

Rahmenbedingungen für die berufliche Orientierung und den Übergang von Schule und Beruf – Ergebnisse einer Studie zur Kooperation von Realschulen und Betrieben

Abstract

Die Bedeutung von beruflicher Orientierung sowohl aus betrieblicher als auch aus Schülersicht veranlasst Schulen und Betriebe bzw. ihre Verbände dazu, stärker über Formen der Zusammenarbeit nachzudenken, um die Rahmenbedingungen für Schülerinnen und Schüler im Übergang von Schule und Beruf zu verbessern. Dabei treten in der Diskussion immer wieder Forderungen nach mehr Praktika in den Vordergrund, die zumeist tatsächlich einen maßgeblichen Einfluss auf die Berufswahlentscheidung haben, allerdings nicht die einzige Möglichkeit – und je nach Ausgestaltung und vorherigen Kenntnissen auch nicht die zwangsläufig beste Möglichkeit zum Einstieg darstellen. Nachdem in verschiedenen Projekten des Forschungsinstituts für Berufsbildung im Handwerk an der Universität zu Köln (FBH) zunächst das Berufswahlverhalten von Schülerinnen und Schülern sowie Erwartungen an Praktika untersucht wurden, werden in einer aktuellen Studie die konkreten Formen der Zusammenarbeit zwischen allgemein bildenden (Real-)Schulen und Betrieben zur Gestaltung von Möglichkeiten zur beruflichen Orientierung in den Fokus gerückt. Hierbei werden Möglichkeiten der Zusammenarbeit aufgezeigt und Erfolgsfaktoren identifiziert.

1 Klärung einleitender Fragestellungen

Die Frage nach der Gestaltung von Möglichkeiten zur beruflichen Orientierung von jungen Menschen erfreut sich sowohl aus der individuellen Perspektive im Hinblick auf die Gestaltung des weiteren Lebensweges als auch aus der betrieblichen Perspektive mit Blick auf den sich abzeichnenden Fachkräftemangel derzeit einer steigenden Aufmerksamkeit: Während Schülerinnen und Schüler aus einer Vielzahl von möglichen Karrierewegen auswählen müssen und Hilfestellung bei der Orientierung benötigen (vgl. REHBOLD/ HEINSBERG 2011), versuchen das Handwerk insgesamt mit der Marketingkampagne (www.handwerk.de) und die Fachverbände im Besonderen (z.B. www.autoberufe.de) dem sich aufgrund demographischer Entwicklungen abzeichnenden Fachkräftemangel zu begegnen (vgl. zum demographischen Wandel z.B. STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER 2011; vgl. BUSCHFELD/ BIELIGK 2009; zu sinkenden Schülerzahlen vgl. STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER 2009, 6; zum sinkenden Nachwuchspotenzial vgl. z.B. BIBB 2011, 71ff.).

¹ Ich danke an dieser Stelle Anke Köhn und Susanne Rotthege für ihre Unterstützung bei der Durchführung und Auswertung der Interviews im Rahmen der aktuellen Studie.

1.1 Hintergrund und vorangegangene Studien

Die aktuelle Studie, deren erste Ergebnisse im Kontext der Gestaltung von Rahmenbedingungen für die berufliche Orientierung von jungen Menschen hier präsentiert werden sollen, findet an mindestens zwei vorangegangenen Studien des FBH Anschlusspunkte: zum einen an die Studie zu den Auswirkungen von Schülerpraktika im Handwerk auf die Wahl des Ausbildungsberufs (vgl. DILGER/ WENNER/ WILMS 2009) und zum anderen an die Analyse des Berufswahlverhaltens von Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufen I und II in der Phase der Berufsorientierung am Beispiel der Region Köln-Bonn (vgl. HILLE/ LANG/ REHBOLD 2011).

1.1.1 Studie zu den Auswirkungen von Schülerpraktika auf die Wahl des Ausbildungsberufs

Zentrale Fragestellung in diesem Projekt war, wie Betriebspraktika im Handwerk gestaltet werden können, damit leistungsstärkere Jugendliche erstens auf Berufsoptionen im Handwerk aufmerksam werden und zweitens diese Karrieremöglichkeiten als attraktiv bewerten, so dass sie diese drittens in ihrer Berufswahlentscheidung stärker berücksichtigen. (Vgl. für die ausführlichen Projektergebnisse DILGER/ WENNER/ WILMS 2009.)

Zu diesem Zweck wurden im Rahmen der verschiedenen Projektaufgaben als Basis für die Empfehlungen die Schülerinnen- und Schülermotive sowie Interessen erhoben, die auch für die Frage der Gestaltung von Rahmenbedingungen über eine Zusammenarbeit von Schulen und Betrieben potenziell relevant sein können.

Aus der Befragung von 122 Schülerinnen und Schülern, von denen 104 einen Fragebogen ausgefüllt haben, sind 53 Personen weiblich und 51 Personen männlich, mit einer Altersspanne zwischen 14 und 18 Jahren zum Zeitpunkt der Befragung. 75 Schülerinnen und Schüler (72,1%) haben zum Befragungszeitpunkt bereits ein Schülerpraktikum absolviert, wobei 60,8% ihre Praktikumsstelle durch Eigeninitiative gefunden haben.

Die Gründe für die Wahl der jeweiligen Wirtschaftsbereiche können z.T. auch für die Wahl eines Ausbildungsberufs handlungsleitend sein: „Die am häufigsten genannten Gründe sind das ‚Interesse an dem Beruf‘ (35 Nennungen), das ‚Sammeln neuer Erfahrungen im Beruf‘ und ‚Gute Chancen oder Karriereaussichten im Beruf‘ (jeweils 14 Nennungen) sowie der ‚Spaß an bestimmten Tätigkeiten‘ (12 Nennungen).“ (DILGER/ WENNER/ WILMS 2009, 31f.)

In dieser Studie wird außerdem die Relevanz des Praktikums für die Berufswahlentscheidung bestätigt: 75% der Schülerinnen und Schüler antworten auf die Frage „Könnte das Schülerpraktikum Deine Wahl eines Ausbildungsberufs beeinflussen?“ mit „Ja“.

Hinsichtlich der Motive sollten die Schülerinnen und Schüler verschiedene aus der Literaturanalyse und Expertendiskussion abgeleiteten Motive bewerten. Als bedeutsam auch für die Berufswahlentscheidungen können hier insbesondere ‚Spaß‘, ‚Weiterentwicklungsmöglichkeiten‘, ‚Möglichkeit zum selbstständigen Arbeiten‘, ‚Möglichkeit zum kreativen Arbeiten‘,

„Ansehen des Berufsbildes“, „Nützlichkeit der Tätigkeit“, „Tätigkeit mit den eigenen Händen“ sowie „ausreichende Freizeit“ gesehen werden.

Diese Ergebnisse über die Motivlage liefert für die Gestaltung von Praktika erste Hinweise, welche vor dem Hintergrund der aktuellen Studie insofern besonders relevant sind, als dass – wie in Abschnitt 2 gezeigt wird – auch im Rahmen der Zusammenarbeit von Schulen und Betrieben Praktika und somit auch deren Gestaltung eine gewichtige Rolle spielen.

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

Im Projekt „Berufswahlentscheidungen für das Handwerk“ wurden die Berufswahlentscheidungen von Jugendlichen in Haupt- und Realschulen am Ende der Sekundarstufe I im 9. und 10. Schuljahr untersucht (vgl. für die ausführlichen Projektergebnisse HILLE/ LANG/ REHBOLD 2011).

Dazu wurden in einem ersten Schritt 483 Schülerinnen und Schüler der Klassen 9 und 10 an Haupt- und Realschulen aus der Region Köln/Bonn zunächst mittels standardisiertem Fragebogen zur ihrem Berufswahlverhalten befragt. Ergänzt wurde die Studie außerdem um eine Medienanalyse mit 21 Schülerinnen und Schülern im Hinblick auf die Nutzung von Informationsplattformen des Handwerks.

Für die Frage der Berufswahlentscheidungen wurde insbesondere untersucht, wie oft und über welche Wege sich die Schülerinnen und Schüler informieren und welche Informationsquellen sie als hilfreich bewerten, wobei sich im Ergebnis der Schulunterricht, die Familie und das Internet als besonders bedeutsam herauskristallisierte. Auch die Informationen der Berufsinformationszentren werden trotz vergleichsweise geringerer Nutzung als recht gut bewertet:

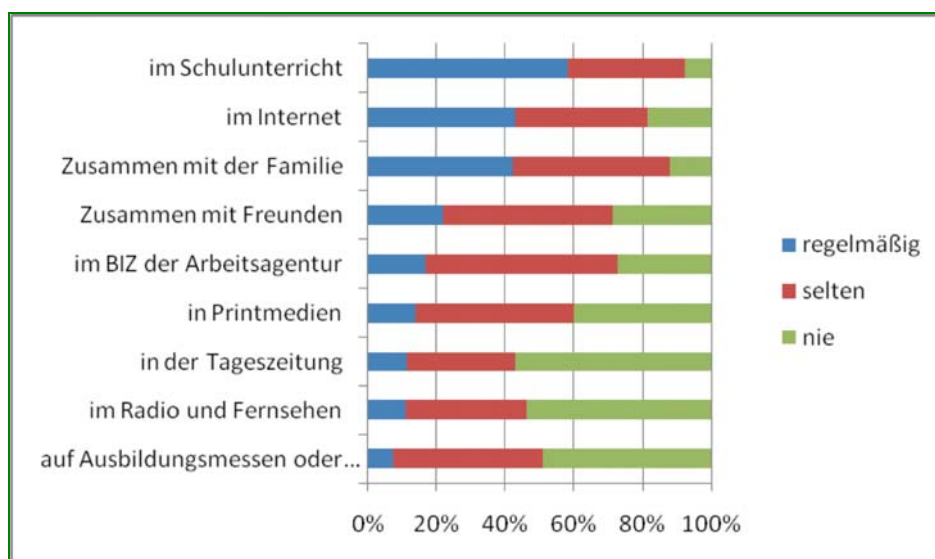


Abb. 1: „Wie informierst Du Dich über mögliche Ausbildungsberufe?“

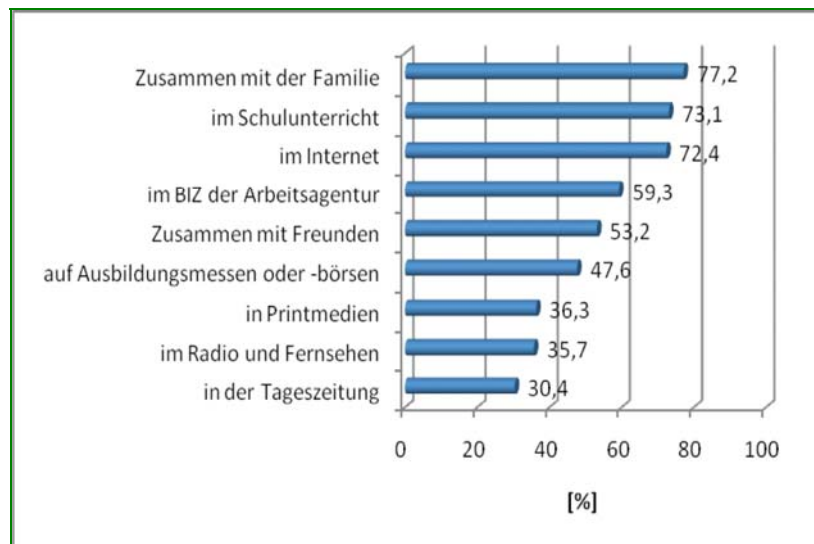


Abb. 2: „Die Informationen haben mir geholfen, mehr über Ausbildungsberufe zu erfahren.“

Als ein weiterer berufswahlbeeinflussender Aspekt wurde das Praktikum in seiner Bedeutung bestätigt. Bis auf wenige Ausnahmen hatten alle Jugendlichen zum Zeitpunkt der Befragung ein Schülerbetriebspraktikum absolviert. Darüber hinaus haben 29,4% mindestens ein weiteres Praktikum absolviert. Etwa drei Viertel der Jugendlichen antworteten auf die Frage „Hat Dich das Praktikum bei der Entscheidung, in welchem Beruf Du später arbeiten möchtest, weitergebracht?“ mit „Ja, sehr“ oder „ein wenig“.

Erkennbar ist somit die aus der Perspektive der Schülerinnen und Schüler gesehene Bedeutung der allgemein bildenden Schulen bei der beruflichen Orientierung. Daneben wird auch das Praktikum in seiner Bedeutung gestützt, allerdings wird deutlich, dass dies nicht die ausschließliche Quelle ist. Gerade zur Orientierung greifen Schülerinnen und Schüler auf Lehrpersonal, Personen aus ihrem persönlichen Umfeld und das Internet zurück.

In der Studie wurden darüber hinaus auch mögliche Motive hinsichtlich der Bedeutung für die Schülerinnen und Schüler eingeschätzt. Hier rangieren Interessen und Begabung für den Beruf vor finanziellen Aspekten:

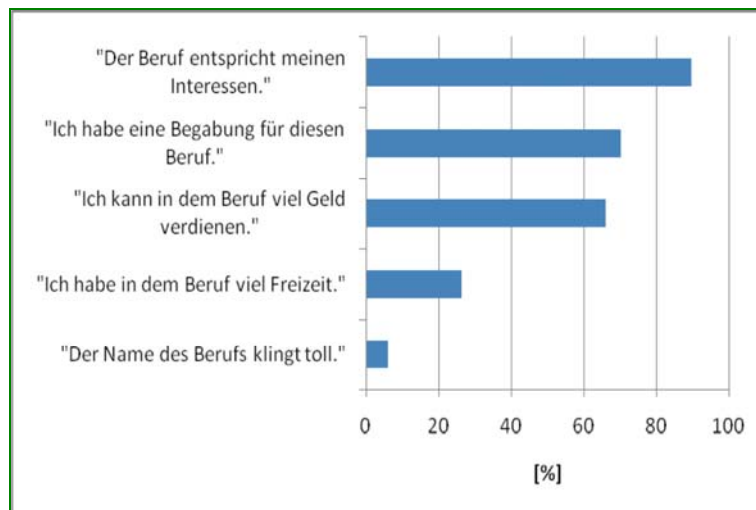


Abb. 3: „Was ist Deiner Meinung nach ein guter Grund, um einen Beruf zu wählen?“

Diese Informationen können bei der Gestaltung der Rahmenbedingungen zur beruflichen Orientierung genutzt werden, indem beispielsweise bei der Bereitstellung von Informationen zu den Berufsbildern diejenigen Facetten der Berufe berücksichtigt werden, die sich auf die Interessen- und Motivlage der Schülerinnen und Schüler beziehen.

1.2 Zielsetzung der aktuellen Studie

Nachdem eruiert wurde, auf welchen Wegen sich Schülerinnen und Schüler informieren, blieb allerdings noch zu klären, unter welchen Rahmenbedingungen sich Schülerinnen und Schüler orientieren, wie diese Bedingungen konkret verbessert werden können und welchen Beitrag hierzu Betriebe und Verbände leisten können. Das FBH führte zu diesem Zweck in Kooperation mit dem Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) eine qualitative Studie zu dieser Frage durch, deren Ergebnisse im Rahmen dieses Beitrages präsentiert werden sollen (vgl. für die ausführlichen Projektergebnisse REHBOLD/ KÖHN/ ROTTHEGE 2011).

1.3 Vorgehensweise bei der aktuellen Studie

In den Fokus der Untersuchung des FBH in Kooperation mit dem ZDK wurde dabei die Gestaltung der Zusammenarbeit zwischen Realschulen und Betrieben aus dem KFZ-Handwerk gerückt.

Befragt wurden in diesem Projekt einerseits ausgewählte Akteure, die sich in den Betrieben für Personalangelegenheiten bzw. Schulkooperationen verantwortlich zeichnen, sowie Realschullehrer/-innen, die sich ebenfalls mit dem Thema Berufsorientierung auseinandersetzen und in betreffenden Klassen unterrichten. Insgesamt wurden 15 Interviews mit 11 Betrieben und 4 Lehrerinnen/Lehrern geführt. Die qualitative Analyse der Interviews lieferte dabei ein Set an Fallbeispielen zu einer gelingenden Kooperationspraxis sowie auch zu Problemen und

Grenzen in der Kooperation, die als Grundlage für allgemeinere Aussagen verdichtet werden konnten.

Eingangs wurden die Interviewpartner anhand eines halbstandardisierten Fragebogens zunächst nach Erfahrungen aus gemeinsamen Aktivitäten mit der jeweils anderen Institution (Schule oder Betriebe) befragt, wobei nach der offenen Frage auch nicht genannte aber theoretisch mögliche Formen der Zusammenarbeit hinsichtlich der Realisierung abgefragt wurden. Ziel war es, ein breites Set an Aktivitäten von den jeweiligen Befragten genannt zu bekommen, die erst in einem zweiten Analyseschritt im Hinblick auf die Übertragung in andere Betriebe untersucht werden sollen.

Es wurde des Weiteren im Hinblick auf das Zustandekommen und die Pflege der Beziehung auch darauf eingegangen, welcher Ansprechpartner Initiator der Zusammenarbeit war, welcher Partner für die Aufrechterhaltung der Beziehung sorgt und wie häufig bzw. wie regelmäßig sowie bei welchen Gelegenheiten der Kontakt zwischen den Partnern besteht.

Mit Blick auf die Identifikation von hemmenden und fördernden Faktoren wurden die Befragten zudem gebeten, die Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit in ihrer eigenen Institution zu beschreiben sowie ihre Einschätzungen zu Rahmenbedingungen in ihrer jeweiligen Partnerinstitution abzugeben. Dazu gehörte eine Einschätzung zu den Fragen, ob klare Zuständigkeiten vorhanden sind, inwieweit Entscheidungsfreiräume und Befugnisse durch die betreffende Person bestehen und inwieweit die Möglichkeit der Integration in den täglichen Arbeitsablauf besteht. Außerdem sollten sie auch ihre Motive, die sie mit der Zusammenarbeit verfolgen, benennen.

Ein weiterer inhaltlicher Bestandteil der Interviews widmete sich den wünschenswerten Aktivitäten für die Zukunft, den Erwartungen an diese gemeinsamen Aktivitäten sowie Voraussetzungen hierfür bei den jeweiligen Partnern. Zudem wurde erörtert, ob und in welchem Maße die Befragten sich hierfür Unterstützung durch Externe, etwa durch Verbände oder Kammern, wünschten sowie inwieweit die Befragten selbst bereit wären, an Veränderungen mitzuwirken.

Schließlich wurden die Betriebe in einem weiteren Punkt nach Maßnahmen zur Nachwuchssicherung sowie zu der Organisation und Durchführung des Einstellungsprozesses von potentiellen Auszubildenden befragt. Auch die Frage der Eignungs-Feststellung eines Bewerbers sowie Zuständigkeiten innerhalb des Bewerbungsprozesses wurden beleuchtet. Die Schulen auf der anderen Seite wurden nach Angeboten zur beruflichen Orientierung befragt.

Abschließend wurden die Befragten um einige statistische Daten zur ihrem Betrieb bzw. ihrer Schule gebeten. Besonders die Mitarbeiter- und Auszubildendenzahlen in den Betrieben waren hier von besonderem Interesse, um diese den durchschnittlichen Unternehmensgrößen des KFZ-Handwerks zuordnen zu können.

Um zunächst eine möglichst große Spannweite an kreativen Vorschlägen zur Gestaltung der Zusammenarbeit zu bekommen, wurden die befragten Betriebe nicht zufällig als repräsen-

tative Stichprobe in Bezug auf die Unternehmensgröße ausgewählt, sondern vom ZDK als erfolgreiche Betriebe in der Ausbildung benannt – dabei handelte es sich zumeist um Betriebe mit überdurchschnittlich vielen Mitarbeitern. Im Hinblick auf die Realisierungsmöglichkeiten im Kfz-Gewerbe insgesamt werden daher aktuell in einem zweiten Schritt die Ergebnisse der Befragung mit Blick auf kleine Betriebe hinterfragt, insbesondere deshalb, weil die interviewten Betriebe zumeist prämierte Betriebe sind und deshalb keineswegs als repräsentative Durchschnittsbetriebe gesehen werden können.

2 Erste Ergebnisse der Studie

2.1 Formen der Zusammenarbeit zwischen Realschulen und Betrieben

Hinsichtlich der gemeinsamen Aktivitäten stellte sich als die verbreitetste Methode der Zusammenarbeit das Angebot bzw. die Vermittlung von Schülerpraktika – z.T. auch als (Mehr-)Tagespraktika – dar. Praktika können auch von kleinen Betrieben organisiert werden und ermöglichen ein frühzeitiges gegenseitiges Kennenlernen und Netzwerken. Die Praktikantin bzw. der Praktikant kann den Betriebsalltag erkunden und der Betrieb bekommt über die Beobachtung des Arbeits- und Lernverhaltens eine Grundlage für eine mögliche Einstellungsentscheidung.

Die Beteiligung auf Ausbildungsmessen wurde von den Betrieben differenziert gesehen: einige beteiligen sich gerne, sofern sich die Messe konzeptionell auch an die Zielgruppen des Handwerks richtet und nicht nur einzelne ‚Alibi-Handwerksbetriebe‘ eingeladen werden. Kleinere Betriebe sehen Kapazitätsprobleme, sich an dieser Form der Orientierung zu beteiligen.

Ebenfalls eher bei größeren Unternehmen kristallisieren sich Engagements im Rahmen von Bewerbungsseminaren und Assessment-Center-Trainings an Schulen heraus. Hier sind es insbesondere Unternehmen mit Personalabteilungen, die über entsprechende Erfahrungen im Bereich der Einstellungsverfahren verfügen. Etwas breiter verbreitet sind Beteiligungen an Berufsinformationsveranstaltungen in Schulen, bei denen Ausbildungsberufe vorgestellt werden.

Auch Betriebsbesichtigungen werden angeboten, allerdings wird hier betriebsgrößenunabhängig zum Teil fehlendes Interesse von Seiten der Schülerinnen und Schüler für den Fall beklagt, wenn ganze Klassen komplett in den Betrieb kommen. Dies führt dann dazu, dass Betriebe teilweise nur Betriebsbesichtigungen für ‚wirklich Interessierte‘ anbieten und darüber hinaus nur auf Nachfrage.

Als weitere Aktivität wurde auch die Beteiligung an Projekten wie ‚Girls Day‘ genannt.

Wiederum eher bei Betrieben mit entsprechenden personellen Kapazitäten werden ‚Gemeinsamer Unterricht‘ bzw. ‚Schülerfirma‘ angeführt. Der gemeinsame Unterricht kann sich z.B. derart gestalten, dass Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter in der Schule Zinsrechnung am Bei-

spiel einer Autofinanzierung unterrichten oder Schülerinnen und Schüler im Kunstunterricht künstlerische Elemente einer Werbekampagne entwickeln oder in einem Projekt eine Videokonferenz gestalten. Bei der Schülerfirma agieren die Schülerinnen und Schüler in authentischen betrieblichen Situationen in der Schule, wobei sie bei ihren Lernprozessen insbesondere auch im Bereich Buchführung und Marketing auch durch Mitarbeiter des Betriebes betreut bzw. unterrichtet werden.

2.2 Erfolgsfaktoren für eine gute Zusammenarbeit zwischen Schulen und Betrieben

Betrachtet man die Rahmenbedingungen für gute Kooperationen, so lassen sich diese auf drei Ebenen festmachen: erstens auf der Mikroebene, nämlich der Ebene der Personen (Ausbilder und Lehrer/-innen), zweitens auf der Mesoebene, welche durch die organisatorischen und institutionellen Rahmenbedingungen in Schulen und Betrieben bestimmt wird sowie drittens auf der Makroebene als der Ebene der Kooperationsnetzwerke und Politik, welche die Rahmenbedingungen für die Meso- und Mikroebene festlegt. Im Folgenden sollen diese Rahmenbedingungen anhand von konkreten Beispielen aus der Telefonbefragung genauer betrachtet werden.

2.2.1 Erfolgsfaktoren auf der Mikroebene

Auf der Mikroebene können Erfolgsfaktoren sowohl für die Anbahnung als auch für die Pflege einer Beziehung herausgestellt werden. Dabei gelten persönliche Beziehungen auf der Mikroebene zwischen den Akteuren in den Betrieben und Schulen und örtliche Nähe häufig unabhängig von der Unternehmensgröße als sehr hilfreich zur Etablierung von erfolgreichen Kooperationen.

So entsteht bei einigen Betrieben die Nähe zu Schulen dadurch, dass ehemalige Schülerinnen und Schüler der Schulen als Auszubildende im Betrieb tätig sind, wodurch sich enge, häufig auch recht informelle Kontakte zu den jeweiligen Schulen ergeben – zum Teil über die Netzwerke der Auszubildenden. Ein Befragter benennt für diese Form der persönlichen Beziehungen zwei Vorteile: Der erste resultiert aus dem Umstand, dass er gemeinsam mit den Auszubildenden an Berufsinformationsmessen und Veranstaltungen in der jeweiligen Schule teilnimmt. Für interessierte Schülerinnen und Schüler besteht so die Möglichkeit, informell und ohne Hemmungen direkt Fragen „auf Augenhöhe“ an jemanden stellen zu können, der aus ihrer Mitte kommt. Dadurch können Auszubildende über das Identifizierungspotenzial, das sie den Schülern bieten, wirksam als Multiplikatoren für ihren eigenen Ausbildungsberuf fungieren. Für die Auszubildenden selbst sieht der Befragte den Vorteil, dass sie im Rahmen dieser Veranstaltungen selbst einmal in relativ vertrauter Umgebung im Mittelpunkt stehen und somit ihre rhetorischen Fähigkeiten ausbauen, aber auch ihr Selbstvertrauen stärken können.

Eine weitere Form des persönlichen Kontaktes zwischen Schulen und Betrieben ist die Kontaktaufnahme mit den Schulen der eigenen Kinder. Diese Form des Kontaktes wird von drei von elf Betrieben genannt. Zwei davon sind vergleichsweise große Betriebe, aber auch ein kleinerer Betrieb nennt diese Form der Kontaktaufnahme. Beispielsweise lud letzterer die

Realschulklasse des Sohnes zu einer Betriebsbesichtigung im Rahmen einer Projektwoche ein. Außerdem besucht der Geschäftsführer eines knapp 100 Mitarbeiter starken Unternehmens die Schule seines Sohnes im Rahmen einer sogenannten „Eltern stellen Berufe vor“-Aktion, durch die er neben der Möglichkeit der konkreten Informationsweitergabe und Werbung auch Kontakt zu betreffenden Lehrerinnen und Lehrern erhält.

Schließlich scheinen auch örtliche Nähe und persönliche Bekanntschaften – teilweise auch verwandtschaftliche Beziehungen – einen wichtigen Einfluss auf die Beziehungen zwischen Betrieben und Schulen zu haben. Hierbei sei zum einen ein Beispiel eines Autohauses im Ruhrgebiet genannt, das einen sehr intensiven Kontakt zu einer Realschule in unmittelbarer Nachbarschaft pflegt. Aus dieser Nähe resultieren dann vielfältige Aktionen wie beispielsweise die Teilnahme von Mitarbeitern des Autohauses am Mathematikunterricht der 8. Klasse zum Thema Zinsrechnung oder die Teilnahme an Kunstprojekten, deren Ergebnisse dann im Autohaus ausgestellt werden. Besonders im ländlichen Raum scheint der persönliche Kontakt zwischen den Ansprechpartnern förderlich zu sein. Drei Betriebe, alle aus dem ländlichen Raum, nennen explizit die Kontaktpflege im Rahmen von Volksfesten oder sonstigen lokalen Veranstaltungen. Einige Autohäuser empfinden es außerdem als förderlich, wenn die Lehrer/-innen gleichzeitig Kunden im Unternehmen sind.

Auch für die Pflege der Zusammenarbeit scheint der unmittelbare Kontakt zwischen einem Ansprechpartner eines Betriebes und einem Lehrer/-in einer Schule als sehr hilfreich. Besonders die Möglichkeit, unbürokratisch einen Lehrer/-in bzw. einen Betriebsverantwortlichen telefonisch zu erreichen und mit ihm ohne institutionelle Hürden Ziele bzw. Probleme direkt besprechen zu können, wird als große Erleichterung empfunden. So berichtet beispielsweise eine Befragte eines großen Autohauses, dass sie es sehr schätze, direkt mit einem festen Ansprechpartner im Kontakt zu stehen und diesen bei Problemen auch direkt kontaktieren zu können, ohne den „Umweg“ über die Schulleitung gehen zu müssen. Sie bemerkt außerdem, dass sie teilweise seitens anderer Lehrer/-innen der Schule z.T. eher Desinteresse hinsichtlich gemeinsamer Projekte erfährt, und wertet daher den Kontakt zu einzelnen Lehrern oder Lehrerinnen als sehr wichtig für das Fortbestehen der Kooperationen.

Insgesamt stellen diese direkten Kontakte einen entscheidenden Faktor für das Zustandekommen, z.T. auch für das Fortbestehen der Beziehung, dar. Diese Personengebundenheit stellt im Hinblick auf das Fortbestehen der Zusammenarbeit allerdings auch eine Gefahr dar, wenn entweder der Lehrer/-in oder der Ansprechpartner im Betrieb die Stelle wechselt und nicht zeitgleich neue Verbindungen aufgebaut werden.

Für eine anhaltend erfolgreiche Zusammenarbeit werden auf der Mikroebene die gegenseitige Kooperationsbereitschaft und Engagement ergänzend als Beispiele genannt. Hierbei war besonders bedeutsam, dass alle Beteiligten mit „Herzblut“ bei der Sache waren. Hierzu sei ein Beispiel einer Geschäftsführerin eines 160 Mitarbeiter umfassenden Betriebes genannt: Diese bemüht sich regelmäßig, gemeinsam mit Mitarbeitern in die Schulen zu gehen, um diesen ein Zeichen zu senden, dass sie beim Thema Berufsorientierung ‚nicht allein‘ seien. Als weiteres Beispiel kann hier ein Betriebsinhaber eines kleinen ländlichen Autohauses genannt werden,

der es explizit als sein Ziel ausweist, Jugendlichen, die „eigentlich keine Perspektive haben“, eine Möglichkeit zu geben, den Betriebsalltag in einem Autohaus kennenzulernen.

Die Einhaltung von gemeinsam getroffenen Absprachen wird zudem von vielen Betrieben als bedeutsam eingeschätzt. Verlässlichkeit in diesem Punkt sei unabdingbar für gemeinsame Kooperationen. So nennt ein Autohaus das Beispiel einer Schule, mit der man zuvor die Absprache getroffen hatte, dass Schülerinnen und Schüler dieser Schule dem Betrieb Bewerbungen für Ausbildungsstellen einreichen sollten, es jedoch keine Kontrolle dieser Absprache seitens der Lehrer/-innen gegeben habe und somit der Betrieb nicht die erhofften Bewerbungen bekam. Ein weiterer Befragter betont, dass er sich lieber auf wenige, dafür aber verlässliche Schulen beschränkt, als mit einer breiten Anzahl von Schulen zusammenzuarbeiten, bei denen Absprachen zum Teil oder gänzlich nicht eingehalten werden.

Auch erscheint es wichtig, dass gegenseitige Ziele aus der Kooperation erkannt und akzeptiert werden. Während sich Schulen eine gewisse Ausbildungsreife für ihre Schülerinnen und Schüler erhoffen, ist es Ziel der Unternehmen, potentielle Arbeitnehmer bzw. Auszubildende zu finden sowie Kunden zu generieren und die Kooperation für (Auszubildenden-)Marketingzwecke nutzbar zu machen. Der letztgenannte Punkt scheint von vielen Betrieben, unabhängig von ihrer Größe, bewusst wahrgenommen zu werden. Viele der befragten Betriebe veröffentlichen Berichte in der lokalen Presse über erfolgreiche Kooperationen. Des Weiteren nennen alle betrieblichen Interviewpartner das Ziel, Nachwuchskräfte für das eigene Unternehmen zu gewinnen. Viele nennen zudem aber auch das Ziel, Aufklärung über den Ausbildungsberuf zu geben und Jugendliche auf ein Leben in der Arbeitswelt vorzubereiten.

Nicht alle Befragten haben einen regelmäßigen Austausch mit der jeweils anderen Institution etabliert. Dies erscheint aber ein wichtiger Faktor für das erfolgreiche Fortbestehen einer Kooperation zu sein und wird von 3 befragten Betrieben explizit genannt und als hilfreich empfunden. Hierüber hinaus wird der Wunsch nach einem regelmäßigen Gedankenaustausch von verschiedenen Betrieben genannt, verbunden mit dem Wunsch, gemeinsam neue Projekte zu begründen. Da sich viele Betriebe mehr Initiative seitens der Schulen wünschen, erhoffen sie sich durch diese Gesprächskreise, diesem Wunsch näher zu kommen.

2.2.2 Erfolgsfaktoren auf der Mesoebene

Auf der Mesoebene werden vor allem die Bedingungen betrachtet, die innerhalb der Institutionen bzw. zwischen der Schule und dem Betrieb bilateral für die Zusammenarbeit auf der Mikroebene den Rahmen bilden.

Zeitliche Freiräume, innerhalb derer die jeweiligen Ansprechpartner die Zeit finden, sich der inhaltlichen und organisatorischen Gestaltung der Partnerschaft zu widmen, scheinen für Engagements (im Besonderen von betrieblicher Seite) essentiell zu sein. Besonders Betriebe mit 35 und weniger Mitarbeitern beklagen, dass ihnen häufig die personelle Kapazität fehlt, sich um mehr als die übliche Routine im Rahmen von Schülerpraktika zu bemühen. Oftmals sorgt sich in Betrieben dieser Größenordnung ein und derselbe Mitarbeiter um anfallende

administrative Tätigkeiten genauso wie um die Einstellung neuer Auszubildender oder die Betreuung der Schülerpraktikanten. Ein Werkstattmeister, der mit der Betreuung der technischen Auszubildenden eines 35 Mitarbeiter umfassenden Autohauses betraut ist, erzählt beispielsweise, dass die Zusammenarbeit mit den Schülerpraktikanten für ihn eher ein Hobby sei, für das er einen Teil seiner Freizeit investiere. Jedoch auch bei Betrieben mit ca. 100 Mitarbeitern herrscht dieses Kapazitätsproblem und so geben viele Befragte an, dass sie sich zunächst um ihr Tagesgeschäft zu bemühen haben, bevor sie sich mit Projekten von Schulen beschäftigen könnten. Dennoch betonen viele dieser Betriebe den hohen Stellenwert der Ausbildung für ihr Unternehmen. Aus diesem Grund schaffen sich viele Befragte aus Unternehmen mit ca. 100 Mitarbeitern bewusst Freiräume für die Zusammenarbeit mit Schulen; sehen diese daher als Teil ihrer Aufgaben, wenn auch nicht zwingend als ihre Hauptaufgabe. Zwei Unternehmen mit jeweils mehr als 750 Mitarbeitern beschäftigen für die Betreuung und Koordination der Auszubildenden und Praktikanten in den jeweiligen Betrieben eigene Ausbildungsbeauftragte. Diese bezeichnen die Zusammenarbeit mit den Schulen als ihr ‚Kerngeschäft‘ und legen somit auf die Kooperation mit den jeweiligen Schulen einen Schwerpunkt ihrer Arbeit.

Aus den Interviews mit den Betrieben ging zudem hervor, dass sie eine Unterstützung der Kooperation durch die Schulleitung und die curriculare Einbindung von Angeboten zur Berufsorientierung als förderlich für die Zusammenarbeit erachten. Beispielsweise berichtet ein Betrieb von seiner Absicht, mit einer Schule eine Kooperation zu beginnen, was aber trotz Motivation der Lehrer/-innen aufgrund von Restriktionen durch die Schulleitung scheiterte. Die Befragte gab an, dass Lehrer/-innen „ohne den Support der Schulleitung“ für die Ausgestaltung von Kooperationsbeziehungen keine Chance hätten. Demgegenüber ist ein anderer Betrieb der Auffassung, dass es vor allem darauf ankomme, dass die betreffenden Fachlehrer/-innen der Kooperation offen gegenüberstünden. Er bezeichnet den Einfluss der Schulleitung als weniger gravierend.

Seitens der Betriebe scheint es hilfreich, dass die an der Zusammenarbeit unmittelbar beteiligten Personen Entscheidungen für die Kooperation treffen können. In kleineren Betrieben zeigt sich, dass häufig die Betriebsinhaber oder Geschäftsführer für die Kooperationen zuständig sind und demzufolge auch Entscheidungen inhaltlicher und finanzieller Art treffen können. In größeren Unternehmen ist hier z.T. die Zustimmung von Vorgesetzten notwendig. Ein Befragter gibt an, dass seine Mitarbeiter finanzielle Zusagen in einem kleineren finanziellen Rahmen geben könnten, er jedoch bei größerem Umfang eingebunden werden möchte. Ein anderer Betrieb betraut seine Studenten der Berufsakademie mit der inhaltlichen Gestaltung der Kooperation. Auch diese haben sich bei Zusagen mit ihrer Vorgesetzten abzustimmen.

Zudem zeigt sich, dass die Betriebsgröße vielfach ausschlaggebend dafür ist, ob der Kooperation ein wesentlicher Stellenwert von Seiten der Schulen zugesprochen wird. Dies erklärt sich daher, dass auf Seiten großer Betriebe ein wachsendes Interesse im Hinblick auf Nachwuchssicherung festzustellen ist und diese gleichzeitig – wie oben dargestellt – die Möglichkeit haben, personelle Ressourcen flexibel in der Zusammenarbeit einzusetzen. Auf

Seiten der Schulen werden große Betriebe somit als attraktiverer Partner empfunden, da sie für die Schülerinnen und Schüler mehr Möglichkeiten der Orientierung und Unterweisung bieten können.

Unterschiedlich stark befürwortet bzw. kritisch gesehen wird die Verankerung der Zusammenarbeit in Verträgen.

2.2.3 Erfolgsfaktoren auf der Makroebene

Auf der Makroebene sind es vor allem Kooperationsnetzwerke, die eine Zusammenarbeit zwischen Schulen und Betrieben erfolgreich unterstützen, wenn darüber regelmäßige Informations- und Austauschmöglichkeiten geschaffen und bzw. oder Aktivitäten finanziell unterstützt werden. Finanzielle Hemmnisse spielen durchaus eine limitierende Rolle bei den Aktivitäten zur beruflichen Orientierung – insbesondere auf schulischer Seite. Es lassen sich aber auch im Hinblick auf die Anbahnung von Kooperationen Vorteile der Netzwerke erkennen: So wird ein Initiativkreis genannt, der es sich zum Ziel gesetzt hat, Schulen und Betriebe einer Region besser miteinander zu vernetzen und somit für ein erstes Kennenlernen der Partner sorgt.

Hinsichtlich des Wunsches der Unterstützung durch Politik, Wirtschaftsverbände und andere Initiativen besteht keine Einigkeit: eine Befragte und ein Befragter berichten über positive Wirkungen von konkreten Projekten, die durch persönliche Begutachtung durch Politiker einen besonderen Antrieb erlangten, jedoch wird teilweise lieber auf diese so genannte Unterstützung verzichtet, wenn sie eigentlich nur zum ‚Schmücken der Politik‘ dient. In diesem Fall bevorzugen sie eine Regelung ‚auf dem kleinen Dienstweg‘.

3 Fazit und Ausblick

Diese ersten Ergebnisse bieten bereits Anknüpfungspunkte für konkrete Maßnahmen bei der Gestaltung von Voraussetzungen durch Akteure auf der Makroebene, die z.B. in der Bildung von Netzwerken, in der Entwicklung von Materialien für Informationsveranstaltungen, in der Entwicklung von (guten) Unterrichtsmaterialien oder in der finanziellen Unterstützung von Aktivitäten bestehen können. Auch die Belohnung von Engagement wäre denkbar. Aber auch praktische Empfehlungen für die Akteure auf der Mikro- und Mesoebene werden erkennbar: z.B. das Festlegen von Ansprechpartnern mit entsprechenden Entscheidungskompetenzen, die Unterstützung durch die Schulleitung, die Netzwerkbildung zum Aufbau von persönlichen Beziehungen sowie der Aufbau des internen Informationsmanagements (auch zur Weitergabe von Kontakten).

Ziel für die letzte Projektetappe ist die weitere Ausarbeitung und Diskussion von Vorschlägen für konkrete Maßnahmen, mit denen die Rahmenbedingungen für die berufliche Orientierung verbessert werden können.

Zusammenfassend lässt sich mit Blick auf das Workshopthema ‚Betriebliche Praktika‘ feststellen, dass das Praktikum bzw. die Praktikumsvermittlung offenbar aus betrieblicher und schulischer Sicht in der Zusammenarbeit einen großen Anteil einnimmt – insbesondere dann, wenn es sich um kleinere Betriebe handelt. Gleichwohl wurden auch weitere Möglichkeiten der Zusammenarbeit herausgestellt und die Erfolgsfaktoren für die gelingende Zusammenarbeit identifiziert – sowohl mit Blick auf die Ebene der Personen und Institutionen als auch mit Blick auf Politik und Verbände. Die Bedeutung der allgemein bildenden Schule bei der Berufsorientierung, die neben Internet und Familie ein hohes Gewicht hat, erschöpft sich nicht in der Vermittlung von Praktika, sondern in der Bereitstellung weiterer Informationsangebote. Diese können durch eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Betrieben auch in konkreten Kontakten und Praxiseinblicken bestehen.

Eine im Hinblick auf Forderungen nach mehr Praktika relevante und auch nach dem Projekt noch offene Fragestellung betrifft die Praktikumsgestaltung im Hinblick auf unterschiedlich mögliche Zielsetzungen des Praktikums. So wäre denkbar und zu prüfen, ob bei der Praktikumsgestaltung – neben den bereits in Vorläuferprojekten eruierten Wünschen und Erwartungen der Praktikanten – auch die Vorkenntnisse und der Fortschritt des Praktikanten bzw. der Praktikantin in seinem Orientierungsprozess explizit zu berücksichtigen sind. Es könnte einen Unterschied machen, ob das Praktikum der allgemeinen Orientierung im Sinne von ‚Was bedeutet es eigentlich, morgens früh aufzustehen?‘ oder eher spezifischer im Sinne von ‚Welche typischen Abläufe gibt es in einem bestimmten Beruf?‘ oder ‚Welche typischen Abläufe gibt es in einem bestimmten Betrieb?‘ dient. In den Interviews mutete zunächst an, dass das Praktikum vor allem dem Kennenlernen und der Einschätzung des potenziellen Auszubildenden dient – was eine betriebliche Zielsetzung neben den drei schemenhaft skizzierten möglichen Zielen eines Praktikanten darstellt.

Literatur

BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (BIBB) (Hrsg.) (2011): Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2011. Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung. Bonn. Online: http://datenreport.bibb.de/Datenreport_2011_Vorversion.pdf (27-05-2011).

BUSCHFELD, D./ BIELIGK, C. (2009): Auswirkungen des demografischen Wandels auf das Handwerk am Beispiel des Kammerbezirks Dresden. In der Reihe: Arbeitshefte zur berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung. Heft A9, Köln. Online: <http://www.fbh.uni-koeln.de/fbhsite/index.php?id=45> (27-05-2011).

HEINSBERG, T./ REHBOLD, R. R. (2011 [in Vorbereitung]): Transparenz der Aus- und Weiterbildungsstrukturen sowie der Karrierewege im Gesundheitshandwerk unter Anwendung des modifizierten Berufslaufbahnkonzepts des Handwerks. Abschlussbericht zum Projekt ‚Analyse von Gemeinsamkeiten und Unterschieden in den gesundheitshandwerklichen Aus- und Weiterbildungsberufen‘. In der Reihe: Arbeitshefte zur berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung. Heft A14, Köln.

DILGER, B./ WENNER, N./ WILMS, M. (2009): Auswirkungen von Schülerpraktika im Handwerk auf die Wahl des Ausbildungsberufes – Empfehlungen für die Gestaltung von Schülerpraktika. In der Reihe: Arbeitshefte zur berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung. Heft A10, Köln. Online: <http://www.fbh.uni-koeln.de/fbhsite/index.php?id=45> (27-05-2011).

HILLE, S./ LANG, M./ REHBOLD, R. R. (2011 [in Vorbereitung]): Berufswahlverhaltens von Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufen I und II in der Phase der Berufsorientierung am Beispiel der Region Köln-Bonn. In der Reihe: Arbeitshefte zur berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung. Heft A12, Köln.

REHBOLD, R. R./ HEINSBERG, T. (2011): Transparenz von Karrierewegen im Handwerk - das Berufslaufbahnkonzept am Beispiel von Gesundheitshandwerken. In: *bwp@ Spezial 5 – Hochschultage Berufliche Bildung 2011, Workshop 26*, hrsg. v. BECKER, M./ KREBS, R./ SPÖTTL, G., 1-18. Online: http://www.bwpat.de/ht2011/ws26/rehbold_heinsberg_ws26-ht2011.pdf (in Vorbereitung).

REHBOLD, R. R./ KÖHN, A./ ROTTHEGE, S. (2011 [in Vorbereitung]): Analyse von Rahmenbedingungen für die Gestaltung des Übergangs von jungen Menschen von der Schule in die Berufswelt – exemplarische Untersuchung am Beispiel des Kfz-Handwerks. In der Reihe: Arbeitshefte zur berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung. Heft A15, Köln.

STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (2011): Demografischer Wandel in Deutschland. Bevölkerungs- und Haushaltsentwicklung im Bund und in den Ländern. Wiesbaden.

Online:

<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Fachveroeffentlichungen/Bevoelkerung/VorausberechnungBevoelkerung/BevoelkerungsHaushaltsentwicklung5871101119004.property=file.pdf> (26-05-2011).

STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (2009): Demografischer Wandel in Deutschland. Auswirkungen auf Kindertagesbetreuung und Schülerzahlen in Bund und Ländern. Heft 3. Online: <http://www.destatis.de> (06-06-2011).

Zitieren dieses Beitrages

REHBOLD, R. R. (2011): Rahmenbedingungen für die berufliche Orientierung und den Übergang von Schule und Beruf – Ergebnisse einer Studie zur Kooperation von Realschulen und Betrieben. In: *bwp@ Spezial 5 – Hochschultage Berufliche Bildung 2011, Einzelbeitrag aus Workshop 05*, 1-14. Online: http://www.bwpat.de/ht2011/eb/rehbold_ws05-ht2011.pdf (26-09-2011).

Der Autor:



ROLF RICHARD REHBOLD

Forschungsinstitut für Berufsbildung im Handwerk

Venloer Str. 151 – 153, 50672 Köln

E-mail: rolf.rehbold@uni-koeln.de

Homepage: www.fbh.uni-koeln.de