



## Mediengestalter/-in, quo vadis? Verbleib von Absolventinnen und Absolventen der Ausbildung zum Beruf Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien

► Nachdem es gelungen ist, mit dem neuen Ausbildungsberuf Mediengestalter/Mediengestalterin für Digital- und Printmedien vorhandene Ausbildungskapazitäten auszubauen und auch zahlreiche neue Betriebe für die Ausbildung zu gewinnen, zeigt sich nun nach den ersten Abschlussprüfungen, dass nicht alle Absolventen/-innen auch tatsächlich einen entsprechenden Arbeitsplatz finden können. Trotzdem ist das Weiterbildungsinteresse bei dieser Berufsgruppe sehr ausgeprägt. Das zeigte eine Befragung des BIBB von Teilnehmerinnen und Teilnehmern an der Abschlussprüfung im Sommer 2002 über die geplante berufliche Entwicklung.

Der neue Ausbildungsberuf, dessen Verordnung im Jahr 1998 in Kraft trat, kann eine überaus positive quantitative Bilanz aufweisen. Wurden zu diesem Zeitpunkt bereits 2.390 Auszubildende ausgebildet, so stieg die Zahl der Neuabschlüsse im Jahr 1999 auf 4.015 und im Jahr 2000 auf 5.181. Damit konnte die Zahl der Ausbildungsplätze, im Vergleich mit den Vorgängerberufen, mehr als verdoppelt werden. Dieser Boom flachte 2001 zwar leicht ab, mit 5.355 neuen Auszubildenden konnte jedoch immer noch ein weiterer Anstieg verzeichnet werden.<sup>1</sup>

Bei aller Euphorie ist jedoch zu fragen, ob nach Abschluss der Ausbildung auch alle Absolventen/-innen vom Arbeitsmarkt aufgenommen werden können. Deshalb führte das BIBB eine schriftliche Befragung aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Abschlussprüfung im Sommer 2002 über ihre geplante weitere berufliche Entwicklung durch.<sup>2</sup> Der traditionell hohe Frauenanteil in diesem Beruf spiegelt sich mit 56 Prozent bei dieser Untersuchung wider. Auffällig ist jedoch, dass nur sieben von zehn Prüflingen eine duale Erstausbildung absolviert haben; 147 Personen, das sind 22 Prozent der Befragten, gaben an, durch eine Umschulungsmaßnahme qualifiziert worden zu sein, und knapp 9 Prozent haben mit dem Beruf des Mediengestalters für Digital- und Printmedien eine weitere Ausbildung abgeschlossen. Dieser große Anteil von Umschülern/-innen sowie Absolventen/-innen mit zweitem Berufsabschluss ist, neben den traditionell hohen allgemein bildenden Abschlüssen der betrieblich Ausgebildeten in diesem Beruf, eine Erklärung für das hohe Durchschnittsalter der Befragten von 24,7 Jahren. Nur etwa die Hälfte aller Prüflinge hat eine dreijährige Ausbildungszeit absolviert. Alle anderen haben die Prüfung vorgezogen. Bemerkenswert ist, dass mit 41 Prozent ein erheblicher Teil sogar nach nur zwei Jahren und weniger die Ausbildung beendet. Selbst nach Abzug der Umschüler/-innen und Absolventen/-innen einer zweiten Ausbildung bedeutet dies, dass jeder zehnte Auszubildende zum Mediengestalter für Digital- und Printmedien seine Ausbildungszeit um mindestens ein Jahr verkürzt hat.



**HEIKE KRÄMER**

Wiss. Mitarbeiterin im Arbeitsbereich  
„Kaufmännische Dienstleistungsberufe und  
Berufe der Medienwirtschaft, A.WE.B“ im  
BIBB

## Gestaltung und Produktion von Drucksachen wird bei der Abschlussprüfung favorisiert

Der Ausbildungsberuf Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien weist mit den vier Fachrichtungen Medienberatung, Mediendesign, Medienoperating und Medientechnik sowie zusätzlichen Wahlqualifikationseinheiten eine doppelte Differenzierung auf, die – unter Beibehaltung des Berufsprinzips – eine möglichst hohe Flexibilität schaffen und somit die Ausbildung in Betrieben mit unterschiedlichen Produktionsprofilen ermöglichen soll. Über diese in der Verordnung geregelten Differenzierungsmöglichkeiten hinaus wird in der Prüfungspraxis im praktischen Teil der Abschlussprüfung noch eine Unterscheidung nach den Produktionsschwerpunkten Printorientierung (also Gestaltung und Produktion von Drucksachen) und Nonprintorientierung (z. B. Webdesign, Onlinemedienproduktion) vorgenommen; eine Ausnahme bildet die Fachrichtung Medientechnik, in der nach Offset- und Digitaldruck differenziert wird.<sup>3</sup> In der Befragung wurden diese Unterscheidungen aufgegriffen, um Erkenntnisse über die Entwicklung des Anteils der Produktionsarten in der Ausbildung gewinnen zu können.

Im Ergebnis kann festgestellt werden, dass der Produktionsschwerpunkt Printorientierung die Ausbildung immer noch dominiert (s. Abbildung 1). In der Fachrichtung Mediendesign trifft dies sogar auf drei Viertel der Auszubildendenverhältnisse zu. Dieser hohe Anteil mag darin begründet sein, dass mit der Druckindustrie, den Verlagen und der Werbewirtschaft der Großteil der Ausbildungsbetriebe hauptsächlich mit der Printproduktion beschäftigt ist, während nur elf Prozent der Ausbildungsbetriebe Multimediaagenturen sind, die ihren Schwerpunkt im Screen- und Webdesign haben.

## Übernahmequote ist gering

Die Befragten wurden gebeten, Angaben über ihren Verbleib und ihre beruflichen Pläne nach der Ausbildung zu machen. Nur 42 Prozent gaben an, nach der Ausbildung von ihrem Ausbildungsbetrieb übernommen zu werden. Entsprechend hoch ist der Anteil derjenigen, die nach Ablegung der Prüfung zunächst arbeitslos werden bzw. deren weiterer beruflicher Weg zum Zeitpunkt der Befragung noch unklar war: 31 Prozent können ihre Qualifizierung nicht sofort in der betrieblichen Praxis anwenden. Die übrigen Befragten gaben als Pläne die Aufnahme eines Studiums (10 Prozent), die Tätigkeit in einem anderen Unternehmen (7 Prozent), eine selbstständige Tätigkeit, die Absolvierung des Wehr- oder Zivildienstes, den Besuch einer weiterführenden Schule oder andere Pläne an.

Um mögliche Schlussfolgerungen über die beruflichen Entwicklungswege unterschiedlicher Personengruppen ziehen zu können, werden diese Ergebnisse im Folgenden nach den Kriterien Geschlecht, Ort der Ausbildung (betrieblich oder außerbetrieblich) sowie Wirtschaftsgruppe detaillierter ausgewertet.

## Frauen haben schlechtere berufliche Startchancen

Eine Analyse der 42 Prozent vom Ausbildungsbetrieb Übernommenen zeigt, dass Männer (44 Prozent aller männlichen Befragten) eher im Unternehmen verbleiben können als Frauen (41 Prozent), obwohl diese den quantitativ höheren Anteil der Auszubildenden stellen. Ebenso deutlich wird die Diskrepanz zwischen den Geschlechtern bei der Frage nach möglichen Befristungen bei einer Übernahme durch den Ausbildungsbetrieb: Nur 71 Prozent der Frauen werden unbefristet übernommen, dagegen 77 Prozent der Männer. Noch klarer tritt die geschlechtsspezifische Differenz zutage bei den Angaben über die Vergütungen nach Abschluss der Ausbildung. Von allen übernommenen Mediengestalter/-innen gaben 37 Prozent an, entsprechend dem Tarif der Druckindustrie<sup>4</sup> bezahlt zu werden. Bei den übernommenen Frauen lag der Anteil mit 40 Befragten bei nur 33 Prozent. Von allen nicht nach Tarif Bezahlten erhielten knapp drei Viertel eine Vergütung, die unterhalb des Vergleichstarifes lag. Dazu gehören 85 Prozent aller übernommenen Frauen, aber nur 61 Prozent der Männer.

## Auszubildende finden weitaus häufiger einen Arbeitsplatz als Umschüler/-innen

Ein weiterer signifikanter Unterschied zeigt sich, wenn zwischen den Beschäftigungschancen von Absolventen/-innen einer beruflichen Erstausbildung und Umschüler/-innen differenziert wird: Während 48 Prozent der Absolventen/-innen aus dem dualen System auch zukünftig im Ausbildungsbetrieb tätig sein werden<sup>5</sup>, finden nur 19 Prozent der Umschüler/-innen eine Anstellung im Ausbildungs- bzw. Praktikumsbetrieb. Umgekehrt zeigt sich die Zukunft für 23 Prozent der im dualen System Ausgebildeten<sup>6</sup> noch ungewiss, während 62 Prozent der Umschüler/-innen angeben, nach Abschluss der Maßnahme wieder arbeitslos zu werden bzw. eine unklare Perspektive zu haben.

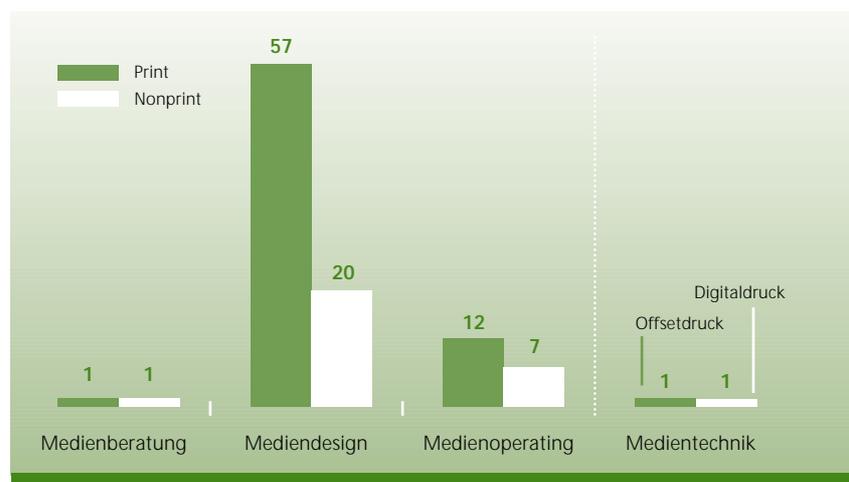
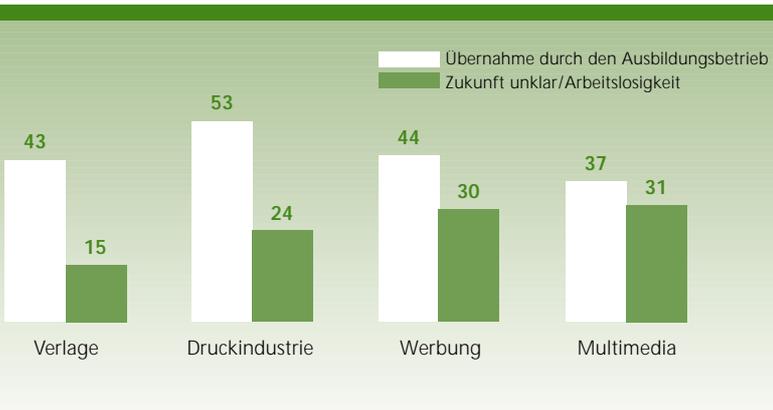


Abbildung 1 Anteil der Fachrichtungen nach Produktionsschwerpunkten an der Abschlussprüfung 7 (in Prozent)

Zu erwähnen ist noch, dass ein Teil der Umschüler und Umschülerinnen die Befragung dazu nutzten, ihren Unmut über die Qualität der durchgeführten außerbetrieblichen Maßnahmen zu äußern. Erfahrungen in einigen Industrie- und Handelskammerbezirken zeigen, dass die Durchfallquote bei Teilnehmern/-innen mancher Umschulungsmaßnahmen außerordentlich hoch war, vereinzelt Maßnahmen sogar abgebrochen werden mussten. Die Überprüfung dieser Mängel obliegt jedoch anderen Stellen.

Abbildung 2 Verbleib der Absolventen/-innen nach Branchen (in Prozent)



### Wirtschaftsbereiche übernehmen unterschiedlich stark

Bereits vorhergehende Untersuchungen haben gezeigt, dass es mit dem Berufsbild des Mediengestalters für Digital- und Printmedien gelungen ist, sowohl vorhandene Ausbildungsplatzkapazitäten in bereits erfahrenen Betrieben auszubauen, als auch neue Betriebe für die Ausbildung zu gewinnen.<sup>7</sup> Diese neuen Betriebe sind zu einem Großteil Werbe- und Multimediaagenturen, aber auch Unternehmen aus der Wirtschaftsgruppe der Datenverarbeitung und Datenbanken sowie der audiovisuellen Medien. Nach Abschluss der Ausbildung zeigt sich jedoch, dass die Möglichkeiten einer Weiterbeschäftigung im Ausbildungsbetrieb – differenziert nach Wirtschaftsgruppen – unterschiedlich ausfallen.<sup>8</sup> (vgl. Abbildung 2)

So werden in den Betrieben der Druckindustrie überdurchschnittlich viele Mediengestalter/-innen nach erfolgreich absolvierter Prüfung weiter beschäftigt, während die berufliche Perspektive insbesondere für Absolventen/-innen aus den Wirtschaftsbereichen Werbung und Multimedia häufiger unklar ist bzw. für diese nach Abschluss der Ausbildung zunächst der Gang zum Arbeitsamt folgt. Hier gilt es durch weitere Untersuchungen zu prüfen, ob sich diese Unterschiede hinsichtlich der Beschäftigungschancen bestätigen, oder ob diese Zahlen als kurz- oder mittelfristige Folge der wirtschaftlichen Situation und des Zusammenbruchs vieler Betriebe der so genannten New Economy und ihres Umfeldes zu werten sind.

### Ausgeprägtes Interesse an Weiterbildungsmöglichkeiten

Ein weiterer Fragenkomplex beschäftigte sich mit den beruflichen Weiterbildungsplänen der Befragten. Hier zeigte sich durchgängig eine hohe Bereitschaft, auch zukünftig verschiedene Qualifizierungsmaßnahmen zu nutzen. Die Hälfte der Absolventen/-innen möchte sich insbesondere im technischen Bereich weiterbilden. Ein Fünftel hat Interesse an dem Erwerb der Ausbildeignung, gefolgt von Methodenschulungen (z. B. Präsentations- und Verhandlungstechniken) sowie betriebswirtschaftlicher Weiterbildung. Auch die verschiedenen Möglichkeiten der beruflichen Aufstiegsqualifizierung stoßen auf großes Interesse. Über 40 Prozent der Mediengestalter/-innen können sich in einem Zeithorizont bis zum Jahr 2005 vorstellen, an die Ausbildung noch ein Studium anzuschließen. Dieser hohe Prozentsatz lässt sich mit dem hohen Anteil von Auszubildenden mit Hochschul- und Fachhochschulreife erklären. Untersuchenswert wären hier sicherlich die Motive, die dazu führen, zwei berufliche Ausbildungen (im dualen System und in der Hochschule) zu absolvieren, um dadurch mögliche Anregungen für neue Systeme, die beide Wege verbinden, ziehen zu können. Doch auch die Modelle, die traditionell als Weiterbildungsangebote mit Aufstiegsmöglichkeiten für Mediengestalter/-innen gelten, stoßen auf großes Interesse. So erwägen 36 Prozent der Befragten, in den nächsten Jahren noch eine Qualifizierung zum Medienfachwirt/zur Medienfachwirtin zu absolvieren, für jeden Zehnten käme der Abschluss zum Industriemeister/zur Industriemeisterin für Digital- und Printmedien in Frage, und neun Prozent interessieren sich für eine Weiterbildung zum/zur staatlich geprüften Techniker/-in. Insgesamt schätzen über die Hälfte der Befragten die Weiterbildungsmöglichkeiten für den Druck- und Medienbereich in der Bundesrepublik Deutschland als gut oder eher gut ein, nur drei Prozent finden diese schlecht. In den Fragebögen wurde jedoch immer wieder der Wunsch geäußert, mehr Informationen über Möglichkeiten der Weiterbildung bereits während der Ausbildung zu erhalten, um den weiteren beruflichen Werdegang besser und individueller planen zu können.

### Große Bereitschaft, auch in der Freizeit zu lernen

Die Bereitschaft zu einem ständigen berufsbegleitenden Lernen ist wohl kaum bei einem Beruf so unverzichtbar, wie beim Mediengestalter für Digital- und Printmedien. Immer kürzere Innovationszyklen, z. B. Softwareupdates, aber auch andere technologische und wirtschaftliche Entwicklungen führen dazu, dass das Lernen zu einem wichtigen Bestandteil der beruflichen Tätigkeit wird. Insbesondere fachliche, in zunehmenden Maße jedoch auch überfachliche Kompetenzen müssen deshalb heute im Berufsleben immer wieder aufgefrischt, ergänzt und erweitert

werden. Die Teilnehmer/-innen wurden deshalb befragt, wie ihrer Ansicht nach die zeitliche Belastung für die weitere berufliche Qualifizierung zwischen Freizeit und bezahlter Arbeitszeit verteilt sein sollte. (vgl. Abbildung 3)

Die Grafik zeigt, dass die überwiegende Zahl der Befragten bereit ist, berufliche Weiterbildung zu einem erheblichen Anteil auch in ihrer Freizeit zu betreiben. Dies kann als deutlicher Ausdruck dafür gewertet werden, dass das lebensbegleitende Lernen heute für viele als integraler Bestandteil des Berufslebens verstanden wird, für den sie auch bereit sind, einen Teil ihrer frei verfügbaren Zeit einzubringen. Befragt nach möglichen Weiterbildungsformen zeigte sich jedoch, dass die institutionelle Weiterbildung oder Schulungen von Herstellerfirmen bei vielen Mediengestalter/-innen noch als gängige Form der Qualifizierung anerkannt werden. Neue Lernformen, wie z. B. Computer Based Training oder Web Based Training wurden zum Zeitpunkt der Befragung von fünf Prozent genutzt. Erstaunlich für diesen Beruf, der ja auch die Gestaltung von neuen Medien zum Gegenstand hat, ist jedoch, dass auch von den Absolventen/-innen nur zwölf Prozent diese Lernformen zukünftig als Alternativen sehen. Dies ist sicherlich damit zu erklären, dass es zur Zeit kaum ausgereifte Angebote im Bereich der Weiterbildung gibt.<sup>9</sup> Es ist jedoch damit zu rechnen, dass mittelfristig auch dieser Markt wachsen wird.

## Weitere Anregungen zur Gestaltung der Ausbildung

Den Teilnehmern/-innen an der Befragung wurde abschließend die Möglichkeit gegeben, eigene Anmerkungen auch über den Befragungsgegenstand hinaus zu machen. Auffällig häufig wurden folgende Themengebiete genannt:

- Kooperation der Lernorte: Eine bessere (insbesondere zeitliche) Abstimmung von Inhalten des Berufsschulun-

Abbildung 3 Gewünschte Verteilung der zeitlichen Belastung für berufliche Weiterbildung (in Prozent)



terrichtes mit den Inhalten der betrieblichen Ausbildung wurde von vielen Auszubildenden eingefordert.

- Berufsschule: Die Organisation und Durchführung an einigen Berufsschulstandorten wurde kritisiert (insbesondere Lehrer/-innen-Mangel, die Qualifikation der Lehrer/-innen und die Gestaltung des Unterrichts).
- Prüfung: Hierbei wurden hauptsächlich genauere Aufgabenstellungen und einheitliche Prüfungszeiträume angeregt. Im Sinne einer besseren Chancengleichheit sollten die Prüfungsorte für die praktische Prüfung bundeseinheitlich festgelegt werden.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen ein sehr heterogenes Bild. Die Situation auf dem Arbeitsmarkt ist für viele Mediengestalter/-innen noch sehr unsicher. Gleichwohl ist eine hohe Bereitschaft der Absolventen/-innen erkennbar, sich in dem erlernten Beruf weiterzuentwickeln und auch zusätzliche Qualifizierungsmaßnahmen zu nutzen. In einer weiteren Untersuchung im Sommer 2003 soll in einer Folgebefragung ermittelt werden, wie nun der weitere berufliche Werdegang der Mediengestalter/-innen aussieht. ■

## Anmerkungen

1 Vgl. BIBB-Datenblätter Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien, DIHK-Statistik

2 Die Fragebögen wurden mit den Prüfungsunterlagen übergeben. An dieser Befragung beteiligten sich n = 680 der bundesweit etwa 3.500 Prüflinge, das entspricht 19 Prozent.

3 Ausführlichere Analyse der Ausbildungsbetriebe sowie u. a. der gewählten Ausbildungsinhalte (Fachrichtungen und Wahlqualifikationseinheiten): Krämer, H. (2001): Neuer Ausbildungsberuf „Mediengestalter/-in für Digital- und Print-

medien“ in der Praxis – Ergebnisse einer Unternehmensbefragung. In: BWP 30 (2001) 5, S. 9 ff.

4 Dieser Tarif wurde in der Befragung angegeben und als Vergleichsmaßstab für die Vergütungen in den unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen zugrunde gelegt.

5 Zum Vergleich: Nach Untersuchungen des IAB-Betriebspanels lag die Übernahmequote 1999 in allen Berufen bei 60 % in den alten und bei 48 % in den neuen Bundesländern (BMBF (Hrsg.): Berufsbildungsbericht 2001, S. 195.

6 Zum Vergleich: Bundesdurchschnitt 1999: 24 % aller Personen, die eine duale Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben (ebd.)

7 Krämer, H. (2001), a. a. O.

8 Nur für die Wirtschaftsgruppen Verlage, Druckindustrie, Werbung und Multimedia erlaubte die Datenbasis verlässliche Aussagen.

9 Auch andere Untersuchungen kommen zum Ergebnis, dass es im Bereich der Druck- und Medienwirtschaft noch zu wenige Branchenangebote gibt, die auch häufig noch keine ausreichende Qualität aufweisen bzw. nicht

am Bedarf der Zielgruppe ausgerichtet sind (Intergraf, u. a. (Hrsg.): Future of Print & Publishing – Chancen in der mediaEconomy des 21. Jahrhunderts. Wiesbaden 2002

Erste Erfahrungen mit computer- und webbasierten Lernangeboten gibt es jedoch schon im Bereich der Ausbildung. So wurde im Rahmen des Projektes Mediengestalter2000plus ein Lerncenter geschaffen, das interaktive Lernmöglichkeiten bietet und auch von Experten/-innen in diesem Bereich anerkannt wird (Näheres unter [www.mediengestalter2000plus.de](http://www.mediengestalter2000plus.de))