

BASTIAN PELKA

Dr., Koordinator, Forschungsbereich 3 "Arbeit und Bildung in Europa"
Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs), Technische Universität Dortmund

Welche Berufsorientierung suchen Jugendliche?

Skizze eines Phasenplanes zur nachfrageorientierten Gestaltung von Berufsorientierung

Kommunen und Kreise haben die Berufsorientierung als wichtiges Handlungsfeld bei der Unterstützung erfolgreicher Übergänge von Jugendlichen in die Arbeitswelt entdeckt. Angesichts einer Vielzahl von Angeboten und beteiligten Akteuren kommen aber Fragen nach Übersicht, Abstimmung und Wirkung auf. Die Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs) hat in den Jahren 2009 und 2010 in Forschungs- und Gestaltungsprojekten für die Kreise Herford und Gütersloh die Perspektive von Jugendlichen auf die Angebote der Berufsorientierung erhoben. Der Beitrag fasst die Ergebnisse zweier Erhebungen zusammen und schlägt einen Phasenplan vor, der eine Systematisierung von regionalen Berufsorientierungsangeboten entlang der Bedarfe von Jugendlichen leiten kann. Die Auswahlkriterien, nach denen Jugendlichen Angebote bewerten, werden in diesen Phasenplan einbezogen.

1. Zwei Kreise mit ähnlichen Strukturen

Die Kreise Gütersloh und Herford sind nicht nur benachbart und beide Teil des Regierungsbezirks Detmold. Sie weisen auch eine Reihe ähnlicher Merkmale auf. Zu diesen Gemeinsamkeiten zählen das Fehlen eigener Oberzentren, eine enorm „junge“ Demographie – beide Kreise werden 2020 mit zu den „jüngsten Kreisen“ Deutschlands zählen -, ein hoher und wachsender Anteil von Jugendlichen mit Migrationshintergrund sowie eine ungünstige Angebots-Nachfrage-Relation für betriebliche Ausbildungsplätze. Je nach Stichtag der Erhebung von Ausbildungsplatzangebot und Nachfrage rangieren die beiden Kreise unter den deutschen Kreisen mit der schlechtesten Angebots-Nachfrage-Relation. In beiden Kreisen werden Jugendliche in den kommenden Jahren wahrscheinlich eine weitere Verschlechterung ihrer Chancen auf einen betrieblichen Ausbildungsplatz erfahren.

Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund hat sich in beiden Kreisen ein breites Angebot zur beruflichen Orientierung entwickelt, wobei im Folgenden alle im jeweiligen Kreisgebiet verfügbaren Angebote einbezogen wurden, die die Annäherung und Abstimmung von Interessen, Wünschen und Wissen von Jugendlichen aller Altersstufen¹ entweder verpflichtend (z.B. in der Schule) oder freiwillig (z.B. durch eigene Recherche in Datenbanken) auf Bedarfe und Anforderungen der Arbeits- und Berufswelt unterstützen – sei es durch rein informative Ansätze (z. B. Bildungsmessen), beratende (Berufsberatung im BIZ) oder solche, die auf Kompetenzentwicklung zur eigenständigen Berufswahl basieren (z.B. Kompetenzmessung).² Das so verstandene Angebot an beruflicher Orientierung umfasst beispielsweise im Kreis Herford sieben Ausbildungsplatzbörsen, acht Testverfahren zur Kompetenzfeststellung sowie 13 weitere Instrumente. Insgesamt zählt der Kreis 35 Anbieter von beruflicher Orientierung - die Spannweite umfasst Bildungsträger, Branchenverbände, Kammern, Städte und Gemeinden sowie Banken und Sparkassen.

2. Berufsorientierung aus Sicht der Jugendlichen

¹ Aktuell ist in der Berufsorientierung der Versuch zu erkennen, Jugendliche biografisch immer früher und auch länger anzusprechen. Eine „biographische Berufswegebegleitung“ (Bylinski, Ursula, 2009: S. 52-59.) soll als kontinuierliche Aufgabe aller beteiligten Institutionen von der allgemeinbildenden Schule bis in die Berufs- und Arbeitswelt entstehen.

² Diese Definition lehnt sich an das im Programm „Schule-Wirtschaft/Arbeitsleben“ entwickelte Verständnis von Berufsorientierung als „Prozess der Annäherung und Abstimmung“ an (vgl. Butz, Bert, 2008: S. 42-62.), erweitert diese aber durch einige von Jugendlichen als relevant wahrgenommene Aspekte.

Kasten: Zur Methode**Workshop mit SV-Sprechern/innen an Berufskollegs im Kreis Herford**

Auftraggeber: Bildungsbüro des Kreises Herford
 Durchführendes Institut: Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs)
 Methode: qualitativer Workshop im Delphi-Design (vgl. Pelka 2010)
 Befragungszeitpunkt: Dezember 2009
 Befragte: 11 SV-Sprecher/innen von Berufskollegs
 Ziel: Einschätzungen zu Angeboten der Berufsorientierung erheben

Befragung von Schülern/innen an Berufskollegs im Kreis Gütersloh

Auftraggeber: Bildungsbüro des Kreises Gütersloh, Förderung durch „Perspektive Berufsabschluss“
 Durchführendes Institut: Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs)
 Methode: schriftliche Klassenraumbefragung
 Befragungszeitpunkt: Oktober 2009, kurz nach Maßnahmebeginn
 Befragte: 708 Jugendliche in fünf Bildungsgängen (BOJ, BVJ, KSoB, BVB, Werkstattjahr) von fünf Berufskollegs
 Ziel: Einschätzung der Jugendlichen zu den besuchten Bildungsangeboten/Maßnahmen erheben

Die Sozialforschungsstelle (sfs) hat in beiden Kreisen Erhebungen durchgeführt (siehe Kasten), um die Sicht von Jugendlichen - Die Empirie bezieht sich nur auf Schüler/innen an Berufskollegs - auf die regionale Angebotslandschaft an beruflicher Orientierung zu erkunden. Diese Erhebungen waren jedoch nicht miteinander verbunden und verfolgten zum Teil unterschiedliche Erkenntnisinteressen. In diesem Beitrag werden sie nun unter der gemeinsamen Fragestellung nach der Nutzungsstrategie der Jugendlichen ausgewertet. Dabei wird ein im Workshop entwickeltes Modell zur Beschreibung der Suchinteressen durch die Befunde der quantitativen Befragung überprüft.

These 1: Jugendliche suchen nach Angeboten, nicht nach Anbietern

Im Workshop wurde das Wissen der Jugendlichen über regionale Berufsorientierungsangebote erhoben. Dabei wurde ein Denkmuster deutlich: So kannten die SV-Sprecher zwar viele der verfügbaren Berufsorientierungsangebote, deren Träger kannten sie aber nicht. Mehr noch: Sie äußerten die Einschätzung, dass ihre Bewertung eines Angebots oder die Entscheidung für ein bestimmtes Angebot nicht vom Träger abhängt, da diese oftmals nicht gekannt oder zumindest kaum unterschieden werden. Vor allem Jugendliche mit Migrationshintergrund hätten Schwierigkeiten, die anbietenden Akteure auseinander zu halten. Jedoch sei auch für Jugendliche ohne Migrationshintergrund vor allem eine – sehr grobe - Differenzierung wichtig: Sie unterscheiden Akteure als „Betriebe“ (deren Angeboten ein hoher Praxisbezug beigemessen wird) und „andere“. Die SV-Sprecher äußerten hingegen die Einschätzung, dass die Nutzung und insbesondere die Bewertung eines Angebots stärker mit individuellen Merkmalen der Jugendlichen zusammenhänge als mit dem Anbieter.

These 2: Jugendliche bewerten Angebote der Berufsorientierung aufgrund individueller Merkmale unterschiedlich

Vor dem Hintergrund dieser These lassen sich nun die Ergebnisse der quantitativen Studie zur weiteren Betrachtung heranziehen. Eine erste auffällige Unterscheidung in der Bewertung lässt sich zwischen Jungen und Mädchen treffen. Jungen bewerten die meisten professionellen individuellen Unterstützungsangebote und auch private Angebote bei Fragen zum Beruf als deutlich hilfreicher als Mädchen. Mädchen bewerten hingegen öffentliche Veranstaltungen und die Unterstützung durch Lehrer/innen besser.

Angebot: Bewertung	Prozent der Befragten, die das Angebot als „sehr hilfreich“ oder „hilfreich“ bewerteten	
	Jungen	Mädchen
professionelle individuelle Unterstützungsangebote		
Übergangcoach	51%	36%
Fallmanager	44%	20%
Ausbilder/Betreuer in einer Maßnahme	59%	39%
Lehrer/in	53%	58%

private Unterstützungsangebote		
Familie, Eltern, Geschwister	76%	66%
Freunde und Bekannte	67%	50%
Mein Freund/meine Freundin	78%	72%
öffentliche Veranstaltungen		
Ausbildungsbörsen/-messen etc.	22%	45%

Eine zweite Differenzierung lässt sich entlang des Merkmals „Migrationshintergrund“ vornehmen. Jugendliche, von deren Eltern zumindest ein Teil im Ausland geboren wurde, erhalten weniger Unterstützung durch ihre Eltern in Fragen der Berufsorientierung, dafür häufiger „institutionelle Beratung“.

Angebot: Bewertung	Prozent der Befragten, die das Angebot als „sehr hilfreich“ oder „hilfreich“ bewerteten	
	Migranten	Nicht-Migranten
Familie, Eltern, Geschwister	70%	84%
Übergangskoach	52%	34%
Ausbildungsbörsen/-messen etc.	27%	35%
Angebot: Nutzung	Prozent der Befragten, die das Angebot genutzt haben	
	Migranten	Nicht-Migranten
Übergangskoach	33%	24%
Schulsozialarbeiter	27%	17%
Fallmanager	20%	11%

These 3: Jugendliche suchen Angebote der Berufsorientierung nach individuellen Bedarfen

Eine Ausrichtung der Angebote zur Berufsorientierung allein anhand dieser individuell festgestellten Unterschiede auszurichten, würde jedoch zu kurz greifen. Das machten die SV-Sprecher im Workshop deutlich. Sie stellten heraus, dass neben diesen unveränderlichen individuellen Merkmalen der Stand der Orientierung der Jugendlichen die Auswahl und Bewertung eines Berufsorientierungsangebots beeinflusst. Über diesen bekannten Befund hinaus wurde jedoch eine interessante These zum Bezug zwischen Stand der Orientierung und Kriterien für die Auswahl und Bewertung von Angeboten geäußert: Jugendliche in einer frühen und unentschiedenen Phase ihrer Berufsorientierung suchen Angebote mit hohem individuellem Dialog und großer Nähe zu ihrer Lebenswelt, während für solche mit wagen oder sehr konkreten Vorstellungen ihrer beruflichen Ziele der fachliche Bezug und die Nähe zur betrieblichen Ebene an Bedeutung gewinnen, dafür aber auch Angebote außerhalb des „sozialen Nahbereichs“ genutzt werden.

Diese These lässt sich durch Befunde der Gütersloher Befragung stützen. Dort wurde der Orientierungsstand der Jugendlichen über die Selbsteinschätzung zum Stand der eigenen Entscheidungssicherheit für einen Beruf operationalisiert. Der so verstandene Stand der beruflichen Orientierung lässt sich nun mit der Bewertung von einzelnen Berufsorientierungsangeboten durch die Jugendlichen in Beziehung setzen.

Die den Jugendlichen zur Auswahl stehenden und im Fragebogen abgefragten Angebote können entlang der von den SV-Sprechern angedeuteten Merkmale gruppiert werden. Sie lassen sich dann unterscheiden in:

- Angebote im „*privaten Bereich*“ und mit starkem dialogischen Charakter, dafür geringerer Fachspezifik (Beratung durch Eltern, Freunde, Bekannte...),
- Angebote im „*Nahbereich*“, mit höherer Fachspezifik, die immer noch intensiven und häufigen Dialog ermöglichen (Beratung durch Lehrer, Schulsozialarbeiter, Ausbilder/Betreuer in Maßnahmen) und

- Angebote im „*öffentlichen Raum*“, die weniger oder nur punktuellen Dialog, dafür aber eine größere fachliche Spezialisierung und betriebliche Nähe bieten (z.B. Betriebsbesuche und Ausbildungsbörsen).

Insgesamt ist zu beobachten, dass *alle* Jugendlichen (also „schlecht“ bis „gut“ orientierte) die Beratung im privaten Bereich als wichtigste Unterstützung empfinden – dies deckt sich mit einer Vielzahl von Studien (u.a. Müller/Pagels 2010: 41), die die Bedeutung insbesondere der Eltern für die Berufswahl hervorheben. Darüber hinaus ermöglichen die Daten aber einen Blick auf das Verhältnis der Bewertung von privater und „öffentlicher“ Unterstützung in Abhängigkeit des Orientierungsstandes. Hier ist folgender Effekt zu erkennen: Je weiter der Orientierungsstand, desto weiter holen Angebote im „Nahbereich“ und „öffentliche“ gegenüber „privaten“ auf.

- „Schlecht orientierte“ Jugendliche bewerten „private“ Unterstützung 1,4 mal häufiger mit „sehr gut“ oder „gut“ als Angebote des „Nahbereichs“ und 2,9 mal häufiger als „öffentliche“ Angebote.
- Jugendliche, die sich als „teils/teils“ orientiert bezeichnen, bewerten private Angebote 1,7 mal häufiger „(sehr) gut“ als Angebote des „Nahbereichs“ und 1,9 mal häufiger als „öffentliche“.
- „Gut orientierte“ Jugendliche bewerten private Angebote 1,1 mal häufiger „(sehr) gut“ als solche des Nahbereichs und 1,5 mal häufiger als „öffentliche“.

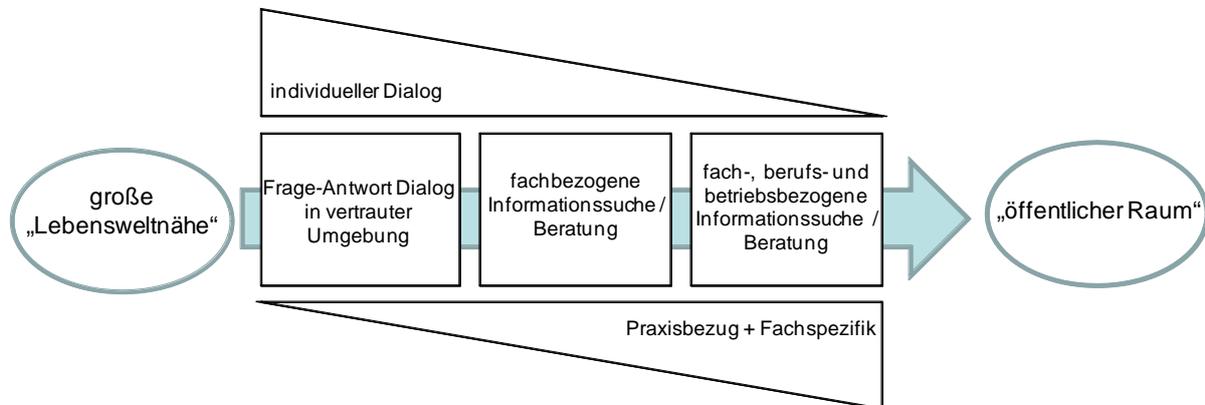
„Wie hilfreich war diese Unterstützung für Dich?“	„Wie gut fühlst Du Dich auf eine Entscheidung für einen Beruf vorbereitet?“ Anteil der Jugendlichen, die ankreuzten:		
	„(sehr) gut“	„teils/teils“	„(sehr) schlecht“
Private Unterstützung „meine Familie, Eltern, Geschwister“ „mein Freund, meine Freundin“ „weitere Freunde und Bekannte“	74%	64%	55%
Unterstützung im „Nahbereich“ „Lehrer/in“ „Ausbilder/in, Betreuer/in in Maßnahme“ „Schulsozialarbeiter/in“	67%	37%	38%
Unterstützung im „öffentlichen Raum“ „Agentur für Arbeit“ „Übergangskoach“ „Berufswahlberatung in der Schule“ „Ausbildungsbörse/Ausbildungsmesse“ „Berufseinstiegsbegleiter/in“ „Kompetenzagentur“ „Berufsvorbereitende Maßnahme“ „GT Aktiv/Fallmanager“	48%	34%	19%

Diese Bündelung der angebotenen Unterstützung nach den dem Modell der SV-Sprecher entsprechenden Kategorien bestätigt die These, dass sich die Suchbewegung mit zunehmender Orientierung zunächst gegenüber dem „Nahbereich“ und später auch „öffentlichen“ Angeboten öffnet.

Für einzelne Angebote ist diese differenzierte Bewertung nach Orientierungsstand auf Grund geringer Fallzahlen bei Kreuzauswertung einiger Items nur bei wenigen Angeboten möglich: Wenig orientierte Jugendliche favorisieren die Berufswahlberatung in der Schule und Berufseinstiegsbegleiter (zwei Angebote an der Schule sowie mit individueller Gesprächsmöglichkeit im „Nahbereich“). Gut orientierte Jugendliche bewerten die Berufsberatung in der Agen-

tur für Arbeit sowie Ausbildungsbörsen (zwei Angebote im „öffentlichen Raum“) besser als schlecht orientierte. Auch diese Einzelergebnisse stützen die These.

3. Interpretation der Ergebnisse: Das Phasenmodell



Die Befunde lassen sich zu einem Phasenmodell der Berufsorientierung von Jugendlichen verdichten. Dabei werden zunächst Angebote im privaten Umfeld (z.B. Eltern) und mit individuellem Kontakt sowie der Möglichkeit zum Frage-Antwort-Dialog genutzt. Dafür spielt die fachliche Expertise und Kenntnis unterschiedlicher Berufsfelder hier eine kleinere Rolle. Das private Gespräch im Familienkreis kann als Musterbeispiel dieser Orientierungsphase angesehen werden und stellt in der Tat für viele Jugendliche die erste – und: siehe oben: wichtigste – Orientierung dar. Diese Phase kann als grobe Suchphase verstanden werden, in der die Jugendlichen eine starke Vertrauenssituation für die Beratung benötigen..

Ist eine erste Orientierung erfolgt, suchen die Jugendlichen weiter gehende, fachlich professionellere, stärker Praxis orientierte Beratung (Phase 2), die auch außerhalb ihres bekannten Umfeldes liegen kann, aber den „sozialen Nahbereich“ bevorzugt. In dieser Phase tritt die Bedeutung des individuellen Kontakts und der Möglichkeit zum Frage-Antwort-Dialog zu Gunsten des Praxisbezugs des Angebots zurück.

In der letzten Phase (Phase 3) werden dann vor allem Beratungsangebote mit hohem Praxisbezug gesucht. Hier sind Informationsmöglichkeiten ohne oder mit eingeschränkten individuellen Gesprächen, also zum Beispiel öffentlichen Veranstaltungen wie Vorträge, Berufsmessen, Tage der offenen Tür oder Datenbanken häufiger eine genutzte Informationsquelle. Zwar besteht auch bei diesen oftmals die Möglichkeit zum individuellen Gespräch. Doch zeigen die Ergebnisse der Gütersloher Studie, dass es Gruppen von Jugendlichen gibt, die diese Veranstaltungsform nicht nutzen oder dort kein individuelles Gespräch anstreben.

Generell gilt zwar eine hohe Individualisierung der Beratung als sinnvoll, je weiter die Orientierung eines Jugendlichen fortgeschritten ist, desto wichtiger wird die Praxisrelevanz, also die stark fach-, berufs- und sogar betriebsbezogene Ebene der Entscheidungsfindung.

Das angedeutete „Phasenmodell“ ist sicher ein Idealbild, das aktiv suchende und interessierte Jugendliche voraussetzt. Auch informiert es nicht über mögliche Neuorientierung oder das Überspringen einer Phase. Trotzdem bietet es eine Antwort auf die Frage, wie, wann und für wen Berufsorientierungsangebote angeboten werden sollten. Es rückt das Augenmerk weg von der „Marke“ des Anbieter und richtet es auf zwei Faktoren, die Jugendliche als Entscheidungsgrundlage für die Wahl eines Berufsorientierungsangebots nutzen: individuellen Dialog und Praxisnähe/Fachspezifik. Idealerweise sind beide Faktoren stets hoch; in der Anfangsphase der Orientierung hat die Individualität der Angebote jedoch eine größere Bedeutung als die Praxiskenntnis des Beraters. Die Befunde zu individuellen Auswahlkriterien lassen sich in jeder Phase als Zielgruppenfokus „mitdenken“.

4. Informationsbedarf Jugendlicher im Fokus einer nachfrageorientierten Berufsorientierung

Diese Befunde sind eine Aufforderung zum stärkeren Systematisieren der Berufsorientierungsangebote einer Region. Regionen, die sich auf diesen Weg machen, sollten in einem ersten Schritt alle verfügbaren Angebote sammeln und entsprechend der hier beschriebenen Sicht der Jugendlichen kennzeichnen. Der Name des Anbieters wird in einer solchen Systematisierung zu Gunsten der beschriebenen spezifischen Merkmale wie Individualität und Fachspezifik zurücktreten. So ließe sich an eine Darstellung aller Angebote einer Region – zum Beispiel in Form eines Posters - denken, bei der die Beratungsangebote nach Angebotsform aufgeführt werden: alle individuellen Beratungsangebote, alle öffentlichen Veranstaltungen, alle EDV-gestützten Instrumente etc. Auch eine Unterscheidung zwischen Angeboten mit hohem Informations- vs. hohem Beratungsanteil oder mit allgemeinem vs. speziellem fachlichem Hintergrund entspräche dem Phasenmodell. Der Vorteil eines Einsatzes des Phasenmodells liegt darin, dass es Anbieter dazu zwingt, ihre Angebote von der Sicht der Zielgruppe aus zu betrachten. Bei diesem Blick könnte dann auffallen, dass es zahlreiche Angebote eines Typs, dafür nur wenige eines anderen Typs gibt – dass also Jugendliche in einer bestimmten Phase eventuell nicht genügend Angebote finden. Andererseits werden sicherlich auch Angebotshäufungen auffallen.

Literatur

Butz, Bert, 2008: Grundlegende Qualitätsmerkmale einer ganzheitlichen Berufsorientierung. In: Famulla, Gerd E.; Bert Butz; Sven Deeken; Ute Michaelis; Volker Möhle; Birgit Schäfer (Hrsg.): Berufsorientierung als Prozess. Persönlichkeit fördern, Schule entwickeln, Übergang sichern. Baltmannsweiler: Schneider Verl. Hohengehren, S. 42-62

Bylinski, Ursula, 2009: Schule zur Arbeitswelt hin öffnen. In: Bonekamp, Waltraud; Wilfried Kruse (Hrsg.): Schulische Arbeitswelt und Berufsorientierung & kommunale Koordinierung. Tagungsbericht zum Jahresforum der Weinheimer Initiative am 5. November 2008 in Dortmund. Dortmund, S. 52-59

Müller, Doreen; Nils Pagels, 2010: Und wo bist Du jetzt? Längsschnittstudie zur Berufswegplanung. Regionales Übergangsmanagement Göttingen

Pelka, Bastian: Jugendliche als Experten ihrer beruflichen Orientierung. Zur Erprobung eines Delphi-Designs in einem Workshop mit Jugendlichen; In: Berufsverband Deutscher Soziologinnen und Soziologen (Hrsg.): Sozialwissenschaften und Berufspraxis - SuB; Stuttgart: Lucius & Lucius, 2010