

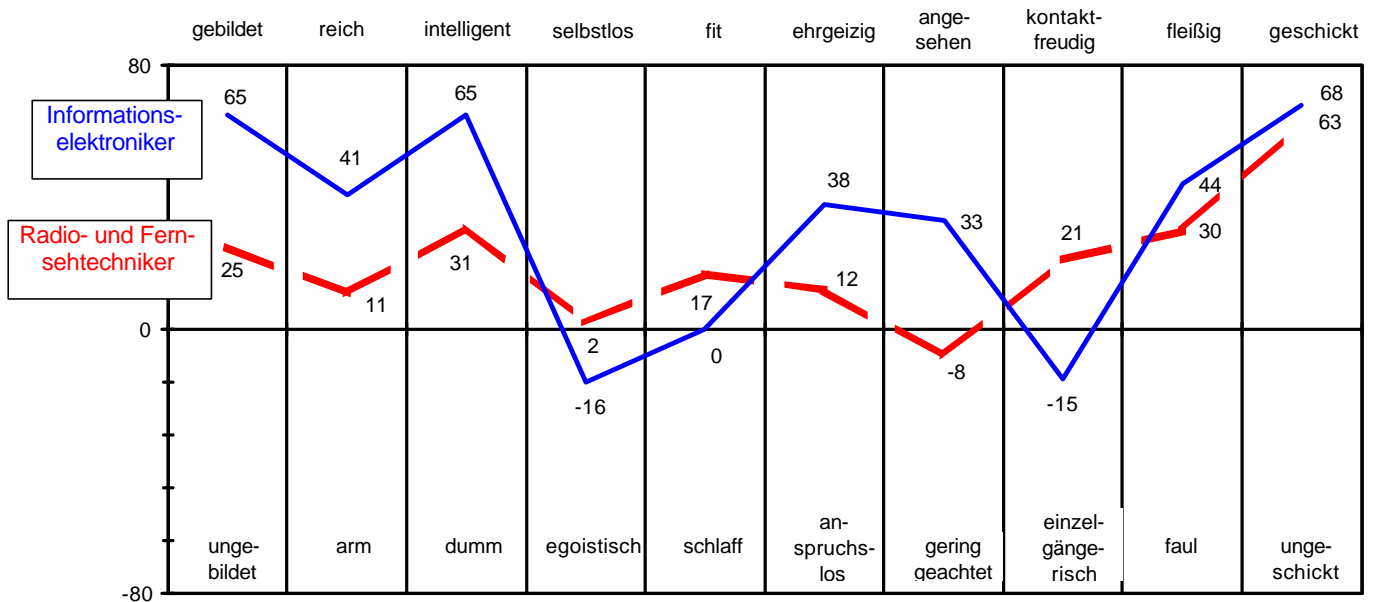
<b>Vorhaben Nr.:</b>	<b>2.0.513</b>
<b>Titel:</b>	<b>Der Einfluss von Berufsbezeichnungen und berufskundlichem Material auf die berufliche Orientierung von jungen Frauen und Männern</b>
<b>Laufzeit:</b>	IV/02 bis III/03
<b>Beteiligte:</b>	Psychologisches Institut der Universität Bonn, Abteilung Arbeits- und Wirtschaftspsychologie
<b>Veröffentlichungen:</b>	Krewerth, Andreas; Leppelmeier, Ingrid; Ulrich, Joachim Gerd: Der Einfluss von Berufsbezeichnungen auf die Berufswahl von Jugendlichen, in: BWP 2004/1. Poddey, Angela: Entwicklung eines Fragebogens zur Erfassung des Einflusses von Berufsbezeichnungen auf die berufliche Orientierung von jungen Frauen und Männern. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Bonn, 2003.

#### **Kurzdarstellung:**

Das BIBB hat zusammen mit der Universität Bonn Voruntersuchungen durchgeführt, ob die bloßen Namen von Berufen den Prozess der Berufswahl beeinflussen können. Dabei wurde auch vorsondiert, wie standardisierte Instrumente zur Beurteilung von Berufsbezeichnungen bzw. Bestandteilen von Berufsbezeichnungen aussehen könnten. An den Untersuchungen wurden rund 1.100 Schülerinnen und Schüler aus Haupt-, Realschulen und Gymnasien beteiligt. Unter anderem wurden sie nach den De- bzw. Konnotationen gefragt, die sie mit ausgewählten Berufsbezeichnungen verbinden. Zugleich berichteten sie, wie aus ihrer Sicht „die meisten anderen Leute“ urteilen. Dabei ergaben sich folgende Ergebnisse (vgl. auch Krewerth/Leppelmeier/Ulrich, 2003):

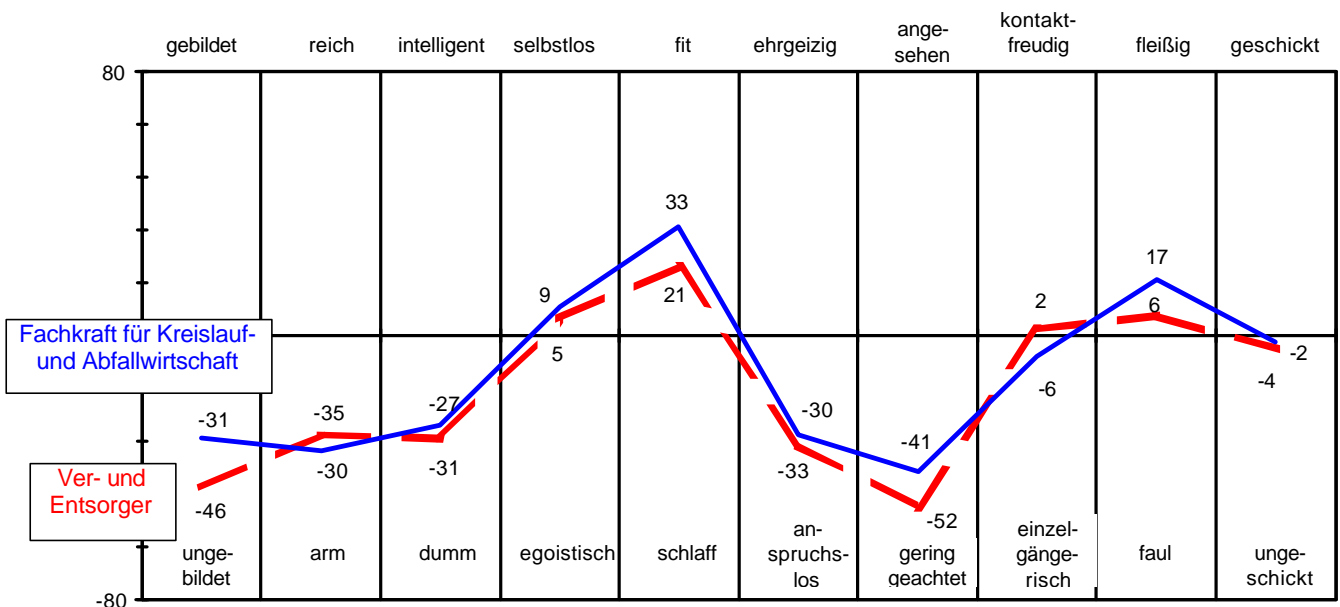
- **Das allgemeine Ansehen eines Berufes beeinflusst die Einstellung der Jugendlichen zu diesem Beruf.**  
Fragt man die Jugendlichen *unmittelbar* danach, ob für sie Status und Prestige wichtige Berufswahlkriterien sind, äußern sich viele Jugendliche eher zurückhaltend, insbesondere Gymnasiasten. Gleichwohl zeigen korrelative Analysen: Je stärker die Jugendlichen davon überzeugt sind, dass die Inhaber eines bestimmten Berufs hohe gesellschaftliche Anerkennung finden, desto eher sind sie geneigt, diesen Beruf auch selbst in Betracht zu ziehen.
- **Neue Namen können das Image eines Berufes substanziell verbessern und das Interesse der Jugendlichen fördern.**  
Dies zeigt die Umbenennung des „Radio- und Fernsichttechnikers“ in „Informationselektroniker“. Durch die Umbenennung wurden exakt jene Image-Attribute gestärkt, die für die berufliche Neigung der Jugendlichen von besonderer Relevanz sind. Nach Ansicht der Jugendlichen werden Informationselektroniker in der Bevölkerung mit Abstand häufiger als *angesehen, gebildet, reich* und *intelligent* eingestuft als Radio- und Fernsichttechniker (vgl. Übersicht 1). Und: Mit der positiveren Beurteilung steigt zugleich das geäußerte Interesse an diesem Beruf.

### Übersicht 1: Vermutete Fremdbilder des „Radio- und Fernsichters“ und des „Informationselektronikers“



Berichtet werden Durchschnittswerte der Urteile auf einer bipolaren Skala von -100 bis +100.

### Übersicht 2: Vermutete Fremdbilder des Ver- und Entsorgers“ und der „Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft“.



- **Wechsel der Berufsbezeichnungen im Zuge von Neuordnungen führen nicht immer zu einer Imageverbesserung.**

Ein Beispiel ist die Umbenennung des „Ver- und Entsorgers“ in „Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft“ (vgl. Übersicht 2). Zwar wird der *Fachkraft* etwas seltener ein ge-

ringer Bildungsgrad attestiert als dem Ver- und Entsorger, aber durch die Umbenennung gelang es offenbar nicht, das dezidiert negative Image aufzuweichen. Die meisten Jugendlichen vermuten, dass sowohl der „Ver- und Entsorger“ als auch die „Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft“ in der Bevölkerung als eher *ungebildet, anspruchlos* und *gering geachtet* wahrgenommen werden.

- **Jugendliche rekonstruieren das gesellschaftliche Image eines Berufes zumeist aus ihrer spezifischen Lebenswelt heraus.**

Hauptschüler reagieren auf die Bezeichnung „Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft“ zwar ebenfalls nicht besonders positiv, aber auch längst nicht so negativ, wie dies Realschüler und insbesondere Gymnasiasten tun. Dies gilt auch für das vermutete Fremdimage der „meisten anderen Menschen“. Je nach Aspekt sind bis zu 20 % der Urteilsunterschiede zwischen den Jugendlichen auf die „Bildungsschicht“ zurückführbar. Die Berufsbezeichnung beeinflusst offenbar nicht die Orientierung der Jugendlichen schlechthin, sondern in Abhängigkeit von ihrer Zugehörigkeit zu spezifischen Lebenswelten.

- **Der Einfluss der Berufsbezeichnungen auf die Berufswahl interagiert mit dem Geschlecht.**

Dies deutet der Vergleich zwischen den beiden Bezeichnungen „Mediengestalterin für Digital- und Printmedien“ und „IT-System-Elektronikerin“ an. Im Vergleich zur Arbeit einer Mediengestalterin betrachten Schülerinnen die Tätigkeit einer IT-System-Elektronikerin als eher *eintönig*, als eher *kontaktarm*, als *weniger sauber* und auch als *gefährlicher*. Damit werden genau jene Merkmale negativ berührt, die sie selbst in Hinblick auf ihre Berufswahl als wichtiger einstufen als ihre männlichen Schulkameraden.

- **Geschlechtsspezifische Varianten derselben Bezeichnung können zu unterschiedlichen Vorstellungsbildern führen.**

So bewerteten selbst die weiblichen Jugendlichen die Tätigkeit eines Kochs im Vergleich zur Arbeit einer Köchin als signifikant *anspruchsvoller* und *aussichtsreicher*. Dabei handelt es sich allerdings nicht nur um haltlose Klischees. Dies macht ein Vergleich dieser Vermutungen mit den Ergebnissen der letzten BIBB/IAB-Erwerbstätigenbefragung von 1998/99 deutlich, bei der mehr als 34.000 Erwachsene nach den Merkmalen ihrer aktuellen Arbeit befragt wurden. Nach den damaligen Ergebnissen verdienten 32 % der Köche, aber nur 6 % der Köchinnen mehr als mtl. 4.000,- DM brutto. Und 32 % der Köche, aber nur 13 % der Köchinnen arbeiteten in leitender Funktion.

Während sich nun die empirischen Hinweise verdichten, dass Berufsbezeichnungen auf das Nachfrageverhalten der Jugendlichen tatsächlich substanziell Einfluss nehmen, ist die **theoretische Modellbildung** bis heute äußerst dürftig. Es lassen sich lediglich Anknüpfungspunkte zu verschiedenen Forschungsfeldern benennen. Diese betreffen u.a. Berufswahltheorien, belastungstheoretische Ansätze, identitätspsychologische Aspekte sowie sozialpsychologische Modelle zur Selbstdarstellung im sozialen Kontext.

Unter den **Berufswahltheorien** sind für das Thema „Berufsbezeichnungen“ vor allem jene Ansätze interessant, welche dem Individuum ein Mindestmaß an Freiheitsgraden bei der Berufswahl zusprechen und aus dieser Perspektive den Annäherungsprozess zwischen beiden Seiten – Person und Beruf – analysieren. Sowohl die Kongruenztheorie von Holland als auch der entwicklungstheoretische Ansatz von Super gehen davon aus, dass die Affinität des Individuums zu einem bestimmten Beruf im Wesentlichen vom Entsprechungsgrad zwischen Person und Beruf abhängt. Dass auch **belastungstheoretische Ansätze** für das Thema „Berufsbezeichnungen“ relevant sein können, mag zunächst verwundern. Untersuchungen im Zusam-

menhang mit entscheidungstheoretischen Berufswahltheorien und der „Berufswahlreife“ von Jugendlichen machten aber deutlich, dass viele Jugendliche die Phase der Berufswahl und Lehrstellensuche als stark belastend erleben und ihren Berufsfindungsprozess nicht immer nach rein rationalen Kriterien strukturieren. Diese Jugendlichen sind geneigt, den Grad der wahrgenommenen Beanspruchung möglichst rasch zu reduzieren, und dazu zählt bisweilen, Informationen eher zu meiden als zu suchen. Infolgedessen wird eine möglichst schnelle Negativauswahl von Berufen, die nicht in Frage kommen, angestrebt. Als Selektionskriterium reicht dann möglicherweise allein der Blick auf die „Etikette“ des Berufes; ob die durch die Berufsbezeichnung ausgelösten Assoziationen mit den tatsächlichen Gegebenheiten übereinstimmen, wird nicht mehr überprüft.

**Identitätspsychologische Forschungsarbeiten** interessieren sich für den Namen eines Berufs vor allem in Zusammenhang mit der sozialen Verortung eines Individuums. Dabei weisen sie – in Rückgriff auf soziologische Theorien – dem gesellschaftlich-sozialen Feedback eine Schlüsselrolle für die selbst erlebte Identität zu und betonen zugleich, dass sich dieses Feedback in hohem Maße an dem orientiert, „was einer ist“ bzw. „was einer macht“. Die Berufswahl ist aus identitätspsychologischer Sicht als Teil einer öffentlichen Selbstinszenierung zu verstehen, eines „angestrebten, umfassenden Lebensstils“, den man auch nach außen hin dokumentieren möchte. Hier ergeben sich enge Berührungspunkte zur **Impression-Management-Theorie**, nach der sich eine Person ihrer sozialen Verortung keineswegs passiv hingibt. Vielmehr versucht die Person stets auf den Eindruck, den sie bei anderen hinterlässt, aktiv Einfluss zu nehmen. Diese These hat für das Thema „Berufsbezeichnung“ unmittelbar Relevanz. Denn die persönliche Attraktivität einer Berufsbezeichnung hängt demnach nicht nur davon ab, ob sie einen hohen Entsprechungsgrad zwischen der Berufsrolle und den eigenen Vorlieben vermuten lässt. Vielmehr besteht ein weiteres Attraktivitätskriterium darin, ob die Berufsbezeichnung aus Sicht der Person auch für ihre Außendarstellung nutzbar ist und somit auch *den anderen Menschen* attraktiv erscheint. Die besondere Bedeutung der Berufsbezeichnung im Kontext dieses „Impression Managements“ einer Person muss deshalb stets mitbedacht werden.

Was die **Entwicklung standardisierter Messverfahren** betrifft, so wurde im BIBB-Vorhaben 2.0.513 zunächst untersucht, welche Ziele und Kriterien für die Jugendlichen bei der Berufswahl von substanzieller Relevanz sind (vgl. Poddey, 2003). In Hinblick auf die Messung des Entsprechungsgrades zwischen dem Selbstbild einer Person und dem Berufskonzept deutete sich an, dass Jugendliche mit einer tätigkeits- und ergebnisorientierten Beschreibung von Berufen womöglich besser zurechtkommen könnten als mit eigenschaftsgestützten Charakterisierungen, wie sie im Rahmen Semantischer Differenziale Verwendung finden. Für die Überprüfung von Teilaspekten von Berufsbezeichnungen (z.B. „Fachkraft“, „Kauffrau“, „System-“, „Industrie“, „Gestaltung“, „Technik“) scheinen hoch kontrollierte experimentelle Designs besonders gut geeignet zu sein.

Die Studien zum Thema „Berufsbezeichnungen“ werden in Rahmen des Forschungsprojektes 2.3.103 weitergeführt.