

Gebt mir eine Uniform!

Ein Institut hat Schüler in ganz Deutschland gefragt, wo sie einmal arbeiten möchten. Sehr viele träumen von einer Zukunft als Polizistin, Journalist oder Soldat *Von Julian Hans*



© Zeit online

Manchmal kann das Erwartbare überraschen. Wo sie denn am liebsten arbeiten möchten, hat das Berliner trendence Institut für Personalmarketing Schüler der Abschlussklassen in ganz Deutschland gefragt. Das Ergebnis der repräsentativen Studie, an der sich mehr als 12000 Jugendliche aus Realschulen, Gesamtschulen und Gymnasien beteiligt haben, bestätigt so manches Klischee: Jungen wollen Soldaten werden oder schnelle Autos bauen, Mädchen wollen ins Fernsehen oder zu H&M. Nur ein Traumberuf verbindet beide: Polizist.

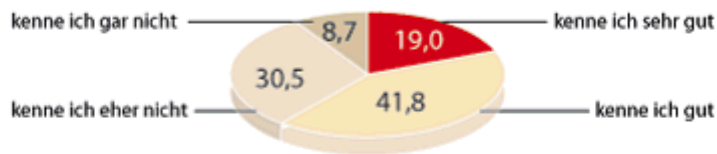
Das Ergebnis ist so deutlich, dass es den Forschern fast ein wenig peinlich ist. »Die Wünsche bleiben sehr im Rahmen der eigenen Lebenswelt«, sagt Manja Ledderhos von trendence. Die Studie, die den Namen *Schülerbarometer 2006* trägt, zeigt: Die Jugendlichen haben eine Vorstellung davon, was ein Polizist tut. Sie sehen viel und gerne fern, und sie mögen billige Mode aus Schweden.

In der Umfrage standen nur Unternehmen zur Auswahl, die eine nennenswerte Zahl an Ausbildungsplätzen in Deutschland anbieten. »Hätten wir zum Beispiel Ferrari mit hineingenommen, wären die sicher auf einem der vorderen Plätze gelandet, weil Jungs schnelle Autos mögen«, sagt Ledderhos. Dass Ferraris in Italien gebaut werden und das Unternehmen in Deutschland gar keine Ausbildungsplätze anbietet, sei kaum einem Befragten aufgefallen. Aus demselben Grund wurde das ZDF stellvertretend für das öffentlich-rechtliche Fernsehen in die Befragung aufgenommen. Die ARD hätte wahrscheinlich ähnliche Ergebnisse erzielt, bildet aber nicht aus. Das tun nur die in der ARD zusammengeschlossenen Sender.

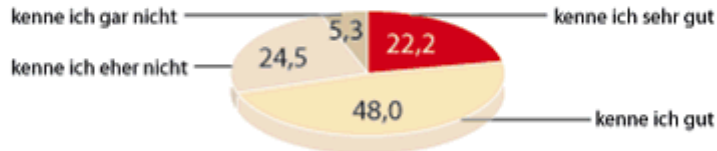
Studenten fühlen sich gut informiert

Frage: Wie gut kennen Sie die einzelnen Möglichkeiten, die sich Ihnen nach dem Schulabschluß bieten?

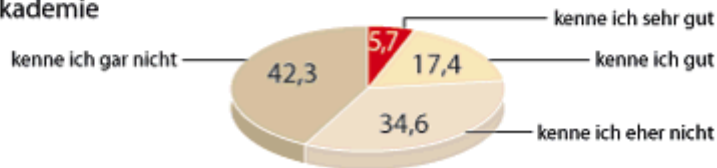
Ausbildung



Studium



Berufsakademie



ZEIT-Grafik/Quelle: trendence, Schülerbarometer 2006

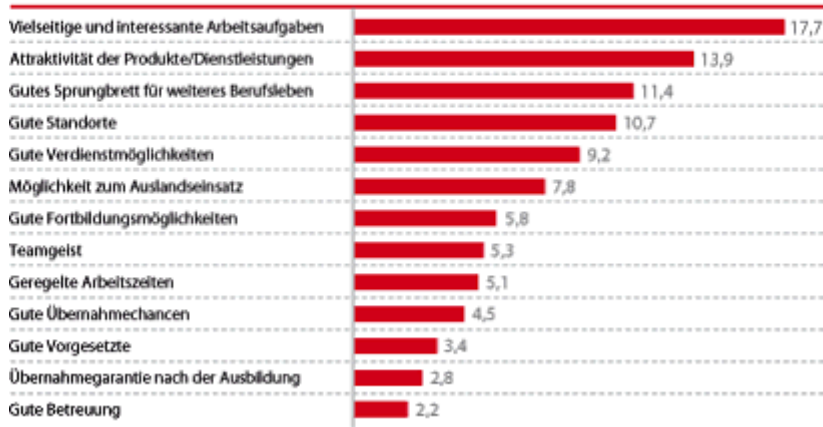
Das trendence Institut hat sich auf empirische Studien zur Berufsorientierung junger Menschen spezialisiert. Seine Kunden sind Unternehmen. Große Beachtung fand in der Vergangenheit regelmäßig eine Studie, die die Beliebtheit der Arbeitgeber bei Hochschulabgängern erhebt. Das so genannte Absolventen-Barometer wird in den Personalabteilungen jedes Jahr mit Spannung erwartet. Denn die Ergebnisse spiegeln den Marktwert der Unternehmen bei den Bewerbern wider: Wer ganz oben auf der Liste steht, kann sich die Besten eines Jahrgangs aussuchen. Deshalb findet auch innerhalb der Branchen ein Wettlauf um die besten Plätze statt. Ob unter den Automobilherstellern Porsche, BMW oder Audi führt, kann den Ausschlag dafür geben, wer in den nächsten Jahren die besten Ingenieure verpflichten kann.

Im *Schülerbarometer 2006* wurden nun erstmals junge Menschen befragt, noch bevor sie sich für eine Ausbildung oder ein Studium entschieden haben. Die Teilnehmer sollten darin nicht nur ihre Wunsch-Arbeitgeber nennen, sondern auch Angaben dazu machen, was sie von einem Unternehmen erwarten und wie sie sich ihre Karriere vorstellen. Zusammen genommen sollen die Ergebnisse es den Firmen erleichtern, ihre Zielgruppe besser anzusprechen, damit sie ihnen nicht im Laufe ihres Bildungsweges verloren gehen.

Wichtigstes Kriterium bei der Wahl ihres Wunsch-Arbeitgebers war für die Schüler, dass dort »interessante und vielseitige Aufgaben« auf sie warten und dass das Unternehmen »attraktive Produkte oder Dienstleistungen« anbietet. An dritter Stelle rangiert die Erwartung, der Betrieb sei »ein gutes Sprungbrett für das weitere Berufsleben«.

Interessante Jobs sind gefragt

Frage: Aus welchem Grund haben Sie dieses Unternehmen ausgewählt?



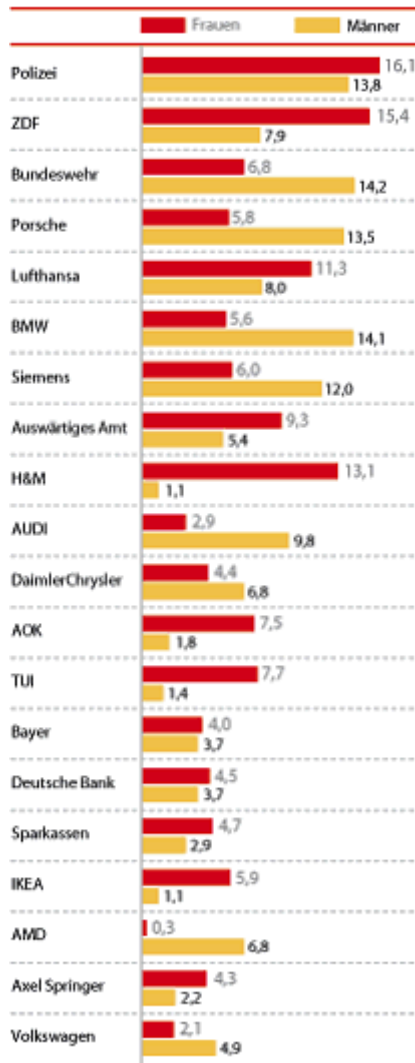
Es mag verwundern, dass ausgerechnet Polizei und Bundeswehr diese Erwartungen erfüllen sollen. Innen- und Verteidigungsminister dürften sich jedenfalls über das gute Abschneiden freuen. Für Berufsforscher dagegen sind die Ergebnisse eher ein Grund zur Sorge. »Die Studie bestätigt, wovor wir schon lange warnen«, sagt Felix Rauner, Professor am Institut für Technik und Bildung an der Universität Bremen. »Sie zeigt einmal mehr, dass Berufsorientierung und Berufsvorbereitung in Deutschland dramatisch unterentwickelt sind.«

Rauner beschäftigt sich seit Jahren mit dem Ausbildungssystem in Deutschland und zieht Vergleiche mit Modellen anderer Länder. Er kritisiert besonders die scharfe Trennung von Schule und Berufsbildung in Deutschland. Die Folge: Die Schüler wissen kaum, welche Berufe es gibt, und wählen dann aus Verlegenheit das Nächstliegende, die Bundeswehr etwa oder die Polizei, weil jeder sie kennt, zudem erwartet, dass sie krisensicher sind. Berufe, die möglicherweise besser zu ihren Neigungen und Fähigkeiten passen würden, werden übersehen. Dann brechen junge Menschen erst eine, dann die nächste Ausbildung ab, bis sie das Gefundene haben, was zu ihnen passt.

Rund 350 Berufe sind auf der Grundlage des deutschen Berufsbildungsgesetzes geregelt. Die meisten davon seien aber kaum bekannt, sagt Rauner. Das liege auch daran, dass ständig neue Berufsprofile entstehen und alte Berufe modernisiert werden müssen. Dabei entstehen manchmal Berufsbezeichnungen, die kaum noch auf die eigentliche Tätigkeit schließen lassen. Wer einmal »Dreher« hieß, heißt heute »Zerspanungsmechaniker Fachrichtung Drehtechnik«. Und der Mann, der im Volksmund noch »Postbote« heißt, ist streng genommen »Fachkraft für Kurier-, Express- und Postdienstleistungen«. Ein Verwirrspiel für Jugendliche auf der Suche nach einer geeigneten Ausbildung. Jüngstens wurde die Umbenennung des Berufs des Müllers in »Verfahrenstechniker in der Getreide- und Futtermittelwirtschaft« im letzten Moment verhindert – von Bundeswirtschaftsminister Glos, der selbst Müller ist und seinen Stand verunglimpft sah.

Traumberuf Polizist

Frage: Welches Unternehmen halten Sie als Arbeitgeber für besonders attraktiv?



Alle Angaben in Prozent
© Zeit online

Dass der Name eines Berufes für Jugendliche eine große Rolle spielt, bestätigt auch eine Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) aus dem Jahr 2004. Demnach nehmen junge Menschen die Berufsbezeichnung nicht nur als Hinweis auf die Tätigkeiten, die damit verbunden sind, sondern prüfen auch, welches Image der Freundeskreis damit verbindet. »Berufe sind wie Visitenkarten«, sagt Joachim Gerd Ulrich, Wissenschaftlicher Direktor am BIBB. »Keiner möchte sich gerne auf einer Party als Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft vorstellen«.

Außer dem Image, das die Jugendlichen damit verbinden, hat die Berufsbezeichnung auch eine Filterfunktion: Weil niemand sich jemals von allen Berufen ein genaues Bild machen kann, wird erst einmal alles aussortiert, was schlecht klingt. »Das ist psychologisch ein ganz normaler Vorgang«, sagt Ulrich. »Sie müssen eine Vorauswahl treffen, weil die Informationen sie sonst überfordern.« Die Berufswahl sei für die Jugendlichen eine Stress-Situation – schließlich gehe es um eine Entscheidung fürs Leben. »Im Zweifel entscheiden sie sich deshalb oft für das Vertraute, um Unsicherheit zu reduzieren.« Eine Beobachtung, die das *Schülerbarometer2006* bestätigt.

Der Berufsforscher Felix Rauner sieht in einer besseren Verzahnung von Schule und Ausbildung die Chance, die Lage auf dem Ausbildungsmarkt zu verbessern. Waren die Auszubildenden in Deutschland 1970 im Schnitt noch 16,5 Jahre alt, liegt der Altersdurchschnitt hierzulande inzwischen bei fast 20 Jahren. »Wenn die deutschen Auszubildenden mit ihrer Lehre anfangen, haben zum Beispiel die österreichischen Lehrlinge schon ausgelernt«, sagt Rauner. Würde der Übergang von der Sekundarstufe

eins in eine Berufsausbildung richtig vorbereitet, müssten nach seiner Auffassung weniger Jugendliche nach der Schule in Qualifizierungsmaßnahmen, bevor sie einen regulären Ausbildungsplatz bekommen. In dieser Warteschleife befinden sich in Deutschland mittlerweile sogar mehr Menschen als in einer regulären Ausbildung.

Das Informationsdefizit, das die Forscher bei den Jugendlichen ausmachen, sehen diese selbst nicht – zumindest nach den Ergebnissen des *Schülerbarometers*: Rund 60 Prozent der befragten Jungen und Mädchen gaben an, sie fühlten sich »gut« oder »sehr gut« über die Möglichkeiten informiert, die ihnen eine Ausbildung biete. Beim Studium waren es sogar 70 Prozent. Nur die Ausbildung an einer Berufsakademie war den meisten nicht bekannt. Rund 76 Prozent gaben zu, über diesen Ausbildungsweg »eher nicht« oder »gar nicht« informiert zu sein.

© DIE ZEIT, 07.09.2006