

Sophia Hille / Martin Lang / Rolf R. Reibold

DHI

**Analyse des Berufswahlverhaltens von
Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufen I
und II in der Phase der Berufsorientierung am
Beispiel der Region Köln-Bonn**

Arbeitshefte zur berufs- und
wirtschaftspädagogischen Forschung
Heft A 12

Forschungsinstitut für
Berufsbildung im Handwerk
an der Universität zu Köln



Arbeitshefte zur berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung

Herausgeber:

Forschungsinstitut für Berufsbildung im Handwerk
an der Universität zu Köln, Forschungsinstitut im Deutschen
Handwerksinstitut (DHI)

Heft A 12

ISSN 2193-5882

Köln, Oktober 2011 (Überarbeitete Fassung)

Das Forschungsinstitut für Berufsbildung im Handwerk an der Universität zu Köln wird im Verbund des Deutschen Handwerksinstituts (DHI) e.V. gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages sowie von den Wirtschaftsministerien der Bundesländer und vom Deutschen Handwerkskammertag.

Inhalt

1	AUSGANGSLAGE UND FRAGESTELLUNG	1
2	METHODISCHE DURCHFÜHRUNG DER UNTERSUCHUNG	2
2.1	SCHRIFTLICHE BEFRAGUNG DER SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER.....	2
2.2	MEDIENANALYSE.....	3
3	DARSTELLUNG DER ERGEBNISSE.....	9
3.1	ERGEBNISSE DER SCHRIFTLICHEN BEFRAGUNG.....	9
3.1.1	SOZIALSTATISTISCHE DATEN DER PROBANDEN	9
3.1.2	NUTZUNG DER BERUFSWAHLORIENTIERENDEN INFORMATIONSMANGEBOTE	9
3.1.3	PRAXISERFAHRUNGEN DER JUGENDLICHEN.....	14
3.1.4	GRÜNDE FÜR DIE BERUFSWAHL.....	15
3.1.5	ERFAHRUNGEN MIT BEWERBUNGSSITUATIONEN.....	15
3.1.6	ZUSAMMENHÄNGE ZWISCHEN DER NUTZUNG VON INFORMATIONSMQUELLEN UND DEM GEFÜHL DES ,VORBEREITETSEINS'	16
3.1.7	BEKANNTHEIT VON HANDWERKSBERUFEN.....	17
3.2	ERGEBNISSE DER MEDIENANALYSE.....	20
3.2.1	ERSTEINSCHÄTZUNG DER INTERNETSEITEN	20
3.2.2	EX-POST-BEWERTUNG DER INTERNETSEITEN.....	21
3.2.3	BENUTZERVERHALTEN AUF DER WEBSEITE UND ANKNÜPFUNGSPUNKTE FÜR DIE GESTALTUNG VON INFORMATIONSMWEBSEITEN.....	23
4	FAZIT UND AUSBLICK	27
5	LITERATUR.....	27

1 Ausgangslage und Fragestellung

Den Ausgangspunkt für die diesem Bericht zugrunde liegende Studie, die in Kooperation mit der Handwerkskammer zu Köln durchgeführt wurde, bildet die Frage, wie Übergänge von Schulabgängerinnen und -abgängern ins Berufsleben bzw. ins duale Ausbildungssystem – insbesondere ins Handwerk – erleichtert werden können.

In einem vertikal und horizontal stark untergliederten Bildungssystem, wie es in Deutschland vorzufinden ist, stehen Jugendlichen nach Abschluss der Schullaufbahn viele Möglichkeiten einer beruflichen Entwicklung zur Verfügung. Neben etwa 350 Ausbildungsberufen, von denen ca. 120 im Handwerk angesiedelt sind¹, sehen sich die jungen Menschen einer Vielzahl von Studiengängen und vollzeitschulischen Angeboten gegenüber. Dabei entscheidet sich etwa die Hälfte der Schulabgänger für eine Erstausbildung im dualen System.²

Verschiedene theoretische Modelle versuchen die Entscheidungsprozesse bei der Berufswahl zu beschreiben und zu erklären, wurden aber z.T. in den 60er und 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts unter den damaligen gesellschaftlichen Bedingungen entwickelt.³ Teilweise werden in der aktuellen Betrachtung von Entscheidungsprozessen in der Berufswahl „Empfehlungen von glaubwürdigen Bezugspersonen“⁴ als mögliche Faktoren diskutiert. In diesem Zusammenhang scheinen die an allgemein bildenden Schulen curricular verankerten Maßnahmen zur Berufswahlorientierung (Schulpraktika, Messen usw.) sowie auch Eltern und Altersgenossen und Angebote der Agentur für Arbeit wichtige Informanten der Jugendlichen für ihre Berufsorientierung darzustellen – eine empirische Überprüfung scheint an dieser Stelle sinnvoll.⁵

Mit dem für die Handwerkswirtschaft besonders relevanten Fokus auf künftige Haupt- und Realschulabgänger (9. und 10. Schuljahr) gilt es in dieser Studie, das Berufswahlverhalten von Jugendlichen empirisch zu untersuchen. Insbesondere steht dabei die Frage im Mittelpunkt, welche berufswahlorientierenden Angebote von den Schülerinnen und Schülern wann angenommen werden

¹ Vgl. BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (BIBB) 2010, o.S.

² Vgl. BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (BIBB) 2011, S. 52.

³ Vgl. SUPER et al. 1963, vgl. LANGE 1978, vgl. HOLLAND 1973, vgl. überblicksartig auch VERSTEGE/MAYER 2011, S. 217ff.

⁴ NEUENSCHWANDER / HARTMANN 2011, S. 41.

⁵ Vgl. MINISTERIUM FÜR SCHULE, JUGEND UND KINDER DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN 2004, S. 31; vgl. KULTUSMINISTERIUM DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN 1989, S. 86f. u. S. 97f.; KULTUSMINISTERIUM DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN 1979, S. 81f. und S. 131f.; vgl. auch BEINKE 2006.

und wie sie diese Angebote hinsichtlich ihres Nutzens bewerten.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Verbreitung und Nutzung von Internetzugängen⁶ galt darüber hinaus besonderes Interesse den berufswahlorientierenden Angeboten im Internet, die als zukunftsorientierte Option der Informationsgewinnung mittels einer Medienanalyse näher in den Blick genommen werden. Hierbei ist zu untersuchen, inwiefern die Informationssuche der Jugendlichen im Internet erfolgreich ist, welche Seiten zur Recherche bevorzugt werden, welche Anforderungen Jugendliche an Internetseiten stellen und wie die Jugendlichen letztlich bei der Informationssuche vorgehen.

Aus den Erkenntnissen lassen sich Handlungsempfehlungen für die Gestaltung von webbasierten Informationsangeboten ableiten.

2 Methodische Durchführung der Untersuchung

Die Durchführung der empirischen Untersuchung erfolgte in zwei Phasen. Zunächst wurde eine quantitative Befragung der Zielgruppe mittels eines standardisierten Fragebogens vorgenommen. In einem zweiten Schritt wurde eine qualitative Medienanalyse mit einer kleineren Stichprobe der Grundgesamtheit durchgeführt. Die Ergänzung der quantitativen Befragung um qualitative Verfahren diente dabei weniger der Validierung der quantitativen Ergebnisse als vielmehr der Ergänzung um die Nutzerperspektive bezogen auf die mediale Aufbereitung von Informationsangeboten im Internet.

2.1 Schriftliche Befragung der Schülerinnen und Schüler

Insgesamt wurden 483 Schülerinnen und Schüler der Klassen 9 und 10 an folgenden Haupt- und Realschulen aus dem Kreis Köln befragt:

- Gemeinschaftshauptschule Nürnberger Straße, Köln
- Johannes-Gutenberg-Realschule, Köln
- Johannes-Bendel-Realschule, Köln
- Gemeinschaftshauptschule, Rösrath
- Städtische Realschule, Erftstadt

Zum Einsatz kam ein standardisierter Fragebogen, der vorwiegend geschlossene Fragen zu den folgenden Themenblöcken beinhaltete: ‚Angaben zur Person‘, ‚Nutzung von Angeboten der

⁶ In einer Studie des MEDIENPÄDAGOGISCHEN FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST (vgl. ebenda 2008) gaben 56% der Hauptschüler an, das Internet täglich zu nutzen, wohingegen Realschüler mit 60% eine höhere Nutzungsfrequenz aufzeigten. Die Dauer der Internetnutzung pro Tag wurde mit durchschnittlich 120 Minuten angegeben. Von 38% der Befragten wurde die regelmäßige Informationssuche für eine Ausbildung als Grund für die Internetnutzung angegeben.

Berufsorientierung', ‚Erfahrung mit Schulpraktika und dem Bewerbungsprozess', ‚Motive der Berufswahl' sowie ‚eigene Zukunftsperspektiven'. Die Verteilung und Bearbeitung der Fragebogen fand in den drei Schulen in Köln unter der Anwesenheit von studentischen Hilfskräften statt. Zudem wurden die beiden Schulen, die im weiteren Umkreis Kölns liegen, schriftlich darum gebeten, die Fragebogen an die Schüler zu verteilen und zurückzusenden. Auf diese Weise konnte ein hoher Rücklauf gewährleistet werden.

2.2 Medienanalyse

Die Medienanalyse konzentrierte sich auf die Bewertung der Nutzbarkeit verschiedener Online-Angebote bzw. das Nutzungsverhalten von Schülerinnen und Schülern.

Die für die Durchführung der Medienanalyse ausgewählten Internetseiten sind Online-Angebote zur Berufswahlorientierung im Handwerk sowie die Internetsuchmaschine *Google*. Sie spielen sowohl bei der Präferenzwahl der Jugendlichen zur Informationsrecherche im Handwerk als auch in der anschließenden Bewertung dieser Seiten eine wichtige Rolle. Die engere Auswahl der Internetseiten kam in Absprache mit der Handwerkskammer zu Köln zustande.

Diese Internetangebote sind im Einzelnen:

- „www.handfest-online.de“, eine vom Westdeutschen Handwerkskammertag e.V. initiierte Seite, die sich selbst als „Berufs-Info-Plattform zum Jugendmagazin des Handwerks ‚handfest““ bezeichnet. Der Westdeutsche Handwerkskammertag e.V. ist eine Dachorganisation der Handwerkskammern Nordrhein-Westfalens und agiert somit auf Länderebene. Ziel dieser Seite ist es, Informationen an Interessierte zu vermitteln und ihnen mit Hilfe von Kontaktmöglichkeiten das Handwerk näher zu bringen. Die Seite gibt Informationen zu Handwerken unter einzelnen Rubriken mit grundsätzlichen Informationen über den Beruf sowie Bildern zur Veranschaulichung. Zudem gibt es Informationen über Weiterbildungsmöglichkeiten und die Internetseite verfügt über eine Betriebsdatenbank der Ausbilder im Handwerk. Allgemein gibt es Informationen über das duale System, die Prüfung in der Ausbildung und Ausbildungsextras.
- Bei der Internetseite „www.handwerksberufe.de“ handelt es sich um eine von der Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern entwickelte Plattform, die Handwerke vorstellt und Informationen zu allen Handwerksberufen anbietet. Auf der Seite kann der Anwender individuell recherchieren sowie anhand der ‚Job-Maschine‘ eine spielerische Auseinandersetzung mit Handwerksberufen erfahren. Alle Handwerksberufe sind zudem von „A bis Z“ aufgelistet und durch Auswahl eines Berufes sind Informationen und Bilder einzusehen, ebenso sind Verweise zu ähnlichen Berufen im Handwerk aufgeführt. Weitere Informationen findet man in Form von PDF-Dokumenten sowohl für Jugendliche als auch für Lehrer zur Unterrichtsvorbereitung hinterlegt.

- „www.berufsinfo.org“ ist eine Seite über das Handwerk, die von der Handwerkskammer zu Köln ins Leben gerufen wurde. Die Seite verknüpft verschiedene Informationen über Handwerksberufe; gleichzeitig listet sie offene Lehrstellen, die den jeweiligen Handwerksberufen zugeordnet sind, auf und ermöglicht so den Kontakt zwischen Interessierten und den Ausbildungsbetrieben der Region. Zusätzlich wird eine digitale Karte mit dem Ort des Betriebes angezeigt. Neben detaillierten Informationen zu den Handwerksberufen gibt es auch Angaben zum Gehalt und den jeweiligen Berufsschulen im Umkreis.

Als Teilnehmer an der Medienanalyse wurden 21 Schülerinnen und Schüler als zufällige Stichprobe aus dem Kreis derer ausgewählt, die bereits zuvor an der schriftlichen Befragung teilgenommen hatten. Die Untersuchung wurde an zwei getrennten Terminen vorgenommen. Bei der ersten Untersuchung waren es sieben Schüler, wovon sechs die Realschule besuchten bzw. gerade beendet hatten und ein Schüler den Hauptschulabschluss Klasse 10 erworben hatte. Die Realschüler waren fünf Schüler der Klasse 9 und eine Schülerin der Klasse 10. Zur zweiten Untersuchung erschienen 14 Schüler einer Hauptschule, die zurzeit die 9. Klasse besuchten.

Für die Medienanalyse wurde der Untersuchungsraum mit zehn Laptops ausgestattet, die mit einem Internetzugang versehen waren. Die Laptops waren so aufgebaut, dass jederzeit Einblick auf die Bildschirme möglich war, um ein von der Aufgabenstellung unabhängiges Verhalten der Schüler schnell zu bemerken und sie an ihre Aufgabe zu erinnern. Die Laptops verfügten bei einem Teil der Untersuchungen über die Software Silverback⁷, mit der ermittelt werden konnte, wann sich die Schüler auf welcher Internetseite und wo genau auf dieser Seite befanden. Mithilfe der Software konnten die Mausbewegungen und die jeweils aufgerufenen Seiten für die spätere Auswertung aufgezeichnet werden. Dieses Tool wurde bei der ersten Teilnehmergruppe zur Analyse der Nutzung und des Verhaltens der Jugendlichen auf den jeweiligen Internetseiten verwendet.

Die Medienanalyse gliederte sich in folgende Phasen:

1. Präsentation der drei Internetseiten des Handwerks („www.handfest-online.de“, „www.handwerksberufe.de“, „www.berufsinfo.org“) sowie der Google-Suchseite per Beamer und Abfrage bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmer, welche Seite sie für die Recherche von Informationen zu Ausbildungen im Handwerk nutzen würden

⁷ Silverback von Clearleft ist eine Software, welche die Mauszeigerbewegungen und Eingaben, die am Bildschirm sichtbar werden, aufzeichnet. Normalerweise wird dazu noch die in den Computer / Laptop integrierte Kamera verwendet und das Mikrofon. Kamera und Mikrofon wurden in dieser Untersuchung aus Datenschutzgründen nicht aufgezeichnet. Weitere Informationen finden sich unter <http://silverbackapp.com>.

2. Recherchetätigkeit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf den Internetseiten – ohne und mit konkreten Suchaufträgen mit Aufzeichnung der Aktivitäten durch die Software Silverback sowie Befragung zu den einzelnen Seiten per Fragebogen
3. Erneute Abfrage bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmer, welche Seite sie für die Recherche von Informationen zu Ausbildungen im Handwerk nutzen würden
4. Leitfadengestütztes Interview mit drei Teilnehmerinnen und Teilnehmern

Die Internetseiten, die zu Anfang der Medienanalyse per Beamer an die Wand projiziert wurden, sollten den Schülern eine Auswahl zur Informationssuche über das Handwerk im Internet bieten. Hierzu wurden, wie auch für den Kern der Medienanalyse, drei Seiten des Handwerks gewählt und zudem die Internetsuchmaschine Google. Die Schülerinnen und Schüler sollten sich zunächst vorab entscheiden, welche Internetseiten sie zur näheren Informationssuche zu Ausbildungen im Handwerk nutzen würden. Nach der tiefgehenden Untersuchung der Seiten sollten sie sich erneut entscheiden.

Um diese Information zu erhalten, wurden allen Schülern Karten mit Ziffern von 1 bis 4 ausgeteilt und den Internetseiten auf der projizierten Folie die Nummern zugeordnet. Es wurden dann folgende Fragen an die Schüler gerichtet:

„Ihr möchtet euch über Berufe, im Speziellen über Handwerksberufe informieren. Zur Auswahl habt ihr folgende 4 Internetseiten. Welche würdet ihr auswählen um euch zu informieren, also beispielsweise über Handwerksberufe wie den Friseur, Kraftfahrzeugmechaniker, Elektroniker?“

Die in Abbildung 1 aufgeführten Startseiten wurden mit Hilfe eines Beamers an die Wand projiziert.

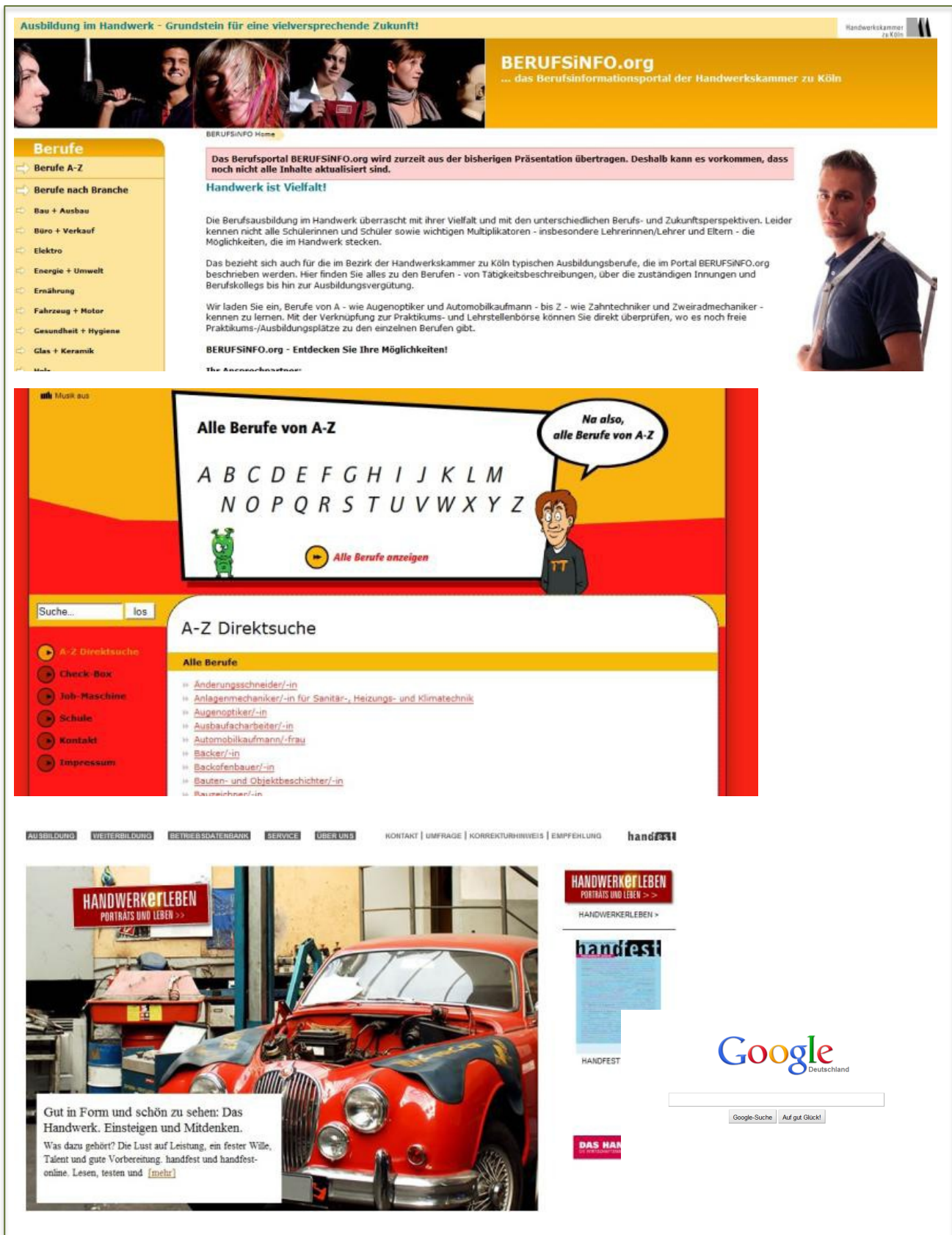


Abbildung 1: Startseiten der ausgewählten Internetseiten

Es wurde hier eine direkte Wahl durchgeführt, die durch die Verwendung der Ziffernkarten eine Beeinflussung bei der Wahl durch die anderen Schüler minimieren sollte. Zusätzlich wurden unnötige Unterhaltungen unter den Schülern verhindert, um die Unabhängigkeit in der Wahl zu gewährleisten. Trotzdem gab es kurze Wortäußerungen seitens der Schüler, die ihre Wahl laut zu kommentieren versuchten.

In der darauffolgenden Phase nahmen die Schüler an den zur Verfügung stehenden Laptops Platz. Die Schüler hatten in diesem Teil der Medienanalyse die Möglichkeit, anhand konkreter Aufgabenstellungen sowie der freien Recherchemöglichkeit die drei Seiten des Handwerks kennenzulernen und zu nutzen. Der Schwerpunkt lag in der Beurteilung ihrer Wahrnehmung der jeweiligen Internetseite und ihrem ersten Eindruck nach der Auseinandersetzung mit diesen. Folgende Aufgaben wurden den Teilnehmern nach festgelegten Zeitintervallen und nach Nutzung der Seite gestellt:

- Aufgabe 1: „Öffnet jetzt bitte die Internetseite (1.) www.handfest-online.de; 2.) www.handwerksberufe.de; 3.) www.berufsinfo.org). Ihr habt jetzt drei Minuten Zeit euch die Seite anzugucken und ihr könnt auf der Seite machen, was ihr möchtet.“ [3 Minuten]
- Aufgabe 2: „Sammelt jetzt bitte Informationen über Berufe, die euch interessieren.“ [4 Minuten]
- Aufgabe 3: „Sammelt Informationen über den Handwerksberuf des/der Augenoptiker/in (Zweiradmechaniker/in, Konditor/in).“ [3,5 Minuten]

Unmittelbar nach jeder Bearbeitung einer Internetseite wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ein Fragebogen in gleicher Ausführung ausgeteilt.

Die Internetseiten wurden von den Schülerinnen und Schülern im Hinblick auf folgende Kriterien auf einer Intervallskala bewertet:

1. Ist die Internetseite aus Sicht der Jugendlichen informativ,
2. sind die wichtigen Informationen vorhanden und
3. können diese schnell gefunden werden?

Diese Fragen gehen letztlich auf den Informationsgehalt und die Zugriffsmöglichkeiten aus der Sicht der Jugendlichen ein. Zudem wurde eine Gesamteinschätzung von den Jugendlichen abgefragt,

4. ob sie die jeweiligen Internetseiten Freunden weiterempfehlen würden.

Es wurde eine Intervallskala-Fragestellung gewählt, um geschlossene Fragen zur schnellen Bearbeitung und zur eindeutigen Auswertung zu erhalten sowie eine Vergleichbarkeit der verschiedenen Internetseiten zu ermöglichen. So konnte sichergestellt werden, möglichst einfach und schnell eine spontane Einschätzung zu erhalten.

Zuletzt wurden drei Schüler für ein Leitfadenterview stichprobenartig ausgewählt. Dabei wurde beachtet, zumindest einen Teilnehmer der jeweiligen Schulrichtung vertreten zu haben; zudem sollte bei diesen drei Schülern mindestens einen Schüler der Klasse 9 und einen Schüler der Klasse 10 vertreten sein.

Die Leitfadenterviews wurden als Einzelinterviews in getrennten Räumen durchgeführt und waren somit voneinander unabhängig. Für die genauere Analyse der Meinung der Jugendlichen zu den einzelnen Internetseiten des Handwerks bot sich ein strukturiertes Interview in Form eines Leitfadenterviews an, um anhand festgelegter Fragen die Antworten der Schüler gegebenenfalls vergleichen zu können. Vorteile strukturierter Interviews sind unter anderem die vorstrukturierten Daten und die Erleichterung in der Auswertung sowie die Vergleichbarkeit der verschiedenen Interviewpartner. Die Fragen wurden von den drei verschiedenen Interviewern vom Protokollblatt abgelesen, um eine Abweichung durch zum Beispiel sehr unterschiedliche Fragestellungen zu vermeiden. Das Interview wurde mit Hilfe von Diktiergeräten aufgezeichnet und so zur eingehenden Analyse festgehalten und anschließend transkribiert. Das Leitfadenterview nahm durchschnittlich eine Viertelstunde in Anspruch.

Es wurde ein möglichst kompaktes Leitfadenterview ausgewählt, das auf Ja-Nein-Fragen verzichtet, um umfangreiche Antworten zu erhalten. Außerdem wurde das Leitfadenterview so aufgebaut, dass es Schlüssel- und Eventualfragen gab. Letztere sollten eingesetzt werden, wenn durch die Schlüsselfragen eine ausführliche und begründete Antwort noch nicht erfolgt war oder Unklarheiten bestanden. Zur besseren Erinnerung an die Internetseiten hatte jeder Interviewer die Hauptseite der Handwerksseiten ausgedruckt vorliegen, damit während des Interviews Verwechslungen vorgebeugt werden konnte.

Zudem mussten die Interviewer einen kurzen Bogen zur Einschätzung des Interviewpartners und des Verlaufs des Interviews ausfüllen, um besondere Auffälligkeiten ggf. berücksichtigen zu können.

Das Leitfadenterview dient der ergänzenden Begründung und Analyse der verschiedenen Untersuchungsbereiche. Es bezieht sich auf mehrere Aspekte der anderen Untersuchungseinheiten der Medienanalyse. Das Leitfadenterview stellt zum einen den Bezug zum Berufswahlverhalten der Jugendlichen her, wobei der Schwerpunkt in der genaueren Analyse der Internetseiten und einer verstärkten Begründung der Bewertung zu ebendiesen Seiten stattfinden soll. Zudem wurde im Leitfadenterview ermittelt, wie die Interviewten zum Handwerk stehen und wie sie ihre berufliche Zukunft sehen.

3 Darstellung der Ergebnisse

3.1 Ergebnisse der schriftlichen Befragung

3.1.1 Sozialstatistische Daten der Probanden

Befragt wurden insgesamt 483 Schülerinnen und Schüler im Alter zwischen 14 und 19 Jahren, davon 54 % männlich und 46 % weiblich. Es besuchten 45 % (N = 219) die Haupt- und 55 % (N = 264) die Realschule. 3 Fragebögen wurden nicht ausgefüllt, so dass 480 Bögen die Grundlage für die weitere Auswertung darstellten. Die Untersuchung wurde sowohl in den neunten als auch in den zehnten Klassen durchgeführt. Dabei verteilten sich die Schülerinnen und Schüler in den jeweiligen Schulformen wie folgt:

	Hauptschule	Realschule	Gesamt
Klasse 9			
Anzahl	114	159	273
% innerhalb Schulform und Klasse 9	41,8 %	58,2 %	100 %
% innerhalb von Klasse 9	52,5 %	60,5 %	56,9 %
Klasse 10			
Anzahl	103	104	207
% innerhalb Schulform und Klasse 10	49,8 %	50,2 %	100 %
% innerhalb von Klasse 10	47,5 %	39,5 %	43,1 %
Gesamt			
Anzahl	217	263	480
% innerhalb Schulform und Klasse	45,2 %	54,8 %	100 %
% innerhalb von Klasse	100 %	100	100 %

Abb. 2: Verteilung der Schülerinnen und Schüler nach Schulform und Klasse⁸

3.1.2 Nutzung der berufswahlorientierenden Informationsangebote

Im Rahmen der Befragung wurden den Schülerinnen und Schülern unterschiedliche Informationsquellen genannt, die für die Berufswahlorientierung von Bedeutung sein könnten. Die Befragten sollten auf einer Skala mit den Kategorien ‚regelmäßig‘, ‚selten‘ und ‚nie‘ angeben, ob bzw. wie häufig sie diese Angebote genutzt haben.

⁸ Die Differenz zur Gesamtzahl der Befragten resultiert aus fehlenden Werten, d.h. nicht ausgefüllten Fragebögen.

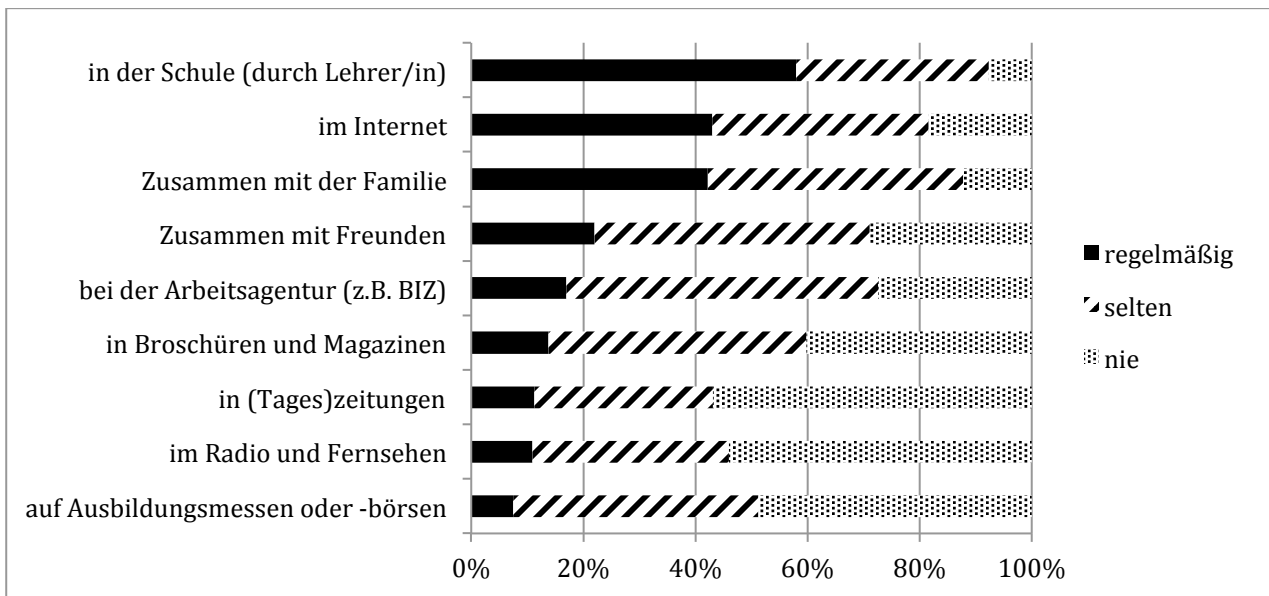


Abb. 3: „Wie oft informierst Du Dich über mögliche Berufe?“

Betrachtet man zunächst die Quantität der Berufswahlinformationen, dominieren die Informationsquellen Schule, Internet und Familie deutlich. Knapp 60 % der Befragten geben an, dass es in der Schule zu regelmäßigen Informationsangeboten zur Berufswahl kommt. Mehr als 40 % der Befragten informieren sich zudem regelmäßig im Internet oder im Kreise der Familie. Aus der Abbildung wird auch deutlich, dass die klassischen Medien wie Tageszeitungen, Radio und Fernsehen bei der unmittelbaren Informationssuche durch die Schülerinnen und Schüler selbst eine eher untergeordnete Rolle spielen. Nicht erhoben wurde in diesem Kontext, inwieweit diese Medien für die Bezugspersonen (Lehrer, Familie) eine wichtige Bedeutung haben. Der niedrige Wert für den Besuch von Ausbildungsmessen oder -börsen könnte damit im Zusammenhang stehen, dass diese nur sporadisch angeboten werden und somit nur für eine punktuelle Informationsbeschaffung geeignet erscheinen.

Betrachtet man die Informationswege getrennt für die beiden untersuchten Schulformen, so zeigen sich doch deutliche Unterschiede zwischen Haupt- und Realschülern. So nutzen Schülerinnen und Schüler der Hauptschule deutlich häufiger Informationsangebote der Schule, der Arbeitsagentur und bei Ausbildungsmessen oder -börsen sowie etwas häufiger die Möglichkeit, sich zusammen mit Freunden zu informieren. Demgegenüber nutzen Schülerinnen und Schüler der Realschule etwas häufiger mediale Angebote aus Radio, Fernsehen, Broschüren und Magazinen. Identisch bei beiden Schulformen ist die Nutzung von Zeitungen, Internet und Familienangehörigen zur Berufsorientierung (vgl. Abbildungen 4 und 5).

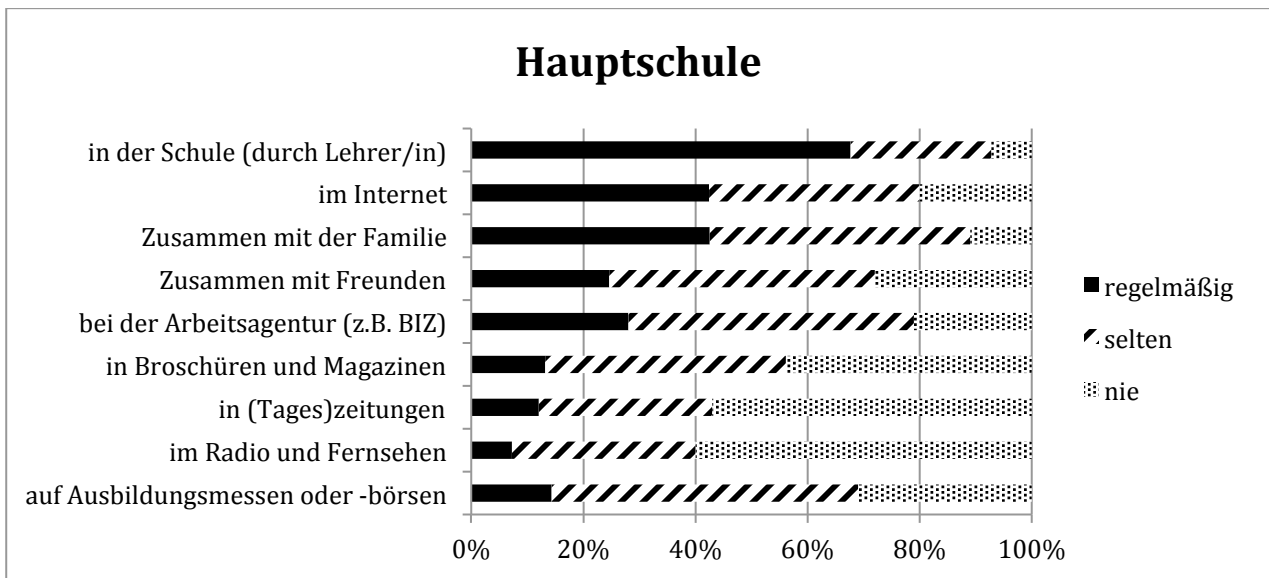


Abb. 4: „Wie oft informierst Du Dich über mögliche Berufe?“ (Hauptschule)

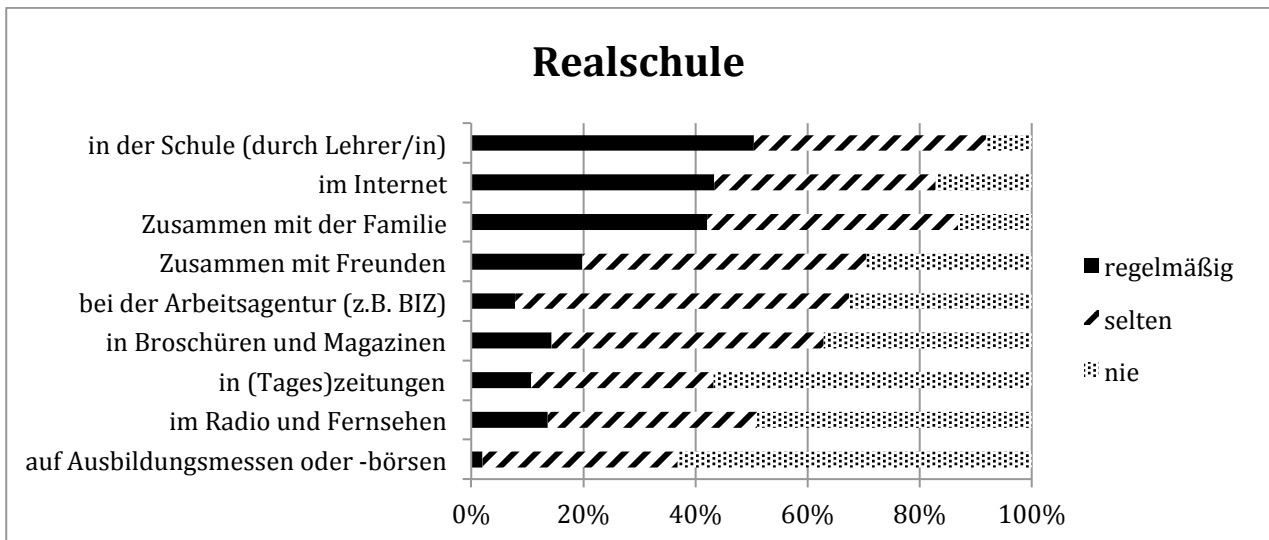


Abb. 5: „Wie oft informierst Du Dich über mögliche Berufe?“ (Realschule)

Bei der Betrachtung der Informationswege ist neben der Quantität auch die Qualität von Interesse. In der Untersuchung wurde erfragt, wie hilfreich die angebotenen Informationen für die Jugendlichen waren. Das Ergebnis der Auswertung der Antworten derjenigen, die das jeweilige Medium genutzt haben, ist in der nachfolgenden Abbildung dargestellt.

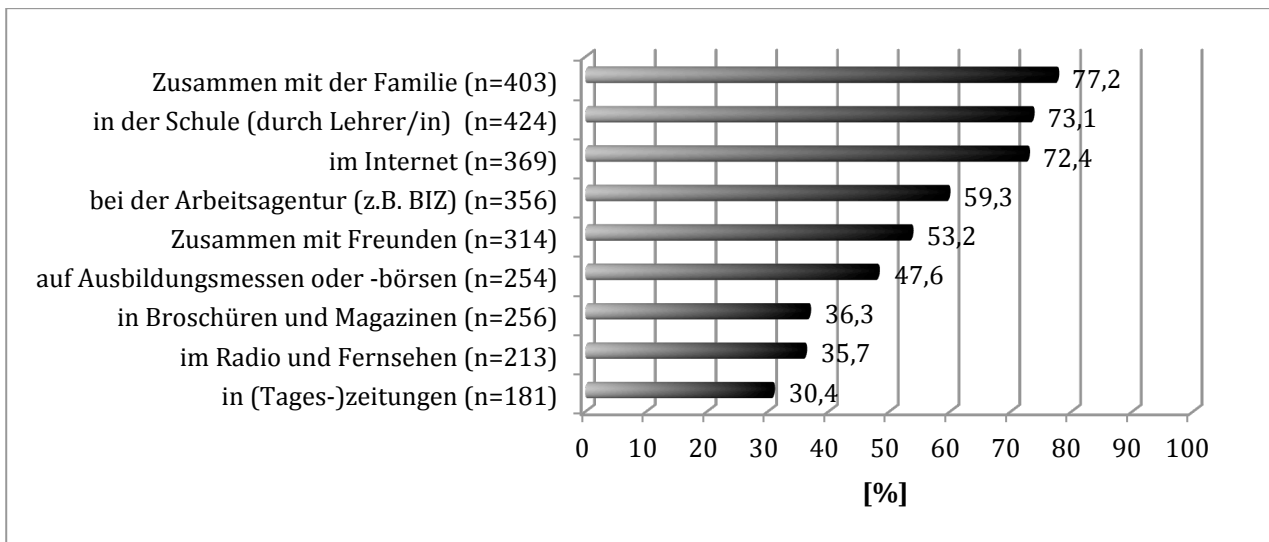


Abb. 6: „Haben Dir die Informationen geholfen, mehr über Berufe zu erfahren? – Ja, ich weiß jetzt besser Bescheid.“

Auch hier dominieren wieder die drei Informationsquellen Familie, Schule und Internet. Auffallend sind aber auch die recht guten Bewertungen der Angebote der Arbeitsagentur (Berufsinformationszentrum) sowie der Nutzen der Ausbildungsbörsen. Abgeschlagen am Ende rangieren die diversen Medien mit weniger hilfreichen Informationsangeboten. Bezogen auf die jeweiligen Schulformen ist festzuhalten, dass die Schülerinnen und Schüler der Realschulen häufiger angeben, dass die Informationen aus dem Internet geholfen haben, mehr über mögliche Ausbildungsberufe zu erfahren, dagegen aber die Informationsangebote der Schule, der Arbeitsagentur und der Freunde als weniger hilfreich eingeschätzt haben als ihre Altersgenossen der Hauptschulen.

Im Rahmen der Untersuchung sollten auch Hinweise über den Zeitpunkt gewonnen werden, zu dem sich die Jugendlichen erstmals über mögliche Ausbildungsberufe informieren. Legt man zugrunde, dass die *Befragung zum Ende des Schuljahres* durchgeführt wurde, kann man konstatieren, dass mögliche Ausbildungsberufe in der Schule und in der Familie bereits zu Beginn des 9. Schuljahres thematisiert werden. Ergänzt werden diese Angebote durch Recherchen im Internet und in Printmedien. Später, mit Beginn des zweiten Schulhalbjahres kommen dann auch verstärkt Besuche im Berufsinformationszentrum der Arbeitsagentur sowie Gespräche im Freundeskreis als Informationsquellen hinzu. Auch in der Familie wird der Austausch über das Thema intensiviert. Zum Ende des 9. Schuljahres verstärken sich dann nochmals die Informationsangebote von Schule und Arbeitsagentur, auch das Internet tritt in den Vordergrund.

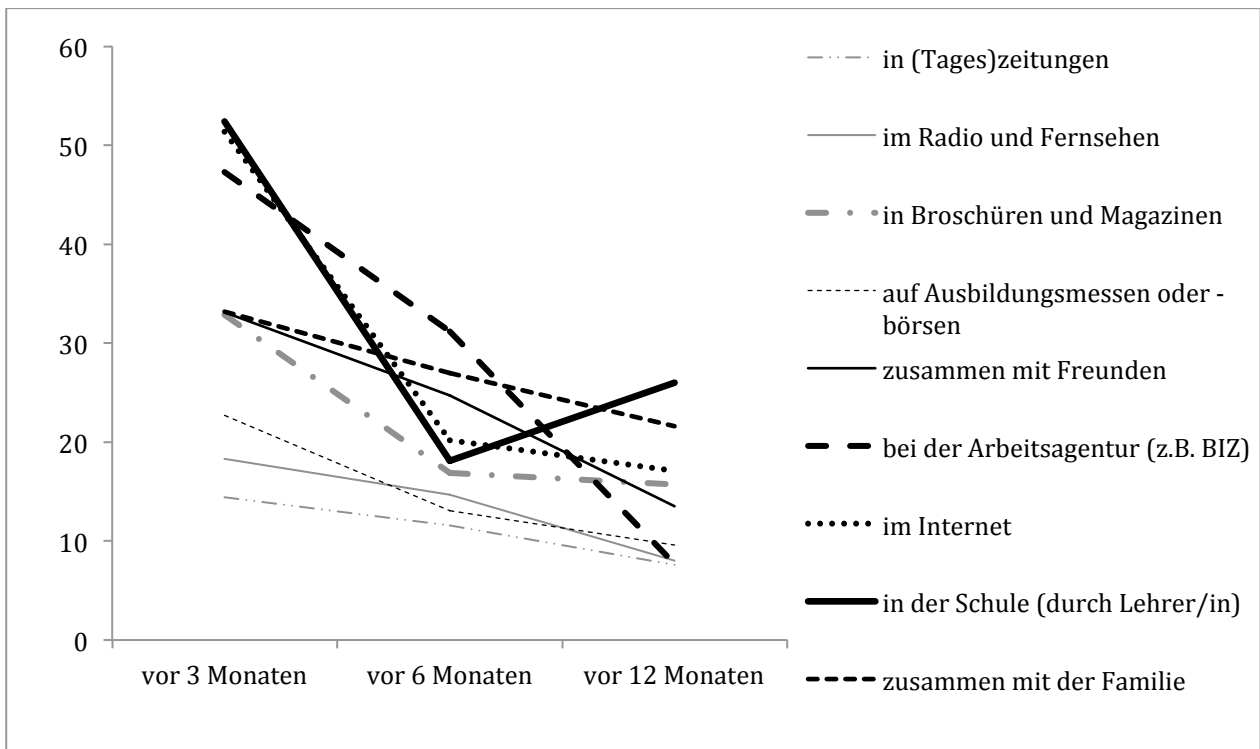


Abb. 7: „Wann hast Du Dich das erste Mal über mögliche Berufe informiert? (Klasse 9)“

Dieser prinzipielle Ablauf wird auch durch die Befragungsergebnisse aus den 10. Schuljahren bestätigt, liegen doch die relevanten Kontakte zur Informationsgewinnung mehr als 12 Monate und damit bis ins 9. Schuljahr zurück. Eine Ausnahme stellen Internet und Schule dar, die zum Ende der Schulzeit nochmals an Bedeutung für die Berufsorientierung gewinnen.

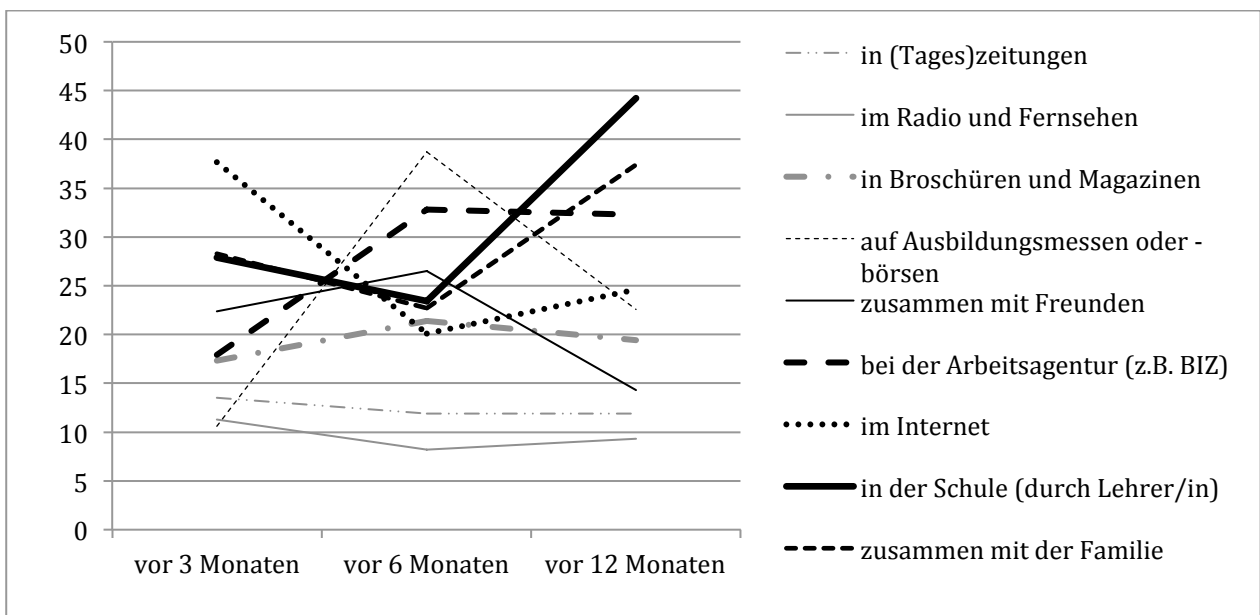


Abb. 8: „Wann hast Du Dich das erste Mal über mögliche Berufe informiert? (Klasse 9)“

Vergleicht man bei den Schülerinnen und Schülern der Realschulen und Hauptschulen, die das Internet als Informationsquelle genutzt haben, wie lange die Erstnutzung zurückliegt, so fällt auf, dass sich die Realschüler im Mittel etwas früher informieren – allerdings ist dieser Unterschied sowohl bei einem Konfidenzintervall von 90% als auch 95% nicht signifikant gegeben. Bei den Klassen der Stufe 9 liegt der Mittelwert bei den Hauptschülern bei 5,1 Monaten und bei den Realschülern bei 5,6 Monaten, bei den Klassen der Stufe 10 liegen die Mittelwerte bei 5,9 und 6,9. Auffällig bei der Beantwortung der Fragen ist allerdings, dass die **Erst**information im Internet bei den Schülerinnen und Schülern der Klasse 10 offenbar nicht in der Klasse 9 erfolgte.

3.1.3 Praxiserfahrungen der Jugendlichen

In der Vergangenheit gab es in verschiedenen Studien Hinweise darauf, dass praktische Erfahrungen einen Einfluss auf die Berufswahl haben könnten.⁹ Diese Hinweise galt es auch im Rahmen dieser Studie empirisch zu untersuchen. Aus diesem Grund wurden die Schülerinnen und Schüler auch nach bereits absolvierten Schülerbetriebspraktika oder der Teilnahme am Girls Day gefragt.

Die Frage nach der Teilnahme am Girls Day bejahen lediglich 40,6 % der befragten Schülerinnen. Innerhalb der Gruppe der Befragten stammen die Teilnehmerinnen zu zwei Dritteln aus der Realschule und nur zu einem Drittel aus der Hauptschule. Ferner setzt sich die betrachtete Gruppe zu 52,3% aus Schülerinnen der Klasse 10 und zu 47,7% aus Schülerinnen aus Klasse 9 zusammen.

Bis auf wenige Ausnahmen haben zum Zeitpunkt der Befragung alle Jugendlichen ein für Haupt- und Realschulen obligatorisches Schülerbetriebspraktikum durchgeführt. Darüber hinaus hat fast jede/-r Dritte (29,4 %) mindestens ein weiteres freiwilliges Praktikum absolviert, wobei die Quote bei den Zehntklässlern erwartungsgemäß etwas höher ausfällt.

Hinsichtlich des Nutzens des Praktikums lässt sich feststellen, dass drei Viertel der Jugendlichen die Praktika als hilfreich¹⁰ für die Entscheidung für oder gegen einen späteren Beruf bewerten, wobei die Bewertung der Mädchen bei einem Anteil von 79,2% noch positiver ausfällt. Bezogen auf die Schulform lassen sich keine signifikanten Unterschiede in der Bewertung der Schülerbetriebspraktika nachweisen. Allerdings kommen deutlich mehr Schülerinnen und Schüler der Klasse 10 als der Klasse 9 zu dem Entschluss, dass sie nach dem Praktikum besser wissen, was sie beruflich machen wollen und was nicht.

⁹ Vgl. z.B. DILGER/WENNER/WILMS 2009, S. 36.

¹⁰ Die Jugendlichen hatten die Aufgabe, den Nutzen des Praktikums auf einer 5-stufigen Skala mit den Polen ‚Ja, ich weiß jetzt besser was ich will und was nicht.‘ und ‚Die Praktika haben mir nicht geholfen.‘ einzuordnen. Für den Anteil derjenigen, die das Praktikum als hilfreich ansehen, wurden die ersten beiden Stufen der Skala verwendet.

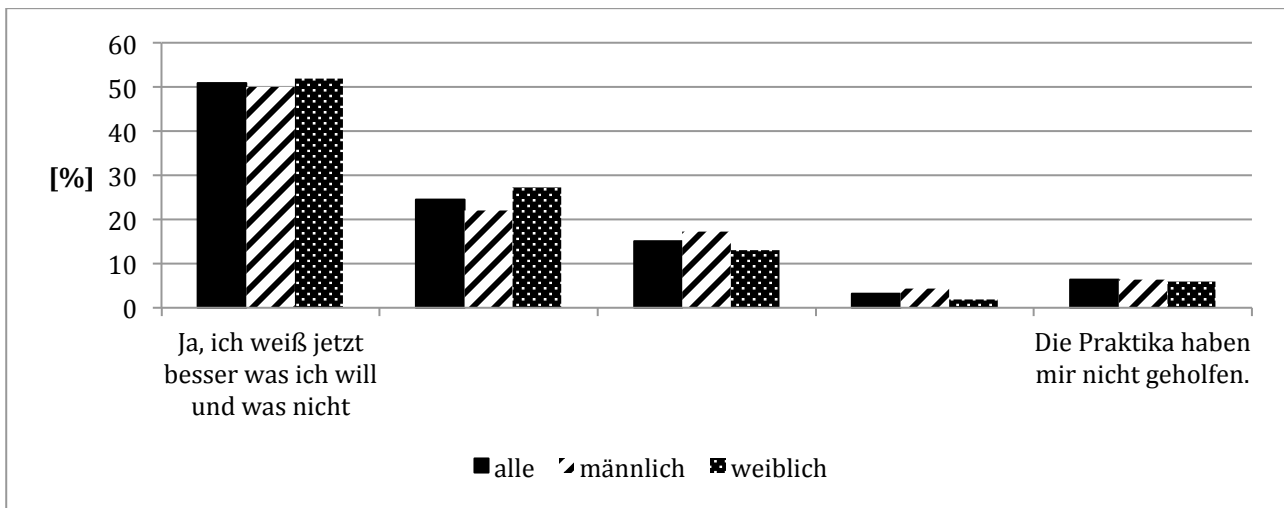


Abb. 9: „Hat Dich das Praktikum bei der Entscheidung, in welchem Bereich Du später arbeiten möchtest, weitergebracht?“

3.1.4 Gründe für die Berufswahl

Mit Blick auf den Ausgangspunkt – den Möglichkeiten der Gestaltung des Übergangs ins duale System – scheint es hilfreich zu hinterfragen, welche Gründe bei der Berufswahl eine Rolle spielen. Besonders häufig wurde bei der Frage nach den Gründen, wobei beliebig viele Gründe angekreuzt werden konnte, der Bezug zu den persönlichen ‚Interessen‘ hergestellt. Die ‚Begabung‘ sowie die Möglichkeit ‚viel Geld‘ zu verdienen wurden ebenfalls von einer Mehrheit von Schülerinnen und Schülern als gute Gründe gewertet. ‚Viel Freizeit‘ sowie der ‚Name des Berufs‘ spielen bei der Entscheidung eine eher untergeordnete Rolle.

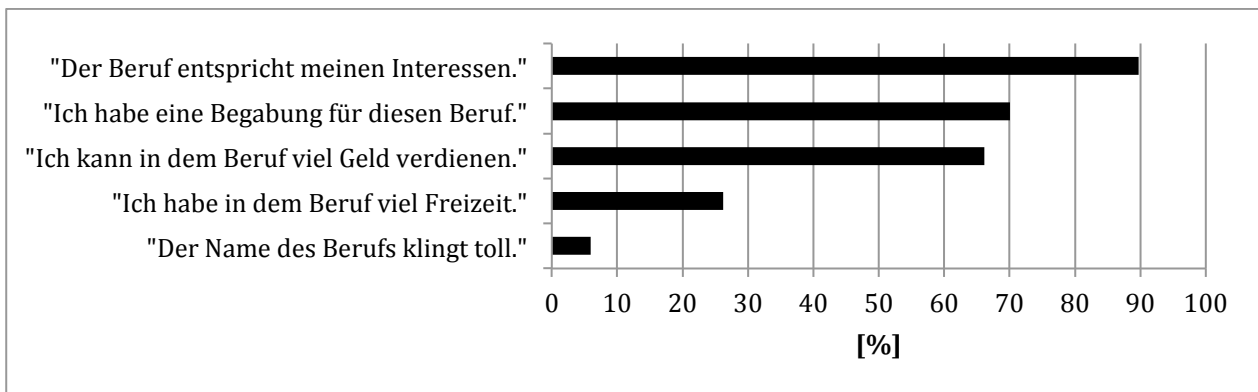


Abb. 10: „Was ist Deiner Meinung nach ein guter Grund, um einen Beruf zu wählen?“ (Mehrfachantworten möglich)

3.1.5 Erfahrungen mit Bewerbungssituationen

Zum Zeitpunkt der Befragung befanden sich die Jugendlichen in der Schlussphase der Sekundarstufe I. Bis auf diejenigen, die den Schulbesuch in der Sekundarstufe II fortsetzen möchten, dürfte einer Vielzahl der Befragten die Ausbildung im dualen System bevorstehen.

Grundbedingung hierfür ist in der Regel die erfolgreiche Bewerbung um vakante Ausbildungsplätze. Etwa 90 % der Jugendlichen – unabhängig von der Schulform – haben nach eigenen Angaben auch schon einmal Bewerbungsunterlagen erstellt. Dieser Wert ist auch insofern nicht überraschend, da die Berufsvorbereitung in der Schule häufig das Erstellen von Bewerbungsunterlagen umfasst. Allerdings fühlen sich gerade einmal 63 % der Hauptschüler und nur 57 % der Realschüler für anstehende Bewerbungen gut vorbereitet. Lediglich 59,2 % der Hauptschüler und 67,7 % der Realschüler haben sich auch schon einmal schriftlich beworben (allerdings 81 % aller Zehntklässler). Und weniger als die Hälfte der Schülerinnen und Schüler (45,3 %) wurden auch schon einmal zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen (38,7 % aus Klasse 9 und 53,9 % aus Klasse 10).

3.1.6 Zusammenhänge zwischen der Nutzung von Informationsquellen und dem Gefühl des ‚Vorbereitetseins‘

Zur weiteren Verdeutlichung der Ergebnisse zur Relevanz der Informationsquellen lohnt es sich zu untersuchen, inwieweit die Häufigkeit der Informationssuche mit den jeweiligen Informationsquellen damit korreliert, wie vorbereitet sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf die anstehenden Bewerbungen fühlen. Dazu wurden die Korrelationskoeffizienten sowohl nach Kendall-Tau-b als auch nach Spearman-Rho berechnet (s. Tabelle).

		Wie gut fühlst Du dich für anstehende Bewerbungen vorbereitet? – Korrelationskoeffizient nach Kendall-Tau-b	Wie gut fühlst Du dich für anstehende Bewerbungen vorbereitet? – Korrelationskoeffizient nach Spearman-Rho
Wie oft informierst du dich über mögliche Berufe?	...zusammen mit meiner Familie	,192**	,214**
	...zusammen mit meinen Freunden	,122**	,137**
	...in der Schule (durch Lehrer/in)	,134**	,146**
	...bei der Arbeitsagentur (z.B. Berufsinformationszentrum)	,079	,087
	...bei Ausbildungsmessen oder –börsen	,083	,092
	...Radio und Fernsehen	,012	,013
	...Internet	,111**	,124**
	...Broschüren und Magazine	-,008	-,010
	...(Tages-) Zeitungen	,066	,073

** Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).

Abb. 11: Korrelation zwischen Häufigkeit des Informierens und Gefühl des „Vorbereitetseins“

Hierbei fallen zwei Dinge auf:

- Zum einen kann festgestellt werden, dass die Häufigkeit der Informationssuche mit Familie, Freunden, in der Schule (durch Lehrer/in) sowie mit Hilfe des Internets leicht positiv mit dem Gefühl des „Vorbereitetseins“ korreliert. Die Korrelation ist signifikant auf dem 0,01-Niveau. Es fällt auf, dass die Informationssuche zusammen mit der Familie den größten Einfluss darauf hat, wie gut sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf die Bewerbung vorbereitet fühlen.

- Auf der anderen Seite hat die Häufigkeit der Informationssuche bei der Arbeitsagentur, bei Ausbildungsmessen und -börsen, mit Hilfe von Radio und des Fernsehens, Broschüren und Magazinen sowie von (Tages-) Zeitungen keinen signifikanten Einfluss darauf, wie gut vorbereitet sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf anstehende Bewerbungen fühlen.

Daraus lässt sich schließen, dass die zuerst genannten Informationsquellen als hilfreicher für den Bewerbungsprozess wahrgenommen werden. Dies stimmt auch mit den Ergebnissen zu der Frage „Haben Dir die Informationen geholfen, mehr über Berufe zu erfahren?“ überein, bei denen die Familie, die Schule sowie das Internet als am informativsten eingeschätzt werden.

3.1.7 Bekanntheit von Handwerksberufen

Die Schülerinnen und Schüler wurden außerdem gebeten, in einer offenen Frage 6 Handwerksberufe zu nennen. Die Nennungen wurden in dreierlei Hinsicht ausgewertet:

1. Wie viele Nennungen erfolgten überhaupt?
2. Welche Handwerksberufe wurden besonders häufig genannt?
3. Welche Auffälligkeiten hinsichtlich der Berufsnennungen ergaben sich (z.B. bezüglich der richtigen Zuordnung von Berufen zum Handwerk bzw. der korrekten Berufsbezeichnung)?

Hinsichtlich der Frage, wie viele Berufe Schüler nennen können, ergibt sich – ohne Berücksichtigung von Fehlern in der Bezeichnung – aus der nachfolgenden Tabelle das Bild, dass knapp 2/3 der Schülerinnen und Schüler sechs (so lautete die Aufgabenstellung) oder mehr Berufe nannten.

Anzahl genannter Berufe	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Summe
Anzahl Schüler mit entsprechender Anzahl an Nennungen	44	4	15	19	26	58	294	18	3	1	1	483
Anteil	9,11%	0,83%	3,11%	3,93%	5,38%	12,01%	60,87%	3,73%	0,62%	0,21%	0,21%	100,00%

Abb. 12: Anzahl an genannten Berufen

Rund 9% haben nicht einen einzigen Beruf aufgeschrieben.

Interessant scheint im Hinblick darauf, wie bekannt das Handwerk bei den Schülern ist, zu untersuchen, welche Berufe genannt wurden, wobei hier die Ergebnisse derjenigen Berufe mit mindestens 10 Nennungen dargestellt werden.

Von den insgesamt 2420 Nennungen entfielen allein 214 Nennungen auf unterschiedliche Schreibweisen des Berufs Kfz-Mechatroniker. Rechnet man noch die 146 Nennungen zu unterschiedlichen Schreibweisen des ‚Kfz-Mechanikers‘ bzw. des ‚Automechanikers‘ hinzu, ergibt sich eine Summe von 360 Nennungen für diesen Beruf. Hierbei muss allerdings berücksichtigt werden, dass die Nennungen der alten Bezeichnung nicht auf eine aktuelle Auseinandersetzung mit

dem Berufsbild schließen lässt. Außerdem gab es Fälle, bei denen sowohl Kfz-Mechatroniker als auch Automechaniker genannt wurden. Diese kleine Anzahl von Fällen konnte aufgrund der Auswertungsmethode nicht ausgeschlossen werden.

181 Nennungen ergaben sich für den Beruf des ‚Tischlers‘. Hinzurechnen kann man hier aber außerdem noch die unterschiedlichen Schreibweisen des ‚Schreiners‘, so dass sich hier insgesamt 417 Nennungen ergeben. Der Schreiner ist zwar nicht die offizielle Berufsbezeichnung, wird aber vielfach umgangssprachlich verwendet. Damit wäre der Tischler/Schreiner-Beruf der bekannteste Beruf unter den Schülerinnen und Schülern.

Eine weitere Berufsbezeichnung, bei der die ‚falsche‘ Berufsbezeichnung zu einer hohen Gesamtzahl an Nennungen führt, ist der ‚Elektroniker‘. Explizit ‚Elektroniker‘ haben lediglich 78 Schülerinnen und Schüler geschrieben. Addiert man dazu noch die Nennungen des Gewerks Elektrotechniker mit 7 Nennungen und die umgangssprachliche Bezeichnung ‚Elektriker‘ mit 117 Nennungen, so kommt man insgesamt auf 202 Nennungen.

Die weiteren Berufe wurden mit unterschiedlichen Schreibweisen und Teilbezeichnungen in folgender Häufigkeit benannt:

- Maler/Lackierer mit 180 Nennungen, wobei hier z.T. Maler und Lackierer separat genannt wurden;
- Dachdecker mit 179 Nennungen;
- Maurer und Betonbauer mit 159 Nennungen, wobei zumeist der Maurer genannt wurde;
- ‚Anlagenmechaniker Sanitär, Heizung und Klimatechnik‘ bzw. das Gewerk ‚Installateure und Heizungsbauer‘ mit 76 Nennungen, wobei hier von Installateur, Anlagenmechaniker SHK, Heizungsbauer, Sanitär verschiedene Bezeichnungen einfließen. Zusätzlich gab es noch Nennungen wie ‚Heizungsmechaniker‘ (1) oder ‚Heizungsmechatroniker‘ (1);
- Bäcker mit 54 Nennungen;
- Friseur mit 52 Nennungen;
- Fliesen-, Platten- und Mosaikleger mit 41 Nennungen, wobei hier auffällt, dass sehr viele Schüler diesen Beruf mit ‚Fließenleger‘ (in dieser falschen Schreibweise!) bezeichnen;
- Zimmerer mit 29 Nennungen;
- Klempner mit 21 Nennungen;
- Damen- und Herrenschneider mit 17 Nennungen;
- Metallbauer mit 16 Nennungen;
- Gerüstbauer mit 14 Nennungen;
- Konditor mit 14 Nennungen;
- Straßenbauer mit 11 Nennungen;
- Karosserie- und Fahrzeugbauer mit 11 Nennungen;
- Stuckateur mit 10 Nennungen;

- Bodenleger mit 10 Nennungen.

Auffällig sind darüber hinaus diejenigen Bezeichnungen, die nicht im Handwerk zu verorten oder nicht eindeutig sind. Darunter mit den meisten Nennungen sind beispielsweise ‚Mechaniker‘ mit 67 Nennungen, ‚Bauarbeiter‘ mit 36 Nennungen, ‚Industriemechaniker‘ mit 34 Nennungen, ‚Gärtner‘ mit 23 Nennungen, ‚Koch‘ mit 22 Nennungen, ‚Bauer‘ mit 21 Nennungen und ‚Chemikant‘ mit 18 Nennungen. Vereinzelt wurden auch akademische Berufe, wie ‚Lehrer‘, ‚Ingenieur‘, ‚Physiker‘ oder ‚Architekt‘ sowie z.T. auch kaufmännische Berufe wie ‚Büro-‘, oder ‚Einzelhandelskaufmann‘ genannt.

3.2 Ergebnisse der Medienanalyse

Da an der Medienanalyse lediglich 21 Schülerinnen und Schüler teilgenommen haben, kann nicht von einer repräsentativen Erhebung gesprochen werden. Ziel der Medienanalyse war es daher nicht, generalisierbare Aussagen zu treffen, sondern vielmehr Anregungen für die weitere Verbesserung bei der Gestaltung von Online-Angeboten zu gewinnen.

Die Teilnehmer wurden in drei Gruppen aufgeteilt und vor sowie nach der konkreten Auseinandersetzung mit den Websites des Handwerks zur Einschätzung der Informationssuche befragt. Somit teilen sich die Ergebnisse in die Untersuchung vor und nach dem Medientest auf.

3.2.1 Ersteinschätzung der Internetseiten

Die Schülerinnen und Schüler sollten in dieser Ersteinschätzung angeben, welche Internetseite sie ohne jegliche Vorerfahrungen wählen würden, um sich über Berufe im Handwerk zu informieren. Die Ergebnisse der Befragung werden zunächst für die drei Untersuchungsgruppen getrennt und abschließend zusammengefasst dargestellt.

- Gruppe 1 (5x Realschule, Klasse 9; 1x Realschule, Klasse 10; 1x Hauptschule, Klasse 10):

www.google.de	7
www.berufsinfo.org	0
www.handwerksberufe.de	0
www.handfest-online.de	0

Bei der Betrachtung des Ergebnisses ist auffällig, dass alle Schülerinnen und Schüler *Google* als bevorzugte Informationsquelle angegeben haben. Es ist wahrscheinlich, dass sie keine Kenntnis von den anderen Seiten haben, was zwei Schüler im Leitfadeninterview später auch bestätigt haben. Eine Schülerin gab sogar zu *Google* an: „...ich kann mich darauf gut verlassen.“ *Google* stellt somit als bekannte Suchmaschine für diese Schüler die einfachste Möglichkeit dar, sich über Berufe im Handwerk zu informieren, so lange sie keine Kenntnis von Alternativangeboten haben.

- Gruppe 2 (7x Hauptschule, Klasse 9):

www.google.de	0
www.berufsinfo.org	7
www.handwerksberufe.de	0
www.handfest-online.de	0

Die zweite Gruppe (ausschließlich Hauptschüler der Klasse 9) entschloss sich einheitlich für die Seite www.berufsinfo.org.

- Gruppe 3 (7x Hauptschule, Klasse 9):

www.google.de	0
www.berufsinfo.org	4
www.handwerksberufe.de	2

Bei dieser Gruppe variieren die Angaben, wobei allerdings *Google* nicht in der Auswahl zur Informationssuche über Berufe im Handwerk auftaucht. Die Seite *www.berufsinfo.org* wurde am häufigsten gewählt, aber auch *www.handwerksberufe.de* und einmalig *www.handfest-online.de* wurden genannt.

Zusammenfassend kann also festgestellt werden, dass in der gesamten Stichprobe von 21 Schülern elf Schüler die Seite *www.berufsinfo.org*, zwei Schüler die Seite *www.handwerksberufe.de*, sieben Schüler *www.google.de* und ein Schüler *www.handfest-online.de* auswählten. Es zeigt sich eine noch sehr gemischte Präferenz, wobei allerdings auffällt, dass die Realschüler einheitlich *www.google.de* ausgewählt haben, während die Hauptschüler eine Präferenz für *www.berufsinfo.org* aufweisen. Anzumerken ist, dass die Schülerinnen und Schüler in dieser Ersteinschätzung lediglich die Startseite sehen konnten und somit nur einen sehr eingeschränkten Eindruck von den Internetseiten bekommen konnten. Interessant scheint es daher, die Ersteinschätzung mit der abschließenden Einschätzung, nachdem sich die Teilnehmenden intensiver mit den Seiten auseinandergesetzt haben, zu vergleichen.

3.2.2 Ex-post-Bewertung der Internetseiten

Direkt im Anschluss an die direkte Auseinandersetzung mit den jeweiligen Seiten wurden die Schülerinnen und Schüler erneut nach ihren Präferenzen zu den angebotenen Internetseiten befragt. Die Schüler hatten sich im Durchschnitt 10,5 Minuten mit jeder Seite auseinandergesetzt, so dass davon ausgegangen werden kann, dass sie einen guten Einblick in den Aufbau und die Möglichkeiten der Nutzung der Internetseiten erhalten haben.

- Gruppe 1 (5x Realschule, Klasse 9; 1x Realschule, Klasse 10; 1x Hauptschule, Klasse 10):

	nachher	vorher
www.google.de	0	7
www.berufsinfo.org	6	0
www.handwerksberufe.de	1	0
www.handfest-online.de	0	0

In der Gruppe 1 blieb kein Teilnehmer bei der zuerst getroffenen Wahl *www.google.de*. Stattdessen ist eine eindeutige Tendenz zu der Seite *www.berufsinfo.org* zu erkennen. Bis auf eine Schülerin haben sich alle für diese Seite entschieden. In einem Interview erklärte ein Schüler seine Entscheidung dahingehend, dass seine Wahl letztlich auf *www.berufsinfo.org* anstatt auf *Google* fiel, da dort „mehr und viele interessante Sachen“ zu finden seien. Der Informationsgehalt schien bei diesem Schüler ausschlaggebend zu sein. Zudem war die Auswahl der Informationen wichtig, die von ihm als interessant bezeichnet wurden.

Die Schülerin, die sich für *www.handwerksberufe.de* entschieden hat, begründete im Interview ihre Wahl folgendermaßen: Die Schülerin merkte an, dass bei der Internetseite von *Google* noch die

passenden Suchbegriffe von ihr gewählt werden müssten und sie dies bei den Seiten zu Ausbildungen im Handwerk nicht machen müsse. Im Vergleich der drei übrigen Seiten fand sie schließlich die Seite *www.handwerksberufe.de* am ansprechendsten.

- Gruppe 2 (7x Hauptschule, Klasse 9):

	nachher	vorher
www.google.de	0	0
www.berufsinfo.org	4	7
www.handwerksberufe.de	3	0
www.handfest-online.de	0	0

Die zweite Gruppe teilte sich fast gleichmäßig zwischen *www.berufsinfo.org* und *www.handwerksberufe.de* auf. *Google* und *www.handfest-online.de* wurden nicht ausgewählt. Somit fand hier ein Wechsel von drei Schülern von *www.berufsinfo.org* zu der Seite *www.handwerksberufe.de* statt (vgl. Ersteinschätzung).

- Gruppe 3 (7x Hauptschule, Klasse 9):

	nachher	vorher
www.google.de	0	0
www.berufsinfo.org	6	4
www.handwerksberufe.de	1	2
www.handfest-online.de	0	1

Die dritte Gruppe zeigte, wie auch die erste Gruppe, eine eindeutige Präferenz für die Seite *www.berufsinfo.org*. Diese Seite wurde von sechs Schülern gewählt, wobei vier von ihnen bereits vor der Auseinandersetzung mit den Seiten diese Website als Präferenz angegeben hatten.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Schülerinnen und Schüler nach der Phase des Kennenlernens der Webseiten 16 Mal die Seite *www.berufsinfo.org* und fünf Mal die Seite *www.handwerksberufe.de* zur Informationssuche über Berufe im Bereich Handwerk auswählten. In dieser Stichprobe lässt sich somit die eindeutige Präferenz dieser Seite aufzeigen. *Google* und *www.handfest-online.de* sind nicht mehr als Präferenz ausgewählt worden.

3.2.3 Benutzerverhalten auf der Webseite und Anknüpfungspunkte für die Gestaltung von Informationswebseiten

Nachfolgend soll es darum gehen, über die Auswertung der Mausclick- und Eingabeaufzeichnungen (Videos) sowie der Interviews nähere Informationen zu den Vorzügen und Verbesserungspotenzialen der einzelnen Webseiten zu bekommen.

Dazu werden die Videos bzw. die Webseitennutzung der drei Seiten hinsichtlich der folgenden **Kategorien** vergleichend ausgewertet und konkrete Anknüpfungspunkte für Verbesserungen herausgearbeitet, die allerdings angesichts der kleinen Fallzahlen als Anstöße ohne Verallgemeinerungsanspruch zu verstehen sind:

- ‚Zurechtfinden auf der Startseite‘, wobei hier analysiert wird, inwieweit die Teilnehmenden sich aufgrund der Gestaltung und dem Aufbau der Startseite zurechtfinden.
- ‚Navigation und Suchstrategien‘, wobei hier Präferenzen von Such- und Navigationsmöglichkeiten betrachtet werden.
- ‚Textleseverhalten‘, wobei dieses hier zur Textgestaltung (einschl. Gliederung), dem Textumfang, dem Seitenlayout sowie dem Sprachniveau in Beziehung gesetzt wird.
- ‚Verweildauer und Nutzung von Links sowie Pop-Ups‘, wobei hier beobachtet wird, wie die Teilnehmenden mit hinterlegten Dokumenten sowie Pop-Ups umgehen.
- ‚Nutzung von Interaktionsmöglichkeiten‘, wobei hier die Nutzung von Interaktionsmöglichkeiten – soweit vorhanden – in den Blickpunkt rückt.
- ‚Sonstige Feststellungen‘.

Dabei wird das folgende Muster bei der tabellarischen Darstellung verwendet:

Kategorie:			
Webseite:	www.handfest-online.de	www.handwerks-berufe.de	www.berufsinfo.org
<i>Beschreibung relevanter Merkmale der Webseite hinsichtlich der</i>			
<i>Kategorie:</i>			
<i>Verhalten der Schülerinnen und Schüler:</i>			
<i>Schlussfolgerungen / Anknüpfungspunkte</i>			

<i>Kategorie:</i>		<i>„Zurechtfinden auf der Startseite“</i>		
<i>Webseite:</i>	www.handfest-online.de	www.handwerks-berufe.de	www.berufsinfo.org	
<i>Beschreibung relevanter Merkmale der Webseite hinsichtlich der Kategorie:</i>	Die Startseite weist ein großes mittig ausgerichtetes Bild eines Autos (ohne Verlinkung zu einer anderen Seite) oberhalb relativ kleiner Links zu weiterführenden Seiten „Ausbildung“, „Weiterbildung“ etc. auf. Auf Animation oder Musik wurde verzichtet.	Beim Aufruf der Seite startet ein Intro (mit Musik) mit Erklärungen der verschiedenen Optionen. „Berufe A-Z“ sind direkt auf der Startseite aufgeführt, die anderen Angebote der Seite auf der linken Seite aufgelistet.	Auf der Startseite findet sich eine kurze Erläuterung zum Zweck der Internetseite. Auf der linken Seite kann nach Berufen sowohl „von A-Z“ als auch mithilfe verschiedener Kategorien gesucht werden.	
<i>Verhalten der Schülerinnen und Schüler:</i>	Ein Proband gab den Seitennamen ohne „www“ ein – es erschien eine andere Seite. Bei einigen Probanden konnte ein langes Verweilen auf der Startseite beobachtet werden, bis der Link „Ausbildung“ gefunden wurde, was auf Orientierungsprobleme hindeuten könnte. Das Bild wird häufig angeklickt.	Das Intro (Animation) wird zumeist übersprungen. Die Musik wird von den Probanden ausgeschaltet und im Interview als zu „Kopfschmerzen“ führend bezeichnet.	Die Probanden verweilen nicht auf der Startseite und scheinen sich alle schnell zurechtzufinden.	
<i>Schlussfolgerungen / Anknüpfungspunkte</i>	Zusammenfassend lässt sich in Verbindung mit den Interviews festhalten, dass Animationen und Musik eher weniger nützlich für die Nutzer scheinen. Entscheidend ist, dass eine schnelle Navigation ermöglicht wird. Bilder, die eher auf ein Gewerk gerichtet als allgemein gehalten sind, können für diejenigen, die nicht an dem spezifischen Gewerk interessiert sind, eher weniger interessefördernd wirken.			

<i>Kategorie:</i>		<i>„Navigation und Suchstrategien“</i>		
<i>Webseite:</i>	www.handfest-online.de	www.handwerks-berufe.de	www.berufsinfo.org	
<i>Beschreibung relevanter Merkmale der Webseite hinsichtlich der Kategorie:</i>	Im Bereich „Ausbildung“ werden in der Auswahlfunktion die Berufe sowohl nach Themenbereich als nach Alphabet sortiert. Alle Menüpunkte sind von jeder Unterseite erreichbar (lediglich Startseite ist nicht als Menüpunkt, sondern handfest-logo rechts oben erreichbar).	Die Berufe A-Z sind direkt auf der Startseite aufgeführt – die anderen Angebote der Seite werden links aufgelistet. Die Menüpunkte sind auch bei aufgerufenen Seiten zu den Berufen links vorhanden.	Es besteht sowohl die Möglichkeit nach „A-Z“ mit Hilfe der erweiterten Suche als auch mit Hilfe von Kategorien nach Berufen zu suchen. Die Kategorien sind auch bei ausgewählten Berufen zu sehen.	
<i>Verhalten der Schülerinnen und Schüler:</i>	Nach anfänglichen Schwierigkeiten kommen bis auf einen Probanden, der im Interview äußerte, sonst nie einen Computer zu benutzen, alle Teilnehmer gut mit der Navigation zurecht und finden die Seite. Zwei Probanden hatten Probleme zur Startseite zurückzufinden. Bei der Navigation zurück zur letzten Seite wird der „Zurück“-Button des Browsers benutzt. Menüleiste selten benutzt.	Schnelles Zurechtfinden der Probanden. Navigation mit dem „Zurück“-Button kommt vor, so dass Startseite wieder erscheint.	Die Suche wird meistens über die „BERUFE A-Z“-Suche durchgeführt, zum Teil aber auch über die Kategorien.	
<i>Schlussfolgerungen / Anknüpfungspunkte</i>	Bei allen Seiten besteht über die auch auf den Unterseiten bestehenbleibenden Menüpunkte Möglichkeiten der Navigation zu anderen Bereichen der Webseite, dennoch wird von der Zurück-Button-Funktion des Browsers Gebrauch gemacht. Eine Zurück-Funktion ist somit dann angebracht, wenn über die Nutzung der „Zurück“-Funktion des Browsers bestimmte Seiteninhalte, die auf Benutzereingaben beruhen und je nach Speichervariante verloren gingen. Bei einer konkreten Suchaufgabe konnten die Probanden auf allen Seiten die Berufe finden. Die ausgeschöpften Wahlmöglichkeiten bei der Suche nach Berufen insbesondere bei der Seite www.berufsinfo.org zeigen, dass es sinnvoll ist, für die Nutzer unterschiedliche Suchwege (alphabetisch, nach Kategorien....) anzubieten.			

<i>Kategorie:</i>		<i>„Textleseverhalten“</i>		
<i>Webseite:</i>	www.handfest-online.de	www.handwerks-berufe.de	www.berufsinfo.org	
<i>Beschreibung relevanter Merkmale der Webseite hinsichtlich der Kategorie:</i>	Die Texte zu den Berufen werden gegliedert in „Einführung“, „Aufgaben und Tätigkeiten“, „Aus- und Weiterbildung“ und „Perspektiven“, wobei die Texte vergleichsweise lang sind: 452 Wörter finden sich unter „Profil“ beim Augenoptiker. Das Sprachniveau ist relativ hoch – die Sätze relativ lang.	Die Texte sind hier vergleichsweise kurz (z.B. beim Augenoptiker 166 Wörter. Die Texte sind leicht zu verstehen. Der Leser wird mit „Du“ angesprochen. Es werden Links zu externen Seiten mit weiteren Informationen sowie zu ähnlichen Berufen eingebettet.	Der Text wird gegliedert nach „Zusammenfassung“, „Ausbildung“ (diese öffnet sich als Pop-Up), „Inhalte“, „Perspektiven und Aufstiegschancen“, „Ähnliche Berufe“ sowie „Daten und Fakten“. Zunächst wird nur die Zusammenfassung angezeigt, wobei der Nutzer durch entsprechendes Klicken die zusätzlichen Informationen angezeigt bekommt. Somit variiert die Länge des Textes. Beim Augenoptiker ist die Zusammenfassung 177 Wörter lang – insgesamt sind es 1334 Wörter, wobei diese zum Teil in Sätzen und zum Teil in Stichpunkten zu finden sind.	
<i>Verhalten der Schülerinnen und Schüler:</i>	Texte scheinen offenbar nur angelesen zu werden. Entweder sind die Texte als zu lang oder Zeit für das Lesen als zu kurz wahrgenommen worden. Bilder werden angeklickt. Es kann aus diesem Verhalten aber nicht abgeleitet werden, mit welcher Zielsetzung. Aus den Interviews folgte, dass die Gliederung und die Textmenge z.T. als positiv (Aufbau) und zum Teil negativ beurteilt wurde (Länge, „uninteressant“, Gliederung).	Die Texte werden zum größten Teil nur angelesen. Es wird mehr Zeit mit den Animationen und dem Anschauen der Seite verbracht als mit dem tatsächlichen Lesen. Der klare Aufbau wird in den Interviews positiv beurteilt.	Die Texte werden gelesen. Einige Informationen werden gezielt auf mehreren Seiten angeschaut, z.B. „Gehalt“. Gliederung des Textes ermöglichte es, schnell vergleichbare Informationen auf anderer Berufsseite zu finden und so die Informationen zu vergleichen. In den Interviews wird der Aufbau positiv und das Design sowohl negativ als auch positiv beurteilt.	
<i>Schlussfolgerungen / Anknüpfungspunkte</i>	<p>Bei der Gestaltung erweist es sich offenbar als Vorteilhaft, wenn Texte zu Beginn nicht komplett angezeigt werden, sondern über interaktive Elemente weitere Informationen angezeigt werden können. So kann sich der Nutzer zunächst einen Überblick verschaffen, bevor vertiefende Informationen angezeigt und gelesen werden. Diejenigen, die nicht die kompletten Informationen und diejenigen, die sich zurechtfinden möchten, werden so nicht bereits zu Beginn mit einer Textflut überfrachtet.</p> <p>Bei der Textgliederung bietet es sich an, mit Überschriften und Auflistungen zu arbeiten, so dass man gesuchte Informationen schnell findet.</p> <p>Bei Seiten, auf denen Informationen in Textform aufbereitet werden, können Animationen eher ablenkend wirken.</p> <p>Die direkte Ansprache mit „Du“ hatte bei den Probanden keine steigernde Wirkung hinsichtlich des Leseinteresses – könnte im Gegenteil zu der Wahrnehmung „kindisch“ führen.</p>			

Kategorie: ,Nutzung von Links sowie Pop-Ups'			
Webseite:	www.handfest-online.de	www.handwerks-berufe.de	www.berufsinfo.org
<i>Beschreibung relevanter Merkmale der Webseite hinsichtlich der Kategorie:</i>	Seiteninterne Links und Pop-Ups sind im Text nicht unterscheidbar.	Sowohl seiteninterne Links als auch Links zu externen Seiten (als Pop-ups) sind eingebettet.	Sowohl seiteninterne Links als auch Pop-Ups sind eingebettet. Ausbildungsordnungen werden als Pop-Ups geöffnet, wobei sich diese Pop-Up-Links nicht von normalen Links unterscheiden, während andere Pop-Up-Links deutlich gekennzeichnet sind (z.B. zu berufenet.de .)
<i>Verhalten der Schülerinnen und Schüler:</i>	Viele Links werden angeklickt, die dann geöffneten Seiten aber nicht gelesen. (Es kann hier nicht festgestellt werden, ob dies aus grundsätzlichem Desinteresse oder aufgrund der sich öffnenden Seiten so verhielt). Keiner der Probanden hat Pop-Ups gelesen. Die „Berufsdatenbank“ wurde ebenfalls nicht gelesen – z.T. erschwerte sie die Navigation.	Viele Links werden angeklickt, Seiten aber nicht gelesen. Die Pop-Ups wurden nicht genutzt.	Es besteht eine etwas längere Verweildauer als bei den anderen Seiten. Ausbildungsordnungen werden angeklickt, aber nicht gelesen.
Schlussfolgerungen / Anknüpfungspunkte	Die Nutzung sowie die Sinnhaftigkeit vertiefender Angebote kann hier nicht abschließend beurteilt werden, weil die Probanden offenbar kein vertieftes Interesse an den Informationen hatten. Bei den Probanden wurden Links zwar ausprobiert, die dann erscheinende Information aber durchweg nicht gelesen.		

Kategorie: ,Nutzung von Interaktionsmöglichkeiten' und sonstige Besonderheiten			
Webseite:	www.handfest-online.de	www.handwerks-berufe.de	www.berufsinfo.org
<i>Beschreibung relevanter Merkmale der Webseite hinsichtlich der Kategorie:</i>		Bei der Seite handwerks-berufe.de besteht die Besonderheit, dass hier eine Jobmaschine als interaktives Element implementiert wird, das nach Benutzereingabe Vorschläge zu passenden Berufen macht.	Als zusätzliche Information besteht auf dieser Seite der Link zur Unterseite „freie Stellen“.
<i>Verhalten der Schülerinnen und Schüler:</i>		Jobmaschine wurde ausprobiert, die vorgeschlagenen Berufe aber nicht gelesen. Z.T. wurde die Checkbox vollständig, z.T. aber unvollständig ausgefüllt.	Kein Teilnehmer hat von dieser Informationsmöglichkeit Gebrauch gemacht.
Schlussfolgerungen / Anknüpfungspunkte	In Verbindung mit den Interviews lässt sich festhalten, dass bei den Probanden interaktive Elemente durchaus erwünscht waren. Dennoch wurde das Ausfüllen z.T. abgebrochen, was z.T. am Layout allerdings auch an Zeitgründen liegen kann. Die Gestaltung sollte dabei „erwachsenengerecht“ erfolgen.		

4 Fazit und Ausblick

In diesem Forschungsprojekt konnte einerseits die Bedeutung der klassischen Bezugspunkte ‚Familie‘ und ‚Schule‘ sowie des ‚Internets‘ bei der beruflichen Orientierung bekräftigt sowie Gründe für die Berufswahl und Zeitpunkte der beruflichen Orientierung beleuchtet werden. Auch die Bedeutung von Praktika wurde hier unterstrichen. Schließlich wurden über die Analyse der Mediennutzung Ansatzpunkte für die Gestaltung von Informationsseiten im Hinblick auf Haupt- und Realschüler gewonnen. Diese könnten in einer weiteren Untersuchung für größere Fallzahlen validiert und mit Blick auf unterschiedliche Zielgruppen betrachtet werden.

5 Literatur

- BEINKE, L. (2006): Berufswahl und ihre Rahmenbedingungen. Entscheidungen im Netzwerk von Interessen. Frankfurt am Main 2006
- BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (BIBB) (Hrsg.) (2011): Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2011. Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung. Bonn 2011. Als Download unter http://datenreport.bibb.de/Datenreport_2011_Vorversion.pdf (05-09-2011)
- BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (BIBB) (2010): A.WE.B Aus- und Weiterbildungsberufe. Liste der staatlich anerkannten Ausbildungsberufe, Stand 01.08.2010. Internetdokument unter <http://www2.bibb.de/tools/aab/aabberufeliste.php> (27-05-2011)
- DILGER, B.; WENNER, N.; WILMS, M. (2009): Auswirkungen von Schülerpraktika im Handwerk auf die Wahl des Ausbildungsberufes – Empfehlungen für die Gestaltung von Schülerpraktika. In Reihe: Arbeitshefte zur berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung - Heft A10. Köln 2009. Als Download unter www.fbh.uni-koeln.de.
- HERZOG, W./ NEUENSCHWANDER, M. P./ WANNACK, E. (2006): Berufswahlprozess. Wie sich Jugendliche auf ihren Beruf vorbereiten. Bern 2006.
- HOLLAND, J. (1973): Making Vocational Choices. Prentice-Hall series in counseling and human development. Engelwood Cliffs.
- KULTUSMINISTERIUM DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (1989): Richtlinien – Wirtschaft – Lernbereich Arbeitslehre – Hauptschule.
- KULTUSMINISTERIUM DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (1979): Hauptschule – Projektentwürfe für den Wahlpflichtunterricht der Klasse 9 – Technik/Wirtschaft.
- LANGE, E. (1978): Berufswahl. München.
- MINISTERIUM FÜR SCHULE, JUGEND UND KINDER DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (2004): Sekundarstufe I. Hauptschule. Deutsch. Kernlehrplan.
- NEUENSCHWANDER, M. P./ HARTMANN, R. (2011): Entscheidungsprozesse von Jugendlichen bei der ersten Berufs- und Lehrstellenwahl. In: BWP, Jg. 40, Heft 4/2011, S. 41-44.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund SÜDWEST (2008): JIM-Studie 2008 - Jugend, Information, (Multi-)Media. Online verfügbar unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf08/JIM-Studie_2008.pdf Stand: 28.06.2010
- SUPER, D. E. et al. (1963): Career development: self-concept theory. New York
- VERSTEGE, R./ MAYER, C. (2011): Berufs- und Studienorientierung. In: Wirtschaft und Erziehung, Jg. 63, 2011, Heft 7-8, S. 217 – 228.