



## Wie lässt sich das Image der dualen Berufsausbildung fördern? Ergebnisse einer Expertenbefragung

**JULIA GEI**

Mitarbeiterin im Arbeitsbereich  
„Berufsbildungsangebot und -nachfrage/Bildungsbeteiligung“ im BIBB

**TOBIAS HUCKER**

Dr., wiss. Mitarbeiter im Arbeitsbereich  
„Berufsbildungsangebot und -nachfrage/Bildungsbeteiligung“ im BIBB

► Die Zahl der zum 30.09. unbesetzten Ausbildungsstellen hat sich in den letzten Jahren deutlich erhöht und ist laut BIBB Datenreport 2013 zwischen 2005 und 2012 von 12.600 auf 33.300 gestiegen. Um diesem Trend zu begegnen und mehr junge Menschen für eine duale Berufsausbildung zu gewinnen, haben sich Bundesregierung und Spitzenverbände der deutschen Wirtschaft 2010 darauf verständigt, den „Nationalen Pakt für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs“ zu verlängern und weitere Anstrengungen zur Imageförderung der dualen Berufsausbildung zu unternehmen. Der Beitrag geht der Frage nach, welche Wirkung diese Maßnahmen entfalten können.

### INTERESSE AN BERUFSBILDUNG FÖRDERN

Als Gesamtheit an Vorstellungen, Einstellungen und Emotionen hinsichtlich eines Meinungsgegenstands (vgl. KLIMA 2007, S. 285) wirkt ein Image stark handlungsorientierend und hat im Fall des Berufsimages einen nachweislichen Einfluss auf das Berufswahlverhalten (vgl. EBERHARDT u. a. 2009; PFUHL 2010, S. 23). Insofern erscheint es naheliegend, die Förderung der dualen Berufsausbildung durch imagebildende Programme zu unterstützen. Daher sind inzwischen mehrere Image-Kampagnen angelaufen, die das Interesse Jugendlicher an einer dualen Berufsausbildung steigern sollen (z. B. [www.praktisch-unschlagbar.de](http://www.praktisch-unschlagbar.de) und [www.ich-bin-gut.de](http://www.ich-bin-gut.de)). Angesichts der zuletzt auf 76.000 gestiegenen Anzahl unversorgter Ausbildungsplatzbewerber/

-innen (vgl. ULRICH u. a. 2013, S. 23) stellt sich jedoch die Frage, inwiefern imageprägende Maßnahmen tatsächlich geeignet sind, die Zahl der unbesetzten Ausbildungsstellen zu senken, welches Image die duale Berufsausbildung bei Jugendlichen genießt und worin erfolgversprechende Ansatzpunkte zu seiner Verbesserung liegen könnten. Um dem nachzugehen, wurden mit dem Expertenmonitor Berufliche Bildung im Herbst 2012 rund 420 Berufsbildungsfachleute befragt, die in unterschiedlichen institutionellen Kontexten mit beruflicher Bildung befasst sind (vgl. EBBINGHAUS u. a. 2013). Dieses Vorgehen wurde u. a. gewählt, weil die Befragten durch ihre professionelle Betätigung in der beruflichen Bildung gut mit den ausbildungsbezogenen Meinungen Jugendlicher vertraut sein dürften.

### WIRKSAMKEIT IMAGEFÖRDERNDER MASSNAHMEN

Während die Expertinnen und Experten das Image der dualen Berufsausbildung bei Jugendlichen insgesamt sehr ähnlich einschätzen und zu über 90 Prozent von einem guten oder sehr guten Image ausgehen (vgl. EBBINGHAUS u. a. 2013), gehen die Meinungen, ob ausbildungsbezogene Imagekampagnen die Anzahl unbesetzter Ausbildungsstellen verringern können, deutlich stärker auseinander. Zwar meint gut die Hälfte der Befragten (53 %), dass ohne solche Kampagnen mehr Ausbildungsplätze unbesetzt blieben. Allerdings stimmt ein Viertel der Befragten dieser These eher nicht oder überhaupt nicht zu.

Folgt man der Mehrheit der Befragten in ihrer Einschätzung, der wachsenden Anzahl an unbesetzten Ausbildungsstellen durch imagefördernde Maßnahmen entgegenwirken zu können, stellt sich aus bildungspolitischer Sicht die Frage nach geeigneten Ansätzen zur Imagesteigerung. In der Befragung sollten die Expertinnen und Experten daher zwölf Maßnahmen beurteilen, die sich zum Teil unmittelbar auf den Ausbildungsprozess beziehen und hauptsächlich im Gestaltungsbereich der Betriebe liegen, teilweise aber auch die betriebliche Ebene verlassen und politischer Interventionen bedürften. Um das inhaltlich sehr heterogene Maßnahmenpektrum feiner zu strukturieren, wurden die abgefragten Einzelmaßnahmen mittels einer explorativen Faktorenanalyse zu mehreren Gruppen zusammengefasst, die sich als Ansätze zur Imageförderung interpretieren lassen. Die verschiedenen Ansätze und die dahinter stehenden Einzelmaßnahmen sind der Tabelle zu entnehmen.

Die Erhebung verdeutlicht, dass die Expertinnen und Experten insbesondere jenen Ansätzen eine hohe Wirksamkeit attestieren, die im direkten Einflussbereich der Betriebe liegen. Wichtige Stellschrauben sind die pädagogische Gestaltung des Ausbildungsprozesses, die Ausbildungsvergütung sowie ausbildungsbegleitende Qualifizie-

rungsmöglichkeiten, die nach mehrheitlicher Auffassung das Image der dualen Berufsausbildung positiv beeinflussen würden. Aber auch der Ausbau der Berufsorientierung an Schulen würde sich in diesem Zusammenhang sehr positiv auswirken. Strukturellen Veränderungen des dualen Ausbildungssystems wie einer Reduzierung der Ausbildungsdauer oder der Anzahl der Ausbildungsberufe, schreiben die Expertinnen und Experten dagegen weitaus geringere Imageeffekte zu.

Insgesamt zeigt sich, dass die Meinungen der verschiedenen Expertengruppen zu vielen Maßnahmen relativ nah beieinanderliegen, bei einzelnen Maßnahmen jedoch stark auseinanderfallen. Dies betrifft etwa das Verhältnis von schulischen und praktischen Ausbildungsteilen, wo die Positionen von Arbeitgebervertretern und von Befragten aus Schulen und Gewerkschaften deutlich differieren. Ähnliches gilt für die Höhe der Ausbildungsvergütung und die Professionalisierung des Ausbildungspersonals. Hierbei ist anzunehmen, dass die Bewertungen durch institutionell begründete Präferenzen und Vorbehalte stark beeinflusst werden, die bei der Interpretation zu beachten sind.

#### IMAGEKAMPAGNEN ALLEIN REICHEN NICHT AUS

Die Befragungsergebnisse deuten darauf hin, dass Imagekampagnen zwar durchaus ein nützlicher Beitrag zur Ausbildungsförderung sein können. Als wichtiger erachten die befragten Expertinnen und Experten allerdings Maßnahmen, die die duale Ausbildung besser an die Bedürfnisse junger Menschen anpassen. Dazu bedarf es offenbar keiner grundlegenden Reform der dualen Berufsausbildung. Eher sind es Veränderungen in der konkreten Ausbildungsgestaltung, von denen sich die Expertinnen und Experten mehrheitlich positive Impulse für das Image der dualen Berufsausbildung versprechen. ■

#### Literatur

Ausbildungspakt 2010 – URL: [www.bmbf.de/pubRD/ausbildungspakt\\_2010.pdf](http://www.bmbf.de/pubRD/ausbildungspakt_2010.pdf) (Stand: 05.06.2013)

EBBINGHAUS, M. u. a.: *Image der dualen Berufsausbildung in Deutschland. Ergebnisse aus dem Expertenmonitor 2012.* Bonn 2013

EBERHARD, V.; SCHOLZ, S.; ULRICH, J. G.: *Image als Berufswahlkriterium.* In: BWP 38 (2009) 3, S. 9–13

KLIMA, R.: *Image.* In: FUCHS-HEINRITZ, W. u. a. (Hrsg.): *Lexikon zur Soziologie.* Wiesbaden 2007, S. 287–288

PFUHL, N.: *Untersuchung zur Bestimmung von typischen Merkmalen des Image von Studienfächern.* Münster 2010

ULRICH, J. G. u. a.: *Ausbildungsplatzangebot und -nachfrage.* In: BIBB (Hrsg.): *Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2013.* Bonn 2013, S. 14–29

Tabelle **Ansatzpunkte zur Veränderung des Images der dualen Berufsausbildung bei Jugendlichen**

		Alle Expertinnen und Experten (419)	Betrieb (60)	ÜBS (58)	Schule (39)	Kammer (66)	Arbeitgeberverband (20)	Gewerkschaft (23)	Forschung, Hochschule (57)	staatl. Verwaltung/Ö.D. (54)	Berufsverband (18)	Sonstige (24)
<b>Pädagogische Gestaltung des Ausbildungsprozesses</b>												
Betrieb	stärkere Professionalisierung des Ausbildungspersonals	<b>85</b>	<b>77</b>	<b>88</b>	<b>97</b>	<b>78</b>	<b>65</b>	<b>96</b>	<b>77</b>	<b>93</b>	<b>94</b>	<b>83</b>
		0	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0
	bessere Abstimmung der Lehrpläne zwischen Berufsschulen und Betrieben	<b>83</b>	<b>82</b>	<b>83</b>	<b>95</b>	<b>74</b>	<b>80</b>	<b>91</b>	<b>77</b>	<b>72</b>	<b>83</b>	<b>96</b>
		0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0
	intensivere persönliche Begleitung der Auszubildenden, etwa durch Mentoren	<b>82</b>	<b>78</b>	<b>86</b>	<b>87</b>	<b>71</b>	<b>85</b>	<b>70</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>78</b>	<b>88</b>
		3	2	2	3	5	0	9	4	2	0	0
<b>Zusätzliche Qualifizierungsmöglichkeiten</b>												
Betrieb	Angebotserweiterung bei Zusatzqualifikationen während der Ausbildung	<b>89</b>	<b>86</b>	<b>90</b>	<b>86</b>	<b>90</b>	<b>91</b>	<b>84</b>	<b>85</b>	<b>89</b>	<b>83</b>	<b>86</b>
		1	0	0	3	2	0	0	2	2	6	0
	Ausweitung des Angebots an dualen Studiengängen	<b>69</b>	<b>72</b>	<b>71</b>	<b>62</b>	<b>77</b>	<b>70</b>	<b>48</b>	<b>63</b>	<b>56</b>	<b>67</b>	<b>75</b>
		9	13	9	5	5	10	5	7	16	0	8
	stärkere Förderung von Auslandsaufenthalten während der Ausbildung	<b>64</b>	<b>68</b>	<b>55</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>60</b>	<b>74</b>	<b>67</b>	<b>50</b>	<b>67</b>	<b>63</b>
		1	0	0	0	0	0	0	2	6	0	0
<b>Verhältnis von schulischen und praktischen Ausbildungsteilen</b>												
Politik	Erhöhung des Praxisanteils in der Ausbildung	<b>45</b>	<b>57</b>	<b>55</b>	<b>28</b>	<b>47</b>	<b>70</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>46</b>	<b>33</b>	<b>46</b>
		16	7	9	31	14	0	13	28	13	28	17
	zeitliche Ausweitung des Berufsschulunterrichts	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>38</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>26</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>17</b>
		56	55	64	26	74	80	30	50	59	39	63
<b>Höhe der Ausbildungsvergütung</b>												
Betrieb	Anhebung der Ausbildungsvergütung	<b>82</b>	<b>72</b>	<b>86</b>	<b>87</b>	<b>77</b>	<b>55</b>	<b>91</b>	<b>93</b>	<b>87</b>	<b>79</b>	<b>83</b>
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0
<b>Struktur des dualen Ausbildungssystems</b>												
Politik	Reduktion der Zahl der Ausbildungsberufe	<b>40</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>46</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>50</b>	<b>28</b>	<b>33</b>
		22	25	18	28	20	20	22	20	13	39	26
	Verkürzung der regulären Ausbildungszeit	<b>31</b>	<b>23</b>	<b>34</b>	<b>23</b>	<b>36</b>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>33</b>	<b>41</b>	<b>17</b>	<b>46</b>
		37	33	36	44	26	30	83	46	32	33	17
<b>Berufsorientierung</b>												
	Ausbau der Berufsorientierung an Schulen	<b>87</b>	<b>82</b>	<b>86</b>	<b>85</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>87</b>	<b>77</b>	<b>85</b>	<b>94</b>	<b>83</b>
		2	2	3	0	0	0	4	7	2	0	0

Die fett hervorgehobenen Zahlen weisen den Prozentsatz der Befragten aus, die die Imagewirksamkeit als „eher positiv“ oder „sehr positiv“ einschätzen, hellgraue Zahlen stehen für den Prozentsatz der Befragten, die die Imagewirksamkeit „eher negativ“ oder „sehr negativ“ beurteilen. Von 100 Prozent abweichende Zellsommen resultieren in der Regel daraus, dass ein Teil der Befragten mit „weder/noch“ geantwortet hat.