

# **Der Weg in eine Berufsausbildung der Bauwirtschaft**

Zum Einfluss von Maßnahmen der Berufsorientierung und betrieblicher  
Nachwuchsgewinnung auf die Berufswahlentscheidung von Jugendlichen im städtischen  
und ländlichen Raum (Berlin und Brandenburg)

vorgelegt von  
Dipl.-Berufspäd.  
**Stefan Thielke**

**an der Fakultät I – Geistes- und Bildungswissenschaften**  
**der Technischen Universität Berlin**  
zur Erlangung des akademischen Grades

**Doktor der Philosophie**  
**-Dr. phil.-**

genehmigte Dissertation

## **Promotionsausschuss:**

Vorsitzender: Prof. Dr. Thomas Gil

Erstgutachter: Prof. Dr. Johannes Meyser

Zweitgutachter: Prof. Dr. Werner Kuhlmeier

Tag der wissenschaftlichen Aussprache: 17. September 2021

**Berlin 2021**



# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	7
Tabellenverzeichnis.....	11
Abkürzungsverzeichnis .....	12
1 Einleitung .....	13
1.1 Problemstellung.....	13
1.2 Wirksamkeit von Maßnahmen zur Gewinnung von Jugendlichen für eine Ausbildung in der Bauwirtschaft.....	14
1.3 Aktueller Forschungsstand .....	16
1.4 Aufbau der Arbeit und methodisches Vorgehen .....	19
2 Berufsorientierung, Berufswahlentscheidung und Ausbildungsmarketing.....	22
2.1 Beruf und Berufswahlentscheidung .....	22
2.1.1 Der Beruf.....	22
2.1.2 Berufswahltheorien .....	24
2.1.2.1 Psychologisch begründete Berufswahltheorien .....	24
2.1.2.2 Soziologisch begründete Berufswahltheorien.....	26
2.1.2.3 Ökonomisch begründete Berufswahltheorien.....	27
2.1.2.4 Zusammenfassung der Berufswahltheorien .....	28
2.1.3 Die Berufswahlentscheidung.....	28
2.1.4 Die Berufsorientierung in der Sekundarstufe I .....	29
2.1.5 Zusammenfassung .....	35
2.2 Die Merkmale einer bauberuflichen Tätigkeit .....	35
2.2.1 Die Besonderheit der Bauberufe .....	35
2.2.2 Das Image der Bauberufe .....	37
2.3 Ausbildungsmarketing und regionale Aktivitäten der Bauwirtschaft .....	42
2.3.1 Die Notwendigkeit eines Ausbildungsmarketings .....	42
2.3.2 Zeitraum der Rekrutierungsbemühungen.....	44
2.3.3 Aktivitäten der Kammern.....	46

2.3.3.1	Passgenaue Besetzung .....	47
2.3.3.2	Nachwuchsreferenten und Nachwuchsreferentinnen.....	48
2.3.3.3	Ausbildungsbotschafter.....	48
2.3.4	Zusammenfassung.....	49
2.4	Auswahl und Analyse der Untersuchungsregionen .....	49
2.4.1	Unterscheidungsmerkmale von städtischen und ländlichen Regionen .....	51
2.4.1.1	Die Thünen-Typisierung .....	52
2.4.1.2	Abgrenzung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung .....	53
2.4.2	Demografische Entwicklung in Berlin und Brandenburg .....	55
2.4.3	Wirtschaftliche Kenngrößen der Bauwirtschaft in Berlin und Brandenburg .....	62
2.4.4	Die Lage auf dem Ausbildungsmarkt in Berlin und Brandenburg.....	66
2.4.5	Zusammenfassung.....	73
3	Empirische Erhebung .....	74
3.1	Die Felderschließung.....	74
3.1.1	Die Interviews .....	74
3.1.2	Ergebnisse aus den Unternehmensinterviews .....	76
3.2	Abgeleitete Hypothesen .....	79
3.3	Der Aufbau der Untersuchung .....	83
3.3.1	Der quantitative Forschungsgegenstand.....	83
3.3.2	Die Konstruktion des Fragebogens .....	84
3.3.2.1	Think aloud .....	86
3.3.2.2	Paraphrasings – Pretest .....	87
3.3.2.3	Der klassische Pretest .....	87
3.4	Ablauf der Befragung und Darlegung der Befragungskohorten .....	87
3.5	Allgemeine Kenndaten der befragten Auszubildenden.....	90
4	Empirische Datenerhebung zur Berufswahlentscheidung von Jugendlichen in Berlin und Brandenburg .....	98
4.1	Hypothese I: Aktivitäten bei der Ausbildungsplatzsuche .....	99

4.1.1	Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese I .....	99
4.1.2	Analyse der Fragen zur Hypothese I .....	99
4.1.3	Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese I .....	111
4.2	Hypothese II: Die Wahl für einen Bauberuf .....	114
4.2.1	Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese II .....	115
4.2.2	Analyse der Fragen zur Hypothese II .....	115
4.2.3	Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese II .....	127
4.3	Hypothese III: Entscheidungshilfe durch Berufsorientierung .....	130
4.3.1	Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese III .....	130
4.3.2	Analyse der Fragen zur Hypothese III .....	130
4.3.3	Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese III .....	146
4.4	Hypothese IV: Die Zukunftsplanung im Ausbildungsberuf .....	147
4.4.1	Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese IV .....	147
4.4.2	Analyse der Fragen zur Hypothese IV .....	147
4.4.3	Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese IV .....	158
4.5	Hypothese V: Das Image der Bauberufe .....	159
4.5.1	Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese V .....	159
4.5.2	Analyse der Fragen zur Hypothese V .....	159
4.5.3	Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese V .....	166
4.6	Hypothese VI: Die Rekrutierungsinstrumente der Bauunternehmen .....	167
4.6.1	Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese VI .....	167
4.6.2	Analyse der Fragen zur Hypothese VI .....	168
4.6.3	Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese VI .....	184
5	Zusammenfassung und Grenzen der Erhebung .....	186
5.1	Zusammenfassung .....	186
5.2	Probleme und Grenzen der Erhebung .....	188
6	Berufsbildungspolitische Implikationen .....	190
6.1	Geschlechterübergreifende Rekrutierung .....	190

6.2	Regionale Anpassung der unternehmerischen Rekrutierungsaktivitäten.....	190
6.3	Ausbau der Berufsorientierungsmaßnahmen .....	192
6.4	Bildungspolitische Maßnahmen.....	193
6.5	Sonstige Maßnahmen .....	194
7	Literaturverzeichnis.....	195
8	Anhangsverzeichnis .....	204

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersicht der Angebote und Instrumente der Berufsorientierung (Quelle: Landkreis Dahme-Spreewald 2018, S. 38).....	34
Abbildung 2: Die Entstehung eines Berufsimages (Quelle: vgl. HELLBERG 2005, S. 143).	40
Abbildung 3: Landkreise im Bundesland Brandenburg (Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2021).....	50
Abbildung 4: Regionale Einteilung nach Thünen-Typisierung (Quelle: KÜPPER 2016, S. 26) .....	53
Abbildung 5: Regionale Einteilung nach BBSR (Quelle: BBSR 2021) .....	54
Abbildung 6: Bevölkerungsverteilung im Bundesland Brandenburg (Quelle: Land Brandenburg, Landesamt für Bauen und Verkehr. Dezernat Raumbeobachtung 2017).....	55
Abbildung 7: Auspendelzahlen Berlin-Brandenburg (Quelle: Gringmuth-Dallmer; Hörz 2018) .....	57
Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung von Berlin und Brandenburg 1991–2019.....	58
Abbildung 9: Bevölkerungsentwicklung des Landkreises Elbe-Elster von 1991–2019 (Quelle: Landkreis Elbe-Elster 2018).....	59
Abbildung 10: Bevölkerungsentwicklung von Jugendlichen unter 15 Jahren in Berlin und Brandenburg in Tsd. (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019a).....	60
Abbildung 11: Ifo-Geschäftsklimaindex für das Baugewerbe in Deutschland (2005 = 100 %) (Quelle: IFO-INSTITUT 2018, S. 3) .....	62
Abbildung 12: Jahresumsätze im Bauhauptgewerbe in Berlin und Brandenburg (Quelle: Beeck 2018, S. 41f.) .....	63
Abbildung 13: Entwicklung der Anzahl von Bauunternehmen in Berlin und Brandenburg (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019b).....	63
Abbildung 14: Entwicklung der Bauunternehmensgrößen in Berlin (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019b).....	64
Abbildung 15: Beschäftigte im Bauhauptgewerbe (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019b).....	65
Abbildung 16: Anteil der Beschäftigten im Baugewerbe am Gesamtanteil aller Beschäftigten (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019c).....	66
Abbildung 17: Bewerber-Stellen-Relation Deutschland (Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2020a, S. 8).....	67
Abbildung 18: Bestand und Anteil unversorgter Bewerber und Bewerberinnen an allen gemeldeten Bewerbungen in Deutschland (Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2020a, S. 14).	68

Abbildung 19: Verbleib der Altbewerber und -bewerberinnen (30.09.2020) (Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2020a, S. 13).....	69
Abbildung 20: Entwicklung der Auszubildendenzahlen im Berufsfeld Bautechnik (Quelle: SenBJF 2020; MBJS 2021).....	72
Abbildung 21: Altersstruktur der befragten Jugendlichen .....	91
Abbildung 22: Verteilung der Jugendlichen in den Ausbildungsberufen .....	92
Abbildung 23: Herkunft der Auszubildenden aus Brandenburg ohne Migrationshintergrund	93
Abbildung 24: Herkunft der Auszubildenden aus Berlin ohne Migrationshintergrund.....	93
Abbildung 25: Umgebungsbeschreibung der befragten Auszubildenden.....	94
Abbildung 26: Schulabschlüsse der Auszubildenden .....	95
Abbildung 27: Weitere vorausgegangene Ausbildungs- oder Studienzeiten.....	96
Abbildung 28: Größe der Ausbildungsunternehmen .....	97
Abbildung 29: Anzahl der insgesamt versendeten Bewerbungen.....	100
Abbildung 30: Anzahl der versendeten Bewerbung an Bauunternehmen .....	101
Abbildung 31: Zeitpunkt der Bewerbung für einen Ausbildungsberuf.....	102
Abbildung 32: Erstwunsch der Berufsausbildung.....	103
Abbildung 33: Entfernung der Wohnung zum Ausbildungsbetrieb.....	105
Abbildung 34: Beurteilung der Hilfen bei der Berufsorientierung .....	106
Abbildung 35: Erster Kontakt zum Ausbildungsberuf.....	109
Abbildung 36: Erfüllte Erwartungen an den Ausbildungsberuf.....	111
Abbildung 37: Erfahrung mit handwerklicher Arbeit vor der Ausbildung.....	115
Abbildung 38: Vergleich der Anforderungen des Ausbildungsberufes mit den eigenen Fähigkeiten .....	117
Abbildung 39: Motive bei der Wahl eines Ausbildungsberufes .....	118
Abbildung 40: Interesse an der Tätigkeit .....	120
Abbildung 41: Einfluss der Ausbildungsvergütung auf die Berufswahl.....	121
Abbildung 42: Der Einfluss des Betriebsklimas auf die Berufswahl.....	122
Abbildung 43: Der Einfluss der Teamarbeit auf die Berufswahl der Jugendlichen in der Bauwirtschaft .....	123
Abbildung 44: Der Einfluss der Außenarbeit auf die Berufswahl .....	123
Abbildung 45: Einfluss der körperlichen und handwerklichen Anforderungen .....	124
Abbildung 46: Der Einfluss von Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten auf die Berufswahl .....	125
Abbildung 47: Keine Alternativen bei der Berufswahl.....	128

Abbildung 48: Beurteilung der Berufsorientierungsunterstützung in der SEK I.....	131
Abbildung 49: Die Unzufriedenheit mit der Berufsorientierung in der SEK I in den Altersgruppen .....	133
Abbildung 50: Die Unzufriedenheit mit der Berufsorientierung in der SEK I nach Schulabschluss .....	134
Abbildung 51: Die Unzufriedenheit mit der Berufsorientierung in der SEK I nach Zeitpunkt der Berufswahl .....	136
Abbildung 52: Vergleich des eigenen Könnens mit den Anforderungen des Ausbildungsberufes .....	137
Abbildung 53: Bewertung der Hilfen bei der Berufsorientierung.....	138
Abbildung 54: Auf den Ausbildungsberuf erstmals aufmerksam geworden .....	139
Abbildung 55: Vorhandene Kenntnisse zum Ausbildungsberuf.....	141
Abbildung 56: Kenntnis der Jugendlichen über Entwicklungsmöglichkeiten im Ausbildungsberuf .....	142
Abbildung 57: Vorstellbare Führungspositionen im Baugewerbe für Auszubildende im 1. Ausbildungsjahr .....	144
Abbildung 58: Zeitpunkt der Berufswahl.....	148
Abbildung 59: Zeitpunkt der Kontaktaufnahme zum Ausbildungsbetrieb .....	150
Abbildung 60: Schwierigkeit bei der Ausbildungsplatzsuche .....	152
Abbildung 61: Interesse der Betriebe an einem erfolgreichen Ausbildungsabschluss .....	154
Abbildung 62: Bekanntheit von Unterstützungsmaßnahmen während der Ausbildung .....	155
Abbildung 63: Bekanntheit der Aufstiegsmöglichkeiten im Ausbildungsbetrieb .....	157
Abbildung 64: Die Beurteilung der Berufsimages von Auszubildenden des ersten Ausbildungsjahres der Bautechnik.....	160
Abbildung 65: Die Bewertung des Tiefbauberufs nach Altersklassen .....	161
Abbildung 66: Die Bewertung des Tiefbauerberufs nach Schulabschlüssen.....	162
Abbildung 67: Beurteilung des Berufsimages von Auszubildenden im Tiefbau mit Erstwunsch Tiefbaufacharbeiter .....	163
Abbildung 68: Beurteilung des Berufsimages von Auszubildenden im Tiefbau mit anderem Berufswunsch .....	164
Abbildung 69: Berufswahlkriterien von Erstwunsch-Auszubildenden.....	165
Abbildung 70: Aufmerksam-Werden von Jugendlichen auf Ausbildungsunternehmen .....	169
Abbildung 71: Rekrutierungsinstrumente der Unternehmen in ländlichen Gebieten nach Unternehmensgröße gegliedert .....	171

Abbildung 72: Rekrutierungsinstrumente der Unternehmen in städtischen Gebieten nach Unternehmensgröße gegliedert .....	174
Abbildung 73: Schwierigkeit bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb im Baugewerbe .....	176
Abbildung 74: Ausbildung beim gewünschten Bauunternehmen in der Bauwirtschaft .....	179
Abbildung 75: Vorzüge eines Ausbildungsunternehmens aus der Perspektive der Auszubildenden .....	182

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ausschnitt aus dem Rahmenlehrplan WAT (Landesinstitut für Schule und Medien 2021).....	30
Tabelle 2: Pflichtthemen im Unterrichtsfach WAT (vgl. SenBJF 2015c, S. 28). .....	31
Tabelle 3: Metropolregionen in Europa (Quelle: Statistischen Amt der Europäischen Union 2020).....	56
Tabelle 4: Bevölkerungsprognose bis 2030 .....	61
Tabelle 5: Schulabschlüsse von Bewerbern bzw. Bewerberinnen in den Bildungsgängen (Quelle: Statistisches Bundesamt 2017, S. 7ff.).....	71
Tabelle 6: Zeitlicher Ablauf der Befragung an den ÜBS.....	88
Tabelle 7: Idealisierter Planungsablauf der Auszubildendenbefragung.....	89
Tabelle 8: Verteilung der Auszubildenden in den Ausbildungszentren.....	90
Tabelle 9: Herkunftsländer der Auszubildenden mit Migrationshintergrund .....	92
Tabelle 10: Erstwunsch der Jugendlichen .....	104
Tabelle 11: Zu den Motiven bei der Wahl eines Ausbildungsberufes .....	126
Tabelle 12: Wünsche der Jugendlichen in Sachsen-Anhalt für ihre berufliche Zukunft (Quelle: vgl. GRÜNERT/KAUFMANN 2017, S. 28) .....	129
Tabelle 13: Probleme bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb .....	153
Tabelle 14: Den Auszubildenden bekannte Unterstützungsmaßnahmen.....	156
Tabelle 15: Statistische Einteilung der Unternehmensgrößen .....	170
Tabelle 16: Schwierigkeiten bei der Unternehmenssuche .....	177
Tabelle 17: Begründung der Absage des Erstwunschbetriebes.....	180
Tabelle 18: Weitere wichtige Kriterien bei der Wahl eines Bauunternehmens .....	183

## Abkürzungsverzeichnis

BBiG	Berufsbildungsgesetz
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
BIBB	Bundesinstitut für Berufsbildung
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
BSR	Bewerber-Stellen-Relation
HwO	Handwerkerordnung
IHK	Industrie- und Handelskammer
KMU	kleine und mittlere Unternehmen
MBJS	Ministerium für Bildung, Jugend und Sport
RLP	Rahmenlehrplan
SEK I	Sekundarstufe I
SEK I-VO	Sekundarstufe I-Verordnung
SenBJF	Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie
SOKA-BAU	Sozialkassen der Bauwirtschaft
ÜBS	Überbetriebliche Berufsbildungsstätte
WAT	Wirtschaft-Arbeit-Technik

# 1 Einleitung

## 1.1 Problemstellung

**„Wer in Berlin keinen Auszubildenden für sein Bauunternehmen findet, sollte auch nicht ausbilden.“**

Anonymer Berliner Bauunternehmer

Mit dieser Aussage wurde am Rande der BAUTEC in Berlin eine Veranstaltung von einem Bauunternehmer eröffnet, der sehr erfolgreich bei der Auszubildendengewinnung und Auszubildendenunterstützung agiert. Ausdrücken wollte er mit seinen Worten, dass Unternehmen nicht erst am Ende der Ausbildung, wenn die heiße Phase der Abschlussprüfungen beginnt, die Ausbildung ernst nehmen sollten, sondern eine stetige Auszubildendenakquise und Auszubildendenunterstützung anbieten müssen, um erfolgreich den Personalbedarf zu decken.

Das Bauwesen leidet wie viele andere Branchen unter einem zunehmenden Mangel an Fachkräften. Noch ist von einem flächendeckenden Fachkräftemangel nicht zu sprechen, doch die Gefahr droht. Dies kann zu einem Problem für die konjunkturelle Entwicklung in ganz Deutschland werden. Es werden 6,1 Prozent der gesamten Wertschöpfung in Deutschland vom Baugewerbe erbracht (vgl. KRAUS 2021, S. 1). Das Ersetzen von ausscheidendem Personal, das Abarbeiten anfallender Aufträge oder eine Firmenerweiterung mit Fachkräften gestaltet sich zunehmend schwieriger. Denn „die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Bauwirtschaft ist [...] immer auch abhängig von gut ausgebildeten Arbeitskräften“ (MEYSER 2010, S. 56). Der Mangel besteht nicht nur bei hochqualifizierten Facharbeitern, sondern beginnt bereits bei den Auszubildenden, den Fachkräften der Zukunft. Im Jahr 2020 ist zwar ein Anstieg der neu unterzeichneten Ausbildungsverträge von zirka 4,8 Prozent zu verzeichnen, was aber nicht genügt, um den nötigen Bedarf an Fachkräften zu decken (vgl. KRAUS 2021, S. 22). Der Renteneintritt erfolgt im Baugewerbe durchschnittlich zwischen dem 61. und 62. Lebensjahr. Im Jahr 2017 waren bereits 20 Prozent der gewerblichen Arbeitskräfte im Bauhauptgewerbe älter als 55 Jahre, was eine Steigerung von 60 Prozent gegenüber dem Jahr 2007 darstellt. Laut Statistik der Deutschen Bauindustrie ist die Anzahl der Renteneintritte höher als die der neu gewonnenen Auszubildenden (vgl. ebd.). Die Verschiebung der Altersstruktur im Baugewerbe wird weiter voranschreiten (vgl. KUHLMIEIER 2013, S. 1ff.; SYBEN 2010, S. 8ff.). Daraus wird ersichtlich, dass die Anzahl der Fachkräfte im Bausektor tendenziell sinkt. Gleichzeitig steigen der Umsatz und das Bauvolumen dieser Branche in Deutschland kontinuierlich: von 283,3 Milliarden Euro

Investitionskosten im Jahr 2010 auf 395,7 Milliarden Euro im Jahre 2018 (vgl. BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (BBSR) 2020, S. 4). Aus betriebswirtschaftlicher Sicht kann sich aus der Ressourcenreduzierung von Fachkräften eine Verteuerung der Arbeitsleistung ergeben, die eine Steigerung der Baukosten zur Folge hätte, woraus sich ein gesamtwirtschaftliches und unter Umständen gar ein gesellschaftliches Problem entwickeln kann.

Neben der Rekrutierung ausländischer Fachkräfte und der Umschulung fachfremder Berufsgruppen ist eine Möglichkeit, Fachpersonal zu gewinnen, die Ausbildungsquote im deutschen dualen System der Berufsausbildung zu erhöhen. Im Jahr 2018 befanden sich 38.800 Auszubildende in der dualen Berufsausbildung im Baugewerbe, davon zirka 13.750 im ersten Ausbildungsjahr (vgl. Sozialkasse der Bauwirtschaft (SOKA-BAU) 2018, S. 4). Die Zahl der Ausbildungsanfänger stieg zwar in den letzten vier Jahren kontinuierlich an. Jedoch ist die Zahl deutlich geringer als in den Boom-Jahren der 1990er, als zum Beispiele 1995 zirka 100.600 Auszubildende in der Bauwirtschaft tätig waren (vgl. KRAUS 2021, S. 22). Begründet wird der aktuell niedrige Wert der Ausbildungsanfänger und -anfängerinnen mit dem demografischen Wandel, der gestiegenen Studierneigung und dem Fehlen ausbildungsreifer Jugendlicher, was Unternehmen dazu veranlasst, ihre Ausbildungstätigkeit zu unterbrechen oder vollständig einzustellen (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG UND FORSCHUNG (BMBF) 2014, S. 5f.). Im Jahr 2007 betrug die Ausbildungsbetriebsquote in der Bauwirtschaft 32,4 Prozent. Im Jahr 2018 sank dieser Wert um 5,6 Prozentpunkte auf 26,8 Prozent (vgl. BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (BIBB) 2021, S. 7). Für Klein- und Kleinstunternehmen kann mangelnder Nachwuchs das Ende einer langen Unternehmensgeschichte bedeuten. Laut SOKA-BAU standen im Juli 2019 noch 9.200 freie Ausbildungsstellen auf dem Bau zur Verfügung. Zur gleichen Zeit waren 78.600 Jugendliche auf der Suche nach einer Ausbildungsstelle (vgl. BIBB 2019, S. 10). Anscheinend besteht ein großes Mismatch<sup>1</sup>. Die Bauwirtschaft kann jedenfalls nicht von dem Überhang profitieren.

## 1.2 Wirksamkeit von Maßnahmen zur Gewinnung von Jugendlichen für eine Ausbildung in der Bauwirtschaft

Beim aufmerksamen Beobachten der Aktivitäten im Bewerbungsmanagement fällt auf, dass einzelne Berufe und Gewerke besonders stark beworben werden. Die Kammern und

---

<sup>1</sup> Ein Mismatch bezeichnet eine Situation, in der Ausbildungsplatzsuchende und offene Ausbildungsstellen aufgrund der qualifikatorischen Anforderungen oder der regionalen Lage nicht zusammenpassen.

Fachverbände des Handwerks werben mit Spotlights in den Medien für „Das Handwerk“ und eine Friseurin mit Plakaten für „Hairstylisten“ oder „Makeup-Artist“. Ebenfalls wurde die Ausbildungsvergütung im gesamten deutschen Bauhandwerk gesteigert, um jungen Menschen die Entscheidung für dieses Handwerk zu erleichtern. Diese unterschiedlichen Rekrutierungsmaßnahmen werden dem Ausbildungsmarketing zugewiesen. So nehmen Unternehmen, Verbände, Innungen und Kammern direkt Einfluss auf die Berufswahlentscheidung der Jugendlichen, sie für sich als potenzielle Auszubildende zu gewinnen. Diese Rekrutierungsmaßnahmen können verschiedene Reichweiten aufweisen. Vom Aufgeben einer Zeitungsannonce in der regionalen Tagespresse mit geringem Personal- und Kosteneinsatz bis hin zum Werben auf Messen oder in Schulen sind Firmen bei der Rekrutierung sehr einfallsreich. Größere Unternehmen bringen dabei oft mehr finanzielle Mittel auf als Klein- und Kleinstunternehmen, um ihre Ausbildungsstellen zu besetzen. Offen bleiben der damit einhergehende Erfolg und die Effektivität (Kosten-Nutzen-Faktor) verschiedener Rekrutierungsmaßnahmen.

Neben den Aktivitäten der Betriebe sind auch die Maßnahmen der Berufsorientierung zu beleuchten. Mit der Berufsorientierung wird in einigen Bundesländern schon in der Grundschule begonnen, um den potenziellen Auszubildenden in spe ihre Fähigkeiten und Interessenfelder bewusst und ihnen verschiedene Berufe, Berufsfelder und Tätigkeiten bekannt zu machen. Betriebspraktika, Besuche bei Berufsinformationszentren oder Unternehmenserkundungen sind nur einige zu nennende Aktivitäten im Rahmen des Unterrichts im Fach Wirtschaft-Arbeit-Technik, die im Rahmenlehrplan verankert sind (vgl. BAUER et al. 2014, S. 88ff). Außerdem unterliegen die Jugendlichen weiteren Einflüssen bei der Berufswahl, zum Beispiel durch Eltern, Freundeskreis, Lehrkräfte und Medien. Von Bedeutung ist bei der Entscheidung für einen Ausbildungsbetrieb auch die Entfernung vom Wohnort zur Ausbildungsstätte, die sich je nach Region unterscheiden kann. Es ist deshalb zu untersuchen, ob in ländlichen Regionen andere Berufsorientierungs- und Rekrutierungsinstrumente verwendet werden als beispielsweise in den städtischen Regionen. Hier fehlen bislang Erkenntnisse über die Situation, die Potenziale und Erfolgchancen für die Bauwirtschaft ebenso wie über die Effektivität der Akquise durch die Unternehmen. Es ist deshalb auch zu untersuchen, welche Berufsorientierungs- und Rekrutierungsstrategien nachhaltig wirken. Das Thema der Arbeit lautet dazu:

**Der Weg in eine Berufsausbildung der Bauwirtschaft**  
**Zum Einfluss von Maßnahmen der Berufsorientierung und betrieblicher**  
**Nachwuchsgewinnung auf die Berufswahlentscheidung von Jugendlichen im städtischen**  
**und ländlichen Raum (Berlin und Brandenburg).**

Ein wissenschaftliches Forschungsinteresse ist angesichts des drohenden Fachkräftemangels und den daraus resultierenden ökonomischen und sozialen Folgen unbestritten. Entsprechende Erkenntnisse erlauben erst eine konkrete Handlungsempfehlung zur Rekrutierung von Auszubildenden, die in Abhängigkeit der strukturellen und demografischen Lage der Unternehmen stehen wird. Gleichzeitig benötigen die Unternehmen Aufschluss über die Interessen- und Motivlagen der Jugendlichen, um eine Ausbildung in der Baubranche für junge Menschen attraktiver und zeitgemäßer zu gestalten. Es wird erwartet, dass die gewonnenen Ergebnisse dazu beitragen, die Rekrutierungsmaßnahmen im Berufsfeld Bautechnik zu optimieren und auszubauen, um die Anzahl der Auszubildenden steigern zu können.

### 1.3 Aktueller Forschungsstand

Da der Einfluss auf die Berufswahl im Fokus der Bearbeitung steht, fällt diese Arbeit in das interdisziplinäre Feld der Berufswahlforschung. In den vergangenen Jahrzehnten ist eine „nahezu unüberschaubare Forschungsliteratur im Feld Berufswahl“ entstanden (DIMBATH, 2003, S. 123). Golisch sieht „eine gewisse Einäugigkeit der jeweiligen Forschungsansätze, die entweder nur auf objektive oder subjektive Aspekte abzielen, sowie die individuelle Entscheidungssituation und den gesellschaftlichen Kontext isoliert voneinander betrachten“ (GOLISCH 2002, S. 9). Der hier innewohnenden Forderung an die Forschung kann mit dieser Untersuchung nicht vollständig entsprochen werden. Jedoch werden bei der vorliegenden Arbeit die unterschiedlichen Lebensräume mit betrachtet und erste Ergebnisse abgeleitet.

Parsons war der Begründer der Berufswahlforschung 1909 in Boston. In seinem Buch „Choosing a vocation“ wurde der Grundstein für die Berufswahlforschung Jugendlicher gelegt (vgl. RATSCHINSKI 2017, S. 29). In Deutschland erfuhr die Berufswahl immer dann Aufmerksamkeit, wenn die Zukunft des Arbeitsmarkts durch Fachkräftemangel in Gefahr gesehen wurde.

„Berufswahluntersuchungen in Deutschland werden traditionell stärker von der Lage auf dem Arbeitsmarkt als von theoretischen Fragestellungen bestimmt. Immer wenn

gesellschaftlicher Erklärungs-, Planungs- und Handlungsbedarf entstand, wurden Untersuchungen angeregt und durchgeführt“ (RATSCHINSKI 2009, S. 20).

Im Folgenden sollen aktuelle Forschungsstände aus verschiedenen Teilbereichen der Berufswahl (Berufsorientierung, Berufswahlentscheidung, Wirksamkeit von Unterstützungsmaßnahmen) vorgestellt werden, welche die vorliegende Arbeit tangieren. Der Prozess der Berufswahl wird von vielen verschiedenen Einflüssen bestimmt, gelenkt und unterstützt. Die stärkste soziale Unterstützung erhalten Jugendliche von ihren Eltern. Beinke von der Universität Gießen erforschte die Berufswahlentscheidung von Jugendlichen und Einflüsse auf den Orientierungsprozess. Seine Ergebnisse geben Aufschluss über die einflussreichsten, nicht berufsspezifischen Berufsorientierungsinstrumente (vgl. BEINKE 2006, 2012). Demnach haben die Eltern, der Freundeskreis und ein schulisches Praktikum den größten Einfluss.

Dombrowski untersuchte in ihrer Studie die Berufswünsche benachteiligter Jugendlicher gegen Ende der Vollzeitschulpflicht (Anfang der 9. Klasse). Auch ihr zufolge haben die Eltern und die Praktika (schulische und selbstorganisierte) einen entscheidenden Einfluss auf die Berufswahl (vgl. DOMBROVSKI 2015, S. 209ff.).

Ratschinski erforschte den Einfluss von institutioneller Unterstützung am Beispiel des Berufsorientierungsprogramms des BMBF<sup>2</sup> auf die Berufswahl Jugendlicher. Er kommt zu dem Schluss, dass die Effekte der institutionellen Berufsorientierungsmaßnahme nur gering ausfallen. Er sieht dafür verschiedene Gründe, unter anderem die unterschiedlichen Entwicklungsphasen der Jugendlichen zum Zeitpunkt des Projekts (vgl. RATSCHINSKI 2017, S. 36f.).

Weyer, Gehrau und Brüggemann untersuchten den Einfluss der Medien auf die Berufswahl von Jugendlichen in der Hauptschule. In einer Längsschnittuntersuchung mit 3.500 Jugendlichen kommen sie zu dem Ergebnis, dass ein Zusammenhang zwischen Berufswahl und Medieneinfluss besteht. Demnach werden Berufswünsche oft mit Hinweisen auf die Darstellung in den Medien begründet. Dabei kann die Nutzung entsprechender Medien die Berufswünsche auch stabilisieren (vgl. WEYER/GEHRAU/BRÜGGEMANN 2016, S. 108ff.).

---

<sup>2</sup> „Das Berufsorientierungsprogramm richtet sich an Schülerinnen und Schüler der siebten und achten Klasse. Erst erkunden sie ihre Stärken in einer Potenzialanalyse, dann testen sie in den Werkstatttagen verschiedene Berufsfelder aus“ (BMBF 2021).

Neuenschwander untersucht die Wirksamkeit verschiedener Berufsorientierungsinstrumente und kommt zu folgendem Schluss:

„Nicht in erster Linie Informationen aus schriftlichen Texten begünstigen einen erfolgreichen Berufswahlprozess, sondern Vorbilder, realistisches Feedback, gute Beziehungen und konstruktive Gespräche mit Bezugspersonen. Daher sollte die Berufsorientierung nicht primär Wissensvermittlung, sondern eine individuelle Begleitung der Jugendlichen bei der Bewältigung einer wichtigen Entwicklungsaufgabe bieten“ (NEUENSCHWANDER 2017, S. 14).

Hentrich konzentriert sich in ihrer Forschungsarbeit auf die Einflussfaktoren auf die Berufswahlentscheidung Jugendlicher an der ersten Schwelle, dem Übergang vom Schulabschluss in eine Berufsausbildung, und stellt dabei fest, dass das Internet, das BIZ (Berufsinformationszentrum), die Berufsberatung und das Praktikum besonders stark frequentiert wurden. Ihre Studie fand retrospektiv mit 464 Berufsschülern und -schülerinnen statt (vgl. HENTRICH 2011, S. 92f.).

Der Berufsbildungsbericht, der jedes Jahr vom BIBB herausgegeben wird, erfasst den aktuellen Stand der gesamten Berufsausbildung in Deutschland, nimmt aber nur selten explizit Bezug zum Berufsfeld der Bautechnik. Konkreter auf das Berufsfeld bezogen, aber weniger umfangreich sind Zahlen und Aussagen des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks, des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung und der SOKA-BAU Wiesbaden und Berlin, die sich teilweise auf Daten des Baugewerbes konzentrieren. Jedoch fehlt hier eine genauere Zuordnung zu den jeweiligen städtischen und ländlichen Regionen und ein Zusammenhang zu den demografischen und strukturellen Gegebenheiten. Eine weitere Problematik besteht darin, dass die gewonnenen Daten eine Vergleichbarkeit und Übertragbarkeit kaum ermöglichen. Daten von Industriebetrieben, von Handwerksbetrieben, vom Bauhauptgewerbe, vom gesamten Baugewerbe lassen sich für die vorliegende Arbeit schwer miteinander vergleichen.

Jenewein (Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg) beschäftigt sich intensiver mit der Berufsausbildung in Ostdeutschland und deren Status im Hinblick auf Veränderungen durch den demografischen Wandel. Jedoch konzentrieren sich seine Ausführungen stärker auf das Berufsfeld der Metall- und Elektrotechnik (vgl. JENEWEIN 2015, S. 9). Die Ausführungen für das Berufsfeld Bautechnik hingegen erfahren nur eine rudimentäre Betrachtung. Auch eine exakte regionale Trennung zwischen städtischer und ländlicher Region wird von ihm nicht vollzogen.

Deutlich konkreter gehen Schönbeck und Rittgen auf das Berufsfeld der Bautechnik ein. Sie beleuchten die Motive der Berufswahl von Jugendlichen und deren Einfluss auf die Berufswahl (vgl. SCHÖNBECK/RITTGEN 2018). Auch hier fehlt aber der Vergleich zwischen den Regionen und den einzelnen Berufen.

Mischler betrachtet die Attraktivität von Ausbildungsberufen im Handwerk und untersucht, wie die Kenntnisse der Jugendlichen über Handwerksberufe (auch Berufe aus der Bautechnik wie Maurer oder Straßenbauerin) die Neigung beeinflussen, eine Ausbildung im Handwerk aufzunehmen. Er kommt zu dem Schluss,

„dass sich die beurteilte Attraktivität der Berufe sowie die entsprechende Berufswahlneigung sowohl zum Teil auf soziokulturelle Merkmale der Jugendlichen und deren Eltern als auch auf Einschätzung von Tätigkeits- und Berufsmerkmalen der erfassten Ausbildungsberufe zuführen lassen“ (MISCHLER 2017, S. 129).

Auch bei ihm fehlt eine regionale Trennung der Kohorte in städtische und ländliche Region. Keine der recherchierten Studien betrachtet ausschließlich Jugendliche der Bautechnik, befragt die Jugendlichen retrospektiv zum Thema des Einflusses von Berufsorientierungs- sowie betrieblichen Rekrutierungsinstrumenten und teilt die Kohorte nach den strukturellen und regionalen Unterschieden ein, sodass eine eigene Erhebung nötig ist, um die noch zu benennende Hypothese zu prüfen.

#### 1.4 Aufbau der Arbeit und methodisches Vorgehen

Der Grund für die Gliederung der Kohorte nach ländlichen und städtischen Gebieten besteht darin, dass der Einfluss von Maßnahmen der Berufsorientierung und betrieblichen Nachwuchsgewinnung in den Regionen unterschiedlich stark sein wird. Da keine Untersuchungen mit regionaler Trennung der Auszubildenden der Bauwirtschaft zu finden sind, handelt es sich um einen deskriptiven Forschungsansatz, dessen Aufgabe darin besteht, das Forschungsfeld zu beschreiben und zu untersuchen.

Nachdem umfangreiche Literaturstudien betrieben und statistische Erhebungen anderer Autoren analysiert wurden, ist deutlich geworden, dass nur eine eigene statistische Erhebung die Forschungsfrage beantworten kann. Der empirische Teil der Arbeit (ab Kapitel 3) besteht aus der Felderschließung, der Datenerhebung und Datenauswertung. Aufgrund mangelnder theoretischer Erkenntnisse zur aktuellen Lage der Bauwirtschaft bei der Gewinnung und Rekrutierung der Auszubildenden, der Berufsorientierung und Berufswahl ist es unabdingbar, mit den Ausbildungsbeteiligten direkt in Kontakt und Gespräch zu treten, um einen

umfassenden Eindruck von der aktuellen Situation am Berufsausbildungsgeschehen in der Bauwirtschaft zu erhalten. Dazu werden Bauunternehmen als direkte Beteiligte der dualen Berufsausbildung ausgewählt, um von ihren Erfahrungen bei der Rekrutierung und Berufsausbildung von Jugendlichen zu berichten. Mithilfe von erzählgenerierenden und später leitfragengestützten Interviews, die es ermöglichen, ein breites Bild von der Ausbildungssituation und deren Erfahrung zu bekommen, erfolgt die Felderschließung. Dabei sollen sich Korrelationen zwischen dem Firmensitz der Bauunternehmen (ländliche oder städtische Region), wo die Interviews durchgeführt wurden, und dem Antwortverhalten in Bezug auf Berufsorientierung und beruflicher Nachwuchsgewinnung ergeben. Aus diesen Korrelationen heraus werden mehrere Hypothesen abgeleitet. Diese Hypothesen werden mit Einzelfragen gegliedert, die als Arbeitsgrundlage zur Hypothesenbeantwortung beitragen. Mit der Überprüfung der Hypothesen sollen die Aussagen der Bauunternehmen konkretisiert, abgesichert und unterstützt werden. Dazu folgt ein Wechsel der Perspektive hin zur Sichtweise der Auszubildenden auf die Berufsorientierung und betrieblichen Rekrutierungsmechanismen der Bauunternehmen. Sie sind ebenfalls direkt am Ausbildungsprozess beteiligt und können ihre Sichtweise auf die Wirkung der Berufsorientierung und betriebliche Nachwuchsgewinnung darlegen, da sie den Prozess vor kurzer Zeit durchlaufen haben und eine retrospektive Beurteilung abgeben können. Als Methode der Auszubildendenbefragung wird der Fragebogen aus der quantitativen Sozialforschung ausgewählt, da mit einem Fragebogen viele Auszubildenden relativ einfach befragt und die Antworten systematisiert ausgewertet werden können. Durch den Einsatz zweier Methoden der qualitativen und quantitativen Sozialforschung (Interview und Fragebogen) kann von einem zuverlässigen methodischen Gesamtkonzept ausgegangen werden, welches aussagekräftige Ergebnisse hervorbringen kann. Die Auswertung erfolgt mit dem Statistikprogramm SPSS von IBM, da hiermit Korrelationen hergestellt, Antworten gefiltert und gewichtet werden können sowie eine Datentransformation und Vergleichbarkeit möglich ist.

In Kapitel 4 werden die Daten ausgewertet und den Hypothesen zugeordnet. Es erfolgt eine grafische Darstellung der deskriptiven Ergebnisse zu jeder Hypothese. Es werden Häufigkeitsverteilungen in Form von Balkendiagrammen dargestellt, da es mit ihnen gelingt, einen sehr guten Überblick über Zahlenwerte und Häufigkeitsverteilung zu bekommen. Es können Korrelationen und verschiedene Variablen abgebildet werden, die stets zwischen ländlicher und städtischer Kohorte unterscheiden. Im Anschluss an jede einzelne deskriptive Ergebnisdarstellung und Hypothesenanalyse folgt eine kurze Interpretation der Ergebnisse.

Abschließend (Kapitel 5 und 6) folgt die Zusammenfassung aller Ergebnisse. Es können berufspolitische Implikationen abgeleitet werden, die allen beteiligten Personen und Institutionen an der dualen Berufsausbildung in der Bauwirtschaft eine Verbesserung oder Erleichterung ihrer Ausbildungsaktivität bietet. Darüber hinaus können Empfehlungen abgeleitet werden, die bis in die universitäre Lehre hineinreichen, um den zukünftigen Ansprüchen der Ausbildung auch in der Lehrer- und Lehrerinnenbildung gerecht zu werden.

## 2 Berufsorientierung, Berufswahlentscheidung und Ausbildungsmarketing

### 2.1 Beruf und Berufswahlentscheidung

Im folgenden Kapitel liegt der Fokus auf dem Einfluss auf die Berufswahlentscheidung von Jugendlichen. Der Begriff „Berufswahl“ wird als ein individueller Prozess verstanden, der mit den ersten abstrakten Vorstellungen zur Arbeitswelt im Kindesalter beginnt und letztlich mit dem Eintritt in die Berufswelt enden kann.

#### 2.1.1 Der Beruf

Bevor begonnen wird, die Berufswahl und die Berufswahlentscheidung junger Menschen zu erforschen, sollen einige wichtige Begriffe definiert werden, die für das Verständnis an dieser Stelle notwendig sind. Dazu zählt zunächst eine klare Abgrenzung der Begriffe „Beruf“, „Job“ und „Berufung“.

In der Literatur finden sich viele Definitionen zum Begriff „Beruf“ aus der Perspektive verschiedener Disziplinen betrachtet. Die Soziologie, die Berufspädagogik, die Psychologie und die Wirtschaftswissenschaften haben jeweils ihre eigenen Blickwinkel auf die Eigenschaften eines Berufes (vgl. NEULOH 1973, S. 11ff.).

„Im traditionellen berufs- und wirtschaftspädagogischen Diskurs wurde unter Beruf die Fähigkeit zur Ausübung einer bestimmten Tätigkeit im arbeitsteiligen Beschäftigungssystem verstanden“ (PAHL 2014, S. 211). Damit fasst Pahl alle gängigen Definitionen sehr gut zusammen und grenzt den Begriff allseitig ab. Der Wortstamm des Begriffs Beruf leitet sich aus dem Verb „rufen“ ab. Auch heute noch werden Professoren „berufen“ oder beginnt eine Karriere in der Armee mit einer „Einberufung“. Eine Tätigkeit, bei der man von Gott berufen ist oder seiner Berufung folgt, hatte im anfänglichen Sprachgebrauch eine zutiefst und ausschließlich religiöse Bedeutung. Diese Berufung war von Gott gegeben und zumeist unveränderlich im Laufe eines christlichen Lebens (vgl. MOLLE 1986, S. 148). Ihr zu folgen und nachzukommen war die Pflicht eines „guten“ Christen. Diese religiöse Definition ging mehr und mehr in den weltlichen Sinn und Sprachgebrauch über. Aber erst um 1900 ging der Ausdruck „Beruf“ vermehrt in den deutschen Sprachgebrauch über. Mit dem Aufkommen von Berufsberatungen und Berufsvermittlung sowie Berufsmedizin ging der Begriff in den Alltagssprachgebrauch über (vgl. MOLLE 1986, S. 149). Damit ist das Privatleben klar vom Leben im Beruf und der beruflichen Tätigkeit abgegrenzt. Die Unterschiede zwischen dem Ausüben einer privaten und beruflichen Tätigkeit bestehen in ihrer Struktur und

Professionalität. So wird auch heute noch zwischen einer Freiwilligen Feuerwehr und einer Berufsfeuerwehr unterschieden, und die letztere wird dann eingesetzt, wenn nur mit vorhandener Professionalität, Aufgaben schnell und präzise erledigt werden können oder müssen. Bis heute entwickelten sich über 600 Doppelsubstantive aus dem Grundwort „Beruf“ heraus (Traumberuf, Männerberuf, Kernberuf ...) (vgl. MOLLE 1986, S. 150). Im heutigen Sprachgebrauch wandelte der Begriff „Beruf“ sich zu „eine[r] auf die Bezeichnung von Ausbildungsberufen gerichtete[n] institutionelle[n] Bedeutungsdimension“ (HARNEY 1999, S. 52). Eine klare Abgrenzung besteht zum Begriff des „Jobs“, der eine oft befristete, ungelernete Tätigkeit darstellt, mit der der Lebensunterhalt bestritten wird. Der Berufsbegriff ist tätigkeits- und nicht personenbezogen. Er zeichnet sich durch ein Bündel von Tätigkeiten aus, und wird durch zwei zentrale Dimensionen konstituiert: Berufsfachlichkeit und Anforderungsniveau (vgl. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2010, S. 7ff.). Ausbildungsberufe unterliegen sowohl rechtlichen als auch strukturellen Vorgaben. Die rechtlichen Vorgaben der ca. 325<sup>3</sup> anerkannten Ausbildungsberufe in Deutschland werden in Paragraph 4 des Berufsbildungsgesetzes (BBIG 2021) „Anerkennung von Ausbildungsberufen“ geregelt:

„§ 4 Anerkennung von Ausbildungsberufen

(1) Als Grundlage für eine geordnete und einheitliche Berufsausbildung kann das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie oder das sonst zuständige Fachministerium im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung durch Rechtsverordnung, die nicht der Zustimmung des Bundesrates bedarf, Ausbildungsberufe staatlich anerkennen und hierfür Ausbildungsordnungen nach § 5 erlassen.

(2) Für einen anerkannten Ausbildungsberuf darf nur nach der Ausbildungsordnung ausgebildet werden.“

Weitere Ausführungen folgen in Paragraph 5:

„§ 5 Ausbildungsordnung

(1) Die Ausbildungsordnung hat festzulegen

1. die Bezeichnung des Ausbildungsberufes, der anerkannt wird,
2. die Ausbildungsdauer; sie soll nicht mehr als drei und nicht weniger als zwei Jahre betragen,
3. die beruflichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten, die mindestens Gegenstand der Berufsausbildung sind (Ausbildungsberufsbild),

---

<sup>3</sup> Die Zahl unterliegt durch verschiedene Anpassungsprozesse einem stetigen Wandel.

4. eine Anleitung zur sachlichen und zeitlichen Gliederung der Vermittlung der beruflichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Ausbildungsrahmenplan),
5. die Prüfungsanforderungen.“

Unter „strukturelle Vorgaben“ sind die Einteilungen nach Wirtschaftszweigen, nach Ausbildungsetappen und Ausbildungspartnern zu verstehen. Aus soziologischer Sicht ist das Erlernen eines Berufs ein wichtiger Schritt in der Identitätskonstruktion des Individuums.<sup>4</sup> Aus diesem Grund ist es wichtig, eine „richtige“ Berufswahl zu treffen, die nicht unmittelbar korrigiert werden muss, aber reversibel sein kann. Darauf wird im folgenden Kapitel näher eingegangen.

### 2.1.2 Berufswahltheorien

Der Prozess der Berufswahl wird von verschiedenen Theorien erklärt, die ihren Fokus auf unterschiedlichen Disziplinen auf das Thema richten. Die Soziologie, die Wirtschaftswissenschaften wie auch die Psychologie haben eigene Theorien entwickelt. Die hohe Anzahl der Theorien weist schon darauf hin, dass es keine allumfassende und allgemeingültige Erklärung über den komplexen Prozess der Berufswahl gibt. Es können mehrere Erklärungsmodelle gleichzeitig und nebeneinander als Mischform herangezogen werden, um das Verhalten der Jugendlichen zu ergründen. Im Folgenden werden jeweils zwei Theorien der einzelnen Fachdisziplinen vorgestellt.

#### 2.1.2.1 Psychologisch begründete Berufswahltheorien

Psychologisch begründete Berufswahltheorien gehen davon aus, dass eine Arbeitsmarktintegration nur vom Individuum abhängt und von ihm gesteuert wird. Die äußeren Einflüsse spielen hier eine untergeordnete Rolle und werden als Störvariablen berücksichtigt, welche die psychologischen Faktoren einengen. Die Tiefenpsychologie betrachtet die Berufswahl als Bedürfnisbefriedigung, die unbewusst stattfindet (vgl. NOWAK 2002, S. 12). Roe verfolgt dabei den Need-Drive-Ansatz (vgl. ROE 1956). Als „need“ werden die Bedürfnisse bezeichnet, die ein Individuum hat und die dann in „drives“ umgewandelt werden. Aus den Bedürfnissen heraus erfolgt der Handlungsantrieb zur Berufswahl. Der Beruf ist die Befriedigung und die Berufswahl der Entscheidungsprozess zur Bedürfnisbefriedigung (vgl. FORßBOHM 2015, S. 7).

---

<sup>4</sup> Konkretere Ausführungen folgen im Kapitel 2.1.2.2.

Die Laufbahnentwicklungstheorie von Super, welche der Entwicklungspsychologie zugeordnet wird, bildet eine entscheidende Basis für viele weitere psychologische Theorien (vgl. KRACKE 2014, S. 17). Sein gesamtes Leben widmete Super, neben der Lehre an der Columbia University, der Laufbahnforschung. Er folgte der Annahme, dass ein Individuum alle Entwicklungsstufen nacheinander durchläuft. Er unterteilte die Lebensspanne des Menschen in fünf Laufbahnphasen ein, wobei die ersten beiden Phasen für die Berufswahl entscheidend sind (vgl. NOWAK 2002, S. 13f.). In der ersten Phase, der des „Wachstums“, von der Geburt bis zum 14. Lebensjahr manifestieren sich die ersten Berufswünsche, welche sich aus den familiären Eindrücken und dem sozialen Umfeld ergeben. Anschließend folgt die Phase der „Exploration“ vom 14. bis zum 25. Lebensjahr. In dieser Phase nutzen die Individuen die Möglichkeit, sich in Tätigkeiten auszuprobieren und letztlich eine Berufswahlentscheidung zu treffen. Jedoch muss diese Wahl nicht zwingend endgültig und fest sein. Es besteht die Möglichkeit, diese Entscheidung zu korrigieren und eine andere Wahl zu treffen. Mit dem Erreichen des Ausbildungsziels erfolgt der Übergang in die Phasen „Etablierung“ (25.–44. Lebensjahr), „Erhaltung“ (45.–65. Lebensjahr) und „Rückgang“ (65.+X Lebensjahre), die für die Berufswahl hier weniger von Interesse sind, aber nicht unerwähnt bleiben sollen. Nach Super nimmt jedes Individuum in den Lebensphasen verschiedene Rollen ein, wobei auch mehrere Rollen gleichzeitig gegeben sein können. Jedoch werden in den einzelnen Lebensphasen diese Rollen unterschiedlich stark ausgefüllt. So wird beispielsweise die Rolle des „Ernährers“ mit zunehmendem Alter konsequenter verfolgt und gelebt als beispielsweise in den ersten beiden Phasen der Entwicklung. Zentrale Elemente sind für Super die Entwicklung des Selbstkonzepts und des Berufskonzepts. Erst wenn beide Konzepte übereinstimmen, kommt es zu einer Berufswahlentscheidung. Die Jugendlichen lernen, sich im Berufswahlprozess zu orientieren, Hilfsmittel zu nutzen und entsprechend anzuwenden, sie entwickeln eigene Wertvorstellungen und Interessen. Der Laufbahnentwicklungstheorie von Super ist es zu verdanken, dass der Berufswahlprozess sowie der berufliche Entwicklungsprozess heute als ein lebenslanger Prozess anerkannt wird (vgl. SEIFERT 1977, S. 187). Eine weitere psychologische Berufswahltheorie ist das Berufsphasenmodell von Ginzberg. Dieses besagt, dass der individuelle Berufswahlprozess 10 Jahre andauert und wiederum in drei Phasen gegliedert ist. Phase eins beginnt im siebten Lebensjahr und dauert circa fünf Jahre bis zum 11. Lebensjahr. In dieser Phase werden die eigenen Fähigkeiten eingeschätzt und Berufswünsche konkretisiert, ohne die eigenen Fähigkeiten zu berücksichtigen. In der zweiten Phase, vom 11.–17. Lebensjahr, bilden sich berufliche Vorstellungen bei den Jugendlichen heraus. Interessen, Fähigkeiten und

Wertvorstellungen beeinflussen die Berufswahl und werden praktisch angewandt. In der dritten Phase, um das 17. Lebensjahr herum, erfolgt die eigentliche Berufswahl, welche einen Kompromiss aus Wünschen und Möglichkeiten darstellt (vgl. SEIFERT 1977, S. 181; BUßHOFF 1984, S. 13).

#### *2.1.2.2 Soziologisch begründete Berufswahltheorien*

Bei der soziologisch fundierten Betrachtung auf die Berufswahl werden die äußeren Einflüsse einbezogen. Die Soziologen sehen eine große Abhängigkeit von kulturellen und sozialen Bedingungen und Personen wie Freundeskreis, Familie und Mitschülerinnen und Mitschülern. Alle soziologisch fundierten Berufswahltheorien haben folgende Gemeinsamkeiten:

- Die Berufswahl wird als lebenslanger Prozess verstanden.
- Bei der Prozessbeschreibung werden unterschiedliche sozial determinierte Phasen angenommen.
- Im laufenden Berufswahlprozess werden die beruflichen Alternativen fortwährend konzentriert.
- Der Berufsfindungsprozess wird beeinflusst von sozialen und sozialökonomischen Faktoren und begleitet von sozialen Lernprozessen (vgl. SEIFERT 1977, S. 249).

Das Konzept des Milieueinflusses von Beck, Brater und Wegner ist eine der verbreitetsten soziologischen Berufswahltheorien. Diese Theorie wurde am Rande einer Untersuchung mit Personen mit Hauptschulabschluss, die auf der Suche nach einem Berufsausbildungsplatz waren, erstellt. Zunächst gingen die Autoren von einer subjektorientierten Berufswahl aus, was aber zu dem frühen Zeitpunkt der Berufswahl schwer vorstellbar war, da die Persönlichkeiten der Jugendlichen noch nicht voll ausgereift sein konnten. Beck, Brater und Wegner schlussfolgern, dass der Berufswahlprozess wenig „Ich-gesteuert“ sei und stark vom Einfluss der Freundeskreise und Familie abhängt. Andere Bezugspersonen haben deutlich weniger Einfluss auf die Jugendlichen (vgl. BECK/BRATER/WEGENER 1979, S. 13). Auch stellten sie fest, dass einzelne Berufe von vornherein ausgeschlossen sein können, weil sie fernab der milieutypischen Berufserfahrungen liegen oder nur mit einem erheblichen Aufwand erreicht werden können (ebd. S. 28f.). Milieutypische Berufe können leicht mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen erlangt werden. Äußere Einflüsse wie die Berufsberatung oder schulische Berufsorientierung können die milieutypische Berufswahl beeinflussen, sind aber mit deutlich höheren subjektiven Kosten verbunden. Jedoch ist der Milieueinfluss der Person deutlich öfter und zeitiger gegenübergestellt als andere flankierende

Maßnahmen. Bolder griff die Milieubeeinflussung auf und versuchte ein theoretisches Modell zu integrieren, um der Komplexität gerecht zu werden (vgl. BOLDER 1978 nach vgl. NOWAK 2002, S. 26f). Bei seiner Forschungsarbeit kommt Bolder zu folgenden Ergebnissen:

- Je stärker die einzelne vor die Entscheidung gestellte Familie in einem arbeitertypischen Bildungs- und Stellungsmilieu verhaftet ist, desto unwahrscheinlicher wird die Wahl einer weiterführenden Schule, die als sinnvoll zu erleben einer anderen Erfahrungswelt vorbehalten bleibt.
- Je stärker man sich aber dieser anderen Erfahrungswelt genähert hat, desto eher gerät abweichendes Bildungsverhalten in den eigenen Horizont, desto eher wird es gewagt (vgl. BOLDER 1978 nach NOWAK 2002, S. 27).

### *2.1.2.3 Ökonomisch begründete Berufswahltheorien*

Eine klassische und alleinstehende ökonomische Berufswahltheorie besteht nicht. Die meisten Theorien mit ökonomischem Blickwinkel beinhalten immer auch einen soziologischen oder psychologischen Teilaspekt. Die Theorie des „Humankapitals“ und die Theorie der „Kompensierenden Lohndifferenziale“ sind zwei Theorien mit starker wirtschaftlicher Fokussierung. Die Theorie des Humankapitals wurde erstmals 1961 von Schultz entwickelt. Diese bezeichnet die Investition in Bildung als eine Zukunftsinvestition. Schulz definiert den Begriff Humankapital als „the sum of all the acquired, useful capabilities of people, whatever their sources“ (SCHULTZ 1962 nach HOFMANN 2001, S. 9).

Mit den vorhandenen individuellen Ressourcen soll möglichst viel finanzieller Gewinn erzielt werden. Die Berufswahl wird von der erwarteten zukünftigen Gewinnerzielung beeinflusst. Wirtschaftlicher Erfolg ist abhängig von der Kontinuität und der Dauer einer Berufsausübung, von der Steigerung der Entgeltraten mit zunehmender Arbeitsmarkterfahrung, von der Annahme, dass Entgelt ein Indikator für Qualität ist, und von der Entlohnung entsprechend des Beitrages zur Produktion (vgl. HOTCHKISS/BOROW 1994, S. 292 nach FORßBOHM 2015, S. 7).

Eine weitere Möglichkeit, die Berufswahl aus ökonomischer Perspektive zu betrachten, ist die Theorie der kompensierenden Lohndifferenziale.

„Ihr folgend verzichten Individuen bewusst auf Entlohnung, um individuell spezifische Arbeitsbedingungen schaffen zu können. So ist beispielsweise Familie und Erwerbstätigkeit vereinbar, wenn Teilzeitarbeit möglich ist und zusätzliche

Sozialleistungen angeboten werden. Berufswahl wird zu einer bewussten, die persönliche Entwicklung und Entwicklungsabsichten berücksichtigenden Entscheidung in der beruflichen Laufbahn“ (FORßBOHM 2015, S. 7).

#### *2.1.2.4 Zusammenfassung der Berufswahltheorien*

Eine einzelne Berufswahltheorie kann den komplexen Prozess der Berufswahl von Jugendlichen nicht erklären. Es bedarf mehrerer verschiedener Theorien, da die Wahl eines Ausbildungsberufes auch sehr von der Persönlichkeit und dem Umfeld des Jugendlichen abhängig sein kann. Die Erkenntnisse aus den unterschiedlichen Berufswahltheorien finden besonders bei der Erstellung des Fragebogens Berücksichtigung. Die bevorstehende Forschungsarbeit muss die psychologische, soziologische und ökonomische Berufswahltheorie beachten, um der Komplexität der Berufswahl gerecht zu werden.

#### *2.1.3 Die Berufswahlentscheidung*

Der Übergang von der schulischen Ausbildung in die berufliche Erstausbildung wird in der Literatur als „erste Schwelle“ des Arbeitslebens bezeichnet (vgl. PORSCHE 2015; EULENBERGER 2013; BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2006). Diese stellt für die Jugendlichen eine besondere und zumeist die erste größere Herausforderung im Leben dar. Doch bevor Jugendliche diese Schwelle übertreten, müssen sie sich für einen Ausbildungsberuf entscheiden, was ebenso schwierig sein kann wie der Übertritt selbst. Dieses Auswählen eines Berufes wird als „Berufswahlentscheidung“ bezeichnet. In einer Studie von Hentrich mit dem Titel „Einflussfaktoren der Berufswahlentscheidung Jugendlicher an der ersten Schwelle. Eine theoretische und empirische Untersuchung“ wurde sehr umfassend und ausführlich auf die historische Entwicklung der Berufswahl eingegangen, sodass ich an dieser Stelle darauf verweise und nicht weiter drauf eingehen möchte (vgl. HENTRICH 2011). Sie stellt fest: „Stärker als endogene Faktoren, wirken exogene Einflüsse auf die Berufswahl“ (HENTRICH 2011, S. 14). Mit diesem äußeren Einfluss haben sich auch andere Autoren und Autorinnen bereits ausgiebig beschäftigt (vgl. BEINKE 2006, vgl. NEUENSCHWANDER 2008). Dabei erläutern sie den Einfluss von Medien, Schule, Eltern, Freundeskreis, Familie, Lehrkräften, Bundesagentur für Arbeit und die verschiedenen Berufsorientierungsmaßnahmen auf die Berufswahlentscheidung. Die Ergebnisse sind nicht auf bestimmte Berufsgruppen fokussiert, sondern über diese hinweg gesammelt, kommen aber abschließend zu ähnlichen Ergebnissen, die hier kurz zusammenfassend dargestellt werden sollen.

- Die Eltern und der Freundeskreis geben meist eine emotionale Beratung aus der Lebenserfahrung heraus.
- Das Betriebspraktikum kann eine sehr gute Orientierung bieten, was aber vom Betriebsinteresse, der Motivation des Praktikanten bzw. der Praktikantin und dem Einbinden in den Betriebsablauf während des Praktikums abhängt.
- Der Einfluss der Lehrkräfte ist sehr subjektiv zu beurteilen. Hierbei spielen die Fachqualifikation, die Weiterbildungsmöglichkeiten und die Weiterbildungsinitiative der Lehrkräfte eine Rolle.
- Der Berufsberatung wird ein sehr rationeller Blick auf die Beratung bescheinigt. Jedoch ist die Beratungstätigkeit durch zeitliche Vorgaben beschränkt sowie von der langfristigen Planung eines Einsatzes abhängig.
- Mithilfe von Printmedien kann eine erste Berufsorientierung erfolgen, die aber eine weitere Bearbeitung und Informationsgabe anderer Teilnehmenden bedingt.
- Das Berufsinformationszentrum ist das am häufigsten genutzten Instrument, welches hinsichtlich seiner Wirksamkeit im Berufswahlprozess aber bislang nur sehr wenig erforscht ist. Der Beratungserfolg hängt vermutlich stark mit der Nutzungsmotivation der Jugendlichen zusammen.

Ob diese Aussagen sich auch auf die bautechnischen Berufe übertragen lassen, soll in der vorliegenden Arbeit erforscht werden. Bis zur individuellen Berufswahl, beispielsweise in den vorgelagerten Schulen der Sekundarstufe I (SEK I), erfahren alle Schüler und Schülerinnen eine ähnliche Berufsorientierung.

#### 2.1.4 Die Berufsorientierung in der Sekundarstufe I

Bevor die Jugendlichen den Übergang in eine Berufsausbildung bestreiten, wird ihnen eine große Anzahl von Berufsorientierungsmaßnahmen in der SEK I vonseiten der Schule und anderen Trägern angeboten. Die Betrachtung der Berufsorientierungsmaßnahmen soll sich in dieser Arbeit auf die SEK I, also die schulische Berufsorientierung, beschränken.

Der überwiegende Teil der potenziellen Auszubildenden, welche in die Baubranche eintreten, weisen einen Abschluss in der SEK I auf, wie im späteren Teil dieser Arbeit noch gezeigt wird.

Beide Bundesländer des Erhebungsgebietes (Berlin und Brandenburg) unterrichten seit dem Schuljahr 2017/2018 nach einem gemeinsamen Rahmenlehrplan (RLP) im Unterrichtsfach

Wirtschaft-Arbeit-Technik (WAT) in der SEK I (SenBJF 2015a-c). Dieser RLP ist in drei Abschnitte gegliedert, wie in der Tabelle 1 ersichtlich ist.

Teil A	„Der Teil A gibt einen informierenden Überblick über die konzeptionellen Grundsätze des RLP, die fachübergreifenden Bildungs- und Erziehungsaufgaben, Grundsätze für das Lernen und den Unterricht sowie die Leistungsfeststellung und -bewertung.“
Teil B	„Der Teil B beschreibt wesentliche Bereiche der überfachlichen Kompetenzentwicklung mit Schwerpunkten auf der Sprach- und Medienbildung. Damit unterstützt der RLP das vernetzte Lernen der Schülerinnen und Schüler über die fachspezifischen Grenzen hinaus und gewährleistet einen anschlussfähigen und nachhaltigen Kompetenzerwerb.“
Teil C	„Die Teile C für die einzelnen Unterrichtsfächer stellen für das jeweilige Fach die anzustrebenden Kompetenzen sowie verbindliche und wahlobligatorische Themen und Inhalte dar.“

Tabelle 1: Ausschnitt aus dem Rahmenlehrplan WAT (Landesinstitut für Schule und Medien 2021)

Bereits im Teil A wird die Berufs- und Studienorientierung als ein wichtiger Grundsatz benannt. Konkret heißt es: „Auf die persönliche Zukunft bereitet Schule insbesondere vor, indem sie Lernende in Kontakt mit der Berufswelt bringt und Fähigkeiten fördert, die für eine berufliche Ausbildung bzw. ein späteres Studium von Bedeutung sind“ (SenBJF 2015a, S. 5). Der Teil B unterstreicht die Mediennutzung als wichtigen Bestandteil der Berufsorientierung: „Sie ist unverzichtbarer Bestandteil der Berufsorientierung, essenzielle Voraussetzung für Ausbildungs- und Studierfähigkeit und Grundlage lebenslangen Lernens in einer demokratischen Gesellschaft“ (SenBJF 2015b, S. 13).

Aber auch als Teil der fächerübergreifenden Kompetenz wird die Berufs- und Studienorientierung erwähnt und ihr werden konkrete Ziele zugeschrieben: „Ziel der Berufs- und Studienorientierung ist es, die Selbstwahrnehmung und Entscheidungsfähigkeit der Schülerinnen und Schüler zu stärken, damit sie aus den zur Verfügung stehenden Alternativen für die Berufs- bzw. Studienwahl diejenigen auswählen, die ihnen aufgrund ihrer Leistungsfähigkeit, ihrer Persönlichkeit und ihren Lebenssituationen die bestmöglichen Chancen bieten“ (SenBJF 2015b, S. 24). Gleichzeitig gibt der Teil B Hinweise, in welchen Unterrichtsfächern der Berufs- und Studienorientierung eine besondere Bedeutung zukommt. Hierbei wird das Unterrichtsfach WAT erwähnt, zuzüglich der Berufsorientierungsprojekte

im Rahmen des Dualen Lernens (Berlin) und des Praxislernens (Brandenburg) (vgl. SenBJF 2015b, S. 24).

Im Teil C erfolgt die Konkretisierung des Unterrichtsfachs in Bezug auf Kompetenzentwicklung, Kompetenzen und Standards sowie auf die Inhalte und Themen im Unterricht. Die nachfolgende Tabelle 2 zeigt die verpflichtenden Themenfelder der Doppeljahrgangsstufen:

<b>Doppeljahrgangsstufe<sup>5</sup> 5/6 (Brandenburg)</b>	<b>Doppeljahrgangsstufe 7/8 (Berlin und Brandenburg)</b>	<b>Doppeljahrgangsstufe 9/10 (Berlin und Brandenburg)</b>
P 1: Gesundheitsförderliche Ernährungsweise	P 5: Ernährung, Gesundheit und Konsum	P 9: Ernährung und Konsum aus regionaler und globaler Sicht
P 2: Wirtschaften im privaten Haushalt	P 6: Markt, Wirtschaftskreisläufe und politische Rahmenbedingungen	P 10: Unternehmerisches Handeln
P 3: Interessen, Fähigkeiten, Traumberufe: Einstimmen auf die berufliche Welt	P 7: Berufs- und Lebenswegplanung: Einstimmen und Erkunden	P 11: Berufs- und Lebenswegplanung: Erkunden, Entscheiden und Realisieren/Betriebspraktikum
P 4: Entwicklung, Planung, Fertigung und Bewertung einteiliger Produkte	P 8: Entwicklung, Planung, Fertigung und Bewertung mehrteiliger Produkte	P 12: Gestaltung komplexer Projekte/Bewertung technischer Innovationen

Tabelle 2: Pflichtthemen im Unterrichtsfach WAT (vgl. SenBJF 2015c, S. 28).

Hier wird ein Unterschied deutlich, dessen Folgen bisher wenig wissenschaftlich erforscht sind. In Brandenburg beginnt der Unterricht im Fach WAT in der Jahrgangsstufe fünf. In Berlin wird das Unterrichtsfach hingegen erst ab der Jahrgangsstufe sieben angeboten. Jedoch ist der RLP, welcher für das Unterrichtsfach 53 Seiten umfasst, mit dem Hinweis versehen: „Um die verbindlichen Inhalte in der Doppeljahrgangsstufe 7/8 zu verwirklichen, kann dort, wo der Unterricht in Jahrgangsstufe sieben einsetzt, auf Inhalte der Doppeljahrgangsstufe 5/6

<sup>5</sup> Die Einteilung in Doppeljahrgangsstufen erlaubt den Lehrkräften eine größere Flexibilität bei der Unterrichtsgestaltung und eine konkrete Anknüpfung an Themenfelder im darauffolgenden Schuljahr.

zurückgegriffen werden“ (SenBJF 2015c, S. 28). In Bezug auf die Berufs- und Studienorientierung entfällt unter anderen in Berlin das Thema P 3 „Interessen, Fähigkeiten, Traumberufe: Einstimmen auf die berufliche Welt“, wenn es nicht von der Lehrkraft als notwendig erachtet wird und diese es in die Jahrgangsstufe 7/8 auf Kosten des zeitlichen Umfangs anderer Themenfelder in den Unterricht einbindet. Diese Entscheidung unterliegt der schulischen Planung und der subjektiven Einstellung.

Zusätzlich zu den verpflichtenden Themenfeldern bestehen weitere Wahlpflichtbereiche, aus denen die WAT-Lehrkraft angehalten ist, weitere vier in seinen Unterricht einzubinden (vgl. (SenBJF 2015c S. 29):

WP 1: Entwickeln und Herstellen von Produkten für Kunden/Entwickeln und Anbieten von Dienstleistungen

WP 2: Kleidung und Mode/Textilverarbeitung

WP 3: Lebensmittelverarbeitung

WP 4: Entwickeln, Herstellen und Bewerten elektronischer Schaltungen/Elektrotechnik

WP 5: Manuelle Fertigung und computergesteuerte Fertigung/Automatisierung (CAD, CAM)

WP 6: Bauen und Wohnen

WP 7: Mobilität und Energieversorgung

WP 8: Schulumfeld-Gestaltung

- Schülerfirma
- Berufsfeldorientierter Unterricht<sup>6</sup>

Bei näherer Betrachtung fällt auf, dass hierbei verschiedene Berufsfelder aufgelistet sind, die von den Lehrkräften vertieft behandelt werden können. Außerdem kann anstelle der vier Wahlpflichtthemen das Gründen einer Schülerfirma und/oder der berufsfeldorientierte Unterricht gewählt werden, wozu es keine Verpflichtung gibt.

In der Anlage 1 zur „Verordnung<sup>7</sup> über die Schularten und Bildungsgänge der Sekundarstufe I in Berlin vom 31. März 2010 (SEK I-VO)“ in der Fassung vom 20. September 2019 sind die Verteilungen der einzelnen Unterrichtsstunden für jedes Halbjahr festgehalten. Darin ist

---

<sup>6</sup> „Die Themenfelder Schülerfirma und Berufsfeldorientierter Unterricht können als besondere Form des Wahlpflichtunterrichts W-A-T im Land Brandenburg absolviert werden. Im Land Berlin werden Schülerfirmen thematisch an ein Themenfeld des Wahlpflichtbereiches gekoppelt“ (SenBJF 2015c, S. 29).

<sup>7</sup> „Diese Verordnung regelt das Nähere zur Ausgestaltung der Schularten Integrierte Sekundarschule, Gemeinschaftsschule und Gymnasium in den Jahrgangsstufen 7 bis 10 (Sekundarstufe I).“ (§1 Abs. 1 Satz 1 SEK I-VO)

ersichtlich, dass in Berlin das Unterrichtsfach WAT mit jeweils zwei Unterrichtsstunden pro Schulwoche von der 7. bis zur 10. Klasse angeboten wird. Jedoch kann diese Unterrichtspflicht in der 9. und 10. Klasse gemindert werden, wenn andere Unterrichtsfächer eine Verstärkung bedingen.<sup>8</sup> Im Land Brandenburg werden laut SEK I-VO vom 2. August 2007 in der Fassung vom 17. Juli 2018 in den Schuljahren 7 und 8 jeweils eine Wochenstunde und in den Schuljahren 9 und 10 jeweils zwei Wochenstunden WAT Unterricht angeboten, zuzüglich der einen Wochenstunde in der 5. und 6. Jahrgangsstufe, die in Anlage eins zur „Verordnung über den Bildungsgang der Grundschule“ vom 2. August 2007 in der Fassung vom 25. Juli 2018 verankert ist.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Schüler und Schülerinnen in Brandenburg und Berlin die gleiche Anzahl WAT-Unterricht bis zum Abschluss der 10. Klasse angeboten bekommen. Bei einer durchschnittlichen Schuljahresdauer von 38 Wochen<sup>9</sup> summiert sich die Zahl auf 304 Unterrichtsstunden. Diese Zahl kann jedoch in Berlin gemindert werden, wenn andere Unterrichtsfächer einen Nachholbedarf anzeigen und dieser zulasten des WAT-Unterrichts gegeben wird. Berlin beginnt mit der Berufsorientierung ab der 7. Klasse, in der die Schüler meist kurz vor dem 14. Lebensjahr stehen, welches nach Super ein entscheidendes Alter bei der Berufsorientierung ist.

Der Landkreis Dahme Spreewald im Bundesland Brandenburg hat in einer Broschüre „Faktencheck – Übergang von der Schule in den Beruf“ eine vollständige und sehr übersichtliche Zusammenfassung aller Berufsorientierungsmaßnahmen erstellt, welche Schüler und Schülerinnen im genannten Landkreis durchlaufen können oder müssen. Neben den Pflichtmaßnahmen werden auch freiwillige Maßnahmen angeboten (Abbildung 1). Gesetzlich verankert sind die Berufsorientierungsmaßnahmen für Brandenburg in der „Verwaltungsvorschriften zur Umsetzung der Berufs- und Studienorientierung an Schulen des Landes Brandenburg (VV Berufs- und Studienorientierung – VV BStO)“ und für Berlin im „Landeskonzept Berufs- und Studienorientierung Berlin“ (SenBJF 2016).

---

<sup>8</sup> „In den Jahrgangsstufen 9 und 10 können diese Stunden als Profilstunden auch zur Verstärkung anderer Unterrichtsfächer oder zusätzlicher Wahlpflichtangebote insbesondere für Lerngruppen mit besonderen Profilen oder zur Vorbereitung auf die zweijährige gymnasiale Oberstufe verwendet werden“ (Anlage 1 zur SEK I-VO“)

<sup>9</sup> Dieser Zahl ist eine vereinfachte Rechnung vorausgegangen, in der von der Gesamtwochenanzahl die Ferienwochen subtrahiert sind.

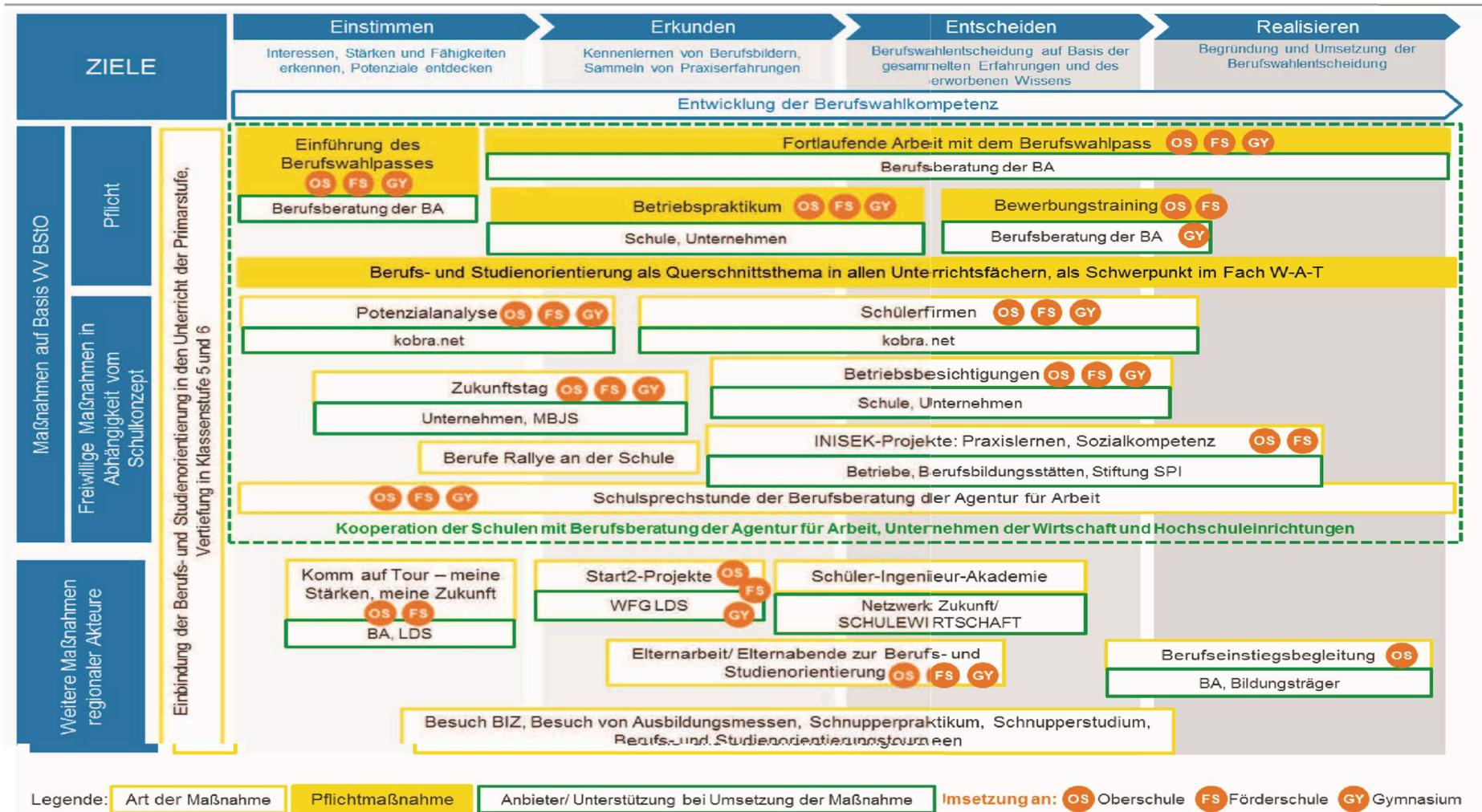


Abbildung 1: Übersicht der Angebote und Instrumente der Berufsorientierung (Quelle: Landkreis Dahme-Spreewald 2018, S. 38)

Es ist von den jeweiligen Schulen und den regionalen Strukturen abhängig, welche Zusatzmaßnahmen in welchem Umfang zu den Pflichtmaßnahmen der Schülerschaft angeboten werden. Es kann aber angenommen werden, dass Schüler und Schülerinnen in städtischen Gebieten durch strukturelle Vorteile einen besseren Zugang zu zusätzlichen Maßnahmen und somit zu einer besseren Berufsorientierung haben.

#### 2.1.5 Zusammenfassung

Sich für eine Tätigkeit berufen zu fühlen und diese ein Leben lang auszuführen, wäre ein Idealzustand und würde Berufsorientierung zum Großteil überflüssig machen. Jedoch sieht es in einer dynamischen Welt anders aus. Für Jugendliche ist mit der Berufswahl und dem Übergang an der ersten Schwelle ein entscheidender Schritt zu meistern, den sie oft nicht alleine bewältigen können. Unterstützung bekommen die Jugendlichen unter anderem von der Schule mithilfe unterschiedlicher Berufsorientierungsmaßnahmen. In Brandenburg wird schon in der Primarstufe ab Klasse vier für die Berufswelt sensibilisiert, in Berlin ab dem siebten Schuljahr. Der Erfolg und die Reichweite sind sehr von der Lehrkraft abhängig, deren Lehrplan ihr dafür große Freiheit gibt. Eine explizite Nennung von Handwerk oder Bauberufen ist in den Rahmenlehrplänen nicht zu finden.

## 2.2 Die Merkmale einer bauberuflichen Tätigkeit

### 2.2.1 Die Besonderheit der Bauberufe

Die Berufe in der Bautechnik können nach verschiedenen Kriterien unterteilt werden. So finden sich Begriffe wie Bauhauptberufe, Baunebenberufe, Berufe des Hochbaus, Berufe des Ausbaus und Berufe des Tiefbaus in der Literatur wieder. Diese Einteilungen werden meist zu statistischen Zwecken geführt und haben hier keine inhaltliche Relevanz. Insgesamt werden 63 Berufe in der Bautechnik bei der Arbeitsagentur geführt (vgl. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2020b, S. 14ff.).

Die Berufsausbildung und die Arbeit in den meisten bautechnischen Berufen unterscheiden sich erheblich von denen anderer Branchen (vgl. Meyser 2010, S. 55). Im Folgenden sollen die Unterscheidungen erläutert werden, welche die Auszubildenden der Bauberufe und die am Bau arbeitenden Personen direkt betreffen. Auf die wirtschaftlichen, rechtlichen und steuerrechtlichen Eigenheiten der Baubranche und -betriebe, wie beispielsweise die Vergabe- und Vertragsverordnung für Bauleistungen, wird nicht näher eingegangen.

Die Produktion in der Bauwirtschaft findet selten an einem festen Standort statt, sondern ist ortsungebunden mit ständig wechselnden Baustellen. Das gesamte Personal, Werkzeuge und Materialien ändern mit jedem neuen Projekt den Einsatzort und müssen neu koordiniert werden. Die Produktion findet an dem Verwendungsstandort statt, im Gegensatz zu einer Betriebshallenfertigung, die stets am gleichen Standort erfolgt. Der wechselnde Standort beeinflusst gleichzeitig den Fertigungsprozess auf den Baustellen. Unterschiedliche klimatische, geologische und topografische Gegebenheiten stehen einer Massenfertigung im Weg. Jedes Bauwerk stellt die Unternehmen und Produktionsbeteiligten vor andere Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt. Sehr selten gleichen sich die Bauwerke vollständig. Es handelt sich um Einzelfertigungen oder Sonderanfertigungen, die den individuellen Wünschen der Bauherren unterliegen (vgl. BWI-BAU 2013, S. 17f.).

Ein weiterer Unterschied zu anderen Wirtschaftszweigen ist der hohe Grad an menschlicher Arbeitskraft bei der Fertigung. Es lassen sich, auch begründet durch den ständigen Wechsel des Ortes, nur wenige Bereiche auf der Baustelle maschinell derartig unterstützen, dass die menschliche Arbeitskraft komplett ersetzt werden kann. Aus diesem Grund ist „Manpower“ beim aktuellen Stand der Technik unersetzlich. Dieser personelle Arbeitseinsatz stellt eine besondere Herausforderung in der Baubranche dar. Neben dem drohenden Fachkräftemangel, der den Arbeitsprozess deutlich verlangsamen kann, ist die witterungsbedingte Abhängigkeit eine weitere Besonderheit der Baustellenarbeit. So fehlt beispielsweise im Winter oft die Planungssicherheit für die Beschäftigten, die bei zu niedrigen Temperaturen einige Baustoffe nicht verarbeiten können.<sup>10</sup> Diese saisonale Beschäftigungsveränderung müssen Bauunternehmen und am Bau Arbeitende ausgleichen. Oft geschieht dies mit dem Aufbau von Stundenkonten, welche über die Sommermonate ein deutliches Plus an Überstunden erwirtschaften und die dann in Monaten mit geringen Arbeitsmöglichkeiten abgebaut werden können. Doch gerade die Sommermonate werden wegen des schönen Wetters und der Sommerferien für Schulkinder gerne als lange Urlaubszeit genutzt, was auf der Baustelle nur schwer möglich ist. Eine weitere Eigenheit der Baustellenarbeit ist die hohe körperliche Belastung. Viele der verwendeten und verbauten Materialien erzeugen bei der Bearbeitung unerwünschte Emissionen. So entstehen beispielsweise bei Maurerarbeiten trockener oder feuchter Feinstaub und bei der Holzbearbeitung Holzspäne. Deren Anhaftungen an Kleidung und Körper sind unvermeidlich, wodurch diese Berufe in der Öffentlichkeit als schmutzig wahrgenommen werden. Weitere körperliche Belastungen entstehen beim Bewegen von

---

<sup>10</sup> Fassadenputze und unterschiedliche Mörtelarten dürfen bei Temperaturen unter 0 °C nicht verarbeitet werden.

schweren Lasten, wie beispielsweise Baumaterialien, und beim Einsatz großer Maschinen, die oft große Muskelkraft voraussetzen.

Zusammenfassend unterscheiden sich die Anforderungen an die Bau-Auszubildenden im Gegensatz zu Anforderungen an andere Auszubildende erheblich. Die Auszubildenden der Bautechnik sind öfter dem Wetter ausgesetzt, müssen weniger saubere Tätigkeiten mit viel „Manpower“ bewältigen, arbeiten sehr selten einen langen Zeitraum an einem festen Ort und die saisonalen Arbeitsbedingen und Beschäftigungszeiten können ebenfalls schwanken. Doch wie denken die Jugendlichen über die Arbeit auf den Baustellen und warum entscheiden sich Jugendliche für eine Ausbildung mit diesen vermeintlich schlechten Berufseigenschaften? Im Folgenden wird auf das Berufsimago näher eingegangen.

### 2.2.2 Das Image der Bauberufe

Bevor der Fokus auf das Image der Bauberufe gelegt wird, erfolgte eine Begriffsabgrenzung zwischen Vorurteil, Stereotype und Image<sup>11</sup>. Oft werden diese Begriffe synonym benutzt, werden aber in der Wissenschaft klar voneinander abgegrenzt (vgl. THIELE 2015, S. 28). Eine mögliche Definition des Begriffes Stereotype<sup>12</sup> ist: „Generalisierung über eine Gruppe von Menschen, bei der man praktisch allen Mitgliedern der Gruppe identische Eigenschaften zuschreibt, ohne Beachtung gegebener Variationen unter den Mitgliedern“ (ARONSON et al. 2004, S. 486). Beim Stereotypisieren erfolgt eine Abstraktion der vielfältigen Wirklichkeit zur eigenen kognitiven Verarbeitung. Die Wirklichkeit kann sich dabei auf Menschen oder Objekte beziehen. Individuelle Besonderheiten werden nicht einbezogen, was zu Fehleinschätzungen führen kann. Die Abstraktion entsteht aus Beobachtung, welche ohne eine Wertung stattfindet (vgl. ebd. 2004, S. 485).

„Vorurteile sind negative oder ablehnende Einstellungen einem Menschen oder einer Menschengruppe gegenüber, wobei dieser Gruppe infolge stereotyper Vorstellungen bestimmte Eigenschaften von vornherein zugeschrieben werden, die sich aufgrund von Starrheit und gefühlsmäßiger Ladung selbst bei widersprechender Erfahrung schwer korrigieren lassen“ (DAVIS 1964, S. 53 nach OSTERMANN/NICKLAS 1982, S. 15f.).

---

<sup>11</sup> Der Begriff „Image“ ist aus dem englischen Sprachgebrauch übernommen: das „Bild“ oder das „innere Bild“.

<sup>12</sup> Der Begriff bezeichnete im 18. Jahrhundert ein Buchdruckverfahren und wurde erst 1922 in die Sozialwissenschaft überführt.

Schon der Wortlaut „Vor-Urteil“ besagt, dass eine Meinungsbildung stattfand, bevor eine direkte Erfahrung gemacht wurde. Es ist davon auszugehen, dass Vorurteile meist unwahr sind und „mit der Wirklichkeit nichts mehr gemein haben, ja sie verdrehen müssen“ (KLEINSTEUBER 1991, S. 65). Es handelt sich um ein negatives Merkmal, welches einer ganzen Gruppe zugeschrieben wird, ohne sie neutral beobachtet zu haben. Es hat die Funktion, das eigene soziale Selbstwertgefühl zu stabilisieren, die komplexe Wirklichkeit erklärbar zu machen und wird als Abwehrmechanismus gegen Angst und Unsicherheit genutzt (vgl. NAFROTH 2002, S. 24f.). Image kann „alle Vorstellungen, Einstellungen, Emotionen (Vorurteile), die ein oder mehrere Individuen in Bezug auf irgendeinen Gegenstand entwickelt haben“, beinhalten (REINHOLD 2000, S. 283). Reinhold beschreibt in der Definition die Inhalte von Images und betont dabei die subjektive Besonderheit und die große Verallgemeinerung eines Images. Image ist „das geistige Bild von einer Personengruppe, das durch die Rezeption entsprechender Medien-Bilder entsteht“ (THIELE 2015, S. 40). Reportagen, Zeitungsartikel, Rundfunkbeiträge sind die Informationsträger, die dazu beitragen, ein Image zu entwickeln. Auch ein Image kann nur bedingt die Realität widerspiegeln. Die Reportagen, Zeitungsartikel und Rundfunkbeiträge zur Baubranche waren in den letzten Jahren mehrmals negativ. Fehlplanungen bei Großprojekten wie dem Berliner Flughafen, der Elbphilharmonie in Hamburg oder dem Bahnhof in Stuttgart bestimmten oft die Meldungen über die Baubranche in den Medien, was das Image beeinflusste. Auch in der Antike waren Bauberufe mit wenig Prestige besetzt. So verteidigte PLUTARCH (45–125 n. Chr.) seinen Dienst als Bauleiter mit folgenden Worten: „Ich tue das ja nicht für mich, sondern für meine Vaterstadt“ (KRÄMER 2014, S. 53). In dieser Aussage kann eine Rechtfertigung seines Berufes anderen Personen gegenüber abgelesen werden, die im Kern das negative Berufsimagen beinhalten. Im Folgenden soll der Frage nachgegangen werden, welchen Einfluss das Berufsimagen bei der Berufswahl hat und wie ein Berufsimagen besteht.

Ein Image

„ist die Summe aller Einstellungen einem Unternehmen oder Produkt gegenüber. Einstellungen sind gefühlsmäßige Haltungen. [...]. Da Image individuell verschieden ist, hat ein Produkt unter Umständen bei mehreren Personen unterschiedliche Images. Ein Unternehmen kann das Image seiner Produkte durch die Instrumente [...] beeinflussen.“ (HASCHE et al., 1994, S. 322).

Im vorliegenden Fall geht es vornehmlich um die Einstellung zu einem ganzen Berufszweig, nämlich um die Einstellung den bautechnischen Berufe gegenüber. Das oft in den Köpfen der

Jugendlichen verankerte Bild des schmutzigen, ungebildeten, schlecht bezahlten Bauarbeiters, der einfache und sehr schwere, stupide Arbeiten verrichtet und von früh bis spät auf der Baustelle arbeitet, ist ein überholtes Image. Die Realität sieht heute anders aus. Eingebunden in komplexe Arbeitsvorgänge mit computergestützten Mess- und Arbeitstechniken erschaffen gut ausgebildete und oft gut bezahlte Fachkräfte und Gesellen ein Produkt, welches beispielsweise den planerischen Vorgaben eines Architekturbüros, der Statikerin oder des Bauingenieurs entsprechen muss. Natürlich sind dabei Arbeitsvorgänge vonnöten, die schmutzig sind und einen hohen körperlichen Kraftaufwand benötigen. Aber diese dominieren seltener den Arbeitsalltag auf den Baustellen als angenommen.

Bei der Entscheidung für einen Beruf werden die eigenen Ziele den eigenen Fähigkeiten und Interessen den Vorstellungen von einem Beruf gegenübergestellt (vgl. TSCHÖPE/WITZIKI 2004, S. 36f.). Darüber hinaus zeigt die Berufswahl auch die soziale Identität im gesellschaftlichen Kontext.

„In der Wahrnehmung durch andere – der Fremdidifizierung des Einzelnen – werden Beruf und Person oft tendenziell in eins gesetzt, wird im Beruf ein Indikator dafür gesehen, wer die Person ist. Der Beruf wird dann zum Filter, durch den hindurch eine Person wahrgenommen, beurteilt und taxiert wird. An ihn schließen sich Identitätshypothesen, Stereotype und Images an. Auch unter diesem Aspekt bildet der Beruf einen wesentlichen ‚Kristallisationspunkt sozialer Identität‘, muss sich jede Selbstdefinition des Arbeitenden mit den darin enthaltenen Identitätszumutungen auseinandersetzen“ (GILDEMEISTER/ROBERT 1987, S. 73).

Damit ist für die Jugendlichen die Wahl eines Berufes oder einer Berufsgruppe ein Signal an ihr soziales Umfeld, an welcher Stelle sie sich selbst in der Gesellschaft sehen. Dazu benötigen die Jugendlichen vor der eigentlichen Berufswahl Vorstellungen darüber, was andere über den Beruf denken. Besteht die Gefahr, dass die „Fremdurteile“ negativ behaftet sind, wird dieser Beruf eher mit Skepsis gesehen. Der Verlust des eigenen sozialen Ansehens oder der Verlust der Anerkennung in der umgebenden sozialen Gruppe ist die Gefahr. Im eigentlichen Sinne ist das Berufsimagen ein individuelles „Objekt-Image“, welches im Langzeitgedächtnis gespeichert ist (vgl. HELLBERG 2005, S. 140). Im Laufe des Lebens werden einströmende Informationen unter dem Oberbegriff des Berufes abgespeichert. Diese Informationen können über die Medien (Internet, Fernsehen, Zeitung), Gespräche, Filme oder Erfahrungen gewonnen werden. Bei der Berufswahl werden diese Informationen abgerufen und mit den eigenen Interessen verglichen. Es besteht die Möglichkeit, dass die gespeicherten

Informationen nicht die Realität abbilden. Die Abbildung 2 verdeutlicht die Möglichkeiten, die bei der Entstehung eines Berufsimages entscheidend sind.

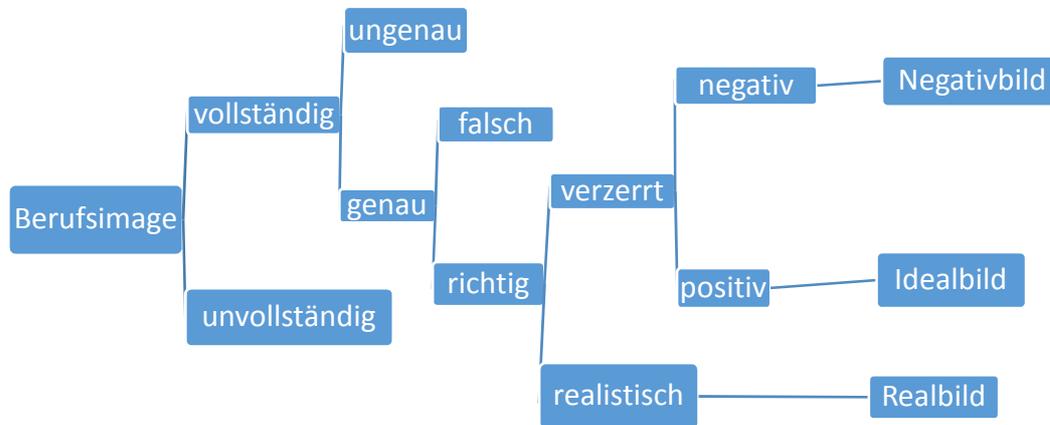


Abbildung 2: Die Entstehung eines Berufsimages (Quelle: vgl. HELLBERG 2005, S. 143)

Die Chance ein „Realbild“ eines Berufes über seine Lebensjahre zu erhalten, ist mit Blick auf die Grafik (Wahrscheinlichkeitsdiagramm) relativ gering. Zu groß ist die Gefahr ein unvollständiges Berufsbild, ein Negativbild oder Idealbild zu bekommen, mit weitreichenden Konsequenzen für die spätere Berufswahl. Auch ändern sich die eigene Wahrnehmung zu den einzelnen Berufen mit fortschreitendem Lebensalter und die damit verbundene Speicherung im Langzeitgedächtnis. Sind Informationen erst im Langzeitgedächtnis gespeichert, ist es sehr schwer, diese zu löschen oder zu korrigieren (vgl. MIETZEL 2017, S. 296ff.). Hellberg unterteilt das Berufsimago in fünf Unterkategorien (vgl. HELLBERG 2005, S. 144):

1. Anforderungen (u. a. techn.-, wiss.- und soziale Probleme)
2. Beanspruchung (u. a. Stressoren, psychische Belastung)
3. (Unternehmens-)Philosophie (u. a. ethische, moralische und soziale Grundzüge)
4. Möglichkeiten (u. a. Verdienst, Aufstieg, Selbstverwirklichung)
5. Leistungen (u. a. Arbeitszeit, körperliche Belastung, Pendelbereitschaft)

Eine Person ordnet die gewonnenen Informationen, welche sie über die Zeit sammelt und im Langzeitgedächtnis speichert, unbewusst einer dieser fünf Kategorien zu. Diese werden nicht getrennt voneinander betrachtet, sondern als Gesamteinheit mit den eigenen Interessen und

Leistungspotenzialen abgeglichen, was letztlich den Prozess der Berufswahl darstellt. Negative Nachrichten der Baubranche, Pfusch am Bau, Fehlplanungen bei Großprojekten und Unfallmeldungen von Baustellen können eine indirekte negative Wirkung auf die Berufswahl der nachfolgenden Generationen haben, indem die Baubranche als mögliches Betätigungsfeld ausgeschlossen wird. Jedoch gilt dies in gleicher Weise für positive Nachrichten. So können Nachrichten von sehr guter Bezahlung, guten Zukunftsaussichten und weitreichenden Unterstützungsmaßnahmen während der Ausbildung auch einen positiven Effekt haben, der aber individuell unterschiedlich ausgeprägt ist.

Doch welche Images werden den bautechnischen Berufen zugeschrieben?

Dazu hat die SOKA-BAU<sup>13</sup> Wiesbaden gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen Nielsen sowie der Personalmarketingagentur Personalwerk im Jahr 2014 eine Attraktivitätsstudie zu einzelnen Gewerken erstellt. Es wurden Arbeitnehmende befragt, die in unterschiedlichen Gewerben tätig sind. Es handelt sich dabei um eine Innenansicht von Arbeitnehmenden, auf die Attraktivität des ausgeübten Berufes. Dabei wurden den Bauberufen die Eigenschaften zugeordnet, besonders vielseitig und abwechslungsreich, leistungsorientiert, spezialisiert, kundenorientiert und teamorientiert zu sein (vgl. SOKA-BAU 2014, S. 9). Gleichzeitig mangelt es der Baubranche oft an Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten, Weiterbildungsangeboten und einem attraktiven Gehalt. In der Literatur sind nur vereinzelte Attraktivitätsstudien zum Handwerk zu finden, die leider keine konkreten Ergebnisse zu den einzelnen Bauberufen hervorbringen, sondern zu den einzelnen Branchen wie dem Handwerk allgemein.

Hampel befragte in Baden-Württemberg 1.100 Schüler und Schülerinnen aller Schularten zur Attraktivität des Handwerks und nennt die Ergebnisse „alarmierend“ (HAMPEL et al. 2003, S. 5). 73 Prozent der Befragten stehen einer Ausbildung im Handwerk ablehnend gegenüber. Weitere 17 Prozent sehen im Handwerk eine Option.

„Die Ursachen für das geringe Interesse am Handwerk sind vielfältig:

Geringe Entlohnung, begrenzte Aufstiegsmöglichkeiten, niedriges gesellschaftliches Ansehen und die körperlich anstrengende Arbeit werden von vielen Schülern als Hauptgründe genannt, warum für sie eine Lehre im Handwerk nicht attraktiv ist. Nach wie vor haben Schüler ein traditionelles Handwerksbild, es sind vor allem die klassischen Handwerksberufe wie Bäcker, Metzger, Maurer oder Zimmermann, sowie

---

<sup>13</sup> Die Sozialkasse der Bauwirtschaft (kurz SOKA-Bau) ist die gemeinsame Dachmarke für die Urlaubs- und Lohnausgleichskasse der Bauwirtschaft (ULAK) und die Zusatzversorgungskasse des Baugewerbes AG (ZVK) im Bundesgebiet Deutschland (ausgenommen Berlin). Neben der Sicherung der Zahlung des Urlaubsgeldes für Bauarbeitnehmende sowie der Absicherung der Arbeitszeitkonten finanziert die SOKA-BAU die Berufsausbildung in den überbetrieblichen Ausbildungszentren.

veraltete Arbeitsinhalte, die mit dem Handwerk assoziiert werden“ (HAMPEL et al. 2003, S. 5).

Die Ergebnisse sind für das ganze Handwerk als Wirtschaftszweig erhoben worden und geben keinen Aufschluss über die Attraktivität der Bauberufe. Ebenso ist es möglich, dass regionale Unterschiede bestehen.

Eine ähnliche Studie zur Attraktivität von Ausbildungsberufen des gesamten Handwerks hat Mischler durchgeführt (vgl. MISCHLER 2017). Er kommt zu dem Schluss, dass das Handwerk hinsichtlich seiner technischen Facetten unterschätzt wird und dass der Elterneinfluss bei der Bewertung der Berufe groß ist. Aber auch hier sind die Ergebnisse nicht auf die Baubranche fokussiert (vgl. MISCHLER 2017, S. 130).

Buschfeld, Reibold und Rotthege fokussierten bei ihrer Befragung den Beruf des Metallbauers bzw. der -bauerin als Einzelberuf. Berufe der Baubranche sind auch hier nicht, beispielsweise als Referenzwert, zu finden (vgl. BUSCHFELD/REHOLD/ROTTHEGE 2013).

Es besteht Bedarf nach wissenschaftlich fundierten Studien, welche eine Außensicht darstellen, einzelne Berufe hinterfragen und auch den Wandel des Images im Laufe des Lebens der Befragten dokumentieren. Leider kann die vorliegende Arbeit nur rudimentär auf diese Anforderungen eingehen, jedoch erste Schlüsse über das Image einzelner Berufe jener Personen ziehen, die den Beruf selbst ergriffen haben. Neben dem Image eines Berufes beeinflussen auch der Betrieb, die Innungen und die Kammern die Berufswahlentscheidung. Sie bedienen sich dabei unterschiedlichster Instrumente von einfachen Zeitungsartikeln bis hin zu gezielten Imagekampagnen in den Medien. Zusammengefasst werden diese Aktivitäten im Begriff „Ausbildungsmarketing“.

## 2.3 Ausbildungsmarketing und regionale Aktivitäten der Bauwirtschaft

### 2.3.1 Die Notwendigkeit eines Ausbildungsmarketings

Als eigenständige Teildisziplin in der Betriebswirtschaftslehre gilt das Marketing. „Marketing ist ein aus dem angelsächsischen Sprachgebrauch übernommener Begriff für die Planung, Koordination und Kontrolle aller auf aktuelle und potenzielle Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten zur Verwirklichung der Unternehmensziele im gesamtwirtschaftlichen Güterversorgungsprozess durch eine dauerhafte Befriedigung der Kundenbedürfnisse“ (vgl. MEFFERT 1991, S. 31). Diese Definition fokussiert zwar den „Güterversorgungsprozess“ schließt aber auch die an diesem Prozess Beteiligten nicht explizit

aus. Mit zunehmender Fokussierung der Unternehmen auf die Personal-, Auszubildenden- und Schülergewinnung entwickelte sich aus dem Personalmarketing das Ausbildungsmarketing als sehr junge Disziplin heraus, mit dem Ziel, potenziell geeignete Auszubildende für die Besetzung der eigenen Ausbildungsplätze im Unternehmen zu gewinnen (vgl. DIETRICH/JAHN/KLÖPFEL 2014, S. 32). Es wird unterschieden zwischen dem externen und internen Marketing (vgl. DINCHER 2013, S. 2ff.; STRUTZ 1993, S. 147ff.). Das interne Marketing befasst sich mit dem Personal, welches sich bereits im Betrieb befindet. Das externe Personalmarketing mit der Personalbeschaffung, wenn dazu eine Notwendigkeit besteht.

Gelingt es Unternehmen nicht, Auszubildende, Arbeitnehmende und Fachkräfte zu gewinnen, kann das weitreichende Folgen sowohl für das Unternehmen als auch für die ganze Branche nach sich ziehen. Lohnkostensteigerungen, die an die Kundschaft weitergegeben werden können, und fehlende Unternehmensnachfolge sind nur einige hier zu nennende, schwerwiegende betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Folgen. Der Ausbildungsmarkt hat sich in den letzten Jahren gewandelt vom „Verkäufermarkt“ zum „Käufermarkt“, in dem die „Käufer“ die Bewerbenden sind (BÖCKER 2014, S. 250). Die potenziellen Auszubildenden können sich heute durch den branchenübergreifenden Mangel an Auszubildenden den Arbeitsmarktsektor, die Arbeitsbranche und das Ausbildungsunternehmen frei wählen. Sie haben die Qual der Wahl, ähnlich wie ein Käufer eines bestimmten Produkts die Wahl zwischen verschiedenen Verkäufern und Produkten hat. Diese Gegebenheiten werden als „Präferenz-Marketing“ bezeichnet (BECK 2014, S. 17).

„Bloße Bekundungen des eigenen Ausbildungsinteresses (oder das Anbieten eines Ausbildungsplatzes) sind jedoch ohne zusätzliche Selbstdarstellungsmaßnahmen oft unzureichend. Um die eigenen Chancen zu optimieren, Ausbildungsplätze zu besetzen, gilt es somit nicht nur das bisherige Repertoire des eigenen Marktverhaltens zu reflektieren, sondern sich auch zu erkundigen, wie offensiv konkurrierende Betriebe auf dem Ausbildungsmarkt über ihr Ausbildungsinteresse und über sich selbst informieren“ (MATTHES et al. 2014, S. 1).

Matthes betont die notwendige Professionalität eines Marketings, wie es bisher nur von anderen Branchen mit anderen „Produkten“ und mit anderen Zielgruppen bekannt ist. Ähnlich sieht es auch Böcker: „Mit Arbeitgeberclaims, vollmundigen Versprechen und effektheischenden Kampagnen ist der Wettbewerb um die Azubis nicht mehr zu gewinnen“ (BÖCKER 2014, S. 250). So finden sich gelegentlich in Anzeigen Phrasen wie „Großartige

Gelegenheit, spannende Perspektiven, der optimale Start ins Berufsleben, individuelle Förderung“ (BÖCKER 2014, S. 249). Aber schon beim ersten Kontakt mit dem Unternehmen erkennen die Auszubildenden den Wahrheitsgehalt solcher Aussagen, der nicht falsch sein muss.

In der Praxis werden unterschiedliche Kommunikations- und Rekrutierungsinstrumente angewandt, um die Aufmerksamkeit der Jugendlichen zu gewinnen, hier eine Auswahl dieser Instrumente (vgl. BECK 2014, S. 43–62):

1. PR/Mediawerbung (Werbung auf Produkten, Plakat- und Fahrzeugwerbung, Kinospots)
2. Multimediakommunikation (Auszubildenden-Webseiten, Karriere-App)
3. Persönliche Ansprachen und Direktmarketing (Azubis werben Azubis, Workshops, Schülerlabore, Projekte zur Förderung benachteiligter Jugendlicher, Azubi-Firma, Azubi-Filiale)
4. Eventmarketing, (Azubi-Nacht, Geocaching, Camp)
5. Messe, Ausstellungen und Sponsoring (Berufsbildungsmesse, Last-Minute-Jobbörse, Sport-Sponsoring)
6. Kampagnen (Branchen- bzw. Verbandskampagnen, Unternehmenskampagnen)

Diese von Beck aufgelisteten Aktivitäten sind nur einige Beispiele eines ganzen Aktivitäten-Pools, mit dem Unternehmen rekrutieren und der ständiger Veränderung und Anpassung unterliegt. Die Aktivitäten sind jedoch unterschiedlich erfolgreich, unter anderem in Abhängigkeit von der Zielgruppe und vom Zeitpunkt der Werbeplatzierung.

### 2.3.2 Zeitraum der Rekrutierungsbemühungen

Oft sind diese Aktivitäten, die von der Unternehmensleitung, Personalmanagement oder Werbeabteilung kurz vor einem festgelegten Bewerbungskorridor stattfinden, wenig organisiert oder strukturiert. Dietl, Ausbildungsverantwortlicher der Firma Festo, hält ein Vorarbeiten für ein fundiertes Ausbildungsmarketing für sehr wichtig, um auch erfolgreich zu sein. Dazu gehören für ihn (vgl. DIETL 2014, S. 117):

1. Zielgruppendefinition
2. Zielgruppenanalyse
3. Konkurrenz- und Marktbeobachtung (um sich einerseits von den konkurrierenden Unternehmen abzuheben, aber auch um die Maßnahmen anderer Unternehmen beurteilen zu können)

Mit diesen Vorarbeiten ist eine unternehmerische Marketingstrategie auf Dauer erfolgreich ausgerichtet. Diese sehr zeit- und kostenintensiven Arbeiten stoßen bei kleineren Unternehmen nicht selten auf Skepsis und Ablehnung. Diese halten die bloße Bekundung des eigenen Ausbildungsinteresses oft für ausreichend. Dietl antwortet auf die Frage, ob Unternehmen überhaupt ein organisiertes Ausbildungsmarketing brauchen und potenzielle Bewerber und Bewerberinnen so aufwendig und aggressiv ansprechen und werben müssen, mit einem entschiedenen „Ja“. Er vergleicht es mit dem Besitz einer Lebensversicherung: „Gut, dass man sie hat, wenn man sie braucht. Ob man sie brauchen wird, ist ungewiss“ (ebd. S. 118).

Neben dem demografischen Wandel und dem damit drohenden Fachkräftemangel müssen sich auch die kleineren Unternehmen mit dem Trend zur Digitalisierung im Bereich des Ausbildungsmarketings beschäftigen und gegebenenfalls anpassen, um dauerhaft erfolgreich zu sein. Das Kommunikationsverhalten junger Menschen ändert sich rasant, was Unternehmen zum Reagieren zwingt, wenn sie auf dem Laufenden bleiben und die Jugendlichen erreichen wollen (vgl. BECK 2014, S. 23ff.). Beck nennt die neue Situation am Ausbildungsmarkt „Ausbildungsmarketing 2.0“, was nicht mit der Internetgeneration verwechselt werden soll, die auch gerne 2.0 verwendet, um eine neue Ära in der Webnutzung zu offerieren. Er versucht mit dem 2.0 eine Absetzung vom vorherigen Rekrutierungsverhalten aufzuzeigen (BECK 2014, S. 13ff.). Die Marketingbeauftragten haben die Aufgabe das Auswahlverhalten der potenziellen Jugendlichen zu beobachten und entsprechend ihre Strategien anzupassen. Das Internet ist eine von den Betrieben gern genutzte Plattform, um ihre Ausbildungsplätze auf entsprechenden Seiten zu veröffentlichen. Dies gilt zunehmend für Berufe, die als unattraktiv unter den Jugendlichen gelten. Als Handlungsfelder des Ausbildungsmarketings beschreibt Flake folgende 6 Punkte (vgl. FLAKE et al. 2014, S. 101f.).

1. Das Unternehmen als attraktiven Ausbildungsbetrieb präsentieren.
2. Qualität der Ausbildung sichern und Perspektiven bieten.
3. Schulkooperation nachhaltig ausrichten.
4. Jobmessen und Netzwerke nutzen.
5. Das Internet als Werbemedium nutzen.
6. Abseits ausgetretener Pfade suchen.

Damit zeigt er, dass möglichst viele Kanäle genutzt werden müssen, um an die Jugendlichen heranzukommen oder um sie auf sich aufmerksam zu machen. Eine „Face to Face“-

Kommunikation ist dabei immer eine wünschenswerte, aber oft schwer zu erreichende Situation. Für ihn beginnt die Kontaktaufnahme mit den Jugendlichen schon weit vor dem eigentlichen Einstellungskorridor. Mit Schulkooperationen sollte versucht werden, langfristig bei der Schülerschaft präsent zu sein und sich bei ihr zeitig als Ausbildungsbetrieb vorzustellen.

Dietl beschreibt in seinem Stufenmodell welche Schritte Unternehmen zur Gewinnung von Auszubildenden gehen müssen, die auch langfristig angelegt sind (vgl. DIETL 2014, S. 120):

Stufe 1: Bekannt sein.

Stufe 2: Interessant und attraktiv sein.

Stufe 3: Begehrt sein.

Stufe 4: Nummer eins sein.

Beide Modelle zeigen, dass Ausbildungsbemühungen und Ausbildungstätigkeit wandelbare Prozesse sind, die in die Unternehmensphilosophie einhaken. Kontinuität und Bemühen sowohl in der Ausbildung als auch in der Ausbildungswerbung sind unabdingbar, um langfristig im Ausbildungsmarketing erfolgreich zu sein.

Wie bereits erwähnt, unterhalten zumeist größere Unternehmen eine Marketingabteilung, die sich gezielt mit den Auszubildenden befasst. Kleinere Unternehmen bleibt ein zeit- und kostenintensives Ausbildungsmarketing aus wirtschaftlichen Gründen oft verwehrt. Es besteht jedoch die Möglichkeit eines „Outsourcing“ an ein „externes Rekrutierungsmanagement“ (MATTHES et al. 2014, S. 6). Private Unternehmen oder Werbeagenturen übernehmen dann diese Dienstleistung für den Ausbildungsbetrieb. Darüber hinaus sind auch die Innungen, Verbände und Kammern, denen die Unternehmen angehören, mit Marketingaktionen aktiv.

### 2.3.3 Aktivitäten der Kammern

Die Kammern als übergeordnete Interessenvertretung des gesamten Handwerks haben die Problematik der fehlenden Ausbildungsplatzbewerbungen bereits erkannt, und steuern mit verschiedenen Maßnahmen im Interesse der Unternehmen dagegen. Im Folgenden sollen drei Projekte vorgestellt werden, welche in Berlin und Brandenburg zur Gewinnung von Auszubildenden durchgeführt werden. Darüber hinaus bestehen weitere gut funktionierende Projekte, die regional sehr begrenzt sind oder wenige Jugendliche ansprechen.

### 2.3.3.1 Passgenaue Besetzung

Die Passgenaue Besetzung, ein Nachfolgeprogramm der Passgenauen Vermittlung (2007–2013), ist ein Bundesprogramm, mit dem Ziel kleine und mittlere Unternehmen bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen sowie bei der Integration von ausländischen Fachkräften zu unterstützen. Die Finanzierung erfolgt aus Haushaltsmitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) und des Europäischen Sozialfonds (ESF)<sup>14</sup>. Die Wirtschaft beteiligt sich zu 30 Prozent an den Kosten. Es werden Beratungsstellen finanziert, die zum Beispiel bei den Kammern aktiv in- und ausländische Jugendliche ohne Flüchtlingsstatus vermitteln.<sup>15</sup> Dabei wird der Fokus besonders auf die nicht besetzten Stellen gelegt. Das Anforderungsprofil und das Stellenprofil werden dabei verglichen, um dann eine entsprechende Stelle für die Jugendlichen zu finden. Einerseits soll die Gefahr einer vorzeitigen Ausbildungsvertragslösung minimiert werden, andererseits die Potenziale der Jugendlichen ausgeschöpft und ihren Erwartungen entsprochen werden. Dabei agieren die beratenden Personen mit weiteren Institutionen wie den Arbeitsagenturen und Schulen gemeinsam, um einen erfolgreichen Übergang von der Schule zum Beruf zu gewährleisten. Das Ziel ist ein geeigneter Stellenvorschlag für den Bewerber bzw. die Bewerberin und die Stellenbesetzung bei den ansässigen regionalen Unternehmen. Die Unternehmen können damit ihre zeitlichen und finanziellen Ressourcen sparen und die Rekrutierung in professionelle Hände geben.

„Im Jahr 2020 haben die Beraterinnen und Berater insgesamt 3.696 Vermittlungen von Jugendlichen in die duale Ausbildung und in die Einstiegsqualifizierung erzielt. 3.321 davon sind in Ausbildung und 375 in Einstiegsqualifizierung als Vorbereitung auf eine Ausbildung. Seit Beginn des Programms im Jahr 2007 konnten so mehr als 24.000 Ausbildungsplätze und mehr als 4.077 Stellen für die Einstiegsqualifizierung erfolgreich besetzt werden“ (BMWi 2021).

Leider geht aus den Zahlen nicht hervor, wie speziell die Baubranche von diesem Bundesprogramm profitieren konnte. Ein besonderer Fokus wird aus aktuellem Anlass auf die Vermittlung und Integration ausländischer Jugendlicher gelegt. Dabei soll zunächst die

---

<sup>14</sup> Der ESF legt unter Berücksichtigung der arbeitsmarktlichen Besonderheiten Förderprogramme in den Bundesländern auf.

<sup>15</sup> Laut BMWi beteiligen sich in Brandenburg die Handwerkskammern in Cottbus, Frankfurt (Oder), Potsdam, Teltow Fläming sowie die Kreishandwerkerschaft Finsterwalde mit insgesamt acht beratenden Personen an diesem Bundesprogramm. In Berlin arbeiten sechs Personen bei der Handwerkskammer Berlin, der IHK Berlin und der Akademie für Berufsförderung und Umschulung (ABU) gGmbH. Im gesamten Bundesgebiet sind 160 beratende Personen tätig.

Willkommenskultur in den Unternehmen ausgebaut werden und nach Unterstützungsangeboten gesucht werden.

#### *2.3.3.2 Nachwuchsreferenten und Nachwuchsreferentinnen*

Eine Fokussierung auf den Baubereich haben die sogenannten Nachwuchsreferenten in Berlin, welche über die Sozialkasse der Berliner Bauwirtschaft finanziert werden. Die Referenten und Referentinnen agieren als „Scharnier“ zwischen den Ausbildungssuchenden und den Unternehmen, sie bauen Hürden in der Kommunikation ab. Außerdem werden Netzwerke zwischen den Arbeitsagenturen, den Kammern, den Schulen, den Ausbildungsbetrieben, unterschiedlichsten Wirtschaftskreisen, regionalen Ausbildungsverbänden und sonstigen regionalen Netzwerken eingerichtet und gepflegt. Mit neuen Netzwerken sollen konkrete Verbesserungen der Methodik zur Azubigewinnung durch Austausch von Erfahrungen vollzogen werden. Bei regelmäßig stattfindenden Unternehmenszusammenkünften und Stammtischen der Baubetriebe präsentiert das Nachwuchsreferenten-Team sich selbst und seine Leistungen für die Unternehmen. Darüber hinaus erfolgt die Kontaktaufnahme mit den Unternehmen telefonisch oder in persönlichen Gesprächen. Bauunternehmen, die sich bisher noch nicht an der Berufsausbildung beteiligen, können motiviert werden, zukünftig als Ausbildungsbetrieb zu agieren. „Durch die Verzahnung sämtlicher Maßnahmen in Verbindung mit den anderen am Lehrbauhof Berlin angesiedelten Projekten können mittel- und langfristig positive Effekte im Bereich der Fachkräftegewinnung und -sicherung erzielt werden“ (LEHRBAUHOF BERLIN 2021).

#### *2.3.3.3 Ausbildungsbotschafter*

Das Projekt „Ausbildungsbotschafter“ wurde von der Industrie- und Handelskammer (IHK) im Bundesland Baden-Württemberg im Jahr 2011 ins Leben gerufen. Mit den dabei gewonnen positiven Erfahrungen wurde das Projekt auch in andere Bundesländer übernommen. Das Konzept besteht darin, dass Auszubildende, welche sich in der Ausbildung befinden, als Botschafter bzw. Botschafterin in die Schulen der SEK I, auf Messen oder andere Veranstaltungen der Berufsorientierung gehen und über ihre Erfahrungen als Azubi referieren. Es werden ein Einblick in den Arbeitsalltag der Auszubildenden gegeben und die Entwicklungsmöglichkeiten nach der Ausbildung aufgezeigt. Der Altersunterschied der Kommunikationspartei ist meist gering, was eine größere Authentizität im Gespräch zur Folge hat. Der Gesprächsfluss erfolgt zumeist auf Augenhöhe und nimmt die Scheu,

unangenehme Fragen zu stellen. Dabei referiert der Ausbildungsbotschafter bzw. die Ausbildungsbotschafterin ausschließlich über den erlernten Beruf.

#### 2.3.4 Zusammenfassung

Im vorangegangenen Kapitel wurden die Umsetzung und die Notwendigkeit eines Ausbildungsmarketings beleuchtet. Mit zunehmendem Fachkräftemangel und verstärktem Kampf um die Auszubildenden werden Baubetriebe sich den Marketingstrategien anderer Branchen anpassen und eigene Strategien entwickeln müssen, um erfolgreich Jugendliche zu rekrutieren. Andere Branchen (besonders großindustrielle Betriebe) haben oft einen größeren Zulauf an ausbildungswilligen Jugendlichen, sodass sie weniger in Ausbildungsmarketing investieren müssen. Aber die Bauwirtschaft kann nicht auf diesen großen Zulauf zurückgreifen.

Es bleibt offen, wer der Initiator der neuen Strategien sein soll. Kleinere Unternehmen haben selten die Ressourcen, um ein eigenes Marketing zu betreiben, was ein deutlicher Nachteil sein kann, wenn es um die Besetzung von Stellen geht. Große Unternehmen haben eher die Ressourcen für ein intensiveres Ausbildungsmarketing, aber seltener die Notwendigkeit zur Fachkräftebesetzung. Ebenfalls problematisch sind die Aktivitäten der Kammern, die für „Das Handwerk“ oder „Die Industrie“ werben und selten für einzelne Berufe. Einzelne Projekte unterstützen die Bauunternehmen bei der Rekrutierung, die aber meist zeitlich begrenzt sind. Eine kontinuierliche Unterstützung und Werbung wären wünschenswert, um Netzwerke zu pflegen und auszubauen. Darüber hinaus ist jedes Bauunternehmen aufgefordert, seine Aktivitäten auszubauen, um Jugendliche zu erreichen. Oft fehlt es den Unternehmen an konkreten Maßnahmen, wie sie in ihrer Region gezielt Jugendliche ansprechen können, ohne Ressourcen zu verschwenden. Ziel der vorliegenden Arbeit ist unter anderem, diese Maßnahmen den jeweiligen Regionen zuzuordnen und den Unternehmen eine Handlungsempfehlung zu geben, wie sie erfolgreich rekrutieren können.

#### 2.4 Auswahl und Analyse der Untersuchungsregionen

Als Forschungsfeld der Hypothesenprüfung in der vorliegenden Arbeit wurden die Bundesländer Berlin und Brandenburg ausgewählt. Einerseits kann hier auf bestehende Netzwerke zurückgegriffen werden, um einen leichteren Zugang zum Forschungsfeld zu bekommen. Andererseits weisen diese beiden Bundesländer die gewünschten Strukturen einer ländlichen und städtischen Region auf, die in der Forschungsfrage vorausgesetzt werden. Im folgenden Kapitel sollen die Regionen der Datenerhebung, Berlin und Brandenburg,

bezüglich der Wirtschaftsstruktur, der Demografie und des Arbeits- und Ausbildungsmarktes analysiert sowie schwerpunktartig Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausgearbeitet werden. Als Quelle dient ausschließlich der Internetauftritt des Amtes für Statistik Berlin und Brandenburg. Diese Daten sind stets aktuell und erlauben eine direkte Vergleichbarkeit der Daten zwischen den Bundesländern.

Das Bundesland Berlin breitet sich auf einer Fläche von 891,1 Quadratkilometern inmitten des Bundeslands Brandenburg aus. Es ist das drittkleinste Bundesland nach Bremen und Hamburg. In Berlin leben am Stichtag 31.12.2018, 3.644.800 Einwohner, was einer Bevölkerungsdichte von 4.090,3 Einwohnern pro Quadratkilometer entspricht. Tendenziell steigt diese weiter an. 2018 wurde ein Bruttoinlandsprodukt von 147,1 Mrd. Euro erwirtschaftet, was 40.370 Euro pro Kopf bedeuten<sup>16</sup> und annähernd dem deutschen Durchschnitt entspricht. Die Gliederung der Stadt nach den einzelnen Stadtteilen ist für die vorliegende Untersuchung unerheblich, weil im weiteren Verlauf keine expliziten Stadtteildaten verwendet werden.

Im Nordosten der Bundesrepublik Deutschland befindet sich das Bundesland Brandenburg, als eines der 1990 neu entstandenen fünf Bundesländer in Deutschland. Mit einer Fläche von

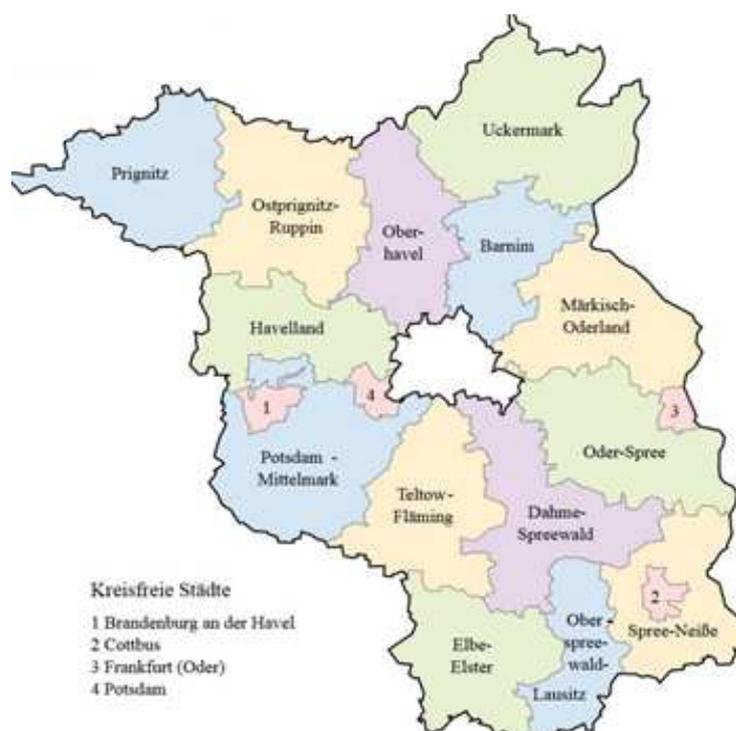


Abbildung 3: Landkreise im Bundesland Brandenburg (Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2021)

<sup>16</sup> Das BIP pro Kopf wird hier als Vergleichsgröße herangezogen, um eine Vergleichbarkeit der Regionen zu erzielen. Das durchschnittliche Bruttoinlandsprodukt pro Kopf beträgt in Deutschland 40.851 Euro.

29.654 Quadratkilometern ist Brandenburg das fünftgrößte Bundesland. 2.512 Millionen Menschen lebten am Stichtag 31.12.2018 in Brandenburg, was einer Bevölkerungsdichte von 84,7 Personen pro Quadratkilometer mit tendenziell rückläufigen Werten entspricht. Das erwirtschaftete Bruttoinlandsprodukt von 73,7 Mrd. Euro im Jahre 2018 entspricht pro Kopf 24.777 Euro, was deutlich geringer ist als in Berlin. Größere Städte sind Potsdam (Landeshauptstadt), Cottbus, Frankfurt (Oder) und Brandenburg an der Havel. Insgesamt besteht Brandenburg aus 14 Landkreisen und vier kreisfreien Städten,<sup>17</sup> von denen acht Landkreise und eine kreisfreie Stadt eine gemeinsame Grenze zum Bundesland Berlin haben (Abbildung 3). Die wirtschaftlich stärksten Regionen erstrecken sich um die Stadt Berlin herum.

#### 2.4.1 Unterscheidungsmerkmale von städtischen und ländlichen Regionen

Im folgenden Abschnitt sollen der Begriff „Region“ und eine Unterscheidung von „städtisch“ und „ländlich“ erarbeitet werden, um das Untersuchungsfeld einzuteilen.

„Der Begriff der Region wird in der alltäglichen Diskussion und auch in der wissenschaftlichen Literatur recht unterschiedlich verwendet. Er kann grundsätzlich drei sehr verschiedene Arten von räumlichen Gebilden bezeichnen, nämlich subnationale, supranationale und transnationale Territorien. Bei subnationalen Territorien handelt es sich um Teilgebiete eines Staates, wie etwa die Länder der Bundesrepublik oder die Kantone der Schweiz. Regionen im Sinne supranationaler Territorien sind die Zusammenfassungen von Staaten, wie etwa Mittelamerika oder das Baltikum. Transnationale Territorien umfassen Teilgebiete von zwei oder mehr Staaten, reichen also über die Staatsgrenzen hinweg. Während supranationale und transnationale Regionen jedoch meist verschiedene Währungen, Zollregelungen, Gesetzssysteme und dergleichen beinhalten, zeichnen sich subnationale Regionen dadurch aus, dass sie diese Institutionen mit anderen Regionen des Landes teilen“ (MAIER/TÖDTLING/TRIPPL 2012, S. 13).

Ausgehend von der vorangegangenen Definition handelt es sich bei der Untersuchungsregion um eine „subnationale Region“.

Gängler ergänzt die Definition um die sozialen Merkmale für eine Region. Für ihn sind Regionen „Lebensumwelten“, deren „soziale und kulturelle Merkmale der individuellen und

---

<sup>17</sup> Cottbus, Potsdam, Frankfurt (Oder) und Brandenburg an der Havel zählen als eigenständige Landkreise/kreisfreie Städte.

gemeinschaftlichen Lebensführung“ ebenso herangezogen werden müssen, wie die „ökonomisch determinierte [...] Stellung im Arbeitsprozess“ (GÄNGLER 1990, S. 21f.). Die Begriffe „städtische und ländliche Region“ werden in verschiedenen Disziplinen unterschiedlich definiert. In der Wirtschaftswissenschaft, der Geografie und der Soziologie gelten abweichende Eigenschaften, welche eine regionale Einordnung bestimmen. Die Ergebnisse aus den unterschiedlichen Disziplinen weisen wenig Übereinstimmung auf. „So beträgt der Anteil ländlicher Räume in Deutschland je nach Abgrenzung zwischen etwa 35 und 95 Prozent der Fläche, auf der zwischen circa 15 und 60 Prozent der Bevölkerung leben“ (KÜPPER 2020, S. 5). Allen Disziplinen gemein ist die Abkehr von alten, überholten Eigenschaftszuweisungen, welche die ländliche Region in der Vergangenheit meist als rückständige Region abwertete. Mit zunehmender Verstädterung entstand eine Teilung zwischen den Eigenschaften von Stadt und Land. Das Land galt als einkommenschwächer, infrastrukturell wenig erschlossener und konnte weniger Dienstleistungsangebote vorweisen. Gleichzeitig wurde es als traditionsbewusstes Idyll mit Nähe zur Natur geschätzt. Die Stadt hingegen war der Gegenpol zum Land, der besonders jüngere Leute anzog. In der Gegenwart haben sich beide Regionen in ihren Eigenschaften angeglichen. Unterschiede im Medien-, Konsum-, und Freizeitverhalten trennen beide Regionen nur noch wenig voneinander. Lediglich die Infrastruktur kann zu Einschränkungen auf dem Land führen. Mit dem Verschwinden der klassischen „Land-Dorf-Eigenschaften“ beschränken sich viele Definitionen und Abgrenzungsversuche auf die Bevölkerungszahl und -dichte, Ortsgrößen, Anteil der Besiedlungsfläche und die Entfernung zu größeren Städten. Im Folgenden werden zwei Abgrenzungsmethoden vorgestellt, die bei einer Stadt-Land-Zuordnung zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen, mit dem Einfluss von Kriterien aus allen drei Disziplinen.

#### *2.4.1.1 Die Thünen-Typisierung*

Das Thünen-Institut entwickelte eine deutschlandweite Regionalabgrenzung im Kontext des Projektes „Monitoring Ländliche Regionen“. Ziel dieses Projekts war es, Strukturen und Entwicklungen in ländlichen Räumen zu beobachten. Die regionale Typisierung erfolgte anhand von zwei Dimensionen. Einerseits wurde die „Ländlichkeit“ betrachtet, welche sich vom städtischen Raum klar abgrenzt. Dabei werden die geringe Siedlungsdichte, lockere Wohnbebauung und eine Prägung der Landschaft durch land- und forstwirtschaftliche Flächen sowie eine geringe Einwohnerzahl im Einzugsbereich und periphere Lage zu großen

Zentren verglichen (vgl. KÜPPER 2016, S. 4). Andererseits werden sozioökonomische Dimensionen einbezogen, die die Lebensverhältnisse der zentralen Bereiche Einkommen, Beschäftigung, Gesundheit, Bildung, Wohnen sowie öffentliche Dienstleistungen erfassen.

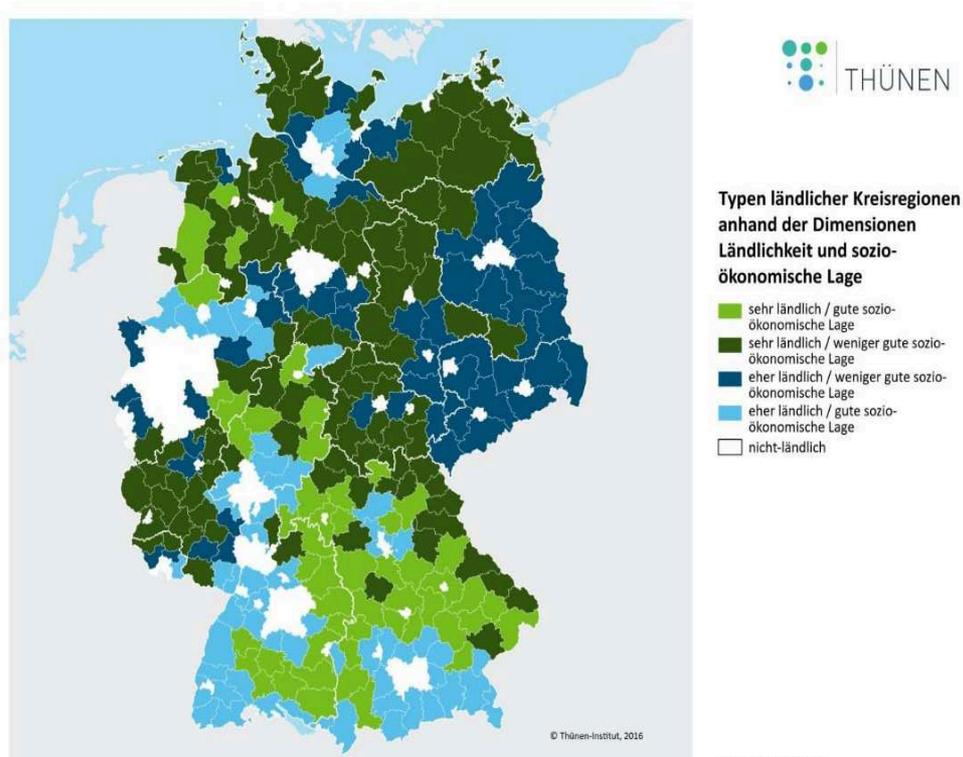


Abbildung 4: Regionale Einteilung nach Thünen-Typisierung (Quelle: KÜPPER 2016, S. 26)

In der Abbildung 4 sind die Ergebnisse der Thünen-Typisierung zusammengefasst. Hierbei wurden beide Dimensionen, Ländlichkeit und die sozioökonomische Dimension, berücksichtigt. Das Bundesland Brandenburg ist überwiegend als eher ländliche Region beschrieben. Im Nordwesten des Bundeslandes werden zwei Regionen als sehr ländlich beschrieben. Nur die Landeshauptstadt Potsdam wird als nicht ländliche Region ausgezeichnet und fällt damit ebenso wie Berlin in die Kategorie „Städtische Region“.

#### 2.4.1.2 Abgrenzung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung

Das BBSR unterstützt mit seinen Projekten die bundespolitischen Zielsetzungen. Es offenbart politischen Handlungsbedarf und stellt wissenschaftlich fundierte Grundlagen bereit, mit denen sich Instrumente und Maßnahmen der Politik weiterentwickeln lassen. Die Projekte beschäftigen sich mit aktuellen Themen der Raumordnung, der Stadtentwicklung sowie des Bau- und Wohnungswesens (vgl. BBSR 2020). Dabei ist es unerlässlich, die Raumtypen in

Deutschland permanent zu analysieren und gegebenenfalls eine Anpassung der regionalen Zugehörigkeit vorzunehmen. Neben den Sachdaten wie Bevölkerung, Arbeitsplätze oder Flächennutzungen bilden die regionalen Abgrenzungen und Typen die Grundlagen für die Analyse der Räume. In der folgenden Abbildung 5 ist die Raumanalyse des Jahres 2017 für Deutschland abgebildet.

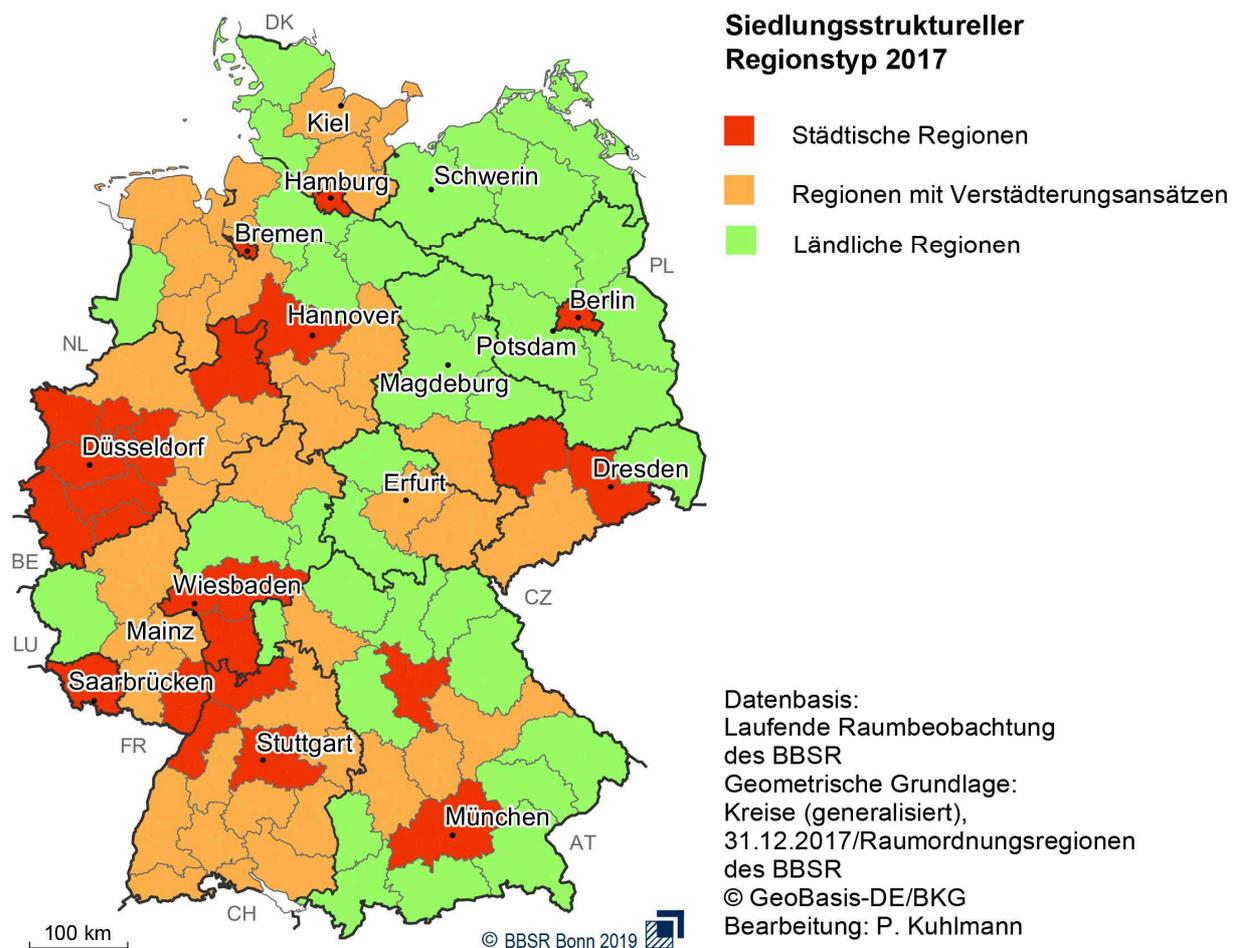


Abbildung 5: Regionale Einteilung nach BBSR (Quelle: BBSR 2021)

Bei der Betrachtung des Bundeslands Brandenburg fällt auf, dass es ausnahmslos der ländlichen Region zugeschrieben wird. Das Bundesland Berlin fällt ausnahmslos in die Kategorie der städtische Region.

Bei der Einteilung der Thünen-Typisierung wird die Landeshauptstadt Potsdam mit circa 180.000 Einwohnern und einer Bevölkerungsdichte von 950 Einwohnern pro Quadratkilometer<sup>18</sup> zu den städtischen Gebieten gezählt. Auch der Nordwesten Brandenburgs unterscheidet sich vom Rest des Bundeslandes.

<sup>18</sup> Berlin hat eine Bevölkerungsdichte von 4.115 Einwohnern pro Quadratkilometer.

Die unterschiedlichen Ergebnisse verdeutlichen, dass in Abhängigkeit der Kategorien eine unterschiedliche Zuteilung entstehen kann. Da keine eindeutige Abgrenzung der städtischen und ländlichen Region im geplanten Forschungsgebiet möglich ist, ermöglicht der Fragebogen, der vorliegender Arbeit zugrunde liegt, die Region, in der die Befragten nach dem 14. Lebensjahr aufwuchsen, als eine ländliche oder städtische einzuordnen. Bei der Zuordnung können die Befragten über eine sechsgliedrige Skala Abstufungen für die eigene Region vornehmen. Da es auch in Berlin Regionen gibt, die eine ländliche Struktur aufweisen und in Brandenburg Regionen, die eine städtische Struktur aufweisen, ist eine direkte und ortstypische Zuteilung möglich.

#### 2.4.2 Demografische Entwicklung in Berlin und Brandenburg

Das Land Brandenburg ist geprägt von einer Disparität in der Bevölkerungsverteilung, die sich in den ländlichen Gebieten und einem großstädtisch geprägten Raum (Potsdam) zeigt (Abbildung 6).

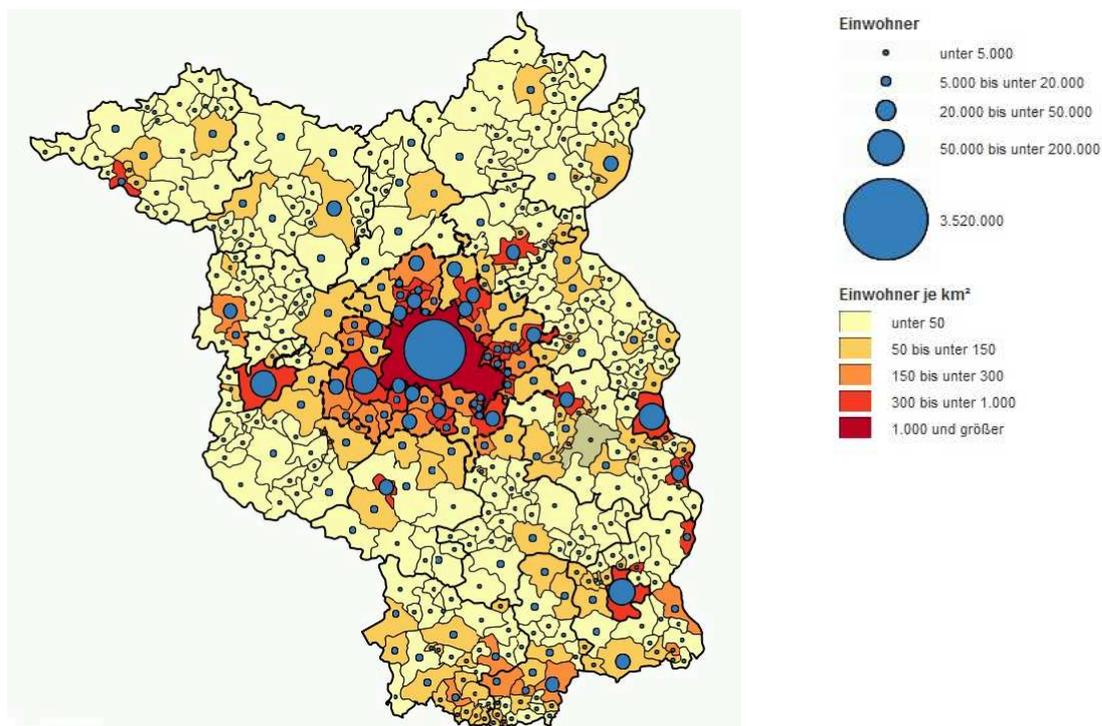


Abbildung 6: Bevölkerungsverteilung im Bundesland Brandenburg (Quelle: Land Brandenburg, Landesamt für Bauen und Verkehr, Dezernat Raumbeobachtung 2017)

Ein Gebiet mit sehr hoher Bevölkerungsdichte, der sogenannte Speckgürtel, erstreckt sich direkt um die Bundeshauptstadt Berlin. Nicht selten wohnen hier bis zu 1.000 Einwohner pro Quadratkilometer Grundfläche. Der Durchschnitt im Land Brandenburg ist mit 84,7 Personen

sehr viel niedriger. Die Einwohnerzahl nimmt, bis auf wenige Ausnahmen, mit zunehmender Entfernung von der Bundeshauptstadt ab. Hier sind nicht selten weniger als 50 Einwohner pro Quadratkilometer Grundfläche wohnhaft. Ausnahmen von der sehr niedrigen Besiedlung bilden größere Städte wie Cottbus, Frankfurt (Oder) und Brandenburg an der Havel sowie kleinere Industriezentren in Schwarzheide im Süden oder in Eisenhüttenstadt im Osten des Landes. Im direkt angrenzenden Speckgürtel um Berlin herum wohnen sehr viele Berufspendelnde, die in Berlin arbeiten. Der Begriff Speckgürtel entspringt der Umgangssprache und meint das reichhaltige Angebot an Arbeitskräften, Arbeitsplätzen und Infrastruktur, welches durch die direkte Stadtnähe entstanden ist, und einen umfassenden Personen-, Waren-, Dienstleistungs- und Firmentransfer ermöglicht. Um eine eindeutigere Definition zu erhalten, wird der Begriff „Metropolregion“ verwendet. Metropolregionen „werden definiert als große Wirtschaftsräume mit einem oder mehreren städtischen Kernen und damit in Beziehung stehenden engeren und weiteren metropolitanen Verflechtungsbereichen, die an den Grenzen der weiteren Verflechtungsbereiche aneinanderstoßen“ (SCHÄFER 2007, S. 3f.).

Das Statistische Amt der Europäischen Union hat im Jahre 2016 eine überarbeitete Liste der größten europäischen Metropolregionen herausgegeben, welche in Tabelle 3 aufgelistet ist.

<b>Nummer</b>	<b>Größte Stadt</b>	<b>Land</b>	<b>Bevölkerung in Mio.</b>
<b>1</b>	Paris	Frankreich	12,1
<b>2</b>	London	Großbritannien	12,8
<b>3</b>	Madrid	Spanien	6,6
<b>4</b>	Barcelona	Spanien	4,9
<b>5</b>	Berlin	Deutschland	5,1
<b>6</b>	Ruhrgebiet	Deutschland	5,1

*Tabelle 3: Metropolregionen in Europa (Quelle: Statistisches Amt der Europäischen Union 2020)*

Darunter befindet sich neben dem Rhein-Ruhr-Gebiet auch die Metropolregion Berlin-Brandenburg als die fünfgrößte europäische Metropolregion mit 5,1 Mio. Einwohnern und Einwohnerinnen. Neben den bereits genannten Finanztransfers ist der Personentransfer eine wichtige Größe. Berufspendelnde nutzen die Vorzüge der Metropole, gleichzeitig aber auch die Vorzüge des Umlands als Wohnraum. Geringere Mieten, saubere Luft und bessere Möglichkeiten, sich im Freien und in der Natur entfalten zu können, sind nur einige dieser

Vorzüge. Die Abbildung 7 zeigt die Einpendel-Quote in die Stadt Berlin aus den einzelnen Ämtern und Gemeinden des Landes Brandenburgs.

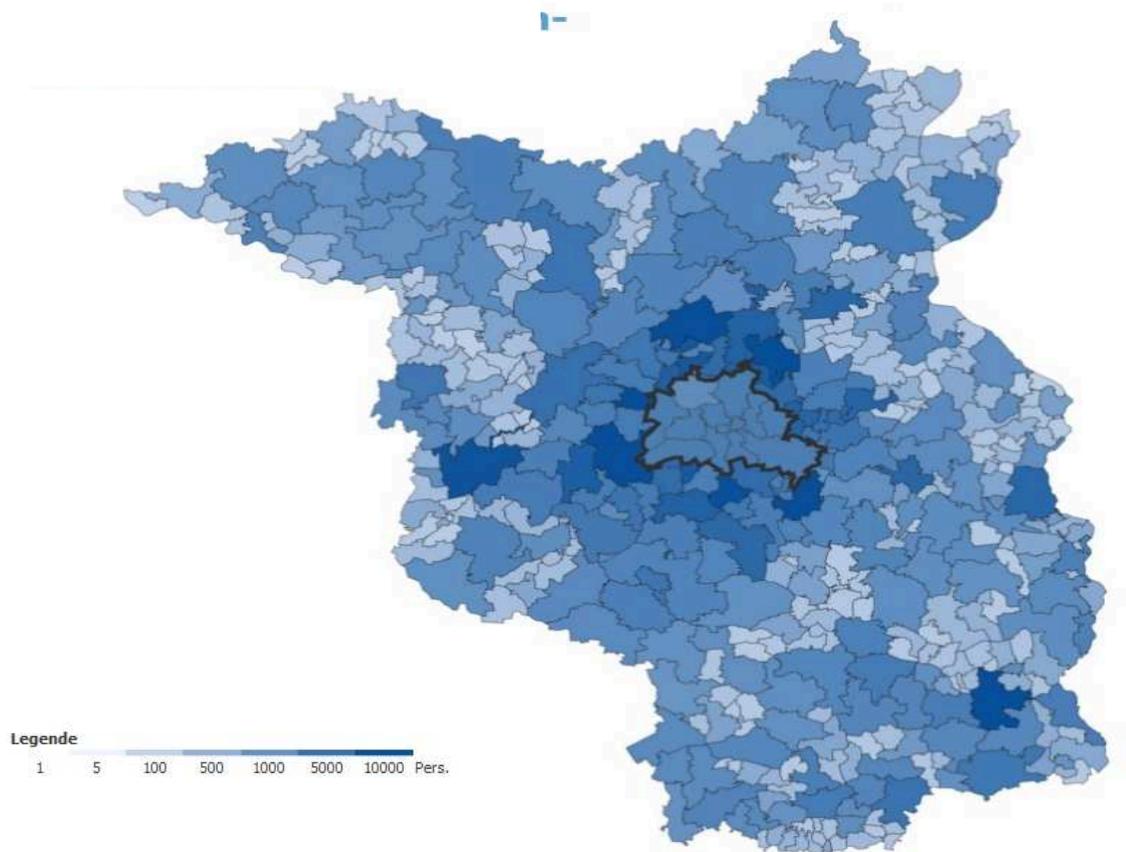
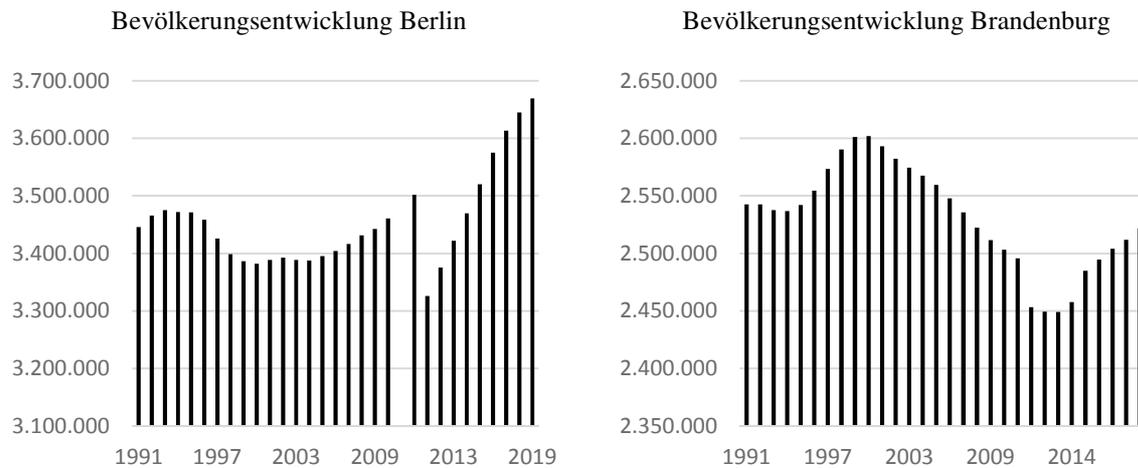


Abbildung 7: Auspendelzahlen Berlin-Brandenburg (Quelle: Gringmuth-Dallmer; Hörz 2018)

Ohne an dieser Stelle die Zahlen der einzelnen Gebiete aufzulisten, ist die Sogwirkung der Metropole Berlin auf die umliegenden Gemeinden erkennbar. Die deutlich dunklere Färbung dieser angrenzenden Ämter verdeutlicht den großen Einpendelstrom in Richtung der Metropole. Mit zunehmender Entfernung zur Metropole verringert sich der Pendelstrom, erkennbar an der helleren Färbung der metropolentfernteren Gemeinden. Anscheinend fällt die Kosten-Nutzen-Relation mit zunehmender Entfernung zu gering aus. Fahrkosten und die langen Fahrzeiten, welche die Freizeit erheblich einschränken und dabei einen psychischen und physischen Stress darstellen können, wirken sich mindernd auf die Pendelbereitschaft aus. Der Vollständigkeit halber sei an dieser Stelle bemerkt, dass Menschen auch in umgekehrter Richtung aus Berlin ins Umland nach Brandenburg zum Arbeitsplatz pendeln. Dies jedoch in deutlich geringeren Zahlen.



Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2020a, S. 38. Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2020b, S. 33.

Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung von Berlin und Brandenburg 1991–2019<sup>19</sup>

Die Abbildung 8 zeigt die Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer Berlin und Brandenburg seit dem Jahre 1991. In Berlin ist nach dem Durchschreiten des Tals im Jahre 2003 ein stetiger Anstieg der Bevölkerungszahlen zu erkennen, der laut Fachleuten weitere Jahre anhalten kann. Etwas anders stellt sich das Bild im Bundesland Brandenburg dar. Mit der Jahrtausendwende sank die Zahl der Einwohner und Einwohnerinnen bis ins Jahr 2014. Hauptgründe dafür waren Wanderungsbewegungen wegen Arbeitsplatzmangel oder -wechsel sowie die hohen Geburtendefizite<sup>20</sup>. Jedoch ist ab dem Jahre 2014 ein Bevölkerungszuwachs zu verzeichnen. Dieser resultiert aus einem positiven Wanderungssaldo in die Metropolregionen und dem Flüchtlingszuzug im gleichen Zeitraum. Es profitieren aber nicht alle Regionen von diesem

<sup>19</sup> Ab 2011 Bevölkerungsfortschreibung auf Basis des Zensus 2011, 2011–2013 berichtigte Zahlen.

<sup>20</sup> Die Zahl der Sterbefälle übersteigt die Zahl der Geburten.

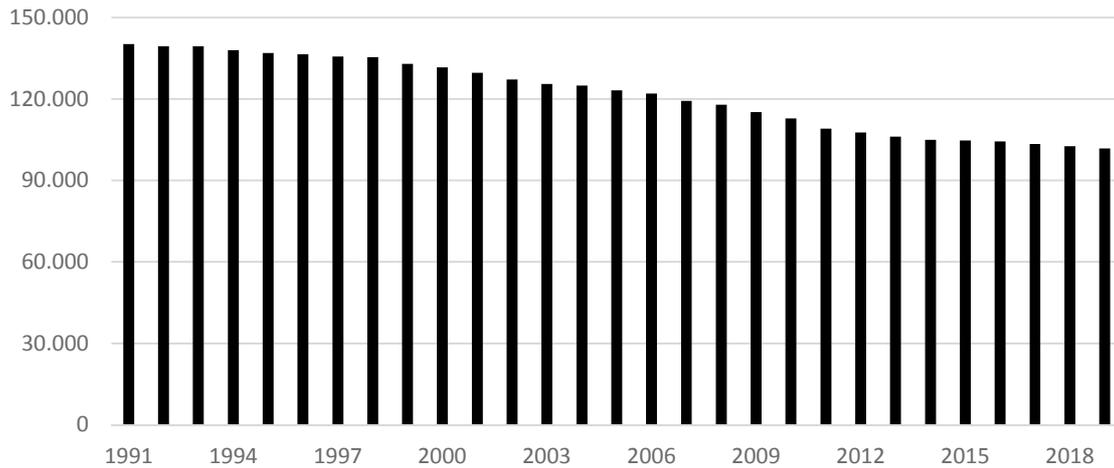
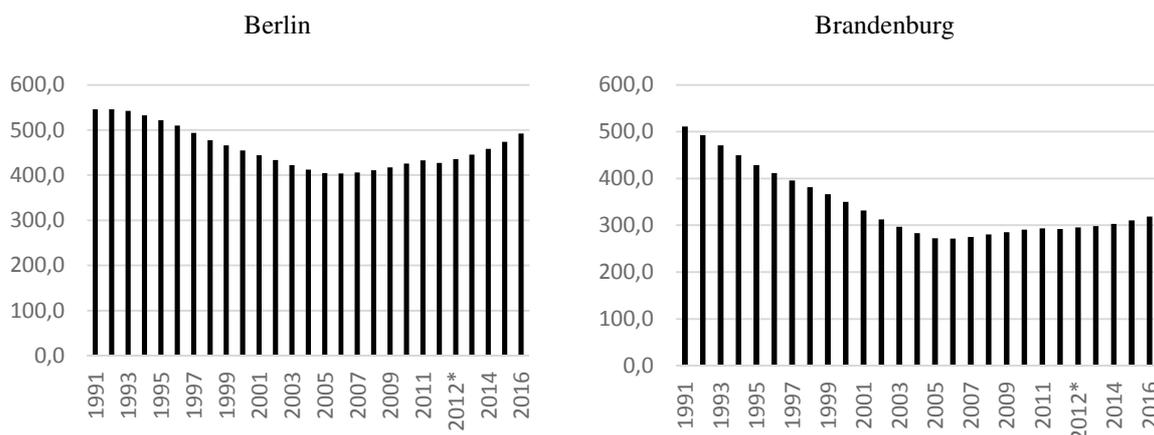


Abbildung 9: Bevölkerungsentwicklung des Landkreises Elbe-Elster von 1991–2019 (Quelle: Landkreis Elbe-Elster 2018)

positiven Trend. Exemplarisch ist die Bevölkerungsentwicklung des Landkreises Elbe-Elster dargestellt, der sich außerhalb der Metropolregion befindet. Die Abbildung 9 zeigt einen kontinuierlichen Rückgang der Bevölkerung an, der seit 1991 rund 28,8 Prozent betrug. Ein ähnlicher Trend ist in anderen Landkreisen in Brandenburg fernab der Metropolregionen erkennbar.

In der Abbildung 10 ist die Entwicklung der unter 15-jährigen Jugendlichen in Berlin und Brandenburg seit 1991 dargestellt. Hierbei ist ersichtlich, dass die Zahl der Jugendlichen in Brandenburg bis 2005 stets rückläufig war. Nach dem Durchschreiten der Talsohle im Jahre 2005/06 aber wieder leicht ansteigt und im Jahr 2016 auf dem Stand von 2002 angekommen ist. In Berlin ist ebenfalls bis ins Jahr 2005/06 eine sinkende Anzahl von Jugendlichen unter 15 Jahren zu verzeichnen. Nach dem Durchschreiten der Talsohle hingegen fällt der Anstieg deutlich größer aus. Im Jahre 2016 sind die Werte aus dem Jahr 1997 wieder erreicht.



\* ab 2011 Bevölkerungsfortschreibung auf Basis des Zensus 2011, 2011–2013 berichtigte Zahlen

Abbildung 10: Bevölkerungsentwicklung von Jugendlichen unter 15 Jahren in Berlin und Brandenburg in Tsd. (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019a)

Leider ist keine verlässliche Datenreihe vorhanden, welche die Veränderung der Anzahl von Jugendlichen in den einzelnen Landkreisen oder Stadtbezirken aufzeigt. Es ist jedoch davon auszugehen, dass hier ein noch größeres Defizit in den metropolentfernten Regionen vorhanden ist, wie es schon beim Anteil der Gesamtbevölkerung in den einzelnen Landkreisen erkennbar war.

Ein sehr deutliches Bild zeigt die Tabelle 4 vom Landesamt für Bauen und Verkehr des Landes Brandenburg in seinem Bericht der Raumbewertung aus dem Jahr 2015. Hier wird eine Bevölkerungsentwicklung bis ins Jahr 2030 für die einzelnen Brandenburger Landkreise prognostiziert (vgl. Land Brandenburg 2015, S. 15ff.).

	Veränderung der Gesamtbevölkerung bis 2030 in Prozent	Veränderung der Anzahl Jugendlicher unter 15 Jahre bis 2030 in Prozent
Brandenburg an der Havel	-8,9	-0,7
<b>Potsdam</b>	<b>+14,5</b>	<b>+16,7</b>
Frankfurt/Oder	-10,7	-17,2
Cottbus	-7,0	-2,6
Landkreis Barnim	-4,6	-20,8
Landkreis Dahme-Spreewald	+0,8	-6,7
Landkreis Elbe-Elster	-15,1	-28,4
Landkreis Havelland	-0,2	-16
Landkreis Märkisch Oderland	-4,4	-20,7
Landkreis Oberhavel	-2,2	-19,1
Landkreis Oberspreewald-Lausitz	-14,7	-20,3
Landkreis Oder-Spree	-9,1	-16,2
Landkreis Ostprignitz-Ruppin	12,0	-22,5
Landkreis Potsdam-Mittelmark	-0,2	-21,8

Landkreis Prignitz	-15,6	-19,2
Landkreis Spree-Neiße	-17,5	-36,8
Landkreis Teltow-Fläming	-4,6	-18,4
Landkreis Uckermark	-14,6	-26,0

Tabelle 4: Bevölkerungsprognose bis 2030

Bis auf einen Landkreis in Brandenburg wird der Anteil der Jugendlichen unter 15 Jahren überall sinken. Besonders Landkreise außerhalb der Metropolregion zeigen deutlich höhere Verluste als Landkreise, die sich metropolnah befinden. Mit 36,8 Prozent weniger Jugendlichen muss zukünftig der Landkreis Spree-Neiße rechnen, welcher den prognostizierten negativen Höchstwert einnimmt. Der bereits exemplarisch genutzte und beschriebene Landkreis Elbe-Elster, welcher auch außerhalb der Metropolregion verortet ist, hat mit einem Bevölkerungsdefizit von 15,1 Prozent und einen Rückgang der Anzahl der Jugendlichen unter 15 Jahren von 28,4 Prozentpunkten zu rechnen. Weitere Prognosen des Landesamts für Bauen und Verkehr sind:

- Das Durchschnittsalter wird in Brandenburg deutlich ansteigen.
- Der Wanderungsgewinn gegenüber Berlin wird sich zukünftig wahrscheinlich verlangsamen.
- Die Nettowanderung in die alten Bundesländer wird auf einem leicht negativen Wert verharren.
- Der Zustrom der Asylsuchenden ist eine unsichere Konstante bei den Berechnungen.
- Die Zuzüge werden größer sein als die der Wegzüge (vgl. Land Brandenburg 2015, S. 8).

Jedoch sind derartige Voraussagen nicht immer zutreffend. Es kann und sollte mit politischen, wirtschaftlichen und sozialen Maßnahmen dieser Prognose entgegen gearbeitet werden, um negative Auswirkungen in den Regionen für die Bevölkerung so gering wie möglich zu halten.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass erhebliche Unterschiede in der Erhebungsregion zwischen den beiden Bundesländern Berlin und Brandenburg in Bezug auf die Demografie und die demografische Entwicklung bestehen. Besonders die deutlich geringere Anzahl der Jugendlichen, die als potenzielle Bewerber bzw. Bewerberin für einen Ausbildungsplatz im Land Brandenburg zur Verfügung stehen, wird sich auf die Rekrutierungsaktivitäten der

Unternehmen auswirken. Die prognostizierten negativen Werte in den ländlichen Regionen bis ins Jahr 2030 könnten ebenfalls einen erheblichen Einfluss auf diese Aktivitäten ausüben.

#### 2.4.3 Wirtschaftliche Kenngrößen der Bauwirtschaft in Berlin und Brandenburg

Um die wirtschaftlichen Unterschiede beider Regionen aufzuzeigen, stehen eine Vielzahl von Daten zur Verfügung. Im Folgenden können nur einige wenige dieser Daten herangezogen werden, um die Verschiedenheit der Regionen zu verdeutlichen.

„Bauboom und Fachkräftemangel im Baugewerbe“ sowie „Volle Auftragsbücher der Bauunternehmen“ sind nur einige hier zu nennende Schlagworte und Überschriften, welche in den Medien in den Jahren 2017 bis 2019 verstärk in Deutschland zu finden sind.

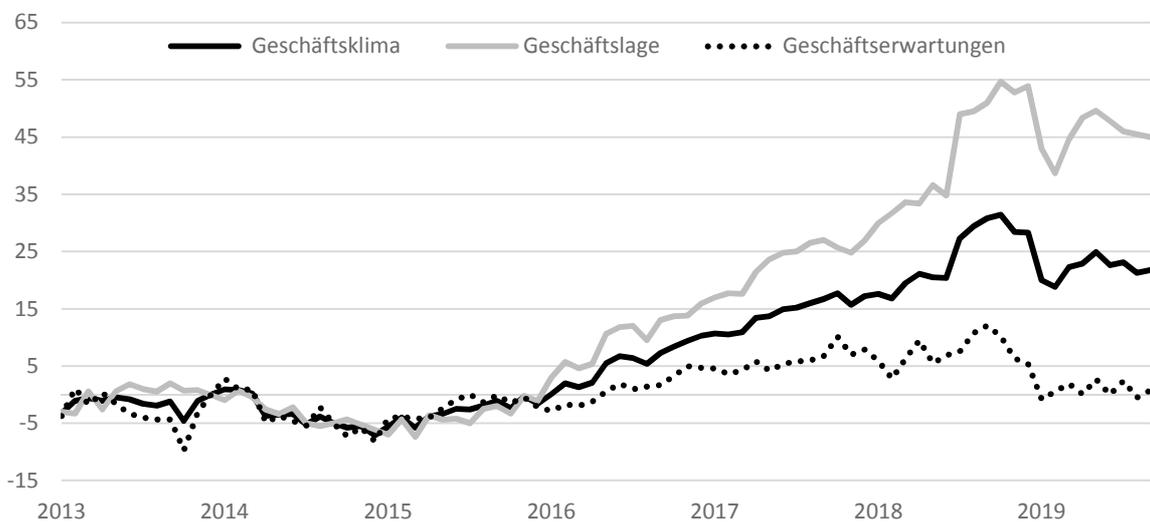


Abbildung 11: Ifo-Geschäftsklimaindex für das Baugewerbe in Deutschland (2005 = 100 %) (Quelle: IFO-INSTITUT 2018, S. 3)

Daten zur wirtschaftlichen Lage erfasst das IFO-Institut. Dabei werden ca. 9.000 Unternehmen gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage anhand einer Skala zu beurteilen und ihre Erwartungen für die folgenden sechs Monate mitzuteilen. Der Geschäftsklimaindex ist ein daraus errechneter Wert, der als Frühindikator für die konjunkturelle Entwicklung angesehen wird (vgl. SAUER/WOHLRABE 2020, S. 10ff.). Die Kurvenverläufe in der Abbildung 11 scheinen diese Aussagen zu bestätigen. Seit 2014 ist ein stetiger Anstieg der Baukonjunktur zu verzeichnen. Auch die Geschäftslage und die Geschäftserwartungen werden über einen längeren Zeitraum als positiv von den Unternehmern bewertet. Jedoch fällt die Erwartung öfter pessimistischer aus als die statistisch erhobene Wirtschaftslage. Im Jahr

2018 befindet sich der Geschäftsklimaindex für das Baugewerbe auf dem höchsten Stand seit der Wiedervereinigung 1989 mit weiterhin steigenden Tendenzen.

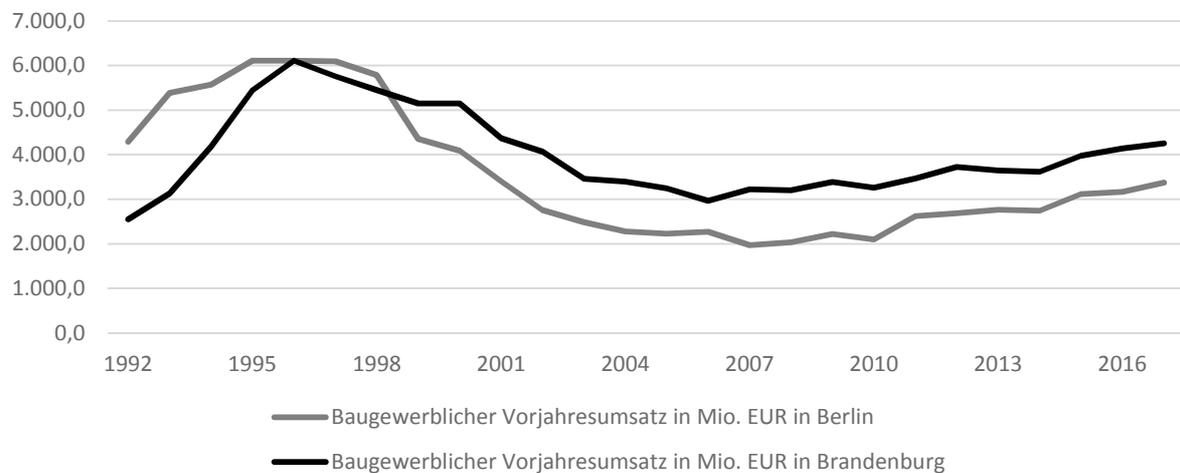


Abbildung 12: Jahresumsätze im Bauhauptgewerbe in Berlin und Brandenburg (Quelle: Beeck 2018, S. 41f.)

In der Abbildung 12 wird deutlich, dass auch die Jahresumsätze der Bauunternehmen in Brandenburg und Berlin nach dem Rückgang aus den „Boom-Jahren“ wieder kontinuierlich ansteigen.

Es ist an dieser Stelle nicht notwendig, die Werte detailliert für jedes Bundesland zu betrachten, da alle sechszehn Bundesländer eine ähnliche Entwicklung aufweisen. Ein deutlicher Unterschied wird jedoch sichtbar, wenn der Blick auf die Entwicklung der Anzahl der Bauunternehmen in Berlin und Brandenburg fällt.

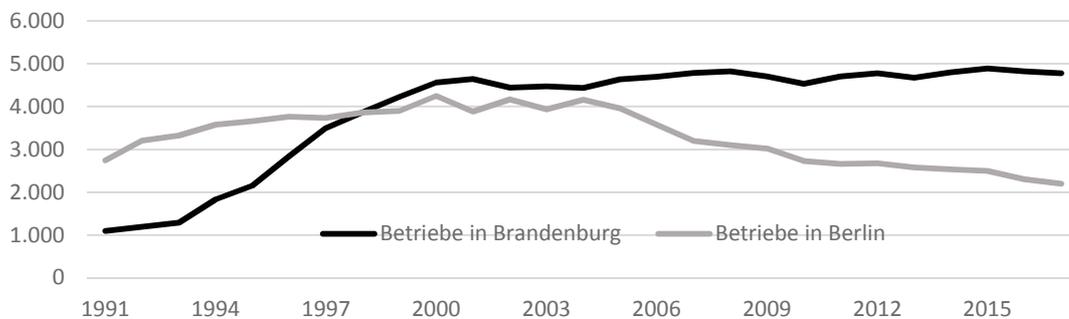


Abbildung 13: Entwicklung der Anzahl von Bauunternehmen in Berlin und Brandenburg (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019b)

In Brandenburg ist seit der Wiedervereinigung ein großer Anstieg an Bauunternehmen zu verzeichnen, der weiter anhält (Abbildung 13). Als Hauptursachen dieser Entwicklung sind der Wegfall der staatlichen Bauunternehmen nach dem Zusammenbruch der DDR und die geringe Anzahl an Bauunternehmen, die es in der DDR gab, zu nennen. Erste neugegründete Unternehmen, die zum Teil aus der Privatisierung der staatlichen Unternehmen hervorgingen, konnten die notwendige und überfällige Fülle von Modernisierungen und Neubauten in der Nachwendezeit bewältigen. Der zur gleichen Zeit verlaufende Bauboom und die Förderprogramme zum „Aufbau Ost“ wirkten positiv auf diese Entwicklung. Auch die staatliche Unterstützung durch Existenzgründerzuschüsse, welche im Zuge des „Zweiten Gesetzes für moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt“<sup>21</sup> (Bundesgesetzblatt 2002) eingeführt wurde, nutzten viele potenzielle Existenzgründende, um den Weg in die Selbstständigkeit zu bestreiten. Einen anfangs ähnlichen Verlauf zeigen die Zahlen der Bauunternehmen in Berlin. Jedoch ist seit dem Jahre 2003 ein stetiger Rückgang der Unternehmenszahlen zu verzeichnen.

„Knapp zwei Drittel der Brandenburger Betriebe des Bauhauptgewerbes hatten [2017] weniger als fünf Beschäftigte, 93,3 Prozent der Betriebe weniger als 20.<sup>22</sup> In den verbleibenden rund 7 Prozent der Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten waren etwa 47,6 Prozent aller Personen tätig.“ (BEECK 2018, S. 43).

Anhand dieser Zahlen kann in Brandenburg und Berlin von einer Klein- und Kleinstunternehmensstruktur im Baugewerbe gesprochen werden, was typisch für das Baugewerbe ist.

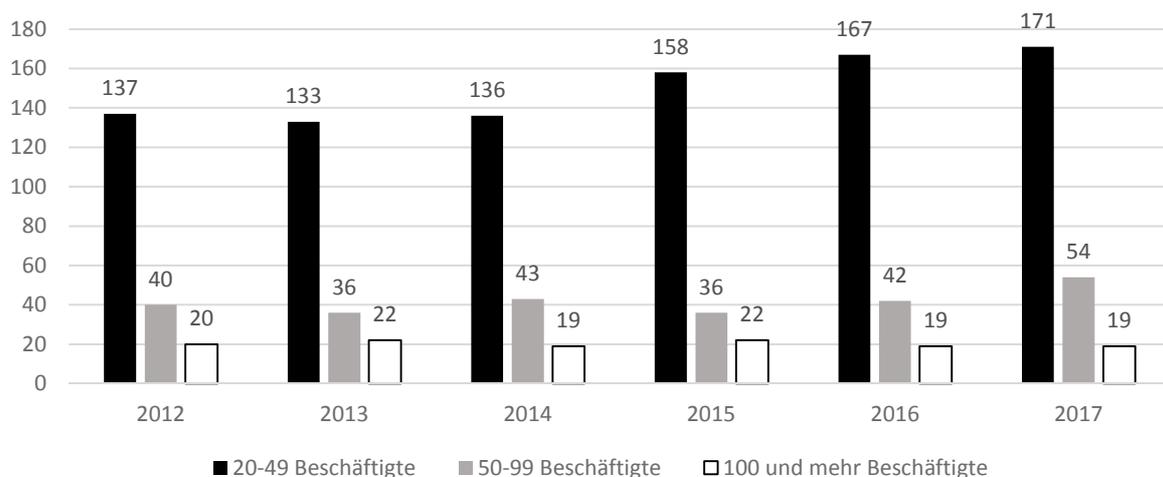


Abbildung 14: Entwicklung der Bauunternehmensgrößen in Berlin (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019b)

<sup>21</sup> Wird umgangssprachlich auch als Hartz II bezeichnet.

<sup>22</sup> Dieser Wert ist in den letzten 5 Jahren unverändert.

Jedoch sind im Zeitraum 2012 bis 2017 die Anzahl der Bauunternehmen in Berlin unter 20 Beschäftigte um 21 Prozent gesunken, wobei die Anzahl der Unternehmen mit 20 bis 49 Beschäftigten im gleichen Zeitraum um 25 Prozent und Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten um 35 Prozent anstiegen (Abbildung 14). In Brandenburg sind diese beiden Werte leicht rückgängig. Mögliche Ursache dieser gegenläufigen Entwicklung könnte die gehäufte Ausführung von Großbauten in Berlin sein, die tendenziell eher von größeren Unternehmen erstellt werden. Die Großflächigkeit der Brandenburger Region und auch zumeist kleinere Bauvorhaben können dagegen von Unternehmen aus der näheren Umgebung auch mit wenig Personal erstellt werden.

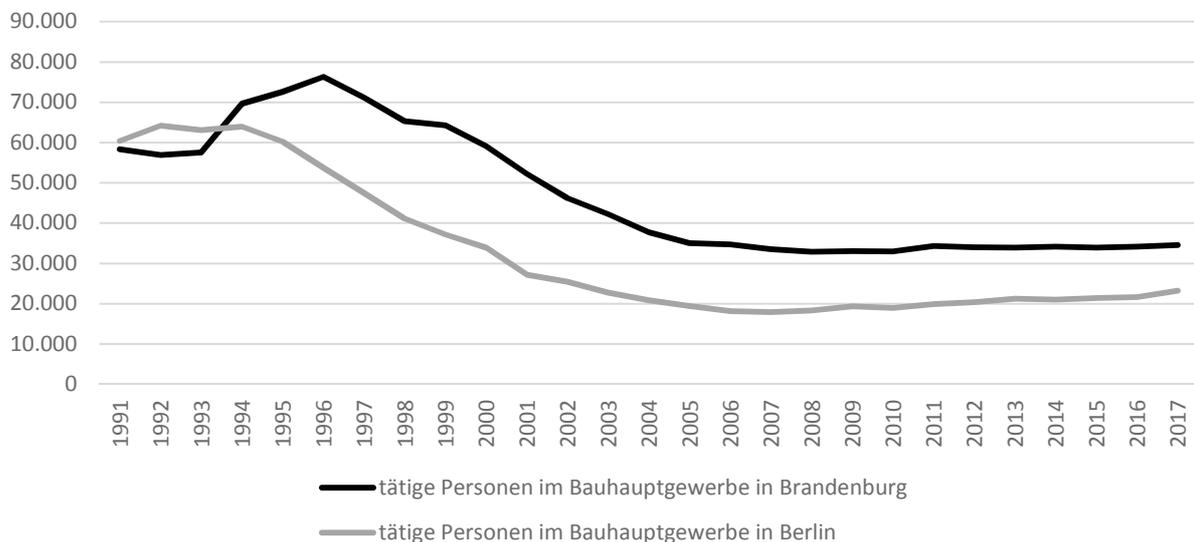


Abbildung 15: Beschäftigte im Bauhauptgewerbe (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019b)

Die Zahl der Beschäftigten war nach den Boomjahren der unmittelbaren Nachwendezeit im Zeitraum von 1996 bis 2007 in beiden Ländern rückläufig (Abbildung 15). In den vergangenen zehn Jahren ist eine leichte Trendwende erkennbar. In Berlin steigt die Kurve leicht, wobei Brandenburg bei den Beschäftigtenzahlen eher stagniert.

Mehr als 20 Prozent der gewerblichen Arbeitnehmenden waren im vergangenen Jahr bereits älter als 55 Jahre. Gegenüber dem Jahr 2007 bedeutet dies einen Anstieg um fast 60 Prozent. Im Gegensatz dazu ist insbesondere der Anteil der Beschäftigten im mittleren Alter, zwischen 25 und 44 Jahren, von 52 Prozent auf rund 42 Prozent gesunken. Es treten mehr Arbeitnehmende ins Rentenalter ein, als an Nachwuchs zum Beispiel durch eine duale Berufsausbildung für den Bausektor gewonnen werden können.

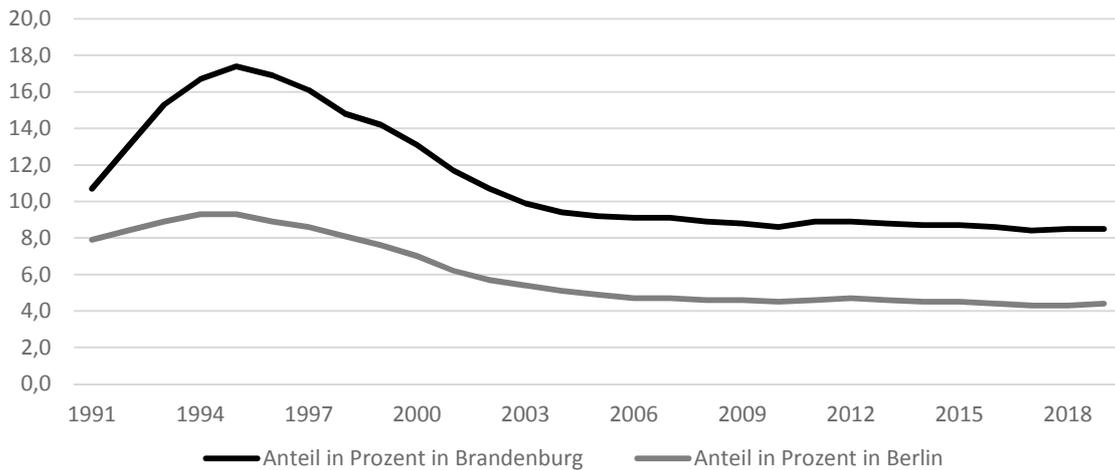


Abbildung 16: Anteil der Beschäftigten im Baugewerbe am Gesamtanteil aller Beschäftigten (Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019c)

Der Anteil der Beschäftigten im Baugewerbe am Gesamtanteil der Beschäftigten ist in Brandenburg deutlich höher (Abbildung 16). Damit zählt der Bausektor in Brandenburg zu einem starken Wirtschaftszweig, aus dem viele Arbeitnehmende ihr Einkommen beziehen. Er ist hier doppelt so stark wie in Berlin. Die städtischen Gebiete haben einen größeren Dienstleistungs- und Industriesektor, in dem mehr Arbeitskräfte tätig sind als in Brandenburg. Damit erklärt sich das deutlich geringere Verhältnis zu den Zahlen in der Stadt. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in Berlin die Anzahl der größeren Unternehmen gestiegen ist und die Anzahl kleinerer Unternehmen sinkt. Dagegen bestehen in Brandenburg mehr Klein- und Kleinstunternehmen, mit dem Ziel regionale Tätigkeiten mit geringerem Personalaufwand zu bearbeiten. Da in Brandenburg potenziell mehr Menschen im Bausektor tätig sind, ist die Branche dort von größerer Bedeutung,

#### 2.4.4 Die Lage auf dem Ausbildungsmarkt in Berlin und Brandenburg

Im folgenden Abschnitt werden die Auszubildendenzahlen in Berlin und Brandenburg näher beleuchtet und es wird der Frage nachgegangen, welche Entwicklungen sich hier abzeichnen. Das Jahr 2011 markierte einen viel diskutierten „Wendepunkt in der deutschen Bildungsgeschichte“ (BÄTHGE/WIECK 2015, S. 2ff.). Es standen 523.577 Neuzugänge zur dualen Berufsausbildung 522.306 Studienanfängerinnen und -anfänger gegenüber. Erstmals in der Geschichte glichen sich die Zahlen derjenigen, die eine Ausbildung begannen, und derjenigen, die ein Studium begannen, einander an. Das in Deutschland hochgeschätzte „Flaggschiff“ der Ausbildung, nämlich das duale Ausbildungssystem, hat zusehends an Bedeutung verloren und tritt in Konkurrenz mit dem Hochschulsystem. Die Folgen wirken

sich auf die Fachkräftesicherung, auch in der Bauwirtschaft, aus. Bei der Betrachtung der am häufigsten gewählten Ausbildungsberufe von männlichen Jugendlichen in Deutschland sind der Zimmerer auf Platz 34 und der Maurer auf Platz 36 als die bestplatzierten Berufe der Bautechnik zu finden (vgl. BIBB 2020). 3.981 Jugendliche ergriffen demnach den Ausbildungsberuf des Zimmererhandwerks und 3.651 den des Maurerhandwerks. Im Vergleich dazu wählten 26.823 Jugendliche den Beruf des Kaufmanns/ -frau für Büromanagement, welcher der am häufigsten gewählten Beruf im Jahre 2019 war. Mit einer Bewerber-Stellen-Relation (BSR)<sup>23</sup> von 62 Bewerbenden zählt der Hochbau laut Bundesagentur für Arbeit zu den Branchen, bei denen Auszubildende gute bis sehr gute Chancen haben, einen Ausbildungsplatz zu bekommen. Noch bessere Chancen bestehen bei Ausbildungsberufen in Lebensmittelherstellung/-verkauf mit 23 Bewerbenden und im Hotel- und Gaststättengewerbe mit 49 Bewerbenden (vgl. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2020a, S. 11).

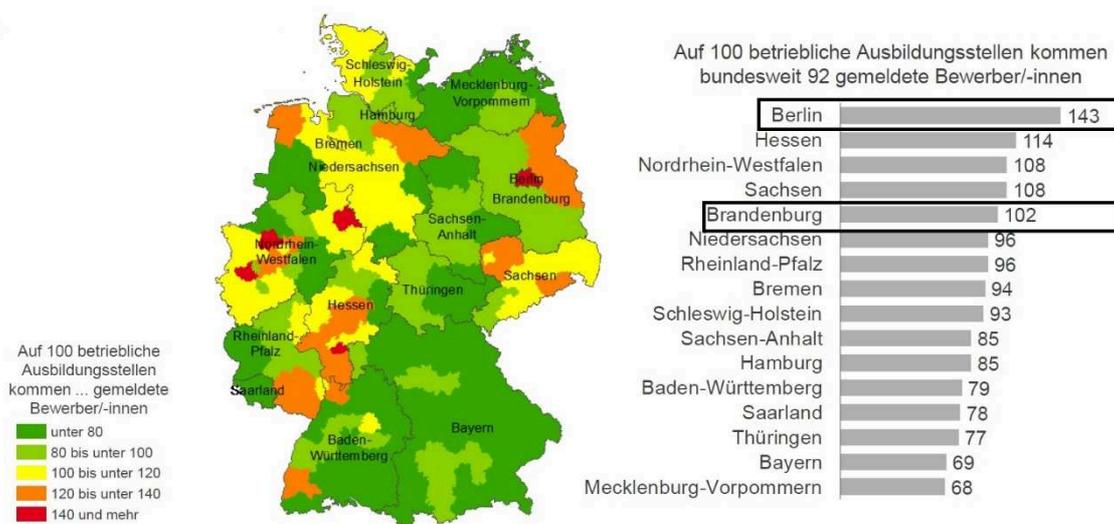


Abbildung 17: Bewerber-Stellen-Relation Deutschland (Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2020a, S. 8)

Bei der Betrachtung der Abbildung 17, welche die BSR der einzelnen Bundesländer über alle Ausbildungsberufe hinweg darstellt, sind große Unterschiede erkennbar. Berlin, Nordrhein-Westfalen und Hessen weisen eine sehr hohe BSR auf, im Gegensatz zu Bayern und Thüringen. So kommen in Hessen 143 Bewerbende auf 100 ausgeschriebene Ausbildungsplätze. In Brandenburg ist dieser Wert mit 102 Bewerbende auf 100 ausgeschriebenen Stellen um 25,3 Prozent geringer als in Berlin. Auffallend ist ebenfalls das

<sup>23</sup> Die BSR beschreibt die Anzahl der Bewerber auf 100 (Ausbildungs)-Stellen.

große Gefälle im Land Brandenburg, was durch die unterschiedliche Färbung der Flächen deutlich wird. Hierbei lässt sich kein direkter Zusammenhang mit den Bevölkerungszahlen oder den Schulabgangszahlen herstellen, jedoch mit der Unternehmensdichte in den Regionen. Der Bundesdurchschnitt weist eine BSR von 105 Personen auf, was zur Folge haben kann, dass einige Jugendliche keine Lehrstelle bekommen können und als unversorgte Bewerbende gelten. So waren im Jahr 2017, 23.700 Bewerbender unvermittelt und ohne Ausbildungsplatz geblieben, wie der Abbildung 18 zu entnehmen ist.

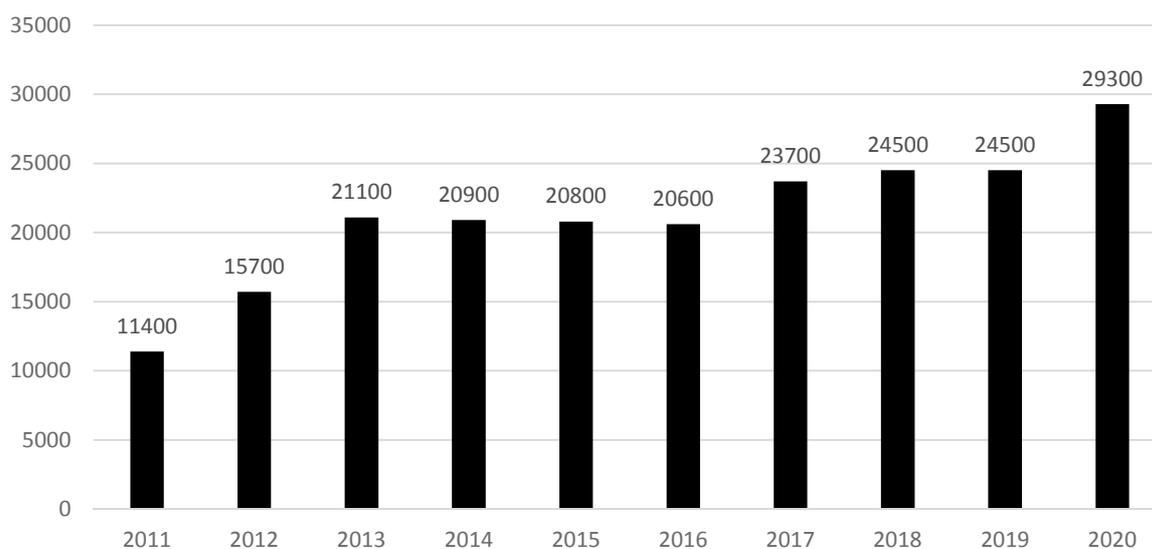


Abbildung 18: Bestand und Anteil unversorgter Bewerber und Bewerberinnen an allen gemeldeten Bewerbungen in Deutschland (Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2020a, S. 14)

Hierbei sei angemerkt, dass im Durchschnitt 45 Prozent der Anstiege in der Grafik auf geflüchtete junge Menschen zurückzuführen sind, so die Bundesagentur für Arbeit.

„Zum Bestand an unversorgten Bewerbern und Bewerberinnen werden ausschließlich diejenigen gemeldeten Bewerber/-innen gerechnet, die weder in eine Berufsausbildung noch in eine alternative Ausbildung eingemündet sind. Nicht zu den unversorgten Bewerberinnen und Bewerbern gehören Jugendliche, die zwar ihren Vermittlungswunsch aufrechterhalten, aber zwischenzeitlich eine Alternative (z. B. weiterer Schulbesuch, berufsvorbereitende Maßnahme) begonnen haben oder von der Berufsberatung – zuständigkeitshalber – zur Arbeitsvermittlung verwiesen wurden, selbst wenn sie dort arbeitslos gemeldet sind. Ebenfalls ausgeschlossen sind die Personen, die sich ohne Angabe eines Verbleibs nicht mehr bei der Bundesagentur für Arbeit gemeldet haben und damit unbekannt verblieben sind“ (BIBB 2009, S. 43).

Seit 2011 ist der Anteil der unversorgten Bewerber und Bewerberinnen von 11.400 auf 29.300 Jugendliche um 257 Prozent angestiegen. Gleichzeitig blieben im Jahr 2020, 59.900 Ausbildungsstellen unbesetzt oder es konnten keine geeigneten Bewerbenden gefunden werden (vgl. BUNDESAGENTUR FÜR AREBIT 2020a, S. 17).<sup>24</sup> Es scheint ein Mismatch vorzuliegen, dessen Ursache es noch zu erforschen gilt.

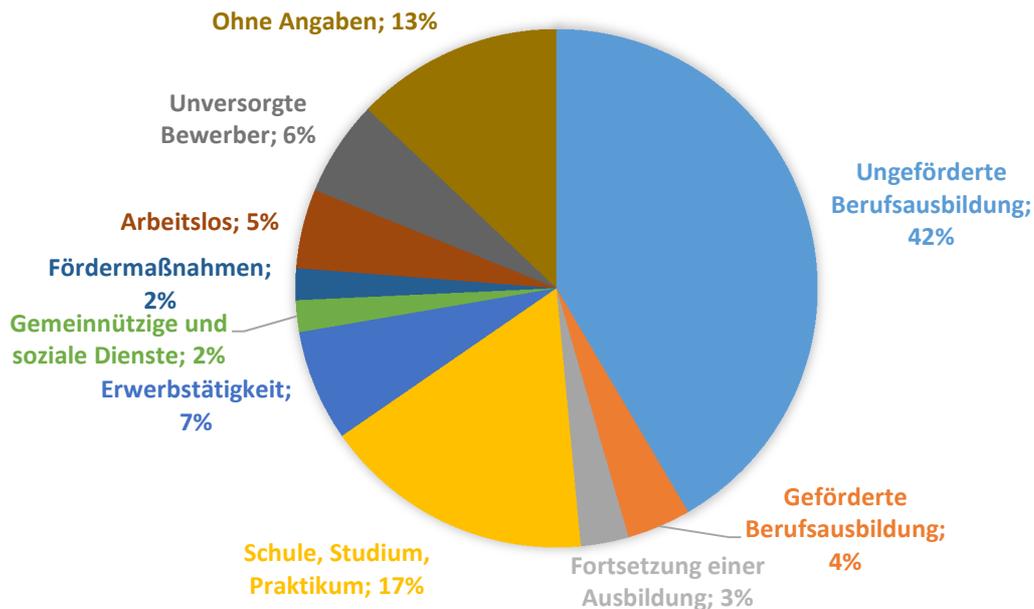


Abbildung 19: Verbleib der Altbewerber und -bewerberinnen (30.09.2020) (Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2020a, S. 13)

Auszubildende, die in einem Jahr erfolglos einen Ausbildungsplatz suchten, werden im Folgejahr als „Altbewerber und -bewerberinnen“ in den Statistiken geführt. Die Abbildung 19 zeigt, dass 46 Prozent der Altbewerber in eine Berufsausbildung münden. Dieser hohe Wert unterstreicht die Intention der Jugendlichen eine solide Ausbildung abschließen zu wollen, um zukünftig auf den Arbeitsmarkt bestehen zu können, und zeigt das große Vertrauen, welches der Berufsausbildung im Hinblick auf die sichere Zukunftschance entgegengebracht wird. Im Weiteren soll auf die Ausbildungszahlen in den Bundesländern Berlin und Brandenburg eingegangen werden, bevor das Feld der bautechnischen Berufe untersucht wird. Es kann dabei nur auf ausgewählte, aussagekräftige Kenngrößen eingegangen werden, um einerseits die Übersicht zu wahren und andererseits den Fokus der Forschungsfrage beizubehalten.

<sup>24</sup> Im Gegensatz zum Jahr 2016 ist dieser Wert um 13 Prozent angestiegen. Auch zu 2015 gab es eine deutliche Steigerung um 4,5 Prozentpunkte.

Im Jahr 2016 gab es in Brandenburg 14.218 (29.764)<sup>25</sup> neue Auszubildende, die sich für eine Berufsausbildung entschieden. Im Vergleich zum Jahr 2005 ist dieser Wert um 42 Prozent gesunken. In Berlin hingegen ist der Wert von 28.799 im Jahr 2006 um 3,3 Prozent gestiegen. Dabei sind alle Formen der Berufsausbildung erfasst. Im dualen System der Berufsausbildung nach Berufsbildungsgesetz (BBiG) und Handwerksordnung (HwO) sank der Wert von 15.909 (19.133) auf 8.532 (16.418) um 47 Prozent (15 Prozent). Eine andere Entwicklung zeigen die Zahlen der ausländischen Neulinge im dualen System nach BBiG und HwO. Diese stiegen in Brandenburg von 80 Auszubildenden im Jahre 2005 auf 321 Personen im Jahr 2016, was einen Zuwachs um 400 Prozent bedeutet. In Berlin stieg der Anteil der ausländischen Neulinge deutlich moderater von 1.199 auf 1.776 (+ 48 Prozent). Anscheinend gehen Unternehmen in Brandenburg zusehends dazu über, auch auf ausländische Auszubildende zuzugehen, was in Berlin schon länger die Praxis darstellt. Der Trend zur vermehrten Aufnahme eines Studiums trifft auf Berlin und Brandenburg im gleichen Maße wie im Bundesgebiet zu. So haben sich im Jahr 2016 8.112 (35.367) Jugendliche für ein Studium entschieden. Die erhöhte Studierneigung in Berlin lässt sich auch mit der Anzahl der Hochschulen und den geringeren Entfernungen zur Hochschule erklären. Die Tabelle 5 zeigt, welche Schulabschlüsse die Neulinge 2016 am Berufsausbildungsgeschehen in Berlin und Brandenburg haben und wie sie sich im Ausbildungssystem verorten.

	<b>Insgesamt</b>	<b>Ohne HSA</b>	<b>HSA</b>	<b>RSA</b>	<b>FHR</b>	<b>AHR</b>	<b>Sonstige Vor- bildung</b>
<b>Berufsausbildung</b>	14.218 (29.764)	503 (822)	3.271 (5.739)	7.318 (13.606)	666 (2.276)	2.215 (7.321)	245
<b>Nach HwO/BBiG</b>	8.532 (16.418)	503 (760)	2.403 (3.777)	3.766 (6.216)	244 (1.210)	1.407 (4.458)	209
<b>Schulische BA nach BBiG/HwO</b>	0 (1.169)	0 (11)	0 (334)	0 (692)	0 (21)	0 (111)	0
<b>Schulische BA nach Landesrecht</b>	297 (1.467)	0 (14)	0 (419)	250 (868)	7 (27)	40 (139)	0
<b>Doppelqualifizierende, schulische BA</b>	0 (1.189)	0 (11)	0 (340)	0 (704)	0 (22)	0 (113)	0

<sup>25</sup> Hier und im Folgenden geben die Zahlen in Klammern die Werte für das Bundesland Berlin im gleichen Zeitraum wieder.

<b>Schulische BA im Gesundheits-, Erziehungs- und Sozialwesen</b>	5171 (8.585)	0 (26)	868 (870)	3084 (4.193)	415 (995)	768 (2501)	36
<b>BA im öfftl.-rechtl. Ausbildungsverhältnis</b>	218 (936)	-	-	218 (963)	-	-	-
<b>BA – Berufsausbildung, HSA – Hauptschulabschluss, RSA – Realschulabschluss, FHR – Fachhochschulreife, AHR – Allgemeine Hochschulreife</b>							

*Tabelle 5: Schulabschlüsse von Bewerbern bzw. Bewerberinnen in den Bildungsgängen (Quelle: Statistisches Bundesamt 2017, S. 7ff.)*

Aus der Tabelle geht hervor, dass ein Großteil der Jugendlichen, die sich für eine duale Berufsausbildung bewerben, einen Hauptschulabschluss oder einen Realschulabschluss besitzt. Jedoch haben diese Bewerber und Bewerberinnen in der Metropolregion Berlin-Brandenburg viele Möglichkeiten auch außerhalb des dualen Systems ihren Qualifikationsweg fortzusetzen. Das Nichterreichen des Hauptschulabschlusses bedeutet nicht gleichzeitig den Ausschluss aus der dualen Berufsbildung. In Brandenburg mündeten alle 503 Bewerbende ohne Schulabschluss in eine Ausbildung im dualen System der Berufsausbildung, auch weil andere Bildungsmaßnahmen einen Schulabschluss als Voraussetzung haben. Immerhin gehen in Brandenburg fast 7 Prozent der Jugendlichen ohne Hauptschulabschluss von der Schule ab. In der Summe waren das im Jahre 2016 1.523 Schüler und Schülerinnen. Relativ hoch ist die Quote der Schulabgängerinnen und -abgänger ohne Hauptschulabschluss an Gesamtschulen und Oberschulen. Hier verließen 5,1 Prozent (8,7 Prozent) die Schule ohne Schulabschluss. 14,5 Prozent (67,1 Prozent) konnten an Sonderschulen in Brandenburg keinen Schulabschluss erreichen. Es sind diesbezüglich große regionale Unterschiede festzustellen. Die Prignitz (13,1 Prozent), die Uckermark (11,57 Prozent) und der Landkreis Oder-Spreewald-Lausitz (9,3 Prozent) verzeichnen die höchsten Werte bei den Abgehenden ohne Schulabschluss. Gleichzeitig sind diese Regionen am weitesten von der Metropole Berlin entfernt. Im Gegensatz zu den metropolangrenzenden Regionen wie Potsdam (3,6 Prozent), Barnim (5,92 Prozent) oder dem Havelland (5,0 Prozent) fallen die Ergebnisse deutlich höher aus. Eine Möglichkeit könnte der schlechtere Breitbandausbau in ländlichen Regionen sein oder die begrenzteren Möglichkeiten der zusätzlichen Förderungen in den ländlichen Regionen, was sich negativ auf

den Zugang zu Bildungsinhalten auswirken kann. Beide Ursachen werden im Laufe der Arbeit weiter vertieft.

In Brandenburg werden an sieben Berufsschulstandorten Auszubildende im Berufsfeld Bautechnik im dualen System der Berufsausbildung unterrichtet. In Berlin hingegen werden die Auszubildenden an zwei Standorten beschult.<sup>26</sup> Die überbetriebliche Ausbildung findet in Berlin an einem Standort und in Brandenburg an sieben Standorten statt. Mit dem Beginn des Schuljahres 2017 befinden sich in Berlin 1.970 Auszubildende im Berufsfeld Bautechnik über alle Lehrjahre verteilt. In Brandenburg sind es zur gleichen Zeit 985 Auszubildende.

Abbildung 20 zeigt die Entwicklung der Auszubildendenzahlen über den Zeitraum von 2006/07 bis 2017/18.

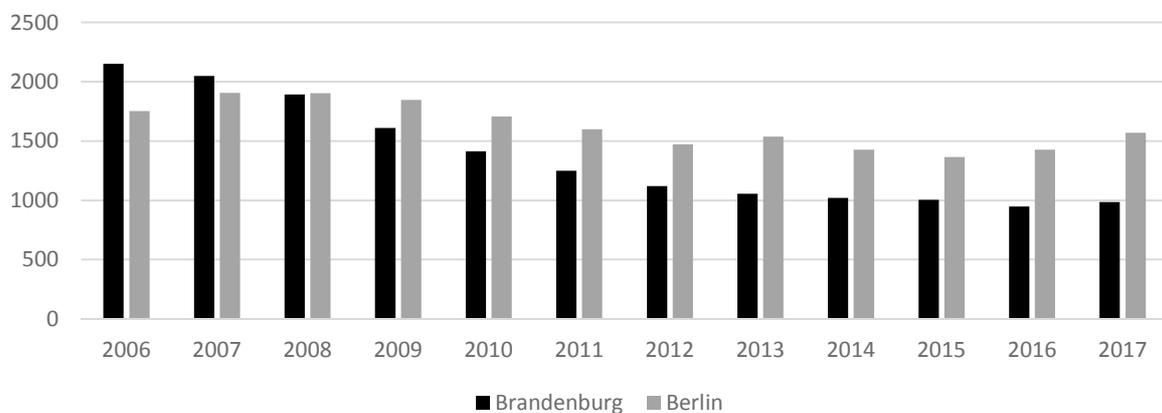


Abbildung 20: Entwicklung der Auszubildendenzahlen im Berufsfeld Bautechnik (Quelle: SenBJF 2020; MBJS 2021)

Hier wird deutlich, dass die Anzahl der Auszubildenden in Brandenburg deutlich stärker gesunken ist als in Berlin. So sank die Zahl von 2007 bis 2017 in Brandenburg um 54,2 Prozent und in Berlin um 11 Prozent. Gemessen an allen Auszubildenden, die sich im Jahre 2017 im dualen System der Berufsausbildung befanden, haben sich in Brandenburg 11,5 Prozent und in Berlin 9,56 Prozent für einen bautechnischen Beruf entschieden. Der Beruf des Dachdeckerhandwerks wurde von den Jugendlichen in Berlin besonders häufig gewählt. 2017 entschieden sich 92 Jugendliche, den Beruf des Dachdeckers und Dachdeckerinnen zu ergreifen. Gefolgt vom Beruf des Gerüstbauers und Gerüstbauerinnen (81) und des Tiefbauers und Tiefbauerinnen (76). Im Land Brandenburg ist der Beruf des Maurers und Maurerinnen (156) der meistgewählte Beruf unter den Jugendlichen im Jahr 2017 (vgl. MBJS 2018, S.33).

<sup>26</sup> Zwei Schulstandorte bilden in Berlin den überwiegenden Teil der Bauberufe aus. Einzelne kleinere Berufsgruppen sind aber darüber hinaus auf zwei weitere Standorte in der Stadt verteilt.

#### 2.4.5 Zusammenfassung

Zwischen Berlin und Brandenburg sind erhebliche Unterschiede in demografischer und wirtschaftlicher Sicht auszumachen. Die Anzahl und Dichte der potenziellen Auszubildenden der Bauwirtschaft sind im städtischen Raum deutlich größer als auf dem Land. Es bestehen kürzere Fahrtwege für die städtischen Jugendlichen zu den Unternehmen und zu den Baustellen. In den ländlichen Regionen ist die Klein- und Kleinststruktur bei den Bauunternehmen weiter verbreitet als in der Stadt. Die Unternehmen „konkurrieren“ um wenige Jugendliche nicht nur mit den Unternehmen der eigenen Branche, sondern auch mit Unternehmen anderer Branchen. Der demografischen Unterschiede wirkt sich auch auf die BSR aus, welche in der Stadt deutlich höher ist. Für die Unternehmen bedeutet dies eine größere Chance, mehr Bewerbungen für die angebotenen Ausbildungsberufe zu erhalten und Ausbildungsstellen besser besetzen zu können.

## 3 Empirische Erhebung

### 3.1 Die Felderschließung

Nachdem die einschlägige Literatur zuzüglich der Sekundärliteratur recherchiert und analysiert wurde konnte kein abschließendes und vollständiges Bild von der Situation der Nachwuchskräfte-sicherung der Bauwirtschaft in der Stadt und auf dem Land gewonnen werden. Es war notwendig, die Verantwortlichen zur Situation zu befragen, um ein vollständiges Lagebild zur aktuellen Situation zu bekommen. Dabei fiel die Wahl auf die Bauunternehmen als direkt am Ausbildungs- und Rekrutierungsprozess Beteiligte. Als Methode wurde zunächst das erzählgenerierende Interview als Teil der quantitativen Sozialforschung genutzt, da dieses ein direktes Nachfragen und eine bessere Aktivierung der Befragten erlaubt. Im Folgenden wird der Weg vom erzählgenerierten Interview bis zur Hypothesenbildung dargestellt.

#### 3.1.1 Die Interviews

Wie in den vorherigen Kapiteln beschrieben, kann es für Unternehmen enorm wichtig sein, geeigneten Nachwuchs zu finden, um die Zukunft des Betriebes zu sichern. Da die Literaturrecherche nur unzureichende Ergebnisse hervorbrachte, wurden Interviews geführt. Zur Überblicksbeschaffung, Thesenfindung und Themeneingrenzung wurden Interviews mit verschiedenen Unternehmen der Baubranche zum Thema Nachwuchskräfte-sicherung geführt. Es war zu diesem Zeitpunkt unerheblich, ob diese Unternehmen im ländlichen oder städtischen Raum angesiedelt waren oder welche Rekrutierungsinstrumente benutzt wurden. Es ging ausschließlich um die Felderschließung und um das Erfahrungsbild der Unternehmen in Bezug auf die Berufsausbildung in der Bauwirtschaft.

Die Auswahl der Unternehmen war von der Bereitschaft abhängig, über den Fachkräftemangel und die Ausbildungsaktivität und -erfahrung im eigenen Unternehmen zu berichten. Es wurden Unternehmen gesucht, welche im Maurer- und Zimmereihandwerk sowie im Kanal- und Rohrleitungsbau ausbilden. Durch Internetrecherchen, telefonische Anfragen und die Nutzung von sozialen Medien gelang es, Unternehmen im ländlichen und städtischen Raum ausfindig zu machen und die Interviews durchzuführen. Acht Unternehmen der Baubranche in der städtischen Region Berlin und sieben Unternehmen in der ländlichen Region Brandenburg signalisierten ihre Bereitschaft und nahmen sich bis zu zwei Stunden Zeit, für ein zum Teil sehr ausführliches Gespräch.

Mit den Interviewten wurde vorab, meist telefonisch, ein Termin vereinbart mit einem Zeitfenster von 45 Minuten. Es wurde beachtet, dass die Interviews im Winter und dessen Randzeiten stattfinden konnten. Zu anderen Jahreszeiten herrscht in der Baubranche Hochkonjunktur mit zumeist vollen Auftragsbüchern und daher wenig Zeit für Interviews. Befragt wurden Meister, Prokuristen, Personalverantwortliche und Betriebsinhaber. Bei kleineren Unternehmen hat eine Person mehrere oder sogar alle benannten Positionen inne. Nachdem die ersten Interviewpartner jegliche Form der Aufzeichnung des Gesprächs ablehnten, wurde auf diese Anfrage später verzichtet, zugunsten eines offenen und vertrauensvolleren Gesprächseinstiegs. Die Dokumentation erfolgte in handschriftlicher Form, was sich als brauchbares Mittel erwies. Diese Form der Mitschriften wurde von allen Interviewten genehmigt.

Mit zunehmender Interviewzahl entstanden beim Interviewer Fragen, die zunehmend konkretisiert werden konnten, sodass sich die ursprünglich konzipierten Interviews in ihrer Struktur wandelten. Waren sie anfangs sehr offen gestaltet und als erzählgenerierende Interviews geführt worden, änderte sich die Struktur zu einem leitfragengestützten Interview, bei dem die Inhalte stark eingegrenzt werden konnten. Die Leitfragen erlauben es auch, ausschweifende Ausführungen zu vermeiden und die Interviewdauer angemessen zu beeinflussen. Folgende Leitfragen strukturierten die Interviews:

### **1. Kenndaten des Unternehmens**

Name und Sitz des Unternehmens (ländlicher oder städtischer Raum) (Bundesland):

Datum des Interviews:

Position des Interviewten im Unternehmen:

Ist ein Personalmanagement vorhanden?

Die Tätigkeitsfelder und angebotenen Ausbildungsberufe des Unternehmens:

Wie viele Ausbildungsplätze bietet Ihr Unternehmen pro Jahr in der Baubranche an und wie viel Prozent konnten Sie davon besetzen?

### **2. Rekrutierungssituation**

Welche Stärken oder Eigenschaften Ihres Unternehmens könnten für junge Azubis besonders interessant sein?

Welche Anforderungen stellen Sie an einen Bewerber bzw. eine Bewerberin?

Welche Defizite weisen die meisten Bewerbenden in Ihren Augen auf?

Wie sind Auszubildende bisher auf Sie aufmerksam geworden?

Welche Maßnahmen zur Bewerbergewinnung betreiben Sie?

Sind die Maßnahmen zeitlich verdichtet?

Beteiligt sich Ihr Unternehmen an der schulischen Berufsorientierung (G-Day, B-Day, Schulpraktika, Matching, Vorstellungsgesprächsübung, Schulmessen ...)?

Wer könnte in Ihren Augen das bautechnische Interesse bei Jugendlichen wecken, sodass sie sich für eine duale Berufsausbildung in einem Baubetrieb entscheiden?

Fühlen Sie sich von den Kammern und Innungen bei der Rekrutierung unterstützt?

### **3. Während der Ausbildung**

Erfahren die Azubis im Unternehmen eine besondere Unterstützung während der Ausbildung (Nachhilfe, finanzielle Hilfen, Coaching ...)?

Ergreifen Sie Maßnahmen zur Bindung der Auszubildenden nach der Ausbildung (Weiterbildung, Aufstiegschancen, Stipendien ...)?

Unterhält Ihr Unternehmen Ausbildungskooperationen oder sind sie vorstellbar?

### **4. Sonstiges**

Sehen Sie eine Alternative zur dualen Berufsausbildung?

Können Sie sich vorstellen, Migranten bzw. Migrantinnen als Auszubildende einzustellen?

Was sehen Sie als Ursache für die geringe Bewerbernachfrage?

Wie könnte die Branche die Nachfrage in Ihren Augen steigern?

#### **3.1.2 Ergebnisse aus den Unternehmensinterviews**

Bei der Auswertung der leitfragengestützten Interviews entstanden Antwortmuster, welche deutliche Unterschiede im Rekrutierungsverhalten der Unternehmen bei der Auszubildengewinnung, im Anforderungsprofil an die Auszubildenden und in der generellen Ausbildungsorganisation zwischen den Unternehmen in ländlichen und städtischen Regionen aufzeigten. Die daraus abgeleiteten Thesen bilden den Hauptteil der vorliegenden Forschungsarbeit. Die folgende Zusammenstellung verdeutlicht die Befragungsergebnisse.

<b>Ländliche Region (Brandenburg ohne Metropolregion)</b>	<b>Städtische Region (Berlin)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kaum Unterstützung der Azubis während der Ausbildung</li> <li>• wenige Aktivitäten zur Gewinnung von Auszubildenden</li> <li>• geringe Teilnahme an der Berufsorientierung in der SEK I</li> <li>• eingegengtes Bewerberfeld</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• breite Unterstützung der Azubis während der Ausbildung</li> <li>• viele Aktivitäten zur Gewinnung von Auszubildenden</li> <li>• größere Teilnahme an der Berufsorientierung in der SEK I</li> <li>• breites Bewerberfeld</li> </ul>

Viele städtische Unternehmen sind bei der Auswahl möglicher Auszubildender deutlich weniger eingeschränkt. Oft werden die schulischen Leistungen als Auswahlkriterium für eine duale Berufsausbildung nicht in Betracht gezogen. Sie sehen die Chance, die Defizite auch in der Ausbildung zu beseitigen. Wichtiger sind den Unternehmen soziale und personale Kompetenzen der Auszubildenden, die sich in den Zeugnissen, an den Fehlzeiten (entschuldigt oder unentschuldigt) und dem Auftreten beim Bewerbungsgespräch ablesen lassen. Im ländlichen Bereich waren des Öfteren Aussagen zu hören, dass die potenziellen Auszubildenden in den Schulfächern Mathematik und Physik mindestens ein „gut“ vorweisen und möglichst wenige Fehlzeiten haben sollten. Einzelne Befragte gaben an, dass bei Nichterfüllung der selbstgesetzten „Mindeststandards“ Bewerbungen keine Beachtung finden. Besonders bei den Aktivitäten, welche zur Gewinnung der Schüler und Schülerinnen eingesetzt werden, um sie als Auszubildende für die Unternehmen zu gewinnen, konnten erhebliche Unterschiede festgestellt werden. Unternehmen im städtischen Raum nutzen sehr viele unterschiedliche Aktivitäten, um die Schülerschaft auf sich aufmerksam zu machen. Der eigene Internetauftritt, auf dessen Startseite bereits um künftige Auszubildende geworben wird, die Beteiligung an Berufsorientierungsmaßnahmen an Sekundarschulen, das Betreiben von firmeneigenen Ständen auf Bildungs- und Handwerksmessen sowie das Werben in der regionalen Presse sind nur einige zu nennende Aktivitäten. Einzelne Unternehmen berichteten über die Zusammenarbeit mit einer Justizvollzugsanstalt, um den Jugendlichen nach deren Entlassung ein festes Arbeitsumfeld zu gewährleisten und sich gleichzeitig motivierte Auszubildende zu sichern.

Deutlich weniger Aktivitäten werden von Unternehmen in ländlichen Gebieten ergriffen. Mehrmals wurde auf die Verantwortung der zuständigen Kammern und Innungen verwiesen, welche als Partner oder Verantwortliche für die Auszubildendengewinnung angesehen

werden. Die Beteiligung an Berufsorientierungsmaßnahmen, das Betreiben von Messeständen und die Werbung in regionalen Printmedien wurden von ländlichen Unternehmen oft als wirkungslos und zu teuer bewertet. Auch die Hoffnung in den ländlichen Gebieten, dass sich in Zukunft die Situation am Ausbildungsmarkt für die Unternehmen verbessere, bestand selten. Oft war Entmutigung und Resignation bei den Unternehmen erkennbar. Auf die Frage, wie viele Bewerbungen für eine ausgeschriebene Ausbildungsstelle bei den Unternehmen in ländlichen Gebieten eingehen, wurde mitgeteilt, dass es nicht selten gar keine Bewerbungen gibt. Unternehmen in städtischen Gebieten berichteten, dass sie bis zu acht Bewerbungen für eine Ausbildungsstelle erhalten. Die sich aus der Selbstauskunft der Unternehmen der Bauwirtschaft zeigenden Aktivitäten zur Gewinnung von Auszubildenden stellen sich zusammengefasst wie folgt dar:

1. Im städtischen Raum sind die Unternehmen aktiver bei der Rekrutierung von Nachwuchskräften und der Unterstützung während der Ausbildung.
2. Die Unternehmen im städtischen Raum sind für die Jugendlichen sichtbarer.
3. Die vorausgesetzten Erwartungen an die Schulleistungen beim Eintritt in eine Ausbildung werden in der städtischen Region niedriger angesetzt, sodass die Hürde an der ersten Schwelle der Berufslaufbahn hier nicht so hoch ist.

Insgesamt scheint damit für die städtische Region ein dreifacher Vorteil gegenüber der ländlichen Region gegeben zu sein, geeignete Jugendliche für eine Ausbildung in der Bauwirtschaft zu finden.

### 3.2 Abgeleitete Hypothesen

Ausgehend von den Ergebnissen der Unternehmensbefragungen werden sechs Hypothesen aufgestellt.

Hypothese I: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen Jugendlichen der Kohorten „Stadt“ und „Land“ hinsichtlich der entfalteten Aktivitäten bei der Ausbildungsplatzsuche.

Hypothese II: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen Jugendlichen der Kohorten „Stadt“ und „Land“ hinsichtlich der Begründung einer Berufswahl für einen bautechnischen Ausbildungsberuf.

Hypothese III: Die Berufsorientierungsmaßnahmen in der SEK 1 vermitteln sowohl in ländlichen als auch in städtischen Räumen nur unzureichende Informationen über bautechnische Berufe.

Hypothese IV: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bezüglich der Zukunftsplanung im Ausbildungsberuf.

Hypothese V: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bezüglich des Berufsimages der Bauberufe unter den Jugendlichen.

Hypothese VI: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bei der Reichweite und Erfolgsquote von unternehmerischen Rekrutierungsmaßnahmen.

Aus den Hypothesen werden Fragen formuliert, mit deren Hilfe die Hypothesen beantwortet werden sollen. Im Folgenden werden einzelnen Fragen den Hypothesen zugeordnet. Einige abgeleitete Fragen können bei mehreren Hypothesen zur Überprüfung herangezogen werden, weil sie in einem anderen Zusammenhang interpretiert werden.

**Hypothese I: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen Jugendlichen der Kohorten „Stadt“ und „Land“ hinsichtlich der entfalteten Aktivitäten bei der Ausbildungsplatzsuche.**

*Die Hypothese soll mit folgenden Fragestellungen überprüft werden:*

- Wie viele Bewerbungen haben Sie vor Beginn des Ausbildungsjahres insgesamt (alle Berufe eingeschlossen) versendet?
- Zu welchem Zeitpunkt haben Sie sich für einen Beruf in der Bauwirtschaft entschieden?
- Ist der von Ihnen gewählte Ausbildungsberuf auch Ihr Erstwunsch?
- Welche Entfernung hat Ihr Ausbildungsbetrieb (auch Zweigstelle des Unternehmens) zur Wohnung, in der Sie vor der Ausbildung wohnten?
- Beurteilen Sie die verschiedenen Hilfen, die Ihnen bei der Berufsorientierung zur Seite standen.
- Wie sind Sie auf den gewählten Ausbildungsberuf erstmals aufmerksam geworden?
- Haben sich Ihre Erwartungen an Ihren Ausbildungsberuf bis zum jetzigen Zeitpunkt erfüllt?

**Hypothese II: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen Jugendlichen der Kohorten „Stadt“ und „Land“ hinsichtlich der Begründung einer Berufswahl für einen bautechnischen Ausbildungsberuf.**

*Die Hypothese soll mit folgenden Fragestellungen überprüft werden:*

- Hatten Sie vor der Berufswahlentscheidung Ihre handwerklichen Fähigkeiten unter Beweis stellen können?
- Haben Sie ihr Können mit den Anforderungen ihres Ausbildungsberufs vor der Berufswahlentscheidung verglichen?
- Welchen Einfluss hatten die folgenden Kriterien für Sie bei der Wahl eines Ausbildungsberufs in der Bauwirtschaft?
- Wie gut kennen Sie Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Ausbildungsberuf?
- Welche Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Beruf könnten Sie sich persönlich vorstellen?

**Hypothese III: Die Berufsorientierungsmaßnahmen in der SEK I vermitteln sowohl in ländlichen als auch in städtischen Räumen nur unzureichende Informationen über bautechnische Berufe.**

*Die Hypothese soll mit folgenden Fragestellungen überprüft werden:*

- War Ihnen die Berufsorientierung in der SEK I (zum Beispiel im Fach WAT) bei der Berufswahl für einen Bauberuf eine Hilfe?
- Beurteilen Sie die verschiedenen Hilfen, die Ihnen bei der Berufsorientierung zur Seite standen?
- Haben Sie ihr Können mit den Anforderungen ihres Ausbildungsberufs vor der Berufswahlentscheidung verglichen?
- Wie sind Sie auf den gewählten Ausbildungsberuf erstmals aufmerksam geworden?
- Wie gut kennen Sie Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Ausbildungsberuf?
- Welche Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihren Beruf könnten Sie sich persönlich vorstellen?
- Wie gut glauben Sie über Ihren Ausbildungsberuf informiert zu sein (Ausbildungsordnung, Aufgabenspektrum, Tätigkeiten, Werkzeuge, verwendete Materialien)?

**Hypothese IV: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bezüglich der Zukunftsplanung im Ausbildungsberuf.**

*Die Hypothese soll mit folgenden Fragestellungen überprüft werden:*

- Wie gut kennen Sie Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Ausbildungsberuf?
- Welche Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihren Beruf könnten Sie sich persönlich vorstellen?
- Zu welchem Zeitpunkt haben Sie sich für einen Beruf in der Bauwirtschaft entschieden?
- Wann erfolgte die erste Kontaktaufnahme mit Ihrem Ausbildungsbetrieb vor Beginn der Ausbildung?
- Wie empfanden Sie die Suche nach einem geeigneten Ausbildungsbetrieb im Baugewerbe?

- Mit zunehmender Ausbildungsdauer steigt auch die Schwierigkeit der Aufgaben. Kennen Sie konkrete Unterstützungsmaßnahmen, die Sie nutzen können, um Ihre Ausbildung sicher abschließen zu können?
- Wie schätzen Sie das Interesse Ihres Ausbildungsbetriebs, an einem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung ein?

**Hypothese V: Es besteht ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bezüglich des Berufsimages der Bauberufe unter den Jugendlichen.**

*Die Hypothese soll mit folgenden Fragestellungen überprüft werden:*

- Wie beurteilen Sie das Berufsbild der folgenden Ausbildungsberufe?
- Ist das von Ihnen gewählte Ausbildungsunternehmen der Erstwunsch aller Bauunternehmen, bei denen Sie sich beworben haben?
- Weshalb haben Sie ihren Erstwunsch nicht bekommen?

**Hypothese VI: Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bei der Reichweite und Erfolgsquote von unternehmerischen Rekrutierungsmaßnahmen.**

*Die Hypothese soll mit folgenden Fragestellungen überprüft werden:*

- Wie sind Sie auf Ihr Ausbildungsunternehmen (Betrieb) aufmerksam geworden?
- Wie viele Beschäftigte sind in Ihrem Ausbildungsbetrieb tätig (ohne die Auszubildenden)?
- Ist das von Ihnen gewählte Ausbildungsunternehmen der Erstwunsch aller Bauunternehmen, bei denen Sie sich beworben haben?
- Weshalb haben Sie ihren Erstwunsch nicht bekommen?
- Wie empfanden Sie die Suche nach einem geeigneten Ausbildungsbetrieb im Baugewerbe?
- Worin bestanden für Sie die Schwierigkeiten bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb?

### 3.3 Der Aufbau der Untersuchung

Die abgeleiteten Hypothesen der Unternehmensbefragungen sollen unterstützt und konkretisiert werden, indem die Auszubildenden ihre Sichtweise zur Berufswahl, Berufsorientierung und zu genutzten Rekrutierungsinstrumenten darlegen. Als Mittel der Hypothesenprüfung wurde eine Fragebogennutzung als Teil der quantitativen Forschung gewählt. Mithilfe eines eigens erstellten Fragebogens sollen die Auszubildenden zu ihrer Sichtweise auf die Nutzung und Erfolge der Rekrutierungs- und Berufsorientierungsinstrumente befragt werden. Mithilfe des Fragebogens bestand die Möglichkeit, eine Vollerhebung durchzuführen und auf die Ziehung einer Stichprobe verzichten zu können. Eine Vollerhebung war auch deshalb möglich, weil die gewählte Anzahl der zu befragenden Jugendlichen übersichtlich groß war. Ebenfalls können durch die Befragung mittels Fragebogen statistische Zusammenhänge verdeutlicht werden und der Interviewer-Effekt<sup>27</sup> entfällt.

In den folgenden Kapiteln 3.3.1 und 3.3.2 werden die Erstellung des Fragebogens beschrieben und die durchgeführten Pretests bis zur Fertigstellung des Fragebogens näher erläutert.

#### 3.3.1 Der quantitative Forschungsgegenstand

Das Ziel des quantitativen Untersuchungsansatzes besteht darin, Unterschiede bei der Berufswahl und Unternehmenswahl Jugendlicher im ländlichen und städtischen Raum aufzudecken, wie sie bereits bei den Unternehmensbefragungen aufgedeckt wurden. Die Zielgruppe der Befragung sind Auszubildende des ersten Ausbildungsjahres in den Bauberufen. Da bei ihnen die Berufswahlentscheidung nicht weit in der Vergangenheit liegt, werden die Erinnerungen an den Berufs- und Unternehmenswahlprozess präsenter sein.

Dazu wird das Instrument des Fragebogens als Teil der quantitativen Sozialforschung zur Erhebung von Daten ausgewählt. Dieser Ansatz ist eine weitverbreitete Methode, womit eine große Chance verbunden ist, einen bereits existierenden Fragebogen zu finden, abzuändern und als eine Folgerhebung nutzbar zu machen. Es stellte sich aber heraus, dass keine Fragebögen vorhanden sind, welche den inhaltlichen, semantischen und pragmatischen Anforderungen

---

<sup>27</sup> „Als Interviewereffekt bezeichnet man die Verzerrung in den Antworten von Befragten, die auf den Interviewer zurückzuführen sind. Zu den Hauptursachen gehören die Motivation, die Einstellung und Vorurteile des Interviewers zu Themen der Befragung, seine Rolle im Interview. Ein Interviewereffekt kann sowohl bei der Verschlüsselung der Antworten durch den Interviewer wie bei den Antworten selbst festgestellt werden, die Reaktionen auf ein bestimmtes Interviewerverhalten darstellen. Dem Interviewereffekt begegnet man meist durch Kontrollen, Interviewerschulung und einer zufälligen Zuordnung von Interviewern zu Befragten.“ (STANGL, 2021).

entsprechen, was zur Folge hatte, dass ein eigener Fragebogen erstellt wurde. Neben der eigentlichen Literaturrecherche konnte auch auf eigene praktische Erfahrungen zurückgegriffen werden, die bei der Lehre an der Universität und in den Berufsschulen gesammelt wurden. Mit diesen gesammelten Erfahrungen wurden die Fragestellungen, der Fragenumfang, das Layout und der Aufbau der Bögen erstellt.

### 3.3.2 Die Konstruktion des Fragebogens

Bei der Formulierung der Fragen fanden die von Porst (vgl. Porst 2000, S. 95) vorgegebenen zehn Formulierungsregeln Anwendung. Derartige Regeln sind auch bei anderen Autoren und Autorinnen zu finden. Demnach ist bzw. sind:

1. einfache, unzweideutige Begriffe zu verwenden, die von allen Befragten in gleicher Weise verstanden werden.
2. lange und komplexe Fragen zu vermeiden.
3. hypothetische Fragen zu vermeiden.
4. doppelte Stimuli und Verneinungen zu vermeiden.
5. Unterstellungen und suggestive Fragen zu vermeiden.
6. Fragen zu vermeiden, die auf Informationen abzielen, über die viele Befragte mutmaßlich nicht verfügen.
7. Fragen mit eindeutigem zeitlichem Bezug zu verwenden.
8. Antwortkategorien zu verwenden, die erschöpfend und disjunkt (überschneidungsfrei) sind.
9. sicherzustellen, dass der Kontext einer Frage sich nicht (unkontrolliert) auf deren Beantwortung auswirkt.
10. unklare Begriffe zu definieren.

Die Fragen sind der Zielgruppe, Jugendliche des ersten Ausbildungsjahres ab einem Alter von 16 Jahren, angepasst. Auch wenn sich ältere Auszubildende im ersten Ausbildungsjahr befinden, werden sie keine Diskriminierung durch die Fragestellungen erfahren. Bei der Konstruktion ist auf das semantische und das pragmatische Verständnis besonders Wert gelegt worden. Fremdwörter und längere Fragen galt es zu vermeiden, um Missverständnisse auszuschließen und objektive Antworten zu erhalten. Das Leseverständnis wird nicht infrage gestellt, sondern ist lediglich der Zielgruppe angepasst. Auch deshalb ist in der Einleitung des Fragebogens das Ziel der Erhebung den Auszubildenden bekannt gegeben. Das Titelblatt des

Fragebogens sollte möglichst ansprechend gestaltet sein, um die Motivation zur Bearbeitung zu steigern. Dazu wurden berufstypische Bilder aus dem Baugewerbe verwendet, welche alle Bauberufe abbilden, wodurch sich der Auszubildende in seinem Beruf wiedererkennt. Auf übermäßige Textanteile wurde auf dem Titelblatt bewusst verzichtet, da die Befürchtung bestand, Desinteresse bei den Auszubildenden zu erzeugen. Neben dem Namen der Forschungseinrichtung und einer ansprechenden Kernaussage des Fragebogens sind das Datum und der Ansprechpartner<sup>28</sup> auf der Titelseite vermerkt.

Auf den zwei Folgeseiten sind ein kurzes, prägnantes Dankeschreiben für die Teilnahme sowie die Hinweise für das Ausfüllen des Fragebogens zu finden. Letztere sollen den Befragten die Aufgabe verdeutlichen. Hierfür werden anschauliche Beispiele benutzt, wie sie im Fragenteil identisch abgebildet sind. Unter den Hinweisen befinden sich Erläuterungen zu den Fragen, die mehrere Antworten zulassen, zu numerischen Antworten, zu offenen Fragen, zu Antworten, die eine Textform verlangen, und zu Filterfragen, die ein Überspringen von Antworten erlauben. Auch Begriffsbestimmungen und Begriffsdefinitionen sind bei den Hinweisen aufgelistet.

Im weiteren Verlauf des Fragebogens werden den Lesenden nun geschlossene, offene und halb offene Fragen gestellt. Die geschlossenen Fragen erlauben sowohl eine Einfachnennung als auch eine Mehrfachnennung. Der Leser bzw. die Leserin wird explizit in der Fragestellung darauf hingewiesen, dass eine Mehrfachnennung möglich ist. Es besteht ohne nachdrücklichen Hinweis die Gefahr, dass eine Mehrfachnennung unbeachtet bleibt oder einfach überlesen wird. Jedoch ist es für die Beantwortung der Hypothesen unerlässlich, auch Mehrfachnennungen zu erlauben. Mit den halb offenen Fragen wird den Lesenden die ermöglicht, eine Antwort über die vorgegebenen Kategorien hinaus zu geben. Einige Fragen bieten eine schwer zu überblickende Vielzahl an Kategorien, die mit einer halb offenen Frage miterfasst werden können. Lesende bekommen nicht das Gefühl keiner Kategorie zugehörig zu sein, was sich negativ auf die Motivation und Bereitschaft der Weiterbeantwortung auswirken könnte.

Bei der Wahl der Skalen, welche die eigentlichen Messwerte erst hervorbringen sollen, fiel die Auswahl auf Ordinal- und Nominalskalen.<sup>29</sup> Die nominalen Skalenwerte sind hauptsächlich beim Abfragen von bibliografischen Daten und am Ende des Fragebogens zu finden, um die Zufriedenheit im Ausbildungsberuf und mit dem Ausbildungsbetrieb zu erfragen oder ausdrücken zu lassen. Die Ordinalskalen sind mehrstufig verbalisierte Fragen, denen sich der Antwortgebende zuordnen soll. Der Einsatz von siebenstufigen Skalen mit verbalisierten

---

<sup>28</sup> Der Ansprechpartner wird hier mit E-Mail-Adresse und Telefonnummer angegeben, sodass den Auszubildenden die Möglichkeit gegeben wird, spätere Rückfragen, Auswertungsdetails oder sonstige Informationen erfragen zu können.

<sup>29</sup> Intervallskalen und Ratioskalen wurden bei der Überlegung und Erstellung des Fragebogens beachtet, aber letztlich verworfen, da sie in ihrer Komplexität viel von den Lesenden abverlangen.

Zwischenskalen wurde vorab in Pretests angewandt, in Nachgesprächen mit den Auszubildenden jedoch als „zu verwirrend“ bezeichnet. Aus diesem Grund wurden diese durch endpunktverbalisierte Skalen ersetzt, die als „verständlicher“ angesehen wurden. Auch die Anzahl der möglichen Skalenpunkte wurde getestet, was in einer sechsstufigen Skala mündete. Mit sechs Skalenwerten wird die Abstraktionsfähigkeit der Auszubildenden gefordert. Sie führten aber nicht zu einer Überforderung der Auszubildenden durch Unübersichtlichkeit, wie es bei einer siebenteiligen Skala möglich wäre. Mit der Wahl einer geraden Skalenvorgabe besteht nicht die Gefahr, dass ein definierter Mittelwert leichtfertig angekreuzt werden kann, ohne dass sich der Beantwortende intensiver mit dem Frageninhalt beschäftigt. Dieser Mittelwert wird in der Literatur auch als „Fluchtkategorie“ (PORST 2014, S. 84) bezeichnet. Bei gerader Skalenvorgabe ist der oder die Befragte gezwungen, sich in eine Richtung zu positionieren.

Die Richtung der Skala wurde bei der Konstruktion des Fragebogens ebenfalls beachtet. Eine wesentliche Rolle spielte dabei die in Europa gängige Leserichtung von links nach rechts. Auch die spätere Auswertung mithilfe der Codierung wird mit dieser Richtung erleichtert. Auf der linken Seite befinden sich die Skalen die „zustimmend“ oder „zutreffend“ als Antwort haben. Auf der rechten Seite befinden sich die Skalen, welche eine eher negative oder ablehnende Antwort auf die Frage erfassen.

Auf der letzten Seite wird den Auszubildenden Raum gegeben, sich verbal in Schriftform zum Thema zu äußern. Dafür werden ihnen zehn Zeilen zur Verfügung gestellt, auf denen Fragen näher erläutert werden können oder die Auszubildenden ihre Meinung zum Thema verfassen können. Auch wenn die hier abgegebenen Stellungnahmen wenig Einfluss auf die Ergebnisse haben, soll dieser Raum gegeben werden, sodass die Auszubildenden mit einem positiven Gefühl und emotionaler Zufriedenheit an die Befragung zurückdenken können.

Nach der Konstruktion des Fragebogens wurde dieser erprobt und getestet. Dazu wurden drei verschiedene Pretestmethoden gewählt.

#### *3.3.2.1 Think aloud*

Diese Pretestmethode zählt zu den kognitiven Methoden, welche verwendet werden, um einen Einblick in die kognitiven Prozesse zu erlangen, die sich während der Fragenbeantwortung stellen. Folgende Fragen sollen dabei beantwortet werden:

„Wie interpretieren Befragungspersonen Fragen oder Begriffe?

Wie rufen sie Informationen und Ereignisse aus dem Gedächtnis ab?

Wie kommen sie zu einer Entscheidung darüber, wie sie antworten?

Wie ordnen sie ihre „intern“ ermittelte Antwort formalen Antwortkategorien zu?“  
(PORST 2014, S. 193).

Bei der Think-aloud-Methode sind die Befragten aufgefordert, ihre Gedanken bei der Beantwortung laut zu äußern, was auch eventuell auftretende Zwischenfragen einschließt. Nachdem diese Methode zweimal in einem Umfang von jeweils 90 Minuten Anwendung fand, Missverständnisse ausgeräumt und die Fragen angepasst wurden, erfolgte ein weiterer Pretest.

### 3.3.2.2 Paraphrasings – Pretest

Als zweite Pretestmethode wurde das Paraphrasieren angewendet. Hier wird der Befragte aufgefordert, die eben gestellte Frage mit anderen, eigenen Worten wiederzugeben. Verständnisschwierigkeiten bei den Fragen werden hierbei deutlich und die Fragekonstruktion kann angepasst werden (vgl. PORST 2014, S. 196f.).

### 3.3.2.3 Der klassische Pretest

Der abschließende Pretest fand in einer Tiefbauklasse des ersten Ausbildungsjahres statt, die später auch Teil der Befragungskohorte war. Dies könnte ein methodisches Problem darstellen. So könnte das Antwortverhalten durch die Kenntnis der Fragen und des Fragebogens von den doppelt befragten Jugendlichen abweichen. Ebenfalls denkbar sind Motivationsprobleme beim wiederholten Beantworten des Fragebogens. Im Nachhinein stellte diese Tatsache aber kein Hindernis dar und verursacht keine Probleme für die Jugendlichen. Auch der Einfluss auf das Gesamtergebnis ist bei der geringen Anzahl der Jugendlichen, die doppelt befragt wurden, nur sehr gering. Mit dem Abschluss des dritten Pretests konnte der Fragebogen vervollständigt und optimiert werden (vgl. PORST 2014, S. 191ff.).

## 3.4 Ablauf der Befragung und Darlegung der Befragungskohorten

Der erste Kontakt zu den ÜBS<sup>30</sup> wurde circa zwei Monate vor Beginn der eigentlichen Befragung hergestellt. Im Beisein des Leitungsebene der ÜBS wurde das Promotionsprojekt mündlich skizziert und die Bitte zur Durchführung der Befragung geäußert. Alle Leiter der ÜBS waren sehr aufgeschlossen und hilfsbereit, sodass eine Befragung meist unbürokratisch

---

<sup>30</sup> Lehrbauhöfe (Bezeichnung in Berlin), ÜAZ (Überbetriebliches Ausbildungszentrum, Bezeichnung in Brandenburg), Kompetenzzentren, ÜBS (Überbetriebliche Berufsbildungsstätten), AZB (Ausbildungszentrum für die Bauwirtschaft, Bezeichnung in Hamburg) sind Orte der praktischen Lehrunterweisung in den Bauberufen mit je ähnlicher Struktur.

genehmigt wurde. Eine Einrichtung hatte datenschutzrechtliche Bedenken den Auszubildenden, den Eltern und dem Ausbildungsbetrieb gegenüber, da einige der Jugendlichen noch minderjährig waren. Sie forderten, eine schriftliche Einverständniserklärung mit Inhalt, Ort und Zeit der Befragung zu erstellen (siehe im Anhang). Diese wurde den Eltern der Auszubildenden zugesandt und nach erteilter Genehmigung durch die Eltern konnte auch hier die Befragung lückenlos stattfinden. Seitens der ÜBS wurden sofort unter Zuhilfenahme des Turnusplans, Termine vereinbart, an denen in der Einrichtung möglichst viele Auszubildende angetroffen werden konnten. Erst in dieser Phase der Forschungsarbeit wurde klar, welche Auszubildenden in welcher Anzahl zur Befragung herangezogen werden konnten. Mithilfe der Turnuspläne konnten die Berufe ausgewählt werden, die vollständig in Berlin und vollständig in Brandenburg ausgebildet werden. Die Wahl fiel auf folgende Ausbildungsberufe für die Befragung:

- Hochbaufacharbeiter und -facharbeiterin (Schwerpunkt Maurerarbeiten)
- Tiefbaufacharbeiter und -facharbeiterin (Schwerpunkt Straßenbau, Rohrleitungsbau, Brunnenbau Kanalbau, Spezialtiefbau)
- Ausbaufacharbeiter und -facharbeiterin (Schwerpunkt Zimmereiarbeiten)

Da alle Auszubildenden der genannten Berufe angetroffen wurden, stellt die Befragung eine Vollerhebung dar. Turnusbedingt war es nicht immer möglich, alle Auszubildenden an einen einzigen Termin anzutreffen, es wurden deshalb einige Standorte mehrmals aufgesucht. Die Tabelle 6 zeigt den zeitlichen Ablauf der Erhebung im Detail.

<b>Ort der Erhebung</b>	<b>Tag des ersten persönlichen Kontakts zur Vorbesprechung</b>	<b>Datum der Erhebung</b>
ÜAZ Cottbus	29.10.2018	07.12.2018
ÜAZ Oranienburg	07.11.2018	03.12.2018
ÜAZ Brandenburg a. d. H.	05.11.2018	23.11.2018 06.12.2018 14.12.2018
ÜAZ Jüterbog	01.12.2018	21.11.2018
ÜAZ Frankfurt/Oder	19.11.2018	12.12.2018
ÜAZ Großräschen		22.11.2018 30.11.2018
Lehrbauhof Berlin	11.12.2018	23.01.2019 06.02.2019

Tabelle 6: Zeitlicher Ablauf der Befragung an den ÜBS

Die eigentliche Erhebung fand in kleinen Klassenräumen neben den eigentlichen Werkstätten statt, in denen regelmäßig die theoretische Lehrunterweisung erfolgt. Die Auszubildenden hatten einen Sitzplatz in ihnen bekannter Umgebung. Es folgte eine kurze Vorstellung der befragenden Person, der Institution und des Projektes verbunden mit der Bitte zur Teilnahme. Tabelle 7 zeigt den Ablauf der Befragung von der Einleitung ins Thema bis zum Austeilen des Fragebogens und der Nachbesprechung:

<b>Zeit</b>	<b>Aktion des Interviewers</b>	<b>Aktion der Auszubildenden</b>	<b>Medien, Sozialform</b>
<b>0:00</b>	Begrüßung Anwesenheit	Folgen den Ausführungen	Dozentenvortrag
<b>0:03</b>	Vorstellung des Promotionsprojekts → Institution vorstellen → Person vorstellen → Ziel des Projekts → Datenschutzerklärung → sonstige Erläuterungen	Folgen den Ausführungen  Stellen Fragen bei Unklarheiten	Kreidetafel Dozentenvortrag Dozenten- Azubi-Gespräch
<b>0:13</b>	Austeilen der Fragebögen		Fragebögen
<b>0:14</b>	Hilfestellung bei sprachlichen Schwierigkeiten  Hilfestellung bei inhaltlichen Schwierigkeiten in den Fragebögen	Stellen ggf. Fragen	Stifte Einzelarbeit
<b>0:40</b>	Beenden der Befragung Einsammeln der Fragebögen und Stifte		Stifte Fragebögen
<b>0:42</b>	Beantwortung weiterer Fragen	Stellen von Fragen zu Themen der Befragung, Universität, Berufsorientierung	Dozenten- Azubi-Gespräch
<b>0:55</b>	Beenden der Befragung Verabschiedung	Verabschiedung	

Tabelle 7: Idealisierter Planungsablauf der Auszubildendenbefragung

Nicht immer konnten die Zeitangaben der Befragung eingehalten werden. Einige Gruppen hatten besonders viele Fragen, sodass die Befragung deutlich länger dauerte. Andere Gruppen hatten keine Fragen, sodass die Befragung nach 30 Minuten abgeschlossen war.

### 3.5 Allgemeine Kenndaten der befragten Auszubildenden

Insgesamt konnten 317 Jugendliche in den überbetrieblichen Ausbildungsstätten befragt werden, die allesamt männlich sind.<sup>31</sup> Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung in den Bundesländern und in den jeweiligen Orten der überbetrieblichen Ausbildungseinrichtungen.

Bundesland	Stadt	Anzahl der Befragten	Anteil an den Gesamtbefragten in Prozent
Berlin (109)	Berlin	109	34,4
Brandenburg (208)	Brandenburg a. d. Havel	61	19,22
	Cottbus	25	7,9
	Frankfurt/Oder	56	17,7
	Großräschen	38	12
	Jüterbog	5	1,6
	Oranienburg	23	7,3
		<b>317</b>	<b>100</b>

*Tabelle 8: Verteilung der Auszubildenden in den Ausbildungszentren*

In Berlin konnten die meisten Auszubildenden an einer Ausbildungseinrichtung befragt werden. Es ist auch die einzige überbetriebliche Ausbildungsstätte für Bauberufe in diesem Bundesland.<sup>32</sup> In Brandenburg hingegen verteilen sich die Ausbildungsstätten über das gesamte Landesgebiet. In der überbetrieblichen Ausbildungsstätte in Brandenburg an der Havel konnten die meisten Auszubildenden angetroffen werden. Im Vergleich dazu ist der

<sup>31</sup> In der Analyse der Befragungsergebnisse in Kapitel 4 werden bei Bezug auf eben diese daher nur die männlichen Bezeichnungen genutzt, obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten im Fragebogen auf ein breiteres Geschlechtsspektrum verweisen, da der Fragebogen nur von männlichen Jugendlichen beantwortet wurde.

<sup>32</sup> Für die überbetriebliche Lehrunterweisung besteht für die Ausbildung im Dachdeckerhandwerk eine eigene Ausbildungsstätte in Berlin.

Lehrbauhof in Jüterbog sehr klein dimensioniert. Die Altersstruktur der befragten Jugendlichen<sup>33</sup> ist in der Abbildung 21 dargestellt.

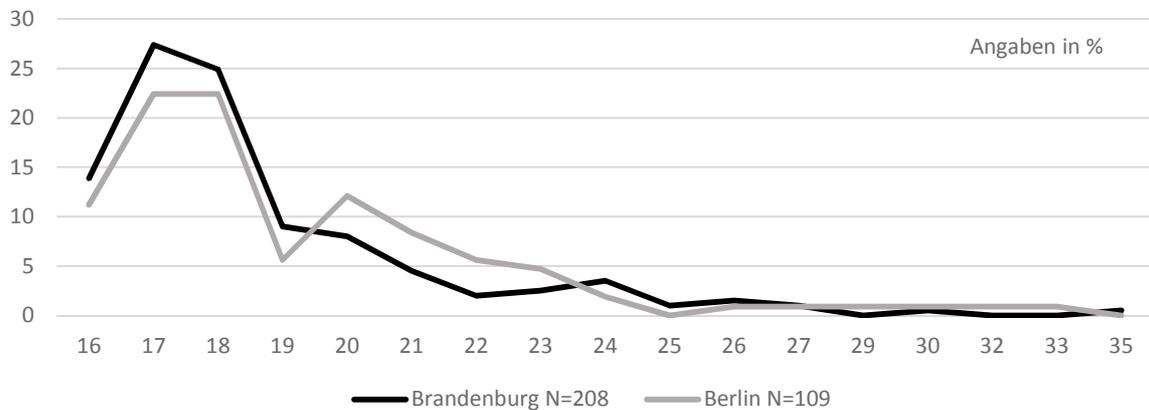


Abbildung 21: Altersstruktur der befragten Jugendlichen

Die Altersstruktur ist in beiden Ländern ähnlich ausgeprägt. Mit zunehmendem Alter sinkt in beiden Bundesländern der Anteil der Jugendlichen, welche sich in einer dualen Berufsausbildung in der Bautechnik befinden. Jedoch ist eine leichte Verschiebung der Altersstruktur erkennbar. In Brandenburg ist der Anteil der 16–19-Jährigen am Gesamtanteil der Jugendlichen etwas größer als in Berlin. In Berlin ist der Anteil der 20–23-Jährigen etwas größer als in Brandenburg. Nur sehr wenige Auszubildende sind älter als 25 Jahre.

<sup>33</sup> Da der Anteil an über 22-Jährigen unter den Befragten sehr gering ist, wird im Folgenden der besseren Lesbarkeit zuliebe von „Jugendlichen“ gesprochen. Das schließt die älteren Teilnehmer mit ein.

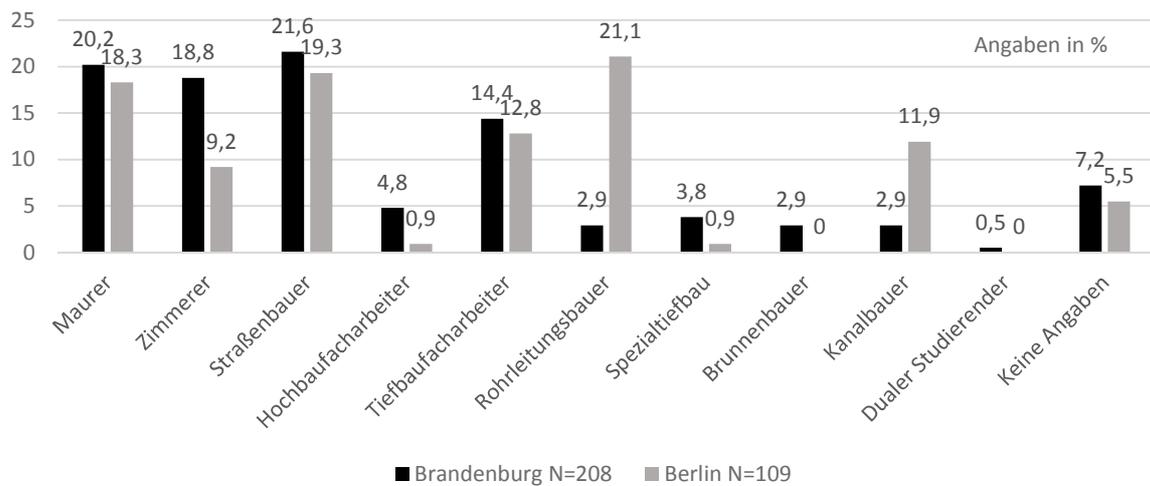


Abbildung 22: Verteilung der Jugendlichen in den Ausbildungsberufen

Die Berufe des Tiefbaus sind in Berlin sehr stark vertreten. Kanalbauer, Rohrleitungsbauer, Tiefbaufacharbeiter und Straßenbauer stellen circa 65 Prozent aller befragten Jugendlichen dar, wie in Abbildung 22 deutlich wird. In Brandenburg ist der Anteil der Tiefbauberufe mit circa 48 Prozent deutlich geringer. Berufe des Hochbaus und der Beruf des Zimmerers werden etwas stärker in Brandenburg ausgebildet, nachgefragt oder angeboten.

Der Anteil der Jugendlichen mit Migrationshintergrund ist in Berlin mit knapp 12 Prozent fast 2,5-fach höher als in Brandenburg (4,8 Prozent). Tabelle 9 zeigt die Herkunftsländer und die jeweilige Anzahl der Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Die Antworten sind abgebildet, wie sie im Fragebogen gegeben wurden.

<b>Brandenburg</b>	<b>Berlin</b>
Afghanistan 2 x	Afghanistan 4 x
Iran 2 x	Eritrea 2 x
Iran + Türkei + Afghanistan 1 x	Irak 2 x
Irak und Syrien 1 x	Spanien 2 x
Moldau (Moldawien) 1 x	Elfenbeinküste 1 x
Polen 1 x	Guinea 1 x
Syrien 1 x	Iran 1 x

Tabelle 9: Herkunftsländer der Auszubildenden mit Migrationshintergrund

Ausländische Jugendliche kommen zumeist aus Afghanistan. Gefolgt von Jugendlichen aus dem Iran und dem Irak. Aus der Europäischen Union finden sich nur zwei Nationen unter den Auszubildenden der Bautechnik in Berlin und Brandenburg wieder: Spanien und Polen. Die Herkunft der deutschen Jugendlichen wurde mit der Frage zwei des Fragebogens konkretisiert, die lautet: „Wo in Deutschland wohnten Sie vom 14. Lebensjahr bis zum Ausbildungsbeginn?“

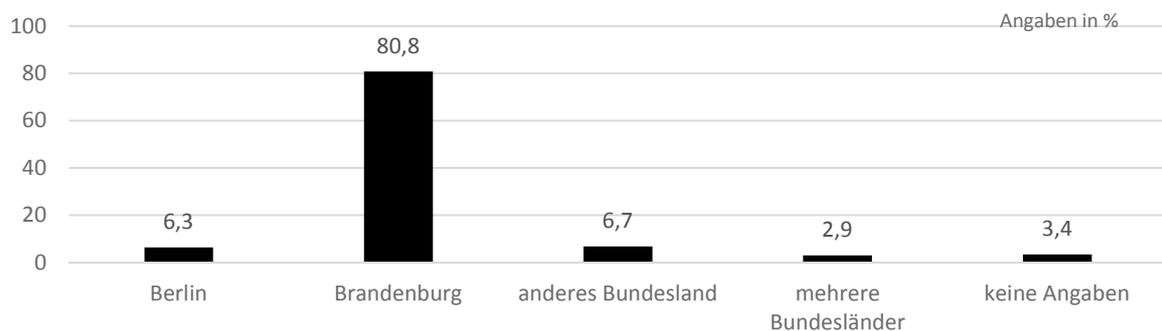


Abbildung 23: Herkunft der Auszubildenden aus Brandenburg ohne Migrationshintergrund

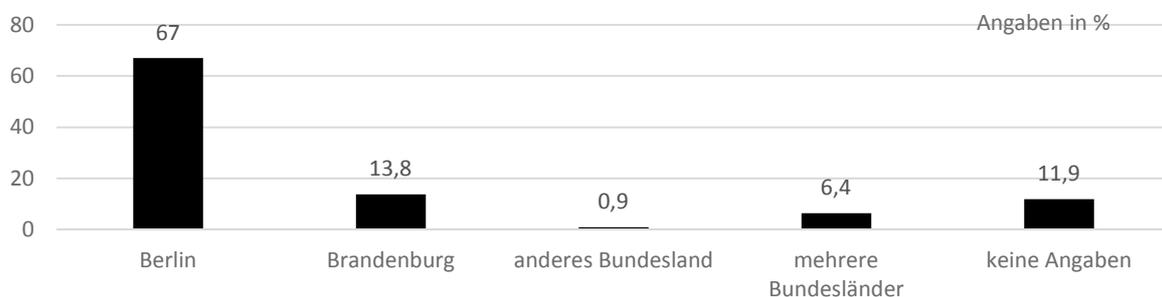


Abbildung 24: Herkunft der Auszubildenden aus Berlin ohne Migrationshintergrund

Abbildung 23 und 24 zeigen, dass ein Großteil der Jugendlichen auch im eigenen Bundesland einen Ausbildungsplatz ergreift. Der Zuzug aus anderen Bundesländern ist in Brandenburg etwas geringer als in Berlin. Der stärkste Zuzug nach Brandenburg kommt aus Berlin, gefolgt von Sachsen und Sachsen-Anhalt. Nur vier Jugendliche gaben an, aus den alten Bundesländern nach Brandenburg für eine Ausbildung in der Bautechnik gekommen zu sein. Der Anteil der Auszubildenden in Berlin, die zur Ausbildung in die Hauptstadt kamen, ist höher als in Brandenburg. Der größte Zuzug erfolgte aus dem direkten Nachbarland Brandenburg. 13,8 Prozent der Jugendlichen gaben an, bis zum Ausbildungsbeginn in

Brandenburg gewohnt zu haben. Weitere Antworten waren Bayern gefolgt von Schleswig-Holstein.

Auf die Frage „Wie würden Sie die Umgebung beschreiben, in der Sie vom 14. Lebensjahr bis zum Ausbildungsbeginn lebten?“ gaben die Auszubildenden folgende Antworten:

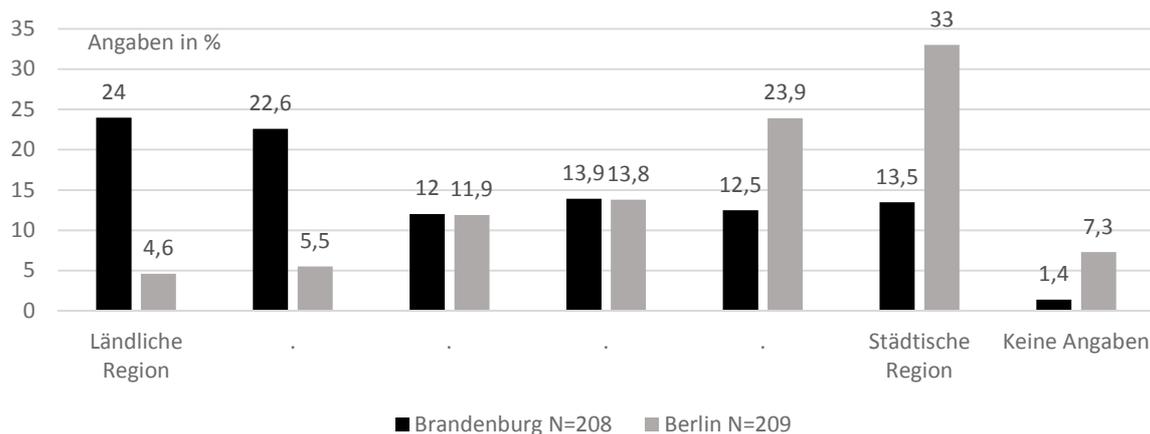


Abbildung 25: Umgebungsbeschreibung der befragten Auszubildenden

Bei dieser Frage wurde konkret die Einschätzung im 14. Lebensjahr erfragt, so wie es Super im Kapitel 2.1.2.1 in seiner psychologischen Berufswahltheorie als entscheidendes Alter für die Berufsorientierung hervorhob.

Abbildung 25 zeigt die Umgebungsbeschreibungen der befragten Jugendlichen. Auf der linken Seite der Grafik sind die Anzahl der Jugendlichen angegeben, die ab dem 14. Lebensjahr in einer stark ländlich geprägten Region lebten. Je weiter die Angaben auf der rechten Seite der Grafik zu finden sind, als desto städtischer ist die Umgebung von den Heranwachsenden empfunden worden. Der größte Teil der Jugendlichen aus Brandenburg beschreibt die Wohnumgebung als ländliche Region oder überwiegend ländliche Region. 26 Prozent der Jugendlichen aus Brandenburg beschreiben ihre Wohnumgebung als städtisch geprägte Region. Im Flächenland Brandenburg gibt es größeren Metropolen, wie Cottbus, Frankfurt/Oder oder Potsdam, die einen starken städtischen Charakter besitzen und in der ein großer Teil der Bevölkerung des Bundeslandes angesiedelt ist.

Die Antworten der Auszubildenden aus Berlin fallen deutlicher aus. Nur circa 20 Prozent der Jugendlichen geben an, dass ihre Umgebung eine eher ländliche Prägung aufweist.

Anscheinend handelt es sich hier um Randgebiete der Stadt Berlin. Der Großteil beschreibt die Umgebung als städtisch.

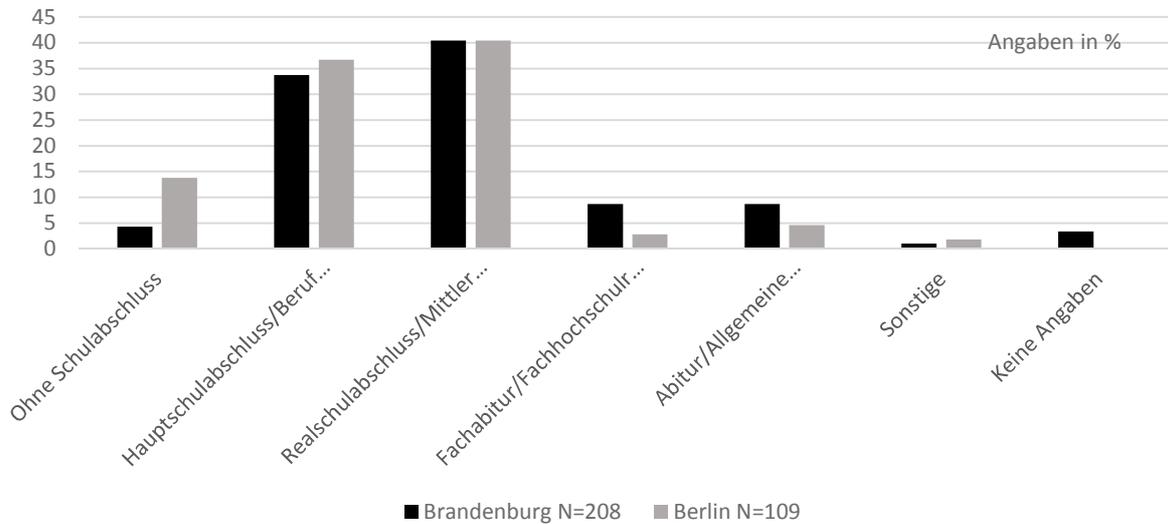


Abbildung 26: Schulabschlüsse der Auszubildenden

In Abbildung 26 sind die Schulabschlüsse der befragten Auszubildenden abgebildet. Auf den ersten Blick unterscheiden sich die Antworten der Auszubildenden der beiden Bundesländer nur sehr wenig. Die meisten Auszubildenden besitzen eine Mittlere Reife gefolgt vom Hauptschulabschluss wie im Landesdurchschnitt (Tabelle 5). Ein deutlicher Unterschied ist bei der Anzahl der Auszubildenden erkennbar, die ohne Schulabschluss einen Ausbildungsplatz erhielten. In Berlin sind es dreimal mehr Jugendliche (13,8 Prozent) ohne Schulabschluss als in Brandenburg. Auch bei den höheren Abschlüssen lässt sich ein großer Unterschied feststellen. In Brandenburg ist der Anteil an Auszubildenden mit höheren Schulabschlüssen größer. Unter den sonstigen Antworten sind Abschlüsse von Auszubildenden mit Migrationshintergrund zusammengefasst, die nicht ins Raster der deutschen Schulabschlüsse hineinpassen.

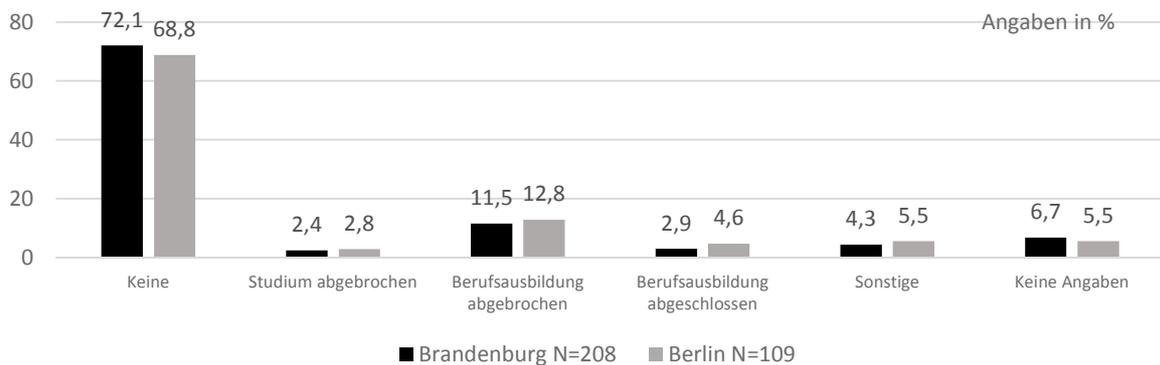


Abbildung 27: Weitere vorausgegangene Ausbildungs- oder Studienzeiten

Der überwiegende Teil der Auszubildenden hat keine weiteren vorangegangenen Ausbildungs- oder Studienzeiten (Abbildung 27). 11,5 Prozent aus Brandenburg bzw. 12,8 Prozent der Jugendlichen aus Berlin haben vorweg eine Berufsausbildung abgebrochen. Für deutlich weniger Auszubildende ist die Bauausbildung die zweite Ausbildung, nach einer vorangegangenen abgeschlossenen Berufsausbildung. Dies gaben 2,9 Prozent der Brandenburger und 4,6 Prozent der Berliner Auszubildenden an.

Abbildung 28 zeigt die Verteilung der Jugendlichen auf die unterschiedlichen Unternehmensgrößen in Berlin und Brandenburg. Hier sind deutliche Unterschiede erkennbar. Mehr als die Hälfte der Jugendlichen in Berlin ist bei Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten in der Ausbildung. Nur circa ein Drittel der Jugendlichen ist bei Unternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten angestellt. Auch in Brandenburg sind die meisten Jugendlichen bei Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten in der Ausbildung. Jedoch ist hier der Anteil mit 33 Prozent deutlich geringer. Gleichzeitig ist der Anteil der Jugendlichen, welche bei Unternehmen mit bis zu 20 Angestellte beschäftigt sind, mit 44,7 Prozent deutlich größer ausgeprägt.

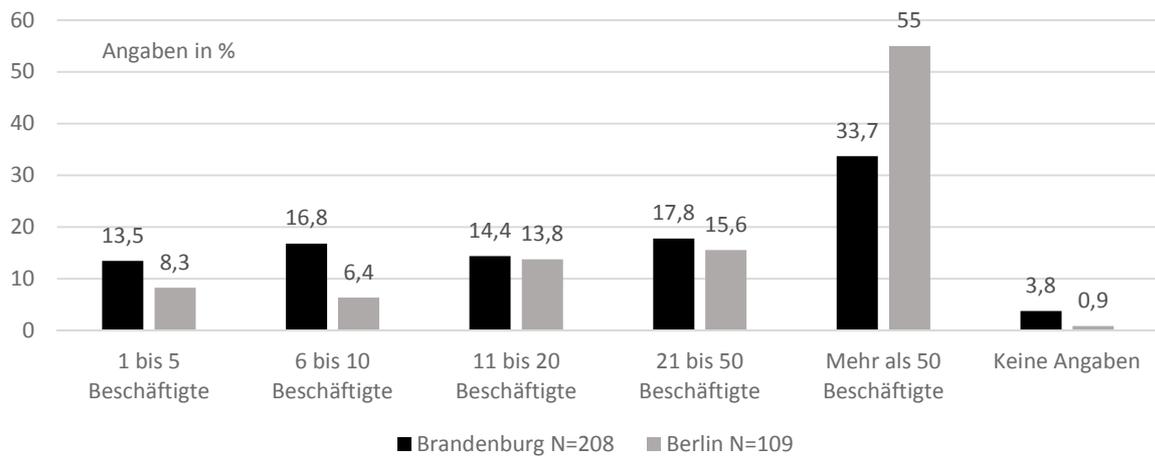
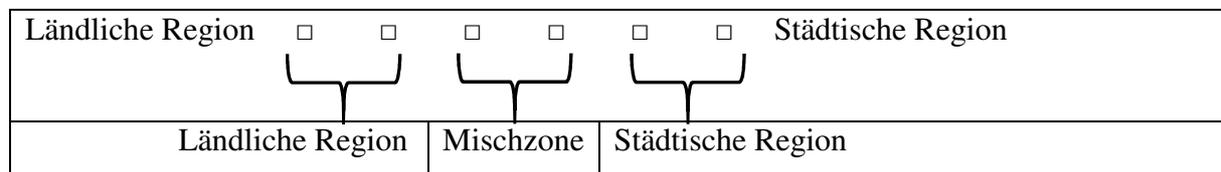


Abbildung 28: Größe der Ausbildungsunternehmen

## 4 Empirische Datenerhebung zur Berufswahlentscheidung von Jugendlichen in Berlin und Brandenburg

Im folgenden Teil der Arbeit werden die aufgestellten Hypothesen der Arbeit mittels der empirischen Daten überprüft. Die Auswertung der Fragebögen erfolgte mit dem Statistikprogramm SPSS von IBM. Dieses Instrument wurde gewählt, weil es einfach zu bedienen ist, Daten leicht gefiltert werden können, eine Wichtung der Daten möglich ist und Korrelationen sichtbar gemacht werden können. Für die Überprüfung der Hypothesen erfolgt eine trennscharfe Unterteilung der Kohorten „Land“ und „Stadt“ mithilfe der dritten Frage im Fragebogen (siehe Anhang I), die lautet: „Wie würden Sie die Umgebung beschreiben, in der Sie vom 14. Lebensjahr bis zum Ausbildungsbeginn lebten?“



Für die Analyse wurde eine Unterteilung zwischen ländlicher Region, städtischer Region und Mischzone vollzogen. Wurde das Kreuz in eins der beiden linken Kästchen der Frage gesetzt, zählt der Jugendliche zur ländlichen Kohorte. Wurde es in eins der beiden rechten Kästchen gesetzt, zählt der Jugendliche zur städtischen Kohorte. Kreuze im Bereich der „Mischzone“ werden nur dann als Referenzwert herangezogen, wenn in der jeweiligen Grafik ausdrücklich darauf hingewiesen wird.

Zudem wurden nur Fragebögen von Personen herangezogen, die angaben, ab dem 14. Lebensjahr in Deutschland gelebt zu haben. Damit soll einerseits garantiert werden, dass die Ergebnisse vergleichbare Werte zur Berufsorientierung und Unternehmensrekrutierung ergeben. Es wird angenommen, dass diese Jugendlichen ab diesem Zeitpunkt die Berufsorientierung in Deutschland durchlaufen haben. Andere Kulturen und Länder können ein anderes Berufswahlverhalten, eine andere Sozialisation und andere Berufswahlstrukturen aufweisen, welche mit dem inländischen schwer vergleichbar sind. Andererseits hatten Jugendliche, die erst kurzzeitig in Deutschland lebten, große Verständnisschwierigkeiten bei den Fragen, was zur Folge haben könnte, verfälschte Ergebnisse hervorzubringen. Aus diesem Grund wurden die Fragebögen der ausländischen Jugendlichen in dieser Studie nicht einbezogen. Sie können gesondert verwertet werden.

Zusammengefasst können 109 Auszubildende dem städtischen Raum und 105 Auszubildende dem ländlichen Raum zugeordnet werden. Bei den gegebenen Antworten variieren diese Werte, weil einige Befragte auf einzelne Fragen keine Antworten gaben.

Mithilfe des Fragebogens konnte eine große Menge an Daten erhoben werden, die es auch zukünftig erlaubt, über die gestellten Hypothesen hinaus weitere Erkenntnisse zu gewinnen.

#### 4.1 Hypothese I: Aktivitäten bei der Ausbildungsplatzsuche

Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen Jugendlichen der Kohorten „Stadt“ und „Land“ hinsichtlich der entfaltetten Aktivitäten bei der Ausbildungsplatzsuche.

##### 4.1.1 Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese I

- Jugendliche in der städtischen Region schreiben mehr Bewerbungen bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz als Jugendliche der ländlichen Region.
- Die meisten Jugendlichen starten ihre Ausbildungsplatzsuche erst im Zeitraum von sechs Monaten vor dem Beginn der Berufsausbildung.
- Die Eltern und der Freundeskreis bieten die größte Unterstützung bei der Ausbildungsplatzsuche.
- Jugendliche weichen oftmals auf einen Beruf in der Bauwirtschaft als „Alternative“ aus, wenn sie ihren Erstwunsch eines Ausbildungsberufes nicht erhalten haben.

##### 4.1.2 Analyse der Fragen zur Hypothese I

Bei der Hypothese I steht ausschließlich die „Suche“ der Jugendlichen nach einem Ausbildungsplatz im Fokus. Dabei wird der Zeitpunkt der ersten Kontaktaufnahme, die geschriebenen Bewerbungen und die genutzten Hilfen deskriptiv dargestellt, analysiert und erste Schlüsse gezogen.

Auf die Frage 15.1 „Wie viele Bewerbungen haben Sie vor Beginn des Ausbildungsjahres insgesamt versendet?“ wurden folgende Antworten gegeben:

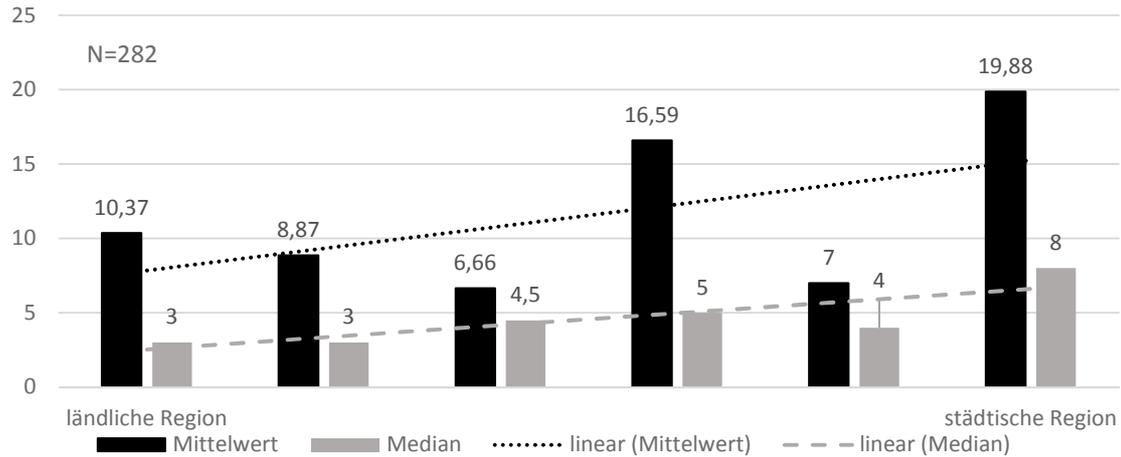


Abbildung 29: Anzahl der insgesamt versendeten Bewerbungen

In Abbildung 29 ist auch die Mischzone dargestellt. Besonders auffällig ist der große Unterschied zwischen dem Mittelwert und dem Median. Der Grund für diese großen Abweichungen ist die enorme Streuung bei den Antworten. Einzelne Auszubildende gaben an, bis zu 320 Bewerbungen versendet zu haben, was den Mittelwert stark beeinflusst und somit kein aussagekräftiges Ergebnis darstellt. Aus diesem Grund wurde der Median als Referenzwert herangezogen. Durch die steigende Trendlinie wird erkennbar, dass mit zunehmender Urbanisierung der Regionen auch die Anzahl der versendeten Bewerbungen ansteigt. Sind es in der ländlichen Region durchschnittlich drei Bewerbungen, die ein Jugendlicher bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz versendet, sind es in der städtischen Region acht Bewerbungen, was einen höheren Wert von 166 Prozent darstellt. Die Steigerung der Bewerbungsaktivitäten von der ländlichen zur städtischen Region ist bereits in der Mischzone erkennbar. Auch hier werden durchschnittlich mehr Bewerbungen als in der ländlichen Region versendet, aber etwas weniger als in der städtischen Region. Lediglich Jugendliche, die angaben, in einer überwiegend städtischen Region zu wohnen, haben durchschnittlich vier Bewerbungen versendet. Dies stellt eine kleine Abweichung zu den anderen Ergebnissen dar. Die Trendlinie wird dadurch jedoch nur wenig in der Steigung beeinflusst. Beim Vergleich der Trendlinien aus dem Median und dem Mittelwert wird deutlich, dass die Steigung beider Linien annähernd gleich ist und somit das Ergebnis bestätigt werden kann. Die Trendlinie des Mittelwertes befindet sich über der des Medians, was der unterschiedlichen Berechnung der Werte geschuldet ist.

Eine ähnliche Ausprägung zeigen die Antworten (Abbildung 30) auf die Folgefrage 15.2 im Fragebogen: „Wie viele Bewerbungen von den versendeten haben Sie an Bauunternehmen versendet?“

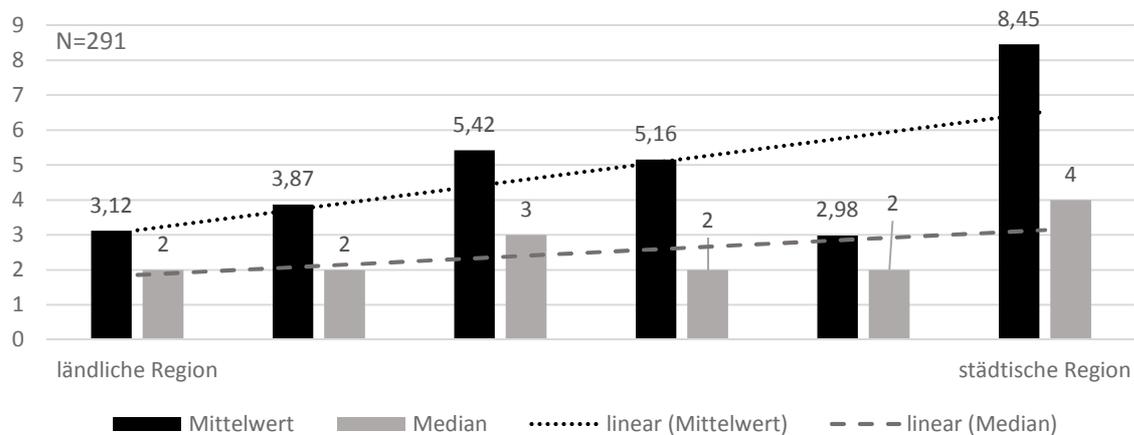


Abbildung 30: Anzahl der versendeten Bewerbung an Bauunternehmen

Auch bei dieser Frage ist die große Abweichung zwischen Mittelwert und Median erkennbar. Sie unterliegt der gleichen Ursache wie bei Frage 15.1. Jugendliche im ländlichen Raum schreiben in der Summe weniger Bewerbungen an Bauunternehmen als Jugendliche im städtischen Raum. In den städtischen Regionen versenden die Bewerber die Hälfte aller Bewerbungen, welche in der Abbildung 29 dargestellt sind, direkt an Bauunternehmen. Bei der ländlichen Kohorte sind es mit 66,6 Prozent aller versendeten Bewerbungen etwas mehr. Hier werden von den durchschnittlich drei versendeten Bewerbungen zwei an Bauunternehmen versendet. Die Jugendlichen in der ländlichen Region scheinen sich etwas gezielter bei den Bauunternehmen zu bewerben, die Jugendlichen in der städtischen Region bewerben sich breiter und dabei öfter auch in anderen Berufsfeldern. Beide Trendlinien weisen eine positive Steigung auf, wobei die Trendlinie des Mittelwertes im Verlauf deutlich steiler ist, was mit den Abweichungen in den Antworten zu begründen ist. Die Werte aus der Mischzone weichen nur sehr wenig von den Werten der ländlichen Region ab, unterscheiden sich aber von den Antworten in der städtischen Region deutlich. Anscheinend ist die Streuung der Bewerbungen hier ähnlich wie bei der ländlichen Kohorte. Erst mit zunehmender Bevölkerungsverdichtung im Wohnumfeld erfolgen die Bewerbungen breiter gestreut über verschiedene Branchen hinweg.

Der Zeitpunkt, an dem sich die Jugendlichen für einen Beruf in der Bauwirtschaft entscheiden, ist bei der ländlichen und städtischen Kohorte ähnlich ausgeprägt (Abbildung 31).

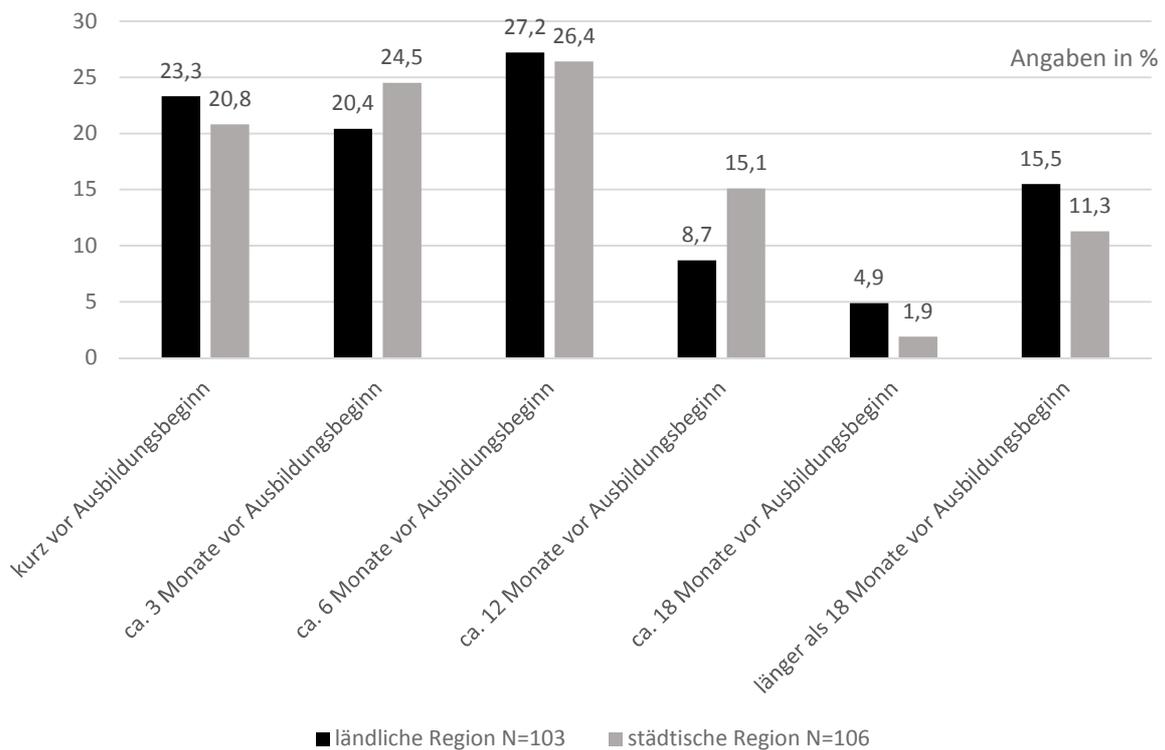


Abbildung 31: Zeitpunkt der Bewerbung für einen Ausbildungsberuf

Circa 70 Prozent aller Befragten entschieden sich sechs Monate und weniger vor Ausbildungsbeginn für eine Ausbildung im Bausektor. Die sechs Monate vor Ausbildungsbeginn sind anscheinend eine wichtige Phase im Bewerbungsverfahren der Jugendlichen. Annähernd 30 Prozent aller Befragten haben diese Entscheidung schon 12 Monate vor Ausbildungsbeginn getroffen. Wenn das Ausbildungsjahr wie üblich am 1. September beginnt, wird ab März des gleichen Jahres verstärkt eine Ausbildungsentscheidung für die Bauwirtschaft getroffen. 23,3 (Kohorte „Land“) bzw. 20,8 Prozent („Stadt“) der Jugendlichen haben sich erst kurz vor Ausbildungsbeginn für eine Ausbildung in einem Bauberuf beworben, was über ein Fünftel der Befragten ausmacht. Ebenfalls auffällig ist der recht hohe Wert (15,5 Prozent in ländlichen Regionen und 11,3 Prozent in städtischen Regionen) jener Auszubildenden, die angaben, sich bereits vor mehr als 18 Monaten für einen Beruf in der Bauwirtschaft entschieden zu haben. Dabei handelt es sich vermutlich um einen lange manifestierten Ausbildungswunsch, der wahrscheinlich mit einer konkreten Vorstellung von Beruf einhergeht, den es dann auch zu erlernen gilt. Bereits 12 Monate vor Ausbildungsbeginn entschieden sich deutlich mehr städtische Jugendliche für eine Bewerbung in einem Bauberuf. Von der ländlichen Kohorte

setzten nur 8,7 Prozent hier ein Kreuz. Die wenigsten Antworten wurden bei der Kategorie „ca. 18 Monate vor Ausbildungsbeginn“ gegeben. Möglicherweise ist dieser Zeitraum für die Jugendlichen ohne klaren Berufswunsch zu groß gewählt oder die berufliche Orientierung hat sich erst danach ausgeprägt.

Auf die Frage, ob der gewählte Beruf auch der Erstwunsch war, sind die Abweichungen der Kohorten zwar erkennbar, in der Tendenz aber ähnlich (Abbildung 32).

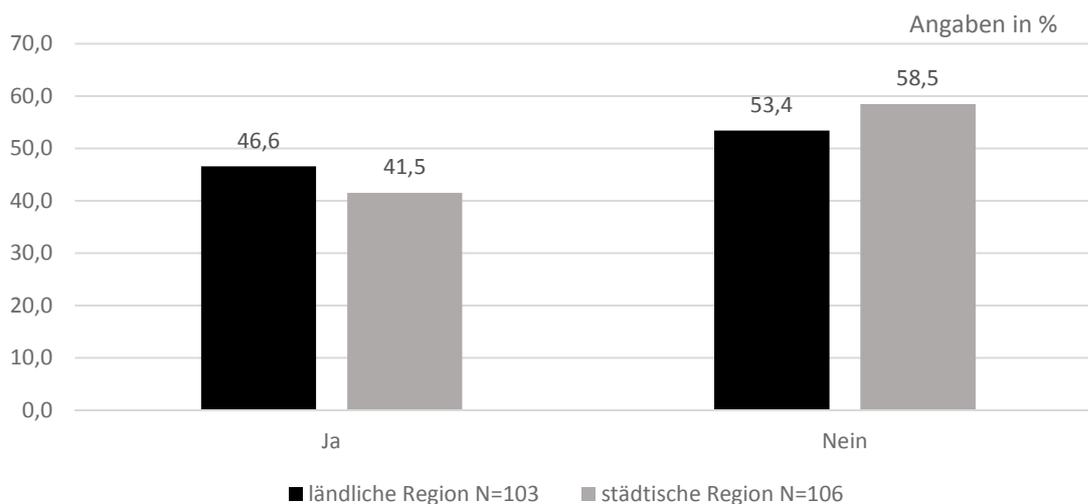


Abbildung 32: Erstwunsch der Berufsausbildung

Bei beiden Kohorten gaben mehr als die Hälfte der Jugendlichen an, dass der gewählte Ausbildungsberuf nicht der Erstwunsch war, 53,4 Prozent bzw. 58,5 Prozent.

Hier lohnt es sich, eine differenziertere Betrachtung der Ergebnisse mit einer Verknüpfung zur Frage nach dem Bewerbungszeitpunkt vorzunehmen. 63,2 Prozent der Personen, die sich erst drei Monate vor Ausbildungsbeginn für einen Beruf in der Bauwirtschaft entschieden, gaben an, dass es sich nicht um ihren Erstwunsch bei der Berufswahl handelt. Hingegen gaben 51,3 Prozent der Befragten an, ihren Erstwunsch bekommen zu haben, wenn ihre Entscheidung für die Berufsausbildung in der Bauwirtschaft vor mehr als 12 Monaten gefällt wurde. Besonders der hohe Wert jener, deren Erstwunsch ein anderer war und die sich relativ kurzfristig für einen Beruf in der Bauwirtschaft entschieden, lässt vermuten, dass der Bauberuf als eine „Alternative“ angenommen wurde, um nicht ohne Ausbildungsplatz zu bleiben oder in verpflichtende weiterführende Bildungsmaßnahmen zu geraten. Den Jugendlichen scheint bewusst zu sein, dass die Bauwirtschaft eine zukunftssichere und zukunftsorientierte Branche ist, die ihnen auch eine Chance bietet, einen Ausbildungsberuf zu

absolvieren. Eventuell haben Unternehmen anderer Branchen eine Absage erteilt, was die Jugendlichen angesichts der knappen verbleibenden Zeit zu einer raschen Entscheidung zwang. Hier stellt die Baubranche eine etwas veränderte, aber immer noch positive Berufswahlentscheidung für die Jugendlichen dar. Andererseits kann auch die mangelnde Zukunftsplanung für den Zeitraum nach der eigentlichen Schulzeit der Jugendlichen eine Rolle gespielt haben. Die folgende Tabelle 10 zeigt die Antworten der Jugendlichen, welche einen anderen Ausbildungsberuf als Erstwunsch nannten.

Mechaniker oder Mechatroniker	31
Bundeswehr oder Zoll	14
Polizei	10
Tischler	9
Koch	8
Erzieher	7
Studium	6
Dachdecker oder Zimmerer	5
Kaufmann im Einzelhandel	5
Lackierer oder Maler	5
Berufsfeuerwehr	4
Baugeräteführer	3
Landwirt	3
Maurer	3
Metallkonstruktionsbauer	3
Straßenwärter	3

*Tabelle 10: Erstwunsch der Jugendlichen*

158 Jugendliche gaben an, einen anderen Erstwunsch als den gewählten Ausbildungsberuf gehabt zu haben. Insgesamt wurden 45 unterschiedliche Berufswünsche von den Jugendlichen angegeben. In der Tabelle sind die Berufe aufgelistet, die mindestens dreimal als Antwort genannt wurden. Berufe des Landes- oder Staatsdienstes wurden 35-mal genannt (Bundeswehr oder Zoll, Polizei, Erzieher, Berufsfeuerwehr). 34 Jugendliche haben ihren Erstwunsch im Berufsfeld der Metall- und Elektrotechnik (Mechaniker oder Mechatroniker, Metallkonstruktionsbauer) und 8 Jugendliche hatten ihren Berufswunsch in einem anderen Bauhauptberuf (Dachdecker oder Zimmerer, Maurer). Die Ergebnisse unterscheiden sich

zwischen der ländlichen und städtischen Region nur wenig, sodass auf eine konkrete Ausdifferenzierung verzichtet werden kann.

Abbildung 33 zeigt die Ergebnisse auf die Frage zur Umkreissuche: „Welche Entfernung hat ihr Ausbildungsbetrieb (auch Zweigstelle des Unternehmens) zur Wohnung, in der Sie vor der Ausbildung wohnten?“

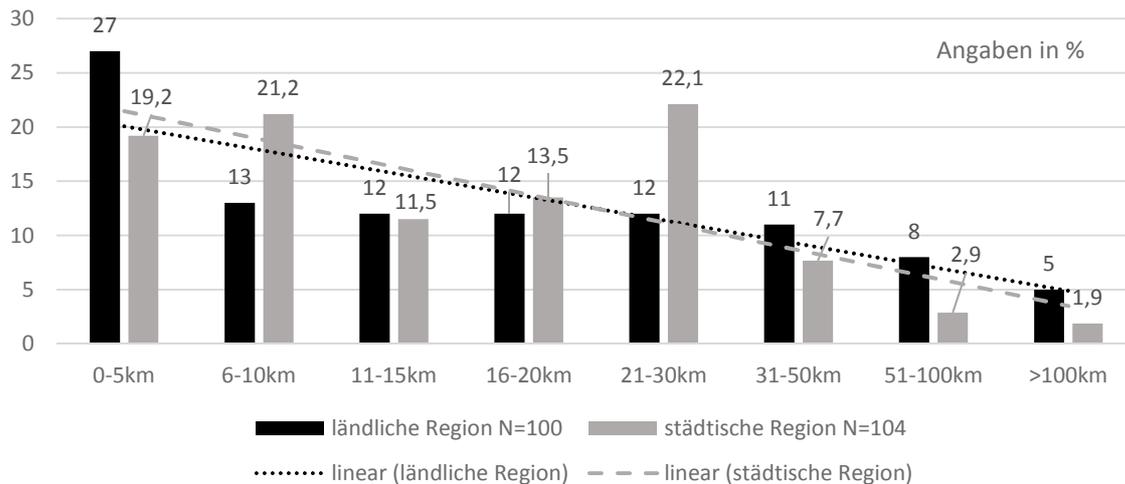


Abbildung 33: Entfernung der Wohnung zum Ausbildungsbetrieb

Die groben Tendenzen zwischen den Kohorten ländliche und städtische Region fallen sehr gering aus, was an den fast identischen Steigerungen der Trendlinien zu erkennen ist. Die Trendlinie der städtischen Region ist nur geringfügig steiler als die Trendlinie der ländlichen Region. Ein Großteil der Jugendlichen in ländlichen Regionen, 52 Prozent, hat einen Ausbildungsplatz im Umkreis von 15 Kilometern und weniger gewählt. Mit zunehmender Entfernung zwischen dem Ausbildungsbetrieb und der Wohnung sinkt die Anzahl der Auszubildenden, die sich für einen Beruf im Bausektor entschieden haben. Jedoch nehmen 13 Prozent der Befragten einen Weg von mehr als 50 Kilometer auf sich. Hierbei kann nicht abschließend geklärt werden, ob es sich um Berufspendler handelt oder ob die Personen wegen des Ausbildungsplatzes einen Wohnungswechsel vorgenommen haben. Entfernungen über 30 Kilometer wurden vergleichsweise selten angegeben. In den städtischen Regionen ist die Pendelbereitschaft ausgeprägter als auf dem Land. 22,1 Prozent der Befragten gaben an, dass die Entfernung zwischen dem Ausbildungsbetrieb und der Wohnung, in der sie vor dem Ausbildungsbeginn lebten, 21 bis 30 Kilometer beträgt. Möglicherweise ist dieser Weg in der Stadt leicht und schnell zu überwinden. Nur 4,8 Prozent der Befragten aus der städtischen

Region gaben an, mehr als 50 Kilometer zum Ausbildungsbetrieb überbrücken zu müssen. Hierbei handelt sich um Einpendler oder zugezogene Auszubildende, da dieser Wert die durchschnittliche Ost-West und Nord-Süd Ausdehnung Berlins (ca. 40 Kilometer) deutlich übersteigt.

Bei der Suche nach einem geeigneten Ausbildungsplatz, welcher den persönlichen Interessen entspricht, bedienen sich die Auszubildenden verschiedener Instrumente und Hilfen (Abbildung 34).

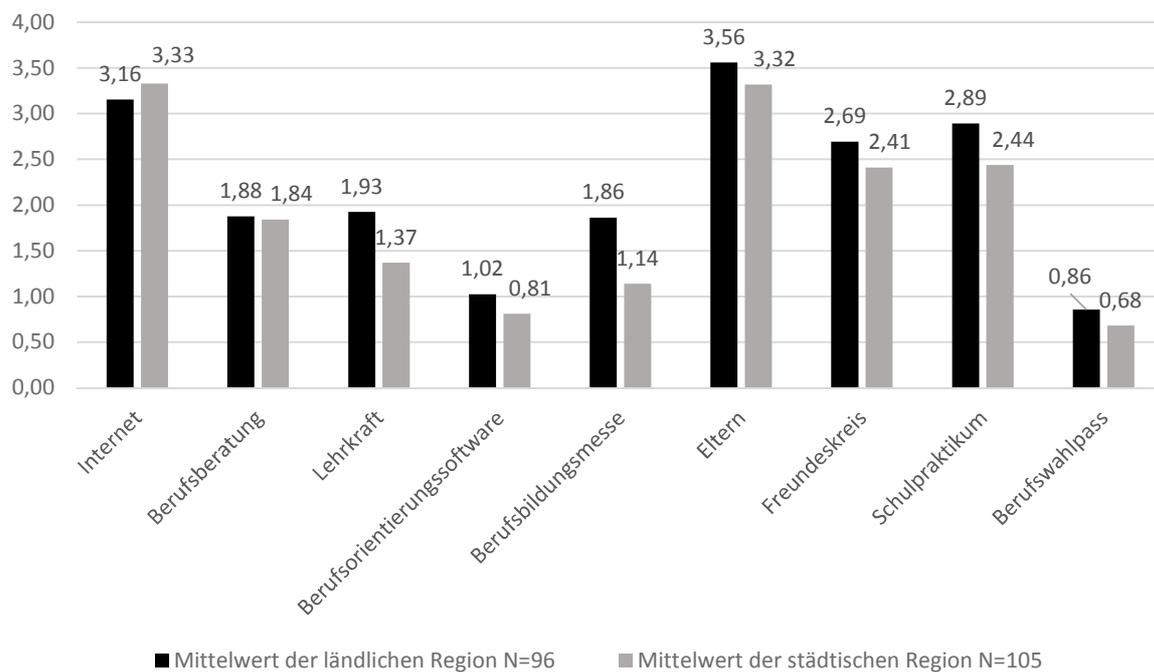


Abbildung 34: Beurteilung der Hilfen bei der Berufsorientierung

Bei dieser Frage hatten die Auszubildenden die Möglichkeit mithilfe einer endpunktbenannten, sechsstufigen Skala diese Hilfen zu bewerten. Im Fragebogen erfolgte die Bewertung mithilfe des Schulnotensystems, was den Jugendlichen leichter fiel.<sup>34</sup> In der Abbildung ist es so dargestellt, dass die Bewertung umso besser ist, je höher der Wert angegeben ist. Die Reihenfolge der einzelnen Hilfen im Diagramm entspricht der Auflistung im Fragebogen. Die Unterschiede zwischen den städtischen und den ländlichen Jugendlichen sind bei den meisten Antworten nur sehr gering. Ein grober Blick über das Diagramm lässt nur wenige Abweichungen erkennen. Jedoch wird in städtischen Regionen das Internet als größere Hilfe angesehen als die Eltern, gefolgt von dem Schulpraktikum und dem

<sup>34</sup> Wurde im Pretest von den Jugendlichen als verständlicher ausgewiesen.

Freundeskreis. In ländlichen Gebieten sind die Eltern die größte Hilfe bei der Berufsorientierung, gefolgt von der Internetrecherche, dem Schulpraktikum und dem Freundeskreis. Als schlechtere Hilfen wurden der Berufswahlpass, verschiedene Berufsfindungssoftwares und die Berufsbildungsmessen genannt. Das schlechte Abschneiden des Berufswahlpasses<sup>35</sup> ist damit begründet, dass er im Unterricht nur sporadisch eingesetzt wurde und die Auszubildenden kaum noch Erinnerungen daran hatten oder einige Schulen auf den Einsatz des Berufswahlpasses vollständig verzichteten. Wurde der Berufswahlpass in der Schule nicht eingesetzt, vergaben die Auszubildenden eine Note „6“, was keine Hilfe bedeutet.

Die Berufsbildungsmesse wird im ländlichen Raum etwas positiver bewertet als im städtischen Raum. Dies kann einerseits mit der Qualität, andererseits mit der Unternehmensbeteiligung an den Messen begründet sein. Die Anzahl der jährlich stattfindenden Messen im ländlichen Raum ist oft geringer als in der Stadt. Auf dem Land werden sie dafür medienwirksam beworben, medienwirksam beworben, sodass viele Jugendliche die Chance nutzen, um mit den Unternehmen in Kontakt zu treten. Auch von den Unternehmen im ländlichen Raum werden diese Messen sehr gerne genutzt, wie die Ausbildungsbetriebe in den Interviews sagten. Ganz anderer Ansicht waren die Unternehmen im städtischen Raum. Sie berichteten, dass Ausbildungsmessen schlecht besucht sind und besonders die Stände von Baubetrieben einen nur wenig messbaren Erfolg versprechen, Auszubildende zu gewinnen.

Lehrkräfte sowie Berufsberater und -beraterinnen werden von den Jugendlichen als relativ schlechte Hilfe bei der Berufswahl bewertet. In der ländlichen Region schneidet die Lehrkraft, welche nicht zwingend Teil des WAT-Unterrichts sein muss, etwas besser ab als in der Stadt. Die Berufsberatung der Arbeitsagentur bekommt von beiden Kohorten eine annähernd gleich schwache Bewertung.

Darüber hinaus konnten weitere Hilfen von den Azubis angegeben werden, die nicht in dieser Liste genannt wurden. Folgende Antworten wurden notiert:

---

<sup>35</sup> Der Berufswahlpass ist ein mehrseitiger strukturierter Ringordner, der zur individuellen Unterstützung des individuellen Berufsorientierungsprozesses eingesetzt wird. Er unterstützt bei der Organisation, Dokumentation und Reflexion des Berufswahlprozesses.

- Ausbildungsträger
- Berufseinstiegsbegleitung (3 x genannt)
- Chef
- Einstiegsqualifikation
- Freiwilliges Ökologisches Jahr
- handwerkliche Projekte an der Schule
- Handwerkskammer
- Hobby
- praktische Erfahrungen im Ausland

In Anbetracht dessen, dass 214 Befragte andere Antwortmöglichkeiten als die vorgegebenen nennen konnten, ist die Anzahl von elf zusätzlichen Nennungen als gering zu bewerten. Viele der genannten Antworten beinhalten eine direkte Erfahrung mit handwerklichen Tätigkeiten aus dem Berufsfeld. So wird beim Freiwilligen Ökologischen Jahr, der Einstiegsqualifikation und dem Hobby immer eine Tätigkeit ausgeübt und mit benannt, welche auch den Bauberufen zugeordnet werden kann. Die Berufseinstiegsbegleitung und die Einstiegsqualifikation der Kammern und der Ausbildungsträger scheinen ebenfalls eine sehr große und sehr gute Hilfe zu sein, um den jungen Menschen eine Ausbildung zu vermitteln oder sie in der Ausbildungsreife zu fördern. Angesichts der vielen unterschiedlichen Antworten lässt sich festhalten, dass Jugendliche viele Beratungshilfen nutzen, um in eine Ausbildung zu gelangen. Die Hilfen selbst sind dabei manchmal gar nicht vorhersehbar oder schwer steuerbar.

Ein ähnlich gestreutes Bild zeigen die Ergebnisse der Frage, wie die Jugendlichen erstmals auf den gewählten Ausbildungsberuf aufmerksam geworden sind. Die Betonung liegt dabei auf dem ersten Kontakt mit dem Beruf, mit dem ersten Gedanken daran, dass es sich um einen potenziellen Ausbildungsberuf handelt. Natürlich kommen Kinder im jüngsten Alter schon mit den Bauberufen in Berührung, wenn sie beispielsweise mit den Bausteinen einen Turm bauen oder den Traktor über den Teppich des Kinderzimmers schieben und betonen, dass sie später einmal Baumeister oder Bauarbeiter werden wollen. In der Befragung geht es aber um die erste realistische Vorstellung einer Berufsausbildung in der Baubranche. Die Frageformulierung wurde beim Pretest nach mehrmaligen Umformulierungen von den Jugendlichen bestätigt und es kann als gesichert gelten, dass die Frage so verstanden wurde.

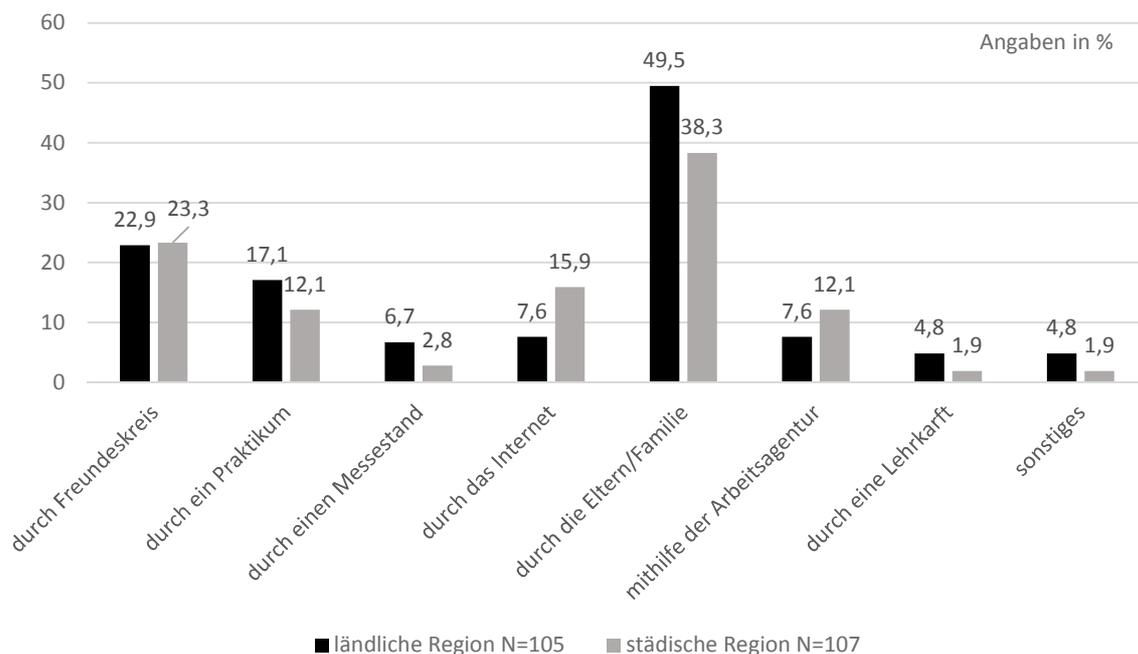


Abbildung 35: Erster Kontakt zum Ausbildungsberuf

Auch hier zeigt sich bei der Gewichtung der einzuordnenden Faktoren zunächst eine weitgehende Übereinstimmung zwischen den Regionen Stadt und Land (Abbildung 35). Größere Unterschiede sind bei der Bedeutung der Messestände ablesbar, welche bei der ländlichen Kohorte anscheinend wichtiger sind. Differenzen zeigen sich auch bei der Bedeutung des Internets, den Arbeitsagenturen und Eltern/Familie. Die geringsten Unterschiede sind bei den Freundeskreisen auszumachen, die den zweitgrößten Einfluss auf die Jugendlichen ausüben. Am häufigsten wurden von beiden Kohorten Eltern/Familie genannt. Es scheint, dass der persönliche Kontakt und das aufgebaute Vertrauen einen großen Einfluss auf die Jugendlichen und deren Berufswahl ausüben. Dieses Vertrauen scheinen die Lehrkräfte deutlich weniger zu genießen. Die Lehrkräfte haben, ebenso wie der Messestand, beim Erstkontakt mit dem Ausbildungsberuf nur eine untergeordnete Rolle. Möglicherweise wird die Messe erst nach der Manifestation des Berufswunsches als Ort der Kontaktaufnahme mit den Unternehmen in Betracht gezogen, wie es die Ausführungen zu Abbildung 34 schon nahelegten.

Beachtlich ist der hohe Wert beim Punkt Praktikum. Durchschnittlich jeder sechste Jugendliche geht ins Praktikum, um den ersten Berufskontakt herzustellen und erste Erfahrungen zu sammeln, anscheinend ohne sich vorab Informationen zum Praktikumsberuf eingeholt zu haben. Erst bei der Ausübung der Tätigkeit setzen sich die Jugendlichen das erste

Mal mit dem Beruf auseinander, was in städtischen Regionen häufiger als in ländlichen Regionen geschieht. In beiden Fällen wirkt sich im Praktikum der länger anhaltende, persönliche Kontakt mit den Beschäftigten der Unternehmen positiv auf die Jugendlichen und deren Berufswahl aus. Relativ selten wurde das Internet bei der Erstkontaktaufnahme genannt. Als Hilfe bei der Berufsorientierung war es noch unter den meistgegebenen Antworten. Möglicherweise wird das Internet anfangs noch gar nicht als Instrument der Berufsorientierung wahrgenommen, obwohl es ansonsten häufig von den Jugendlichen genutzt wird.

Als freie Antworten wurden folgende Einflussfaktoren genannt:

- Arbeiten auf dem Abriss/Abbruch
- Ausbilder beim Bildungsträger
- Berufseinstiegsbegleiter
- Berufsfindungssoftware
- Berufsstart Bau
- durch Baustellen
- durch eine Lageristen-Tätigkeit beim Dachdeckereinkauf
- durch Helfen eines Freundes beim Bau auf dem privaten Grundstück
- Familienhelfer
- Firmenvorstellung in der Schule
- Freiwilliges Ökologisches Jahr
- Gespräch
- handwerkliches Projekt an der Schule
- Hobby
- Interesse
- TÜV Rheinland Akademie

Jede der aufgelisteten Antworten wurde einmal genannt. Es lässt sich keine besonders einflussreiche Personengruppe oder Institution feststellen. Jedoch dominieren auch in dieser Auflistung Antworten, welche eine handwerkliche Auseinandersetzung und einen direkten praktischen Bezug der Jugendlichen aufzeigen. Die Antworten sind breit gefächert und verdeutlichen wie vielfältig Jugendliche in der Berufsfindungsphase weitere Hilfen nutzen

oder von ihnen beeinflusst werden. Den einen „Königsweg“ hinein in einen Bauberuf scheint es nicht zu geben.

Da sich alle befragten Personen letztlich für einen Bauberuf entschieden und durchschnittlich mindestens bereits seit drei Monaten darin tätig waren,<sup>36</sup> stellt sich die Frage, ob sie mit ihrer Wahl zum Zeitpunkt der Befragung zufrieden waren. Dabei fallen die Antworten auf die Frage 29 im Fragebogen unterschiedlich aus (Abbildung 36):

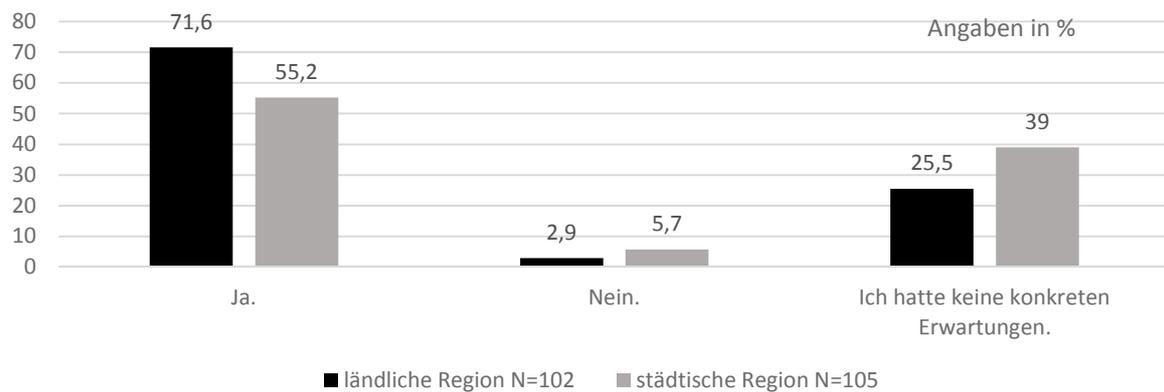


Abbildung 36: Erfüllte Erwartungen an den Ausbildungsberuf

Nur eine kleine Minderheit gibt an, dass sich ihre Erwartungen nicht erfüllt haben und dass die Erwartungen einer großen Mehrheit (71,6 Prozent in den ländlichen Regionen und 55,2 Prozent in den städtischen Regionen) erfüllt wurden. Auch wenn es nicht der Erstwunsch war, scheint die Ausbildung positiv auf die Jugendlichen zu wirken. Überraschend ist die hohe Anzahl der Jugendlichen, die keine konkreten Erwartungen an ihren Ausbildungsberuf hatten. Möglicherweise ist aus der anfänglichen „Alternative“ eine herausfordernde, anspruchsvolle und interessante Tätigkeit mit Perspektive geworden, nachdem die Tätigkeit, die Werkzeuge und die Personen etwas näher kennengelernt wurden.

#### 4.1.3 Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese I

Im vorangegangenen Kapitel wurden die Ergebnisse der Auszubildendenbefragung mit dem Schwerpunkt „Suche nach einem Ausbildungsplatz“ dargestellt. Es bleibt festzuhalten, dass Jugendliche in den ländlichen Regionen deutlich weniger Bewerbungen und seltener Bewerbungen an Berufe anderer Branchen versenden. In den ländlichen Gebieten wird die

<sup>36</sup> Die Befragung fand von November 2018 bis Januar 2019 statt, sodass die Jugendlichen mit Ausbildungsbeginn im September 2018 mindestens seit vier Monaten ihre Ausbildung absolvierten.

Unternehmenswahl gezielter und punktuell präziser vorgenommen als in den städtischen Gebieten, weil ansässige Betriebe möglicherweise besser bekannt sind. In den städtischen Gebieten wird neben der höheren Zahl auch eine „quantitative“ Bewerbungsverteilung vorgezogen. Es findet eine weite Streuung an branchenübergreifenden Bewerbungen statt. Angesichts der Tatsache, dass sich viele Auszubildende erst kurz vor ihrem Ausbildungsbeginn für einen bautechnischen Beruf entschieden hatten, liegt die Vermutung nahe, dass die Berufswahl eine „Alternativen-offene-Lösung“ darstellt, weil eine andere Branche oder ein anderes Unternehmen gewählt werden kann und weil die Erstwünsche seltener zum Erfolg führen. Dies kann sich hemmend auf die Motivation der Jugendlichen zu Ausbildungsbeginn auswirken, was eine besondere Herausforderung für alle Ausbildungsbeteiligten darstellt. Es kann aber auch auf eine realistische Einschätzung der Jugendlichen zum städtischen Ausbildungsmarkt hindeuten, denn in Berlin kommen viel mehr Bewerbende auf jede angebotene Ausbildungsstelle als im Flächenland Brandenburg. Das Nachfrage-Angebot-Verhältnis ist also in Berlin viel ungünstiger und veranlasst die Jugendlichen augenscheinlich, sich breiter zu bewerben und bereit zu sein, auch Alternativen zum eigentlichen Erstwunsch einzugehen.

Im ländlichen Gebiet werden Rat und Hilfen zur Ausbildungsplatzsuche neben den Eltern auch im Freundeskreis und verstärkt im Internet gesucht. Ein entscheidender Faktor bei der Berufswahl sind aber in beiden Regionen die Eltern und der Freundeskreis. Sie beeinflussen die Entscheidung am stärksten, was von den Jugendlichen auch gerne angenommen wird. Die Pendelbereitschaft ist bei den ländlichen Jugendlichen geringer ausgeprägt, was durch die schlechtere Infrastruktur im ÖPNV begründet sein kann. Zu Beginn einer Ausbildung können die meisten Jugendlichen nicht auf ein eigenes Kraftfahrzeug zurückgreifen, um unabhängig vom ÖPNV weite Wege zur Ausbildungs- bzw. Arbeitsstätte zu überwinden.

Eine Umfrage mit dem Schwerpunkt Berufswahl, Ausbildungsplatzsuche und Unterstützungsinstrumente bei dieser Suche wurde 2018 von 14 Industrie- und Handelskammern in den ostdeutschen Bundesländern durchgeführt. Die Ergebnisse sind nach Regionen aber nicht nach Berufen gefiltert, können aber als Vergleichsgrößen herangezogen werden, um die Besonderheit der Bauberufseigenschaften zu verdeutlichen. Als Vergleichswerte werden nur die Ergebnisse der IHK aus Mecklenburg-Vorpommern herangezogen (vgl. IHK NEUBRANDENBURG 2018). Mecklenburg-Vorpommern ist wie Brandenburg ein stark ländlich geprägtes Bundesland. Insgesamt nahmen an der IHK-Studie 4.746 Auszubildende des ersten Ausbildungsjahres aller Berufsgruppen aus Mecklenburg-Vorpommern teil, was eine sehr große Umfrage darstellt, weshalb diese als Vergleichsstudie

herangezogen wird. Deutliche Abweichungen sind bei der Frage nach dem Erstwunsch eines Ausbildungsberufes erkennbar. Die IHK fragte, ob der gewählte Ausbildungsberuf der Wunschberuf ist. Bei der IHK gaben 73,8 Prozent an, einen Ausbildungsplatz in ihrem Wunschberuf bekommen zu haben. Ein deutlich höherer Wert als bei der eigenen Erhebung zu den Bauberufen, bei denen 46,6 bzw. 41,5 Prozent gemessen wurden. Anscheinend ist der Bauberuf deutlich seltener der Wunschberuf von Jugendlichen, da die geringeren Werte sowohl in der Stadt als auch auf dem Land gemessen wurden.

Eine große Ähnlichkeit ist bei den Antworten zur Anzahl der versendeten Bewerbungen für eine Ausbildungsstelle erkennbar. Der überwiegende Teil der von der IHK-Befragten versendete bis zu fünf Bewerbungen, nur wenige mehr als 20. Jedoch unterscheidet sich bei beiden Erhebungen der Zeitraum, zu dem die Bewerbungen versendet wurden. Hier können nur die Zeiträume von Januar bis Ausbildungsbeginn verglichen werden, da die IHK-Umfrage nur diese Antwortmöglichkeiten vorgibt. So wurden von beiden befragten Gruppen, der IHK-Gruppe und der eigenen Befragungsgruppe, im Monat Januar die meisten Bewerbungen versendet. Bei Bauunternehmen ist der Rückgang des Bewerbungseingangs im Verlauf des Kalenderjahres geringer als bei Unternehmen anderer Branchen. Möglicherweise profitieren andere Branchen von einer besseren Bewerber-Stellen-Relation. Auf wenige Stellen bewerben sich mehrere Jugendliche, aus denen die Unternehmen in einem zeitaufwendigen Auswahlprozess geeignete Kandidaten auswählen und damit mehrere Monate vor Ausbildungsbeginn beginnen müssen, sodass sich der Bewerbungszeitraum auf das erste Quartal des Kalenderjahres erstreckt, wenn die Ausbildung wie üblich im August oder September startet. Da die Baubranche eine schlechtere Angebots-Nachfrage-Relation aufweist als manch andere Unternehmenszweige und Ausbildungsstellen oft länger unbesetzt sind, können diese auch noch kurzfristig vor Ausbildungsbeginn von den Jugendlichen gewählt werden.

Eine herausragende Hilfe bei der Berufsorientierung stellt das Praktikum in der IHK-Umfrage dar. 56 Prozent der Befragten gaben an, dass das Praktikum die größte Hilfe war. Ähnlich hilfreich wurde das Praktikum von den Auszubildenden der Bautechnik bewertet. Jedoch lassen sich diese Werte aufgrund unterschiedlicher Skalen und möglicher Mehrfachnennungen nicht direkt vergleichen. Es lässt sich nur eine hierarchisch geordnete Abfolge der einzelnen Hilfen ablesen. Das Praktikum ist berufsübergreifend für die meisten Jugendlichen eine der hilfreichsten Maßnahmen, um sich für einen Ausbildungsberuf zu entscheiden. Die IHK-Studie zeigt, dass die Mediennutzung nur 24 Prozent der Befragten bei der Berufswahl geholfen hat, was den vierthöchsten Wert darstellt nach dem Kontakt mit

Berufs-/Bildungsberatungen und der Ausbildungsmesse. Bei den Bauberufen hat die Medien-/Internetnutzung den zweithöchsten Wert, noch weit vor der Berufsberatung und der Ausbildungsmesse. Der Elterneinfluss blieb bei der IHK-Umfrage unerfragt. Es wurden nur formale externe Hilfen untersucht. Aus diesem Grund wird an dieser Stelle auf weitere Studien von Maurer (2016), Beinke (2000), Linskeseder (2017) und der Bundesagentur für Arbeit (2013) verwiesen, die auch zum Ergebnis kommen, dass der Elterneinfluss auf die Jugendlichen bei der Berufswahl sehr groß ist, ohne auf einzelne Werte einzugehen. Jost, Seibert, Wiethölter (2019) haben in ihrer Studie die regionale Mobilität von Auszubildenden untersucht. Sie gehen dabei auf die Pendelentfernung zwischen Wohn- und Ausbildungsstätte der Jugendlichen in den einzelnen Landkreisen und Bundesländern ein (vgl. JOST, SEIBERT, WIETHÖLTER 2019). In Brandenburg legen Jugendliche durchschnittlich 4 bis 6 Kilometer Strecke zum Ausbildungsbetrieb zurück. In Berlin muss eine Distanz von über 6 Kilometern von den Jugendlichen zurückgelegt werden. Diese Ergebnisse decken sich nicht mit den eigenen erhobenen Daten in den Bauberufen. In den Bauberufen ist die Pendelentfernung in den ländlichen und städtischen Regionen sehr ähnlich, was an den fast identischen Steigungen der Trendlinien deutlich wird. Die Gründe können vielfältig sein. Einerseits ist die Firmendichte von Bauunternehmen in beiden Regionen größer als bei anderen Branchen, sodass auch in Wohnortnähe eine Ausbildung ergriffen werden kann. Andererseits ist die Notwendigkeit, eine Ausbildung in einem Großbetrieb absolvieren zu müssen, in der Bautechnik geringer. Wie im Kapitel 3.6 gezeigt wurde, bilden auch viele Klein- und Kleinstunternehmen in der Bautechnik aus. Zusammenfassend lässt sich die Hypothese I bestätigen. Ja, es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ hinsichtlich der entfaltenen Aktivitäten zur Ausbildungsplatzsuche, auch wenn dieser geringer ausfällt, als zunächst vermutet wurde und sich nicht auf alle erfragten Aspekte (Zahl der Bewerbungen, Hilfen, Erstwunsch, Entfernung) erstreckt.

#### 4.2 Hypothese II: Die Wahl für einen Bauberuf

Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen Jugendlichen der Kohorten „Stadt“ und „Land“ hinsichtlich der Begründung einer Berufswahl für einen bautechnischen Ausbildungsberuf.

#### 4.2.1 Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese II

- Jugendliche in der ländlichen Region kennen die Anforderungen des gewählten Ausbildungsberufes besser als Jugendliche in der städtischen Region.
- Der Einfluss der bauberufstypischen Anforderungen auf die Berufswahl unterscheidet sich nur geringfügig zwischen den Kohorten.
- Das Praktikum stellt für die meisten Schüler und Schülerinnen die erste Kontaktstelle für eine handwerkliche Tätigkeit dar.
- Die Ausbildungsvergütung hat für die städtische Kohorte eine größere Bedeutung bei der Berufswahl als auf dem Land.

#### 4.2.2 Analyse der Fragen zur Hypothese II

Mit der zweiten Hypothese sollen die Begründungen für die Wahl einer Ausbildung in einem Bauberuf genauer beleuchtet werden. Die Abbildung 37 zeigt die Antworten auf die Frage 6 des Fragebogens, die lautet: „Hatten Sie vor der Berufswahlentscheidung Ihre handwerklichen Fähigkeiten unter Beweis stellen können?“

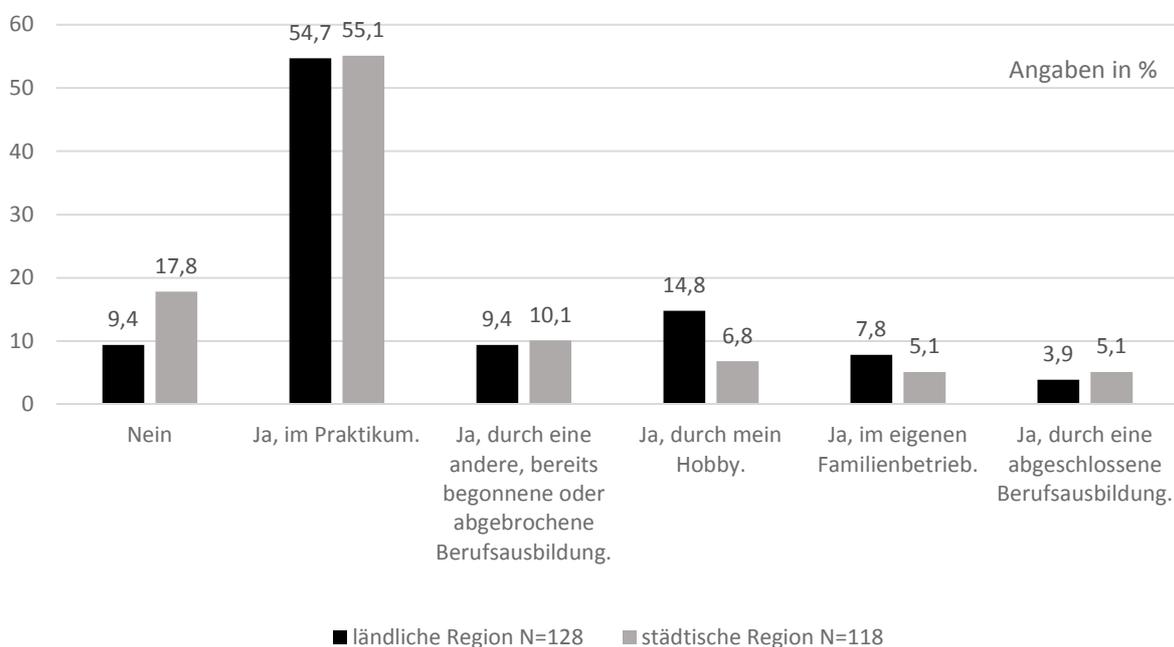


Abbildung 37: Erfahrung mit handwerklicher Arbeit vor der Ausbildung

Bei dieser Frage hatten die Auszubildenden den Hinweis erhalten „Hier sind mehrere Antworten möglich“. Besonders die ländliche Kohorte nutzte diese Möglichkeit und gab öfter zwei oder drei Antworten. Die Befragten aus den städtischen Regionen taten das seltener. Bei

der Auswertung der sechsten Frage wurden alle gegebenen Antworten, auch die der Mehrfachnennung, summiert und der Prozentwert berechnet. Die Abbildung 37 zeigt, dass das Praktikum sowohl in der Stadt als auch auf dem Land mit großem Abstand das wichtigste und zentrale Instrument ist, um die eigenen handwerklichen Fähigkeiten unter Beweis stellen zu können. Ob diese Praktika freiwillig absolviert wurden oder von den Unternehmen als Voraussetzung für den Erhalt einer Ausbildungsstelle gefordert wurden, ist an dieser Stelle nicht erhoben worden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass es sich in der Mehrzahl um schulische Pflichtpraktika handelt, wie es auch in den Unternehmensbefragungen berichtet wurde. 14,8 Prozent der Auszubildenden aus ländlichen Regionen gaben an, dass sie durch das eigene Hobby ihre handwerklichen Fähigkeiten entwickeln konnten. In der städtischen Region gaben nur 6,8 Prozent der Befragten diese Antwort. Möglicherweise lässt sich dies mit einem unterschiedlichen Freizeitverhalten der Jugendlichen erklären oder den begrenzteren Möglichkeiten des „sich Ausprobierens“ in der Stadt. So haben Jugendliche in den ländlichen Regionen oft einen größeren Bewegungsraum und bessere strukturelle Gegebenheiten (ein eigenes Haus, ein großes Grundstück, viel Freifläche zum Bewegen), um sich in verschiedenen Tätigkeiten zu beweisen. Dazu passen auch die unterschiedlichen Angaben der Jugendlichen, welche ihre Fähigkeiten gar nicht erproben konnten. Hier ist der Anteil der städtischen Jugendlichen mit 17,8 Prozent deutlich höher als der der ländlichen Jugendlichen mit 9,4 Prozent. Im Gegensatz gibt es in der ländlichen und städtischen Region ähnlich hohe Anteile an Jugendlichen, die in einer bereits begonnenen oder abgebrochenen ersten Berufsausbildung ihre handwerklichen Fähigkeiten erproben konnten. Wahrscheinlich handelt es sich hierbei um eine berufliche Um- oder Neuorientierung aus einem nahestehenden Beruf oder Berufsfeld hin zu einem Bauberuf. Erfahrungen aus dem Familienbetrieb spielen in beiden Kohorten nur eine untergeordnete Rolle und sind mit 7,8 bzw. 5,1 Prozent eher gering. Zur Frage „Haben Sie ihr Können mit den Anforderungen ihres Ausbildungsberufes vor der Berufswahlentscheidung verglichen?“ wurden folgende Ergebnisse erhoben:

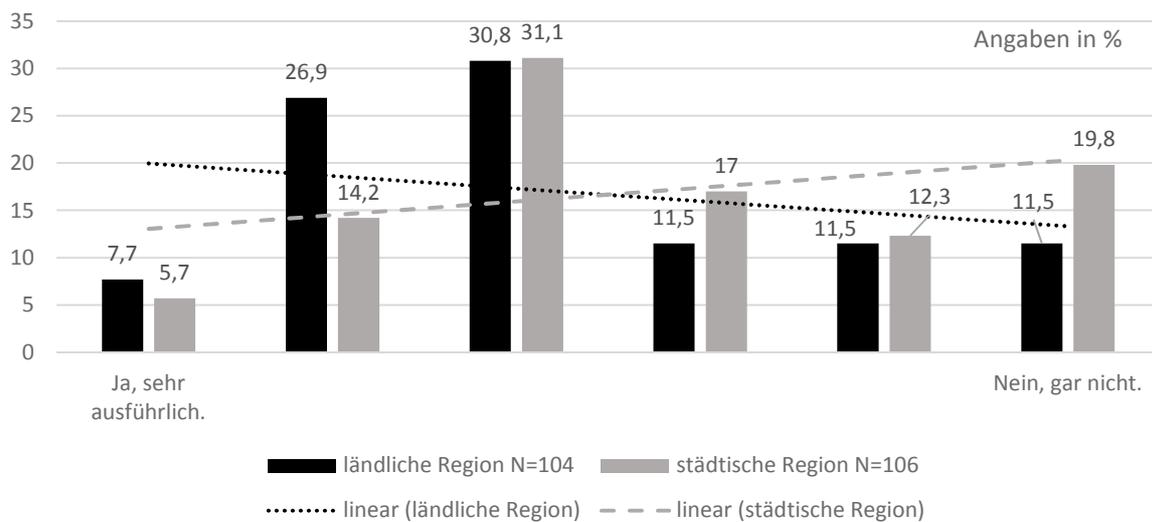


Abbildung 38: Vergleich der Anforderungen des Ausbildungsberufes mit den eigenen Fähigkeiten

Die Abbildung 38 zeigt eine endpunktbenannte sechsstufige Skala der Antwortmöglichkeiten von „Ja, sehr ausführlich“ auf der linken Seite mit fünf Abstufungen bis zu „Nein, gar nicht“ auf der rechten Seite. Auch bei dieser Frage zeigt sich deutlich, dass sich Jugendliche in städtischen Regionen weniger mit den Anforderungen des zukünftigen Berufes auseinandersetzen. Nur 7,7 Prozent der ländlichen Auszubildenden und 5,7 Prozent der städtischen Auszubildenden haben sich im Vorfeld „sehr ausführlich“ mit ihrem zukünftigen Beruf und dessen Anforderungen auseinandergesetzt. 19,8 Prozent der städtischen Auszubildenden gaben an, dass sie ihr Können „gar nicht“ mit den Anforderungen des Ausbildungsberufes vor der Berufswahlentscheidung verglichen haben, was einen hohen Wert darstellt. 11,5 Prozent der Auszubildenden im ländlichen Raum gaben hier die gleiche Antwort. Diese Jugendlichen haben einen Ausbildungsberuf gewählt, ohne zu wissen, ob diese Tätigkeit ihren handwerklichen Interessen, Fähigkeiten und Fertigkeiten entspricht, und ohne die geforderten beruflichen Handlungskompetenzen zu kennen. Annähernd 50 Prozent der Auszubildenden aus dem städtischen Raum gaben an, ihr Können kaum bis gar nicht mit den Anforderungen des Ausbildungsberufes vor der Berufswahlentscheidung verglichen zu haben. Hingegen bestätigen mehr als 65 Prozent der ländlichen Auszubildenden, dass sie vor der Berufswahlentscheidung „etwas“ bis „sehr ausführlich“ ihr Können mit den Anforderungen des Ausbildungsberufes verglichen haben. Das unterschiedliche Antwortverhalten wird mit dem Hinzufügen der Trendlinie noch besser verdeutlicht. Bei der ländlichen Kohorte ist es eine fallende Gerade von einer positiven zu einer verneinenden Antwort. Die Trendlinie der städtischen Kohorte ist eine steigende Gerade. Deren Steigung

wächst hin zu den verneinten Antworten und ist damit gegensätzlich gerichtet. An dieser Stelle muss aber auch erwähnt werden, dass die Beantwortung der Frage zwei Bedingungen voraussetzt. Einerseits muss der Auszubildende sich dem eigenen Können und den eigenen Fähigkeiten bewusst sein, andererseits muss er den Ausbildungsberuf gut kennengelernt haben, um das Kreuz bei „Ja, sehr ausführlich“ zu setzen. Anscheinend sind beide Bedingungen selten vollständig erfüllt, womit die geringe Anzahl einer Zustimmung zu einer solchen Aussage begründet sein kann.

Die Frage 14 „Welchen Einfluss hatten die folgenden Kriterien für Sie bei der Wahl eines Ausbildungsberufes in der Bauwirtschaft?“ wurde wie folgt beantwortet:

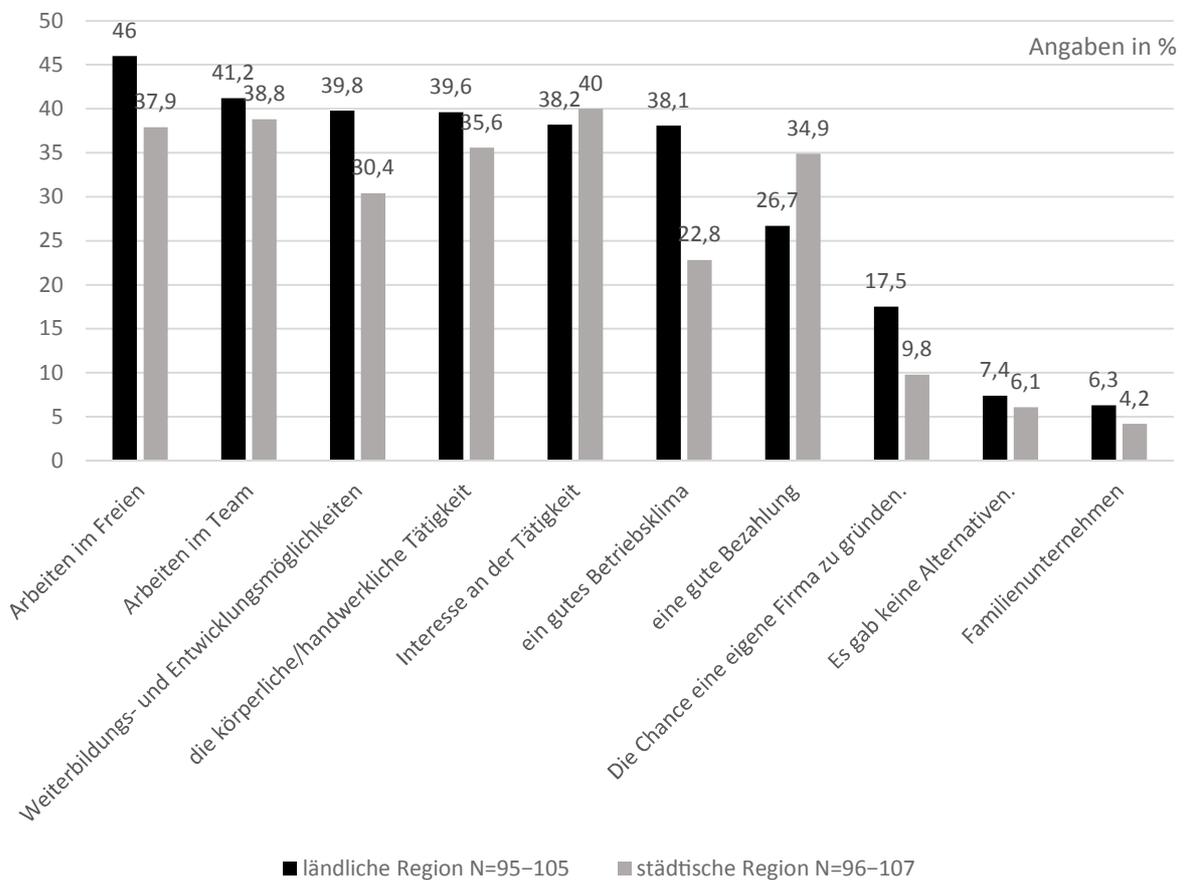


Abbildung 39: Motive bei der Wahl eines Ausbildungsberufes

Für jedes Kriterium gab es eine endpunktbenannte sechsstufige Skala, bei der die Befragten von „einen sehr großen Einfluss“ bis zu „gar keinen Einfluss“ wählen konnten. In Abbildung 39 sind die Anzahl der Antworten bei „sehr großen Einfluss“ für jeden möglichen

Einflussfaktor angegeben. Einzelne Zwischenergebnisse werden in den darauffolgenden Abbildungen detaillierter dargestellt und analysiert.

Es wird deutlich, dass das Arbeiten im Freien, das Arbeiten im Team, die körperlich handwerkliche Tätigkeit und das Interesse an der Tätigkeit die größte Motivation für die Berufswahl darstellen. Die Chance, eine eigene Firma zu gründen, wird von den Auszubildenden am Anfang der Ausbildung noch wenig in Betracht gezogen, obwohl gleichzeitig die Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten eine größere Rolle spielen. Eventuell sehen die Befragten ihre Ausbildung als Sprungbrett für andere Aufgabenfelder in der Bautechnik, für andere Berufszweige<sup>37</sup> oder für ein Studium. Es ist auch anzunehmen, dass einer Karriere in der Bautechnik per se gute Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten zugestanden werden. Auch ein firmeninterner Aufstieg kann an dieser Stelle gemeint sein. Auffällig ist, dass unter die meistgegebenen Antworten die Kriterien fallen, welche nicht von den Unternehmen direkt beeinflusst werden können, sondern allgemeine Anforderungen und Arbeitsbedingungen der Baustellentätigkeit darstellen. Der unternehmerische Einfluss auf die Berufswahlentscheidung scheint zunächst gering auszufallen. Einzelne Kriterien weisen große Abweichungen zwischen den ländlichen und städtischen Befragten auf. Besonders bei den Antworten zur Bezahlung und dem Betriebsklima sind die Unterschiede groß. Ländliche Jugendliche legen einen großen Wert auf ein gutes Betriebsklima, wobei die Bezahlung eine untergeordnete Rolle spielt. Hingegen ist die Bezahlung für die städtischen Jugendlichen deutlich wichtiger. Möglicherweise ist der Lebensunterhalt in der Stadt höher als auf dem Land. Nur 7,4 bzw. 6,1 Prozent der Jugendlichen gaben an, keine Alternativen zum Bauberuf gehabt zu haben. Für mehr als 90 Prozent der Befragten gab es hingegen Alternativen, die aber von den Jugendlichen nicht gewählt wurden, denn die Bauausbildung scheint ihnen solide genug für eine sichere Zukunft zu sein.

---

<sup>37</sup> Um z. B. eine Ausbildungsstelle bei der Feuerwehr zu erhalten, ist eine handwerkliche Ausbildung vorausgesetzt. Dabei genügt der Abschluss zum Facharbeiter bzw. zur Facharbeiterin, der nach dem 2. Ausbildungsjahr erreicht werden kann.

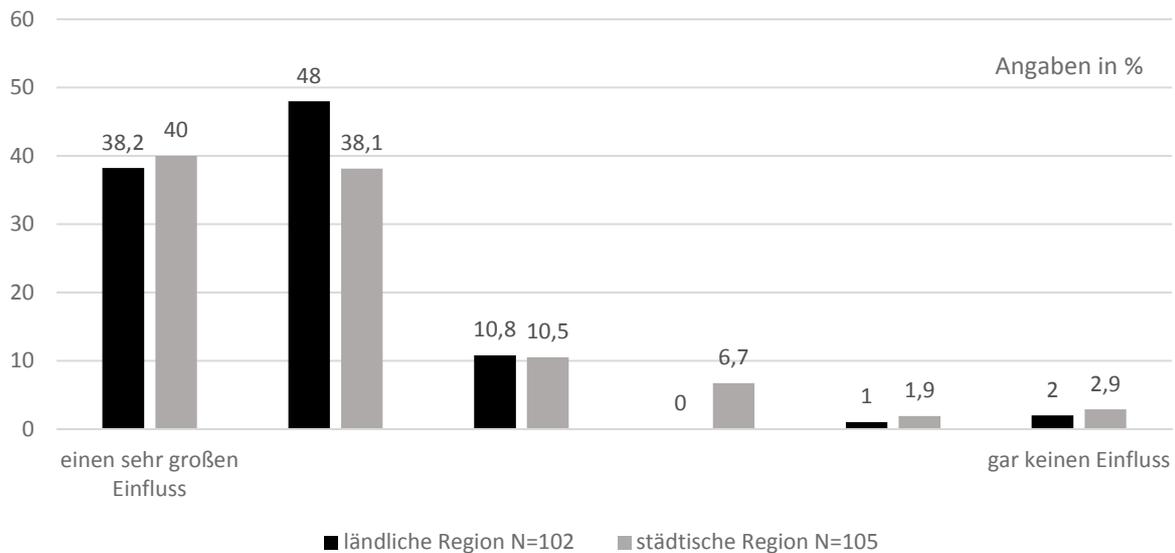


Abbildung 40: Interesse an der Tätigkeit

Im Folgenden werden die einzelnen Kriterien der Frage näher betrachtet. Die Annahme, dass die spezifische Bauarbeit und die typischen Bautätigkeiten deutlich die Wahl einer Ausbildung in diesem Berufsfeld bestimmen, wurde mit dem Kriterium „Interesse an der Tätigkeit“ überprüft (Abbildung 40). Der große Einfluss dieses Kriteriums ist deutlich erkennbar, es scheint die Wahl des Ausbildungsberufes entscheidend zu dominieren. Erfreulich bei dieser Frage ist die geringe Anzahl der Auszubildenden, die angaben, dass die erwartete Tätigkeit wenig oder „gar keinen Einfluss“ für sie auf die Berufswahl hatte. In der Summe gaben 97 Prozent der ländlichen und circa 88 Prozent der städtischen Jugendlichen an, dass das Interesse an der Tätigkeit auf der Baustelle eine bestimmende Rolle bei der Berufswahl für sie besitzt.

Die Abbildung 41 zeigt die Antwortverteilung beim Kriterium „gute Bezahlung“. Bezahlung meint an dieser Stelle die Ausbildungsvergütung und nicht die Entlohnung als Facharbeiter im Anschluss an die Ausbildung. Dieses Fragenverständnis wurde in den Pretests nachgewiesen und dann auch für die eigene Befragung verwendet.

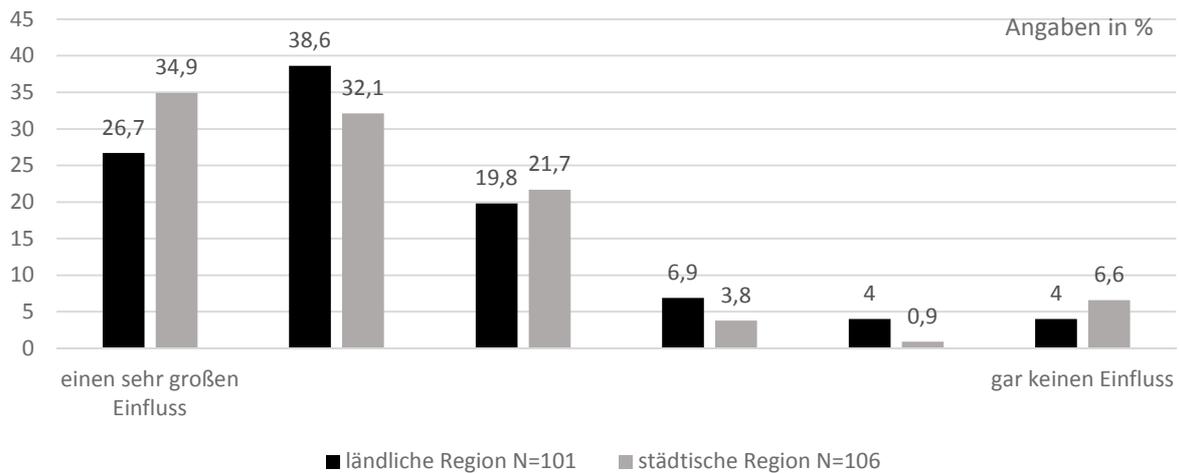


Abbildung 41: Einfluss der Auszubildendenvergütung auf die Berufswahl

Das Kriterium der Auszubildendenvergütung spielt bei den Jugendlichen beider Kohorten eine sehr große Rolle. Etwas stärker ausgeprägt ist der Einfluss auf Jugendliche in städtischen Regionen. Dabei könnten die höheren Lebenshaltungskosten oder ein anderes Konsumverhalten in den städtischen Gebieten eine wesentliche Rolle spielen. Nur 6,6 Prozent der Jugendlichen in städtischen Gebieten und 4 Prozent der Jugendlichen in ländlichen Gebieten gaben an, dass die Bezahlung „gar keinen Einfluss“ auf die Berufswahl hat. In der Summe gaben damit 85 bzw. 95 Prozent der Jugendlichen an, dass die Bezahlung einen Einfluss oder sogar sehr großen Einfluss für sie hat. Viele Auszubildende empfanden die Auszubildendenvergütung dennoch als ungerechtfertigt und viel zu gering, verglichen mit der Entlohnung anderer Berufsfelder. Dabei wurde die körperliche Anstrengung als Kriterium einer gerechten Bezahlung herangezogen, ohne andere berufliche Arbeitsanforderungen zu beachten oder zu kennen. Die meisten Jugendlichen wünschten sich mehr Auszubildendenvergütung für die schwere Arbeit. Das ist das Ergebnis aus den Gesprächen, die mit den Jugendlichen vor und nach den eigentlichen Befragungen geführt wurden.

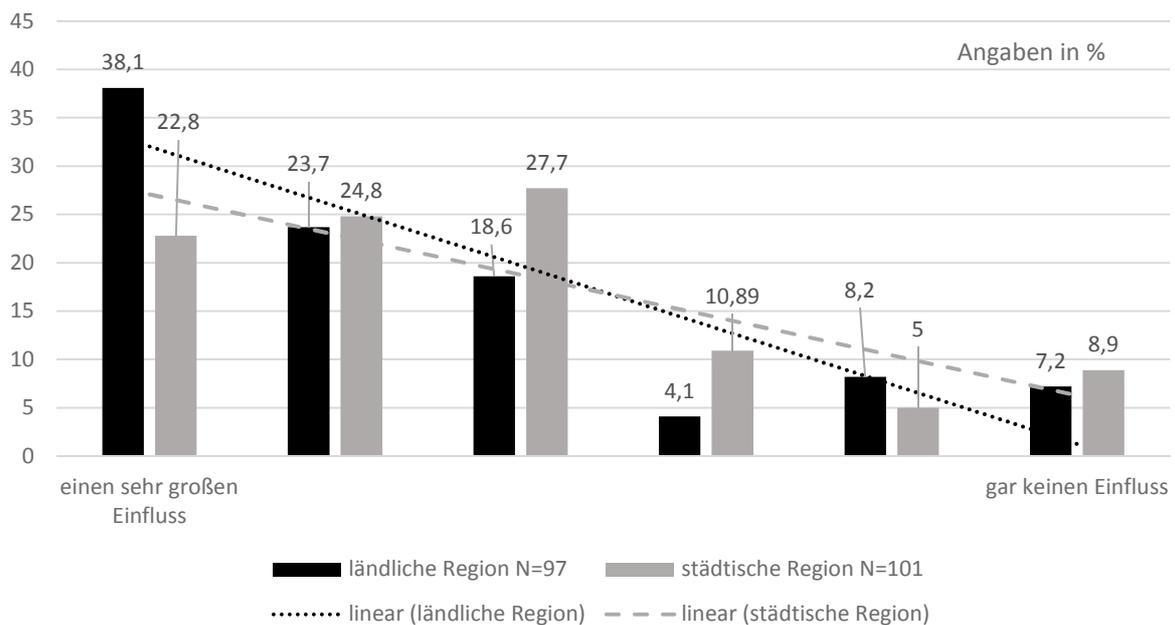


Abbildung 42: Der Einfluss des Betriebsklimas auf die Berufswahl

Das Betriebsklima hat für die Jugendlichen einen entscheidenden Einfluss bei der Berufswahl (Abbildung 42). Ob der Baubranche per se ein positives Betriebsklima unterstellt wird oder die Jugendlichen vor Beginn der Ausbildung in Praktika das Betriebsklima kennenlernten, wurde nicht überprüft. Auffällig ist die Abweichung der Antworten zwischen ländlicher und städtischer Region beim Endpunkt der Skala „einen sehr großen Einfluss“. Augenscheinlich wünschen sich besonders die ländlichen Jugendlichen ein sehr angenehmes Arbeitsumfeld und Kollegium, in dem sie sich eingebettet fühlen, füreinander einstehen, ein Teil des Teams sind und dies auch nach außen darstellen. Der städtischen Kohorte hingegen ist der Faktor „Betriebsklima“ weniger wichtig, weswegen es für sie anscheinend weniger Einfluss auf die Berufswahl hatte. Möglicherweise fehlt den städtischen Jugendlichen der Einblick in die Baustellenarbeit, welche teamorientiert und arbeitsteilig organisiert ist. Unterstrichen werden die Unterschiede durch die Hinzunahme der Trendlinien. Die Trendlinie der ländlichen Region verläuft deutlich steiler als die der städtischen Region. Sie ist durch die herausragende Anzahl der Zustimmungen zu erklären, dass das vorher erlebte oder zumindest ein erwartetes gutes Betriebsklima sehr wichtig ist.

In diesem Zusammenhang sollen die Ergebnisse zum Kriterium „Arbeiten im Team“ herangezogen werden (Abbildung 43). Auch hier ist erkennbar, dass die städtischen Jugendlichen etwas weniger deutlich Wert auf eine gute Teamarbeit legen als die ländlichen Jugendlichen. Dass das Team eine kleine „Familie“ darstellen kann, wird anscheinend

weniger in Betracht gezogen. Hier kann ein Zusammenhang zur Frage nach den erwarteten Anforderungen im Ausbildungsberuf aus der Abbildung 38 hergestellt werden.

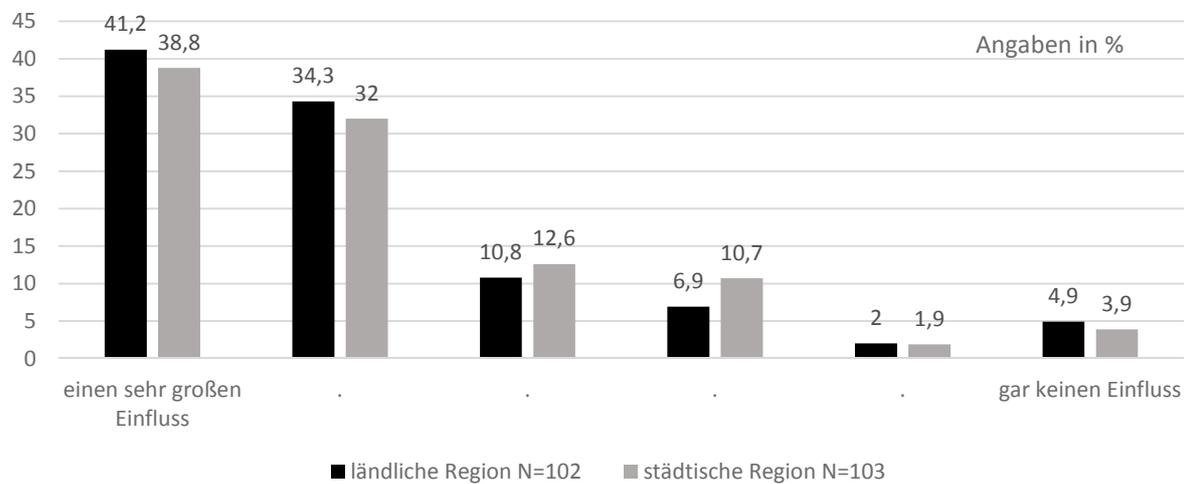


Abbildung 43: Der Einfluss der Teamarbeit auf die Berufswahl der Jugendlichen in der Bauwirtschaft

Das fehlende Kennenlernen des Ausbildungsberufes und der damit verbundenen Tätigkeiten kann auch die Einschätzung der Bedeutung von Teamarbeit und des Betriebsklimas beeinflussen. Eine innere Auseinandersetzung mit derartigen Fragen hat bei einigen wenigen Jugendlichen anscheinend weniger intensiv stattgefunden. Insgesamt jedoch wünscht sich eine überwiegende, breite Mehrheit eine gute Teamarbeit mit einem angenehmen Betriebsklima als Voraussetzung für eine gute Berufsarbeit.

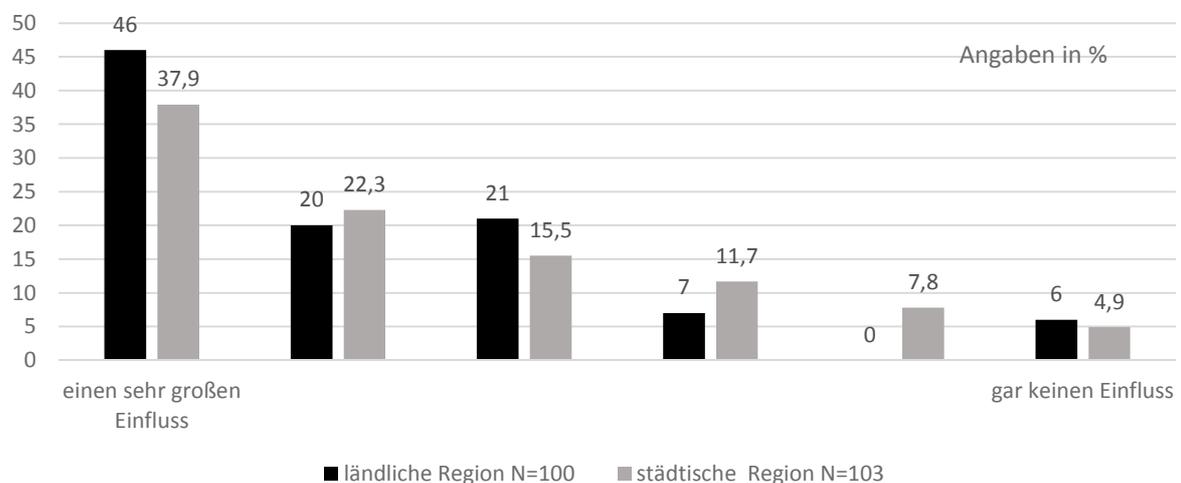


Abbildung 44: Der Einfluss der Außenarbeit auf die Berufswahl

In der Abbildung 44 wird die Bedeutung der Arbeit im Freien von den Jugendlichen eingeschätzt. Im Fragebogen wurde nach dem Kriterium „Arbeiten in der freien Natur“ gefragt. Mündlich wurde konkretisiert, dass es darum geht, wie die Arbeit unter freier Himmel und der Fakt, ständig dem Wetter und unterschiedlichen Temperaturen ausgesetzt zu sein, die Berufswahl beeinflusste. Die Arbeit in der Bauwirtschaft beschränkt sich nicht ausschließlich und für alle Berufe im gleichen Umfang auf den Außenbereich. Die hier untersuchten Berufe sind jedoch besonders häufig dem Wetter ausgesetzt und haben nur selten wetterunabhängige Arbeitsplätze. Die große Mehrheit der Befragten beider Kohorten hat sich anscheinend sehr bewusst für einen Beruf im Baugewerbe entschieden, um unter freiem Himmel tätig zu sein, statt in abgetrennten Räumlichkeiten zu arbeiten. Dieses Bewusstsein scheint bei der ländlichen Kohorte etwas stärker vorhanden zu sein als bei der städtischen. Die Anzahl der Jugendlichen, auf die die Arbeit unter freiem Himmel wenig oder gar keinen Einfluss bei der Berufswahl hat, ist im städtischen Raum etwas stärker als im ländlichen Raum. Möglicherweise spielt der Arbeitsort eine untergeordnete Rolle oder diese Jugendlichen haben sich weniger mit den Anforderungen ihres Ausbildungsberufes beschäftigt, wie schon des Öfteren in dieser Arbeit erwähnt wurde. Jugendliche, die angaben, dass das Arbeiten im Freien keinen Einfluss auf ihre Berufswahl hatte, antworteten auch häufiger, dass es für sie keine Alternativen zum Bauberuf gab.

Neben den oft genannten negativen Einflüssen der Wetterabhängigkeit wird in der Öffentlichkeit oftmals auch die schwere körperliche Tätigkeit der Bauarbeit betont. Dies haben die Jugendlichen bereits beim Thema Bezahlung erwähnt, sich aber bewusst bei ihrer Berufswahl für eine körperlich anspruchsvolle Tätigkeit entschieden.

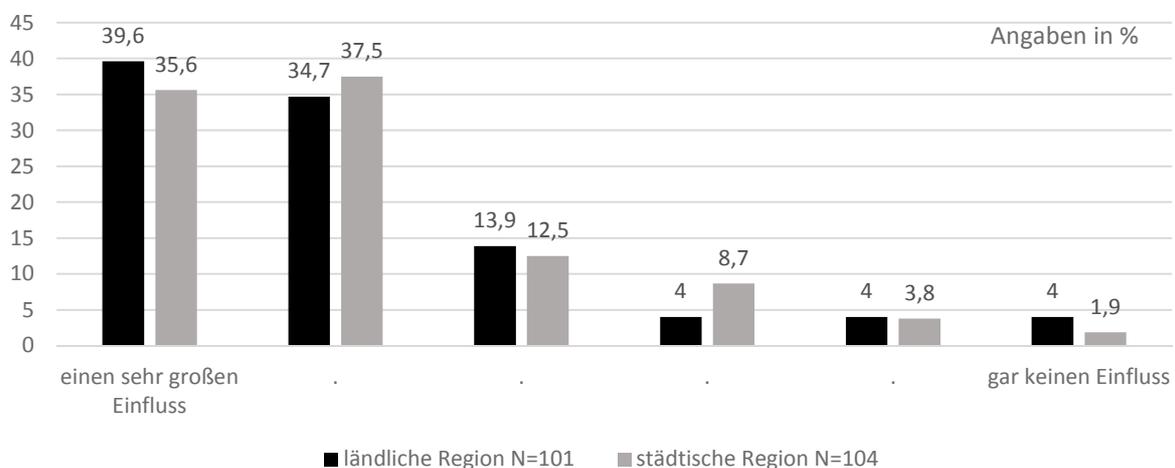


Abbildung 45: Einfluss der körperlichen und handwerklichen Anforderungen

Die Antworten zwischen der ländlichen und städtischen Kohorte unterscheiden sich nur geringfügig (Abbildung 45). Es zeigt sich, dass Jugendliche insgesamt die auf sie zukommenden Aufgaben sehr treffend einschätzen und diese bewusst gewählt haben. Das Interesse an körperlichen und handwerklichen Anforderungen ist bei den meisten Jugendlichen gegeben.

Mit Frage 14 wurde auch der Einfluss von Familienunternehmen auf die Berufswahl untersucht. Dieses Kriterium wurde von den Auszubildenden unterschiedlich interpretiert, was beim Pretest nicht absehbar war. Die Intention bestand darin, zu erfragen, welche Jugendlichen einer Familie entstammen, die ein Bauunternehmen leitet oder Inhaber eines Bauunternehmens ist. Einige Auszubildende glaubten, dass hinterfragt wird, ob es ihnen wichtig ist, dass es sich bei ihrem Ausbildungsbetrieb um ein Familienunternehmen handelt, im Gegensatz zu einer Kapitalgesellschaft, wie einer Aktiengesellschaft, einer Kommanditgesellschaft oder einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH), welche auch Familienunternehmen sein können, hier aber als Großunternehmen angesehen werden konnten. Aus diesem Grund können die Ergebnisse dieses Teilaspekts nicht zur Beantwortung der Hypothese herangezogen werden und auf ihre Darstellung wird an dieser Stelle verzichtet. Die Möglichkeiten der beruflichen Entwicklung und der persönlichen Weiterbildung scheinen indes sehr bedeutsam für die Berufswahlentscheidung zu sein (Abbildung 46). An dieser Stelle kann die Bauwirtschaft besonders stark bei den Jugendlichen punkten. Diese sehen für sich sehr gute Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten nach dem erfolgreichen

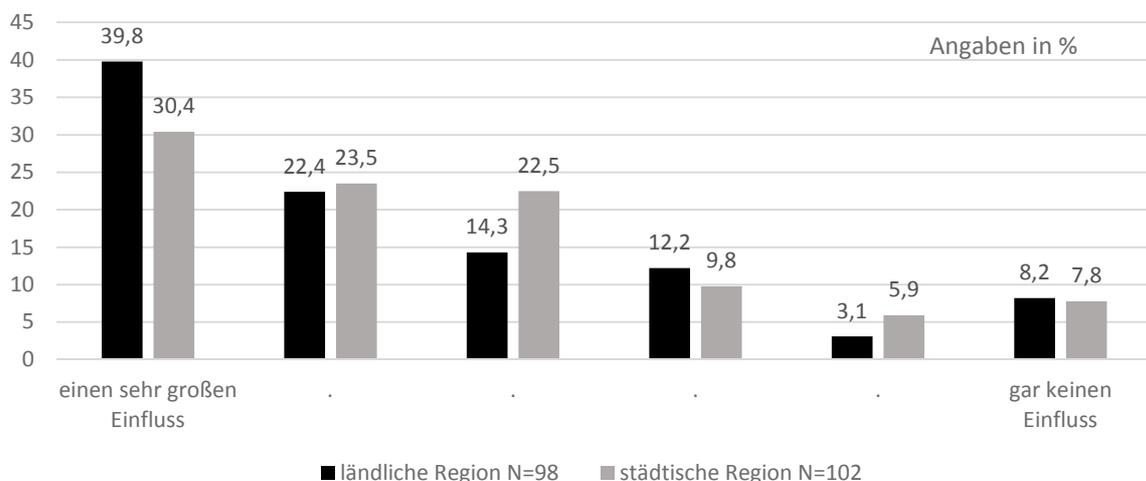


Abbildung 46: Der Einfluss von Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten auf die Berufswahl

Abschluss der Berufsausbildung. Das widerspricht sich ein wenig mit dem Antwortverhalten zu den Fragen 6 und 8, die in Abbildung 37 und 38 dargestellt sind. Dort wurde oft deutlich, dass sich besonders die städtischen Jugendlichen wenig mit den Anforderungen und Inhalten ihres Ausbildungsberufes beschäftigt haben. Anscheinend kennen sie jedoch die Möglichkeiten nach der Ausbildung, auch wenn es nur darum gehen sollte mit der Ausbildung in einem Bauberuf zum Beispiel den Zugang zu einer Ausbildung als Berufsfeuerwehrmann zu erhalten. Etwas geringer fällt hier der Einfluss bei der städtischen Kohorte aus. Es kann wieder das zuvor angesprochene Gefälle zwischen ländlichen und städtischen Jugendlichen bei der Berufskennntnis erkannt werden. Erfreulich ist der geringe Anteil an Jugendlichen beider Kohorten, die keinen Einfluss der Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten angaben. Eine breite Mehrheit der Jugendlichen in der ländlichen (76,5 Prozent) und städtischen Region (76,4 Prozent) sehen hier einen erhöhten positiven Einfluss. Auch wenn die Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten nicht immer bewusst wahrgenommen wurden, so sind sie doch stets präsent und der Bauberuf wird von der überwiegenden Mehrheit nicht als „Sackgassenberuf“ angesehen.

Mit dem Wissen, dass nicht alle Motive, welche Jugendliche bei der Berufswahl leiten, in der Frage 14 erfasst werden konnten, hatten die Auszubildenden die Möglichkeit unter „Sonstiges“ weitere für Sie wichtige Beweggründe für die Wahl eines Ausbildungsberufes anzugeben (Tabelle 11):

<b>Ländliche Region</b>	<b>Mischzone</b>	<b>Städtische Region</b>
Vorteile für freies Reisen zukunftsorientiert	Einen geregelten Tagesablauf „Sehen was man gebaut hat“	Die Walz Firmenübernahme Kenntnisse fürs Haus Wartesemester abbummeln Wetterfreund

*Tabelle 11: Zu den Motiven bei der Wahl eines Ausbildungsberufes*

Jede Antwort wurde nur einmal gegeben, woraus geschlossen werden kann, dass die unter Frage 14 vorgegebenen Kriterien umfassend genug waren. Beim offenen Teil der Frage kamen erstmalig Aussagen, zu einer möglichen Wanderschaft (Walz) nach der Ausbildungszeit. Anscheinend liegt diese historische Tradition nicht im Fokus und dem vornehmlichen Interesse der Jugendlichen, was sich aber im Verlauf der Ausbildung mit zunehmender beruflicher Identifikation noch ändern kann. Auch die Antwort „Kenntnisse fürs

Haus“ zu erwerben, lassen darauf schließen, dass die in der Ausbildung gewonnenen Kompetenzen später ebenso für private Zwecke eingesetzt werden können. Eventuell kann der Bau des eigenen Hauses gemeint sein oder der Umbau einer bestehenden Wohnung. Von keinem weiteren Jugendlichen wurde die Wichtigkeit oder die Nützlichkeit der erlernten Tätigkeiten und Kenntnisse für private Zwecke im Fragebogen nachfolgend erwähnt. Mit der Aussage „Sehen, was man gebaut hat“ wird eine besondere Eigenschaft der Bauarbeit hervorgehoben, die sehr motivierend auf alle Arbeitenden der Bauberufe wirkt. Das Tageswerk nach einem kraftzehrenden Arbeitstag vor Augen zu haben, welches oft sehr groß dimensioniert und für lange Zeit öffentlich wahrgenommen werden kann, ruft nicht selten einen großen Stolz bei den Beschäftigten der Bauwirtschaft hervor.

#### 4.2.3 Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese II

Im vorangegangenen Kapitel wurden die Ergebnisse der Auszubildendenbefragung zu den Motiven und Beweggründen bei der Wahl des Ausbildungsberufes in der Bauwirtschaft dargestellt. In den meisten Antworten sind nur sehr wenige und geringe Unterschiede im Antwortverhalten beider Kohorten sichtbar. An einigen einzelnen Stellen zeigen sich jedoch signifikante Unterschiede zwischen den Jugendlichen in den ländlichen und städtischen Regionen.

Jugendliche im städtischen Raum wählen öfter als Jugendliche in ländlichen Regionen einen Ausbildungsberuf, ohne sich im Vorfeld über diesen näher informiert zu haben. Die Auswahl eines Ausbildungsberufes scheint mitunter auch davon beeinflusst zu sein, eine Arbeitslosigkeit oder Ausbildungslosigkeit zu vermeiden. Anscheinend kennen einige Jugendlichen ihre eigenen Stärken und Schwächen, die Betriebe sowie die Arbeit in der Bauwirtschaft nicht im gewünschten Umfang, was die Suche nach einem passenden Ausbildungsberuf zusätzlich erschwert. Von passgenauer Besetzung kann deshalb nicht immer die Rede sein. Besonders ausgeprägt ist der Mangel bei der städtischen Kohorte.<sup>38</sup>

Unterstützt wird diese Interpretation durch die Ergebnisse zum Entscheidungskriterium „Es gab keine Alternativen“. Dies wird häufiger von der städtischen Kohorte bestätigt (Abbildung 47). 18,9 Prozent der ländlichen Kohorte und 27,5 Prozent der städtischen Kohorte gaben an, dass dieser Umstand einen größeren bis sehr großen Einfluss auf ihre Entscheidung hatte. Es wird deutlich, dass die städtische Kohorte oftmals deshalb einen Bauberuf wählt, weil es

---

<sup>38</sup> Es muss aber auch angemerkt werden, dass die Angebots-Nachfrage-Korrelation in der Stadt für die Jugendlichen schlechter ist. Die Konkurrenz um die Ausbildungsbetriebe ist in der Stadt höher, da sie besser erreichbar sind als in der ländlichen Region.

keine oder nur wenige Alternative gab und wahrscheinlich keine Zeit mehr blieb, die Anforderungen des jeweiligen Ausbildungsberufes näher zu erfahren.

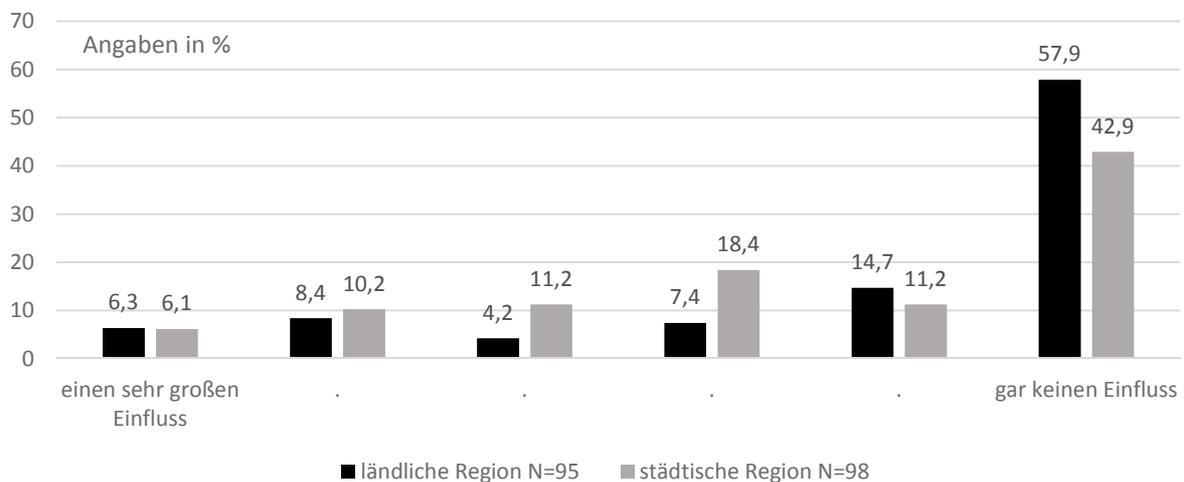


Abbildung 47: Keine Alternativen bei der Berufswahl

Erkennbar ist dies auch bei der Anzahl der Antworten beim Skalenendpunkt „gar keinen Einfluss“ bei der Berufswahl. Deutlich weniger städtische Jugendliche setzten hier ein Kreuz. Die städtische Kohorte wählte öfter (57,1 Prozent) einen Bauberuf als Ausbildungsberuf als die Jugendlichen im ländlichen Raum (42,1 Prozent), weil es keinen anderen Ausbildungsberuf für sie gab.

Die Teamzugehörigkeit schätzen die Auszubildenden beider Kohorten sehr, was den Bauberufen sehr entgegenkommt, da der Zusammenhalt auf der Baustelle als sehr positiv wahrgenommen wird. Den Jugendlichen ist bewusst, dass Baustellenarbeit eine körperlich anspruchsvolle Arbeit ist, die zumeist unter freiem Himmel und im Team stattfindet, was sie als Motiv angaben, den Beruf gewählt zu haben, weshalb von einer positiven Bewertung ausgegangen werden kann.

Eine vergleichbare Befragung zum Thema Begründung und Motive der Berufswahl für einen bautechnischen Beruf ist nicht vorhanden. Auch der Einfluss der bautypischen Anforderungen, wie sie in der vorliegenden Befragung angegeben wurden, ist bisher in keiner Umfrage zu finden. Die meisten Umfragen beziehen sich auf die Anforderungen von Jugendlichen an einen Ausbildungsbetrieb oder an die Ausbildungsverantwortlichen. Befragungen zu den Anforderungen an einen Ausbildungsberuf sind ebenfalls wenige erhoben worden (vgl. z. B. TASKINEN 2010, FRANK 2014, MATTHES 2019). Vom

1. August 2015 bis zum 31. Juli 2017 wurde ein Projekt zur Weiterentwicklung der Berufsorientierung am PTZ<sup>39</sup> Schkopau durchgeführt und vom Zentrum für Sozialforschung Halle e. V. an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg wissenschaftlich begleitet. Zielgruppe war die Schülerschaft der Klassenstufen 8 und 9 aus drei Sekundarschulen im Saalekreis in Sachsen-Anhalt. 628 Schüler und Schülerinnen wurden am Ende eines 14-tägigen Praktikums am PTZ unter anderem zu ihren Berufswünschen und ihren Zukunftsvorstellungen befragt. Folgende Antworten wurde von den männlichen Jugendlichen auf die Frage gegeben: „Wenn Du an Deine berufliche Zukunft denkst, wie sollte diese nach der Ausbildung aussehen?“ (GRÜNERT; KAUFMANN 2017, S.27).

Themen	Angaben in Prozent (Mehrfachnennung mgl.)
	Jungen (Mädchen)
günstige Arbeitszeiten	53,1 (42,0)
gutes Arbeitsklima Spaß an der Arbeit nette Kollegen	44,6 (26,1)
hohes Einkommen	40,1 (26,1)
günstiger Arbeitsort	31,6 (40,3)
feste Anstellung gute Karrierechancen	17,3 (20,2)
Vereinbarkeit von Lebensplanung und Familie	17,3 (7,6)
Sauberkeit und Ausstattung des Arbeitsplatzes	7,1 (5,9)

Tabelle 12: Wünsche der Jugendlichen in Sachsen-Anhalt für ihre berufliche Zukunft (Quelle: vgl. GRÜNERT/KAUFMANN 2017, S. 28)

In der Tendenz stimmen die Antworten mit denen der eigenen Befragung von Auszubildenden in den Bauberufen überein. Größere Abweichungen gibt es bei den Vorstellungen zu den Arbeitszeiten, zu den Wünschen nach einem sauberen Arbeitsplatz und dem günstig gelegenen Arbeitsort. Diese Anforderungen können nur sehr wenige Bauberufe erfüllen, was mit den typischen Gegebenheiten der Bauarbeit begründet sein kann. Beiden Befragungsgruppen sind indes die Teamarbeit und der Spaß an der Arbeit besonders wichtig.

<sup>39</sup> Polytechnisches Zentrum entspricht den überbetrieblichen Ausbildungszentren.

Besonders schätzen die Auszubildenden der Bauwirtschaft das Arbeiten im Freien. Dieser Aspekt wurde in der Schkopau-Studie gar nicht erhoben. Möglicherweise ist den Jugendlichen der 8. oder 9. Klasse der tägliche Arbeitsort als Entscheidungskriterium gar nicht präsent, denn ausgeschlossen wurde er auch nicht.

Eine feste Anstellung scheint vielen Jugendlichen ein wichtiger Aspekt bei der Berufswahl zu sein. Doch gerade dieser wurde von den Jugendlichen der Bauwirtschaft nicht genannt. Möglicherweise wissen die Jugendlichen um die derzeit herausragend guten Chancen in den Bauberufen, sodass es für sie eine Selbstverständlichkeit ist, auch in Zukunft einen festen Arbeitsplatz zu haben oder einen festen Grundstein mit einer Ausbildung in der Bauwirtschaft gelegt zu haben.

Abschließend lässt sich festhalten, dass weitestgehend eine Übereinstimmung bei der Begründung einer Berufswahl für einen bautechnischen Ausbildungsberuf zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ besteht.

### 4.3 Hypothese III: Entscheidungshilfe durch Berufsorientierung

Die Berufsorientierungsmaßnahmen in der SEK I vermitteln sowohl in ländlichen als auch in städtischen Räumen nur unzureichende Informationen über bautechnische Berufe.

#### 4.3.1 Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese III

- Die Jugendlichen empfinden die Berufsorientierung in der SEK I als wenig hilfreich bei der Suche nach einem Ausbildungsberuf.
- Die Internetrecherche und das Schulpraktikum werden als bestes schulisches Berufsorientierungsinstrument bewertet.
- Die Jugendlichen sehen für sich in der Bauwirtschaft ein langfristiges Entwicklungspotenzial und stehen allen Entwicklungsoptionen offen gegenüber.
- Jugendliche aus den ländlichen Regionen informieren sich tiefgreifender zum ausgewählten Ausbildungsberuf.

#### 4.3.2 Analyse der Fragen zur Hypothese III

Wie bei der Bearbeitung der vorangegangenen Hypothese II schon erkennbar wurde, wählen Jugendliche öfter einen Ausbildungsberuf aus, ohne sich vorab ausreichend über die Anforderungen des Berufes bewusst zu sein. Auch kennen einige Auszubildenden ihre eigenen Stärken und Schwächen wenig, was die Suche eines geeigneten Ausbildungsberufes

zusätzlich erschwert. Nicht selten wird dann der Bauberuf als bloße „Alternative“ zum Erstwunsch gewählt, um nicht ohne eine Ausbildung ins Berufsleben oder Arbeitsleben zu starten. Auch, um dieser Gefahr vorzubeugen, durchlaufen die Jugendlichen in der SEK I eine permanente Berufsorientierung, welche ihnen den Übergang in den Arbeitsmarkt, die erste Schwelle, erleichtern soll. Aus Vorgesprächen mit jungen Auszubildenden ging hervor, dass die schulische Berufsorientierung jedoch häufig als vermeintliche „Zeitverschwendung“ angesehen wird. Unzureichendes Informationsniveau, Vermittlung unrealistischer beruflicher Vorstellungen mit einem großen zeitlichen Aufwand verbanden die Jugendlichen mit dem Begriff der „schulischen Berufsorientierung“. Es kann nicht sicher angenommen werden, dass die Schülerinnen und Schüler alle entsprechenden schulischen Angebote als Berufsorientierungsmaßnahmen wahrnehmen oder damit in Verbindung bringen. Aus diesem Grund ist der Fragebogen in der vorliegenden Untersuchung auf die verpflichtenden Maßnahmen der Berufsorientierung beschränkt. Es bestand für die Auszubildenden immer die Möglichkeit, weitere für sie wichtige „Meilensteine“ der Berufsorientierung oder der Berufswahl zu benennen oder näher zu erläutern. Zunächst wurde danach gefragt, ob die Berufsorientierung in der SEK I eine Hilfe bei der Berufswahlentscheidung der Jugendlichen war (Abbildung 48).

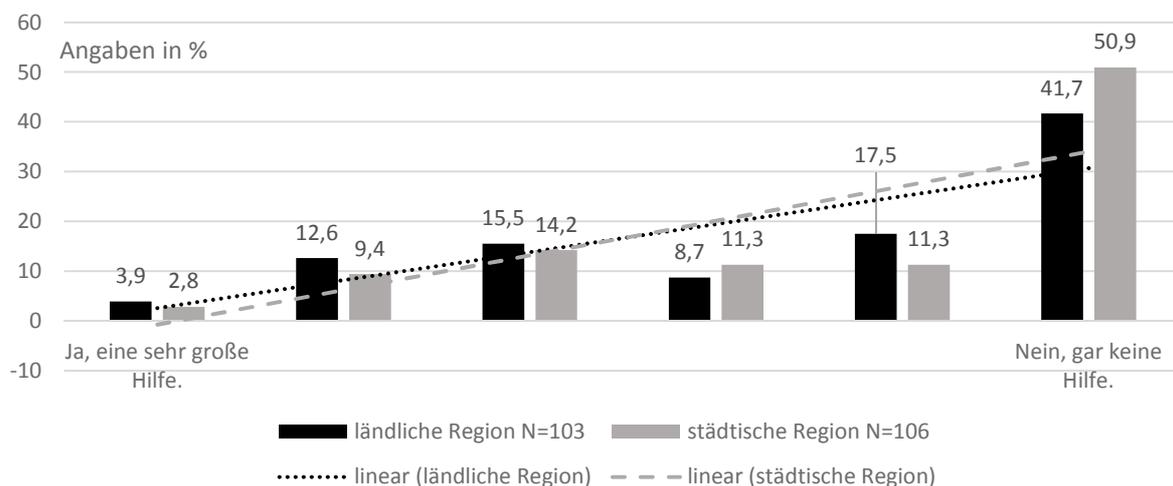


Abbildung 48: Beurteilung der Berufsorientierungsunterstützung in der SEK I

Es zeigt sich ein sehr deutliches Ergebnis. Mehr als 50 Prozent der städtischen Jugendlichen und über 40 Prozent der Jugendlichen vom Land gaben an, dass die Berufsorientierung in der SEK I für sie „gar keine Hilfe“ darstellte. Der Wert im städtischen Raum ist größer als im

ländlichen Raum. 67,9 bzw. 73,5 Prozent schätzen es so ein, dass die Berufsorientierungsmaßnahmen keinen oder einen sehr geringen Einfluss hatten. Nur 16,5 Prozent der Jugendlichen in ländlichen Regionen und 12,2 Prozent der Jugendlichen in städtischen Regionen gaben an, dass die Berufsorientierung eine große oder „sehr große Hilfe“ für sie darstellte. In der Summe wird die Berufsorientierung im ländlichen Raum etwas besser beurteilt als im städtischen Raum. Dies ist auch unter Zuhilfenahme der Trendlinie erkennbar. Die Trendlinien verlaufen beide in die gleiche Richtung von rechts unten nach links oben. Jedoch ist sie für die städtische Kohorte deutlich steiler, was das Ergebnis unterstreicht.

Wie bereits herausgearbeitet, wird der Einfluss durch die Eltern, den Freundeskreis und das Internet bei der Berufsorientierung am stärksten eingeschätzt. Die schulische Berufsorientierung kann als zusätzliches, begleitendes Unterstützungsinstrument angesehen werden, wenn die Eltern mit ihrer Beratungskompetenz an ihre Grenze stoßen oder als Beratende teilweise oder vollständig ausfallen. Der hohe Wert in der Beurteilung der schulischen Berufsorientierungsunterstützung beim Skalenpunkt „Nein, gar keine Hilfe.“ ist dann als positiv zu bewerten, wenn andere Berufsorientierungsmechanismen gut funktionieren und die schulische Berufsorientierung gar nicht gebraucht wird. Die schulische Berufsorientierung ist dann lediglich eine zusätzliche und flankierende Unterstützungsoption für die Jugendlichen, aber nicht die wichtigste oder alles entscheidende. Um dies zu verifizieren, wurde im weiteren Verlauf der Untersuchung der Fokus auf die 41,7 Prozent der Jugendlichen in ländlichen Regionen und 50,9 Prozent der Jugendlichen in städtischen Regionen gelenkt, welche die Berufsorientierung als gar keine Hilfe ansahen. In ganzen Zahlen ausgedrückt, betrifft das 54 Jugendliche in der städtischen Region und 43 Jugendliche in der ländlichen Region, was für die Abbildungen 49 bis 51 den N-Wert darstellt. Ihre Antworten wurden isoliert betrachtet und zunächst dem Alter, dann der Schulbildung und abschließend dem Zeitpunkt der Berufswahl zugeordnet.

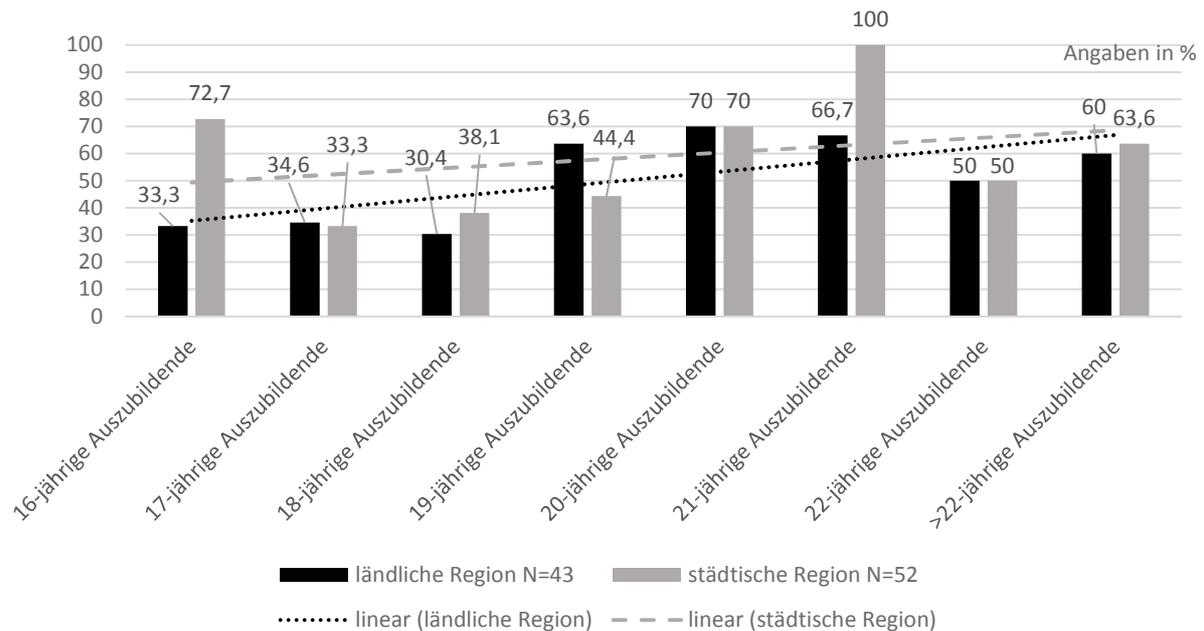


Abbildung 49: Die Unzufriedenheit mit der Berufsorientierung in der SEK I in den Altersgruppen

Die Unzufriedenheit mit der schulischen Berufsorientierung in der SEK I nach Altersgruppen gestaffelt ist in Abbildung 49 dargestellt. Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich auf die Gesamtheit der befragten Jugendlichen in der Kohorte. So haben beispielsweise 33,3 Prozent der 16-jährigen Jugendlichen aus der ländlichen Kohorte angegeben, dass die Berufsorientierung in der SEK I „Nein, gar keine Hilfe“ war. Die verbleibenden 66,6 Prozent setzten ihr Kreuz außerhalb dieser Antwortmöglichkeit. Ganz bewusst werden die Prozentwerte genutzt, da die absoluten Zahlen ein weniger aussagekräftiges Ergebnis hervorbringen würden, da die 16- bis 18-jährigen Jugendlichen den Großteil der Befragten umfassen.

Beim ersten Blick auf das Diagramm fällt auf, dass besonders die Gruppen der 16- und 21-jährigen Jugendlichen in der städtischen Region herausstechen, deren Antworten sich deutlich von denen der ländlichen Jugendlichen unterscheiden. Bei diesen beiden Altersgruppen scheint eine besonders große Unzufriedenheit mit der schulischen Berufsorientierung zu bestehen. Mithilfe der Trendlinien wird deutlich, dass mit zunehmendem Alter die Berufsorientierung für die Jugendlichen eine weniger große Hilfe darstellt. Zwar fällt die Trendlinie für die städtische Kohorte etwas flacher aus, ein direkter Zusammenhang ist dennoch zu erkennen. Möglicherweise rückt mit zunehmendem Alter auch die Erinnerung an die schulische Berufsorientierung etwas in den Hintergrund. Aus diesem Grund könnten Schüler, die direkt aus der Schule in die duale Berufsausbildung münden, mit mehr positiver

Erinnerung diese Fragen beantworten. Eine weitere Erklärung für die steigende Trendlinie ist, dass die Berufsorientierungsmaßnahmen der SEK I in den letzten Jahren qualitativ stetig verbessert worden sind, wovon ältere Schulabgänger noch nicht profitierten.

Lehrkräfteweiterbildung, die Steigerung der Medienkompetenz und die Nutzung digitaler Medien im Berufsorientierungsunterricht könnten diesen Trend hervorgerufen haben.

Im weiteren Verlauf wird der Fokus wieder auf die 41,7 Prozent der Jugendlichen in ländlichen Regionen und 50,9 Prozent der Jugendlichen in städtischen Regionen gelenkt, welche die schulische Berufsorientierung als gar keine Hilfe ansahen. Jetzt werden ihre Antworten isoliert betrachtet und der Schulbildung zugeordnet, wie sie im Teil V des Fragebogens erhoben wurden.

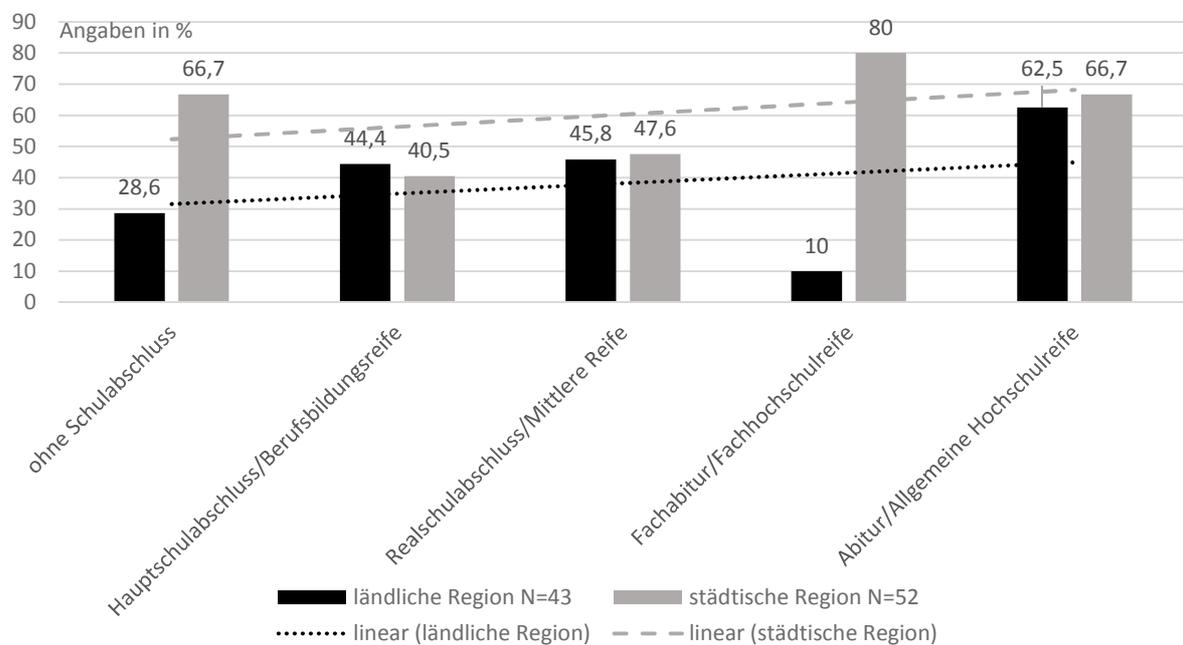


Abbildung 50: Die Unzufriedenheit mit der Berufsorientierung in der SEK I nach Schulabschluss

Die Schulabschlüsse, abgebildet auf der Abszisse, sind aufsteigend nach der Wertigkeit der Qualifikation angeordnet: „ohne Schulabschluss“ auf der linken Seite bis hin zur „Allgemeinen Hochschulreife“ auf der rechten Seite des Diagramms, was die Zusammenhänge besser erkennen lässt. Abgebildet ist der Anteil an Jugendlichen, die angaben, dass die schulische Berufsorientierung keine Hilfe für sie war, gemessen am Gesamtanteil der Schulabschlüsse der Befragten in der Kohorte. So sagten beispielsweise 28,6 Prozent der befragten Jugendlichen auf dem Land, die keinen Schulabschluss haben, dass ihnen die Berufsorientierung keine Hilfe war. 66,7 Prozent der städtischen Befragten, die ein

Abitur vorweisen können, gaben an, dass ihnen die Berufsorientierung keine Hilfe war. Einen deutlichen Unterschied zwischen der ländlichen und städtischen Kohorte ist bei Jugendlichen ohne Schulabschluss und Jugendlichen mit Fachabitur/Fachhochschulreife erkennbar. Bei allen anderen Schulabschlüssen zeigen sich in der Einschätzung geringere Unterscheidungen. Mit dem Darstellen der Trendlinie wird ein Zusammenhang noch deutlicher. Sowohl auf dem Land als auch in den städtischen Gebieten wird mit zunehmendem höherem Bildungsabschluss die Berufsorientierung als weniger hilfreich angesehen. Die Steigung beider Trendlinien ist annähernd gleich. Es kann davon ausgegangen werden, dass mit zunehmender Qualifikation verstärkt auch andere Hilfen in Anspruch genommen werden. Auch die Medien- und Personalkompetenz der Jugendlichen wird mit zunehmendem Bildungsabschluss stärker ausgeprägt sein, was zur Folge haben kann, dass die individuelle Internetrecherche als Hauptrecherchemaßnahme der Berufsorientierung dient. Besonders die Abiturienten sehen die Berufsorientierung als wenig hilfreich an, anders als Jugendliche ohne Schulabschluss, die deutlich seltener die schulische Berufsorientierung als keine Hilfe ansehen. Jedoch gibt es auch Unterschiede zwischen der ländlichen und städtischen Region, denn beide Trendlinien weisen verschiedene Höhenlagen auf. So befindet sich die Trendlinie der städtischen Region deutlich höher im Diagramm als die Trendlinie der ländlichen Region. Die Hilfe der Berufsorientierung in den städtischen Gebieten wird im Ganzen von allen Bildungsabschlüssen als etwas weniger hilfreich eingeschätzt. Die ländliche Region sieht in der schulischen Berufsorientierung eine größere Hilfe, was auch schon in der Abbildung 48 nachgewiesen wurde.

Im weiteren Verlauf bleibt der Fokus auf die 41,7 Prozent der Jugendlichen in ländlichen Regionen und 50,9 Prozent der Jugendlichen in städtischen Regionen, welche die Berufsorientierung als gar keine Hilfe ansahen. Hierzu werden ihre Antworten isoliert betrachtet und nun dem Zeitpunkt der Berufswahlentscheidung zugeordnet, der in der Frage 10 des Fragebogens erhoben wurde. In der ländlichen Region sagten 58,3 Prozent der Jugendlichen, die ihre Berufswahlentscheidung kurz vor Ausbildungsbeginn trafen, dass die schulische Berufsorientierung für sie keine Hilfe war (Abbildung 51). Deutlich geringer ist der Wert in der städtischen Region mit 40,9 Prozent. 22,2 Prozent der ländlichen Jugendlichen, die sich bereits circa 12 Monate vor Ausbildungsbeginn für einen Ausbildungsplatz entschieden hatten, gaben auch an, dass die schulische Berufsorientierung für sie keine Hilfe war. 56,2 Prozent der städtischen Gruppe mit diesem langen Entscheidungsvorlauf, mehr als doppelt so viele wie auf dem Land, gaben ebenfalls diese Antwort.

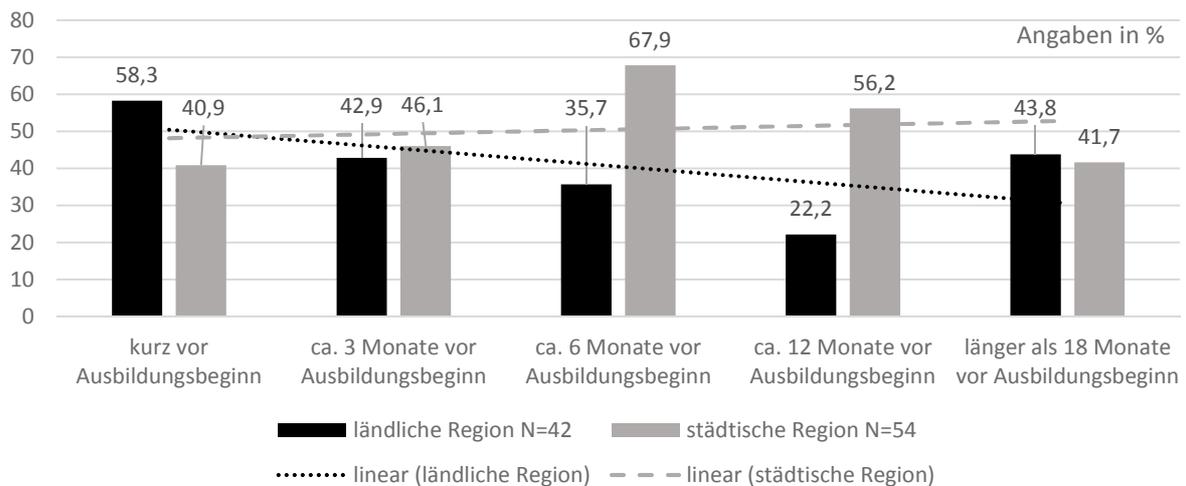


Abbildung 51: Die Unzufriedenheit mit der Berufsorientierung in der SEK I nach Zeitpunkt der Berufswahl

Die Trendlinie für die ländliche Kohorte ist eine fallende Gerade. Daraus ist zu schließen, dass je später sich die Jugendlichen für einen Ausbildungsberuf in der Bautechnik entschieden haben, sie desto weniger die schulische Berufsorientierung als Hilfe empfunden haben. Im Umkehrschluss heißt das, dass Jugendliche in den ländlichen Regionen, die sich schon sehr frühzeitig für eine Ausbildung auf dem Bau entschieden, die Berufsorientierung öfter als eine Hilfe ansehen. Einen deutlichen Ausreißer stellt die Personengruppe dar, die sich länger als 18 Monate vor Ausbildungsbeginn für eine Ausbildung auf dem Bau entschieden hat. Jedoch ist dieser Einfluss auf die Trendlinie nicht so stark, sodass es trotzdem eine fallende Gerade ist. Ein etwas anderes Antwortverhalten wird bei den städtischen Jugendlichen deutlich. Hier fällt die leichte Steigung der Trendlinie im Diagramm auf, im Gegensatz zum Gefälle der Trendlinie im ländlichen Raum. Zwar ist die Steigerung nur gering ausgeprägt, jedoch gegenläufig zur Trendlinie des ländlichen Raums. Diese Linie sagt aus, dass sich die Jugendlichen in städtischen Gebieten, die sich schon frühzeitig für einen Ausbildungsberuf in der Bauwirtschaft entscheiden, die schulische Berufsorientierung als ebenso hilfreich ansehen wie die Jugendlichen, die sich erst kurz vor Ausbildungsbeginn entschieden, eine Berufsausbildung auf dem Bau zu beginnen.

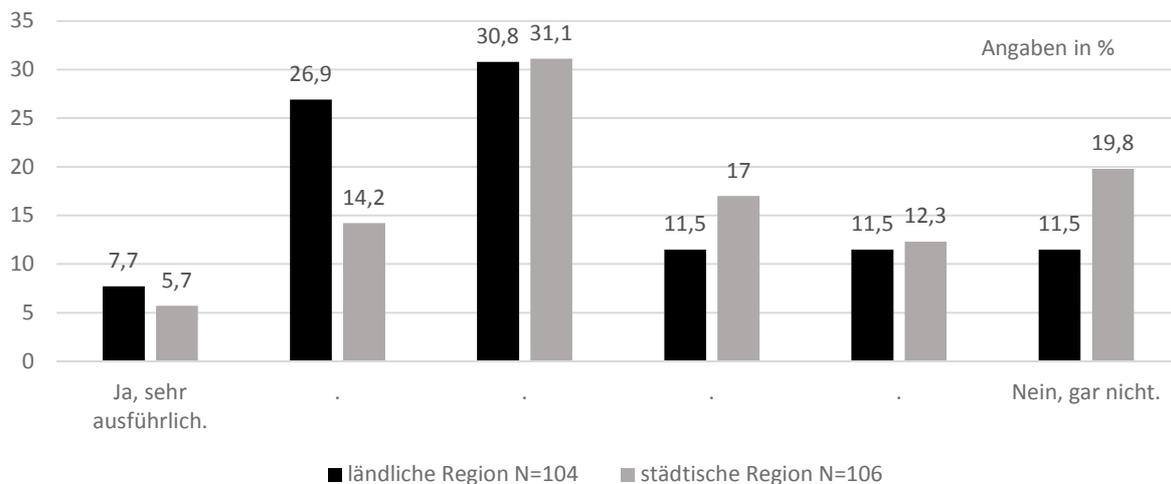


Abbildung 52: Vergleich des eigenen Könnens mit den Anforderungen des Ausbildungsberufes

Der Vergleich des eigenen Könnens mit den Anforderungen eines Ausbildungsberufes ist ein wichtiger Bestandteil der Berufsorientierung (Abbildung 52). Zwar wurde bereits unter Hypothese II das Können analysiert, jedoch in einem anderen Zusammenhang. Nun soll die Abstimmung von Können und Anforderung sowie der Einfluss der Berufsorientierung auf diese Abstimmung näher beleuchtet werden. Es handelt sich dabei um eine entscheidende Aufgabe der Berufsorientierung in der SEK I, die hier erfragt wird.

Es zeigt sich, dass sich Jugendliche in den ländlichen Regionen etwas intensiver mit den Anforderungen des angestrebten Ausbildungsberufes auseinandersetzen. So sind 65,4 Prozent der Antworten aus der ländlichen Region eher zustimmend, was einen eher ausführlichen Vergleich der Anforderung mit dem eigenen Potenzial unterstellt. Jedoch sind es nur 51 Prozent der städtischen Jugendlichen, die dem sehr oder eher zustimmen. Insgesamt gaben relativ wenige Jugendliche beider Kohorten an, ihr Können „sehr ausführlich“ mit den Anforderungen des Ausbildungsberufes verglichen zu haben. Hier kann eine allgemeine Unsicherheit erkennbar sein, die mit einem neuen Lebensabschnitt und dem Schritt ins Unbekannte verbunden ist. Deutlich mehr Jugendliche gaben an, ihr Können „gar nicht“ den Anforderungen gegenübergestellt zu haben. Dies gaben 11,5 Prozent der Jugendlichen auf dem Land und 19,8 Prozent der Jugendlichen im städtischen Gebiet als Antwort. Die Mehrheit beantwortete die Frage im Mittelfeld der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, was eine Unsicherheit erkennen lässt, aber auch eine eher zufällige oder wenig ambitionierte Berufswahl einschließt. Möglicherweise hat die Berufsorientierung, wenn sie auch eher im

Hintergrund verläuft, den Berufswahlprozess der Schülerschaft begleitet, sodass deren positive Effekte für sie nicht immer offensichtlich sind.

Die eingesetzten Instrumente, die bei der Berufsorientierung angewendet wurden, werden ebenfalls ausgewertet. Wie auch schon in Hypothese I werden dafür die Antworten der Frage 9 im Fragebogen „Beurteilen Sie die verschiedenen Hilfen, die Ihnen bei der Berufsorientierung zur Seite standen.“ herangezogen. Jedoch wurden „Eltern“ und „Freundeskreis“ hier nicht berücksichtigt, da sie nicht dem schulischen Berufsorientierungsprozess zuzuordnen sind.

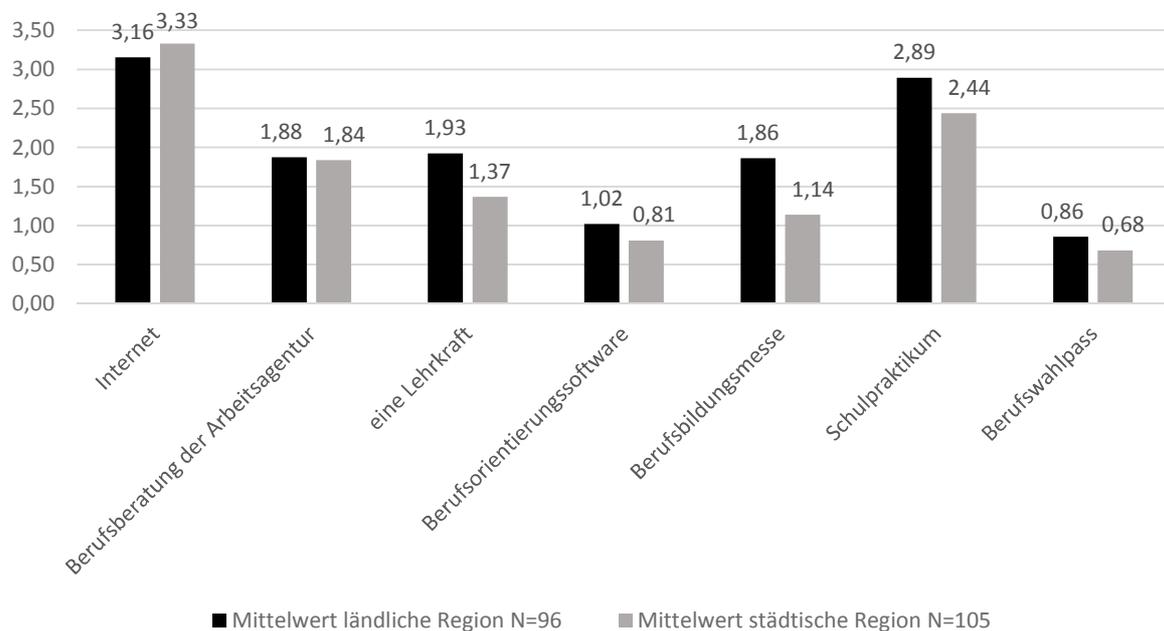


Abbildung 53: Bewertung der Hilfen bei der Berufsorientierung

Hier hatten die Auszubildenden die Möglichkeit mithilfe einer endpunktbenannten sechsstufigen Skala diese Hilfen zu bewerten. Im Fragebogen erfolgte die Bewertung mithilfe des Schulnotensystems, was aber zur besseren Veranschaulichung in der Abbildung 53 verändert wurde. Je höher der Wert ist, desto besser wurde die Hilfe bewertet. Die Antworten der Kohorten zeigen eine übereinstimmende Tendenz. Lediglich bei den Berufsbildungsmessen, der Bewertung der Lehrkraft und des Schulpraktikums ist eine Abweichung im Antwortverhalten zwischen den Jugendlichen in der ländlichen und städtischen Region erkennbar. Die Hilfen durch das Schulpraktikum und durch das Internet sind am besten bewertet worden. Ob die Internetrecherche dabei Bestandteil des Unterrichts war, kann hier nicht geklärt werden. Es ist auch möglich, dass die Jugendlichen auf Anraten der Eltern oder intrinsisch motiviert, private Internetrecherchen betrieben. Das

Schulpraktikum ist ein Pflichtbestandteil der Berufsorientierung in der SEK I in Berlin und Brandenburg, bei dem das erste bewusste Erleben einer beruflichen Tätigkeit Abseits von theoretischen Inhalten erfahren wird. Gerade auch das Sammeln der persönlichen Erfahrung, dass unter Umständen ein Beruf ungeeignet für die eigene Persönlichkeit ist, kann ein wichtiges und gewolltes Ergebnis der Berufsorientierung sein.

Berufsorientierungsmaßnahmen mit persönlichem Kontakt durch eine Lehrkraft oder durch die Berufsberatung der Arbeitsagentur wurden relativ schlecht bewertet. Wahrscheinlich ist dies auch vom Engagement und der Fachkompetenz der Berufsorientierungsexperten und -expertinnen im Einzelfall abhängig. Dies spiegelt sich auch bei den Antworten auf die Kontrollfrage 11 im Fragebogen wider, die lautet: „Wie sind Sie auf Ihren Ausbildungsberuf erstmals aufmerksam geworden?“

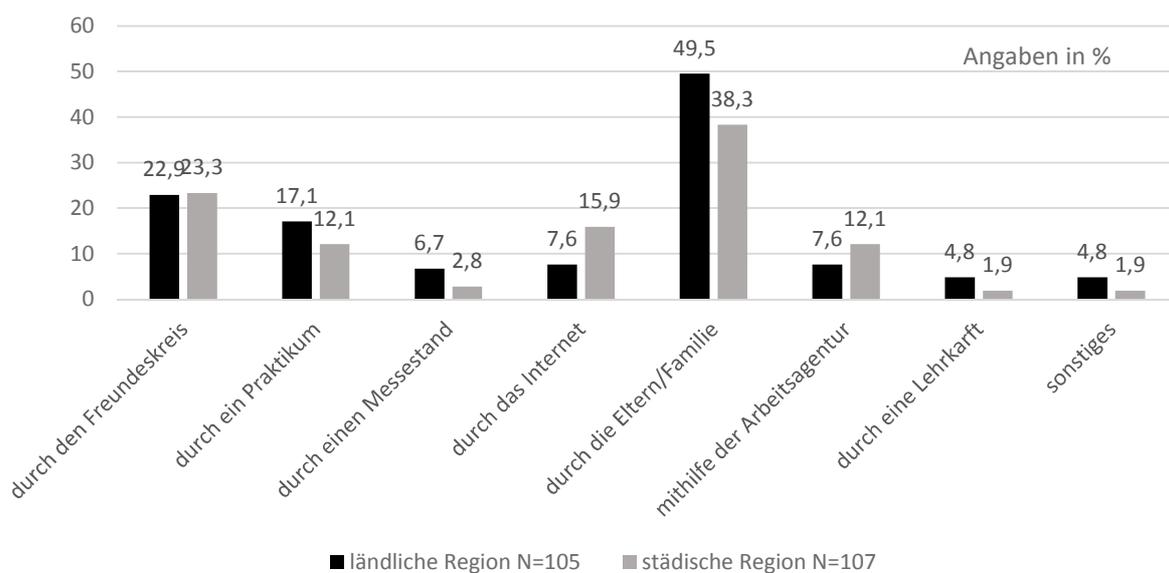


Abbildung 54: Auf den Ausbildungsberuf erstmals aufmerksam geworden

Auch hier stimmt die Tendenz zwischen den Kohorten im Wesentlichen überein. Personen institutioneller Einrichtungen wird auch hier deutlich weniger Einfluss auf die Berufswahl zugesprochen als nahestehenden Personen wie den Eltern und dem Freundeskreis (Abbildung 54). Auch den weiteren institutionellen Berufsorientierungsmaßnahmen wird weniger Einfluss auf die Berufswahl zugesprochen. Bei dieser Frage schneiden wieder das Praktikum und die Internetrecherche gut ab, im Gegensatz zum Messestand, der bei den Jugendlichen eine untergeordnete Stelle einzunehmen scheint.

Die Antworten, welche unter der Kategorie „sonstige“ genannt wurden, sind im Folgenden unverändert aufgelistet.

- Arbeiten auf dem Abriss/Abbruch
- Ausbilder beim Bildungsträger
- Berufseinstiegsbegleiter
- Berufsfindungssoftware
- Berufsstart Bau
- durch Baustellen
- durch eine Lageristen-Tätigkeit beim Dachdeckereinkauf
- durch Helfen eines Freundes beim Bau auf dem privaten Grundstück
- Familienhelfer
- Firmenvorstellung in der Schule
- Freiwilliges Ökologisches Jahr
- Gespräch
- handwerkliches Projekt an der Schule
- Hobby
- Interesse
- TÜV Rheinland Akademie

Lediglich die „Firmenvorstellung in der Schule“ und das „handwerkliche Projekt an der Schule“, die jeweils einmal genannt wurden, können in einem direkten Zusammenhang mit der institutionellen schulischen Berufsorientierung gebracht werden. Viele andere Aktivitäten resultieren aus Eigeninitiative, dem Hobby oder der allgemeinen Schulpflicht nachgelagerten Institutionen oder Maßnahmen. Das zeigt abermals, dass die Wege in einen Beruf sehr verschieden, selten vorgezeichnet und manchmal schwer nachvollziehbar für Außenstehende sind. Die vorhandenen Kenntnisse zum Ausbildungsberuf scheinen dabei nicht das alleinige Ergebnis der Berufsorientierung der Schulen zu sein.

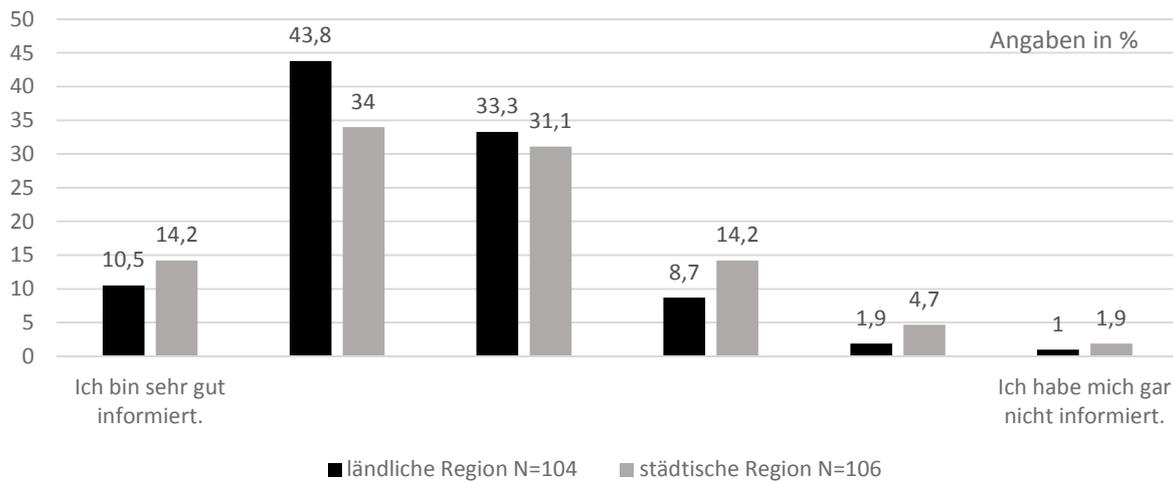


Abbildung 55: Vorhandene Kenntnisse zum Ausbildungsberuf

In der Abbildung 55 wird der Fokus auf die Ausbildungsordnung, das Aufgabenspektrum, die Tätigkeiten, die Werkzeuge und die verwendeten Materialien gerichtet. Hier sind Unterschiede zwischen den Kohorten deutlich. Mehr ländliche (87,6 Prozent) als städtische Jugendliche (79,3 Prozent) fühlen sich sehr gut oder eher gut informiert über den Ausbildungsberuf. Es kann als positiv gewertet werden, dass sich trotz anscheinend mangelhafter schulischer Berufsorientierung die Jugendlichen überwiegend gut informiert fühlen, bevor Sie den Ausbildungsberuf ergreifen. Augenscheinlich ist die ländliche Kohorte besser mit Kenntnissen des ergriffenen Ausbildungsberufes versorgt als die städtische. Ob dies das Ergebnis einer besseren schulischen Berufsorientierung ist oder sich aus einer höheren Eigeninitiative der Jugendlichen erklärt, kann an dieser Stelle nicht abschließend beantwortet werden.

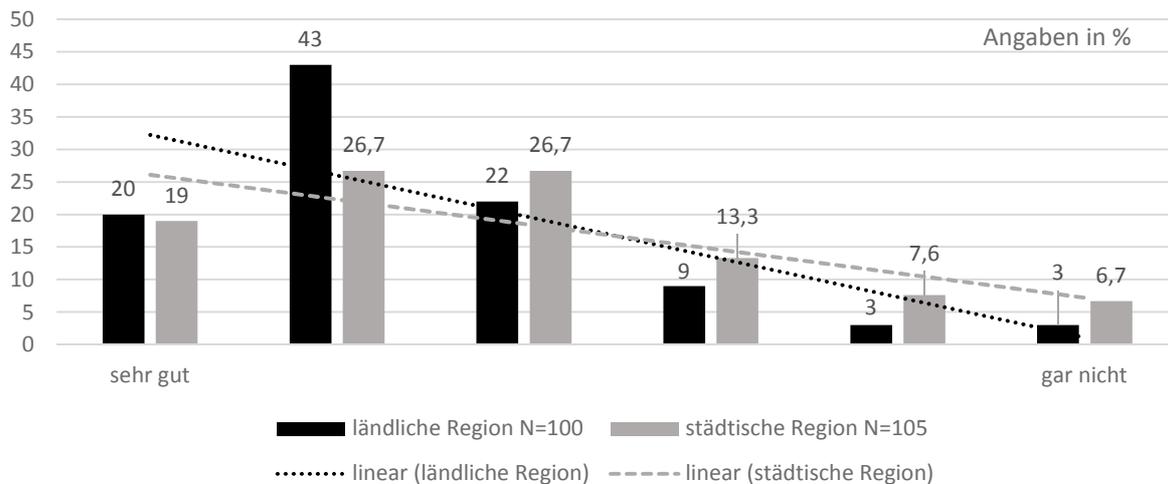


Abbildung 56: Kenntnis der Jugendlichen über Entwicklungsmöglichkeiten im Ausbildungsberuf

Auch hinsichtlich der Erkenntnisse der Jugendlichen zu den Entwicklungsmöglichkeiten im Ausbildungsberuf werden die vorherigen Analysen bestätigt, die besagen, dass die Berufsorientierung der ländlichen Kohorte umfassender und tiefgründiger ist als die der städtischen (Abbildung 56). Erfragt wurde dabei der Kenntnisstand zu Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten im Ausbildungsberuf (Frage 26). Es ist positiv hervorzuheben, dass die Mehrzahl der Jugendlichen sowohl in der Stadt als auch auf dem Land sich gut mit den Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten auszukennen scheint, was ein Resultat der Berufsorientierung sein kann. Auch hier gaben Jugendliche der ländlichen Regionen in höherem Maße an, gut informiert zu sein. Relativ hoch ist der Anteil der Befragten, die aussagten, sich sehr gut mit den Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten auszukennen. Nur wenige kennen keine oder gar keine Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten, was an dem geringen Anteil der ablehnenden Antworten deutlich wird. An dieser Stelle muss angemerkt werden, dass Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in der Bautechnik sehr komplex und undurchsichtig sein können, was an der Fülle von möglichen Abschlüssen und den damit verbundenen Tätigkeits- und Kompetenzbereichen liegt, die sich auch noch von Bundesland zu Bundesland unterscheiden können.<sup>40</sup> Die Trendlinie der ländlichen Kohorte fällt steiler aus als die der städtischen Kohorte. Dies unterstreicht das Zwischenergebnis,

<sup>40</sup> So ist beispielsweise der Meister in einigen Bundesländern Bauvorlageberechtigter (Niedersachsen u. a.), in anderen Bundesländern gilt diese Regelung nicht (Brandenburg u. a.).

welches besagt, dass die ländliche Kohorte etwas mehr Kenntnisse zu den Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten im Ausbildungsberuf hat.

Zur Reflexion und Konkretisierung der Frage 26 erfolgte eine weitere Nachfrage im Fragebogen mit der Frage 27, die lautet: „Welche Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Beruf könnten Sie sich persönlich vorstellen?“. Dabei waren Vorarbeiter, Polier, Bauleitung, Meister, Bauingenieur oder ein Studium als Antwortmöglichkeiten vorgegeben, bei denen die Auszubildenden mithilfe einer sechsstufigen endpunktbenannten Skala entscheiden konnten, zwischen „sehr gut vorstellbar“ bis zu „gar nicht denkbar“. Außerdem konnten die Befragten unter „Sonstiges“ eigene Antworten geben, die nicht vorgegeben waren.

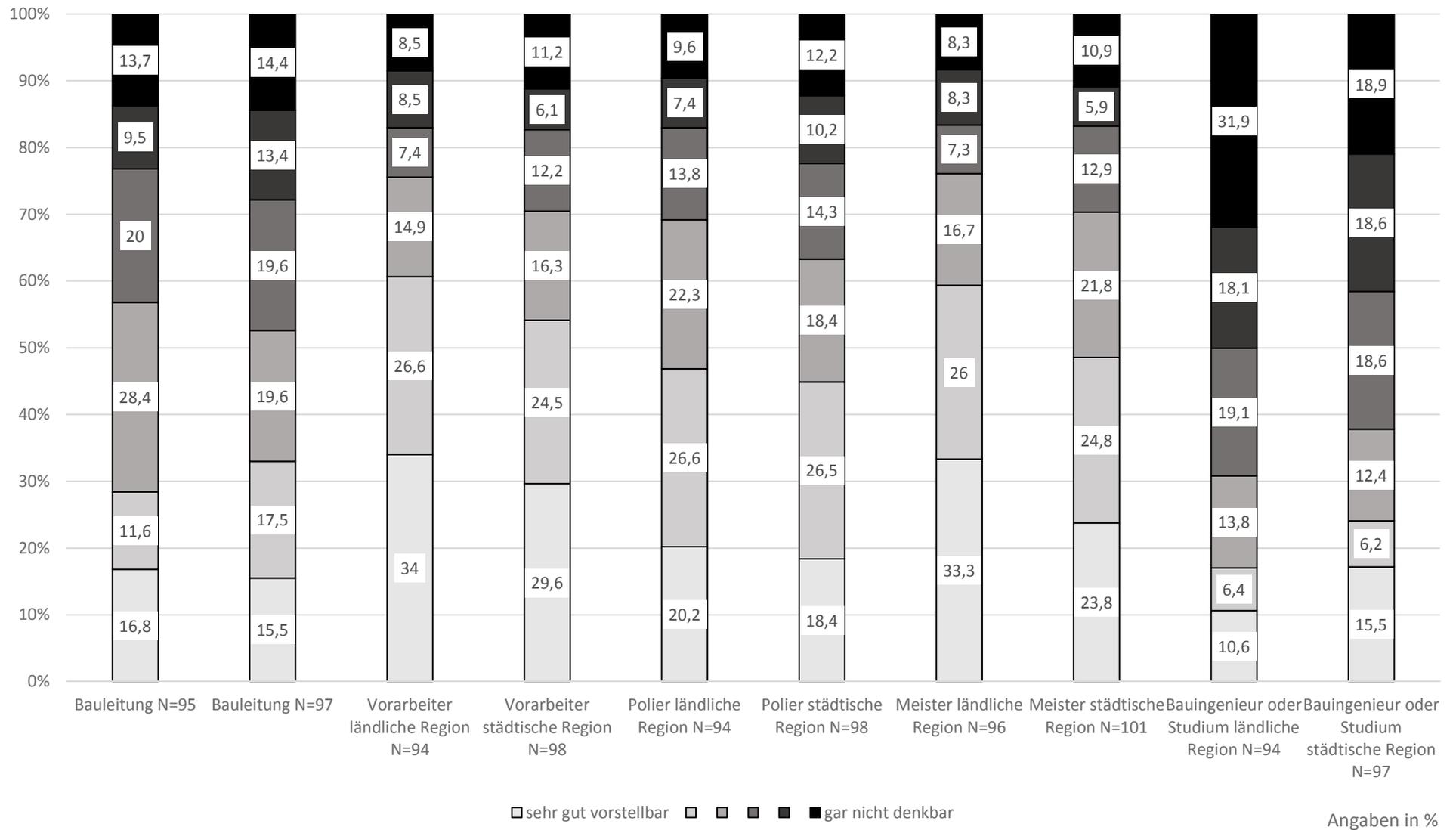


Abbildung 57: Vorstellbare Führungspositionen im Baugewerbe für Auszubildende im 1. Ausbildungsjahr

Für jugendliche Berufsanfänger im Baugewerbe sind spätere Führungspositionen zwar vorstellbar, aber noch nicht alle Möglichkeiten werden gesehen (Abbildung 57). Schon bei der Betrachtung der Anzahl der Jugendlichen, die diese Frage beantworteten, fällt auf, dass die Anzahl „N“ kleiner ist als bei allen anderen zuvor beantworteten Fragen. Anscheinend sind die Begriffe Vorarbeiter, Polier, Bauleitung, Meister und Bauingenieur weniger bekannt oder die Unterscheidung und die Aufgabenverteilung ist für die Auszubildenden nicht ganz eindeutig einzuschätzen. Beim ersten Blick auf die Abbildung fällt auf, dass die Unterscheidung der direkt nebeneinander befindlichen Säulen zwischen der ländlichen Region und der städtischen Region oft nur sehr gering ausfallen und dass die Jugendlichen keine Führungsposition per se scheuen oder für sich ausschließen. Die meisten Auszubildenden sehen im Vorarbeiter und Meister eine Perspektive für sich auf dem Bau. Diese Qualifikationsschritte zum Vorarbeiter und Meister stellen auch den direkten Anschluss an einer erfolgreichen Berufsausbildung dar. Die Bauleiter- und Poliertätigkeit ist dagegen mit einer langen Berufserfahrung verbunden, die zunächst auf der Baustelle gesammelt werden muss. Die wenigsten Antworten der „gut vorstellbaren Tätigkeiten“ erhielt der Bauingenieur. Jedoch gaben mehr Jugendliche an, später als Bauingenieur tätig sein zu wollen, als Jugendliche angaben, bereits über eine Hochschulzugangsberechtigung zu verfügen. Im ländlichen Raum wird diese Tatsache deutlich realistischer in Augenschein genommen. Auch wenn es auf den ersten Blick widersprüchlich erscheint, Bauingenieur werden zu wollen, ohne im Besitz einer Hochschulzugangsberechtigung zu sein. Möglicherweise ist eine Berufsausbildung im Baugewerbe der Start eines weiter gesteckten Zieles und legt das Fundament für die Zukunft. Mit einem anschließenden Abitur oder über die Meisterschule kann durchaus der Weg zum Bauingenieur führen. Unter „Sonstiges“ konnten die Jugendlichen eigene Antworten geben, die nicht unter den vorgegebenen zu finden waren. Folgende alphabetisch geordnete Antworten wurden gegeben:

- Architekturstudium
- Baugeräteführer
- Bauingenieur mit Studium
- Bautechniker
- Chef
- Facharbeiter
- Firmenchef
- Lehrkraft
- Maschinist
- Polizei

Auch hier sind wieder die weitgesteckten Ziele erkennbar, denn die meisten der genannten Qualifikationen bedürfen weiterer Aus- oder Weiterbildung, um erreichbar zu werden. Die meisten der gegebenen Antworten stehen auch weiterhin in einem direkten Zusammenhang zur Bautechnik. Das zeigt die enge Verbundenheit der Jugendlichen zur Baubranche. Lediglich die Antwort „Polizei“ hat keinen Zusammenhang zur Bautechnik.

#### 4.3.3 Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese III

Die Auszubildenden im ersten Ausbildungsjahr eines Bauberufes beider Regionen sind mit der schulischen Berufsorientierung in der SEK I unzufrieden und beurteilen die Berufsorientierung überwiegend als schlecht oder sehr schlecht. Trotzdem sehen die Jugendlichen für sich in der Bauwirtschaft ein langfristiges Entwicklungspotenzial und stehen allen Optionen offen gegenüber. Es wurde nicht erfragt, welche Berufsorientierungsmaßnahmen im Detail diese Unzufriedenheit hervorrufen, jedoch wurden selten Maßnahmen positiv erwähnt, am wenigstens die verpflichtenden institutionellen Berufsorientierungsmaßnahmen. Dabei unterscheiden sich die Ergebnisse zwischen den Kohorten nur wenig. Das Herausarbeiten der Stärken und Schwächen der Jugendlichen sowie das anschließende Reflektieren mit den Anforderungen unterschiedlicher Berufsfelder und einzelner Berufe scheinen ausbaufähig zu sein. Natürlich kann die schulische Berufsorientierung aus zeitlichen Gründen nicht alle circa 325 Ausbildungsberufe analysieren, aber mithilfe der Berufsfelder eine Anregung für ein selbstständiges Recherchieren der Jugendlichen schaffen. Es ist aber zu bemerken, dass die Anregung zum

selbstständigen Recherchieren und das Aufzeigen von Quellen, die der Berufswahlentscheidung dienen können, ein Resultat der Kompetenzentwicklung in der Schule sein können. Die Internetrecherche und das Schulpraktikum werden als bestes schulisches Berufsorientierungsinstrument bewertet, wobei sich die Jugendlichen aus den ländlichen Regionen tiefgreifender zum ausgewählten Ausbildungsberuf informieren. Anscheinend besteht in den Ländern Berlin und Brandenburg in der schulischen Berufsorientierung für Bauunternehmen ein großes Potenzial, beispielsweise durch Firmenpräsentation, um Jugendliche gezielt anzusprechen, aber auch die Notwendigkeit, die Berufe, die Tätigkeiten und die Aufstiegschancen aufzuzeigen. Damit kann die Hypothese III bestätigt werden. Im Kapitel 6.3 wird auf Möglichkeiten verwiesen, diese Potenziale zu nutzen.

#### 4.4 Hypothese IV: Die Zukunftsplanung im Ausbildungsberuf

Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bezüglich der Zukunftsplanung im Ausbildungsberuf.

##### 4.4.1 Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese IV

- Der Wunsch nach einer Ausbildung in der Bauwirtschaft besteht bei den Jugendlichen selten als langfristiges Ziel.
- Die Unterstützungsmöglichkeiten während der Ausbildung sind den Jugendlichen selten offeriert worden und damit wenig bekannt.
- Unternehmen in der ländlichen Region bieten den Jugendlichen eher Zukunftsaussichten im Unternehmen nach der Berufsausbildung an als städtische Bauunternehmen.

##### 4.4.2 Analyse der Fragen zur Hypothese IV

Hypothese IV beleuchtet die Zukunftsplanung der Auszubildenden im gewählten Ausbildungsberuf. Auch hier besteht die Annahme, dass es zwischen der ländlichen und städtischen Kohorte eine Unterscheidung gibt. So besteht die Vermutung, dass sich die Jugendlichen in den ländlichen Regionen bewusster für einen Ausbildungsberuf im Baugewerbe entscheiden und auch ihre Zukunft in dem Beruf sehen. Es ist anzunehmen, dass sie sich mit den Entwicklungs- und Fortbildungsmöglichkeiten besser auskennen und bereit

sind, für ihren Ausbildungsberuf mehr Vorbereitungszeit zu investieren als die städtische Kohorte.

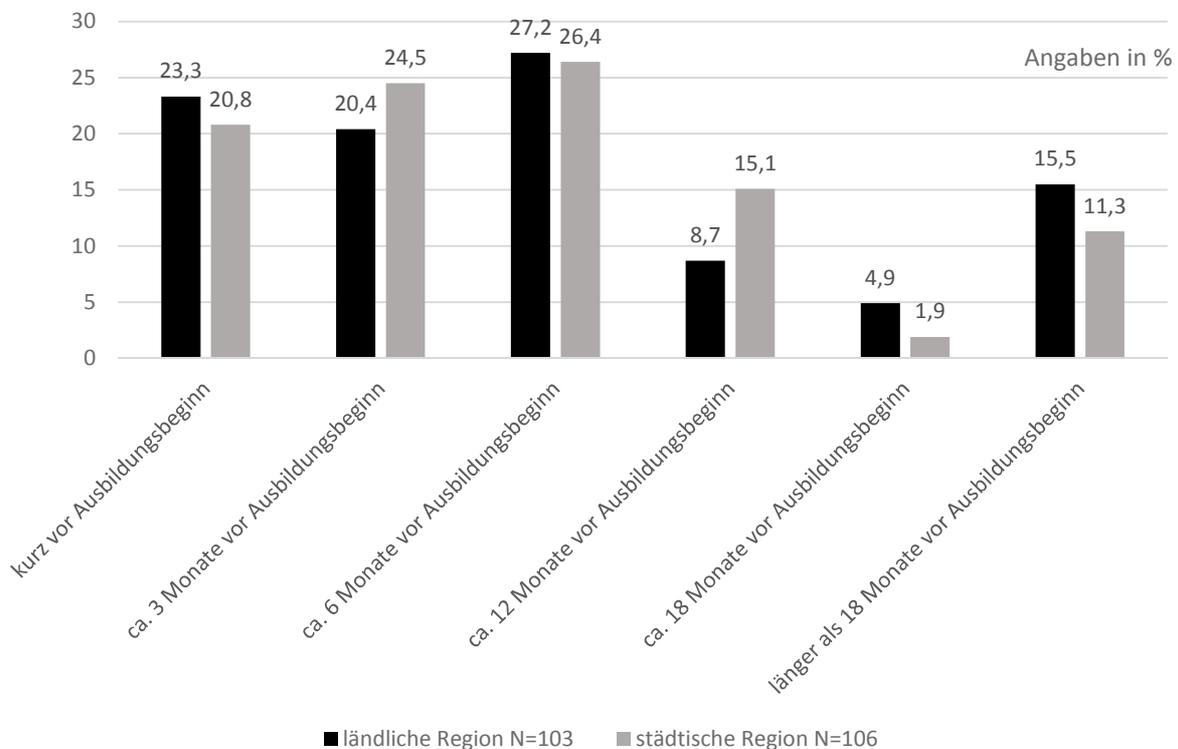


Abbildung 58: Zeitpunkt der Berufswahl

Es besteht die Vermutung, dass sich ein fester Zukunftsplan über einen längeren Zeitraum entwickelt, auch mithilfe der Berufsorientierung, und nicht ad hoc erst kurz vor Ausbildungsbeginn entsteht. Zunächst wird der Zeitpunkt der Berufswahl erhoben (Abbildung 58). Dabei ist ersichtlich, dass die Unterschiede zwischen den Kohorten bei den ersten drei Antwortmöglichkeiten gering ausfallen. Die Werte unterscheiden sich nur um maximal 4,1 Prozent. Ein Großteil der Jugendlichen (über 60 Prozent) entscheidet sich sechs Monate vor Ausbildungsbeginn für die Ausbildung in einem Bauberuf, was durchaus als relativ kurzfristige Entscheidung gewertet werden kann. 29,1 Prozent in der ländlichen Region und 28,3 Prozent in der städtischen Region haben ihre Berufsfeldscheidung mindestens 12 bis mehr als 18 Monaten vorher getroffen. Es geht hierbei noch nicht um die Suche nach einem konkreten Ausbildungsbetrieb, sondern erst einmal um einen Berufszweig, der infrage kommt. Bei weniger als 30 Prozent der Jugendlichen entstand der Wunsch bereits 12 Monate oder früher vor dem eigentlichen Ausbildungsbeginn. Auch wenn dieser Wert auf den ersten

Blick deutlich geringer ist, so muss doch bemerkt werden, dass diese 30 Prozent einen erheblich großen Wert darstellen. Es handelt sich um junge Menschen, die sich am Anfang eines sozialen und psychologischen Entwicklungsprozesses befinden. In dieser frühen Phase der Veränderungen im Leben und ungewissen Entwicklungen eine feste Berufswahl zu treffen, welche die Zukunft entscheidend prägen wird, ist beachtenswert und erfordert einen großen Weitblick und Mut. Die wenigsten Antworten gab es verständlicherweise bei der Kategorie „ca. 18 Monate vor Ausbildungsbeginn“. Hier unterscheiden sich die Antworten zwischen den Kohorten ländliche und städtische Region. Deutlich mehr Jugendliche aus der ländlichen Region gaben hier eine Antwort (+ 3 Prozent). 15,5 Prozent der Jugendlichen in der ländlichen Region und 11,3 Prozent der Jugendlichen in der städtischen Region gaben an, dass sie sich bereits vor mehr als 18 Monate für einen Bauberuf entschieden haben.

Auch wenn die Wahl erst sehr viel später oder sogar ad hoc erfolgte, kann die Zukunftsplanung im Ausbildungsberuf daran abgelesen werden, ob sich die Jugendlichen über Aufstiegsmöglichkeiten in den gewählten Ausbildungsberufen informiert und diese kennen. Für einige Jugendliche wird das Erreichen des Ausbildungsziels oberste Priorität haben, jedoch wird angenommen, dass auch die Zukunftsplanung nach dem erfolgreichen Bestehen der Berufsausbildung die Berufswahl beeinflusst.

Bei der Frage „Wie gut kennen Sie die Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Ausbildungsbetrieb?“ waren die Unterschiede zwischen den Kohorten bei der Antwortmöglichkeit „sehr gut“ noch sehr gering. Bei den anderen Antwortmöglichkeiten dieser Frage änderte sich das. 63 Prozent der Jugendlichen aus den ländlichen Regionen gaben an, sich gut oder sehr gut mit den Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in ihren Ausbildungsberuf auszukennen. Annähernd 15 Prozent weniger Jugendliche aus den städtischen Regionen gaben dies als Antwort. In der ländlichen Region lebende Jugendliche scheinen sich etwas intensiver mit ihrer Zukunftsplanung im Baugewerbe auseinandergesetzt zu haben. Sie scheinen öfter zu dem Schluss zu kommen, dass die Baubranche zukunftsfruchtig ist und für sie viele Potenziale hat. Bei der Kontrollfrage 27 sind relativ geringe Unterschiede zwischen der ländlichen und städtischen Kohorte erkennbar. Keine der vorgegebenen Möglichkeiten wurde von den Auszubildenden ausgeschlossen. Der Großteil der vorgegebenen Führungspositionen ist von den Jugendlichen überwiegend als vorstellbar bis „sehr gut vorstellbar“ bewertet. Es zeigt, dass sehr viele Aufstiegchancen von den Jugendlichen in Betracht gezogen werden und keine per se ausgeschlossen wird. Anscheinend kennen die Jugendlichen trotz oft kurzfristiger Berufswahl die Entwicklungsmöglichkeiten gut und haben sich Informationen eingeholt.

Die Frage „Wie gut glauben Sie über Ihren Ausbildungsberuf informiert zu sein? (Ausbildungsordnung, Aufgabenspektrum, Tätigkeiten, Werkzeuge, verwendete Materialien)“ wurde ebenfalls bei der Hypothese III unter anderen Gesichtspunkten analysiert (Abbildung 55). Sie kann jetzt weitere Erkenntnisse bringen, die zur Beantwortung der Hypothese IV führen. Die Mehrheit der befragten Jugendlichen gab an, dass sie sich über ihren Ausbildungsberuf informiert hat. Nur ein kleiner Teil, 2,9 Prozent der Auszubildenden in der ländlichen Region und 6,6 Prozent in der städtischen Region, gaben an, sich wenig oder gar nicht zum gewählten Ausbildungsberuf informiert zu haben. Auch hier bewertet sich die ländliche Kohorte etwas besser ein. Sie scheinen über ihren Ausbildungsberuf besser informiert zu sein, was das Ergebnis einer längerfristigen Berufswahl sein könnte. Nur 11,6 Prozent der Jugendlichen gaben an, sich wenig oder gar nicht informiert zu haben. Deutlich mehr Auszubildende im städtischen Raum, 20,8 Prozent, wählten diese Antwort.

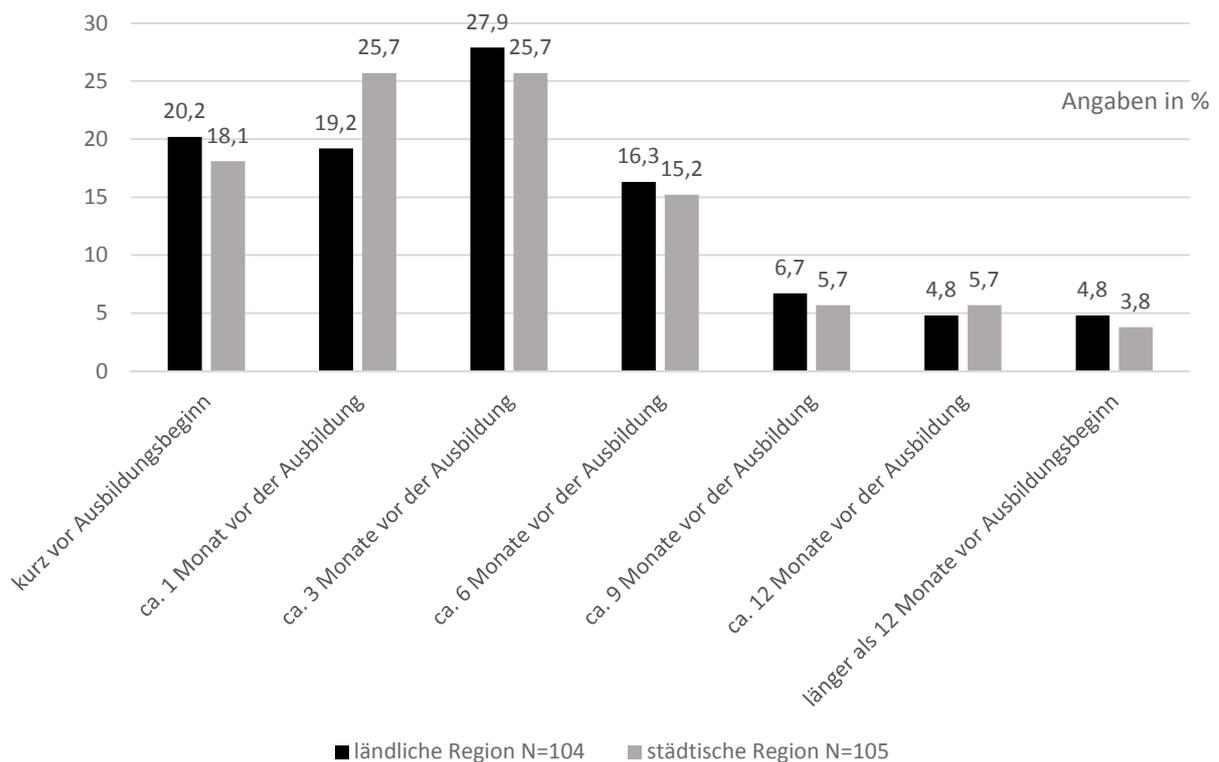


Abbildung 59: Zeitpunkt der Kontaktaufnahme zum Ausbildungsbetrieb

Mit der Frage, wann erstmals der Kontakt zum Ausbildungsbetrieb aufgenommen wurde, kann das langfristige Interesse des Berufswunsches abgelesen werden, das bei einer frühzeitigen Kontaktierung zu einem Ausbildungsunternehmen unterstellt wird. Natürlich

besteht immer die Gefahr, dass durch veränderte Ausbildungsaktivitäten der Unternehmen, Unternehmensinsolvenzen oder andere unvorhersehbare Ereignisse der Kontakt zu den Unternehmen abreißt. Jedoch werden solche Ergebnisse während einer Bewerbung eher selten sein und sich nur geringfügig auf die Antworten bei dieser Frage auswirken. Die Ergebnisse zeigen wenige Unterschiede zwischen den beiden Kohorten. Lediglich bei der Kategorie „ca. 1 Monat vor Ausbildungsbeginn“ ist eine deutliche Abweichung zwischen den Kohorten erkennbar. In der städtischen Region wurde dies 6,5 Prozent häufiger genannt. Die Mehrzahl der Auszubildenden, 67,3 Prozent in der ländlichen Region und 69,5 Prozent in der städtischen Region, fanden den Kontakt zum Ausbildungsunternehmen erst ab circa drei Monate vor Ausbildungsbeginn, was doch einen sehr kurzen Zeitraum darstellt. Es konnte leider nicht in Erfahrung gebracht werden, von welcher Seite (Jugendliche oder Bauunternehmen), der Kontakt gesucht wurde. Nur circa 15 Prozent der Auszubildenden beider Kohorten hatten länger als neun Monate vorher Kontakt zum aktuell ausbildenden Betrieb. Der Bewerbungszeitraum für einen Ausbildungsberuf beginnt meist im Februar, was mehr als sechs Monate vor dem Ausbildungsbeginn liegt, wenn die Ausbildung am ersten September des Jahres beginnt. Selbst zu diesem Zeitpunkt ist die Kontaktaufnahme zu den Ausbildungsunternehmen beider Kohorten gering ausgeprägt. Erst ab Juni, drei Monate vor Ausbildungsbeginn, intensivieren sich die Kontakte, die zu einer erfolgreichen Besetzung des Ausbildungsplatzes führen. Diese Ergebnisse decken sich mit denen der Abbildung 58. Wenn ein Großteil der Jugendlichen die Berufswahlentscheidung auch erst kurz vor Ausbildungsbeginn trifft, ad hoc, wird in den seltensten Fällen der Firmenkontakt früher bestehen. Doch auch die in Abbildung 58 dargestellten 30 Prozent der Jugendlichen, die bereits 12 Monate oder mehr im Voraus ihre Berufswahl trafen, haben selten früher Kontakt zu dem Bauunternehmen aufgenommen, welches auch das Ausbildungsunternehmen ist. Möglicherweise betreiben die Unternehmen nur einen geringen Aufwand, wenn die Ausbildungsplätze auch ohne großen Aufwand besetzt werden können, sodass es zu keiner frühzeitigen und langfristigen Bindung kommt. Möglicherweise hatten die potenziellen Auszubildenden Probleme bei der Suche nach einem geeigneten Ausbildungsplatz. Deshalb wurde gefragt, wie die Suche nach einem Ausbildungsplatz empfunden wurde (Abbildung 60).

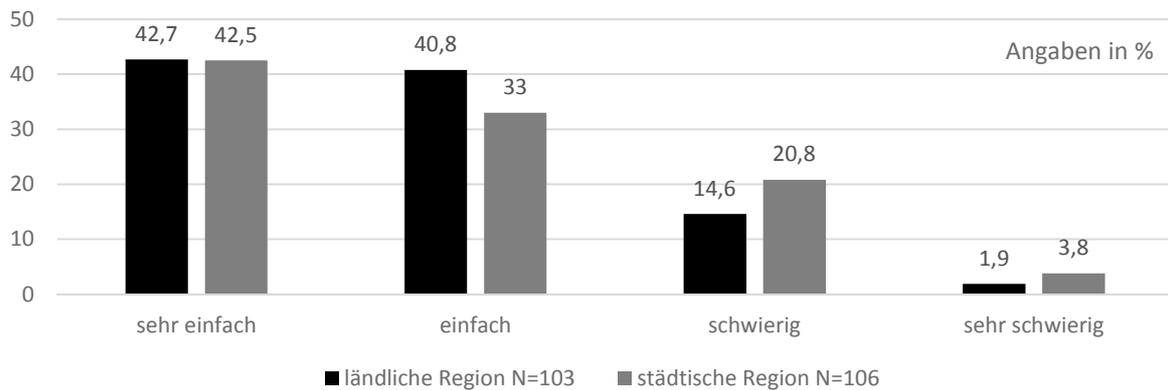


Abbildung 60: Schwierigkeit bei der Ausbildungsplatzsuche

Eine breite Mehrheit der Befragten, 82,7 Prozent der ländlichen Region und 75,5 Prozent der städtischen Region, gab an, dass es „sehr einfach“ oder „einfach“ war, einen geeigneten Ausbildungsplatz in der Bauwirtschaft zu finden. Nur wenige Jugendliche schätzten die Suche als „schwierig“ oder „sehr schwierig“ ein. Jedoch hatte die städtische Kohorte öfter Schwierigkeiten bei der Suche. 24,6 Prozent der städtischen Jugendlichen antworteten, dass sie Schwierigkeiten hatten. Auf dem Land scheinen die Schwierigkeiten geringer zu sein. Nur 16,5 Prozent der Befragten gaben das an.

Mit der Frage 20 sollten die Probleme von den Jugendlichen konkret benannt werden, welche sie bei der Ausbildungsplatzsuche hatten. Hier konnten nur Auszubildende eine Antwort abgeben, für die es nicht „sehr einfach“ war, einen Ausbildungsplatz zu finden.

<b>Ländliche Region</b>	<b>Städtische Region</b>
(Die Zahlen in der Klammer gibt die Häufigkeit der Antwort wieder. Ohne Zahl und ohne Klammer wurde die Antwort nur einmal gegeben.)	(Die Zahlen in der Klammer gibt die Häufigkeit der Antwort wieder. Ohne Zahl und ohne Klammer wurde die Antwort nur einmal gegeben.)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- „Arbeiten sollten mich interessieren.“</li> <li>- Betriebe bilden nicht aus. (3 x)</li> <li>- „Betrieb war nicht sehr entgegenkommend.“</li> <li>- unpassendes Betriebsklima (6 x)</li> <li>- Zeitdruck bei der Suche (2 x)</li> <li>- hohe Anforderungen der Betriebe (8 x)</li> <li>- die Entfernung zum Betrieb (8 x)</li> <li>- „einen gut bezahlten Bauberuf zu finden“</li> <li>- „etwas im Freien“</li> <li>- „Ich möchte dual studieren und möglichst schnell zurück in den Familienbetrieb, daher war es schwierig eine Firma zu finden, die im Brunnenbau tätig ist.“</li> <li>- fehlende eigene Zukunftsplanung (5x)</li> <li>- „keine Antwort der Unternehmen“</li> <li>- „Unterstützung der Lehrlinge“</li> <li>- „Viele Betriebe machen nicht wirklich auf sich aufmerksam.“</li> <li>- „zu wissen, ob es mir eine lange Zeit Spaß macht“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hohe Anforderungen der Betriebe (11 x)</li> <li>- die Entfernung zum Betrieb (7 x)</li> <li>- unpassendes Betriebsklima (2 x)</li> <li>- „Da hat die Lust zum Arbeiten noch gefehlt.“</li> <li>- fehlende eigene Zukunftsplanung (4 x)</li> <li>- „Das Angebot an Stellen in Berlin ist gering.“</li> <li>- „Die Webseite der Arbeitsagentur ist irreführend.“</li> <li>- höhere Gehaltsvorstellung (5 x)</li> <li>- „Ich wollte eine Firma, die min. 5 Firmenautos hat.“</li> <li>- Keinen Ausbildungsbetrieb gefunden (10 x)</li> <li>- „Keine Rückantwort“</li> <li>- „Keine Zeit und Lust zur Suche“</li> <li>- „mangelnde Internetpräsenz“</li> <li>- „mangelndes Aufgabenspektrum“</li> <li>- „ob diese Auszubildende annehmen oder noch annehmen können“</li> <li>- „Schwer Unternehmen zu finden für Hoch- und Tiefbau“</li> <li>- „Sprachprobleme“</li> </ul>

Tabelle 13: Probleme bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb

Tabelle 13 zeigt die zusammengefassten Antworten auf die Frage 20. Die Zahlen in den Klammern hinter den Antworten geben die Häufigkeit der Nennungen an. Sehr viele Antworten wurden von den städtischen Jugendlichen gegeben, die anscheinend größere

Schwierigkeiten bei der Suche hatten. Die größten Probleme gab es bei der Suche eines Betriebes in unmittelbarer Nähe zum Wohnort und bei den Anforderungen, welche die Ausbildungsbetriebe an die Jugendlichen stellten. Hier sind die schulischen Leistungen, aber auch Personalkompetenzen wie Pünktlichkeit und Teamfähigkeit Ausschlusskriterien bei den Betrieben gewesen. Die Bezahlung wurde deutlich öfter von den städtischen Jugendlichen genannt, ein gutes Betriebsklima öfter bei den ländlichen Jugendlichen. Auch die „Lustlosigkeit“ und der Zeitmangel beim Suchen sowie der Motivationsmangel für die Arbeit kamen als Antworten. Doch anscheinend ist auch die Einstellung der Betriebe im Umgang mit den Bewerbungen und den Bewerbenden sehr unterschiedlich.

Mit der Frage 23 wurde dieses Interesse der Unternehmen erfragt. Die Frage lautet: „Wie schätzen Sie das Interesse Ihres Ausbildungsbetriebs an einem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung ein?“

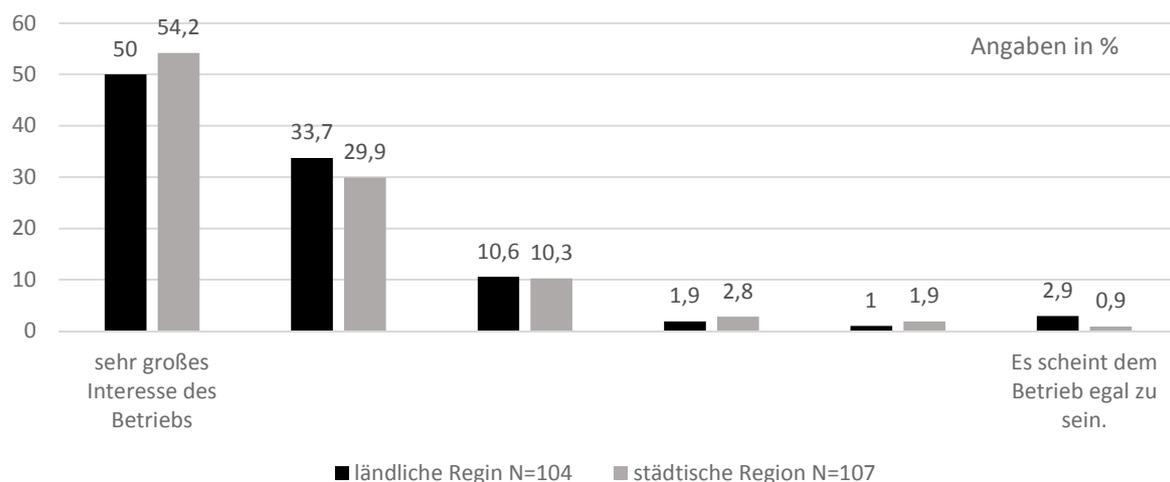


Abbildung 61: Interesse der Betriebe an einem erfolgreichen Ausbildungsabschluss

Die Abweichung der Werte zwischen der ländlichen und städtischen Kohorte in der Abbildung 61 ist nur gering. Der überwiegende Teil der Auszubildenden schätzt das Interesse der Unternehmen als sehr groß oder eher groß ein. Nur ein geringer Teil, 5,8 Prozent der ländlichen Kohorte und 5,6 Prozent der städtischen Kohorte, gibt hier eine negative Einschätzung.

Die Frage 25 erfragt die Bekanntheit der Unterstützungsmöglichkeiten, welche die Auszubildenden während der Ausbildung in Anspruch nehmen können.

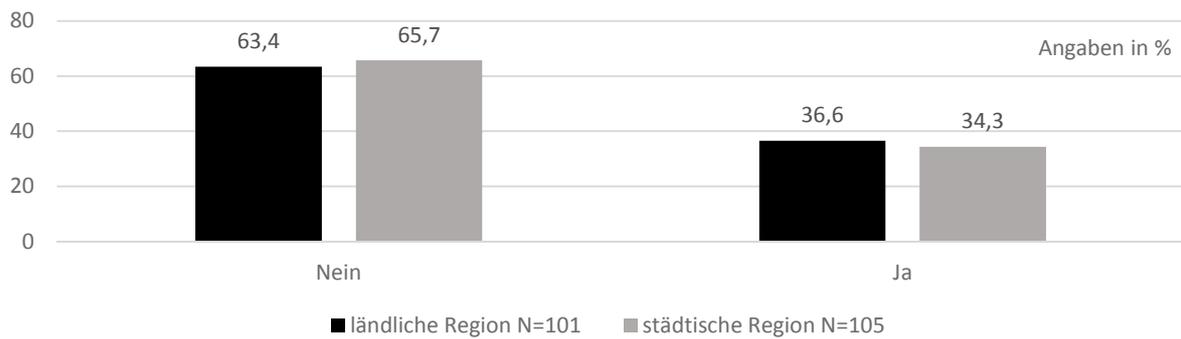


Abbildung 62: Bekanntheit von Unterstützungsmaßnahmen während der Ausbildung

Auch bei dieser Frage unterscheiden sich die Antworten der Kohorten nur sehr wenig, wie in der Abbildung 62 deutlich wird. Knapp zwei Drittel aller Auszubildenden kennen keine Unterstützungsmaßnahmen, die sie in Anspruch nehmen können, wenn das Ausbildungsziel gefährdet ist. Damit besteht ein Widerspruch zu den Antworten auf die Frage 23, die in Abbildung 61 dargestellt wurden.

Die Auszubildenden schätzen das Interesse des Ausbildungsbetriebes als vorhanden ein, kennen aber wenige Möglichkeiten, wie der Betrieb sie unterstützen kann. Möglicherweise war zu diesem frühen Zeitpunkt der Ausbildung häufig noch nicht der Bedarf vorhanden, um über eine Förderung nachdenken zu müssen. Eine mögliche unternehmerische Unterstützung, um das Ausbildungsziel zu erreichen, könnte aber bereits im Bewerbungsgespräch thematisiert oder von älteren Auszubildenden im Unternehmen angesprochen worden sein. Mit der Frage 25 waren die Jugendlichen, welche die Unterstützungsmaßnahmen kennen, aufgefordert, diese auch zu benennen. Tabelle 14 zeigt die Antworten getrennt nach den Kohorten. Die Zahlen in den Klammern geben die Häufigkeit der Nennungen an.

### Ländliche Region N = 33

- Ausbildungsbegleitende Hilfen der Bundesagentur für Arbeit
- angebotene Hilfe durch meinen Betrieb
- das Internet und Lernprogramm
- Digitalisierung
- eigene Firma (3 x)
- Fachlehrer (4 x)
- Fachliteratur
- Familie (4 x)
- finanzielle Unterstützung von Sozialkasse
- Fragen stellen in der Klasse
- Mitarbeiter (5 x)
- Nachhilfe (5 x)
- Träger
- Unternehmer (4 x)

### Städtische Region N = 45

- Familie und Freunde (6 x)
- Internet
- Kammern (2 x)
- mein Chef (3 x)
- Nachhilfe (10 x)
- Nachhilfe bei der Agentur für Arbeit
- Nachhilfe in der Berufsschule (3 x)
- Nachhilfe vom Lehrbauhof (5 x)
- Nachhilfe von der Firma (5 x)
- privates Engagement (3 x)
- Schulsozialarbeit
- sich intensiv mit den Themen beschäftigen
- Unterstützung von Arbeitskollegen (2 x)
- Wiederholung
- Ziel im Auge behalten, nicht nachgeben

*Tabelle 14: Den Auszubildenden bekannte Unterstützungsmaßnahmen*

Der Begriff „Nachhilfe“ wurde am häufigsten genannt, oft konkretisiert durch Institutionen, welche die Nachhilfe anbieten. Neben der Berufsschule und der Arbeitsagentur sind die häufigsten Antworten mit dem Unternehmen verbunden. Kollegen, Mitarbeiter, die eigene Firma oder der Chef werden im Einzelnen benannt. Es kann davon ausgegangen werden, dass diese Hilfen den Jugendlichen auch direkt im Gespräch angeboten wurden.

Wenn eine langfristige Kontaktabahnung nur selten zur Besetzung eines Ausbildungsplatzes führt, werden die Unternehmen den gewonnenen Auszubildenden möglichst viele Perspektiven im Ausbildungsbetrieb unterbreiten, um sie an sich zu binden. Nur so können sie den eigenen Personalbedarf langfristig sichern und über den eigentlichen Ausbildungszeitraum hinaus decken. Gleichzeitig werden damit die Jugendlichen motiviert und darin bestärkt, dass die Wahl eines Bauberufs richtig war. Aber auch die Jugendlichen, die von sich aus langfristig in der Baubranche tätig sein möchten, werden vor Ausbildungsbeginn den Ausbildungsbetrieb zu den Zukunfts- und Entwicklungsmöglichkeiten im Ausbildungsbetrieb befragt haben.

Mit der Frage 24 wurden solche Gesprächsinhalte erhoben. Die Frage lautet: „Sind Ihnen die Aufstiegsmöglichkeiten, die Ihnen Ihr Ausbildungsbetrieb nach erfolgreichem Abschluss der Ausbildung bietet, bekannt?“

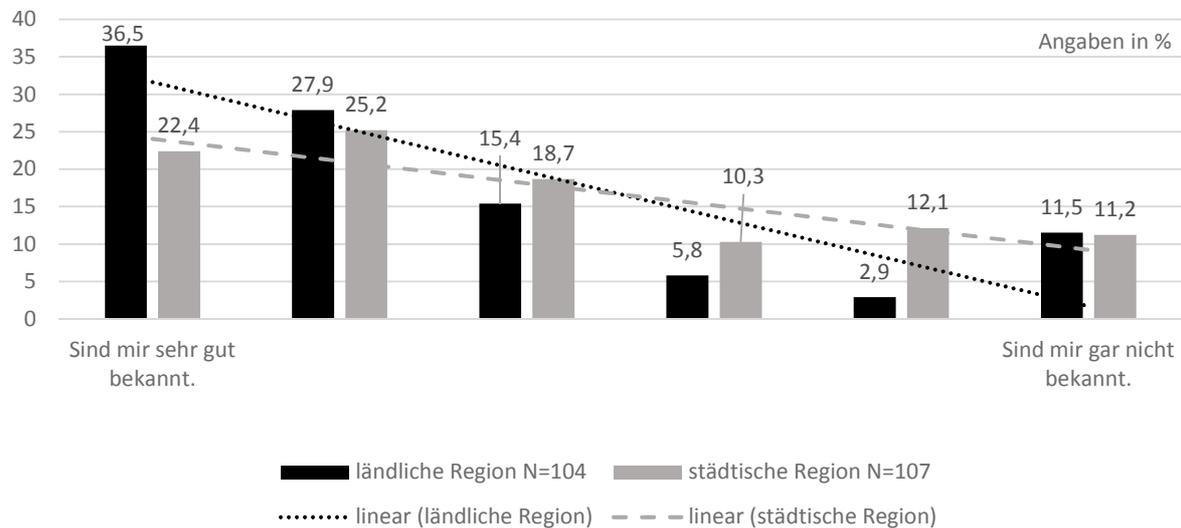


Abbildung 63: Bekanntheit der Aufstiegsmöglichkeiten im Ausbildungsbetrieb

Beide Kohorten gaben mehrheitlich eine gute bis sehr gute Bekanntheit an (Abbildung 63). 77,8 Prozent der Jugendlichen in der ländlichen Region beziehungsweise 66,3 Prozent der Jugendlichen in der städtischen Region kennen die Aufstiegsmöglichkeiten. Die Aufstiegsmöglichkeiten im Ausbildungsbetrieb sind in den ländlichen Regionen besser bekannt als in den städtischen Regionen. Die deutlich steilere Trendlinie aus den Antworten der ländlichen Kohorte unterstreicht diese Erkenntnis. 36,5 Prozent der ländlichen Jugendlichen gaben an, dass sie die Aufstiegsmöglichkeiten sehr gut kennen. Nur 20,2 Prozent der ländlichen Jugendlichen gaben an, dass ihnen die Aufstiegsmöglichkeiten wenig bis gar nicht bekannt sind, was einen niedrigen Wert darstellt. Etwas anders stellt sich die Verteilung bei der städtischen Jugendlichen dar. Deutlich weniger Jugendliche (22,4 Prozent) gaben an, sich sehr gut mit den Aufstiegschancen im Unternehmen auszukennen. Aber deutlich mehr (33,6 Prozent) äußerten, sich wenig bis gar nicht mit den Aufstiegsmöglichkeiten auszukennen.

Diese unterschiedlichen Werte stehen im Widerspruch zu den Interviewaussagen der städtischen Unternehmen. Gerade in den städtischen Räumen, wo viele Jugendliche in größeren Unternehmen ihre Ausbildung absolvieren, legen diese Unternehmen, laut Interviews, einen größeren Wert auf die Ausbildungsaktivitäten und die Kommunikation mit

den Auszubildenden. Doch anscheinend wird dies von den Jugendlichen anders wahrgenommen als von den Unternehmen. Eine feste Bindung zwischen den Unternehmen und den Jugendlichen in diesem Wirtschaftszweig scheint in der Wahrnehmung der Jugendlichen geringer zu sein als bei den ländlichen Jugendlichen.

#### 4.4.3 Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese IV

Eine langfristige Zukunftsplanung in einem Bauberuf ist bei den Jugendlichen selten vorhanden. Die Berufswahl und auch der Kontakt zu den Ausbildungsunternehmen finden häufig erst kurz vor Ausbildungsbeginn statt. Jedoch gibt es Unterschiede zwischen der ländlichen und städtischen Kohorte, wie in der Hypothese beschrieben. Die ländlichen Jugendlichen haben etwas konkretere Vorstellungen von ihrer Zukunft im gewählten Ausbildungsberuf. Sie kennen das Tätigkeitsspektrum als auch die Strukturen im Ausbildungsunternehmen etwas besser und haben sich anscheinend häufiger mit den Aufstiegschancen auseinandergesetzt. Bei den städtischen Jugendlichen findet sich seltener der Wunsch nach einer langfristigen Beschäftigung im Baugewerbe. Sie scheinen öfter in einen Ausbildungsberuf „hineinzurutschen“, um dann erst später eine feste Zukunftsentscheidung zu treffen. Für sie ist es strukturell bedingt einfacher, einen Ausbildungsberuf zu wechseln oder eine weitere Ausbildung zu suchen, da die Möglichkeiten in der städtischen Region mit weniger Aufwand umzusetzen sind. Möglicherweise übt in den ländlichen Regionen das Elternhaus traditionell einen sehr früh einsetzenden und größeren Einfluss auf die Jugendlichen aus, sich mit dem Thema Berufsausbildung und Zukunftsplanung zu befassen. Auch sind vermutlich die einzelnen Betriebe in einer Region den Jugendlichen in der ländlichen Region eher bekannt als einzelnen Unternehmen in der Vielzahl städtischer Unternehmen. Die sozialen Kontakte sind in der ländlichen Region übersichtlicher und möglicherweise durch familiäre Kontakte intensiver. Dies wird sich auch auf die Entscheidung für eine Ausbildung und einem Betrieb auswirken.

Der Grund für eine tiefer reichende Zukunftsplanung im Baugewerbe der ländlichen Kohorte hängt möglicherweise auch mit einem anderen Sozialisationsprozess und den strukturell beschränkten Möglichkeiten auf dem Land zusammen. So besteht in der Stadt leichter die Möglichkeit einer beruflichen Umorientierung in ein anderes Berufsfeld, ohne große Entfernungen oder Einschränkungen im Freizeitverhalten durch längere Pendelwege und Pendelzeiten hinnehmen zu müssen. Ein Korrigieren der Berufswahl ist hier deutlich einfacher. Hier besteht seitens der Unternehmen ein großes ungenutztes Potenzial einer langfristigen Bindung und einer gezielteren Rekrutierung von Nachwuchskräften.

Die Ursachen für das häufige Fehlen einer langfristigen Planung sind nicht ausschließlich bei den Jugendlichen zu suchen, sondern können auch auf der Seite der Unternehmen gefunden werden. Anscheinend werden von einigen Unternehmen wenig Ressourcen auf die Kontaktpflege und frühzeitige Kontaktaufnahme mit den Jugendlichen verwendet. Die Probleme bei der Ausbildungsplatzbesetzung sind aus Sicht der Jugendlichen auch bei den Unternehmen zu verankern. Eine grundlose Ablehnung eines ausbildungsinteressierten Jugendlichen, die Kontaktverweigerung mit den Jugendlichen und soziale Vorurteile gegenüber bestimmten Jugendlichen sind nur einige hier zu nennende Gründe, können aber für künftige Jahrgänge von Jugendlichen ein Grund sein, Unternehmen der Baubranche zu meiden.

#### 4.5 Hypothese V: Das Image der Bauberufe

Es besteht ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bezüglich des Berufsimages der Bauberufe unter den Jugendlichen.

##### 4.5.1 Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese V

- Die Beurteilung des Berufsimages ist vom Alter und dem Schulabschluss abhängig.
- Jugendliche sehen den ergriffenen Ausbildungsberuf deutlich skeptischer, wenn es nicht ihr Erstwunsch ist.
- Die Bauberufe genießen unter den Jugendlichen eher ein schlechtes Berufsimago.
- Das Image der Bauberufe ist in der ländlichen Region besser als in den städtischen Regionen.

##### 4.5.2 Analyse der Fragen zur Hypothese V

Das Berufsimago beeinflusst die Berufswahl der Jugendlichen, wenn auch oft unbewusst. So werden Berufe anhand vorgefasster Erfahrungen und Meinungen bewertet und verglichen. Es kann sein, dass einige Berufe von Beginn an ausgeschlossen werden, weil sie nicht „angesehen“ zu sein scheinen, als zu komplex angesehen werden oder einem Klischee bzw. Vorurteilen in der Bewertung unterliegen. Klischee ist definiert durch „vorgeprägte Wendungen, abgegriffene und durch allzu häufigen Gebrauch verschlissene Bilder, Ausdrucksweisen, Rede- und Denkschemata, die ohne individuelle Überzeugung einfach unbedacht übernommen werden“ (WILPERT 2001, S. 287). Theoretische, vertiefende Ausführungen zum Thema Klischee und Image wurden bereits im Kapitel 2.2.2 dargelegt. Bei

Hypothese V liegt der Fokus auf einem Bauberufsimage aus Sicht der Jugendlichen, die einen Bauberuf gewählt haben. Dabei wird zwischen der städtischen und ländlichen Kohorte, aber auch zwischen den einzelnen Bauberufen unterschieden. Es wird analysiert, wie die Jugendlichen den eigenen Ausbildungsberuf, die anderen Bauberufe und Berufe anderer Branchen beurteilen. Es soll erforscht werden, ob der Bauberuf anhaltend als vermeintlich schmutziger, körperlich anstrengender und unbeliebter Beruf eingeschätzt wird. Die Frage 28 „Wie beurteilen Sie das Berufsimago der folgenden Ausbildungsberufe?“ wird wie folgt beantwortet:

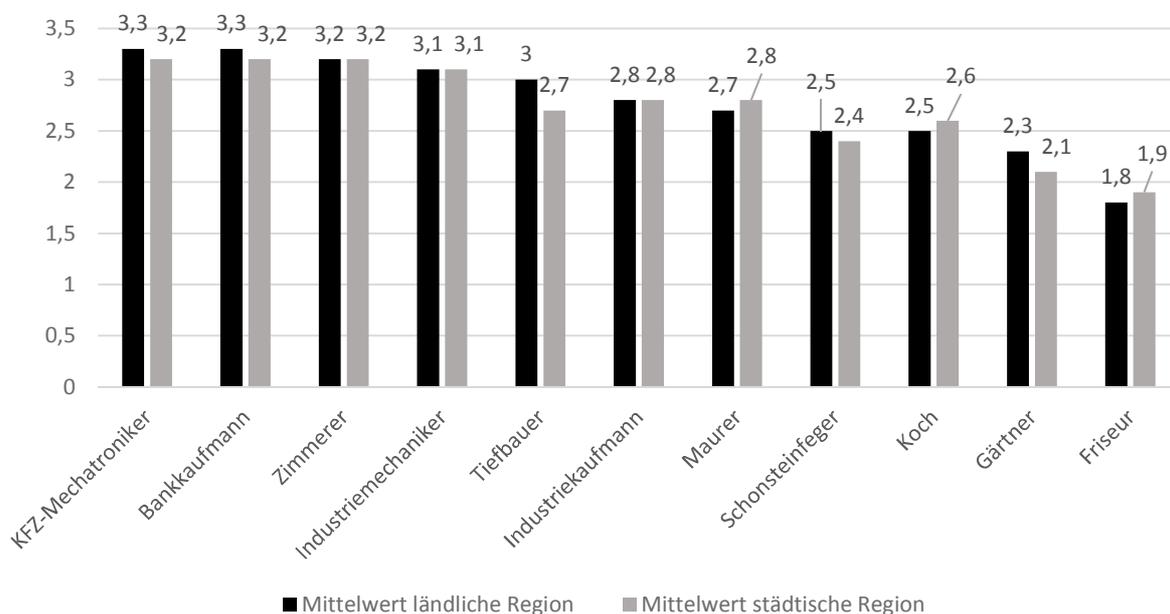


Abbildung 64: Die Beurteilung der Berufsimagos von Auszubildenden des ersten Ausbildungsjahres der Bautechnik

Abbildung 64 zeigt die Mittelwerte der Antworten beider Kohorten zu den einzelnen Ausbildungsberufen aus der Bautechnik als auch aus anderen Berufsfeldern. Bei der Auswahl der Berufe anderer Branchen wurde auf eine breite Streuung der Tätigkeiten geachtet. Unterschiedliche bauhandwerkliche, industrielle und kaufmännische Berufe aus der Liste der beliebtesten Ausbildungsberufe wurden zur Beurteilung ausgewählt. Im Fragebogen sollten die Jugendlichen die aufgelisteten Berufe nach dem Schulnotenprinzip bewerten. Zur besseren Übersichtlichkeit in der Darstellung wurde das hier nicht übernommen. Je höher der Wert ist, desto besser wurde das Berufsimago bewertet. Die Abweichungen zwischen den Kohorten bei den einzelnen Berufen sind sehr gering. Die Bauberufe (Maurer, Zimmerer, Tiefbauer) schneiden im Vergleich zu den anderen Branchen gut ab, was auch dadurch beeinflusst wird, dass die Jugendlichen ihren eigenen gewählten Ausbildungsberuf bewertet

haben. Die Bauberufe haben gute Ergebnisse erzielt. Beispielsweise ist der Anteil der Maurer an der Gesamtmenge der Befragten gering, sodass dieser Beruf von allen Befragten gut bewertet wurde. Ebenso verhält es sich bei der Bewertung des Berufsbildes des Zimmererhandwerks, der das beste Image unter den Bauberufen in der Befragung erhielt. Bei der Befragung findet sich der Industriekaufmann mit ähnlich guten Ergebnissen wie der Maurer und der Tiefbauer wieder, obwohl die Tätigkeiten kaum unterschiedlicher sein können.

In den folgenden Ausführungen werden die Antworten zum Image des Tiefbaufacharbeiters isoliert betrachtet und mit dem Alter sowie der Schulbildung der Befragten korreliert. Der Beruf des Tiefbaufacharbeiters wurde exemplarisch gewählt, da die meisten Befragten diesen Ausbildungsberuf wählten und die Tätigkeiten eines Tiefbauers über die Berufsgrenzen hinaus besser bekannt sind als die der anderen erfragten Ausbildungsberufe des Baugewerbes, beispielsweise die des Zimmerers.

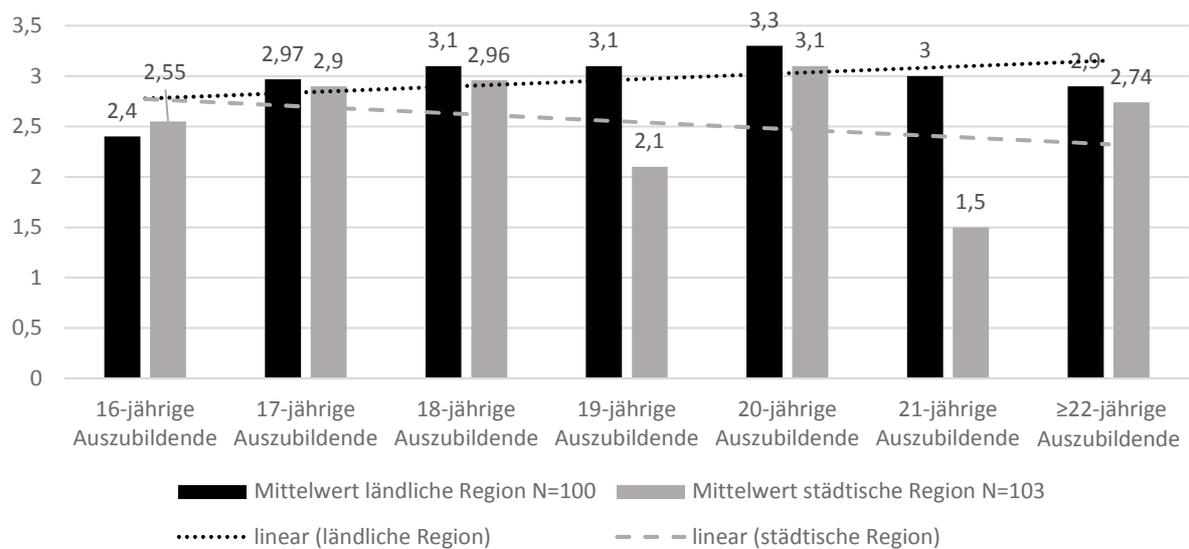


Abbildung 65: Die Bewertung des Tiefbauberufs nach Altersklassen

In Abbildung 65 ist neben der Differenzierung nach dem Alter auch das unterschiedliche Antwortverhalten der jeweiligen Kohorte abgebildet. Auch bei dieser Frage wurde das einstige Schulnotensystem des Fragebogens in eine Skala umgewandelt, deren bester zu erreichendem Wert 6 ist. Im ländlichen Raum ist das Berufsbild des Tiefbauers in der Gruppe der 16-Jährigen mit 2,4 am schlechtesten bewertet worden. Mit zunehmendem Alter der befragten Personen steigt das Image des Berufs des Tiefbauers in der ländlichen Region. Offenbar steigt mit dem Alter der Befragten die Anerkennung für eine handwerkliche,

körperlich anstrengende Tätigkeit. Möglicherweise wird das Tätigkeitsspektrum des Tiefbauers mit zunehmender Erfahrung der Befragten in einer Bautätigkeit deutlicher. Im städtischen Raum ist die Beurteilung der 16-jährigen Jugendlichen mit einem Wert von 2,55 etwas besser. Mit zunehmendem Alter ändert sich die Bewertung der Jugendlichen nicht ins Positive. Die Trendlinie ist eine leicht fallende Gerade. Das bedeutet, dass die Imageeinschätzung mit zunehmendem Alter etwas sinkt.

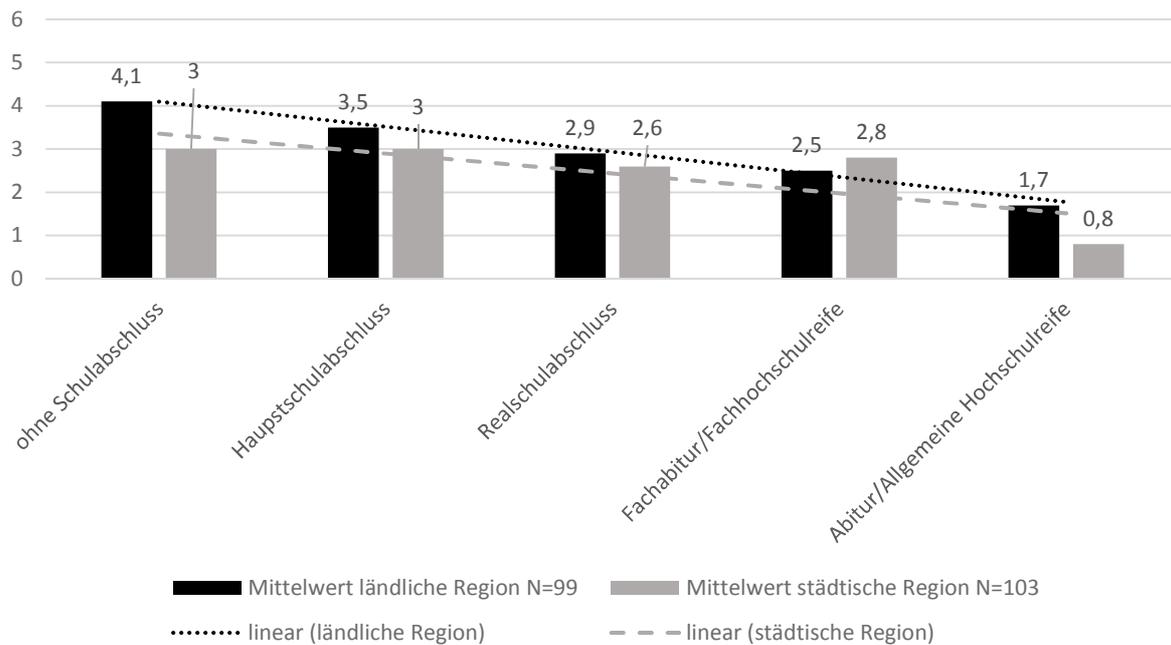


Abbildung 66: Die Bewertung des Tiefbauerberufs nach Schulabschlüssen

Die Bewertung des Berufes Tiefbaufacharbeiter, gegliedert nach dem höchsten erreichten Schulabschluss der Befragten, ist in der Abbildung 66 in einer sechsstufigen Skala dargestellt. Beide Kohorten, ländliche und städtische, bewerten den Beruf des Tiefbaufacharbeiters mit steigendem Schulabschluss negativer, was an den fallenden Trendlinien zu erkennen ist. Der schlechteste Wert wird bei den Abiturienten erreicht. Auszubildende ohne Schulabschluss bewerteten das Image des Berufes am besten. Wahrscheinlich sehen Auszubildende ohne Schulabschluss oder mit einem Hauptschulabschluss für sich im Beruf des Tiefbauers eine gute Möglichkeit eine duale Berufsausbildung entsprechend ihrer Leistungen zu bekommen und durch körperliche Arbeit den Lebensunterhalt zu bestreiten. Hierbei werden auch die überdurchschnittlich gute Bezahlung, welche in einigen Bauberufen gegeben ist, einen Einfluss haben und die relativ geringen Anforderungen an theoretischem Vorwissen, was den Auszubildenden abverlangt wird. Hingegen scheinen diese Tatsachen bei den Jugendlichen

mit höheren Schulabschlüssen das Image gegenteilig zu beeinflussen. Bei der Betrachtung der Trendlinien fällt auf, dass beide Linien die gleiche Richtung aufweisen, jedoch der lineare Verlauf der ländlichen Kohorte etwas steiler ausfällt. Hier ist das Gefälle zwischen den Schulabschlüssen etwas größer, was auch mit der unterschiedlichen Berufsorientierung, der Lebenserfahrung und den strukturellen Gegebenheiten verbunden sein kann.

Um das Image noch besser beurteilen zu können, werden im Anschluss die Ergebnisse der Jugendlichen ausgewertet, die angaben, dass es sich um ihren Erstwunsch handelt.

Auszubildende des Tiefbauerberufes, welche gleichzeitig angaben, es handele sich bei dem ergriffenen Ausbildungsberuf um ihren Erstwunsch, haben diesen wie folgt eingeschätzt (Abbildung 67):

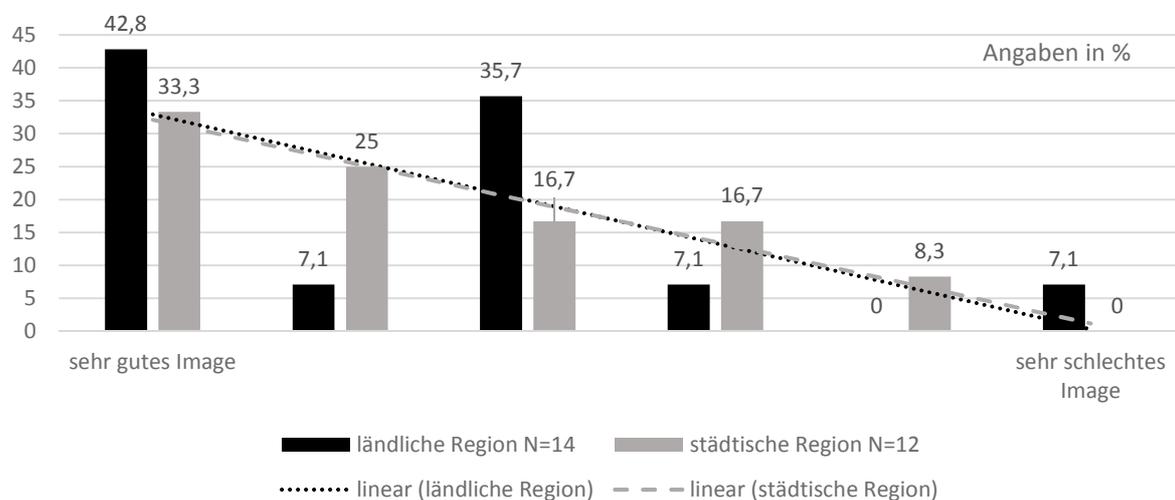


Abbildung 67: Beurteilung des Berufsimages von Auszubildenden im Tiefbau mit Erstwunsch Tiefbaufacharbeiter

Ein überwiegender Teil der Befragten gab an, dass der Beruf des Tiefbaufacharbeiters ein positives Berufsimago genießt. Sowohl Jugendliche aus den städtischen als auch aus den ländlichen Regionen waren sich hierbei einig. Die Trendlinien beider Kohorten sind fast deckungsgleich im Diagramm. Ein wenig kritischer wird das Berufsimago in der städtischen Region gesehen. Nur etwa 25 Prozent der befragten städtischen Jugendlichen beurteilen das Image des Berufes als sehr oder eher schlecht. Im Vergleich dazu kommen nur 14,2 Prozent der Befragten aus den ländlichen Regionen zu dieser Einschätzung. Die Unterscheidung zwischen den Kohorten ist aber zusammenfassend relativ gering. Das positive Ergebnis war zu erwarten, da es sich um den Erstwunsch der Auszubildenden handelt. Wunschberuf und Einschätzung des Ansehens des Berufes gehen miteinander einher.

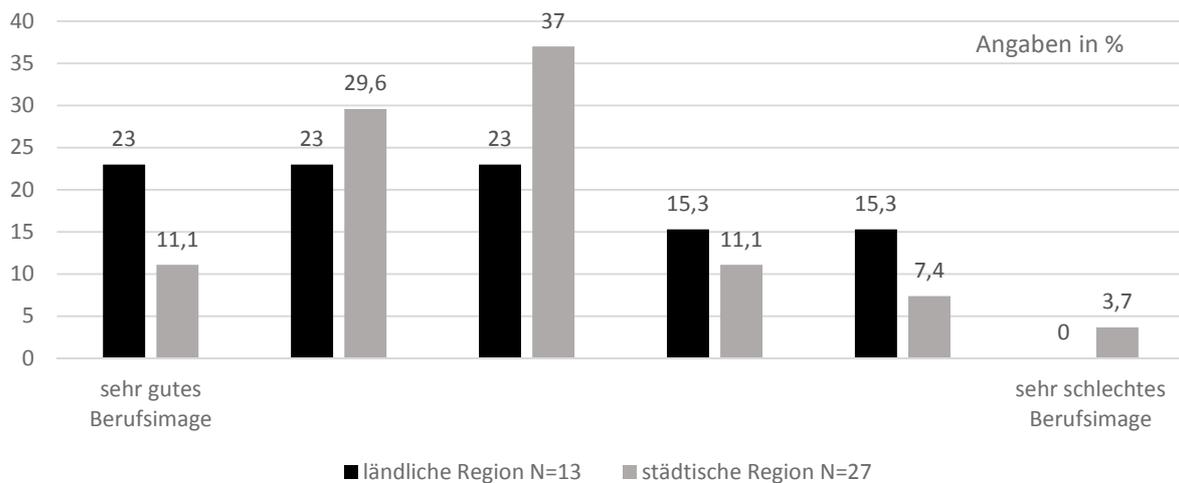


Abbildung 68: Beurteilung des Berufsimagenes von Auszubildenden im Tiefbau mit anderem Berufswunsch

Abbildung 68 zeigt die Imagebewertung von Auszubildenden des Tiefbaufacharbeiters, die angaben, dass es sich bei der Berufswahl nicht um den persönlichen Erstwunsch handelte. Hierbei fällt die Bewertung deutlich skeptischer aus. 30,6 Prozent der Antworten der ländlichen Kohorte beziehungsweise 22,2 Prozent der befragten städtischen Jugendlichen schätzen das Image als eher oder sehr schlecht ein. Die Anzahl der Auszubildenden, die angaben, dass der Beruf ein sehr gutes oder gutes Berufsimagen hat, ist zwar deutlich ausgeprägt, aber dennoch geringer als bei den Jugendlichen, die ihren Erstwunsch ansteuerten. Der überwiegende Teil der Antworten teilt dem Berufsimagen ein mittleres Image zu bzw. verhält sich neutral bei der Berufsimagenbewertung. Auf das Einfügen einer Trendlinie wurde hier verzichtet, weil deren Aussagekraft wegen der zentrierten Verteilung der Antworten wenig aussagen würde.

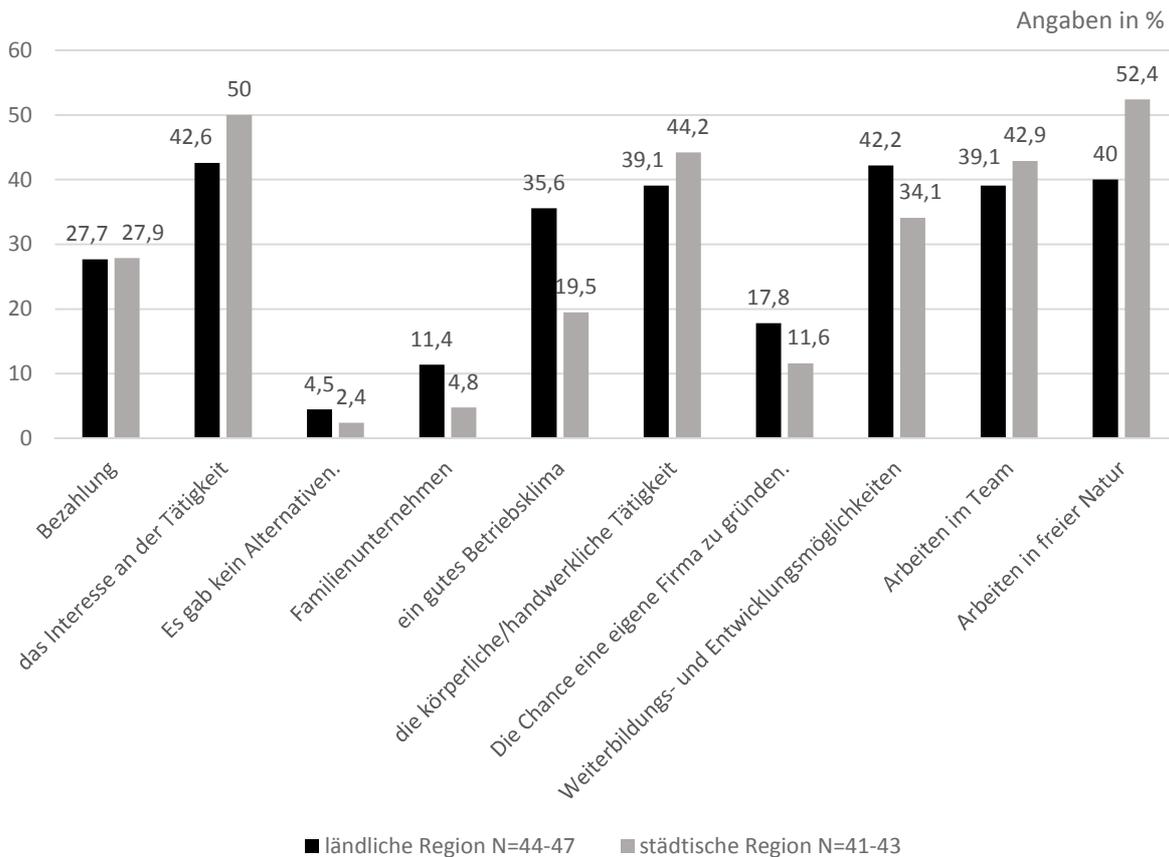


Abbildung 69: Berufswahlkriterien von Erstwunsch-Auszubildenden

Abbildung 69 stellt die Berufswahlkriterien dar, die bei Jugendlichen mit erfüllttem Erstwunsch in der Bauwirtschaft „einen sehr großen Einfluss“ haben. Die „N“-Werte schwanken in den Antworten, weil sich nicht alle Auszubildenden zu jedem Kriterium äußerten. So haben beispielsweise 19,5 Prozent der städtischen Auszubildenden angegeben, dass das Betriebsklima „einen sehr großen Einfluss“ für sie auf die Berufswahl hat. Die verbleibenden 80,5 Prozent der Jugendlichen antworteten abseits des Items „einen sehr großen Einfluss“. An dieser Grafik können die Faktoren abgelesen werden, welche die Jugendlichen für die Wahl eines Ausbildungsberufes in der Bauwirtschaft besonders überzeugend finden. So schätzen Jugendliche im ländlichen Raum das Interesse an der Tätigkeit, die Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten und das Arbeiten im Freien. In der städtischen Region sind das Arbeiten unter freiem Himmel, das Interesse an der Tätigkeit, die handwerkliche Tätigkeit und das Arbeiten im Team von entscheidender Bedeutung. Auch hier unterscheiden sich die Aussagen zwischen den Kohorten Stadt und Land in einzelnen Punkten. Die Tendenz ist jedoch bei beiden Gruppen gleich. Besonders beim Betriebsklima und beim Wunsch, im Freien zu arbeiten, unterscheiden sich die

Ergebnisse deutlich. Dass der Ausbildungsberuf in einem familiengeführten Unternehmen erfolgt und die Jugendlichen die Chance nutzen wollen, um später eine eigene Firma zu gründen, spielt bei den Antworten nur eine untergeordnete Rolle. Die baustellentypischen Anforderungen dominieren das Antwortverhalten der Jugendlichen. Sie entscheiden sich bewusst für eine körperlich anstrengende, handwerkliche Tätigkeit im Freien, wie sie nur die Bauberufe bieten können.

#### 4.5.3 Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese V

Bei der Berufswahl ist das Berufsimago ein stetig präsenter Einflussfaktor, der deshalb nicht unbeachtet bleiben darf. Aus diesem Grund wurde die Einschätzung des Berufsimagos mit aufgenommen. Es wurden jedoch nicht die Entstehungsgründe untersucht, die zum jeweils eingeschätzten Berufsimago führten. Dafür müssten mit den Kohorten zusätzlich weitere qualitative Untersuchungen durchgeführt werden. Auch wären exogene Faktoren (soziale Einflüsse, Medien, Wohnumfeld ...) und endogene Faktoren (persönliche Interessen, Neigungen ...) einzuordnen. Ebenfalls kann keine Aussage darüber getroffen werden, ob das Image der Bauberufe von Jugendlichen in den ländlichen und städtischen Regionen insgesamt als eher gut oder eher schlecht bewertet wird, da Jugendliche befragt wurden, die einen Bauberuf gewählt haben.

Aber es kann herausgearbeitet werden, ob ein Unterschied in der Einschätzung des Berufsimagos von Bauberufen zwischen den ländlichen und städtischen Kohorten besteht. Wie deutlich geworden ist, sind Unterschiede zwischen den Kohorten in den ländlichen und städtischen Regionen bei der Beurteilung des Bauberufsimagos erkennbar, was die Hypothese bestätigt.

Bei dem exemplarisch ausgewählten Beruf des Tiefbauers sinkt mit zunehmendem Alter der befragten Jugendlichen in den städtischen Regionen das Image. In der ländlichen Region steigt mit zunehmendem Alter der befragten Jugendlichen das Image des Tiefbauerberufes. Möglicherweise kommen Jugendliche in den ländlichen Regionen öfter mit den Tätigkeiten des Tiefbauerberufes durch praktische Arbeiten beispielsweise auf dem eigenen Grundstück in Kontakt, sodass die körperlich oft sehr anstrengende Tätigkeit eine höhere Wertschätzung erfährt.

Mit zunehmendem Bildungsabschluss sinkt die Imagebewertung bei den ländlichen und städtischen Jugendlichen gleichmäßig ab. Mit einem höheren Schulabschluss erweitert sich die Anzahl der Berufe, die für eine Ausbildung infrage kommen. In dieser größeren Zahl von Berufsmöglichkeiten werden körperlich anstrengende und wetterabhängige Berufe

womöglich schlechter eingeschätzt als beispielsweise der Beruf des Bankkaufmanns, der mit einem niederen Bildungsabschluss selten die erste Wahl eines Ausbildungsberufes sein wird. Dieses Ergebnis bestätigt sich bei den Jugendlichen in den ländlichen und städtischen Regionen, die ihren Erstwunsch, nämlich den Bauberuf, erhalten haben. Sie sehen das Berufsimago mehrheitlich positiv und haben mehrheitlich einen niederen Bildungsabschluss. Ist der gewählte Bauberuf nicht der Erstwunsch bei den Jugendlichen, wird das Image negativer bewertet und der Bildungsabschluss ist etwas höher.

In den städtischen Gebieten könnten Imagekampagnen das Bauberufsimago erhöhen, indem auf die relativ gute Bezahlung, das gute Betriebsklima und die Chance, eine eigene Firma zu gründen, eingegangen werden, um möglicherweise mehr Auszubildende für die Bauwirtschaft zu gewinnen. In den ländlichen Regionen sollte die Betonung einer Imagekampagne eher auf der Arbeit in der freien Natur, der Bezahlung während der Ausbildung und der Möglichkeit, eine eigene Firma zu gründen, liegen. Gleichzeitig könnte in den ländlichen Gebieten vermehrt versucht werden, ältere Jugendliche als potenzielle Auszubildende anzusprechen, da diese das Image besser einschätzen und möglicherweise eher dazu neigen, einen Bauberuf zu ergreifen.

Das Berufsimago wurde in anderen Studien zur Attraktivität der Bauberufe untersucht (vgl. SOKA-BAU 2014; MISCHLER/ULRICH 2018; INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE 2015). Jedoch zeigt keine bekannte Studie eine entsprechende Trennung der Kohorten nach ländlichen und städtischen Regionen, sodass ein direkter Vergleich an dieser Stelle nicht möglich ist.

#### 4.6 Hypothese VI: Die Rekrutierungsinstrumente der Bauunternehmen

Es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bei der Reichweite und Erfolgsquote von unternehmerischen Rekrutierungsmaßnahmen.

##### 4.6.1 Kernaussagen aus der Analyse zur Hypothese VI

- Die Eltern und Freundeskreise haben den größten Einfluss auf die Jugendlichen bei der Unternehmenswahl.
- In der städtischen Region wird das Internet deutlich häufiger bei der Unternehmenssuche genutzt als auf dem Land.
- Häufig werden Jugendliche abgelehnt, weil sie die betriebsinternen Anforderungen nicht erfüllen.

- Das Betriebspraktikum (im Rahmen der schulischen Berufsorientierung) ist ein wichtiges Instrument für eine nachhaltige Stellenbesetzung.

#### 4.6.2 Analyse der Fragen zur Hypothese VI

Neben der Untersuchung der Aktivitäten der Auszubildenden und deren eigener Einschätzung zur Wahl eines Ausbildungsbetriebes sind ebenso die Maßnahmen der Unternehmen zu analysieren, die sie zur Gewinnung von Auszubildenden ergreifen. Es soll untersucht werden, wie die Bauunternehmen in den einzelnen Regionen nach Auszubildenden suchen und wie die Auszubildenden auf diese Instrumente ansprechen und reagieren. Abschließend kann aus den Ergebnissen heraus eine erste Empfehlung an die Unternehmen gegeben werden, wie sie in Abhängigkeit zur Region und zur Unternehmensgröße um Auszubildende werben können. Bei der Frage, wie die Jugendlichen auf ihr Ausbildungsunternehmen (Betrieb) aufmerksam geworden sind, hatten die Auszubildenden die Möglichkeit, mehrere Antworten zu geben, da nicht davon ausgegangen werden kann, dass nur ein einzelner Einflussfaktor die Unternehmenswahl entschieden hat, sondern zwei oder mehrere Einflussfaktoren auf die Jugendlichen gewirkt haben. Da Mehrfachnennungen möglich waren, übersteigt die Summe der Einzelergebnisse die Zahl der Teilnehmer an der Befragung.

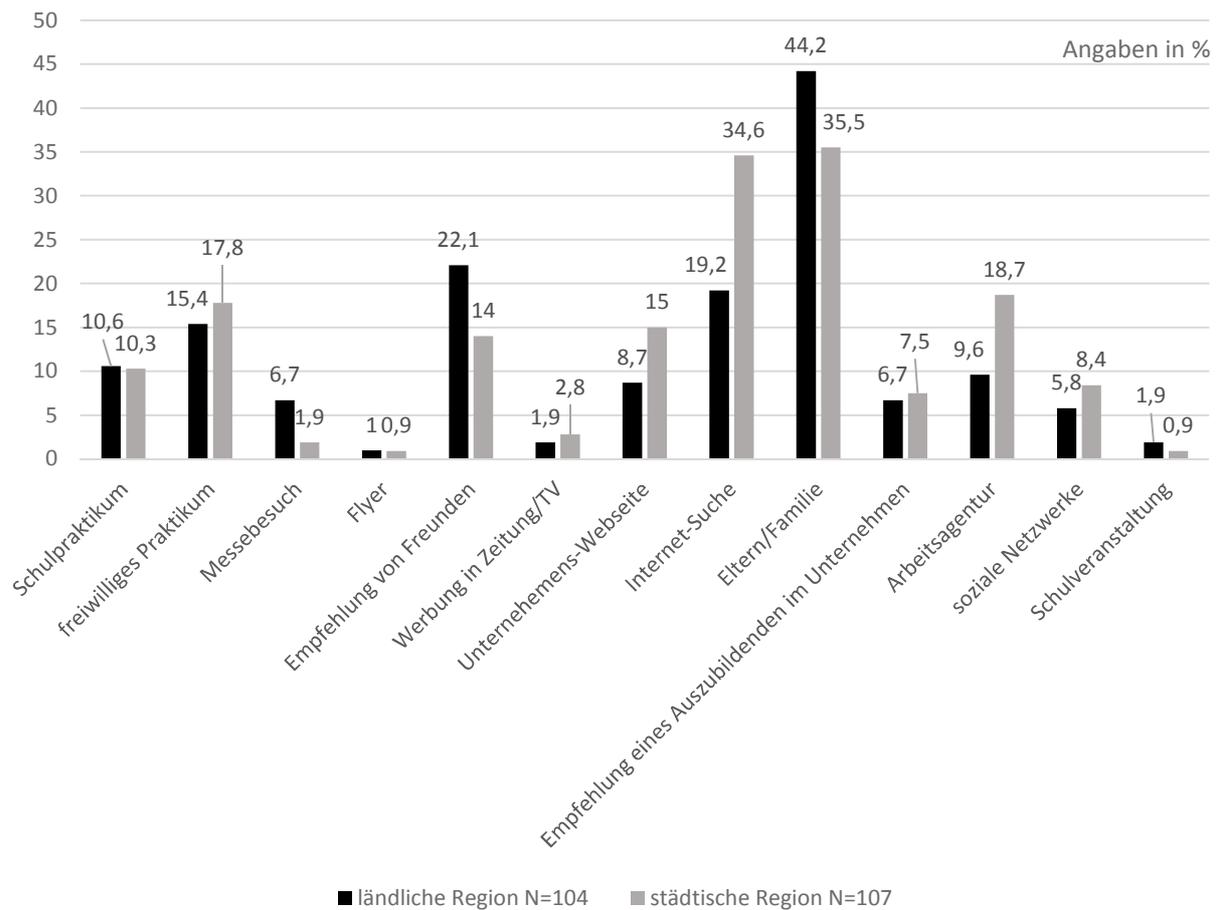


Abbildung 70: Aufmerksam-Werden von Jugendlichen auf Ausbildungsunternehmen

Es zeigt sich, dass Jugendliche vor allem durch ihre Familie und Eltern auf das gewählte Bauunternehmen aufmerksam gemacht werden (Abbildung 70). Eltern haben einen direkten und kontinuierlichen Einfluss auf die Jugendlichen und werden als vertrauenswürdige Informationsquelle von den Jugendlichen in Anspruch genommen. Dass Eltern die Vorstellung von einem „guten“ Beruf bei ihren Kindern formen, sei an dieser Stelle nur kurz erwähnt. Dabei werden die Eltern vom Branchen-, Unternehmens- und Berufsimagen ebenfalls beeinflusst. Sie werden bevorzugt die Betriebe der Region empfehlen, die sie gut kennen und die sie mit einem positiven Image verbinden.

Bei allen Rekrutierungsinstrumenten, die auf elektronischen Medien basieren (Internet, Webseite eines Unternehmens, soziale Netzwerke etc.), dominiert die städtische Kohorte. Die ländliche Region ist deutlich weniger stark vertreten. Das muss nicht zwingend das Resultat eines anderen regionalen Nutzungsverhaltens der Auszubildenden sein. Möglicherweise bieten manche Bauunternehmen in den ländlichen Gebieten keine Unternehmenswebseiten an, sind in den sozialen Netzwerken gar nicht präsent oder haben ihren Firmenkontakt bei einschlägigen Arbeitsvermittlungswebseiten nicht hinterlegt. Printmedien haben heute nur

noch sehr wenig Bedeutung für die Jugendlichen. Großen Einfluss haben auch die schulischen Betriebspraktika im Rahmen der Berufsorientierung und freiwillige Praktika. Die freiwilligen Praktika erreichen deutlich höhere Werte (15,4 Prozent in der ländlichen Region und 17,8 Prozent in der städtischen Region) als die schulischen Betriebspraktika im Rahmen der Berufsorientierung. Dass die Schulveranstaltungen (ausschließlich die schulischen Betriebspraktika im Rahmen der Berufsorientierung) einen geringen Wert erhalten, kann auch mit einem geringeren Angebot in den Schulen verbunden sein. Auch von Bedeutung sind der Messebesuch und die Leistung der Arbeitsagenturen. Es zeigt sich somit eine breite Streuung über viele Kanäle und Medien hinweg, die zum Kontakt mit einem Ausbildungsunternehmen führen können.

Im Folgenden werden die Ergebnisse weiter konkretisiert und der jeweiligen Unternehmensgröße zugeordnet, wie sie im statistischen Teil 5 des Fragebogens erhoben wurden. Zur besseren Übersichtlichkeit werden diese Unternehmensgrößen anders sortiert als im Fragebogen dargestellt. Eine abweichende, kleingliedrigere Erhebung zur Unternehmensgröße, als die Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) -Definition es vorgibt, wurde im Fragebogen gewählt, um einen besseren Überblick zur Verteilung der Auszubildenden in den Klein- und Kleinstunternehmen zu erhalten. Mit der Rückführung in die KMU-Definition werden die grafischen Darstellungen übersichtlicher und die Ergebnisse deutlicher. Die folgende Tabelle zeigt die Veränderung gegenüber den Fragebogenwerten.

<b>Größenklassen in der Erhebung</b>	<b>Nach KMU-Definition</b>	<b>Begrifflichkeiten in der folgenden Analyse</b>
1 bis 5 Beschäftigte 6 bis 10 Beschäftigte	1 bis 10 Beschäftigte	kleine Unternehmen
11 bis 20 Beschäftigte 21 bis 50 Beschäftigte	11 bis 50 Beschäftigte	mittlere Unternehmen
Über 50 Beschäftigte	Über 50 Beschäftigte	große Unternehmen

*Tabelle 15: Statistische Einteilung der Unternehmensgrößen*

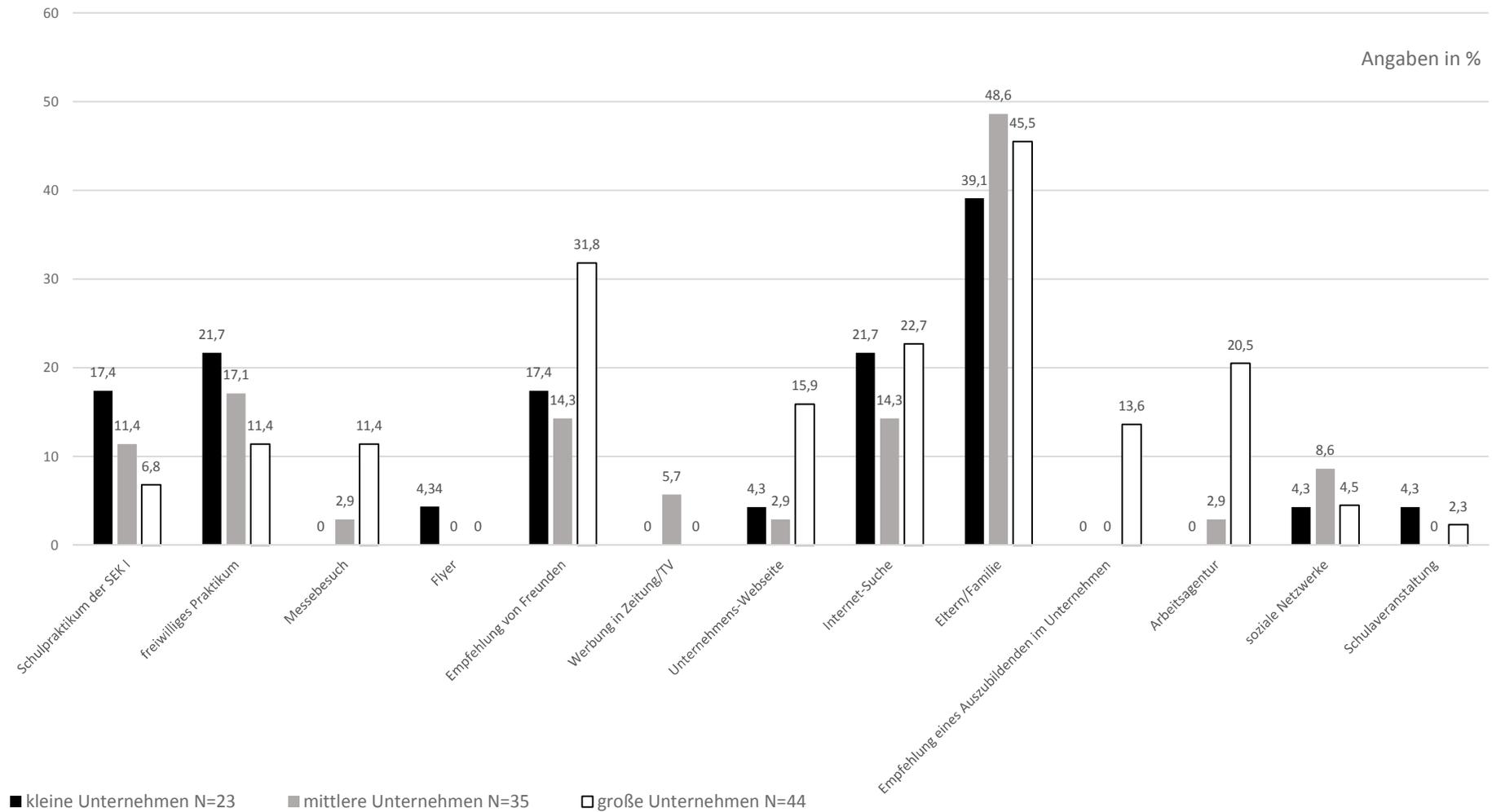


Abbildung 71: Rekrutierungsinstrumente der Unternehmen in ländlichen Gebieten nach Unternehmensgröße gegliedert

In der Abbildung 71 sind die Unternehmensgrößen in Korrelation zur Frage „Wie sind Sie auf Ihr Ausbildungsunternehmen (Betrieb) aufmerksam geworden?“ gesetzt worden. Da bei dieser Frage Mehrfachnennungen möglich waren, weicht die Summe der Einzelwerte von 100 Prozent ab. Es zeigen sich in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße deutliche Unterschiede, welche Rekrutierungsmaßnahmen ausschließlich in ländlichen Gebieten wie erfolgreich sind (Abbildung 71). Es lässt sich einerseits ablesen, welche Rekrutierungsinstrumente für welche Unternehmensgröße am erfolgreichsten sind und die Jugendlichen am meisten ansprechen. Andererseits sind ungenutzte Potenziale erkennbar, da die Abbildung zeigt, welche Maßnahmen bisher keine Beachtung bei den Jugendlichen fanden. Von Eltern und Freunden werden eher die größeren Unternehmen empfohlen. Ebenfalls profitieren die größeren Unternehmen vom Werben auf Messen, den digitalen Medien und der Zusammenarbeit mit der Arbeitsagentur stärker als kleinere Unternehmen. Vom Praktikum und direkter praktischer Erfahrung profitieren eher kleineren Unternehmen. Bei den größeren Unternehmen bleibt das Praktikum weit hinter den Potenzialen zurück, was auch damit begründet sein kann, dass größere Unternehmen weniger Praktikumsplätze anbieten oder die Arbeitsprozesse in größeren Unternehmen schwerer zu durchschauen und langwieriger sind. Bei kleineren Unternehmen hingegen ist das Arbeitsprodukt oder das Tagewerk am Ende des Arbeitstages oftmals deutlich erkennbar sowie greifbarer und kann eine zusätzliche Motivation für die potenziellen Auszubildenden sein, einen Ausbildungsplatz in diesem Unternehmen zu ergreifen.

Deutlich besser ist die Kooperation zwischen den großen Unternehmen und der Arbeitsagentur im Vergleich zu den kleineren und mittleren Unternehmen. 20,5 Prozent der Auszubildenden gaben an, über die Arbeitsagentur in große Unternehmen gekommen zu sein. Bei kleinen und mittleren Unternehmen hat kein Auszubildender den Weg über die Arbeitsagentur ins Unternehmen gefunden. Möglicherweise sind kleinere und mittlere Unternehmen bei den Arbeitsagenturen gar nicht gelistet oder bekannt.

In ländlichen Gebieten scheinen die persönliche Kommunikation und Kontaktaufnahme besonders wichtig zu sein. Sowohl die Auszubildenden, die bereits in den Unternehmen sind, als auch die Freundeskreise der Jugendlichen beeinflussen die Wahl eines Unternehmens für eine Ausbildungsstelle sehr stark. Gute Arbeitsbedingungen, ein wertschätzender sozialer Umgang mit den Mitarbeitenden und ein gutes Unternehmensklima wirken hierbei besonders positiv auf die Außendarstellung der Unternehmen. Die Nutzung der Printmedien (z. B. Werbung in einer Zeitung oder Flyer) scheint bei den Jugendlichen wenig Interesse zu

wecken. Dies gilt auch für TV-Spots<sup>41</sup> oder andere Werbung zur Ausbildung und Arbeit in der Bauwirtschaft im Fernsehen. Deutlich öfter werden die sogenannten neuen digitalen Medien genutzt. Hierbei profitieren alle Unternehmensgrößen gleichsam von deren Potenzialen.

---

<sup>41</sup> Hierzu zählen einzelne Werbespots für „DAS HANDWERK“ als auch Werbebanner, die durch eine Fernsehübertragung gezeigt werden.

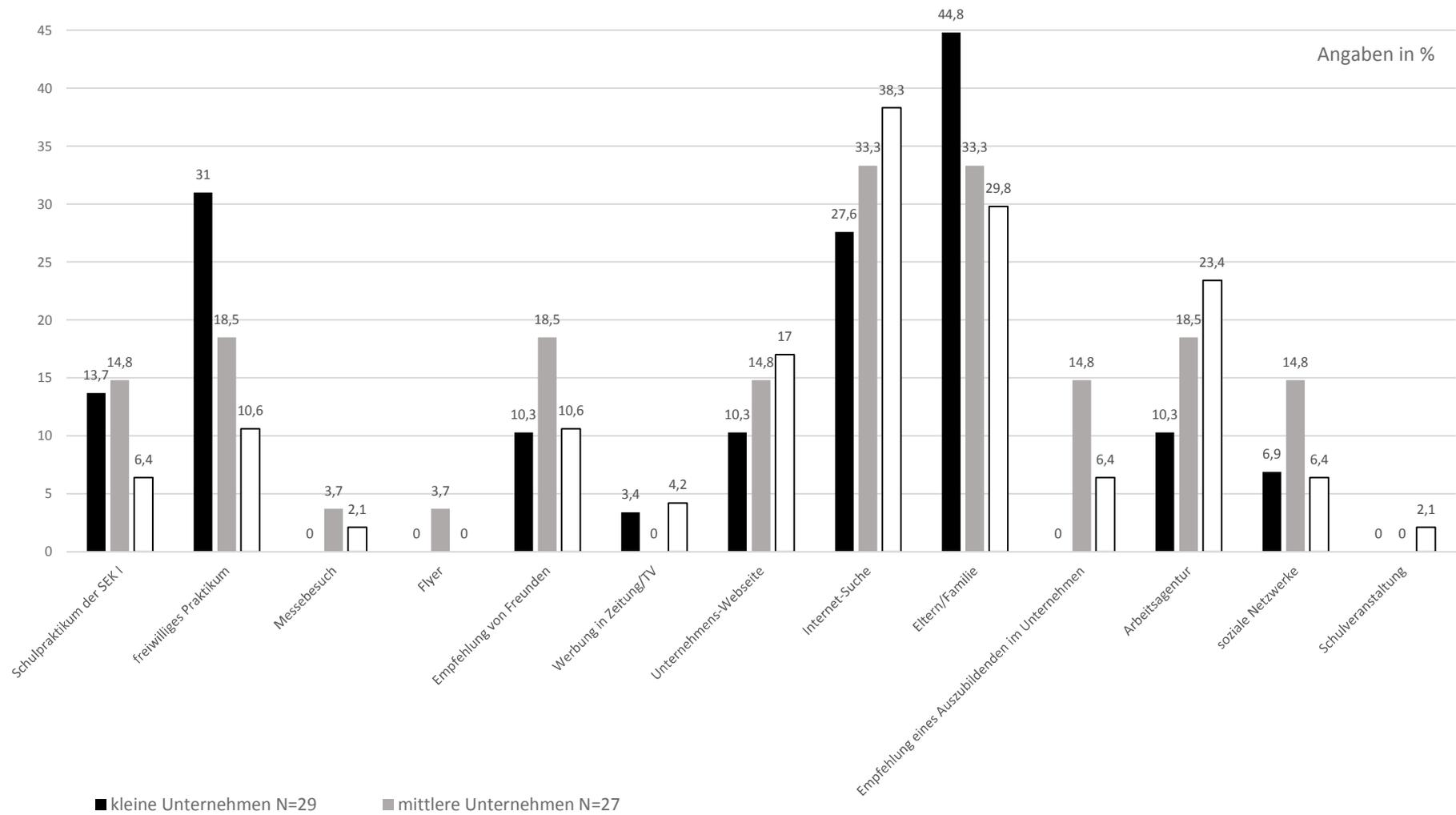


Abbildung 72: Rekrutierungsinstrumente der Unternehmen in städtischen Gebieten nach Unternehmensgröße gegliedert

Auch in Abbildung 72 sind die Unternehmensgrößen in Korrelation zur Frage „Wie sind Sie auf Ihr Ausbildungsunternehmen (Betrieb) aufmerksam geworden?“ gesetzt worden, der Fokus aber auf die städtische Kohorte gelegt. Da bei dieser Frage Mehrfachnennungen möglich waren, weicht die Summe der Einzelwerte von 100 Prozent ab. Die Empfehlung durch Eltern und Freundeskreis für kleinere Unternehmen ist in den städtischen Gebieten etwas stärker als in den ländlichen Gebieten. Kleine Unternehmen nutzen das freiwillige Praktikum besonders häufig (31 Prozent) als Rekrutierungsinstrument für die Gewinnung von Auszubildenden. Die größeren Unternehmen nutzen das Praktikum seltener, wie es auch schon in den ländlichen Gebieten war.

Auch in den städtischen Regionen sind die klassischen Printmedien für die Berufswahl wenig von Bedeutung. Der Flyer, die Werbung in der Zeitung und die Werbung im TV werden von den Jugendlichen relativ schlecht bewertet und wenig beachtet, im Gegensatz zu den sogenannten neuen digitalen Medien. Mit zunehmender Unternehmensgröße steigt die Nutzung des Internets als Rekrutierungsinstrument, welches die Unternehmen anbieten und die Jugendlichen nutzen, um ihren Ausbildungsbetrieb zu finden. Auch hier kann der bereits bei der ländlichen Kohorte genannte Zusammenhang mit der Internetpräsenz der Unternehmen hergestellt werden.

Beim Blick auf die Aussagen zum Praktikum fällt auf, dass besonders kleinere und mittlere Unternehmen mithilfe eines freiwilligen Praktikums ihre Auszubildenden finden. Alle anderen Angaben zum Praktikum, egal ob schulisch organisiert oder freiwillig absolviert, unterscheiden sich nur geringfügig zwischen den beiden Kohorten, ländliche Region und städtische Region. Anders sieht es bei der Zusammenarbeit mit den Arbeitsagenturen aus. In den städtischen Gebieten profitieren auch die kleinen und mittleren Unternehmen von der Vermittlungskompetenz der Beratung, was in den ländlichen Gebieten nur eine untergeordnete oder gar keine Bedeutung hatte. Mit den Schulveranstaltungen und den Messebesuchen waren die Unternehmen in beiden Regionen bisher wenig erfolgreich bei der Suche nach Auszubildenden. Hier bestehen noch viele ungenutzte Potenziale für Unternehmen aller Größen, die es in Zukunft besser auszuschöpfen gilt.

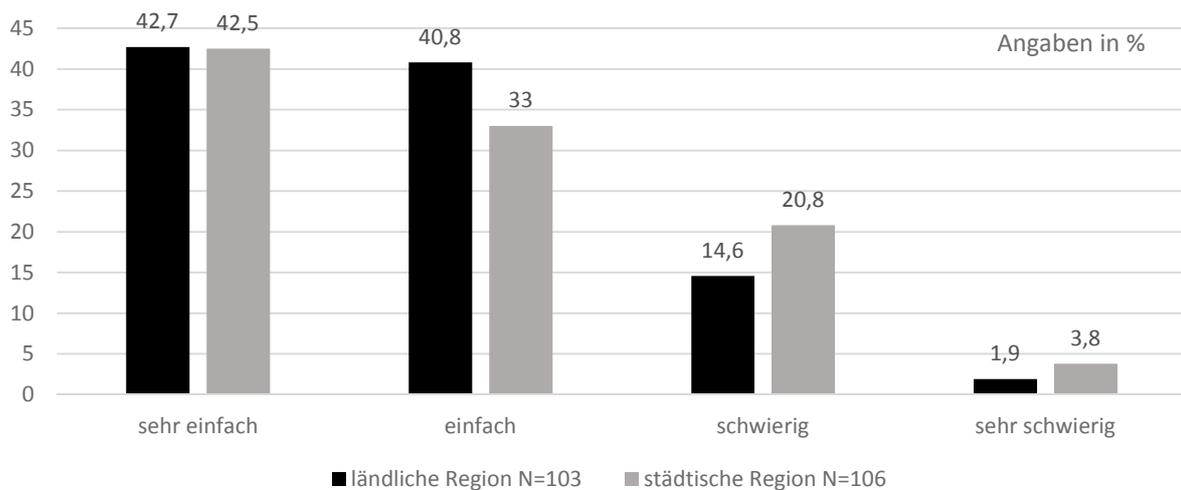


Abbildung 73: Schwierigkeit bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb im Baugewerbe

Es wurde ebenso danach gefragt, als wie schwierig die Jugendlichen die Suche nach einem Ausbildungsplatz in der Baubranche empfanden (Abbildung 73). Diese Grafik wurde bereits bei der Bearbeitung der Hypothese IV verwendet, jedoch mit einem anderen Analyseschwerpunkt. Die meisten Jugendlichen gaben an, dass die Suche für sie „einfach“ oder „sehr einfach“ war. Jedoch empfanden 16,5 Prozent der Jugendlichen in den ländlichen Gebieten und 24,6 Prozent der Jugendlichen in den städtischen Gebieten die Suche als schwierig oder sehr schwierig.

Bei der Benennung konkreter Schwierigkeiten bei der Ausbildungsplatzsuche gaben 36 Jugendliche der ländlichen Region und 44 Jugendliche aus den städtischen Gebieten eine konkrete Antwort (Tabelle 16).

<b>Argumente der Jugendlichen</b>	<b>Schwierigkeiten bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz</b>	<b>Anzahl der Antworten</b>
	ländliche Region: N = 36 städtische Region: N = 44 (Zahlen in Klammern)	<b>Land (Stadt)</b>
auf das Unternehmen bezogene Argumente  (13 Antworten in den ländlichen Regionen) (13 Antworten in den städtischen Regionen)	- fehlendes Entgegenkommen, fehlende Antwort	2 x (0 x)
	- zu hohe Anforderungen (Schulabschluss, Noten)	7 x (11 x)
	- keine Ausbildungsbereitschaft wegen geringen Nutzens	1 x (0 x)
	- mangelnde Betreuung der Auszubildenden	1 x (0 x)
	- Unsichtbarkeit der Betriebe (fehlende Internetpräsenz etc.)	2 x (2 x)
individuelle Probleme (21 Antworten in den ländlichen Regionen; 22 Antworten in den städtischen Regionen)	- Lustlosigkeit, Zeitdruck, fehlende Zukunftsvorstellung	6 x (6 x)
	- Entfernung	7 x (6 x)
	- (fehlendes) Interesse an der Arbeit	3 x (0 x)
	- Arbeitsklima, gute Bezahlung	4 x (9 x)
	- Schwierigkeiten beim Finden einer Tätigkeit im Freien	1 x (0 x)
	- Schwierigkeiten beim Bewerbungsschreiben	0 x (1 x)
strukturelle Probleme (2 Antworten in den ländlichen Regionen; 9 Antworten in den städtischen Regionen)	- Schwierigkeiten beim Finden einer Brunnenbau-Firma	1 x (0 x)
	- fehlende Ausbildungsbetriebe, volle Besetzung der Betriebe	2 x (9 x)

Tabelle 16: Schwierigkeiten bei der Unternehmenssuche

Es ergeben sich drei Problemkreise aus den gegebenen Antworten: unternehmensbedingte Probleme, individuelle Probleme und strukturelle Probleme. Die meisten Probleme bei der Suche nach einem passenden Ausbildungsbetrieb, mit 21 bzw. 22 Antworten, sind für beide Kohorten dem individuellen Problemkreis zuzuordnen. Dabei sehen die Auszubildenden auch sehr selbstkritisch ihre eigenen Schwächen. Sie benennen selbstkritisch ihre Defizite oder ihre

Sonderwünsche, die eine Ausbildung in der Baubranche erschwert haben. Dazu zählen beispielsweise für sie eine zu große Entfernung zum Ausbildungsbetrieb, der möglichst in der Nähe der eigenen Wohnung liegen sollte, um nicht zu lange Wege in Kauf nehmen zu müssen, die zu Lasten der Freizeit aufgebracht werden müssten oder einen Umzug erforderlich machen würden. Ebenfalls sehr oft wurde angegeben, dass die Jugendlichen keine Lust oder keine Zeit hatten sich für einen Beruf zu entscheiden oder eine Berufsausbildung zu beginnen. Anscheinend war das Ende der Regelvollzeitschule für einige plötzlich und unerwartet schnell in die eigene Wahrnehmung gerückt, sodass die Zeit fehlte, um sich auf dem Ausbildungsmarkt eine adäquate Ausbildungsstelle zu suchen. Große Unterschiede zwischen den Kohorten sind beim erwarteten Betriebsklima und bei der Bezahlung erkennbar. Städtische Jugendliche legen einen großen Wert auf eine gute und sogar überdurchschnittliche Bezahlung und ein gutes Arbeitsklima im gewünschten Ausbildungsberuf.

Im Problemkreis, der die Schwierigkeiten eher bei den Unternehmen sieht, gaben jeweils 13 Auszubildende (Land/Stadt) eine Antwort. Die häufigsten Probleme hatten die Jugendlichen mit den hohen Anforderungen, welche die Unternehmen an die Jugendlichen stellten. Die städtischen Jugendlichen gaben diesen Fakt deutlich häufiger an als die ländlichen Jugendlichen. Im Einzelnen wurden hier die schlechten Schulnoten, die einfachen oder fehlenden Schulabschlüsse, das hohe Alter und Probleme mit der deutschen Sprache von den Unternehmen als Begründung angegeben. Anscheinend werden Auszubildende abgelehnt, weil die gewünschte Ausbildungsreife<sup>42</sup> für die Unternehmen noch nicht vorhanden ist, ohne in Betracht zu ziehen, selber aktiv zu werden und den Jugendlichen Unterstützung anzubieten, um ihnen ihren Berufswunsch zu einem späteren Zeitpunkt zu ermöglichen.

Im Kreis der strukturellen Probleme werden jene Antworten zusammengefasst, welche in keinem direkten Zusammenhang mit den beiden Ausbildungspartnern stehen. Hier finden sich Antworten wieder, die der Region zuzuordnen sind. Besonders häufig wurde von der städtischen Kohorte die Antwort gegeben, dass die Betriebe nicht ausbilden oder schon voll besetzt waren (9 Antworten). In ländlichen Gebieten hingegen fanden sich nur zwei gegebene Antworten mit dieser Begründung.

---

<sup>42</sup> Hier als übergeordneter Begriff verwendet, der sehr subjektiv von den Unternehmen genutzt wird, zur Rechtfertigung der Ablehnung von Bewerbungen.

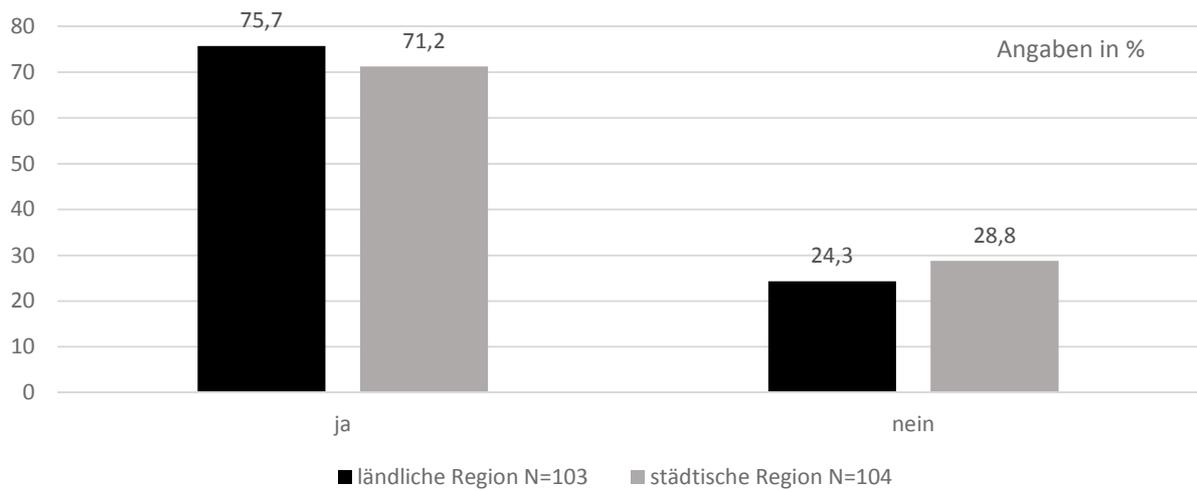


Abbildung 74: Ausbildung beim gewünschten Bauunternehmen in der Bauwirtschaft

Auf die Frage, ob das gewählte Ausbildungsunternehmen auch das war, das als Erstwunsch favorisiert war, zeigt sich eine deutliche Übereinstimmung zwischen Stadt und Land (Abbildung 74). Nahezu drei Viertel der Befragten gaben an, dass es sich um ihr Erstwunschunternehmen handelt. Entsprechend hat nur ein Viertel der Jugendlichen ihren Erstwunsch nicht erfüllen können. Folgende Gründe wurden benannt, weshalb sich der Erstwunsch nicht erfüllte (Tabelle 17).

	Antworten auf Frage 17 im Fragebogen	Anzahl der Antworten Land N=32 (Stadt N=32)
unternehmens- bedingte Absagen städtische Region N = 17 ländliche Region N = 14	Keine Ausbildungstätigkeit	2 (2)
	schlechte Noten in der Schule	6 (7)
	vorhandene Vorbestrafung	1 (0)
	Nicht-Bestehen des Einstellungstests	0 (1)
	ohne Begründung	4 (7)
	zu jung	1 (0)
selbst- zuschreibende Ursachen städtische Region N = 12 ländliche Region N = 11	zu geringe Bezahlung	0 (1)
	zu späte Bewerbung	3 (7)
	zu faul	3 (1)
	Passungsprobleme mit Unternehmen und Berufsfeld	4 (3)
	körperlich Unzulänglichkeiten	1 (0)
sonstige Begründungen städtische Region N = 3 ländliche Region N = 7	zu viele Bewerber	3 (3)
	Kündigung	2 (0)
	zu große Entfernung	2 (0)

Tabella 17: Begründung der Absage des Erstwunschbetriebes

Auch hier erfolgt die Unterteilung in drei Kategorien, welche als unternehmensbedingte, selbstzuschreibende und sonstige Probleme angegeben werden. Die unternehmensbedingten Absagen bilden sowohl in der ländlichen Region als auch in den städtischen Regionen die stärkste Gruppe, gefolgt von den selbstzuschreibenden Ursachen für eine Absage. Die unternehmerischen Absagen folgen aufgrund schlechter Noten der Auszubildenden in der Schule. Besonders oft in den städtischen Gebieten bekommen die Auszubildenden eine Absage, ohne dass ein Grund genannt oder eine Rückmeldung von den Unternehmen gegeben wird.

Die selbstgeschriebenen individuellen Probleme basieren, wie auch schon bei der Suche nach einem geeigneten Ausbildungsunternehmen, auf der eigenen „Faulheit“ der Auszubildenden, ein geeignetes Ausbildungsunternehmen zu recherchieren, eine Bewerbung zu schreiben oder eine Bewerbung abzugeben. Besonders städtische Jugendliche gaben an, dass sie sich zu spät beworben hatten oder keine Zeit hatten, an dem Bewerbungsverfahren teilzunehmen. Unter dem Punkt „Passungsprobleme mit Unternehmen und Berufsfeld“ sind die Aussagen zusammengefasst, bei dem zum Beispiel das Betriebsklima Unzufriedenheit hervorrief oder die Tätigkeiten nicht den Erwartungen entsprach. Hier ist keine große Unterscheidung zwischen den Kohorten erkennbar. Unter „sonstige Probleme“ sind Aussagen zusammengefasst, die sowohl die Entfernung zum Ausbildungsbetrieb als auch eine zu große Bewerbungszahl als Hindernis darstellen. Es sind von beiden Kohorten ähnlich viele Antworten gegeben worden. Auch wenn es eine ganze Reihe von Problemen und Hindernissen gibt, die dem Weg in eine Berufsausbildung auf dem Bau entgegenstehen, ist positiv anzumerken, dass die Jugendlichen letztlich doch eine Berufsausbildung im Baugewerbe ergreifen konnten und einen Ausbildungsbetrieb fanden. Wie viele Bewerbende durch die genannten Hindernisse in andere Berufsfelder gewechselt sind oder sich gegen eine Berufsausbildung auf dem Bau entschieden haben, bleibt offen.

Nachdem die Probleme bei der Suche nach einem Ausbildungsunternehmen analysiert wurden, sollen im Anschluss die Aspekte dargestellt werden, welche die Jugendlichen an einem Ausbildungsunternehmen besonders schätzen. Damit werden Hinweise gewonnen, wie Unternehmen ihre Rekrutierung optimieren können. Bei der Frage, was ihnen bei einer Ausbildung vonseiten der Unternehmen besonders wichtig ist, gaben die Jugendlichen auf einer sechsstufigen, endpunktbenannten Skala folgende Antworten (Abbildung 75):

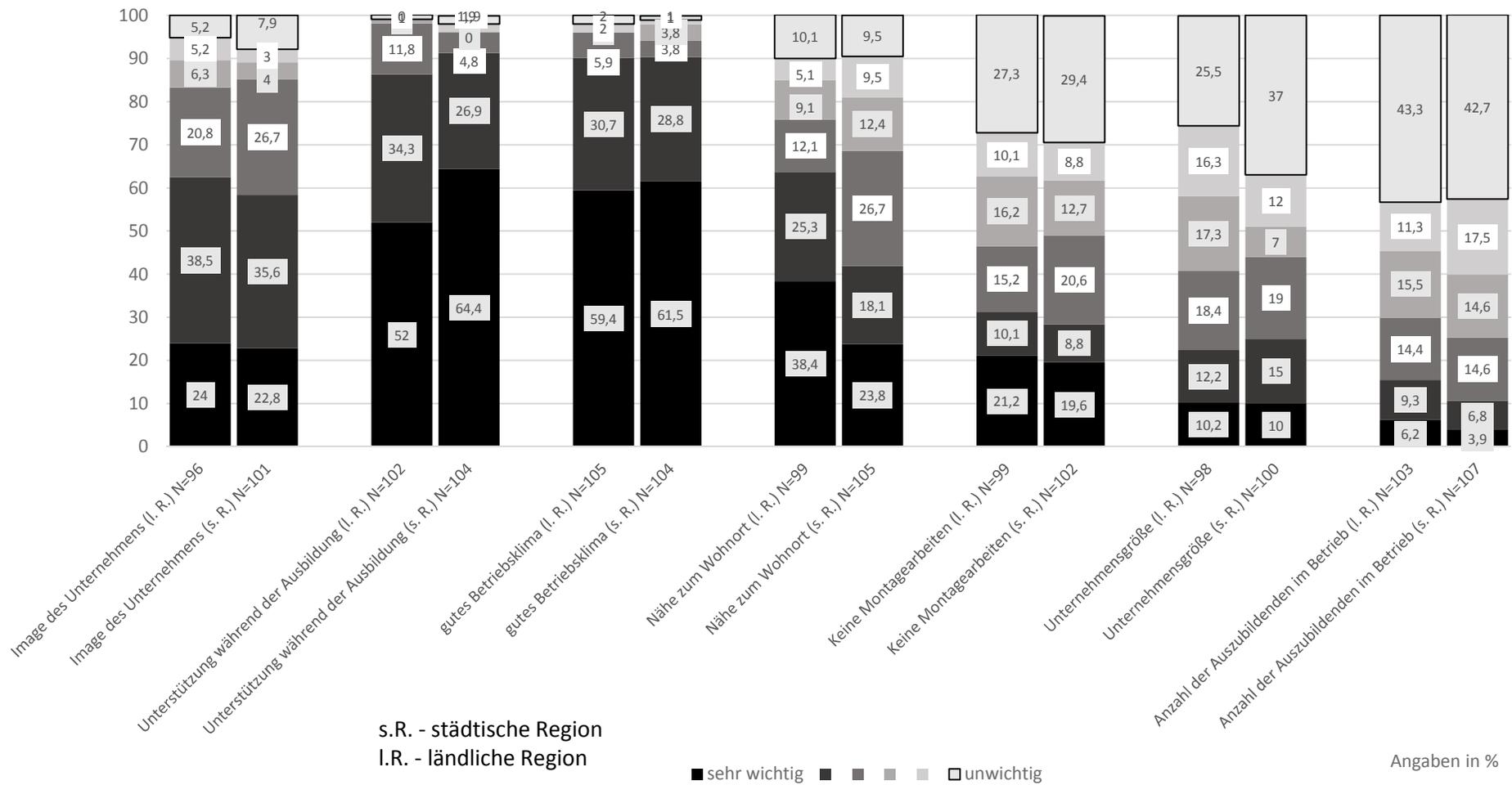


Abbildung 75: Vorzüge eines Ausbildungsunternehmens aus der Perspektive der Auszubildenden

In der Tendenz sind die Ergebnisse zwischen den Kohorten, ländliche Region und städtische Region, sehr ähnlich. Die größten Abweichungen sind bei der Unternehmensgröße und bei der Unterstützung während der Ausbildung zu finden. Die Bedeutung der Lage des Unternehmens zur Wohnung wurde in der vorliegenden Arbeit schon öfter angesprochen. Auch hier zeigt sich, dass besonders die ländliche Kohorte diesen Aspekt sehr schätzt und ihre Suche nach einem Ausbildungsplatz regional eingeschränkt ist. Unterschiedliche strukturelle Gegebenheiten zwischen Stadt und Land sind hierbei als Hauptursache zu nennen. Doch anscheinend ist die Pendelbereitschaft zur Verwirklichung des Berufswunsches in den ländlichen Gebieten etwas geringer ausgeprägt.

Von geringer Bedeutung sind die Unternehmensgröße des Ausbildungsbetriebes und die Anzahl der Auszubildenden im Betrieb für die Jugendlichen. Es scheint für sie bei der Bewerbung keine so große Bedeutung zu besitzen, ob sie Teil eines großen oder kleinen Teams werden. Die Antworten zu den möglichen Montagearbeiten und damit verbundenen täglichen Heimfahrten sind breit gestreut. Montagearbeiten sind im Bausektor sehr verbreitet, da die Baustellen oft weit vom Wohnort entfernt liegen. Das wird nur von der Hälfte der Jugendlichen als eher negativ angesehen. Wie bei der Befragung festgestellt wurde, konnten viele Jugendliche mit dem Begriff „Montage“ wenig anfangen oder sie haben sich mit dieser entscheidenden Berufswahl-Tatsache bisher wenig auseinandergesetzt. Doch scheinbar wird die Montagetätigkeit nicht strikt abgelehnt.

<b>sonstige Antworten der ländlichen Kohorte</b>	<b>sonstige Antworten der städtischen Kohorte</b>
Bezahlung	Aufgabengebiet ist wichtig.
Fachkompetenz	gut lernen
Flexibilität, Urlaub, Bezahlung	gute Bezahlung (4 x)
Montagearbeiten	Meister im Lehrbauhof
	Referenz des Unternehmens

*Tabelle 18: Weitere wichtige Kriterien bei der Wahl eines Bauunternehmens*

Die Freitextangaben zu weiteren wichtigen Eigenschaften relevanter Bauunternehmen zeigen, dass besonders in der städtischen Region eine gute Bezahlung während der Ausbildung von großer Bedeutung ist (Tabelle 18). Dies wurde viermal von den Jugendlichen angegeben. Eine gewisse Fachkompetenz wird ebenfalls als wichtig eingeschätzt.

#### 4.6.3 Interpretation der Ergebnisse zur Hypothese VI

Aus den vorliegenden Ergebnissen, bei denen die Unternehmen im Mittelpunkt der Befragung standen, können einerseits die erfolgreichen Maßnahmen bei der Gewinnung von Jugendlichen abgelesen werden. Andererseits werden auch Mängel in der Rekrutierung offengelegt. Die unternehmerischen Rekrutierungsmaßnahmen haben eine ähnlich große Bedeutung bei der Unternehmenswahl wie die Empfehlung durch Eltern und Freundeskreis, welche den größten Einfluss auf die Jugendlichen ausüben. Positiv schneiden Maßnahmen ab, wenn sie mit digitalen Medien im Zusammenhang stehen, wie zum Beispiel die Recherche auf den Webseiten der Unternehmen oder die Nutzung der sozialen digitalen Netzwerke. Hier gibt es deutliche Unterschiede zwischen der städtischen und der ländlichen Kohorte. In den städtischen Gebieten scheint das Internet eine größere Beliebtheit bei der Unternehmensentscheidung zu genießen. Sowohl die Unternehmen scheinen hier das Internet mehr zu nutzen, um die Jugendlichen anzusprechen, als auch die Jugendlichen, um die Unternehmen zu finden. Wesentlich geringer ist die Nutzung in den ländlichen Räumen. Eine mögliche Ursache könnte der mangelhafte Ausbau der Breitbandverbindungen in den ländlichen Regionen sein, was natürlich auch das Nutzungsverhalten beeinflusst. In den ländlichen Regionen verzichten anscheinend viele Unternehmen darauf, Webseiten zu erstellen, um Auszubildende auf sich aufmerksam zu machen. Damit haben auch die Jugendlichen Probleme, mit Websuchfunktionen geeignete Unternehmen in ihrer Nähe zu finden.

Die klassischen unternehmerischen Rekrutierungsinstrumente wie Flyer, Werbung in Printmedien, Messestände sowie Schulveranstaltungen erhalten von den Jugendlichen weniger Aufmerksamkeit. Die klassischen Printmedien werden immer öfter von den neuen digitalen Medien verdrängt und erreichen die Zielgruppe nicht mehr. Dies hat zur Folge, dass diese bisherigen klassischen Rekrutierungsmittel eine immer geringere Reichweite haben und zunehmend von den Jugendlichen übersehen oder ignoriert werden. Jedoch können die klassischen Medien deutlich öfter die Eltern der Jugendlichen erreichen, die ein anderes Mediennutzungsverhalten als ihre Kinder haben werden. Und wie bereits angesprochen, haben die Eltern den größten Einfluss auf ihre Kinder. Damit scheint es auch weiterhin für die Unternehmen sinnvoll zu sein, auf diesem Wege um Auszubildende zu werben. Zwar verfehlt das Instrument der Printmedienwerbung die eigentliche Zielgruppe der ausbildungsreifen Jugendlichen. Es kann aber die Eltern erreichen immer noch darüber wirkungsvoll bei der Rekrutierung der Auszubildenden sein.

Das Praktikum, egal ob freiwillig abgeleistet oder schulisch im Rahmen der Berufsorientierung organisiert, scheint für eine nachhaltige Stellenbesetzung ebenfalls ein wichtiges Instrument zu sein. Einzelne Unternehmen berichteten in Interviews, dass keine Stellenbesetzung stattfindet, ohne ein Praktikum absolviert zu haben. Dies gilt sowohl in den ländlichen als auch in den städtischen Regionen. Unternehmen in städtischen Räumen nutzen die Potenziale des Praktikums öfter. In den ländlichen Gebieten besteht diesbezüglich hingegen noch ein deutlicher Nachholbedarf. Die Jugendlichen wünschen sich ein strukturiertes, fachlich angeleitetes und vergütetes Praktikum. Eine noch so geringe Vergütung kann dabei als Wertschätzung des Unternehmens gedeutet werden, das Engagement der Jugendlichen zu würdigen.

Ein großer Unterschied zwischen den Kohorten Stadt und Land zeigt sich bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb, die gemeinsam mit der Arbeitsagentur erfolgt. In der Anonymität der Großstadt ist die Arbeitsagentur deutlich öfter eine genutzte Anlaufstelle für die Jugendlichen, um sich über Ausbildungsbetriebe in der Umgebung zu informieren. Hingegen sind auf dem Land durch die geringe Anzahl an Unternehmen potenzielle Ausbildungsbetriebe eher bekannt, was die etwas geringe Rolle der Arbeitsagenturen auf dem Land begründen könnte.

Angesichts der offenen Potenziale und der begrenzten Reichweite einiger Rekrutierungsinstrumente ist es wenig verwunderlich, dass nahezu 20 Prozent der Jugendlichen angaben, dass die Suche nach einem Ausbildungsplatz schwierig oder sehr schwierig ist. Hier besteht dringender Nachholbedarf, um diesen Wert zu senken. Regionale strukturelle Gegebenheiten werden aber immer ein Problem darstellen, sodass es immer zu einzelnen Schwierigkeiten bei der Suche kommen kann. In der Summe betrachtet, ist die Anzahl der den Bauunternehmen zugeordneten Problemen, die einer Ausbildung entgegenstehen, höher als erwartet. Dem drohenden Fachkräftemangel werden anscheinend nicht genügend unternehmerische Anstrengungen entgegengesetzt. Dabei können einige der unternehmerisch bedingten Zugangsschranken leicht und kostengünstig abgebaut werden, wie es bereits häufiger in der städtischen Region geschieht. Hier scheinen auch leistungsschwächere Jugendliche mit sozialen Problemen eher eine Chance zu haben, eine Ausbildung aufnehmen zu können.

Zusammenfassend lässt sich die Hypothese VI bestätigen. Ja, es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen den Kohorten „Stadt“ und „Land“ bei der Reichweite und Erfolgsquote von unternehmerischen Rekrutierungsmaßnahmen.

## 5 Zusammenfassung und Grenzen der Erhebung

### 5.1 Zusammenfassung

Die Baubranche ist von hoher Bedeutung für die deutsche Wirtschaft und eine Zukunftsbranche für die Auszubildenden und Beschäftigten. Sie werden hier relativ gut bezahlt und arbeiten oft motiviert in einem körperlich anstrengenden Beruf, oft unter freiem Himmel. Dennoch droht der Baubranche ein Fachkräftemangel, was auch für andere Branchen gilt. Die Ursachen dafür sind vielfältig und reichen von Imageproblemen über die demographische Bevölkerungsentwicklung bis zu einem veränderten Bildungsverhalten (gesteigerte Studierneigung der potenziellen Auszubildenden). Dabei ist der Fachkräftebedarf regional unterschiedlich stark ausgeprägt. Besonders Unternehmen in den ländlichen Regionen haben einen großen Fachkräftemangel und Probleme, diesen zu beheben. Jedoch scheinen die Probleme über die genannten Faktoren hinaus zu reichen. Oft fehlt es den Unternehmen auch an Einsicht, ihre Anstrengungen bei der Ausbildung deutlich zu steigern. Sei es bei der Suche nach potenziellen Auszubildenden, bei der Beteiligung an schulischen Berufsorientierungsmaßnahmen oder bei möglichen Unterstützungsmaßnahmen während der Ausbildung, um auch schwächeren Jugendlichen das Erreichen des Ausbildungsziels zu ermöglichen. In den vorangegangenen Analysen und Interpretationen sollten die Einflüsse unter anderem der Berufsorientierungsmaßnahmen und betrieblichen Rekrutierungsinstrumente auf die Berufswahlentscheidung von Jugendlichen im städtischen oder ländlichen Raum erforscht werden. Aufgrund unterschiedlicher Sozial-, Gesellschafts- und Wirtschaftsstrukturen des Forschungsgebietes wurde vermutet, dass es eine deutliche Unterscheidung bei der Berufswahlentscheidung beider Kohorten, in der ländlichen und städtischen Region, gibt.

Es stellte sich heraus, dass es Unterschiede im Berufswahlverhalten zwischen den beiden Kohorten gibt, jedoch in einem geringeren Ausmaß als zuerst vermutet. Die städtische Kohorte schreibt mehr Bewerbungen bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz. Die Ausbildungsvergütung hat für sie einen größeren Einfluss bei der Berufswahl und sie nutzt das Internet und die Arbeitsagentur deutlich häufiger bei der Berufs- und Unternehmenswahl. Jugendliche in der ländlichen Region kennen die Anforderungen des gewählten Ausbildungsberufs besser, informieren sich tiefergreifender zum ausgewählten Ausbildungsberuf und schreiben den Bauberufen ein besseres Image zu. Keine größeren Unterschiede konnten hingegen beim Zeitpunkt der Ausbildungsplatzsuche, bei der Unterstützung für die Ausbildungsplatzsuche und bei der Beurteilung der SEK-I-

Maßnahmen festgestellt werden. In beiden Regionen haben die Eltern den größten Einfluss auf die Berufswahl der Jugendlichen, in der Stadt jedoch etwas weniger als auf dem Land. Mit Abstand dazu folgte die Nutzung des Internets als Hilfe und Unterstützung bei der Berufswahl, wenn eine entsprechende Infrastruktur besteht. Ebenfalls als sehr wichtige Maßnahme wurde das Betriebspraktikum (schulisch verpflichtend und freiwillig absolviert) von den Jugendlichen, aber auch von den Unternehmen genannt. Für viele Jugendliche ist das Praktikum das erste Aufeinandertreffen mit den Anforderungen des zukünftigen Arbeitslebens. Eine untergeordnete Bedeutung haben gleichermaßen in der städtischen und ländlichen Region die Zeitungsannoncen, Messestände und die Lehrkräfte der vorgelagerten allgemeinbildenden Schulen.

Deutlich größere Unterschiede konnten hinsichtlich der Aktivitäten durch die Unternehmen in der städtischen und ländlichen Region festgestellt werden. Für die Gewinnung von Auszubildenden sind Unternehmen im städtischen Gebiet eher bereit, Jugendliche einzustellen, die noch nicht über eine gewünschte Ausbildungsreife verfügen. Man bietet ihnen deutlich häufiger zusätzliche Unterstützungsmaßnahmen an, um ihnen das Ausbildungsziel zu ermöglichen. Auch bei den Aktivitäten zur Auszubildendengewinnung sind städtischen Betriebe aktiver. Sie nutzen öfter Ausbildungsmessen und Berufsorientierungsveranstaltungen in den vorgelagerten Schulen der SEK I, um mit der Schülerschaft in einen direkten Kontakt zu treten. Unternehmen in den ländlichen Regionen haben oft strikte Kriterien und Vorgaben (Schulnoten, Fehlzeiten etc.), welche die Jugendlichen erfüllen müssen, um als potenzielle Auszubildende infrage zu kommen. Es werden öfter Auszubildende abgelehnt, wenn sie diese Anforderungen nicht erfüllen. Nicht selten werden in manchen Jahren eher keine Jugendlichen angenommen, sodass die Ausbildung für einen gewissen Zeitraum aussetzt.

Die vorliegende Untersuchung zeigt, dass es keinen einheitlichen, vorgeschriebenen oder standardisierten Weg gibt, der zu einer Ausbildungsstelle im Baugewerbe führt. Weder im ländlichen noch im städtischen Raum konnten derartige Strukturen gefunden werden. Es gibt viele unterschiedliche, individuelle Erfahrungen und Einflussfaktoren, die eine Berufswahl für einen Bauberuf beeinflussen. Den Jugendlichen ist bewusst, dass die Baubranche eine anerkannte, gut strukturierte, zukunftsorientierte und handwerkliche Ausbildung mit guten Verdienstmöglichkeiten bietet und gute Aufstiegschancen zum Beispiel zum Facharbeiter ermöglicht. Nicht alle Jugendlichen können auf ihre Eltern und Freundeskreise als Unterstützung zurückgreifen. Für diese Jugendlichen sind alle anderen Informationsquellen umso wichtiger, die ihnen den Einstieg ins Berufsleben ermöglichen. Ein breites Angebot von

Orientierungs- und Unterstützungsmaßnahmen zur Verfügung zu stellen, ist deshalb unabdingbar, damit die Baubranche weiterhin attraktiv bleibt.

## 5.2 Probleme und Grenzen der Erhebung

Nach Ablauf der Pretests wurden alle erkennbaren Mängel des Fragebogens beseitigt und die Befragung begann an den einzelnen Orten der ÜBS. Jedoch zeigten sich im Laufe der Befragungen neue Probleme, auf die wiederum reagiert werden musste.

Mehr Jugendliche als angenommen hatten Probleme beim Lesen und Beantworten der Fragen. Dies betraf Jugendliche mit einer anderen Erstsprache als Deutsch ebenso wie deutschsprachig aufgewachsene Auszubildende. Dieser Mangel wurde aber von den Jugendlichen nicht geäußert. Er wurde erst erkannt, als der Fortschritt in der Bearbeitung des Fragebogens deutlich langsamer war als beim Rest der Gruppe. Mit diesen Jugendlichen wurde dann eine separate Kleingruppe gebildet und gemeinsam mit dem Befrager wurden die Fragen laut vorgelesen und angekreuzt. Doch auch hier waren die sprachlichen Barrieren nicht immer überwindbar.

Die Anzahl an Rückfragen häufte sich mit zunehmender Befragungsdauer, was andere Jugendliche in ihrer Konzentrationsphase störte und für Unruhe sorgte. Sehr viele dieser Rückfragen waren unnötig und hätten bei der vorgesehenen Bearbeitungsweise vermieden werden können. Eventuell waren die „Wichtige(n) Hinweise“ zum Ausfüllen des Fragebogens in einem zu großen und zu unübersichtlichen Umfang dargestellt. Das Fragebogenlayout zu den „Hinweisen“ hätte noch prägnanter und ansprechender gestaltet sein können. Insgesamt waren die Probleme bei der Befragung und Auswertung jedoch eher gering.

In der vorliegenden Studie wurden die Berufswahlmotive der Jugendlichen in Berlin und Brandenburg erfasst. Wie bereits bei der Analyse und der Dateninterpretation an einigen Stellen deutlich wurde, sind bei der Untersuchung auch deutliche Grenzen erkennbar.

Der Einfluss des sozialen Milieus oder die genauen Wirkmechanismen des Elterneinflusses auf die Berufswahl der Jugendlichen könnten noch stärker in Betracht gezogen werden. So ist es denkbar, dass Jugendliche eher einen Bauberuf ergreifen, wenn die Eltern oder Großeltern bereits einen handwerklichen Hintergrund besitzen oder einen direkten Kontakt mit den Bauberufen erfahren haben. Hierzu bedarf es konkreter Untersuchungen, um den Einfluss speziell für die Bautechnik zu untersuchen.

Auch die Erwartungen, welche die Eltern an die Jugendlichen stellen, sind hier nicht betrachtet worden. In weiterführenden Untersuchungen könnten sowohl der Schulabschluss

der Eltern als auch deren sozialer Hintergrund den Ergebnissen der vorliegenden Studie gegenübergestellt werden. Es ist anzunehmen, dass das Bildungsniveau der Eltern einen Einfluss auf die Berufswahl der Jugendlichen hat.

In der vorliegenden Studie wurden ausschließlich Jugendliche aus den Bundesländern Berlin und Brandenburg betrachtet. Es handelt sich dabei um sehr ländliche oder sehr städtische Regionen. Hier könnten die Ergebnisse aus Bundesländern gegenübergestellt werden, die als Mischregion sowohl städtisch als auch ländlich geprägt sind. Ebenfalls besteht die Möglichkeit, Regionen aus den südlichen, nördlichen oder westlichen Teilen Deutschlands gegenüber zu stellen. Die bautechnischen Ausbildungsberufe erfuhren in der wissenschaftlichen Forschung bisher nur rudimentäre Betrachtung und bieten noch ein breites Feld von Untersuchungen, deren Ergebnisse für alle Ausbildungsbeteiligten sehr wichtig sein können.

## 6 Berufsbildungspolitische Implikationen

### 6.1 Geschlechterübergreifende Rekrutierung

In der vorliegenden Erhebung konnten nur männliche Jugendliche angetroffen werden. In keinem der ausgewählten Ausbildungsberufe waren im ersten Ausbildungsjahr zum Zeitpunkt der Erhebung weibliche Auszubildende eingeschrieben. Bei der großen Anzahl an befragten Personen ist das Ergebnis schon bemerkenswert. Die betrachteten Bauberufe zählen bei den weiblichen Jugendlichen anscheinend nicht zu den ersten Wunschberufen. Gründe dafür, dass weibliche Jugendliche diese Berufe gezielt meiden, können unter anderem die Angst vor unbekanntem Herausforderungen, das Image oder die körperliche Belastung in den männerdominierten Berufen sein.

Die fachliche Kompetenz ist keine Frage des Geschlechts, was den Bewerberinnen und den Unternehmen bewusst sein sollte. Der technische Wandel in den Berufen erleichtert besonders die körperliche Belastung deutlich, was den Zugang der weiblichen Jugendlichen entgegenkommen kann. Anscheinend fehlt es an Mut zur Ausbildung; einerseits der Mut der Frauen, sich den männerdominierten Ausbildungsberufen zu stellen, andererseits der Mut der Unternehmen, mit Frauen die Zukunft der Unternehmen zu planen, was auch das Unternehmensimage stärken kann. Hier könnten die Unternehmen gezielter Schulabgängerinnen ansprechen, was angepasster und gendergerechter Rekrutierungsinstrumente bedarf.

### 6.2 Regionale Anpassung der unternehmerischen Rekrutierungsaktivitäten

Große Rekrutierungspotenziale sind bei den Ausbildungsbetrieben zu finden. Im Bereich der digitalen Medien besteht besonders in den ländlichen Regionen ein großer Nachholbedarf. Hier kann mit wenig Aufwand und geringen Kosten dem Ausbildungswunsch und der Ausbildungsaktivität der Unternehmen Nachdruck verliehen werden. Dazu zählt beispielsweise die Anpassung der eigenen Firmenwebseite. Zumeist wird der Ausbildungswille der Unternehmen sehr versteckt auf den Internetseiten dargestellt. Über verschiedene und verschachtelte Menüpunkte zum Beispiel „Über Uns“ oder „Das Unternehmen“ gelangt der Nutzer bzw. die Nutzerin nicht selten zufällig auf den Punkt „Ausbildung“. Mit einfachen Mitteln könnte hier nachgesteuert werden, sodass den potenziellen Auszubildenden die Ausbildungsaktivität sofort ins Auge fällt. So könnte schon auf der Startseite ein größerer Platz für die Berufsausbildung eingeräumt werden, was den Nutzern und Nutzerinnen zeigt, dass die Berufsausbildung eine feste Größe im Unternehmen ist. Diese Anzeige könnte über den eigentlichen Bewerbungszeitraum hinaus ganzjährig abgebildet werden, was das langfristige

Ausbildungsinteresse untermauert. Weitere digitale Möglichkeiten sind firmeninterne Apps, WhatsApp-Gruppen, Mailverteiler oder Social-Media-Accounts oder andere Softwareprodukte, welche der Unternehmenskommunikation nützen, aber auch den Kontakt unter den Arbeitnehmenden, Auszubildenden und Praktikanten bzw. Praktikantinnen fördert. Dabei wird auf die Medienaffinität der Jugendlichen eingegangen, was einen motivierenden Effekt bei der Berufswahl erzeugen kann.

Die Bezahlung spielt bei vielen Jugendlichen eine zentrale Rolle. In der Bauwirtschaft ist sie bereits überdurchschnittlich gut, weist aber auch noch Potenziale auf. Mit kleinen Zusatzleistungen oder finanziellen Anreizen könnten Bauunternehmen auf sich aufmerksam machen und das Interesse von Jugendlichen auf sich ziehen. Denkbar wären Unterstützungen bei der Fahrschulprüfung, finanzielle Unterstützung für die Fahrten zu den überbetrieblichen Ausbildungsstätten sowie Berufsschulen oder einen Bonus für gute Leistungen in der Schule, was vereinzelt von größeren Unternehmen bereits angeboten wird.<sup>43</sup>

In den ländlichen Regionen ist die Suche nach einem Ausbildungsplatz stark von der Entfernung zum Ausbildungsbetrieb abhängig. Ein Entgegenkommen vonseiten der Unternehmen, um den Jugendlichen die Pendelzeit zu verkürzen oder so angenehm wie möglich sowie kostenneutral zu gestalten, könnte ein weiterer Anreiz für Jugendliche sein. Möglich wären Sammeltransporte von den Wohnorten der Auszubildenden zu den Baustellen oder ein Firmenfahrzeug für die Fahrt zur Berufsschule oder zur überbetrieblichen Ausbildungsstätte zur Verfügung zu stellen.

Für die Auszubildenden, besonders in der städtischen Region, sind die Unterstützung während der Ausbildung und ein gutes Betriebsklima von herausragender Bedeutung. Mit einer kompetenten, kontinuierlichen und weitreichenden Förderung im Theoretischen und Praktischen könnten Unternehmen in beiden Regionen noch offensiver werben und somit Auszubildende für ihr Unternehmen gewinnen. Diese „Kultur des Förderns“ könnte sich positiv auf das Unternehmensimage als auch auf das Betriebsklima auswirken. Den Jugendlichen wird deutlicher vermittelt, dass den Unternehmen, eventuell sogar der ganzen Baubranche, viel daran gelegen ist, den Berufswunsch jeder und jedes Ausbildungsinteressierten zu erfüllen, unabhängig von den schulischen Leistungen in den vorangegangenen Biografien. Die Unternehmen könnten hier mit einer branchenübergreifenden „Willkommenskultur“ punkten, die darauf basiert, schon frühzeitig ein Bewusstsein bei den Jugendlichen dafür zu schaffen, dass die Baubranche alle

---

<sup>43</sup> Das Aktienunternehmen Fielmann (Augenoptiker) gibt den Auszubildenden für gute schulische Leistungen Unternehmensaktien aus.

Jugendlichen mit offenen Armen aufnimmt und entsprechend ihrer Leistungen gerne bereit ist, sie zu fördern.

### 6.3 Ausbau der Berufsorientierungsmaßnahmen

Beim Ausbau der Berufsorientierungsmaßnahmen kann besonders auf die starke Nutzung der Internetrecherche eingegangen werden. Die mediale Kompetenz als auch die Personalkompetenz gilt es im Berufsorientierungsunterricht und Berufsorientierungsprozess zu stärken, was voraussetzt, dass die Möglichkeiten dazu in den Schulen vorhanden sind. Ein kontinuierlicher Aufbau und Ausbau der schulischen IT-Technik bildet das Fundament einer nachhaltigen digitalen Berufsorientierung. Der Schülerschaft und den Lehrkräften sollten Möglichkeiten aufgezeigt werden, sich umfassend und gezielt im Internet zu informieren. Dazu bedarf es geeigneter Informationsplattformen, die sich von der bisherigen Berufsfindungssoftware abheben. Unternehmen und Kammern könnten ihre Webseiten dahingehend optimieren, dass eine „Anforderungen-Fähigkeiten-Analyse“ als kleines Tool auf der Startseite eingebunden wird, mit dessen Hilfe der Ausbildungsberuf mit den Interessen der Jugendlichen verglichen wird.

Da die institutionellen Berufsorientierungsmaßnahmen sowie die dort tätigen Personen schlecht bewertet wurden, könnten die Unternehmen als direkte Repräsentanten einen Teil der schulischen Berufsorientierung in den Schulen übernehmen oder mit eingebunden werden. Um eine Kommunikation auf Augenhöhe zu gewährleisten, könnten Unternehmen aller Berufsfelder mit der Unterstützung der betriebseigenen Azubis einen Teil der Berufsorientierung interessanter und nachhaltiger vermitteln. Wahrscheinlich wäre dies berufsnäher, praktischer und anschaulicher als es die Handwerkskammern oder die IHK umsetzen können. Besonders regionale Unternehmen könnten dazu beitragen, den Schülerinnen und Schülern einen Überblick über die Breite des Ausbildungsangebotes in ihrer direkten Nähe zu geben, und somit den Wegzug in andere Regionen mindern. Gute Erfahrungen machten befragte Unternehmen, die einem „Familien-Baustellentag“ oder einen „Tag der offenen Baustelle“ als Teil der betrieblichen Berufsorientierung angeboten haben. Hier können die Vorteile der Baustellenarbeit direkt vor Ort erlebt und hervorgehoben werden. Gleichzeitig können die Angehörigen und Kinder der Angestellten umworben werden.

Einen sehr positiven Eindruck hinterließ das verpflichtende oder freiwillige Betriebspraktikum bei den Jugendlichen. Diese Praktika könnten einerseits ausgebaut werden,

um die Praxisnähe des Unterrichts zur Berufsorientierung zu intensivieren. Andererseits sollten die Maßnahmen individueller gestaltet und an die Bedürfnisse der Schülerschaft besser angepasst werden. Im Praktikum haben die Unternehmen die seltene Chance, mit den Jugendlichen in direkten Kontakt zu treten und die positiven branchen- und unternehmenstypischen Bedingungen hervorzuheben. Die schulische Berufsorientierung übt verglichen mit den Eltern und Freundeskreisen nur einen kleinen Einfluss auf die Berufswahl aus. Sollte die Unterstützung durch die Eltern oder den Freundeskreis jedoch fehlen, ist die schulische Berufsorientierung vorhanden und unterstützt die Jugendlichen umfassend. Aus diesem Grund sind ein weiterer Ausbau und eine weitere Förderung aller Berufsorientierungsmaßnahmen unerlässlich. Außerdem können die Berufsorientierungsmaßnahmen auch auf Eltern und Freunde bzw. Freundinnen wirken, die dann wiederum den potenziellen Auszubildenden beratend zur Seite stehen.

#### 6.4 Bildungspolitische Maßnahmen

Wenn die demografische Entwicklung, die zunehmende Studierneigung und der Fachkräftemangel in allen Berufsfeldern weiter ansteigen, werden Bauunternehmen Jugendliche für die Ausbildung gewinnen müssen, die bisher wegen mangelnder Kompetenzen noch wenig Beachtung fanden oder ausgeschlossen wurden. In diesem Zusammenhang werden die Lehrkräfte an den berufsbildenden Schulen sonderpädagogische Kompetenzen benötigen, um den Weg der Jugendlichen zum Ausbildungsziel bedarfsgerecht zu begleiten. Auch besondere didaktische Fähigkeiten werden notwendig sein, um die Jugendlichen zum Ausbildungsziel zu führen. Sowohl das Themenfeld „Deutsch als Zweitsprache“ als auch „Deutsch als Fremdsprache“ werden zukünftig schnell an Bedeutung gewinnen. Dazu bedarf es Weiterbildungsmaßnahmen für die Lehrkräfte, die sich bereits in den Schulen befinden. Für zukünftige Berufsschullehrer und -lehrerinnen könnte eine Anpassung des bisherigen Lehramtsstudiums für berufsbildende Schulen, welches aktuell wenig sonderpädagogische Inhalte enthält, sehr hilfreich sein. Der Ausbau sonderpädagogischer Kompetenzen im Lehramtsstudium könnte besonders in den Praxisphasen des Studiums, wie beispielsweise im Praxissemester im Master, von den Studierenden erprobt und in begleitenden erziehungswissenschaftlichen Seminaren ausgewertet und reflektiert werden.

## 6.5 Sonstige Maßnahmen

Jeder und jede Jugendliche, unabhängig von den eigenen Voraussetzungen, der und die sich für einen bautechnischen Beruf interessiert, sollte von den Unternehmen ernst genommen werden. Jede Art der Förderung sollte genutzt werden, um das Ausbildungsziel zu erreichen. Den Berufsschulen, den überbetrieblichen Ausbildungsstätten, den Kammern und Betrieben obliegt diese Aufgabe. Die Unternehmen werden mehr Zeit und Geld investieren müssen und von der klassischen Berufsausbildung, welche in der Regel drei Jahre in Anspruch nimmt, öfter abweichen müssen. Diese Unterstützung sollten viele Unternehmen anbieten, sie könnte flächendeckend verankert werden. Die bautechnischen Berufe könnten ein Image erlangen, das eine Unterstützungskultur deutlich macht und damit mehr Jugendliche für eine Ausbildung in der Bauwirtschaft interessiert. In Ansätzen ist eine derartige Unterstützung, besonders in den städtischen Gebieten, aus der Not heraus bereits entstanden. Die ländlichen Unternehmen beharren öfter auf ihren hohen Anforderungen und akzeptieren es eher, keine Auszubildenden einzustellen, als Jugendlichen eine kontinuierliche Förderung anzubieten.

## 7 Literaturverzeichnis

Amt für Statistik Berlin Brandenburg (2019a): Einwohnerregister. Online: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/statistiken/langereihen/dateien/Einwohner.xlsx> (17.01.2021).

Amt für Statistik Berlin Brandenburg (2019b): Baugewerbe. Online: <https://cdn0.scrvt.com/ee046e2ad31b65165b1780ff8b3b5fb6/5e9487ed2d3ef62f/cb28bd13284e/bauen-wohnen-lange-reihe-2019-baugewerbe.xlsx> (23.06.2021).

Amt für Statistik Berlin Brandenburg (2019c): Erwerbstätige. Online: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/statistiken/langereihen/dateien/Erwerbstaetige.xlsx> (17.01.2021).

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2020a): Statistisches Jahrbuch 2020: Berlin. 1. Auflage. Berlin.

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2020b): Statistisches Jahrbuch 2020: Brandenburg. 1. Auflage. Berlin.

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2021): Brandenburger Raumbezüge. Online: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/regionales/rbs/raumbrandenburg.asp?Kat%253D4101> (19.01.2021).

Aronson, E./Wilson, T. D./Akert, R. M. (2004): Sozialpsychologie. 4. Aufl. München.

Baethge, M./Wieck, M. (2015): Wendepunkt in der deutschen Bildungsgeschichte. Soziologisches Forschungsinstitut Göttingen. Göttingen.

Bauer, G. H./Binz, Ch./Forst, A./Gocht, R. et al. (2014): Wirtschaft-Arbeit-Technik. Handreichung zum Rahmenlehrplan für die Sekundarstufe I Jahrgangsstufe 7–10 Integrierte Sekundarschule. 1. Aufl. Berlin.

BBSR - Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2020): Bericht zur Lage und Perspektive der Bauwirtschaft 2020. Online: [https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/AnalysenKompakt/2020/ak-02-2020-dl.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/AnalysenKompakt/2020/ak-02-2020-dl.pdf?__blob=publicationFile&v=2) (29.01.2021).

BBSR - Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2021): Laufende Raumbeobachtung – Raumabgrenzungen. Online: <https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/raumbeobachtung/Raumabgrenzungen/deutschland/regionen/siedlungsstrukturelle-regionstypen/regionstypen.html> (19.01.2021).

Beck, Ch. (2014): Ausbildungsmarketing 2.0. Unterschätzte Teildisziplin des Personalmarketings mit viel Potential. In: Beck/Dietl (Hrsg.): Ausbildungsmarketing 2.0. Die Fachkräfte von morgen ansprechen, gewinnen und binden. Köln. S. 13-69.

Beck, Ch./Dietl, S. F. (Hrsg.) (2014): Ausbildungsmarketing 2.0. Die Fachkräfte von morgen ansprechen, gewinnen und binden. Köln.

Beck, U./Brater, M./Wegener, B. (1979): Berufswahl und Berufszuweisung. Zur sozialen Verwandtschaft von Ausbildungsberufen. Frankfurt/M.

Beeck, M. (2018): Wirtschaftsdaten zum Bauhauptgewerbe in Berlin und Brandenburg. In: Zeitschrift für amtliche Statistik Berlin Brandenburg. Jg. 12. H. 1. S. 40–43.

Beinke, L. (2000): Elterneinfluss auf die Berufswahl. Bad Honnef.

Beinke, L. (2006): Berufswahl und ihre Rahmenbedingungen. Entscheidungen im Netzwerk der Interessen. Frankfurt/M.

Beinke, L. (2012): Berufsorientierung – ein System. Frankfurt/M.

BIBB - Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.) (2009): Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2009. Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung. Online: [www.bibb.de/datenreport](http://www.bibb.de/datenreport) (18.01.2021).

BIBB - Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.) (2019): Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2019. Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung. Online: [https://www.bibb.de/dokumente/pdf/bibb\\_datenreport\\_2019.pdf](https://www.bibb.de/dokumente/pdf/bibb_datenreport_2019.pdf) (30.06.2021).

BIBB - Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.) (2020): Rangliste 2019 der Ausbildungsberufe nach Neuabschlüssen in Deutschland. Online: [https://www.bibb.de/dokumente/pdf/naa309/naa309\\_2019\\_tab067\\_0bund.pdf](https://www.bibb.de/dokumente/pdf/naa309/naa309_2019_tab067_0bund.pdf) (30.06.2021).

BIBB - Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.) (2021): Tabellen zum Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2020 im Internet. Online: [https://www.bibb.de/dokumente/pdf/bibb\\_datenreport\\_2020\\_internettabellen.pdf](https://www.bibb.de/dokumente/pdf/bibb_datenreport_2020_internettabellen.pdf) (22.06.2021).

BMBF - Bundesministerium für Bildung und Forschung (2014): Attraktivität des dualen Ausbildungssystems aus Sicht von Jugendlichen. Online: <http://doku.iab.de/externe/2015/k150429r11.pdf> (29.01.2021).

BMBF - Bundesministerium für Bildung und Forschung (2021): Allgemeine Informationen zum Berufsorientierungsprogramm. Online: <https://www.berufsorientierungsprogramm.de/de/allgemeine-informationen-1694.html> (14.06.2021).

BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2021): Passgenaue Besetzung. Unterstützung kleiner- und mittlerer Unternehmen bei der Besetzung offener Ausbildungsplätze. Online: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Ausbildung-und-Beruf/passgenaue-besetzung.html> (14.06.2021).

Böcker, M. (2014): Ausbildungsmarketing und PR: Von der Werbung zur Kommunikation. In: Beck/Dietl (Hrsg.) (2014): S. 249–260.

Bolder, A. (1978): Bildungsentscheidungen im Arbeitermilieu. Frankfurt/M.

Bundesagentur für Arbeit (2006): Erfolgreich über die „erste Schwelle“ – Beratung, Vermittlung und Förderung der Berufsausbildung. Nürnberg.

Bundesagentur für Arbeit (2010): Methodenbericht – Klassifikation der Berufe 2010. Entwicklung und Ergebnis. Nürnberg.

Bundesagentur für Arbeit (2013): Eltern erwünscht!? Wie Zusammenarbeit in der Berufs- und Studienorientierung gelingen kann. Nürnberg.

Bundesagentur für Arbeit (2020a): Berichte, Arbeitsmarkt kompakt – Situation am Ausbildungsmarkt. Nürnberg.

Bundesagentur für Arbeit (2020b): Berufe aktuell. Lexikon der Ausbildungsberufe. Ausgabe 2020/21. Nürnberg.

Bundesgesetzblatt Teil I Nr. 87 (2002): Zweites Gesetz für moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt. Bonn.

Buschfeld, D./Rehbold, R./Rotthege, S. (2013): Maßnahmen zur Fachkräftesicherung im Handwerk: Von der Ansprache potenzieller Nachwuchskräfte bis zur Qualifizierung älterer Arbeitnehmer. In: Bizer, K./Thomä, J. (Hrsg.): Fachkräftesicherung im Handwerk. Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien. Bd. 90. Duderstadt. S. 127–164.

Bußhoff, L. (1984): Berufswahl: Theorien und ihre Bedeutung für die Praxis der Berufsberatung. Stuttgart.

BWI-Bau (Hrsg.) (2013): Ökonomie des Baumarktes. Grundlagen und Handlungsoptionen: Zwischen Leistungsversprecher und Produktanbieter. Wiesbaden.

Dietl, S. F. (2014): Wahre Schönheit kommt von innen: Ein ganzheitliches Ausbildungsmarketing-Konzept. In: Beck/Dietl (Hrsg.) (2014): S. 115–131.

Dietrich, A./Jahn, R. W./Klöpffel, M. (2014): Betriebliche Ausbildungsstrategien im demografischen Wandel. Ergebnisse einer Untersuchung kleiner und mittlerer Unternehmen in Ostdeutschland. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis. BWP. Jg. 43. H. 2. S. 31–35. Online : [http://fox.leuphana.de/portal/de/publications/betriebliche-ausbildungsstrategien-im-demografischen-wandel-ergebnisse-einer-untersuchung-kleiner-und-mittlerer-unternehmen-in-ostdeutschland/be240d46-ee1-4578-ab66-f851c3777353\).html](http://fox.leuphana.de/portal/de/publications/betriebliche-ausbildungsstrategien-im-demografischen-wandel-ergebnisse-einer-untersuchung-kleiner-und-mittlerer-unternehmen-in-ostdeutschland/be240d46-ee1-4578-ab66-f851c3777353).html) (04.06.2021).

Dimbath, O. (2003): Entscheidungen in der individualisierten Gesellschaft. Eine empirische Untersuchung zur Berufswahl in der fortgeschrittenen Moderne. Wiesbaden.

Dincher, R. (2013): Personalmarketing und Personalbeschaffung. Einführung und Fallstudie zur Anforderungsanalyse und Personalakquisition. 3. Aufl. Neuhofen /Pf.

Dombrowski, R. (2015): Berufswünsche benachteiligter Jugendlicher. Dissertation. Bundesinstitut für Berufsbildung. Bonn.

Eulenberger, J. (2013): Migrationsbezogene Disparitäten an der ersten Schwelle. Junge Aussiedler im Übergang von der Hauptschule in die berufliche Bildung. Wiesbaden.

Flake, R./Werner, D./Zibrowius, M. (2014): Duale Ausbildung in Deutschland: Handlungsfelder für das Ausbildungsmarketing. In: Beck/Dietl (Hrsg.) (2014): S. 91–104.

Forßbohm, D. (2015): Berufswahl als Entscheidung. Zur Entwicklung eines Modells von der Berufswahl. In: bwp@Berufs- und Wirtschaftspädagogik-online, Ausgabe 27, 1-20. Online: [http://www.bwpat.de/ausgabe27/forssbohm\\_bwpat27.pdf](http://www.bwpat.de/ausgabe27/forssbohm_bwpat27.pdf) (30.06.2021).

Frank, C. (2014): Arbeitswelt als Kontext: Empirische Grundlagen der Gestaltung berufsorientierender Lehr- und Lernprozesse für Naturwissenschaft und Technik. Dissertation. Online: <https://tud.qucosa.de/api/qucosa%3A28155/attachment/ATT-1/> (14.06.2021).

Gängler, H. (1990): Soziale Arbeit auf dem Land. Vergessene Lebensräume im Modernisierungsprozess. Weinheim.

Gildemeister, R./Robert, G. (1987): Probleme beruflicher Identität in professionalisierten Berufen. In: Frey, H.-P./Haußer, K. (Hrsg.): Identität. Entwicklungen psychologischer und soziologischer Forschung. Stuttgart.

Golisch, B. (2002): Wirkfaktoren der Berufswahl Jugendlicher. Eine Literaturstudie. Bern.

Gringmuth-Dallmer, G./Hörz, M. (2018): Der lange Weg zur Arbeit. Pendleratlas für Berlin und Brandenburg. Online: <https://www.rbb24.de/wirtschaft/thema/2016/pendleratlas/beitraege/pendleratlas.html> (30.06.2021)

Grünert, H./Kaufmann, S. (2017): Berufswünsche und Zukunftsvorstellungen von Jugendlichen. Ergebnisse aus der wissenschaftlichen Begleitung eines Modellprojektes zur Berufsorientierung. Online: [https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user\\_data/stiftung/01\\_Die\\_Stiftung/04\\_Stiftung\\_Neue\\_Laender/02\\_Publikationen/SNL\\_08\\_Jugend\\_LR.PDF](https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/01_Die_Stiftung/04_Stiftung_Neue_Laender/02_Publikationen/SNL_08_Jugend_LR.PDF) (25.06.2021).

Hache, E./Sander, H. (1994): Taschenlexikon Betriebswirtschaft. 1001 Begriffe, systematisch von A–Z für den Praktiker ausgewählt. Renningen-Malmsheim.

Hampel, J./Schneider, M./Spurk, A./Sautter, A. (2003): Nachwuchsmangel im baden-württembergischen Handwerk. Online: <https://elib.uni-stuttgart.de/bitstream/11682/8661/1/Nachwuchshandwerk.pdf> (14.06.2021).

Harney, K. (1999): Beruf und Berufsbildung. Situation Reformperspektiven Gestaltungsmöglichkeiten. Weinheim.

Hellberg, B.-M. (2005): Entscheidungsfindung bei der Berufswahl. Prozessmodell der Emotionen und Kognitionen. 1. Aufl. Wiesbaden.

Hentrich, K. (2011): Einflussfaktoren auf die Berufswahlentscheidung Jugendlicher an der ersten Schwelle. Eine theoretische und empirische Untersuchung. Magdeburg.

Hofmann, A. (2001): Humankapital als Standortfaktor. Volkswirtschaftliche Betrachtungsweisen. Aachen.

Hotchkiss, L./Borow, H. (1994): Soziologische Betrachtungen zur Arbeit und zur Berufsentwicklung. In: Brown, D./Brooks, L./Klostermann, M. (Hrsg.): Karriere-Entwicklung. Stuttgart. S. 283–328.

IFO-Institut (2018): ifo Konjunkturperspektiven. Jg. 45 H. 11.

IHK Neubrandenburg (2018): IHK-Azubiumfrage 2018. Online:  
[https://www.neubrandenburg.ihk.de/fileadmin/user\\_upload/Aus und Weiterbildung/Umfragen/Azubiumfrage\\_2018.pdf](https://www.neubrandenburg.ihk.de/fileadmin/user_upload/Aus_und>Weiterbildung/Umfragen/Azubiumfrage_2018.pdf) (20.01.2021).

Institut für Demoskopie (2015): Herausforderung für die Baubranche. Ergebnisse einer bundesweiten Bevölkerungsbefragung. Allensbach.

Jenewein, K. (2015): Berufsbildung im demographischen Wandel. In: Lernen und Lehrer. Jg. 30. H. 117. S. 4–11.

Jost, O./Seibert, H./Wiethölter, D. (2019): Regionale Mobilität von Lehrlingen. Auszubildende in MINT-Berufen pendeln besonders häufig. In: Bildung und Beruf Jg. 2. H. April, S. 126–132.

Kleinsteuber, H. J. (1991): Stereotype, Images und Vorurteile – Die Bilder in den Köpfen der Menschen, in: Trautmann, Günter (Hrsg.): Die häßlichen Deutschen: Deutschland im Spiegel der westlichen und östlichen Nachbarn, Darmstadt.

Kracke, B. (2014): Der Berufsorientierungsprozess aus entwicklungspsychologischer Sicht. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, Jg. 2014. H. 1.

Krämer, W. (2014): Geschichte und Ethik der Arbeit. Studien zur christlichen Gesellschaftsethik. Bd. 4. Münster.

Kraus, P. (2021): Bauwirtschaft im Zahlenbild. Online:  
[https://www.bauindustrie.de/fileadmin/bauindustrie.de/Zahlen Fakten/Bauwirtschaft-im-Zahlenbild/Bauwirtschaft-im-Zahlenbild\\_final\\_Inhalt\\_verlinkt.pdf](https://www.bauindustrie.de/fileadmin/bauindustrie.de/Zahlen_Fakten/Bauwirtschaft-im-Zahlenbild/Bauwirtschaft-im-Zahlenbild_final_Inhalt_verlinkt.pdf) (30.06.2021).

Küpper, P. (2016): Abgrenzung und Typisierung ländlicher Räume. Thünen Working Paper 68. Braunschweig. Online: [https://literatur.thuenen.de/digbib\\_extern/dn057783.pdf](https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn057783.pdf) (30.06.2020).

Küpper, P. (2020): Was sind eigentlich ländliche Räume? In: Information zur Politischen Bildung. Heft 343. S. 4-7.

Kuhlmeier, W. (2013): Die Situation des Fachkräftenachwuchses in den Bereichen Bau, Holz und Farbe – ein Problemaufriss. In: Meyser, J./Kuhlmeier, W./Baabe-Meijer, S. (Hrsg.): bwp@ Spezial 6 – Hochschultage Berufliche Bildung 2013, Fachtagung 03. S. 1–10. Online: [http://www.bwpat.de/ht2013/ft03/kuhlmeier\\_ft03-ht2013.pdf](http://www.bwpat.de/ht2013/ft03/kuhlmeier_ft03-ht2013.pdf) (14.06.2021).

Land Brandenburg, Landesamt für Bauen und Verkehr. Dezernat Raumbesichtigung (2015): Bevölkerungsvorausschätzung 2014 bis 2030. Ämter und amtsfreie Gemeinden des Landes Brandenburg. Online:  
[https://lbv.brandenburg.de/dateien/stadt wohnen/rb Aemterschaetzung 2014 bis 2030.pdf](https://lbv.brandenburg.de/dateien/stadt_wohnen/rb_Aemterschaetzung_2014_bis_2030.pdf) (14.06.2021).

Land Brandenburg (2016): Verwaltungsvorschriften zur Umsetzung der Berufs- und Studienorientierung an Schulen des Landes Brandenburg (VV Berufs- und Studienorientierung - VV BStO). Online: [https://bravors.brandenburg.de/verwaltungsvorschriften/vv\\_bsto](https://bravors.brandenburg.de/verwaltungsvorschriften/vv_bsto) (22.01.2021).

Land Brandenburg, Landesamt für Bauen und Verkehr. Dezernat Raumberechnung (2017): Strukturatlas Brandenburg. Online: <http://www.strukturatlas.brandenburg.de/> (19.01.2021).

Landesinstitut für Schule und Medien (2021): Rahmen-lehrplan-Online Berlin-Brandenburg. Online: <https://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/rlp-online> (30.06.2021).

Landkreis Dahme-Spreewald (2018): Faktencheck – Übergang von der Schule in den Beruf. Online: [https://www.dahme-spreewald.info/sixcms/media.php/390/Faktencheck\\_Schule-Beruf\\_2019-01-15.pdf](https://www.dahme-spreewald.info/sixcms/media.php/390/Faktencheck_Schule-Beruf_2019-01-15.pdf) (23.06.2021).

Landkreis Elbe-Elster (2018): Bevölkerungsentwicklung. Herzberg. Online: <https://www.lkee.de/Unser-Landkreis/Der-Landkreis-stellt-sich-vor/Bev%C3%B6lkerungsentwicklung/> (17.01.2021).

Lehrbauhof Berlin (2021): Projekt Nachwuchsreferenten. Online: <https://lehrbauhof-berlin.de/de/projekte/nachwuchsreferenten/> (14.05.2021).

Linskeseder, F. (2017): Die Wichtigkeit von Elternarbeit während der Berufsorientierung. Der Einfluss von Eltern auf die Berufswahl der Kinder. München.

Maier, G./Tödting, F./Trippel, M. (2012): Regionalentwicklung und Regionalpolitik. 4. Aufl. Wien.

Matthes, S./Ulrich, G. J./Krekel, E. M./Walden, G. (2014): Wenn Angebot und Nachfrage immer seltener zusammenpassen. Wachsende Passungsprobleme auf dem Ausbildungsmarkt: Analysen und Lösungsansätze. Bonn.

Matthes, S. (2019): Warum werden Berufe nicht gewählt? Die Relevanz von Attraktions- und Aversionsfaktoren in der Berufsfindung. Bonn.

Maurer, Ch. (Hrsg.) (2016): Authentizität und Lernen – das Fach in der Fachdidaktik. Gesellschaft für Didaktik der Chemie und Physik Jahrestagung in Berlin 2015. Regensburg.

MBJS - Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg (2018): Schuldaten für das Schuljahr 2017/18. Land Brandenburg. Mappe 3. Online: [https://mbjs.brandenburg.de/media\\_fast/bb2.a.5978.de/Mappe3\\_17\\_18.pdf.pdf](https://mbjs.brandenburg.de/media_fast/bb2.a.5978.de/Mappe3_17_18.pdf.pdf) (30.06.2021).

MBJS - Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg (2021): Schuldatenerhebung. Online: [https://mbjs.brandenburg.de/sixcms/list.php?template=schuldatenerhebung\\_mbjs](https://mbjs.brandenburg.de/sixcms/list.php?template=schuldatenerhebung_mbjs) (19.01.2021).

Meffert, H./Bruhn, M. (1991): Marketing. 7. Aufl. Wiesbaden.

Meysner, J. (2010): Berufsbildung in der Bauwirtschaft: Qualität, Innovation, Leistungsfähigkeit. Die Vision einer lernenden Branche im Leitbild Bauwirtschaft: Kompetenzentwicklung für das Berufsfeld Planen und Bauen. In: Syben, G. (Hrsg.): Die Vision einer lernenden Branche im Leitbild Bauwirtschaft. Kompetenzentwicklung für das Berufsfeld Planen und Bauen. Berlin. S. 55–74.

Mietzel, G. (2017): Pädagogische Psychologie des Lernens und Lehrens. 9. Aufl. Göttingen.

Mischler, T. (2017): Die Attraktivität von Ausbildungsberufen im Handwerk. Eine empirische Studie zur beruflichen Orientierung von Jugendlichen. Bonn.

Mischler, T./Ulrich, J. G. (2018): Was eine Berufsausbildung im Handwerk attraktiv macht. BIBB Report 5. Bonn.

Molle, F. (1968): Definitionsfragen in der Berufsforschung, dargestellt am Beispiel der Begriffe Beruf und Berufswechsel. In: Mitteilung aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung Jg. 01. H. 03. S. 148-159.

Nafroth, K. (2002): Zur Konstruktion von Nationenbildern in der Auslandsberichterstattung. Das Japanbild der deutschen Medien im Wandel. Münster.

Neuenschwander, M. (2008): Elternunterstützung im Berufswahlprozess. In: Läge, D. (Hrsg.): Berufliche Übergänge. Grundlagen für die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung. Zürich. S. 135-154.

Neuenschwander, M. (2017): Was hilft bei der Berufswahl? Forschungsergebnisse zur schulischen Unterstützung von Jugendlichen. In: Schulmagazin Jg. 85. H.4. S. 11–14.

Neuloh, O. (1973): Arbeits- und Berufssoziologie. Berlin.

Nowak, G. (2002): Berufswahl. Theorie und Praxis bei LehrabsolventInnen. Wien.

Ostermann, Ä./Hans, N. (1982): Vorurteile und Feindbilder. 2. Aufl. München.

Pahl, J.-P. (2014): Berufsbildung und Berufsbildungssystem. Darstellung und Untersuchung nicht-akademischer und akademischer Lernbereiche. 2. Aufl. Bielefeld.

Plutarch (2000): Von der Heiterkeit der Seele. Moralia. Zürich.

Porsche, K. (2015): Die erste Schwelle erfolgreich bewältigen. Zur Förderung prekärer Zielgruppen im Rahmen der schulischen Berufsvorbereitung. Norderstedt.

Porst, R. (2000): Praxis der Umfrageforschung. 2. Aufl. Stuttgart.

Porst, R. (2014): Fragebogen. Ein Arbeitsbuch. 4. Aufl. Wiesbaden.

Ratschinski, G. (2009): Selbstkonzept und Berufswahl. Eine Überprüfung der Berufswahltheorie von Gottfredson an Sekundarschülern. Münster.

Ratschinski, G. (2017): Das Berufswahlverhalten von Ausbildungsaspiranten und Ergebnisse institutioneller Unterstützung. In: Löwenbein, A./Sauerland, F./Uhl, Siegfried (Hrsg.): Berufsorientierung in der Krise? Der Übergang von der Schule in den Beruf. Münster. S. 27–41.

Reinhold, G. (2000): Soziologie Lexikon. München.

Roe, A. (1956): The psychology of occupations. New York.

Sauer, S./Wohlrabe, K. (2020): ifo Handbuch der Konjunkturumfragen. München.

Schäfer, R. (2007): Initiativkreis Europäische Metropolregionen in Deutschland. Ein Projekt des Forschungsprogramms „Modellvorhaben der Raumordnung“ (MORO) des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung (BBR). Bonn. Online: <https://d-nb.info/986819840/34> (14.06.2021).

Schönbeck, M./Rittgen, J. (2018): Motive der positiven Entscheidung zur Ergreifung einer bautechnischen Ausbildung. In: BAG-Report. Bd. 20. H. 2. S. 38–42.

Schönfeld, G./Wenzelmann, F. (2020): Tarifliche Ausbildungsvergütungen: Ergebnisse für 2019. Bonn.

Schultz, T. W. (1962): Investment in Human Beings. Chicago.

SenBJF - Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie; Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg (2015a): Rahmenlehrplan für die Jahrgangsstufe 1–10 der Berliner und Brandenburger Schulen. Teil A, Bildung und Erziehung in der Jahrgangsstufe 1–10. Berlin, Potsdam.

SenBJF - Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie; Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg (2015b): Rahmenlehrplan für die Jahrgangsstufe 1–10 der Berliner und Brandenburger Schulen. Teil B, Fächerübergreifende Kompetenzentwicklung. Berlin, Potsdam.

SenBJF - Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie; Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg (2015c): Rahmenlehrplan für die Jahrgangsstufe 1–10 der Berliner und Brandenburger Schulen. Teil C, Wirtschaft Arbeit Technik. Jahrgangsstufen 7–10 (Berlin), Jahrgangsstufen 5–10 (Brandenburg). Berlin, Potsdam.

SenBJF - Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie (2020): Statistik der Schüler an Berliner beruflichen Schulen. Online: [https://www.bildungsstatistik.berlin.de/statistik/listgen/Listgen\\_bs\\_start.aspx](https://www.bildungsstatistik.berlin.de/statistik/listgen/Listgen_bs_start.aspx) (30.06.2021).

SenBJF - Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft (2016): Landeskonzept Berufs- und Studienorientierung Berlin. Online: [https://www.bildungsketten.de/media/Bildungsketten\\_Vereinbarung\\_Berlin\\_Anlage\\_1.pdf](https://www.bildungsketten.de/media/Bildungsketten_Vereinbarung_Berlin_Anlage_1.pdf) (14.06.2021).

Seifert, K. H. (1977): Theorie der Berufswahl und der beruflichen Entwicklung. In: Seifert, K. H./Eckhardt, H.-H./Jaide, W. (1977): Handbuch der Berufspsychologie. Göttingen.

SOKA-BAU – Sozialkasse der Bauwirtschaft (Hrsg.) (2014): Studie zur Attraktivität der Baubranche. Wiesbaden. Online: [https://www.bauindustrie-nord.de/system/files/Studie\\_Personalwerk\\_20140425.pdf](https://www.bauindustrie-nord.de/system/files/Studie_Personalwerk_20140425.pdf) (30.06.2021).

SOKA-BAU – Sozialkasse der Bauwirtschaft (Hrsg.) (2018): Ausbildungs- und Fachkräftereport 2018. Wiesbaden.

Stangl, W. (2021). Stichwort: Interviewereffekt – Online-Lexikon für Psychologie und Pädagogik. Online: <https://lexikon.stangl.eu/11693/interviewereffekt> (30.06.2021).

Statistisches Amt der Europäischen Union (2020): Statistik über europäische Städte. Online: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics\\_on\\_European\\_cities/de](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_European_cities/de) (14.06.2021).

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2017): Bildung und Kultur. Integrierte Ausbildungsberichterstattung Anfänger, Teilnehmer und Absolventen im Ausbildungsgeschehen nach Sektoren/Konten und Ländern. Wiesbaden.

Strutz, H. (Hrsg.) (1993): Handbuch Personalmarketing. 2. Aufl. Wiesbaden.

Syben, G. (2010): Demographischer Wandel und Mangel an technischen Fachkräften – Grundlagen, Probleme und Handlungsnotwendigkeiten einer aktiven Personal- und Bildungspolitik in der Bauwirtschaft. In: BAG-Report. Jg. 12. H. 2. S. 8–15.

Taskinen, P. (2010): Naturwissenschaften als zukünftiges Berufsfeld für Schülerinnen und Schüler mit hoher naturwissenschaftlicher und mathematischer Kompetenz: Eine Untersuchung von Bedingungen für Berufserwartungen. Kiel.

Thiele, M. (2015): Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes. Bielefeld.

Tschöpe, T./Witzki, A. (2004): Der Einfluss der Berufsbezeichnung aus psychologischer Perspektive. In: Krewerth, A. (Hrsg.): Berufsbezeichnungen und ihr Einfluss auf die Berufswahl von Jugendlichen. Theoretische Überlegungen und empirische Ergebnisse. Bielefeld. S. 35–53.

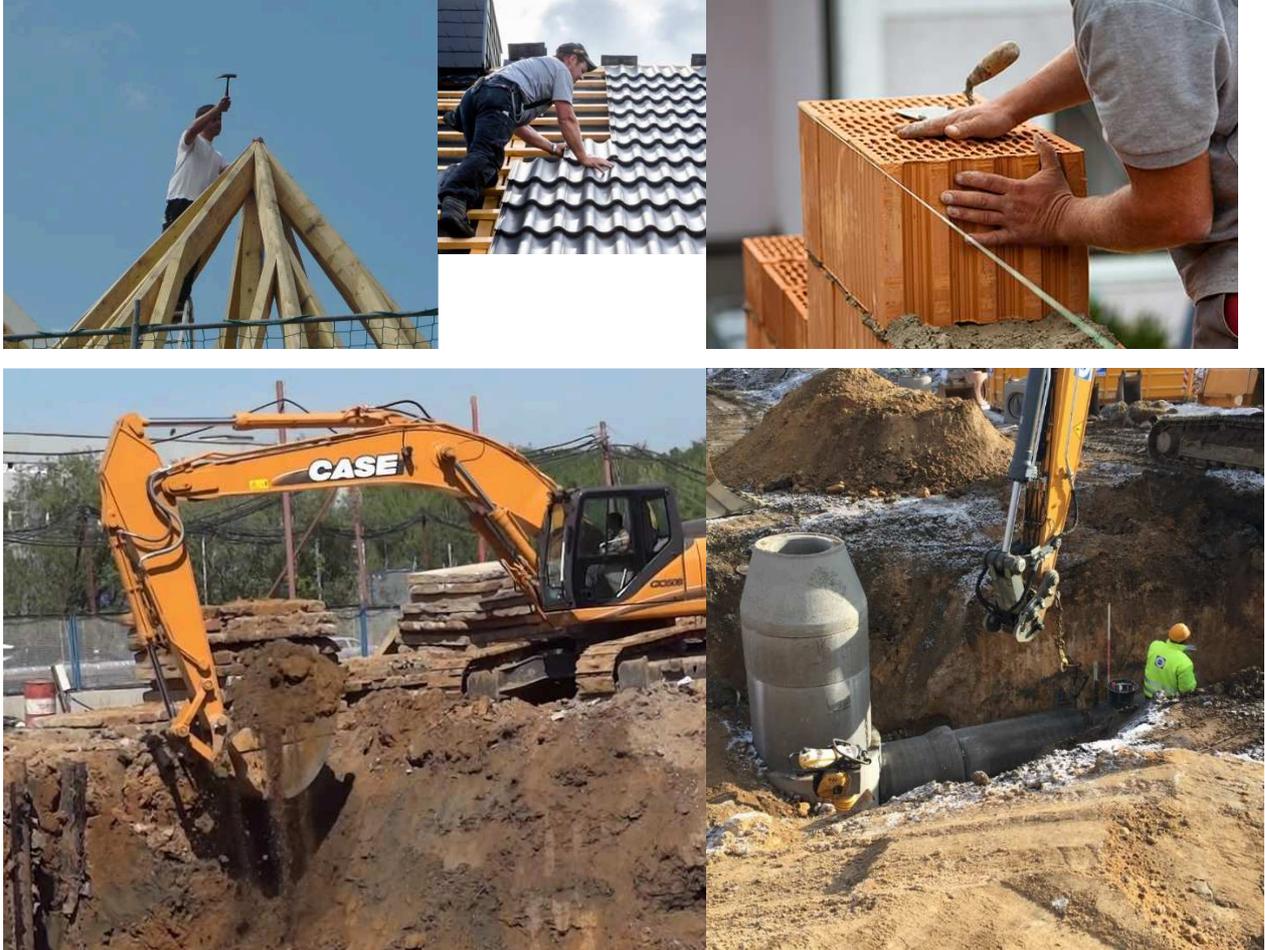
Weyer, C./Gehrau, V./Brüggemann, T. (2016): Der Einfluss von Medien auf die Entwicklung von Berufswünschen im Prozess der Berufsorientierung. In: Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik. Jg. 46. H. 1. S. 108–126.

Wilpert, G. von (2001): Sachwörterbuch der Literatur. Stuttgart.

## 8 Anhangsverzeichnis

Anhang A	Fragebogen der Auszubildendenbefragung	202
Anhang B	Elternbrief zur Befragung	212

# Baubranche = Zukunftsbranche?



- Warum entscheiden sich Jugendliche für einen Bauberuf? -

Januar/Februar 2019

Technische Universität Berlin  
Institut für Berufliche Bildung und Arbeitslehre  
Marchstraße 23  
10587 Berlin

Ihr Ansprechpartner:  
Dipl.-Berufspäd. Stefan Thielke  
Tel.: [REDACTED]  
E-Mail: [REDACTED]

Sehr geehrte Teilnehmerin,  
sehr geehrter Teilnehmer,

das Institut für Berufliche Bildung und Arbeitslehre an der Technischen Universität in Berlin leistet neben der Ausbildung junger Berufsschullehrer und Berufsschullehrerinnen auch einen großen Forschungsbeitrag. Wir bitten um Ihre Teilnahme am vorliegenden Dissertationsprojekt. Die Studie dient rein wissenschaftlichen Zwecken. Es soll ein Bild entstehen, welches die gegenwärtige Situation der Berufswahlentscheidung und der Betriebsfindung von jungen Auszubildenden in der Bautechnik in Berlin und Brandenburg aufzeigt. Mit Ihrer Hilfe können wir etwas bewegen und mehr Auszubildende für die Bauwirtschaft gewinnen.

- Die Teilnahme ist **freiwillig**.
- Ihre Angaben werden **anonym** behandelt (die Antworten werden ohne Namen, ohne Adresse oder Ausbildungsunternehmen ausgewertet).
- Die Forschungsarbeit unterliegt den Regelungen des **Datenschutzgesetzes**.

Für die Befragungsteilnahme möchten wir uns recht herzlich bei Ihnen bedanken.

## Wichtige Hinweise

<p>Bei den meisten Fragen müssen Sie nur zwischen den Antwortvorgaben entscheiden und das für Sie zutreffende <b>Kästchen ankreuzen</b>. Bitte nur ein Kreuz setzen.</p>	<p><input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein</p>
<p>Wenn Sie bei einer Frage mehr als ein Kästchen ankreuzen können, werden Sie darauf hingewiesen.</p>	<p><i>(Hier sind mehrere Antworten möglich)</i></p>
<p>An einigen Stellen werden Sie aufgefordert, Zahlen oder einzelne <b>Wörter einzutragen</b>. Dazu ist eine Linie für Sie vorgegeben.</p>	<p>_____ Jahre oder _____</p>
<p>Bei anderen Fragen arbeiten wir mit einer <b>6er-Skala</b>. Bitte wählen Sie eines der Kästchen und <b>keine Zwischenräume</b>. Beispiel:                    Stimmt voll und ganz. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Nein, stimmt gar nicht.</p> <p>Das geht ganz einfach. Wenn Sie dem Sachverhalt, den wir abfragen, gar nicht zustimmen, setzen Sie das Kreuz auf die rechte Seite. Stimmt die Aussage voll und ganz zu, dann kommt das Kreuz auf die linke Seite der Skala. Mit den dazwischenliegenden Kästchen können Sie ihr Urteil abstufen.</p>	
<p>Bitte beantworten Sie die Fragen der Reihenfolge nach. Überspringen Sie eine oder mehrere Fragen nur dann, wenn sie durch einen Pfeil darauf hingewiesen werden. Beispiel: → <b>weiter bei Frage ...</b></p>	
<p>Falls Sie einige Fragen kommentieren oder eine ausführlichere Antwort geben möchten, benutzen Sie bitte das <b>Kommentarfeld auf der letzten Seite</b>.</p>	
<p><b>Begriffserklärungen:</b> <b>SEK I</b> → Sekundarstufe I: Betrifft den Zeitraum von der <b>6. bis zur 10. Klasse</b> in den allgemeinbildenden Schulen.  <b>Beschäftigte im Unternehmen</b> → alle im Unternehmen tätigen Personen (Chef*in, Meister*in, Sekretär*in, Gesellen*in, Arbeiter*in)  <b>WAT</b> → Unterrichtsfach bis zur 10. Klasse (<b>Wirtschaft-Arbeit-Technik</b>)</p>	<p><b>Korrektur der Antwort:</b>  Sollten Sie ein Kreuz an der falschen Stelle gesetzt haben, können Sie dieses durchstreichen und an der gewünschten Stelle neu setzen.  Beispiel:</p> <div style="text-align: center;">  </div>

## I. Fragen zum Wohnort

### 1. In welchem Land wohnen Sie vom 14. Lebensjahr bis zum Ausbildungsbeginn?

- Deutschland
- Deutschland und/oder einem anderen EU-Land (→ weiter bei Frage 3)

Nämlich: \_\_\_\_\_

- Deutschland und/oder außerhalb der EU (→ weiter bei Frage 3)

Nämlich: \_\_\_\_\_

### 2. Wo in Deutschland wohnen Sie vom 14. Lebensjahr bis zum Ausbildungsbeginn?

*(Hier sind mehrere Antworten möglich.)*

- in Berlin. Bezirk(e): \_\_\_\_\_
- in Brandenburg. Landkreis(e): \_\_\_\_\_
- in einem anderen Bundesland: \_\_\_\_\_
- in mehreren Bundesländern: \_\_\_\_\_

*(Die Landkreise oder Städte sind zumeist die ersten Buchstaben auf dem Kfz-Kennzeichen.)*

### 3. Wie würden Sie die Umgebung beschreiben, in der Sie vom 14. Lebensjahr bis zum Ausbildungsbeginn lebten?

ländliche Region       städtische Region

### 4. Welche Entfernung hat Ihr Ausbildungsbetrieb (auch Zweigstelle des Unternehmens) zur Wohnung, in der Sie vor der Ausbildung wohnen?

\_\_\_\_\_ Kilometer

### 5. Welches Verkehrsmittel nutzen Sie hauptsächlich für die Fahrt von der jetzigen Wohnung in den Ausbildungsbetrieb?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Fahrrad             | <input type="checkbox"/> Kein Verkehrsmittel. Ich gehe zu Fuß.      |
| <input type="checkbox"/> Moped oder Motorrad | <input type="checkbox"/> Ich werde mit dem Pkw gebracht.            |
| <input type="checkbox"/> mit dem eigenen Pkw | <input type="checkbox"/> Ich nutze die öffentlichen Verkehrsmittel. |
|  | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____                           |

## II. Fragen zur Berufswahl

**6. Hatten Sie vor der Berufswahlentscheidung Ihre handwerklichen Fähigkeiten unter Beweis stellen können? (Hier sind mehrere Antworten möglich.)**

- Nein.
- Ja, im Praktikum.
- Ja, durch mein Hobby.
- Ja, im eigenen Familienbetrieb.
- Ja, durch eine andere, bereits begonnene oder abgebrochene Berufsausbildung.
- Ja, sonstiges: \_\_\_\_\_

**7. War Ihnen die Berufsorientierung in der SEK I (zum Beispiel im Fach WAT) bei der Berufswahl für einen Bauberuf eine Hilfe?**

Ja, eine sehr große Hilfe.       Nein, gar keine Hilfe.

**8. Haben Sie ihr Können mit den Anforderungen ihres Ausbildungsberufs vor der Berufswahlentscheidung verglichen?**

Ja, sehr ausführlich.       Nein, gar nicht.

**9. Beurteilen Sie die verschiedenen Hilfen, die Ihnen bei der Berufsorientierung zur Seite standen:**

das Internet	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
Berufsberatung der Arbeitsagentur	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
eine Lehrkraft	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
Berufsorientierungssoftware	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
Berufsbildungsmessen	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
die Eltern	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
Freundeskreis	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
Schulpraktikum	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
Berufswahlpass	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe
Andere: _____	eine sehr große Hilfe <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keine Hilfe

<b>10. Zu welchem Zeitpunkt haben Sie sich für einen Beruf in der Bauwirtschaft entschieden?</b>	
<input type="checkbox"/> kurz vor Ausbildungsbeginn <input type="checkbox"/> ca. 3 Monate vor Ausbildungsbeginn <input type="checkbox"/> ca. 6 Monate vor Ausbildungsbeginn	<input type="checkbox"/> ca. 12 Monate vor Ausbildungsbeginn <input type="checkbox"/> ca. 18 Monate vor Ausbildungsbeginn <input type="checkbox"/> länger als 18 Monate vor Ausbildungsbeginn
<b>11. Wie sind Sie auf den gewählten Ausbildungsberuf <u>erstmal</u>s aufmerksam geworden?</b>	
<input type="checkbox"/> durch den Freundeskreis <input type="checkbox"/> durch ein Praktikum <input type="checkbox"/> durch einen Messestand <input type="checkbox"/> durch das Internet <input type="checkbox"/> durch die Eltern/Familie	<input type="checkbox"/> mithilfe der Arbeitsagentur <input type="checkbox"/> durch eine Lehrkraft <input type="checkbox"/> durch eine Berufsfindungssoftware <input type="checkbox"/> sonstige: _____
<b>12. Ist der von Ihnen gewählte Ausbildungsberuf auch Ihr Erstwunsch?</b>	
<input type="checkbox"/> Ja. <input type="checkbox"/> Nein, mein Erstwunsch war: → _____	
<b>13. Wie gut glauben Sie, über Ihren Ausbildungsberuf informiert zu sein?</b>	
<i>(Ausbildungsordnung, Aufgabenspektrum, Tätigkeiten, Werkzeuge, verwendete Materialien)</i> Ich bin sehr gut informiert. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Ich habe mich gar nicht informiert.	
<b>14. Welchen Einfluss hatten die folgenden Kriterien für Sie bei der Wahl eines Ausbildungsberufs in der Bauwirtschaft?</b>	
eine gute Bezahlung das Interesse an der Tätigkeit Es gab keine Alternativen. Familienunternehmen ein gutes Betriebsklima die körperliche/handwerkliche Tätigkeit Die Chance eine eigene Firma zu gründen. Weiterbildungs- o. Entwicklungsmöglichkeiten Arbeiten im Team Arbeiten in der freien Natur Sonstiges: _____	einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss einen sehr großen Einfluss <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar keinen Einfluss

### III. Fragen zur Unternehmenswahl und dem Ausbildungsbetrieb

**15. Wie viele Bewerbungen haben Sie vor Beginn des Ausbildungsjahres insgesamt (alle Berufe eingeschlossen) versendet?**

\_\_\_\_\_ Bewerbungen

Davon habe ich \_\_\_\_\_ Bewerbungen an Bauunternehmen gesendet.

**16. Ist das von Ihnen gewählte Ausbildungsunternehmen der Erstwunsch aller Bauunternehmen, bei denen Sie sich beworben haben?**

Ja. (→ weiter bei Frage 18)       Nein.

**17. Weshalb haben Sie ihren Erstwunsch nicht bekommen?**

\_\_\_\_\_

**18. Wie sind Sie auf Ihr Ausbildungsunternehmen (Betrieb) aufmerksam geworden?**

*(Hier sind mehrere Antworten möglich.)*

- durch das Schulpraktikum der SEK I
- durch ein freiwilliges Praktikum
- durch einen Messebesuch
- durch einen Flyer
- von Freunden empfohlen
- durch Werbung in der Zeitung/TV
- durch die Webseite des Unternehmens
- durch die Suche im Internet

- durch die Eltern/Familie
- auf Empfehlung eines Azubis im Unternehmen
- mithilfe der Arbeitsagentur
- durch soziale Netzwerke
- durch eine Schulveranstaltung
- Sonstiges, und zwar:

\_\_\_\_\_

**19. Wie empfanden Sie die Suche nach einem geeigneten Ausbildungsbetrieb im Baugewerbe?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> sehr einfach (→ weiter bei Frage 21) | <input type="checkbox"/> schwierig      |
| <input type="checkbox"/> einfach                              | <input type="checkbox"/> sehr schwierig |

**20. Worin bestanden für Sie die Schwierigkeiten bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

<b>21. Welche Eigenschaften erachten Sie bei einem Ausbildungsbetrieb als besonders wichtig?</b>	
Image des Unternehmens	sehr wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> unwichtig
Unterstützung während der Ausbildung	sehr wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> unwichtig
gutes Betriebsklima	sehr wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> unwichtig
Nähe des Unternehmens zum Wohnort	sehr wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> unwichtig
keine Montagearbeiten (tgl. Heimfahrten)	sehr wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> unwichtig
Unternehmensgröße	sehr wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> unwichtig
Anzahl der Auszubildenden im Betrieb	sehr wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> unwichtig
Sonstiges: _____	sehr wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> unwichtig
<b>22. Wann erfolgte die erste Kontaktaufnahme mit Ihrem Ausbildungsbetrieb vor Beginn der Ausbildung?</b>	
<input type="checkbox"/> kurz vor der Ausbildung	<input type="checkbox"/> ca. 9 Monate vor Ausbildungsbeginn
<input type="checkbox"/> ca. 1 Monat vor Ausbildungsbeginn	<input type="checkbox"/> ca. 12 Monate vor Ausbildungsbeginn
<input type="checkbox"/> ca. 3 Monate vor Ausbildungsbeginn	<input type="checkbox"/> länger als 12 Monate vor Ausbildungsbeginn
<input type="checkbox"/> ca. 6 Monate vor Ausbildungsbeginn	
<b>23. Wie schätzen Sie das Interesse Ihres Ausbildungsbetriebs an einem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung ein?</b>	
sehr großes Interesse des Betriebes <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Es scheint dem Betrieb egal zu sein.	
<b>24. Sind Ihnen die Aufstiegsmöglichkeiten, die Ihnen Ihr Ausbildungsbetrieb nach dem erfolgreichen Abschluss der Ausbildung bietet, bekannt?</b>	
Sind mir sehr gut bekannt. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Sind mir gar nicht bekannt.	
<b>IV. Allgemeine Fragen zur Ausbildung, zur Zukunft und zum Image</b>	
<b>25. Mit zunehmender Ausbildungsdauer steigt auch die Schwierigkeit der Aufgaben. Kennen Sie konkrete Unterstützungsmaßnahmen, die Sie nutzen können, um Ihre Ausbildung sicher abschließen zu können? (Hier sind mehrere Angaben möglich.)</b>	
<input type="checkbox"/> Nein	
<input type="checkbox"/> Ja, nämlich: _____	
_____	

**26. Wie gut kennen Sie Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Ausbildungsberuf?**

sehr gut       gar nicht

**27. Welche Weiterbildungs-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten in Ihrem Beruf könnten Sie sich persönlich vorstellen?**

Vorarbeiter*in	sehr gut vorstellbar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht denkbar
Polier*in	sehr gut vorstellbar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht denkbar
Bauleiter*in	sehr gut vorstellbar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht denkbar
Meister*in	sehr gut vorstellbar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht denkbar
Bauingenieur*in o. ein Studium	sehr gut vorstellbar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht denkbar
Sonstiges: _____	sehr gut vorstellbar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht denkbar

**28. Wie beurteilen Sie das Berufsimago der folgenden Ausbildungsberufe?**

Schornsteinfeger*in	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Maurer*in	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
KFZ-Mechatroniker*in	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Industriekaufmann*frau	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Zimmerer*in	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Industriemechaniker*in	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Bankkaufmann*frau	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Gärtner*in	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Koch*Köchin	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Tiefbauer*in	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago
Friseur*in	sehr gutes Berufsimago <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schlechtes Berufsimago

**29. Haben sich Ihre Erwartungen an Ihren Ausbildungsberuf bis zum jetzigen Zeitpunkt erfüllt?**

Ja.  Nein.  Ich hatte keine konkreten Erwartungen.

<b>V. Statistische Daten</b>	
<b>Ihr Ausbildungsberuf:</b>	_____
<b>In welchem Ausbildungsjahr befinden Sie sich zurzeit?</b>	<input type="checkbox"/> im 1. Ausbildungsjahr <input type="checkbox"/> im 2. Ausbildungsjahr <input type="checkbox"/> im 3. Ausbildungsjahr <input type="checkbox"/> im 4. Ausbildungsjahr
<b>Ihr Alter:</b>	_____ Jahre
<b>Ihr Geschlecht:</b>	<input type="checkbox"/> weiblich <input type="checkbox"/> männlich
<b>Höchster erreichter Schulabschluss:</b>	<input type="checkbox"/> ohne Schulabschluss <input type="checkbox"/> Hauptschulabschluss, Berufsbildungsreife <input type="checkbox"/> Realschulabschluss, Mittlere Reife <input type="checkbox"/> Fachabitur, Fachhochschulreife <input type="checkbox"/> Abitur, Allgemeine Hochschulreife <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____
<b>Weitere Ausbildungs- oder Studienzeiten:</b>	<input type="checkbox"/> Keine <input type="checkbox"/> Studium abgebrochen <input type="checkbox"/> Berufsausbildung abgebrochen <input type="checkbox"/> Berufsausbildung abgeschlossen <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____
<b>Wie viele Beschäftigte sind in Ihrem Ausbildungsbetrieb tätig (ohne die Auszubildenden)?</b>	<input type="checkbox"/> 1 bis 5 Beschäftigte <input type="checkbox"/> 6 bis 10 Beschäftigte <input type="checkbox"/> 11 bis 20 Beschäftigte <input type="checkbox"/> 21 bis 50 Beschäftigte <input type="checkbox"/> mehr als 50 Beschäftigte

<b>VI. Kommentare und Ergänzungen</b>
_____
_____
_____
_____
_____

## Anhang B

Technische Universität Berlin  
Institut für berufliche Bildung und Arbeitslehre  
Fachdidaktik Bautechnik und Landschaftsgestaltung  
Marchstraße 23  
10587 Berlin



Wissenschaftlicher Mitarbeiter: Stefan Thielke

Tel: [REDACTED] oder E-Mail: [REDACTED]

### Elterninformation zur Durchführung einer Auszubildendenbefragung

Sehr geehrte Eltern,  
liebe Auszubildende,

06. November 2018

im Rahmen meiner Dissertation mit dem Arbeitstitel „Der Weg zu einem Bauberuf – Berufsorientierung und Personalrekrutierung in ländlichen und städtischen Räumen“ benötige ich, Stefan Thielke, Ihre Unterstützung. Ich möchte alle Auszubildenden der Bauberufe Maurer\*in, Zimmerer\*in und Tiefbaufacharbeiter\*in des ersten Ausbildungsjahres in Brandenburg befragen. Mithilfe eines Fragebogens möchte ich herausfinden, weshalb sie sich für einen Bauberuf entschieden haben und was ihre Entscheidung beeinflusst hat. Der Fragebogen umfasst 29 Fragen, welcher im Lehrbauhof der Kreishandwerkerschaft in Jüterbog bearbeitet werden soll.

Die Teilnahme ist freiwillig. Alle Angaben der Auszubildenden werden anonym behandelt, d. h. die Antworten werden ohne Namen, ohne Adresse oder Ausbildungsunternehmen ausgewertet. Die Forschungsarbeit unterliegt den Regelungen des Datenschutzgesetzes. Es ist absolut sichergestellt, dass die Angaben nicht mit einer Person oder dem Ausbildungsunternehmen in Verbindung gebracht werden können.

Mit den Erkenntnissen aus dem Fragebogen können Unternehmen gezielter ihre potenziellen Auszubildenden ansprechen, ihre freien Ausbildungsplätze effizienter besetzen und somit die Wirtschaft im Landkreis Teltow-Fläming nachhaltig stärken. Ich möchte Sie bitten, Ihr Einverständnis für diese Befragung zu geben und Ihrem Kind die Teilnahme zu ermöglichen. Dazu finden Sie im unteren Bereich dieses Schreibens eine entsprechende Erklärung, welche im Lehrbauhof der Kreishandwerkerschaft in Jüterbog abzugeben ist.

Ich möchte mich im Voraus für Ihre Mühe bedanken und stehe für Rückfragen jederzeit zur Verfügung.  
Mit freundlichen Grüßen

\_\_\_\_\_ **EINVERSTÄNDNISERKLÄRUNG** für unser Kind: \_\_\_\_\_

Hiermit erkläre ich mich einverstanden, dass mein Kind im Rahmen des Dissertationsprojekts an der Beantwortung des Fragebogens teilnimmt.

\_\_\_\_\_ (Datum) (Unterschrift)