berufe zu erschließen.¹

Die Implementation wurde exemplarisch untersucht anhand des Automobilkaufmanns/der -kauffrau und der Berufe Kaufmann/Kauffrau im Gesundheitswesen, Verkaufsaufmann/-kauffrau und Sport- und Fitnesskaufmann/-kauffrau. In ihnen kann seit dem 1. August 2001 ausgebildet werden. Letztere drei Ausbildungsberufe erhielten ein gemeinsames Strukturkonzept mit Kern- und Fachqualifikationen, das Mobilität und Beschäftigungsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt sichern soll. Mit dem Automobilkauf-

mann/der Automobilkauffrau, in dem bereits seit 1. August 1998 ausgebildet wird, wurde ein Beruf speziell für eine Branche geschaffen, die traditionell viel ausbildet. Auszubildende sind in der Untersuchung eine der Zielgruppen, die aus ihrer Perspektive die Implementation der neuen Berufe beschreiben und bewerten sollen. Bei der Berufswahlvorbereitung haben sie Informationen eingeholt, Beratungen in Anspruch genommen, die Ausbildungsentscheidung getroffen sowie Erfahrungen mit der Umsetzung in den Betrieben und der Berufsschule gesammelt. Zentrale Kategorien, an denen die Implementation gemessen wurde, sind die *Distribution* der neuen Ausbildungsberufe (z. B. Fragen der Informationsbeschaffung und der Entscheidung für den konkreten Ausbildungsberuf), erste *Erfahrungen und Zufriedenheit* sowie *Verbesserungsvorschläge und Perspektiven*.

Unter **Implementation** werden in diesem Zusammenhang alle Planungs- und Durchführungsmaßnahmen, Institutionen und Prozesse verstanden, die bei der Einführung neuer Ausbildungsberufe auf die verschiedenen Beteiligten einwirken.



BETTINA TRAPPMANN-WEBERS

Dipl.-Sozialwissenschaftlerin, wiss. Mitarbeiterin im Arbeitsbereich „Kaufmännische Dienstleistungsberufe und Berufe der Medienwirtschaft, A.WE.B“ im BIBB

Entscheidungsfindung und Ausbildungsstellensuche

Einen hohen Stellenwert bei der Implementation haben die Quellen, über die Auszubildende auf den jeweiligen Beruf aufmerksam werden. Dazu gehören die Medien und weitere Angebote zur Informationsgewinnung. Zentral sind auch die Aspekte, die ausschlaggebend zur Entscheidung für den konkreten Ausbildungsberuf führen, sowie Fragen der erfolgreichen Ausbildungsstellensuche.

Bei den Sport- und Fitnesskaufleuten, den Automobilkaufleuten und den Veranstaltungskaufleuten kommen die *Erstinformationen* am häufigsten von Mitschülern und Freunden, gefolgt von der eigenen Recherche im Internet oder im Berufsinformationszentrum (BIZ) der Bundesagentur für Arbeit (BA). Die persönliche Beratung der Berufsberater der BA spielt bei den Kaufleuten im Gesundheitswesen eine wesentliche Rolle, und auch die Sport- und Fitnesskaufleute geben diese Quelle noch als wesentlichen Ort der Erstinformation an. Im Laufe ihrer Berufswahl nehmen Auszubildende dann weitere Informationsquellen in Anspruch wie (in Reihenfolge): Informationen im Internet, Broschüren und Bücher, BIZ der BA und die persönliche Beratung der BA. Darüber hinaus sind im Berufswahlprozess der Automobilkaufleute auch Informationsveranstaltungen der Schule und Betriebserkundungen von zentraler Bedeutung.

Unterstützung bei der *Entscheidungsfindung* für ihren jetzigen Ausbildungsberuf haben mehr als die Hälfte – bei den Automobilkaufleuten sogar zwei Drittel – der befragten Auszubildenden in erster Linie über ihre Eltern erfahren. Diese haben ihnen bei der jeweiligen Wahl besonders zugeraten. Positive Resonanz von Freunden, den Ausbildungsberuf zu ergreifen, erfahren die Veranstaltungskaufleute zu

66%, gefolgt von den Automobilkaufleuten zu 49% und den Sport- und Fitnesskaufleuten zu 46%. Die Einflüsse von Familie und Freunden haben gegenüber der Beratung durch die BA offenbar immer noch einen größeren Stellenwert. Eine Ausnahme stellen hier die Kaufleute im Gesundheitswesen dar. Eine entschiedene Ablehnung für einen der neuen Ausbildungsberufe erfolgte lediglich vereinzelt.

Das entscheidende Kriterium und somit den *ausschlaggebenden* Aspekt bei der Entscheidungsfindung stellt aber offensichtlich die Identifikation mit dem Berufsbild und die Attraktivität des Berufs dar. Der Aussage „Ich fand den Beruf einfach gut“ konnten mehr als 70% der befragten Auszubildenden zustimmen. Allerdings fällt der Anteil bei den Kaufleuten im Gesundheitswesen mit 52% deutlich geringer aus als bei den anderen drei Berufen. An zweiter und dritter Stelle stehen eher pragmatische Gründe wie die Tatsache, eine Lehrstelle in diesem Beruf gefunden zu haben, und die Option, mit diesem Ausbildungsberuf am Wohnort bleiben zu können. Unter den offenen Nennungen wird für alle Berufe unter anderem auf Erstberufe hingewiesen, die sich nach Wunsch der Auszubildenden mit den neuen Berufen kombinieren lassen. Den Zugang zu diesen Berufen finden offensichtlich auch ältere Auszubildende und Umschüler, die sich auf eine neue Berufstätigkeit vorbereiten. So war in der durchgeführten Untersuchung das relativ hohe Durchschnittsalter der Auszubildenden auffällig, einzelne Auszubildende waren über 40 Jahre alt.

Auch wenn sich die Gründe für die Wahl der vier Berufe ähneln, zeichnen sich doch unterschiedliche Einstellungen und Haltungen bei der Frage ab, ob es sich um den *Wunschberuf* handelt. So berichten 59% der Veranstaltungskaufleute, 49% der Sport- und Fitnesskaufleute, 41% der Automobilkaufleute, aber lediglich 20% der Kaufleute im Gesundheitswesen, ihren persönlichen Wunschberuf ergriffen zu haben. Bei den Gesundheitskaufleuten wird deutlich, dass sich dahinter oftmals der nicht zu realisierende Studienwunsch in medizinischer Richtung verbirgt. Die meisten der hier befragten Auszubildenden haben ihren aktuellen Ausbildungsplatz durch *Initiativbewerbungen* gefunden. Mehr als die Hälfte der befragten Automobilkaufleute fand über diese Form der Bewerbung den entsprechenden Ausbildungsplatz. Insbesondere die Internetrecherche stellte auch für die angehenden Veranstaltungskaufleute einen Erfolg versprechenden Zugang dar.

Zufriedenheit mit dem gewählten Ausbildungsberuf

Die Auszubildenden bekunden auf der einen Seite ihre *Zufriedenheit* mit dem gewählten Beruf und in vielen Fällen auch die Unterstützung durch den Betrieb bei allen wichtigen Belangen rund um die Ausbildung. Auf der anderen

Abbildung 1 Weiterempfehlung der neuen Ausbildungsberufe



Quelle: BIBB 2005 – Implementation neuer Ausbildungsberufe im Dienstleistungsbereich

Seite wird von einem Teil der Befragten, vor allem bei den Sport- und Fitnesskaufleuten und den Veranstaltungskaufleuten, die geringe Bekanntheit der Ausbildungsordnung im Betrieb und der Umstand, wie genau die Inhalte der Ausbildung an die beruflichen Anforderungen angepasst sind, kritisch eingeschätzt. Des Weiteren zeigt sich, dass die Möglichkeiten die Branche zu wechseln, recht zurückhaltend bewertet werden. So sind bei den angehenden Automobilkaufleuten und den Kaufleuten im Gesundheitswesen lediglich 19% und bei den Sport- und Fitnesskaufleuten 23% damit sehr zufrieden bzw. zufrieden. Bei den angehenden Veranstaltungskaufleuten wird der mögliche Branchenwechsel im Vergleich mit allen drei anderen Berufen mit 36% insgesamt besser bewertet.

Eine Einschätzung in Bezug auf das Ansehen des Ausbildungsberufes und der Weiterempfehlung gibt Aufschluss darüber, wie die Auszubildenden über die neuen Berufe mit anderen potenziellen Interessenten kommunizieren und welche Chancen sich hieraus für die Schaffung einer positiven Öffentlichkeit über die neuen Berufe ergeben. So wurden die Auszubildenden gebeten, das Ansehen ihres Ausbildungsberufes unter Freunden bzw. Ausbildungssuchenden einzuschätzen. Im Ergebnis sind die Auszubildenden überwiegend der Ansicht, dass ihr Beruf unter den jungen Erwachsenen ein eher gutes bis sehr gutes Ansehen genießt. Insbesondere die Veranstaltungskaufleute sind zu ca. 90% davon überzeugt, Automobilkaufleute zu 83% und Sport- und Fitnesskaufleute zu 80%. Etwas weniger überzeugt sind die Gesundheitskaufleute zu 68%. Obwohl für die Auszubildenden ihr Ausbildungsberuf einen hohen Prestigefaktor darstellt, würden sie – wie die Abbildung 1 belegt – ihren gewählten Ausbildungsberuf nur mit Ein-

schränkung an andere Ausbildungssuchende weiterempfehlen. Dieser Anteil ist mit 66% bei den Veranstaltungskaufleuten und mit 63% bei den Sport- und Fitnesskaufleuten besonders groß. Die Ergebnisse zeigen, dass Auszubildende ihre Empfehlung für die neuen Ausbildungsberufe eher abwägen und dass vermutlich insgesamt angesprochene Kritikpunkte Einfluss auf die Einstellung zum Beruf nehmen.

Verbesserungsvorschläge und Perspektiven

Eine der zentralen Aufgaben dieser Untersuchung besteht darin, eine Einschätzung des Implementationserfolges aus Sicht der beteiligten Akteure zu erlauben. Aus Sicht der Auszubildenden geben beispielsweise mögliche Verbesserungswünsche im Zusammenhang mit ihrem Ausbildungsberuf wertvolle Hinweise über den Erfolg bzw. über erforderliche Nachbesserungsbedarfe. Abbildung 2 gibt die Nennungen einer offenen Frage zu den *Verbesserungsvorschlägen* bezüglich des Ausbildungsberufes wieder. In den Fällen, in denen Verbesserungsvorschläge benannt werden, sind diese zwar breit gestreut, geben aber ein transparentes Bild hinsichtlich der Schwerpunkte und Differenzierungen zwischen den Berufsbildern ab.

Die Kritikpunkte bei den angehenden Automobilkaufleuten lassen sich zwei Themenbereichen zuordnen: Zum einen werden die Aufgaben des Auszubildenden im Betrieb oder die Eignung des Ausbildungsbetriebs angesprochen, zum anderen kritisieren die Auszubildenden die Inhalte der Ausbildung (z. B. Ausbildungsordnung, -plan, Praxisbezug). Es wird häufig der Wunsch geäußert, im Betrieb auch anspruchsvollere Aufgaben übernehmen zu dürfen.

	Automobilkaufleute n=150	Kaufleute im Gesundheitswesen n=81	Sport- und Fitnesskaufleute n=123	Veranstaltungskaufleute n=115
habe keine Verbesserungsvorschläge	41	22	29	12
Lehrstellensuche	5	14	7	10
Lehrgang/Weiterbildung/Zusatzausbildung	10	9	15	5
Lohn/Gehalt	9	2	7	10
Arbeitsbedingungen/Arbeitszeiten	3	1	6	10
Lehrmittel/Unterrichtsmittel	3	30	2	21
Inhalte der Ausbildung/Ausbildungsplan/-ordnung/Praxisbezug	25	46	39	39
Entfernung der Berufsschule	1	1	2	6
Zusammenarbeit von Betrieb und Berufsschule	6	12	9	9
Berufsschule allgemein/Lehrer/Organisation (Block)	9	17	7	31
Betrieb/Aufgabe der Auszubildenden im Betrieb/Eignung des Betriebes	21	17	48	41

Quelle: BIBB 2005 – Implementation neuer Ausbildungsberufe im Dienstleistungsbereich

Abbildung 2
Verbesserungsvorschläge der Auszubildenden

Angaben in Prozent, jeweils Anteil „offene Nennug gemacht“, Mehrfachnennung möglich, n=469 schriftliche Fragebögen von Auszubildenden

Übersicht Merkmale der befragten Auszubildenden

Merkmale der befragten Auszubildenden	Automobilkaufleute	Kaufleute im Gesundheitswesen	Sport- und Fitnesskaufleute	Veranstaltungskaufleute
Zahl der Befragten	n = 150	n = 81	n = 123	n = 115
Durchschnittsalter	21 Jahre	26 Jahre	22 Jahre	24 Jahre
Höchstalter	43 Jahre	47 Jahre	43 Jahre	44 Jahre
Geschlecht	53% männlich, 47% weiblich	33% männlich, 67% weiblich	46% männlich, 54% weiblich	37% männlich, 63% weiblich
Ausbildungsjahr	55% im 2. Jahr, 45% im 3. Jahr	53% im 2. Jahr, 47% im 3. Jahr	58% im 2. Jahr, 42% im 3. Jahr	50% im 2. Jahr, 50% im 3. Jahr
Organisation des Berufsschulunterrichts	8% Block	69% Block	24% Block	58% Block

Quelle: BIBB 2005 – Implementation neuer Ausbildungsberufe im Dienstleistungsbereich

Fast die Hälfte der Befragten bei den Gesundheitskaufleuten gibt an, dass sie die Inhalte der Ausbildung für verbesserungswürdig halten. Einige Aussagen beziehen sich auf die Ausrichtung des Ausbildungsberufes auf Krankenhäuser und darauf, dass andere Tätigkeitsbereiche wie stationäre und ambulante Senioren- und Pflegeeinrichtungen oder Sanitätshäuser in der Ausbildungs- und Prüfungsordnung zu wenig berücksichtigt würden. Knapp jeder dritte Auszubildende bemängelt fehlende Lehrmaterialien hinsichtlich der Verbindung von medizinischem Fachwissen auf hohem Anspruchsniveau und den kaufmännischen Inhalten.

Bei den Sport- und Fitnesskaufleuten und den Veranstaltungskaufleuten hat fast jeder Zweite konkrete Verbesserungswünsche, die vor allem die Rahmenbedingungen der Ausbildung im Betrieb betreffen. Die Auszubildenden, die in Fitnessstudios eingesetzt werden, bemängeln häufig, dass sie zu wenig fachbezogene Aufgaben übernehmen können. Da sie zu viel an der Empfangstheke oder in Trainingskursen oder auch als Putzkraft eingesetzt würden, litt die kaufmännischen Inhalte. Auch die Veranstaltungskaufleute fühlen sich oft nicht fachbezogen eingesetzt und sprechen ebenso von der mangelnden Ausbildungseignung der Betriebe. Hinzu kommen unregelmäßige und lange Arbeitszeiten in der Veranstaltungsbranche, die häufig den Besuch des Berufsschulunterrichts – insbesondere bei Blockunterricht – erschweren.

Trotz des branchenspezifischen Zuschnitts sind die Auszubildenden mehrheitlich der Meinung, dass sie die vermittelten Qualifikationen, z. B. durch Zusatzqualifikationen bereits während der Ausbildung, aber vor allem im Anschluss daran, kontinuierlich ausbauen müssen. Nach Abschluss der Ausbildung plant je etwa die Hälfte der Auszubildenden die Teilnahme an einer weiterführenden Qualifizierung. Hinsichtlich der *Perspektiven* und Aussichten nach absolvierter Ausbildung unterscheiden sich die Auszubildenden der vier Ausbildungsberufe nur unwesentlich voneinander. Die Mehrheit der befragten Auszubildenden, und zwar zwischen 60 und 70 %, plant, nach Beendigung der Ausbildung im erlernten Beruf arbeiten zu wollen; bei den angehenden Gesundheitskaufleuten sind dies sogar 86 %.

Fazit

In diesem Beitrag zum Projekt „Implementation neuer Ausbildungsberufe im Dienstleistungsbereich“ sollten zunächst die Auszubildenden selbst zu Wort kommen. In einem nächsten Schritt werden im Projekt die Sichtweisen und Interessen weiterer Akteure wie z. B. Betriebe, Berater der BA und Ausbildungsberater der Kammern aufgezeigt und wird spezifischen Fragen in Expertengesprächen nachgegangen. Die hier vorgestellten Ergebnisse zeichnen ein vielschichtiges Bild, das neben zahlreichen Gemeinsamkeiten unterschiedliche Stärken und Schwächen der vier neuen Ausbildungsberufe selbst offenbart. Nicht nur die Ausbildungsbeteiligung, sondern auch die Ausbildungsfähigkeit der Betriebe ist ein weiterer zentraler Punkt, der bereits jetzt deutlich wird. Mit den neuen Ausbildungsberufen sollten Ausbildungsplätze in Bereichen und damit in Betrieben erschlossen werden, die bislang wenig Erfahrung bei der dualen kaufmännischen Ausbildung aufweisen bzw. aus Mangel an passgerechten Qualifikationen bisher gar nicht oder in anderer Form ausgebildet haben. Sie sollten neu für diese Form der längerfristigen Nachwuchssicherung und -förderung gewonnen werden. Die Ergebnisse belegen, dass aus der Sicht der Auszubildenden zu einer erfolgreichen Implementation die kontinuierliche Sicherung von Ausbildungsqualität gehört, um den Weiterbestand der Berufe langfristig zu sichern. Diese Aufgabe erfordert auch nach erfolgter Einführung eines Berufes ein konsequentes Handeln der an der Berufsbildung beteiligten Akteure und Implementationsträger. ■

Literatur

BEINKE, L.: Berufsorientierung – der erste Schritt zum Ausbildungserfolg. In: *Wirtschaft und Erziehung* 57 (2005) 7/8, S. 276–279

EBERHARDT, V.; KREWERTH, A.; ULRICH, J. G.: „Man muss geradezu perfekt sein, um eine Ausbildungsstelle zu bekommen.“ Die

Situation aus Sicht der Lehrstellenbewerber. In: *BWP* 34 (2005) 3, S. 10–13

Qualitätssicherung beruflicher Aus- und Weiterbildung. Ergebnisse aus dem BIBB. *Wiss. Diskussionspapier*. BIBB (Hrsg.), Bonn 2006, www.bibb.de/de/5720.htm

Anmerkungen

1 Weitere Informationen zum Forschungsprojekt des BIBB sind zu finden unter www.2.bibb.de/tools/fodb/pdf/at-41102.pdf. Um die Zielgruppen und Fragestellungen adäquat abzudecken, ist ein komplexes Untersuchungsdesign erforderlich. Die hier vorgestellte Teiluntersuchung

beruht auf einer Classroom-Befragung von insgesamt 469 Auszubildenden des 2. und 3. Ausbildungsjahres im November 2005 in sieben Bundesländern. Es werden dabei jeweils unterschiedliche Ausbildungsbetriebe, Kammerbezirke und Arbeitsagenturen abgebildet.