

Andrea Greilinger

DHI

Attraktivität einer Ausbildung im Handwerk

**Empirische Analyse zu Erwartungen von Schulabsolventen an einen
Arbeitgeber und an Berufsorientierungsmaßnahmen**

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



sowie die
Wirtschaftsministerien
der Bundesländer

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

2023

Ludwig-Fröhler-Institut
Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut

Andrea Greilinger

Attraktivität einer Ausbildung im Handwerk

**Empirische Analyse zu Erwartungen von Schulabsolventen an einen
Arbeitgeber und an Berufsorientierungsmaßnahmen**

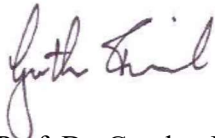
Vorwort

Fachkräfte finden und binden – das sind aktuell die herausragenden Themen für Handwerksbetriebe. Bei vollen Auftragsbüchern würden viele Betriebe gerne noch Mitarbeiter einstellen. Dies gelingt aber häufig nur nach immer länger werdenden Vakanzzeiten – ein Indiz für den Engpass von Fachkräften in vielen Berufen und Gewerken des Handwerks. Mit der Strategie der eigenen **Ausbildung von Lehrlingen im Betrieb** soll die Entwicklung zukünftiger Potentialträger gezielt gesteuert werden. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass genügend Nachwuchskräfte für eine Ausbildung im Handwerk begeistert werden können.

Der Rückgang der geburtenstarken Jahrgänge einerseits sowie die Verschiebung der schulischen Laufbahnen in Richtung Abitur und Studium andererseits führen allerdings zu einem deutlich spürbaren Lehrlingsmangel im Handwerk. Wenn qualifizierte Handwerker fehlen, bricht eine tragende Säule mit einzigartigem Qualifikationsmix in unserem Lande weg, mit allen negativen Auswirkungen auf Wirtschaft, Staat und Gesellschaft. Die Beantwortung der Frage **„Wie können Jugendliche zielgruppenspezifisch über die vielfältigen Berufsmöglichkeiten im Handwerk informiert werden und wie können Handwerksbetriebe ihre Attraktivität für potenzielle Lehrlinge steigern?“** ist deshalb nicht nur für das Handwerk selbst, sondern auch für die Jugendlichen und unser ganzes Land von entscheidender Bedeutung. Auch mit Blick auf den „Tag des Handwerks“ an den bayerischen Schulen sowie auf die „Exzellenzinitiative Berufliche Bildung“ sind diese Erkenntnisse überaus wichtig.

Die Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern hat deshalb das Ludwig-Fröhler-Institut beauftragt, sich dieser Fragestellung anzunehmen und mit einer empirischen Studie wichtige Handlungsansätze abzuleiten. Ich möchte den Initiatoren sowie fachlichen Begleitern des Projekts, Christian Gohlisch (Geschäftsbereichsleiter Berufsbildung der Handwerkskammer für München und Oberbayern) sowie Dr. Tobias Mandel (stellv. Abteilungsleiter, Sachgebietsleiter Bildungsprojekte der Handwerkskammer für München und Oberbayern), sehr herzlich für die wertvolle Unterstützung und vertrauensvolle Zusammenarbeit danken. Mein großer Dank geht auch an das Bayerische Staatsministerium für Unterricht und Kultus, ohne dessen Genehmigung die Datenerhebung an bayerischen Mittel-, Realschulen und Gymnasien nicht möglich gewesen wäre.

München, im November 2023



Prof. Dr. Gunther Friedl

Leiter des Ludwig-Fröhler-Instituts

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	IV
Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VII
Anhangsverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	VII
Management Summary	1
1 Motivation zur Durchführung der Untersuchung und Forschungsfragen	4
2 Theoretische Fundierung der Untersuchung	6
2.1 Einflussfaktoren auf die Bildungsentscheidung „Berufsausbildung versus Studium“ von Jugendlichen	6
2.2 Informationsangebote und Begleitung – eine notwendige Unterstützung im Prozess der Berufsorientierung und -wahl	8
2.3 Einflussfaktoren auf die Ausbildungsbetriebswahl	10
3 Forschungsdesign und Methodik	12
3.1 Erhebung der Daten	12
3.2 Stichprobenbeschreibung	14
4 Ergebnisse	21
4.1 Zukunftsperspektiven mit dem beruflichen Bildungsweg im Handwerk im Vergleich zur akademischen Bildung	21
4.2 Attraktivitätsmerkmale einer Beschäftigung im Handwerk	32
4.3 Ansprache potenzieller Auszubildender über Berufsorientierungsmaßnahmen	43
5 Ergebnisdiskussion und Implikationen für Betriebe sowie die Handwerksorganisation	55
Literaturverzeichnis	58
Anhang	61

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nutzung und Beurteilung von Berufsorientierungsmöglichkeiten.....	9
Abbildung 2: Beurteilung von Berufsorientierungsmöglichkeiten	10
Abbildung 3: Geschlecht der befragten Schüler.....	14
Abbildung 4: Alter der befragten Schüler	15
Abbildung 5: Staatsangehörigkeit der befragten Schüler.....	15
Abbildung 6: Ländliche bzw. städtische Herkunft der befragten Schüler.....	16
Abbildung 7: Notenbereich der befragten Schüler.....	16
Abbildung 8: Mathematiknoten der befragten Schüler	17
Abbildung 9: Deutschnoten der befragten Schüler.....	18
Abbildung 10: Handwerksbezug im Umfeld der befragten Schüler	18
Abbildung 11: Mobilitätsbereitschaft der befragten Schüler	19
Abbildung 12: Bevorzugte Unternehmensgröße der befragten Schüler.....	20
Abbildung 13: Einschätzung der Zukunftsperspektiven mit einer Ausbildung (Schulvergleich).....	21
Abbildung 14: Einschätzung der Zukunftsperspektiven mit einem Studium (Schulvergleich)	22
Abbildung 15: Detaileinschätzung der Zukunftsperspektiven durch Mittelschüler	23
Abbildung 16: Detaileinschätzung der Zukunftsperspektiven durch Realschüler	24
Abbildung 17: Detaileinschätzung der Zukunftsperspektiven durch Gymnasiasten.....	25
Abbildung 18: Attraktivität, Ruf und Vertrautheit mit dem Handwerk (Schulvergleich).....	26
Abbildung 19: Attraktivität, Ruf und Vertrautheit mit dem Handwerk bei Mittelschülern	27
Abbildung 20: Attraktivität, Ruf und Vertrautheit mit dem Handwerk bei Realschülern.....	28
Abbildung 21: Attraktivität, Ruf und Vertrautheit mit dem Handwerk bei Gymnasiasten.....	29
Abbildung 22: Zukunftsplanung der befragten Schüler	30
Abbildung 23: Interessante Berufsfelder für die befragten Schüler	31
Abbildung 24: Bild vom Handwerk bei Mittelschülern	33
Abbildung 25: Bild vom Handwerk bei Realschülern.....	34
Abbildung 26: Bild vom Handwerk bei Gymnasiasten.....	35
Abbildung 27: Im Handwerk vorliegende Arbeitgeber- und Jobmerkmale (Schulvergleich).....	36
Abbildung 28: Im Handwerk nicht vorliegende Arbeitgeber- und Jobmerkmale (Schulvergleich).....	37
Abbildung 29: Präferierte Arbeitgeber- und Jobcharakteristika von Mittelschülern	38
Abbildung 30: Präferierte Arbeitgeber- und Jobcharakteristika von Realschülern.....	39
Abbildung 31: Präferierte Arbeitgeber- und Jobcharakteristika von Gymnasiasten	40
Abbildung 32: Entwicklungsmöglichkeiten bei den Top-10 Attraktivitätsmerkmalen.....	42
Abbildung 33: Entwicklungsmöglichkeiten bei übererfüllten Merkmalen	42
Abbildung 34: Bisher genutzte Berufsorientierungsmaßnahmen.....	44
Abbildung 35: Die zehn attraktivsten Berufsorientierungsmaßnahmen (Schulvergleich).....	45
Abbildung 36: Attraktivität von Berufsorientierungsmaßnahmen bei Mittelschülern	46
Abbildung 37: Attraktivität von Berufsorientierungsmaßnahmen bei Realschülern.....	47
Abbildung 38: Attraktivität von Berufsorientierungsmaßnahmen bei Gymnasiasten.....	48
Abbildung 39: Attraktivität einzelner Aspekte bei Berufsorientierungsmaßnahmen (Schulvergleich)	49
Abbildung 40: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen für Mittelschüler.....	50
Abbildung 41: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen für Realschüler	51
Abbildung 42: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen für Gymnasiasten.....	52

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Charakteristika der Schulen und der Datenerhebung	13
Tabelle 2: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen unter Berücksichtigung des Geschlechts	53
Tabelle 3: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen unter Berücksichtigung von Wohnortmerkmalen.....	53
Tabelle 4: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen unter Berücksichtigung von weiteren Kriterien	54

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Fragebogen zur Datenerhebung.....	61
--	----

Abkürzungsverzeichnis

BIBB	Bundesinstitut für Berufsbildung
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
Gym	Gymnasium
MS	Mittelschule
RS	Realschule
ZDH	Zentralverband des Deutschen Handwerks e. V.

Management Summary

Das größte Problemfeld mittelständischer Unternehmen in Deutschland ist seit drei Jahren in Folge und mit großem Abstand zu anderen Themenfeldern der Fach- bzw. Arbeitskräftemangel (Icks und Brink 2023). Auch im Handwerk werden Mitarbeitende händeringend und mit teils sehr langen Vakanzzeiten gesucht (Malin und Köppen 2023). Grundsätzlich gibt es **vier Strategien gegen den Fachkräftemangel im Handwerk**: Mehr junge Menschen ausbilden, weniger junge Menschen durch Vertragslösungen während der Ausbildung verlieren, junge Gesellen stärker an die Ausbildungsbetriebe binden sowie mehr neue, bereits ausgebildete Fachkräfte für die Betriebe gewinnen. Weil die „Kette“ der beruflichen Bildung mit einer **betrieblichen Ausbildung** startet und somit dies der **Initialpunkt für eine Karriere und einen Verbleib im Handwerk** ist, setzt die vorliegende Studie an dieser „Einstiegs-Stufe“ an.

Ziel der Datenerhebung und der Auswertungen dieser Studie war es, die Gruppe potenzieller Auszubildender unter Einbezug von Mittel-, Realschülern und Gymnasiasten detailliert zu ihrer **Sicht auf eine Ausbildung im Vergleich zu einem Studium** zu analysieren. Dieser Forschungsbereich ist vor allem für die Handwerksorganisation von Interesse und gibt Ansatzpunkte, wie der berufliche Bildungsbereich gestärkt werden könnte. Der Schwerpunkt der Studie liegt auf der Gewinnung von Erkenntnissen über die **präferierten Arbeitgeber- und Jobcharakteristika**, nach denen diese junge Arbeitnehmergruppe bei ihrer Berufs- und Ausbildungsbetriebswahl sucht, sowie der Frage, ob sie diese im Handwerk erfüllt sehen. Dabei können die Ergebnisse sowohl von der Handwerksorganisation als auch von Betrieben genutzt werden. Betriebe erfahren beispielsweise, welche Attraktivitätsmerkmale sie für eine erfolgreiche Ansprache von Auszubildenden benötigen und entsprechend aufbauen sollten. Die Handwerksorganisation kann dazu Unterstützungsleistungen anbieten, um Betriebe bei der Entwicklung ihrer Arbeitgebermarke entsprechend der Wünsche der Jugendlichen zu fördern. Weiterhin greift die Studie die Frage auf, welche **Maßnahmen** Jugendliche im Rahmen der **Berufsorientierung** wünschen und zeigt so wiederum für die Handwerksorganisation und Betriebe wertvolle Wege auf, Kontakt zu potenziellen Auszubildenden aufzubauen.

Grundsätzlich sind zum Befragungszeitpunkt **Gymnasiasten noch schlecht über die Möglichkeiten einer Ausbildung informiert**. Dies ist als kritisch zu werten, da in der neunten Jahrgangsstufe auch an dieser Schulart verstärkt Berufsorientierung stattfindet. Sie schätzen – möglicherweise aber auch aus diesem geringen Informationsgrad heraus – die Zukunftsperspektiven, die sie durch den akademischen Bildungsweg erreichen können, signifikant besser ein. Während Mittelschüler und Realschüler annehmen, durch eine Ausbildung später einen sehr **interessanten Job** ausüben zu können, sehen Gymnasiasten dies deutlich stärker in Verbindung mit einem Studium erfüllt. Insgesamt zeigt sich, dass keine der Schularten – weder mit einer Ausbildung noch mit einem Studium – Zukunftsängste in sich trägt. Das **Risiko einer späteren Arbeitslosigkeit** wird beispielsweise von allen als gering eingeschätzt. Der größte Ansatzpunkt für die Arbeit der Handwerksorganisation ergibt sich daraus, dass das **gesellschaftliche Ansehen in Verbindung mit dem beruflichen Bildungsweg** noch immer stark hinter dem mit einem Studium zurückliegt. Diese Sicht haben aber interessanterweise mit den Gymnasiasten vor allem zukünftige Akademiker manifestiert – insofern stellen sie sich selbst mit Blick auf ihr gesellschaftliches Ansehen über Personen mit beruflicher Bildung. Zudem stellt sich aufgrund der Analysen die Frage, ob das Thema der **Vergütung** nicht von der Handwerksorganisation bzw. den Betrieben stärker thematisiert und angegangen werden müsste. Derzeit existiert die Auffassung – ebenfalls stark durch (zukünftige) Akademiker getrieben – dass man mit einem Studium deutlich besser verdient als mit einer beruflichen Karriere.

Bei der **Charakterisierung als Arbeitgeber und mit Blick auf die angebotenen Berufe** zeigt sich, dass das Handwerk sehr stark mit **körperlich anspruchsvoller Arbeit** und Berufen, bei denen man schmutzig wird, in Verbindung gebracht wird. Nach Einschätzung der Schüler handelt es sich zudem um Berufe, bei denen die **täglichen Arbeitsergebnisse gut sichtbar** sind. Mit Blick auf die Menschen und Arbeitsweise schreiben sie dem Handwerk ein **freundliches Team mit viel Zusammenarbeit** zu. Flexible Arbeitszeiten und -orte sehen sie bei einer Beschäftigung im Handwerk nicht erfüllt. Zudem gehen sie stark davon aus, dass eine Beschäftigung im Handwerk negativen Einfluss auf ihr Freizeitbedürfnis nehmen würde. Bei der Frage, wo es die größten Differenzen zwischen den Merkmalen eines Wunscharbeitgebers und der Erfüllung im Handwerk gibt, lassen sich im Handwerk einige **untererfüllte Charakteristika** identifizieren. Aus Sicht der Schüler müssen Betriebe künftig vor allem bei den Karrierechancen, der Work-Life-Balance (genügend Freizeit neben der Arbeit), der Entlohnung nach der Ausbildung sowie den Zukunftschancen stark aufholen. Als **zu stark erfüllt** bewerten sie das körperliche Anspruchsniveau sowie das Thema der Schmutzigkeit bei einer Beschäftigung im Handwerk. Ferner sehen sie typische Rollenbilder (typische Frauenberufe bzw. typische Männerberufe) in den Berufen des Handwerks noch stärker vorherrschend, als sie es sich wünschen würden. Auch hier ergibt sich ein Ansatzpunkt für die Handwerksorganisation und deren Initiativen, weiterhin zum Abbau von Klischees beizutragen.

Die Studie hat weiterhin empirische Erkenntnisse über **Azubimarketingmöglichkeiten** im Rahmen der Berufsorientierung gesammelt. Als wichtigste und interessanteste Berufsorientierungsmaßnahme schätzen Mittel-, Realschüler sowie Gymnasiasten das **Praktikum** ein. Zudem möchten sie vor allem mit **Personen, die den Beruf ausüben** oder im gewünschten Unternehmen arbeiten, ins Gespräch kommen. Beides sind Maßnahmen, die ausschließlich Betriebe anbieten können. Diese müssen sich wiederum noch mehr bewusst machen, dass ihnen die Gewinnung von Auszubildenden verstärkt über das Angebot entsprechender Maßnahmen gelingen kann. Ein Austausch mit **Eltern, Lehrern und Freunden** über mögliche Zukunftswege ist für Schüler aller Schularten ebenfalls sehr hilfreich. Diese Bezugsgruppen sollten von Betrieben bzw. der Handwerksorganisation daher als Zielgruppe für Employer Branding Maßnahmen miteingezogen werden, jedoch nicht in Form gemeinsamer Veranstaltungen mit den Jugendlichen, denn dies ist von den Schülern nicht gewünscht. Auch eine gute Online-Auffindbarkeit von Betrieben sowie ein über die Homepage zur Verfügung gestelltes Informationsangebot zur Ausbildung wird aus Sicht der Jugendlichen für wertvoll befunden. Insgesamt zeigt sich, dass Jugendliche im Rahmen von Berufsorientierungsmaßnahmen nicht mit Dritten, wie beispielsweise einer Handwerkskammer oder einer Arbeitsagentur, sondern am liebsten direkt mit Unternehmen in Kontakt treten wollen. Somit kann die Handwerksorganisation bei Berufsorientierungsmaßnahmen nicht als Ersatz für Betriebe auftreten oder diese allein durchführen. Vielmehr müssen Betriebe zur Beteiligung motiviert werden, wobei das Veranstaltungskonzept, erarbeitete Programme oder Materialien als Unterstützungsleistung vonseiten der Handwerksorganisation beigesteuert werden könnten.

Zusammenfassend hat die Studie gezeigt, dass sich Jugendliche – unabhängig von der Schulart – in etwa dieselben Attraktivitätsmerkmale bei potenziellen Ausbildungsbetrieben wünschen. Je nach Schulart divergiert allerdings die Sicht auf das Handwerk im Hinblick auf die Erfüllung der Attraktivitätsmerkmale. So haben Gymnasiasten den im Vergleich kritischsten Blick auf das Handwerk und eine Ausbildung per se. Die Erreichbarkeit der Schüler über Berufsorientierungsmaßnahmen ist gegeben, vor allem das Praktikum sticht dabei auch bei Gymnasiasten als hoch interessantes Konzept hervor. Da diese Studie aber lediglich die Wünsche der Jugendlichen zu Berufsorientierungsmaßnahmen erhoben hat, wäre im nächsten Schritt eine Untersuchung notwendig, die die Wirkung einzelner Maßnahmen untersucht, an der Schüler der unterschiedlichen Schularten teilgenommen haben. Nur so könnte sich zeigen, welche Maß-

nahmen eine starke, positive Veränderung der Wahrnehmung von Schülern zur Ausbildung und zum Handwerk auslösen. Auf dieser Studie aufbauende Forschungsarbeiten müssten zudem die Attraktivität von Berufen, die im Handwerk doch sehr unterschiedlich sein können, einbeziehen.

1 Motivation zur Durchführung der Untersuchung und Forschungsfragen

Im Handwerk fehlen derzeit rund 250.000 Fachkräfte (Spiegel 2022; Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) 2023a). Ein Großteil dieser offenen Stellen entfällt auf Gesellen (Malin und Köppen 2023). Eine wesentliche **Strategie des Handwerks zur Sicherung des Fachkräftebedarfs ist die eigene, passgenaue Ausbildung** junger Menschen in einem der 130 Ausbildungsberufe (ebd.). Doch nicht nur das Handwerk setzt auf diese Strategie – da auch Unternehmen aus der Industrie etc. diese ergreifen, hat sich der War for Talents bereits auf den Eintritt der Schulabsolventen in den Ausbildungs- bzw. Arbeitsmarkt verlagert. So klagen Unternehmen aller Branchen über Schwierigkeiten, Azubis zu finden. Nach den durch das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) erhobenen Daten sowie der Ausbildungsmarktstatistik der Bundesagentur (BA) „ist der **Anteil der unbesetzten Stellen am betrieblichen Gesamtangebot 2022 weiter gestiegen** (2019: 9,4 %; 2020: 11,7 %; 2021: 12,2 %; 2022: 13,0 %) (vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) 2023a, S. 73). Diese Statistik unterschätzt das tatsächliche Ausmaß des Problems allerdings, da sie lediglich offene Ausbildungsplätze enthält, die bei der BA gemeldet wurden. Betriebsbefragungen ergeben weitaus höhere Quoten mit unbesetzten Ausbildungsstellen im Umfang von ca. 26 Prozent (Leber und Schwengler 2021). Im Handwerk gibt es Ende Juni 2023 noch knapp 36.000 freie Ausbildungsplätze – ein Plus von 6,8 % gegenüber dem Vorjahr (ZDH 2023b).

Die Besetzung der Ausbildungsplätze im Handwerk wird dadurch erschwert, dass bestimmte Berufe, aber auch die Branche an sich, unter einem **Imageproblem** leiden. Dieses negative Bild ist persistent und in der öffentlichen Wahrnehmung v. a. auf die oftmals körperlich anstrengende Arbeit, die zu geringe Bezahlung oder fehlende Karrieremöglichkeiten zurückzuführen (Mischler 2017). Dieses Imageproblem kommt im derzeitigen Arbeitnehmermarkt besonders zum Tragen, da Bewerber viele attraktive Unternehmen zur Auswahl haben. Deshalb müssen sich Handwerksbetriebe stärker als je zuvor auf die Wünsche und Bedürfnisse von Bewerbern und bereits im Unternehmen beschäftigten Mitarbeitern einstellen. Neben **betrieblichen Reaktionsstrategien** zur Bekämpfung des Azubi- und Fachkräftemangels benötigt es allerdings auch **politische Ansätze**, um beispielsweise das mit einer Ausbildung in Verbindung stehende Ansehen der beruflichen Bildung in der Gesellschaft zu verbessern.

So möchte das BMBF mit der „Exzellenzinitiative Berufliche Bildung“ die Modernisierung und Innovation in der Berufsbildung vorantreiben und für einen neuen Schub in der Fachkräftesicherung und Qualifizierung sorgen (BMBF 2023b). Mit der Einführung des „Tag des Handwerks“ strebt insbesondere Bayern an, Schülerinnen und Schülern aller allgemeinbildenden Schulen ab dem Schuljahr 2022/2023 „handwerkliche Tätigkeiten näher zu bringen und die attraktiven Berufsfelder des modernen Handwerks begleitend zum Unterricht praxisnah vorzustellen“ (vgl. Handwerkskammer für Schwaben 2023). Zum Erreichen der Ziele beider Initiativen bedarf es allerdings umfangreicher Forschungsarbeiten, da derzeit nicht über empirische Studien geklärt ist, **welche Arbeitgeber- und Arbeitsplatzcharakteristika Jugendliche bei der Berufswahl präferieren** und insbesondere, ob sich die präferierten Charakteristika **je nach Schulart (Mittel-, Realschule, Gymnasium) unterscheiden**. Bisherige Studien beziehen beim Thema der Berufswahl Gymnasiasten häufig nicht mit ein oder unterscheiden nicht nach den jeweiligen Schularten (vgl. z. B. Barlovic et al. 2022; Greilinger 2015) Deshalb erscheint gerade die Gegenüberstellung der genannten drei Schularten einen großen wissenschaftlich-pädagogischen Neuwert zu haben, weshalb sich die vorliegende Arbeit erstmals dieser Thematik annimmt.

Für den Wirtschaftszweig des Handwerks ist darüber hinaus von Interesse, welche Charakteristika Jugendliche einer Beschäftigung im Handwerk aktuell zuschreiben. Die vorliegende Arbeit möchte des-

halb einen **Vergleich zwischen der Sicht der Jugendlichen auf das Handwerk einerseits und der grundsätzlich präferierten Arbeitgeber- und Arbeitsplatzcharakteristika** andererseits ermöglichen. Auch hierzu liegen keine neuen Erkenntnisse vor, die letzte Studie von Greilinger (2015) ist mit über zehn Jahre alten Daten nicht mehr in allen Erkenntnissen als zeitgemäß einzuschätzen. Somit kann die erste Forschungsfrage dieser Arbeit folgendermaßen zusammengefasst werden:

1. *Auf welche Arbeitgeber- und Jobcharakteristika legen Schulabsolventen besonderen Wert und inwieweit sehen sie diese bei einer Ausbildung im Handwerk erfüllt?*

Untersuchungen zeigen, dass v. a. Abiturienten der beruflichen Bildung im Vergleich zur akademischen ein geringeres Ansehen zuschreiben und die Karrierechancen der dualen Ausbildung unterschätzen (Risius et al. 2017). Gleichzeitig fühlen sie sich aber auch schlecht über Ausbildungsmöglichkeiten informiert (ebd., Calmbach et al. 2020). Daraus ergibt sich die Frage, welche **Maßnahmen zur Berufsorientierung** sich Schülerinnen und Schüler je nach Schulart wünschen, damit eine für sie attraktive und möglichst effektive Berufsorientierung im Sinne der „Exzellenzinitiative Berufliche Bildung“ sowie des bayerischen „Tag des Handwerks“ stattfinden kann. Daraus ergeben sich die beiden weiteren Forschungsfragen dieser Arbeit:

2. *Wie schätzen Schulabsolventen die Zukunftsperspektiven einer beruflichen Laufbahn im Vergleich zu einer akademischen ein?*
3. *Welche Möglichkeiten zur Berufsorientierung bewerten Schulabsolventen als besonders attraktiv und welche Aspekte zur Ausgestaltung sollten – entsprechend ihrer Wünsche – künftig verstärkt berücksichtigt werden?*

Für die Untersuchung der Forschungsfragen werden selbsterhobene Daten verwendet. Diese stammen aus einer vom Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus genehmigten und an bayerischen Schulen durchgeführten **Fragebogenerhebung unter Mittel-, Realschülern und Gymnasiasten** im Zeitraum Mai bis Juli 2023. Die Mittelschüler befanden sich zum Befragungszeitpunkt in der achten, die Realschüler und Gymnasiasten in der neunten Jahrgangsstufe.

Mit dieser Arbeit soll nicht nur ein Erkenntnisgewinn für die Nachwuchswerbung von Handwerksbetrieben entstehen. Ziel ist auch, mit den Untersuchungsergebnissen Schulabgänger besser entsprechend ihrer Wünsche über Berufsmöglichkeiten informieren zu können – um dadurch letztlich eine gezieltere Berufsorientierung im Rahmen des neu geschaffenen „Tag des Handwerks“ anzubieten. Diese Informationen sind auch für Lehrkräfte von besonderem Interesse, um in Zusammenarbeit mit weiteren Akteuren der Berufsorientierung (Unternehmen, Bundesagentur für Arbeit, Kammern und Verbänden etc.) künftig passgenauere Maßnahmen zu planen und durchführen zu können. Vor allem für die Berufsorientierung an Gymnasien könnten sich neue Erkenntnisse ergeben, durch welche Maßnahmen das Interesse dieser Absolventengruppe an beruflicher Bildung stärker geweckt werden kann.

2 Theoretische Fundierung der Untersuchung

Mit Bezug zu den drei Forschungsfragen wird in diesem Kapitel ein kurzer Überblick über die theoretischen Grundlagen bzw. den Forschungsstand zu Bildungsentscheidungen von Jugendlichen sowie zur Berufswahlforschung und zu Attraktivitätsmerkmalen von Arbeitgebern gegeben.

2.1 Einflussfaktoren auf die Bildungsentscheidung „Berufsausbildung versus Studium“ von Jugendlichen

Im Rahmen dieser Arbeit wird die Frage untersucht, welche **Zukunftsperspektiven** Jugendliche einer beruflichen im Vergleich zu einer akademischen Karriere zuschreiben. Dazu wird ein kurzer theoretischer Einblick in die Berufswahlforschung sowie in die Forschung zu Bildungsentscheidungen von Jugendlichen gegeben.

Die Verwendung des Begriffs „Berufswahl“ wird im allgemeinen Sprachgebrauch oft dem Übergang von der Schule in eine Ausbildung, einen Beruf oder ein Studium zugeschrieben. Vielmehr ist **Berufswahl aber ein lang andauernder Prozess**, der auch Folgeentscheidungen, z. B. Weiterbildungen oder Arbeitsplatzwechsel, im Kontext des Erwerbs eines beruflichen Qualifikationsprofils einbezieht (Greilinger und Katz 2015b). Im Rahmen dieser Untersuchung wird mit dem Fokus auf den Zeitpunkt der ersten Berufswahl von Jugendlichen also nur ein Teilaspekt des Konstrukts „Berufswahl“ beleuchtet – Determinanten der Bildungsentscheidung im Übergang von der Schule in die berufliche Ausbildung bzw. das Studium.

Es existiert eine Vielzahl von Konzepten, die sich aus theoretischer Perspektive mit der Berufswahl befassen. Sie stellen jeweils unterschiedliche Kriterien der Entscheidungsfindung in den Vordergrund: Persönlichkeitsmerkmale (z. B. Interessen, Fähigkeiten), berufliche Vorstellungen sowie Anforderungen und deren Passung mit den Persönlichkeitsmerkmalen, Motive (z. B. soziale Anerkennung, Sicherheit), wahrgenommene Alternativen, individuelle Erfolgchancen, kulturelle, soziale/familiäre und ökonomische Bedingungen (z. B. Arbeitsmarktlage, Verdienstmöglichkeiten) (vgl. z. B. Mischler 2017). Durch den Fokus auf jeweils bestimmte Determinanten des Berufswahlprozesses wird jede Theorie für sich genommen der **Komplexität des Vorgangs** nicht gerecht (Greilinger und Katz 2015b). Die im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Mittel-, Realschüler und Gymnasiasten haben innerhalb des beruflichen sowie akademischen Bildungswegs viele Möglichkeiten offen und befinden sich deshalb häufig in einem Entscheidungskonflikt. Es gilt, Informationen über sich selbst sowie über berufliche Optionen und deren Realisierbarkeit zu sammeln und mit Hilfe einer Strategie zu verbinden. Dabei wird der subjektive Nutzen, also die Attraktivität der Alternativen „Ausbildung versus Studium“, abgewogen und der subjektiven Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Abschlusses beider Wege gegenübergestellt. Aber auch, wenn die Berufswahl als **subjektive Entscheidung gilt, ist sie dennoch stark von Bedingungen abhängig**, auf die der Wählende keinen bzw. nur geringen Einfluss hat (ebd.). Im Rahmen dieses Beitrags wird Berufswahl deshalb als Prozess von individuellen Handlungen und Entscheidungen aufgefasst, die durch soziale und ökonomische Mechanismen gelenkt werden.

Nicht nur theoretische Diskussionspapiere, sondern auch darauf aufbauende empirische Studien haben sich mit den Entscheidungsstrukturen im Übergang von der Schule in die berufliche Ausbildung bzw. das Studium beschäftigt. Die Untersuchung von Flake et al. (2017) fokussiert sich dabei auf die Entscheidung von Abiturienten. Deskriptiv konnten unter den betrachteten Abiturienten vier Gruppen gebildet werden: Knapp 58 % entschied sich für ein Studium, rund 11 % nahm eine Ausbildung auf, über 6 % wechselte an eine berufliche Schule und 25 % wurde der Kategorie „Sonstiges“ (z. B. Ausbildungen

nicht-dualer oder nicht-schulischer Art, Berufstätigkeit, Freiwilligen-/Orientierungsjahre, Wehrdienst) zugeordnet (ebd.). Für das Handwerk scheint diese deskriptive Auswertung besonders interessant: Neben den „klassischen Wegen“ nach dem Abitur gibt es mit 25 % eine große Gruppe, die möglicherweise noch unentschlossen ist und zum Zwecke der Orientierung zunächst eine Zwischenstation einlegt. Mit entsprechenden Berufswahlprojekten könnte die Bekanntheit des Handwerks und seiner Berufe erhöht und das Image verbessert werden, um insbesondere diese Gruppe anzusprechen. Um im Rahmen der vorliegenden Untersuchung genauer einschätzen zu können, welche Vorstellungen die möglicherweise noch unentschlossenen Jugendlichen haben, wurde eine Vielzahl von Antwortalternativen bei der Frage nach den Zukunftsplänen inkludiert.

Bei Flake et al. (2017) zeigte sich, dass der **Bildungshintergrund der Eltern** einen signifikanten Einfluss auf die Bildungsentscheidung der Abiturienten hat. Abiturienten, die sich für die Aufnahme eines Studiums entschieden, hatten signifikant häufiger Eltern mit Abitur, als jene, die sich für eine Ausbildung entschieden. Des Weiteren war die **Abiturnote** im Entscheidungsprozess von Bedeutung: Je schlechter der Abiturschnitt, desto wahrscheinlicher die Aufnahme einer Ausbildung anstatt eines Studiums. Die Befragung gab überdies einen Einblick, wie die Gruppen den **Nutzen eines Studiums im Vergleich zum Nutzen einer Ausbildung** einschätzen. Unabhängig davon, ob sich die Befragten später für ein Studium oder eine Ausbildung entschieden, bewerteten sie die Bezahlung, das Ansehen sowie die Möglichkeit auf einen interessanten Job mit einem Studium durchweg besser (ebd.). Multivariate Analysen präsentierten zudem, dass sich Studienberechtigte mit künstlerisch-sprachlichen Interessen sowie weibliche Befragte mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit für eine duale Ausbildung entscheiden. Wird mit der Ausbildung hingegen ein angesehener sowie gut bezahlter Job verbunden und schreiben die Studienberechtigten der Ausbildung im Vergleich zum Studium eine höhere Erfolgserwartung zu, so erhöht sich die Wahrscheinlichkeit der Aufnahme einer Ausbildung (ebd.). Für die vorliegende Untersuchung wurde der Bildungshintergrund der Eltern nicht berücksichtigt, allerdings eine Frage integriert, die die Anzahl der Personen mit Handwerksbezug aus dem nahen Umfeld (Eltern, Verwandte, enge Freunde) der Schüler erfasst. Des Weiteren wurden der Notenschnitt des letzten Zwischenzeugnisses sowie die Einzelnoten in den Fächern Deutsch und Mathematik abgefragt, um eine Einschätzung zum Leistungsniveau der Schüler zu erhalten. Die von Flake et al. (2017) eingesetzten Fragen zum Nutzen eines Studiums im Vergleich zur Ausbildung wurden für die vorliegende Untersuchung analog verwendet. Der Fragebogen kann im Anhang 1 eingesehen werden.

Ebner et al. (2019) greifen die Frage auf, warum Abiturienten mit abgeschlossener Berufsausbildung im Anschluss ein **Studium aufnehmen, anstatt den Meister** zu machen. Dabei werden die Befragungsergebnisse kaufmännischer mit denen handwerklicher Berufsschüler mit Hochschulzugangsberechtigung verglichen. Es zeigt sich erneut, dass das **Geschlecht** eine Rolle spielt. Allerdings haben Frauen nach der Ausbildung eine geringere Studienbereitschaft als die männliche Vergleichsgruppe. Je schlechter ferner die Abiturnote ausfällt, desto seltener äußern die Befragten den Wunsch nach einem anschließenden Studium. Ebenfalls zeigt sich der **Bildungshintergrund der Eltern** als relevant: Hat der Vater ein abgeschlossenes Studium, steigt die Studierwahrscheinlichkeit der Befragten. Ist den Auszubildenden später wichtig, berufliche Verantwortung zu übernehmen, beeinflusst dies ebenfalls die Studienwahrscheinlichkeit positiv. Weiterhin beflügelt eine im Vergleich zu den anderen Auszubildenden **besonders gute Ausbildungsleistung** den Wunsch, ein anschließendes Studium aufzunehmen. Der Vergleich zwischen den Studienbestrebungen kaufmännischer und handwerklicher Berufe ergibt, dass kaufmännische Auszubildende eine signifikant höhere Studierabsicht haben – die Wahrscheinlichkeit, ein Studium aufzunehmen, liegt bei Bankkaufleuten dreimal höher als bei Kfz-Mechatronikern (ebd.).

Auch ältere Studien untermauern die von Flake et al. (2017) veröffentlichten Erkenntnisse zum Einfluss der Eltern auf die Entscheidungsstrukturen von Abiturienten. Nicht nur deren Bildungshintergrund erwies sich als relevant, **Eltern dienen vielmehr als Rollenmodell, Unterstützer und Berater**. Schwanzer (2008) fand beispielsweise heraus, dass es Abiturienten wichtig ist, den Erwartungen der Eltern zu genügen, welche die Aufnahme eines Studiums als selbstverständlich sehen. Zum selben Ergebnis kamen Schneider und Franke (2014), wonach 68 % der Abiturienten angaben, ihren Eltern wäre es wichtig bzw. sehr wichtig, dass sie studieren. In der qualitativen Studie von Greilinger und Katz (2015a) umfasst diese als „sozialer Druck“ kategorisierte Norm nicht nur den Wunsch der Eltern, sondern vielmehr eine durch die Abiturienten wahrgenommene Erwartung ihres ganzen sozialen Umfelds bzw. der Gesellschaft per se. Dies führt dazu, dass die Studienentscheidung oft mit einem gewissen Automatismus abläuft, der nur das Studium als Ziel ins Blickfeld lässt. So äußern die befragten Abiturienten beispielsweise, dass auch sie sich im Übergang nur die Frage stellten, was sie studieren wollen und nicht, was sie denn generell machen möchten. Für die vorliegende Untersuchung wird daher vermutet, dass ein Großteil der befragten Gymnasiasten im Hinblick auf ihre Zukunftsplanung ein Studium anstreben und sie aus dieser Haltung heraus die Arbeitgebermarke von Handwerksbetrieben weniger attraktiv als Mittel- und Realschüler einschätzen.

Rehbold und Rasch (2022) haben Auszubildende mit und ohne Studienberechtigung retrospektiv nach den Gründen für die Entscheidung, eine Ausbildung im Handwerk anzutreten, befragt. Dabei nennen mit 90 % die Mehrheit der Befragten das **praktische Arbeiten im Handwerk** als ausschlaggebenden Grund. Die Analysen zeigen weiterhin, dass sich über 50 % der Befragten erst ein halbes Jahr vor Ausbildungsbeginn für die Ausbildung entschieden haben und aus betrieblicher Sicht deshalb „die gezielte und regelmäßige Ansprache von Jugendlichen auch außerhalb der institutionell und curricular verankerten Berufsorientierungsmaßnahmen lohnend sein kann“ (vgl. ebd., S. 9). Zudem gaben Jugendliche mit Studienberechtigung häufiger als jene ohne bzw. mit mittleren Schulabschlüssen an, sich für einen Beruf entschieden zu haben, der eine Alternative zum Wunschberuf darstellt und ursprünglich nicht im Blickfeld lag. Auch dies spricht für den regelmäßigen und umfassenden Informationsfluss durch Berufsorientierungsmaßnahmen bei allen Absolventengruppen. Dabei stellt sich die Frage, welche **Berufsorientierungsmaßnahmen** Jugendliche als interessant bewerten und welche **Ausgestaltungsmöglichkeiten** sie sich für eine künftige Teilnahme stärker wünschen. Dies sind weitere Forschungsfragen der vorliegenden Arbeit. Nachfolgend wird der Stand der Forschung dazu aufgearbeitet.

2.2 Informationsangebote und Begleitung – eine notwendige Unterstützung im Prozess der Berufsorientierung und -wahl

Die Berufsorientierung wurde in den letzten Jahren in allen Bundesländern stetig ausgebaut und immer stärker in den Bildungsauftrag der Schulen integriert. Dies ist als positiv zu werten, denn ohne strukturierte Angebote und Begleitung ist diese Orientierungsphase für Jugendliche nur schwer zu meistern. „Wie die konkrete Umsetzung von Berufsorientierungsmaßnahmen erfolgt, unterscheidet sich allerdings [...] zwischen den verschiedenen Schulformen und von Schule zu Schule“ (vgl. Barlovic et al. 2022, S. 8).

Die Bertelsmann Stiftung hat eine repräsentative Befragung von Jugendlichen zum Thema Berufsorientierung veröffentlicht, die zeigt, dass **über 50 % der Jugendlichen Probleme haben, sich in der Vielzahl der Informationen zurechtzufinden**. Rund 60 % geben deshalb an, sich mehr Unterstützung im Rahmen der Berufsorientierung zu wünschen. Sehr kritisch ist allerdings zu bewerten, dass es auch Jugendliche gibt, die sich trotz oder gerade wegen dieser Überforderung nicht gerne mit dem Thema Berufsorientierung auseinandersetzen. Dies trifft auf Jugendliche mit niedrigerer Schulbildung zu, wobei

gerade diese Absolventengruppe eine wichtige Kohorte für den Beginn einer Ausbildung im Handwerk darstellt (Barlovic et al. 2022). Auch bei Studien, die sich nur auf Abiturienten fokussiert haben, zeigt sich ein ähnliches Bild: Sie fühlen sich nur mäßig über Ausbildungsmöglichkeiten informiert und unterschätzen dadurch die Karrierechancen einer Ausbildung (Risius et al. 2017). In der Jugendstudie Baden-Württemberg äußern überdurchschnittlich viele Gymnasiasten den Wunsch nach **mehr schulischer Unterstützung im Rahmen der Berufsorientierung** (Bächtiger et al. 2022). Vor allem vor diesem Hintergrund ist es entscheidend herauszufinden, durch welche Maßnahmen Schulabsolventen erreicht und zur Berufsorientierung motiviert werden können.

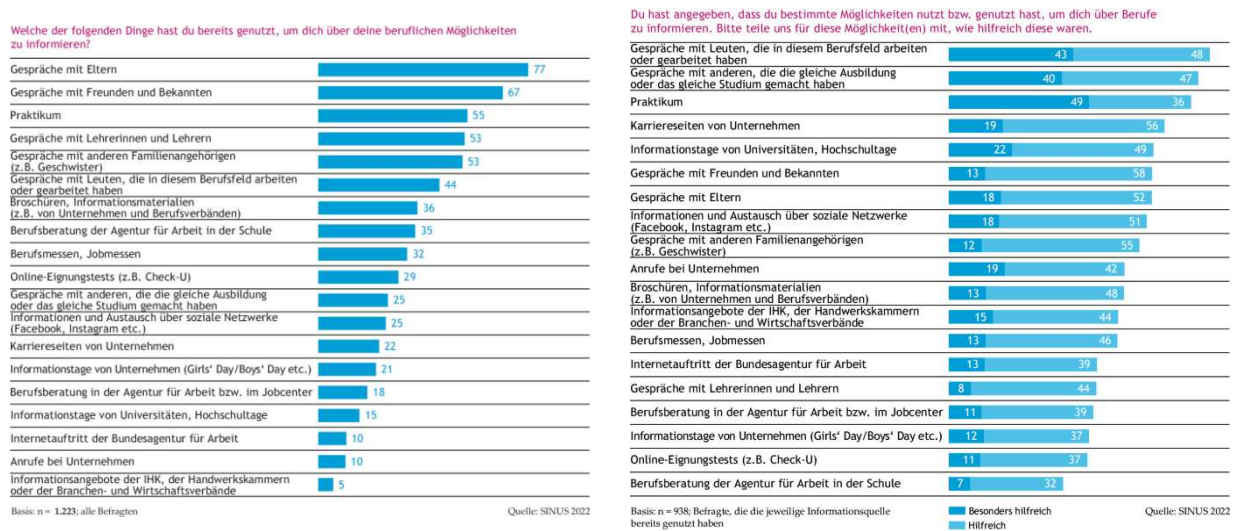


Abbildung 1: Nutzung und Beurteilung von Berufsorientierungsmöglichkeiten (vgl. Schleer und Calmbach 2022)

Aktuelle Studien zeigen, dass **Gespräche in- und außerhalb der Familie** zu den am häufigsten genutzten Möglichkeiten der Informationsbeschaffung Jugendlicher zählen. Dabei belegen Gespräche mit den Eltern sowie Freunden die ersten beiden Plätze (vgl. Abbildung 1, links). In ihrer Wirkung liegen beide allerdings weit hinter den **Gesprächen mit im Berufsfeld arbeitenden Personen** oder Auszubildenden zurück (vgl. Abbildung 1, rechts) (Schleer und Calmbach 2022). Andererseits sprechen rund 9 % der Jugendlichen mit niemandem über die eigene Berufswahl (Bächtiger 2022). Das **Praktikum** sticht sehr positiv hervor: Es wird sehr häufig genutzt und trägt sehr gut zur Berufsorientierung der Jugendlichen bei (vgl. Abbildungen 1 und 2) (Calmbach et al. 2020). **Informationen zum Selbstlesen** werden von 40 % der Jugendlichen als ebenfalls sehr wichtig eingeschätzt (vgl. Abbildung 2). Gerade Jugendliche mit niedrigerer Schulbildung legen allerdings stärkeren Wert auf **Kontakt mit und Maßnahmen in Betrieben**, als Jugendliche mit höherer Schulbildung dies tun (Barlovic et al. 2022).

Die wichtigsten Quellen bei der Berufsorientierung: Beratung, Infomaterial und Praktikum

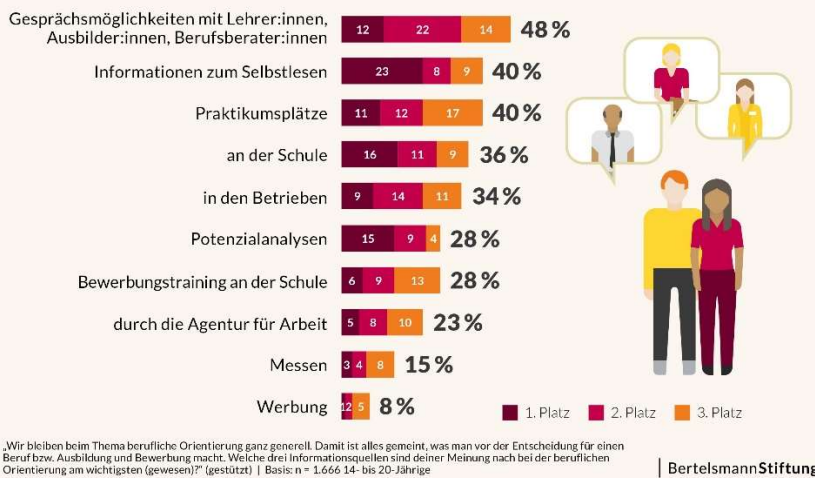


Abbildung 2: Beurteilung von Berufsorientierungsmöglichkeiten (vgl. Barlovic et al. 2022)

Die vorliegende Untersuchung bezieht ebenso wie die vorgestellten Studien verschiedenste Berufsorientierungsmaßnahmen mit ein und lässt sie im Hinblick auf deren Attraktivität und Wirkung bewerten. Darüber hinaus geht es in der vorliegenden Arbeit aber auch um Möglichkeiten, diese Maßnahmen künftig stärker an den Wünschen der Jugendlichen auszurichten. Insofern sind in die Umfrage eine Vielzahl von Fragen integriert, die Aufschluss über Wege geben sollen, wie Berufsorientierungsmaßnahmen **anhand kleiner Stellschrauben verbessert werden können**. Hierfür liefert u. a. die Studie von Calmbach et al. (2020) einen Impuls, der im Fragebogen berücksichtigt wird. Sie finden heraus, dass Angebote der Schule (Unterricht, Besuch von Jobmessen etc.) vor allem dann positiv bewertet werden, „wenn es eine **festen Ansprechperson** gibt, an die man sich persönlich wenden kann. In der Regel sind das Lehrkräfte oder Berufsberater, die in die Schule kommen. Es können aber auch Personen sein, die den angestrebten Beruf selbst ausüben oder sich in einer entsprechenden Ausbildung befinden“ (vgl. ebd., S. 238). Ebenso werden digitale Wege der Berufsorientierung im Fragebogen einbezogen, da sich Jugendliche immer mehr über soziale Netzwerke wie Instagram, YouTube oder Tiktok ihre Zukunftsmöglichkeiten ausloten und diese Kanäle auch als hilfreich einschätzen (Schöpp et al. 2021). Beliebt sind bei ihnen audiovisuelle Inhalte – Betriebe sollten beim Azubimarketing also unbedingt auch Videos einsetzen (ebd.).

2.3 Einflussfaktoren auf die Ausbildungsbetriebswahl

Im Rahmen von Berufsorientierungsmaßnahmen treten Jugendliche mit Unternehmen in Kontakt und machen sich so ein Bild von den Arbeitgebern. Um als attraktiver Arbeitgeber eingeschätzt zu werden, muss der Betrieb bestimmte Charakteristika erfüllen, die mit den Werten dieser jungen Generation übereinstimmen. Gemäß der Sinus-Jugendstudie 2020 zeigt sich, dass sich Jugendliche an sehr unterschiedlichen Werten orientieren. Es gibt sog. **Ankerwerte, die sehr vielen Jugendlichen wichtig sind, und Werte, die nur noch für wenige Jugendliche von Bedeutung sind**. So konnten als Ankerwerte identifiziert werden: Finanzielle /materielle Absicherung, soziale Werte mit Blick auf die Familie und Freunde, Leistung (als individualisiertes Leistungs- und Wettbewerbsprinzip) und Selbstbestimmung (Calmbach et al. 2020).

Die **Berufswünsche unterscheiden sich noch immer stark nach dem Geschlecht** der Jugendlichen. So bewerten junge Männer überwiegend Arbeitgeber mit „typischen Männerberufen“ aus dem Hand-

werk oder dem Bereich der Naturwissenschaft und Technik als attraktiv. Junge Frauen nennen dagegen eher Arbeitgeber aus den Sparten des Gesundheits- oder Sozialwesens sowie aus dem Handel und der Verwaltung als attraktiv (ebd.; Schöpp et al. 2021). Unabhängig vom Geschlecht bewerten Jugendliche als **Top-1-Kriterium für die Wahl eines Berufs bzw. Arbeitgebers** den Spaß an der Tätigkeit. Auch die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung, Entfaltung und Weiterentwicklung ist für sie von großer Bedeutung. Die Arbeit sollte aber auch genügend Freiraum für Freizeit, Freunde und Familie lassen. Abwechslung bei der Arbeit und ein gutes Verhältnis zu Kollegen und zum Chef gehören für Jugendliche ebenfalls unbedingt zu einem interessanten Arbeitgeber. Eine ansprechende Vergütung belegt bei den Attraktivitätsmerkmalen zwar meist nicht die oberen Plätze, zählt jedoch zu den Hygienefaktoren (Calmbach et al. 2020).

Rehbold und Rasch (2022) finden heraus, dass neben einer schnellen Reaktion auf die Bewerbung und dem Signalisieren von echtem Interesse im Bewerbungsprozess die beiden wichtigsten Gründe für die Betriebswahl ein **guter Umgang im Team sowie eine gute Chemie zwischen den Unternehmensvertretern** und dem Bewerber sind. Dies ist auch das Ergebnis der Studie von Greilinger (2015), bei der als sympathisch bewertete Unternehmensvertreter bei Berufsorientierungsmaßnahmen als zentral für den Aufbau von Arbeitgeberattraktivität und Bewerbungsintention festgestellt wurden. Die bei Rehbold und Rasch (2022) als wichtig identifizierten Attraktivitätsmerkmale von Berufen (Spaß, Arbeitsplatzsicherheit, Verdienst nach der Ausbildung, Eigenverantwortung etc.) wurden neben den zwischenmenschlichen Faktoren (gutes Verhältnis zum Chef und den Kollegen im Betrieb) auch in die vorliegende Untersuchung einbezogen (vgl. Fragebogen in Anhang 1).

Zu der Attraktivität von Berufen und Betrieben aus der Sicht von Jugendlichen hat auch das BIBB einige Erkenntnisse publiziert. So fanden sie heraus, dass Bewerbern vor allem ein **hohes Einkommen, gute Arbeitsmarktchancen und gute Aufstiegsmöglichkeiten sowie eine gute Work-Life-Balance** wichtig sind. Zudem erhoffen sie sich in einem Betrieb ein **gutes Klima sowie einen sicheren Arbeitsplatz** mit guten Übernahmechancen. Zudem legen sie Wert auf eine gute Erreichbarkeit des Betriebs – entweder durch Wohnortnähe oder durch eine gute Anbindung an den öffentlichen Personen-Nahverkehr (Granato und Gerd 2018). Hinzu kommt, dass die Berufswahl Jugendlicher durch das **Bedürfnis nach sozialer Anerkennung** determiniert wird. Berufe, die eine positive Reaktion des Umfelds erwarten lassen, erscheinen attraktiver. Andersherum werden Berufe mit geringem Anerkennungspotential als Berufswahloption verworfen, obwohl Jugendliche die Tätigkeiten in diesen Berufen durchaus interessant finden (Granato et al. 2018). Auch diese Erkenntnisse werden im Rahmen der vorliegenden Studie aufgegriffen.

3 Forschungsdesign und Methodik

3.1 Erhebung der Daten

Um die Forschungsfragen dieser Studie beantworten zu können, war es zunächst erforderlich, die benötigten Daten zu erheben. Dabei stellte die Möglichkeit, die **Datenerhebung in den Schulkontext** einzubetten, einen guten Weg dar, um (1) eine Vielzahl bayerischer Schülerinnen und Schüler zu erreichen, (2) diese jeweils gezielt nach Schulart (Mittelschule, Realschule, Gymnasium) und Jahrgangsstufe (8. bzw. 9. Klassen) ansprechen zu können und (3) die Datenerhebung via Fragebogen in einem geschützteren Umfeld anzubieten.

Deshalb wurde am 20. Januar 2023 beim Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus der **Projektantrag mit dem Titel „Handwerk und Berufsorientierung“** eingereicht. Dieser hatte zum Ziel, die Forschungsidee dieser Studie und deren geplante Umsetzung zu präsentieren und eine Genehmigung für die Datenerhebung im Schulkontext zu erwirken. Am 13. April 2023 erhielt das Ludwig-Fröhler-Institut unter der Projektverantwortung von Dr. Andrea Greilinger die **schriftliche Genehmigung zur Umsetzung des Forschungsprojektes an bayerischen Schulen**. Daraufhin wurden zunächst je 33 Mittel-, Realschulen und Gymnasien nach regionalen (gute Verteilung innerhalb Bayerns entsprechend der Regierungsbezirke) und regionsspezifischen (städtischer Raum / ländlicher Raum) Aspekten identifiziert. Am 17. April wurden diese mit einem postalischen Anschreiben über das Forschungsprojekt informiert und um Teilnahme gebeten. Aufgrund des zögerlichen Antwortverhaltens wurden schließlich alle übrigen bayerischen Mittelschulen, Realschulen sowie alle restlichen bayerischen Gymnasien mit der Ausbildungsrichtung Naturwissenschaft / Technologie bzw. Wirtschafts- und Sozialwissenschaft per E-Mail kontaktiert, informiert und ebenfalls zur Teilnahme motiviert. Die Kontaktdaten der Schulen wurden aus der Online-Schulsuche des Kultusministeriums unter www.km.bayern.de extrahiert. Nach und nach entschieden sich Schulen dazu, das Forschungsprojekt zu unterstützen und reichten die entsprechenden Teilnahmeerklärungen ein. Letztlich unterstützten **35 Mittelschulen, 21 Realschulen und 14 Gymnasien** das Forschungsprojekt.

Nachdem sich eine Schule zur Teilnahme bereit erklärt hatte, wurden einer von der Schulleitung **benannten Kontaktlehrkraft alle Unterlagen und Informationen zum Ablauf zur Verfügung gestellt**. Der Austausch bzw. die Abstimmung lief dabei überwiegend per E-Mail und in Einzelfällen per Telefon. Die Schule benannte ihrerseits die Anzahl der Klassen, die aus der 8. (Mittelschule) bzw. der 9. (Realschule, Gymnasium) Jahrgangsstufe in die Umfrage einbezogen werden durfte. Bei den Mittelschulen war dies in überwiegendermaßen jeweils nur eine 8. Klasse pro Schule, da es oftmals nur diese eine Klasse innerhalb des Jahrgangs gab. An den Realschulen hingegen wurden an insgesamt neun Schulen sogar drei bzw. vier Klassen des entsprechenden Jahrgangs einbezogen. An den Gymnasien waren es je Schule ebenfalls immer mehrere Parallelklassen eines Jahrgangs, die teilnehmen durften.

In den benannten Klassen der teilnehmenden Schulen wurden zunächst **Eltern- und Schüleranschreiben** durch die Kontaktlehrkraft verteilt. Die Schreiben dienten der Erläuterung des Forschungszwecks, klärten über den Ablauf der Befragung sowie die dabei erhobenen personenbezogenen Daten auf und enthielten ausführliche Informationen zum Datenschutz unter Bezugnahme auf die Datenschutzgrundverordnung. **Die Teilnahme der Schüler erfolgte auf freiwilliger Basis**. Es durften nur diejenigen Schüler in die Befragung einbezogen werden, welche die selbst unterzeichnete Schüler-Einverständniserklärung sowie die durch die Erziehungsberechtigten unterschriebene Eltern-Einverständniserklärung in der Schule vorzeigen konnten. Die Einverständniserklärungen waren jeweils auf der letzten Seite des

Informationsschreibens beigefügt. Je nach Wunsch der Kontaktlehrkraft erfolgte die Datenerhebung bei den teilnahmeberechtigten Schülern in der Folge durch den seitens des Ludwig-Fröhler-Instituts übermittelten Fragebogen, der den Schülern **in Papierform** ausgehändigt wurde. Alternativ war die Datenerhebung auch mittels eines **Online-Fragebogens, der über die Software „Unipark“ programmiert wurde**, möglich. Seitens des Ludwig-Fröhler-Instituts wurde dazu der Zugangslink an die Kontaktlehrkraft übermittelt, mit dem die Bearbeitung durch die Schüler am PC oder Handy erfolgen konnte. Die teilnahmeberechtigten Schüler durften den Fragebogen nach Vorgabe der Schule entweder in einem dafür eingeräumten **Zeitfenster während des Unterrichts** bearbeiten oder mussten ihn **zu Hause ausfüllen**. Die **Bearbeitungszeit** lag entsprechend der Zeiterfassung des Online-Tools bei den Mittelschülern bei einem Mittelwert von 19 Minuten, die Realschüler benötigten im Mittel 16 und die Gymnasias-ten 15 Minuten Bearbeitungszeit. Je nach Schulart konnte zudem über das Online-Tool ausgelesen werden, wie hoch der Anteil unter den teilnehmenden Schülern war, der den Fragebogen tatsächlich bis zum Schluss bearbeitet und abgeschickt hat (Beendigungsquote: Mittelschule: 58 %, Realschule: 63 %, Gymnasium: 65 %). In allen Schularten waren dabei Abbrecherquoten von teilweise sogar über 40 % festzustellen. Dies wird vor allem auf die mit 8 Seiten beachtliche Länge des Fragebogens, die schwierigere Überprüfbarkeit des Bearbeitungsstands durch die Lehrkraft bei der Online-Variante und die geringere Motivation bei einer Bearbeitung von zu Hause aus zurückgeführt.

Der **Zeitraum der Datenerhebung** erstreckte sich von 15. Mai 2023 bis zum Beginn der Sommerferien am 28. Juli 2023. Über alle Schularten hinweg nahmen in diesem Zeitraum N = 2.002 Schüler teil. Die Verteilung der Schüler auf die Schularten kann Tabelle 1 entnommen werden. Dabei nahmen vor allem an den Gymnasien noch viele Schüler über einen in Papierform zu bearbeitenden Fragebogen an der Untersuchung teil (41 %). Zum Vergleich: Bei den Mittelschulen fanden über 80 % der Teilnahmen über die Online-Variante statt (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Charakteristika der Schulen und der Datenerhebung

	Mittelschule		Realschule		Gymnasium	
Gesamtzahl der teilgenommenen Schulen	35		21		14	
Verteilung nach Schulstandort	5 städtische Schulen (14 %)	30 ländliche Schulen (86 %)	5 städtische Schulen (24 %)	16 ländliche Schulen (76 %)	10 städtische Schulen (71 %)	4 ländliche Schulen (29 %)
Verteilung nach Regierungsbezirken:						
Oberbayern	5		4		7	
Niederbayern	7		3		0	
Oberpfalz	4		3		1	
Oberfranken	5		1		3	
Mittelfranken	2		3		0	
Unterfranken	5		4		2	
Schwaben	7		3		1	
Gesamtzahl der teilgenommenen Schüler	602		884		516	
Format des Fragebogens	107 Papierform (18 %)	495 Online- Variante (82 %)	218 Papierform (25 %)	666 Online- Variante (75 %)	213 Papierform (41 %)	303 Online- Variante (59 %)

3.2 Stichprobenbeschreibung

Die befragten Schüler der 35 Mittelschulen, 21 Realschulen und 14 Gymnasien weisen unterschiedliche Charakteristika auf. Die Stichprobe der Mittelschüler ist mit 55 % leicht männlich dominiert (43 % weiblich, 3 % divers), jene der Realschüler hingegen fast ausgeglichen (48 % weiblich, 50 % männlich). Bei den befragten Gymnasiasten findet sich mit 6 % der größte Anteil diverser Jugendlicher (48 % weiblich, 46 % männlich) (vgl. Abbildung 3).

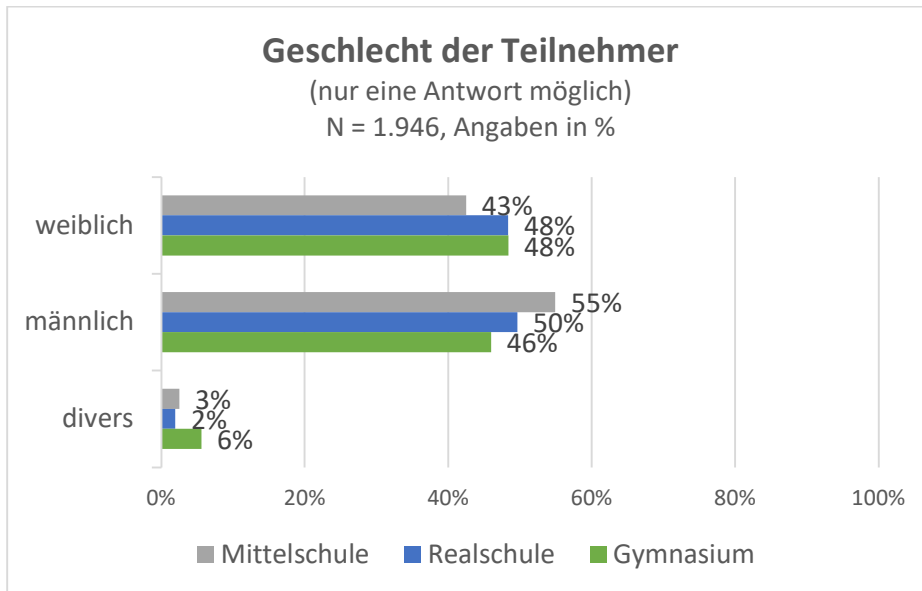


Abbildung 3: Geschlecht der befragten Schüler

Mit Blick auf das **Alter** sind über 50 % der Mittelschüler zum Befragungszeitraum 14, knapp 40 % sind 15 Jahre alt. Sowohl bei den Realschülern (65 %) als auch bei den Gymnasiasten (70 %) geben die meisten Schüler an, 15 Jahre alt zu sein (vgl. Abbildung 4). Die dominierende **Staatsangehörigkeit** bei den befragten Schülern ist mit 68 % (Mittelschüler), 88 % (Realschüler) bzw. 75 % (Gymnasiasten) die deutsche Nationalität (vgl. Abbildung 5). Bei der Frage, wo die Schüler den überwiegenden Teil ihrer **Kindheit bzw. Jugend verbracht** haben, zeigen sich deutliche Unterschiede bei den in die Umfrage einbezogenen Schularten. Wie bereits in Tabelle 1 aufgeführt, ist der Anteil städtisch ansässiger Gymnasien an allen teilnehmenden Gymnasien dieser Studie signifikant größer als der Anteil der städtischen Mittel- bzw. Realschulen innerhalb ihrer Schulart. Dies führt zu der in Abbildung 6 angedeuteten Verteilung: Bei den Realschülern stammen über 80 % der Befragten vom Land, bei den Mittelschülern 64 % und bei den Gymnasiasten nur noch 40 %. In einer Großstadt sind 38 % der Gymnasiasten, 13 % der Mittelschüler und nur noch 3 % der befragten Realschüler aufgewachsen.

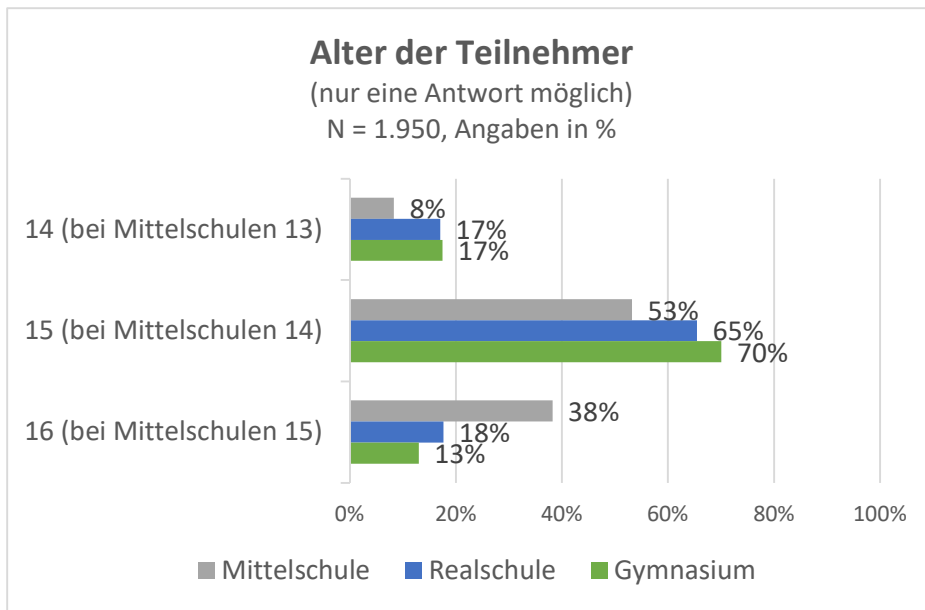


Abbildung 4: Alter der befragten Schüler

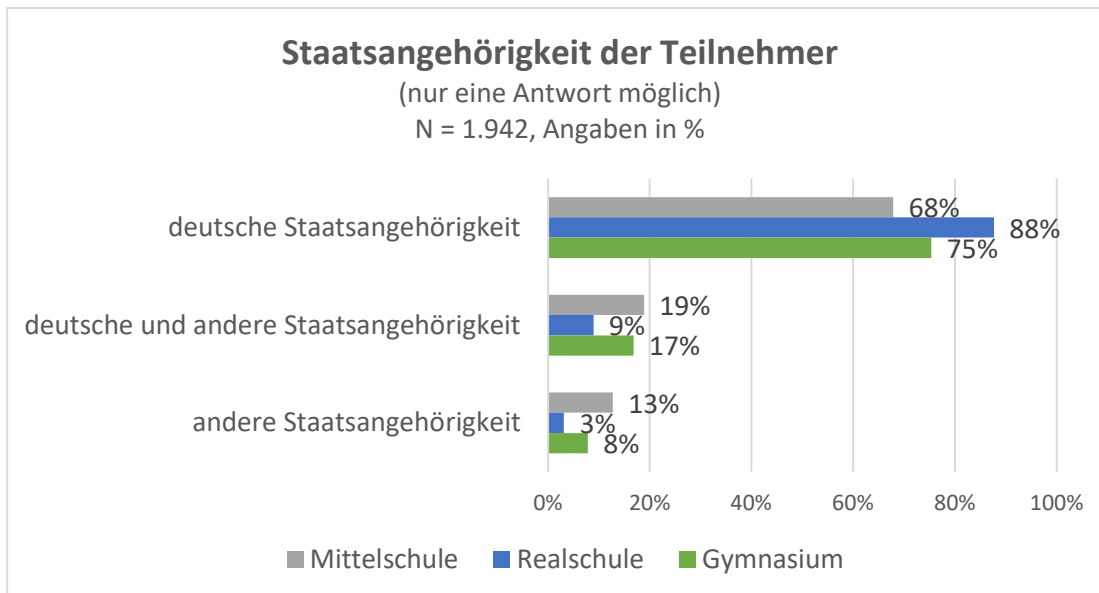


Abbildung 5: Staatsangehörigkeit der befragten Schüler

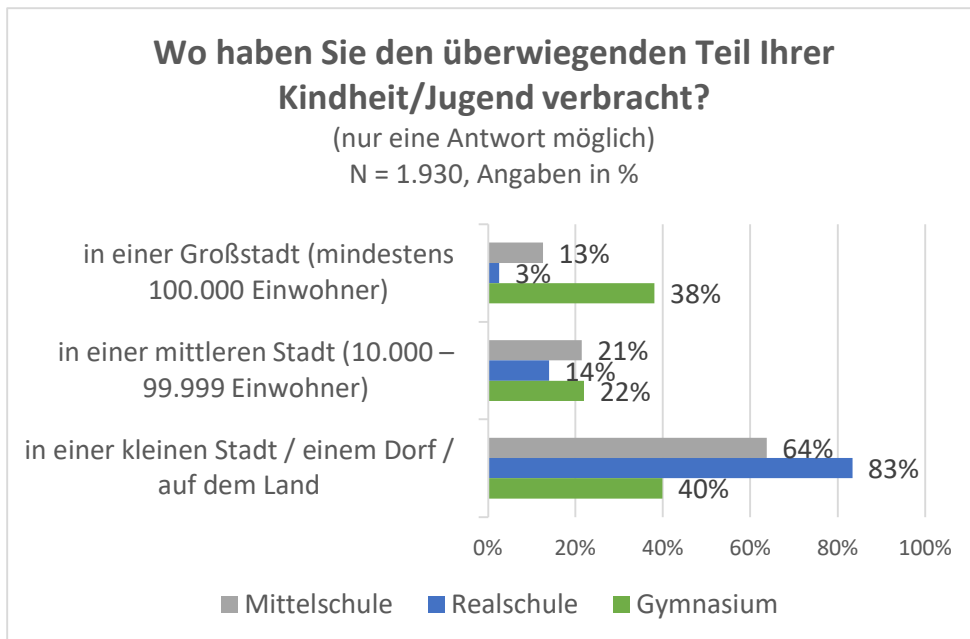


Abbildung 6: Ländliche bzw. städtische Herkunft der befragten Schüler

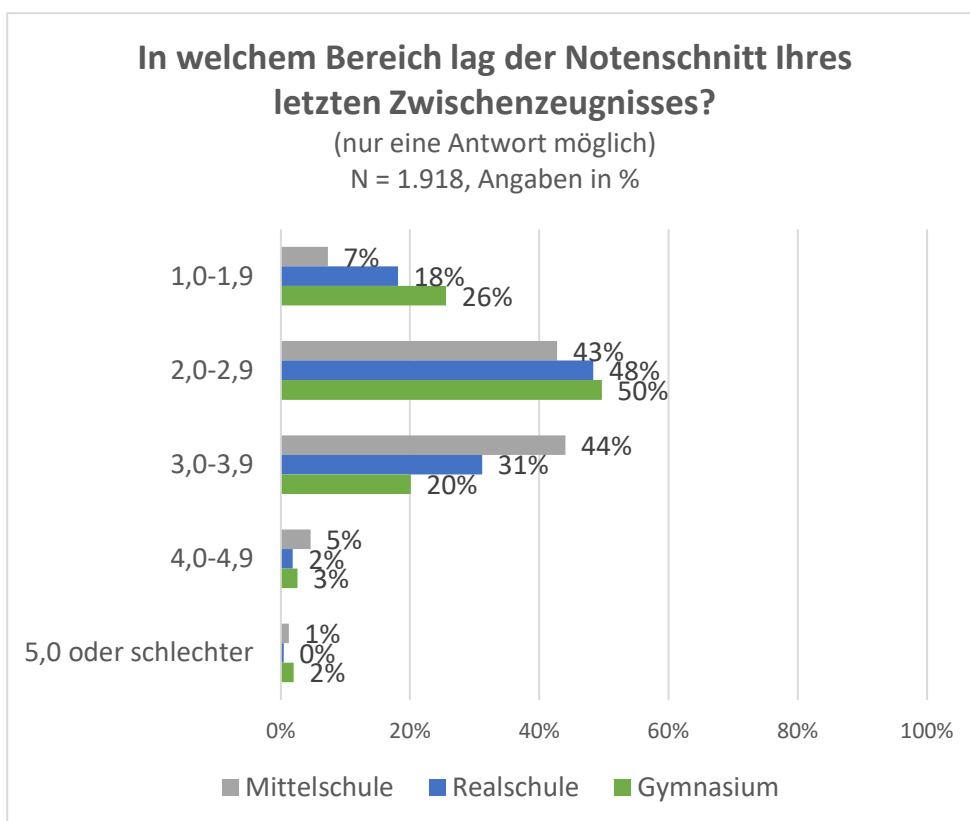


Abbildung 7: Notenbereich der befragten Schüler

Der **Notenschnitt** des letzten Zwischenzeugnisses (vgl. Abbildung 7) zeigt, dass die in der Stichprobe enthaltenen Gymnasiasten im Vergleich zu den Mittel- und Realschülern häufiger bessere Notenschnitte aufweisen. Bei den Mittel- und Realschülern spiegelt Abbildung 7 die klassische Normalverteilung der Noten im Sinne der Gauss-Kurve wider, während die Kurve bei den Gymnasiasten zugunsten besserer Schnitte nach oben verschoben ist. Bei den **Einzelnoten in Mathematik** (vgl. Abbildung 8) sind die

Unterschiede zwischen den Schularten zwar immer noch vorhanden, so dass auch hier Gymnasiasten beispielsweise häufiger die Note 1 im Zeugnis aufweisen als Mittel- und Realschüler, allerdings nicht mehr so groß. Bei den **Deutschnoten** hingegen (vgl. Abbildung 9) führen Gymnasiasten wieder mit größerem Abstand die Notenverteilung an.

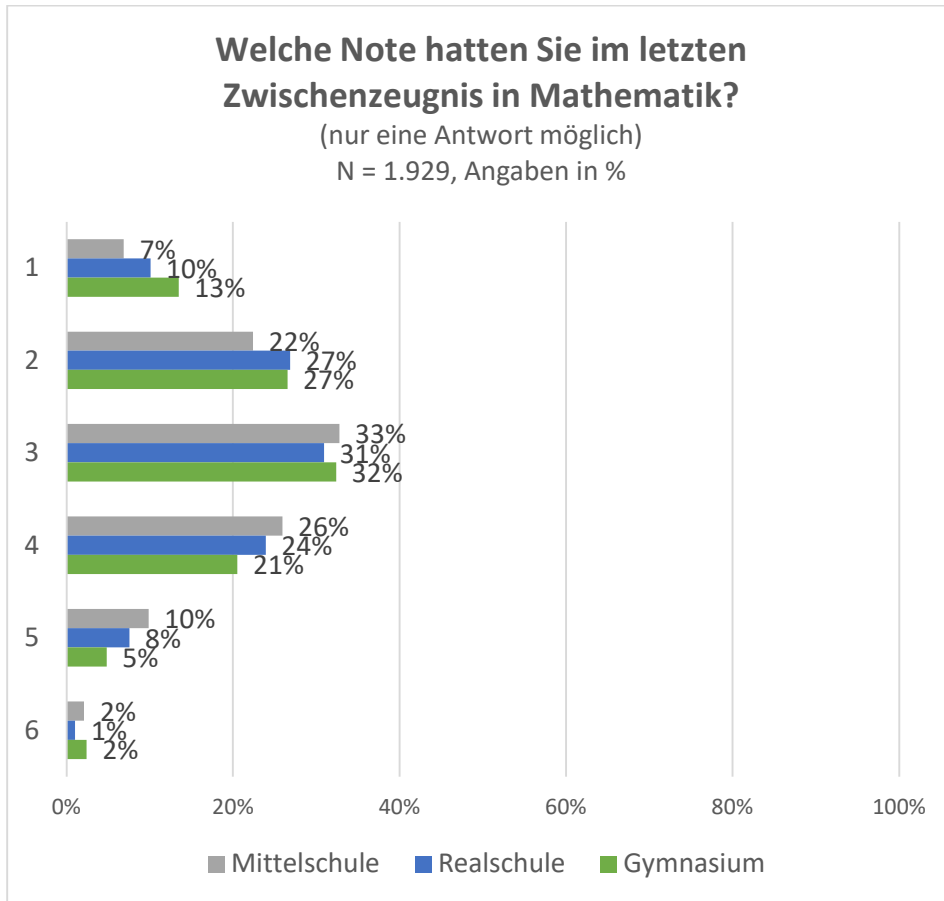


Abbildung 8: Mathematiknoten der befragten Schüler

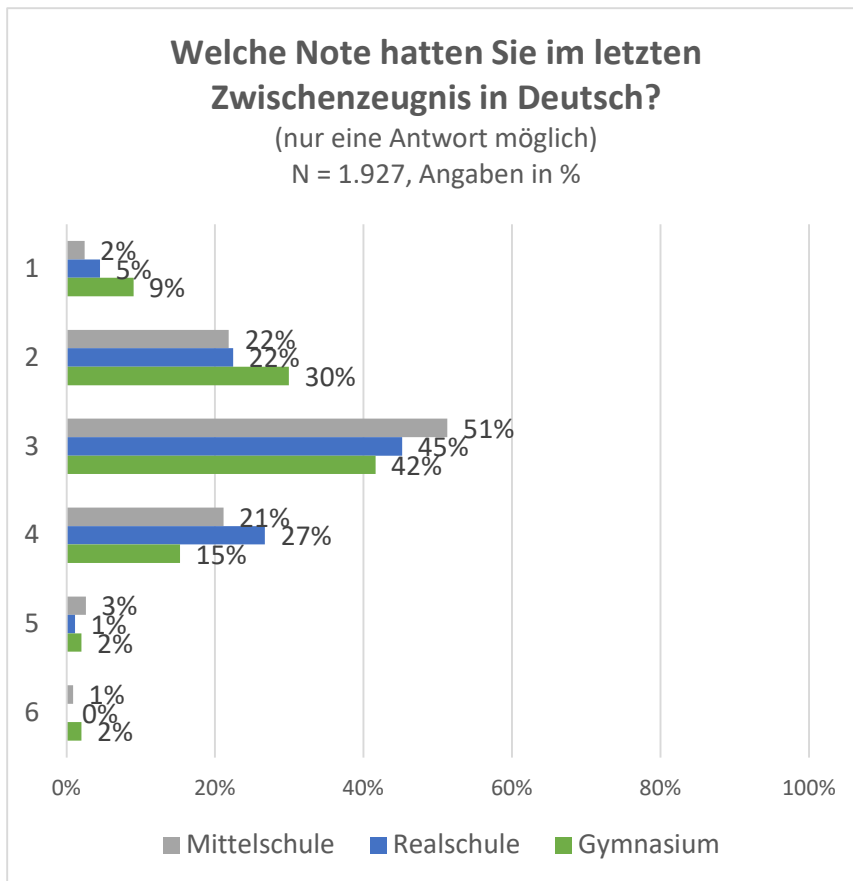


Abbildung 9: Deutschnoten der befragten Schüler

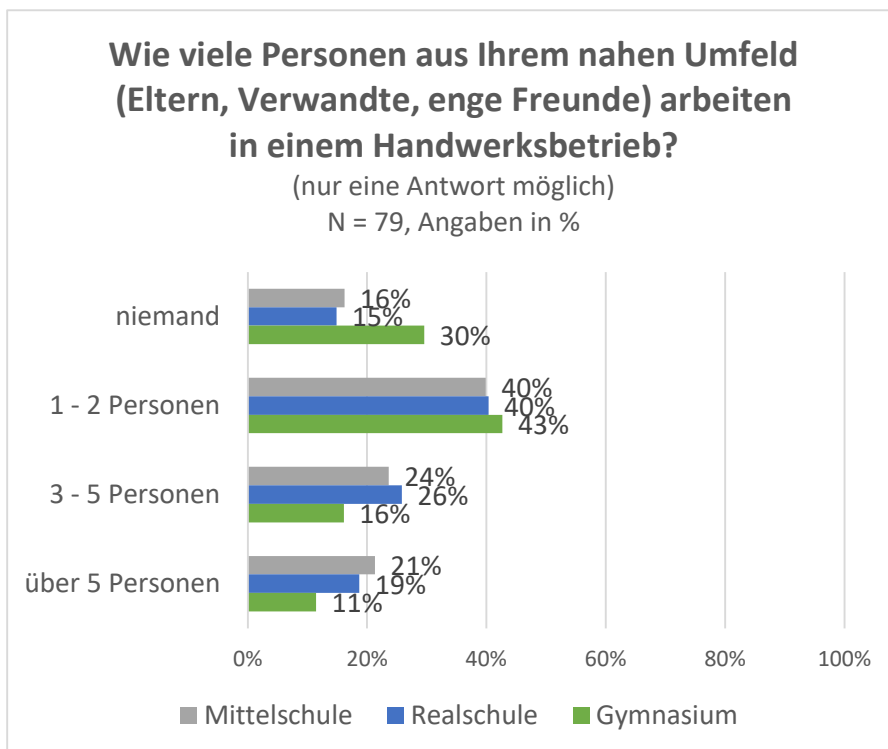


Abbildung 10: Handwerksbezug im Umfeld der befragten Schüler

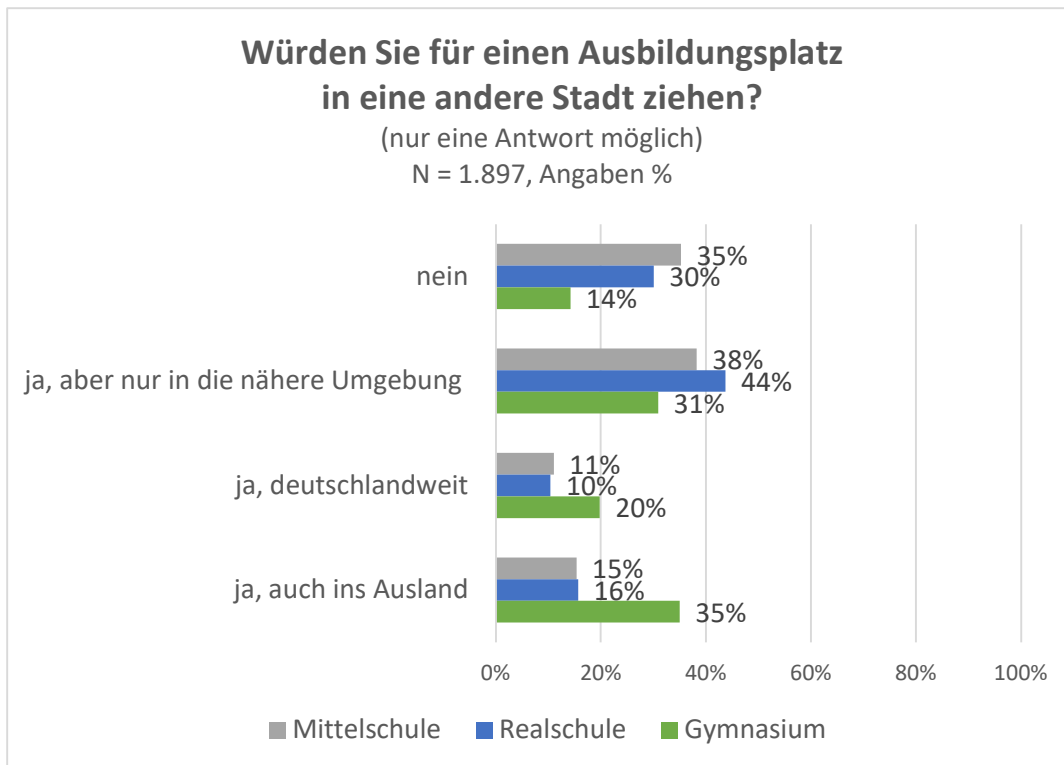


Abbildung 11: Mobilitätsbereitschaft der befragten Schüler

Abbildung 10 spiegelt wider, wie gängig eine Beschäftigung im Handwerk im jeweiligen **Umfeld** (Eltern, Verwandte, enge Freunde) der befragten Schüler ist. Es zeigt sich, dass unabhängig von der Schulart ca. 40 % der Befragten angeben, dass dies auf ein bis zwei Personen aus ihrem Umfeld zutrifft. Allerdings haben Mittel- und Realschüler häufiger aus Ihrem Umfeld heraus Berührungspunkte mit dem Handwerk, als das bei Gymnasiasten der Fall ist. Beispielsweise geben jeweils ca. 20 % der Mittel- und Realschüler an, in ihrem Umfeld sogar über 5 Personen zu haben, die im Handwerk beschäftigt sind. Bei Gymnasiasten stimmen dieser Aussage nur noch 11 % zu (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 11 präsentiert die **Mobilitätsbereitschaft** der befragten Schüler, wenn es um die Aufnahme einer Ausbildung geht. Während sich 55 % der Gymnasiasten für den Start einer Ausbildung vorstellen können, sich deutschlandweit zu bewegen bzw. auch ins Ausland zu gehen, möchten Mittel- und Realschüler überwiegend in ihrer Heimatregion verbleiben. Die geringste Mobilitätsbereitschaft weisen Mittelschüler auf: 35 % geben an, ausschließlich eine Ausbildung am Wohnort bzw. in Wohnortnähe anstreben zu wollen. Für Betriebe und ihre Beteiligung an Berufsorientierungsmaßnahmen bedeutet dies, dass vor allem Schulkontakte und -partnerschaften in der Nähe des Betriebsstandorts eine Rolle für die Gewinnung von Auszubildenden spielen. Es kann angenommen werden, dass längere Anfahrtswege des potenziellen Azubis zum künftigen Betrieb die Attraktivität der gebotenen Ausbildungsstelle reduzieren. Eine Beteiligung an überregionalen Veranstaltungen zur Azubigewinnung könnte sich trotz Begeisterung der Schüler für den Beruf und Ausbildungsbetrieb aufgrund der geringen Mobilitätsbereitschaft letztendlich für den einzelnen Betrieb weniger auszahlen als bei eng-regionalen Veranstaltungen.

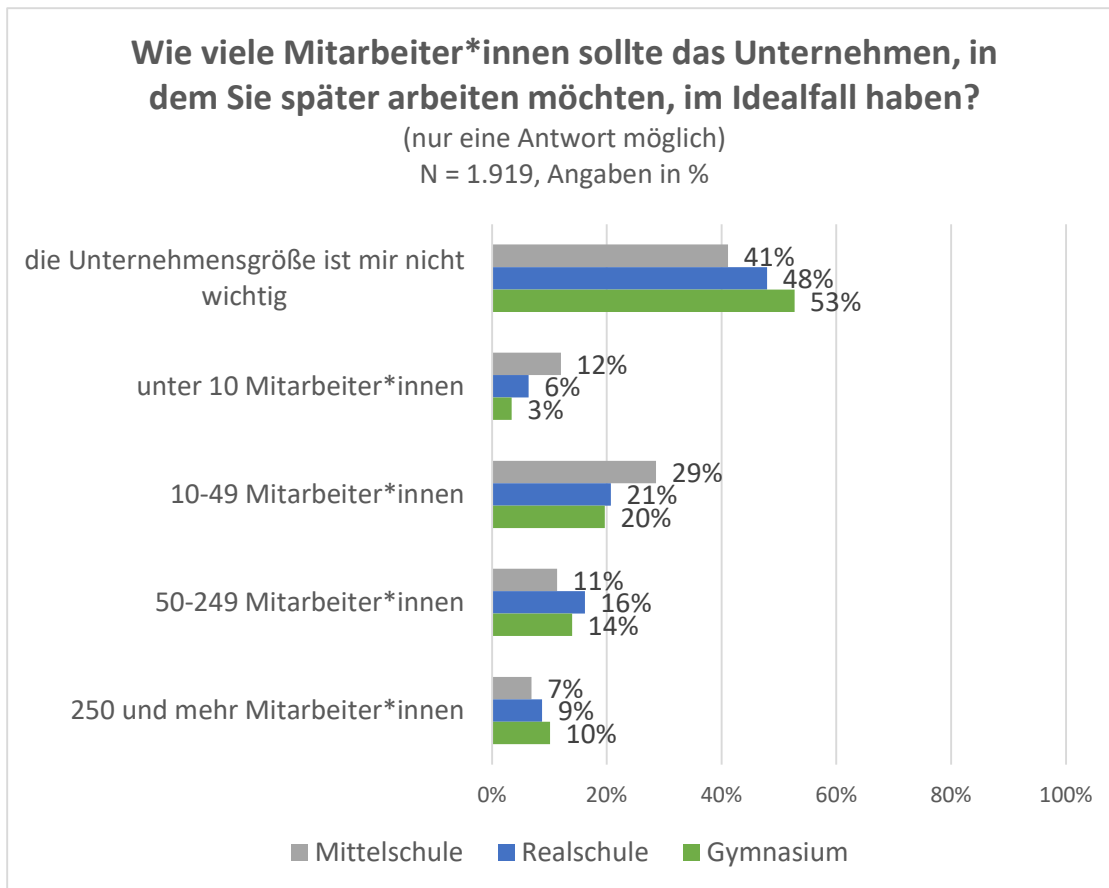


Abbildung 12: Bevorzugte Unternehmensgröße der befragten Schüler

Mit Blick auf die bevorzugte **Unternehmensgröße** eines Ausbildungsbetriebs (vgl. Abbildung 12) sind sich die befragten Schüler einig: Mehrheitlich geben sie an, dass ihnen dieses Charakteristikum eines Unternehmens als alleiniges Merkmal bzw. Kriterium nicht wichtig ist (Mittelschüler: 41 %, Realschüler: 48 %, Gymnasiasten: 53 %). Diejenigen Schüler, die eine konkrete Vorstellung bzgl. dieses Merkmals haben, sprechen sich vor allem für die Größenklasse der Unternehmen mit 10–49 Mitarbeitenden aus (Mittelschüler: 29 %, Realschüler: 21 %, Gymnasiasten: 20 %). Sehr kleine Betriebe mit bis zu 9 und große Betriebe ab 250 Mitarbeitern sind für alle Schularten weniger attraktiv. Insgesamt lässt sich daraus ableiten, dass auch die kleinen und mittleren Betriebe des Handwerks nicht per se aufgrund ihrer Unternehmensgröße als unattraktiv gelten. Anstrengungen im Rahmen der Beteiligung an Berufsorientierungsmaßnahmen sind vielmehr als sinnvoll einzuschätzen, da das Augenmerk der Mehrheit potenzieller Azubis gerade auf diese Unternehmensgröße gerichtet ist.

4 Ergebnisse

4.1 Zukunftsperspektiven mit dem beruflichen Bildungsweg im Handwerk im Vergleich zur akademischen Bildung

Diese Studie ging der Forschungsfrage nach, wie die befragten Schüler die **Zukunftschancen mit dem beruflichen im Vergleich zum akademischen Bildungsweg** wahrnehmen. Die Ergebnisse dieses Teils der Umfrage sind v. a. für die Handwerksorganisation relevant, da sie aufzeigen, wie sich die Sicht auf die beiden Qualifizierungswege unterscheidet und in welchen Aspekten eine Annäherung stattfinden müsste. Ein Erreichen dieser Annäherung müsste dann die Handwerksorganisation über Initiativen, Projekte, Marketingarbeit etc. zu steuern versuchen. Mit Blick auf mögliche **Unterscheidungsmerkmale der Bildungswege** wurden im Fragebogen vier Aspekte berücksichtigt: 1) die Einschätzung der **späteren Bezahlung** mit einer Ausbildung bzw. einem Studium, 2) die Einschätzung des **gesellschaftlichen Ansehens** mit einer Ausbildung bzw. einem Studium, 3) die Einschätzung, später einen **interessanten Job** mit einer Ausbildung bzw. einem Studium ausüben zu können und 4) die Einschätzung des **späteren Arbeitslosigkeitsrisikos** mit einer Ausbildung bzw. einem Studium. Abbildungen 13 und 14 ermöglichen einen schnellen Einblick in die zentralen Erkenntnisse: Über einen Mittelwertvergleich der Antworten der Mittel-, Realschüler und Gymnasiasten (6er Likert-Skala mit 1 = sehr schlecht/sehr gering und 6 = sehr gut/sehr hoch) zeigt sich die Beurteilung der Bildungswege. Dabei gilt: Je höher der Mittelwert, desto höher das Zustimmungsverhalten im jeweiligen Bereich. Ab einem Mittelwert von 3,5 befindet sich das Zustimmungsverhalten im positiv ausgeprägten Bereich.

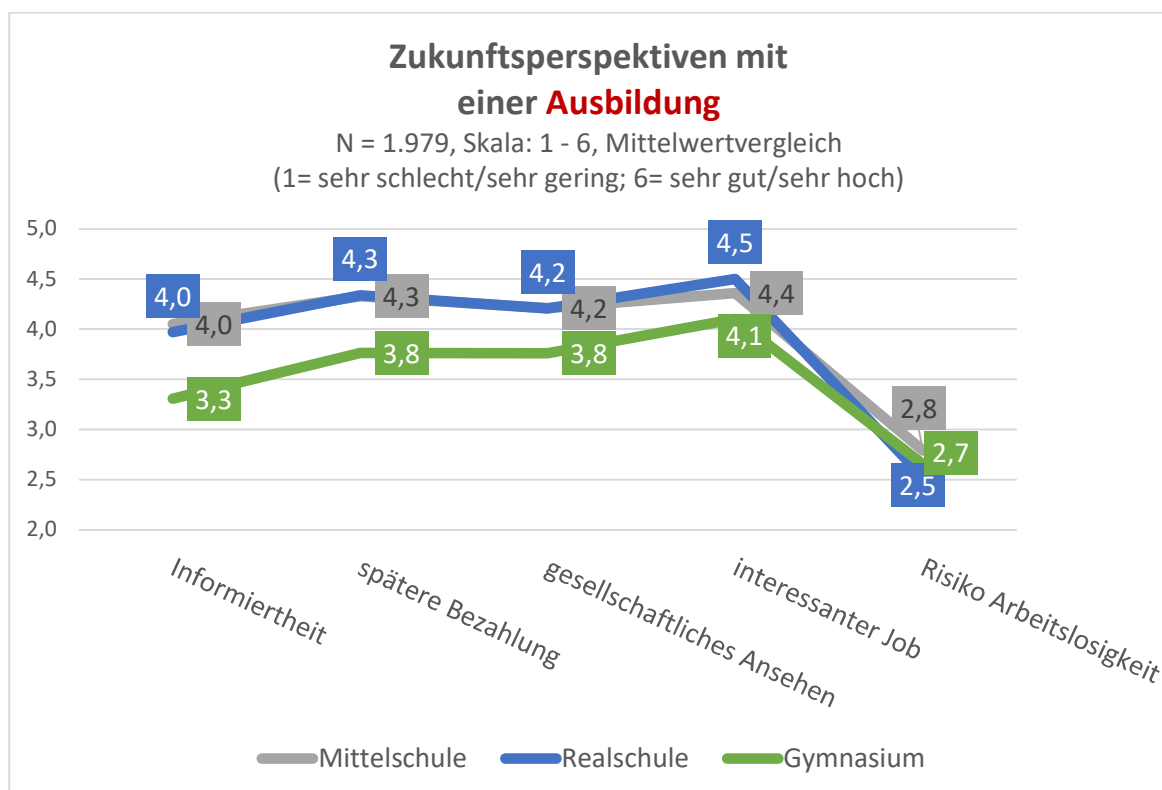


Abbildung 13: Einschätzung der Zukunftsperspektiven mit einer Ausbildung (Schulvergleich)



Abbildung 14: Einschätzung der Zukunftsperspektiven mit einem Studium (Schulvergleich)

Auf eine **Ausbildung** (vgl. Abbildung 13) blicken Mittel- und Realschüler ähnlich positiv: Beide Schularten fühlen sich zum Befragungszeitpunkt gut über die Möglichkeiten einer Ausbildung informiert und schätzen die damit verbundenen Jobmöglichkeiten als sehr interessant ein (Mittelwert 4,4 bzw. 4,5). Das Risiko einer Arbeitslosigkeit bewerten sie, ähnlich wie Gymnasiasten, als gering. Insgesamt zeigt sich allerdings, dass sich Gymnasiasten wesentlich schlechter über diesen Qualifizierungsweg informiert fühlen und in der Bewertung der späteren Verdienstmöglichkeiten, des gesellschaftlichen Ansehens sowie der interessanten Jobmöglichkeiten unter der Einschätzung der Mittel- und Realschüler bleiben.

Bei einem **Studium** (vgl. Abbildung 14) dreht sich die Einschätzung der Schüler um: Während auch hier das Risiko einer Arbeitslosigkeit von allen Schularten als verschwindend gering bewertet wird, beurteilen Gymnasiasten v. a. das gesellschaftliche Ansehen durch den akademischen Bildungsweg deutlich besser, als sie das bei der beruflichen Option getan haben. Auch das Thema Bezahlung hat aus Sicht der Gymnasiasten als deutliches Unterscheidungsmerkmal der beiden Bildungswege manifestiert. Die Informiertheit aller drei Schularten liegt zum Befragungszeitpunkt noch im unteren Bereich. Bei Gymnasiasten ist dies möglicherweise damit zu begründen, dass diese in der neunten Jahrgangsstufe noch eine längere Zeit bis zum Schulabschluss – und insofern der Aufnahme eines Studiums – vor sich haben. Bei Mittel- und Realschülern könnte die geringe Informiertheit daraus resultieren, dass die Aufnahme eines Studiums nicht ohne notwendigen schulischen Zwischenschritt erfolgen kann und insofern auch noch eine längere Zeitspanne bis zum tatsächlichen Antritt eines Studiums vorliegt.

Abbildungen 15 bis 17 zeigen nun – je nach Schulart – das Zustimmungsverhalten zu den einzelnen Fragen mit Prozentangaben im Detail. Die ersten 5 Fragen beziehen sich jeweils auf die betriebliche Ausbildung, die Fragen 6 bis 10 auf das Studium. Ca. 50 % der **Mittelschüler** sowie **Realschüler** be-

werten die Bezahlung sowie die Chance auf einen interessanten Job bei einer Ausbildung als gut bzw. sehr gut. Bei einem Studium heben beide Schularten am stärksten das gesellschaftliche Ansehen sowie ebenso die Chance auf einen interessanten Job hervor. Lediglich 37 % der **Gymnasiasten** bewerten die Aussicht auf einen interessanten Job in Verbindung mit einer Ausbildung als gut bzw. sehr gut, bei einem Studium tun dies hingegen 60 %. 66 % der Gymnasiasten schreiben dem akademischen Bildungsweg zu, mit einem hohen bzw. sehr hohen gesellschaftlichen Ansehen einherzugehen.



Abbildung 15: Detaileinschätzung der Zukunftsperspektiven durch Mittelschüler

Wie schätzen Realschüler die Zukunftsperspektiven mit einer betrieblichen Ausbildung oder einem Studium ein?

N = 898, Angaben in %

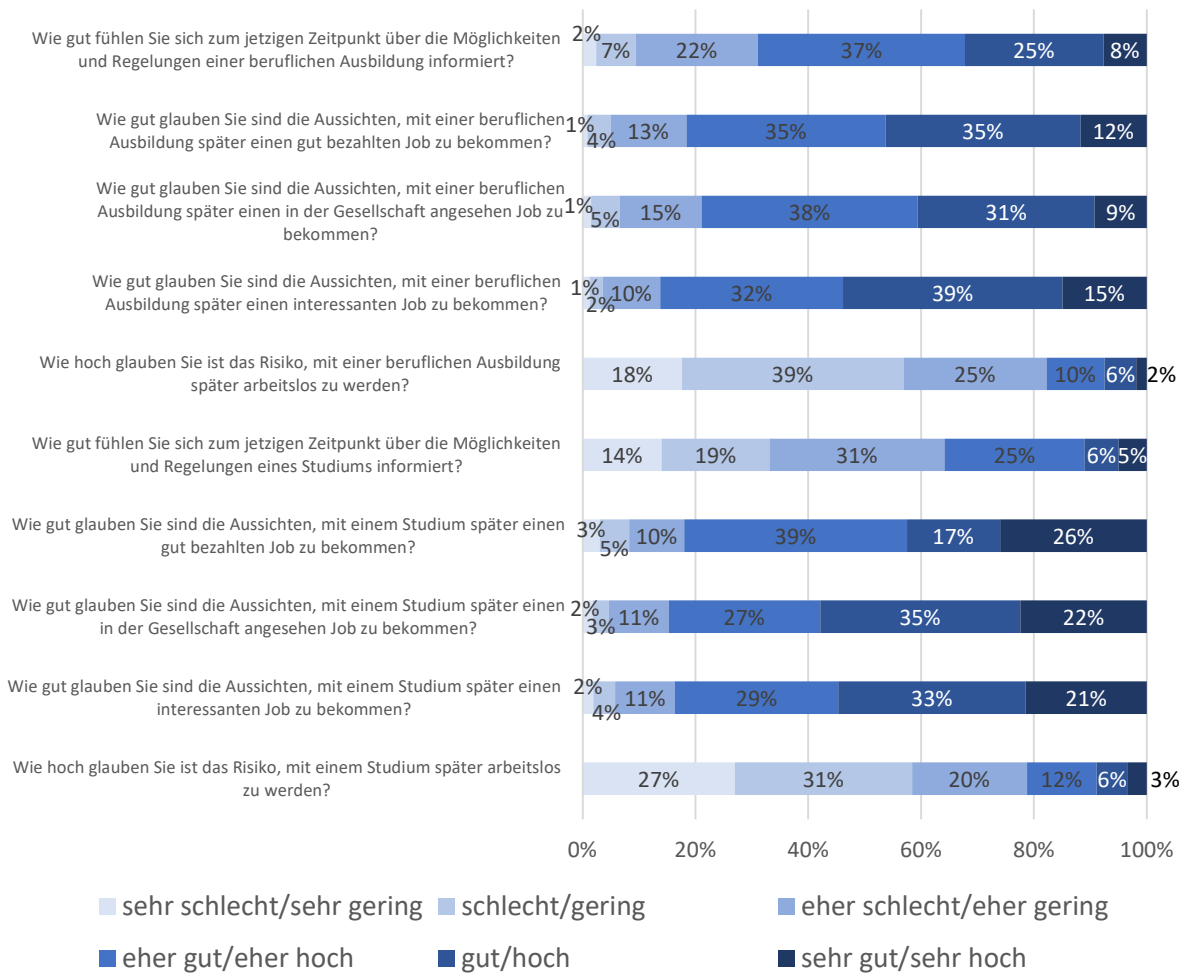


Abbildung 16: Detaileinschätzung der Zukunftsperspektiven durch Realschüler

Wie schätzen Gymnasiasten die Zukunftsperspektiven mit einer betrieblichen Ausbildung oder einem Studium ein?

N = 537, Angaben in %

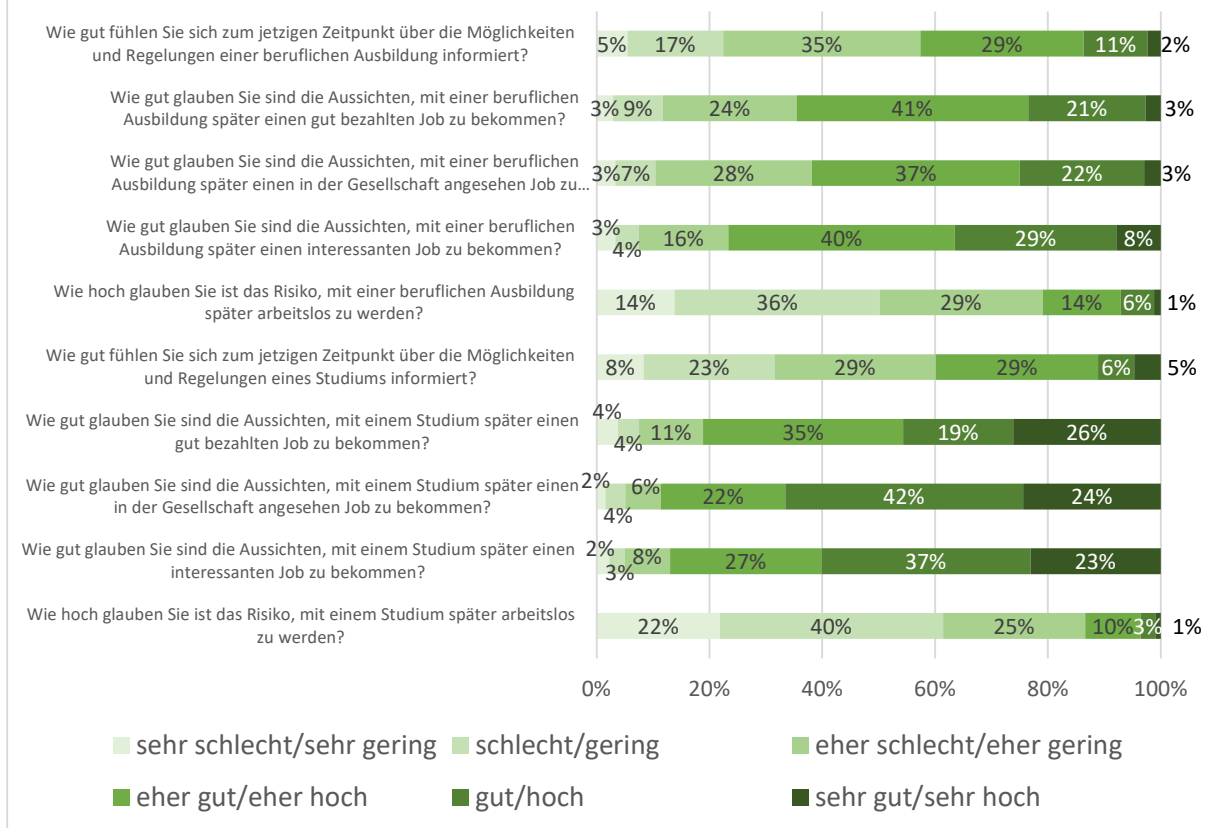


Abbildung 17: Detaileinschätzung der Zukunftsperspektiven durch Gymnasiasten

Während es **bislang um einen Vergleich zweier Bildungswege ohne Handwerksbezug** ging, folgen nun Analysen, die konkreter auf die **Bewertung einer Ausbildung bzw. Beschäftigung im Handwerk** eingehen. Dies erfolgte mittels drei Kategorien: 1) empfundene **Attraktivität** (Fragen 1–3) gegenüber einer Handwerksausbildung, 2) empfundener **Ruf** (Fragen 4–6) von handwerklichen Ausbildungsbetrieben und 3) empfundene **Vertrautheit** (Fragen 7–9) mit dem Handwerk bzw. der Branche. Abbildung 18 zeigt den **Mittelwertvergleich aller drei einbezogenen Schularten**. Insgesamt bleibt die Bewertung der Attraktivität des Handwerks im Rahmen der Ausbildung hinter den Erwartungen zurück. Weder Mittel- noch Realschüler würden sich nach Schulabschluss als erstes im Handwerk bewerben. Für Gymnasiasten kommt das Handwerk dabei noch weniger in Frage. Selbst bei einer Einladung zu einem Vorstellungsgespräch würden sich alle drei Schularten zögerlich verhalten. Mit Blick auf den Ruf nehmen die Jugendlichen aus allen drei Schularten am ehesten bei ihren Eltern wahr, dass diese das Handwerk zumindest leicht positiv bewerten. Bei Freunden und Mitschülern hingegen ist aus ihrer Sicht das Handwerk eher leicht negativ besetzt. Während Mittel-, Realschüler und Gymnasiasten angeben, mit dem Handwerk vertraut zu sein und diesen Wirtschaftszweig auch von anderen unterscheiden zu können, kommt ihnen das Handwerk dennoch nicht als erstes in den Sinn, wenn sie an mögliche Arbeitgeber denken.

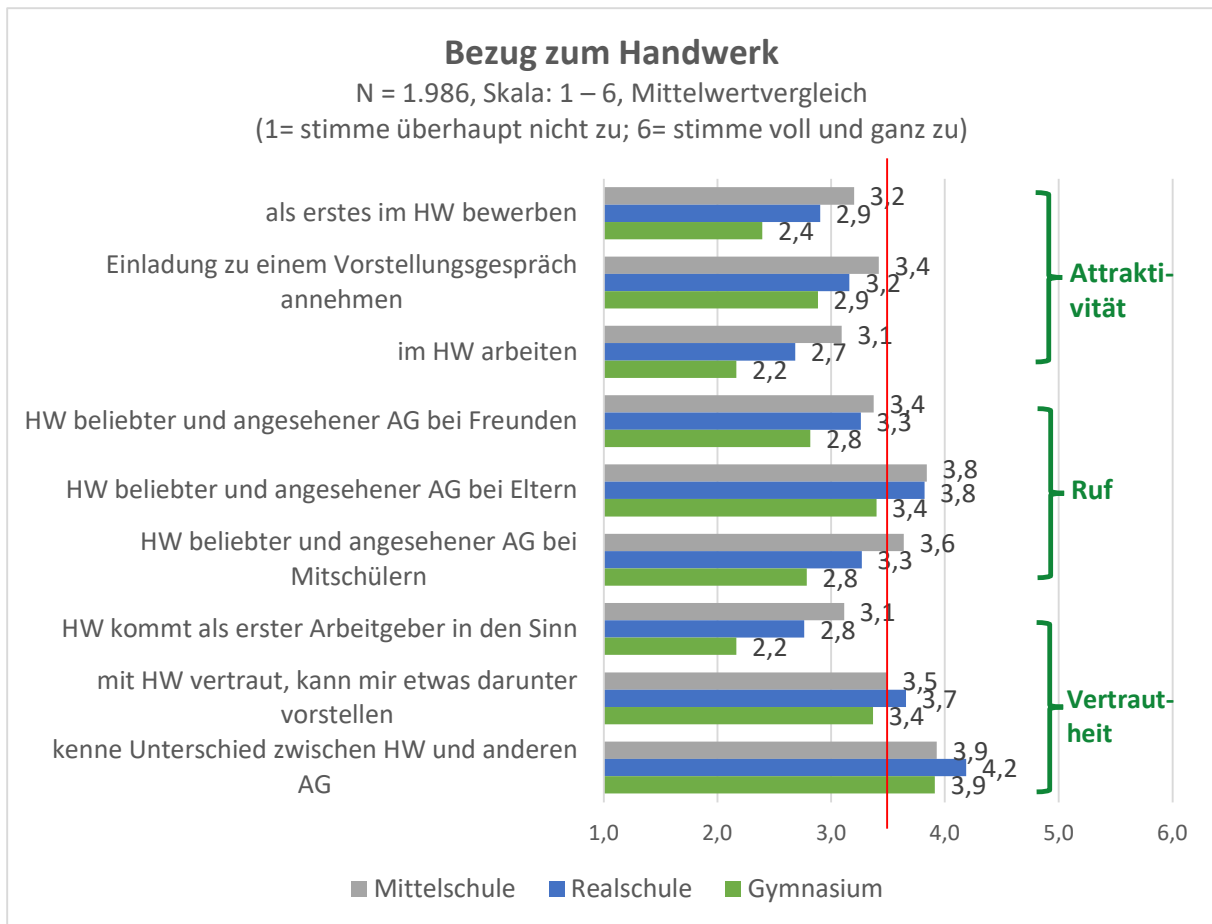


Abbildung 18: Attraktivität, Ruf und Vertrautheit mit dem Handwerk (Schulvergleich)

Abbildungen 19 (Mittelschule), 20 (Realschule) und 21 (Gymnasium) geben je nach Schulart einen detaillierten Einblick in die Analysen. Die ersten 3 Fragen (vgl. Abbildung 19) geben die empfundene **Attraktivität der Mittelschüler** gegenüber dem Handwerk wieder. Dabei zeigt sich, dass über 40 % eine Ausbildung im Handwerk als attraktive Option betrachten. 47 % stimmen beispielsweise zu, eine Einladung zu einem Vorstellungsgespräch jederzeit wahrzunehmen. Allerdings zeigt sich, dass 25 % der befragten Mittelschüler überhaupt nichts mit einer Beschäftigung im Handwerk anfangen können und die Aussage, sehr viel dafür zu geben, bei einem Handwerksbetrieb beschäftigt zu sein, stark verneinen. Den **Ruf des Handwerks** (Fragen 4–6) beurteilen Mittelschüler je nach Bezugsgruppe unterschiedlich: Während sie angeben, dass Handwerksbetriebe als Ausbildungsunternehmen bei Eltern und Klassenkameraden beliebt sind (jeweils ca. 60 % Zustimmung), kann dieser positive Ruf im Freundeskreis nicht so deutlich bestätigt werden. Während 64 % angeben, das Handwerk sehr gut im **Vergleich zu anderen Arbeitgebern abgrenzen** zu können, geben nur 42 % an, das Handwerk ohne Fremddimpuls als ersten Arbeitgeber zu benennen, wenn es um die berufliche Zukunft geht.

Welchen Bezug haben Mittelschüler zum Handwerk?

N = 594, Angaben in %

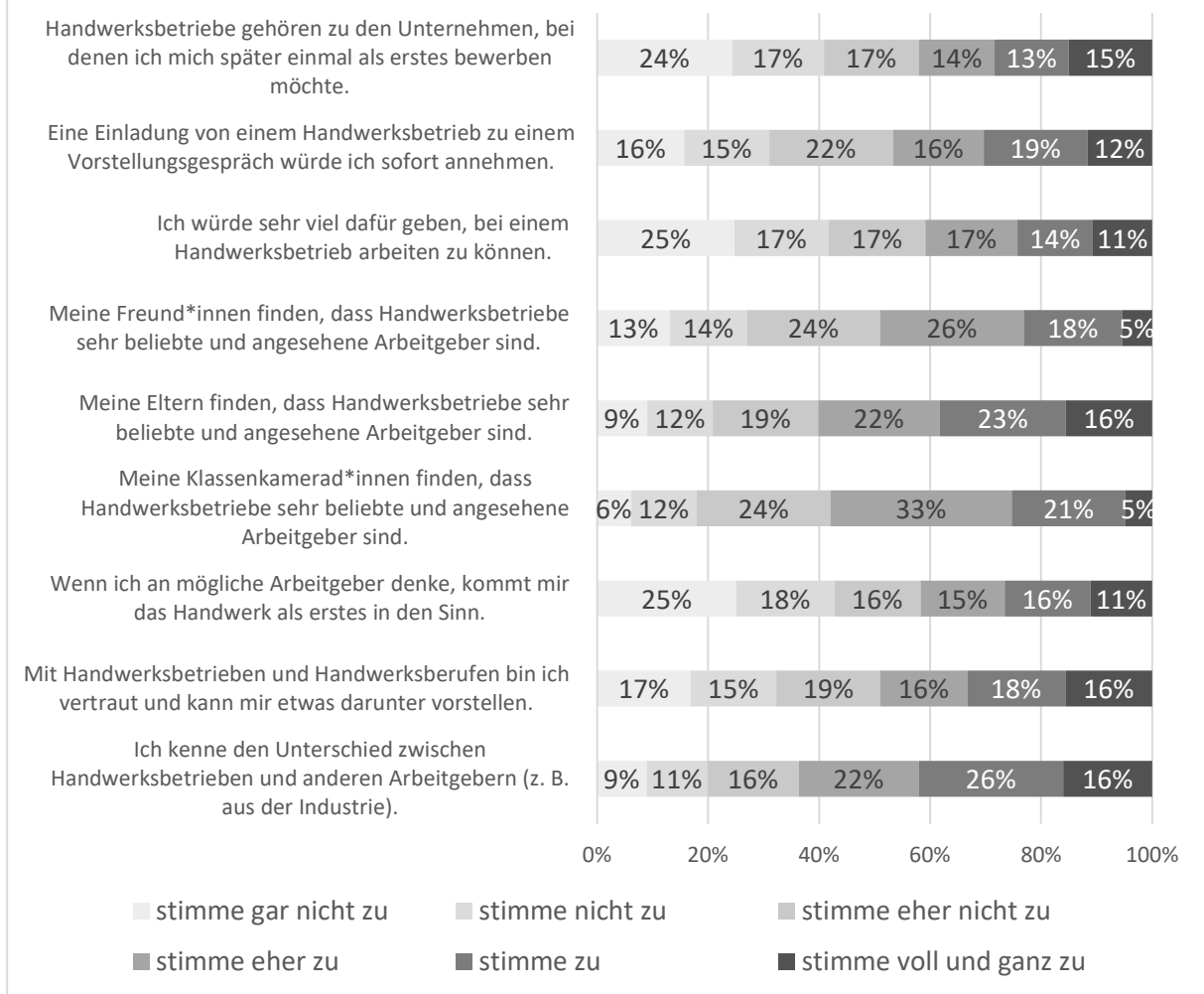


Abbildung 19: Attraktivität, Ruf und Vertrautheit mit dem Handwerk bei Mittelschülern

Realschüler (vgl. Abbildung 20) sind weitaus zurückhaltender in der **Beurteilung der Attraktivität** (Fragen 1–3) von Handwerksbetrieben. Während sich 39 % über eine Einladung zu einem Vorstellungsgespräch freuen würden, bestätigen nur noch rund 30 %, sich im Handwerk zu bewerben oder dort arbeiten zu wollen. Bei der Beurteilung des **Rufs** ist nach Angaben der Realschüler die Sicht der Eltern auf das Handwerk führend (60 %). Allerdings beurteilen Freunde sowie Klassenkameraden der Realschüler den Ruf des Handwerks deutlich schlechter, als dies bei Mittelschülern der Fall war. Sehr positiv fällt auf, dass 76 % der Realschüler sich **ausführlich mit dem Handwerk beschäftigt** haben und es eindeutig zu anderen Arbeitgebern abgrenzen können. Stärker als Mittelschüler können sie sich etwas unter dem Handwerk vorstellen. Allerdings denken sie weniger stark als erstes an das Handwerk, wenn es um die berufliche Zukunft geht (32 %).

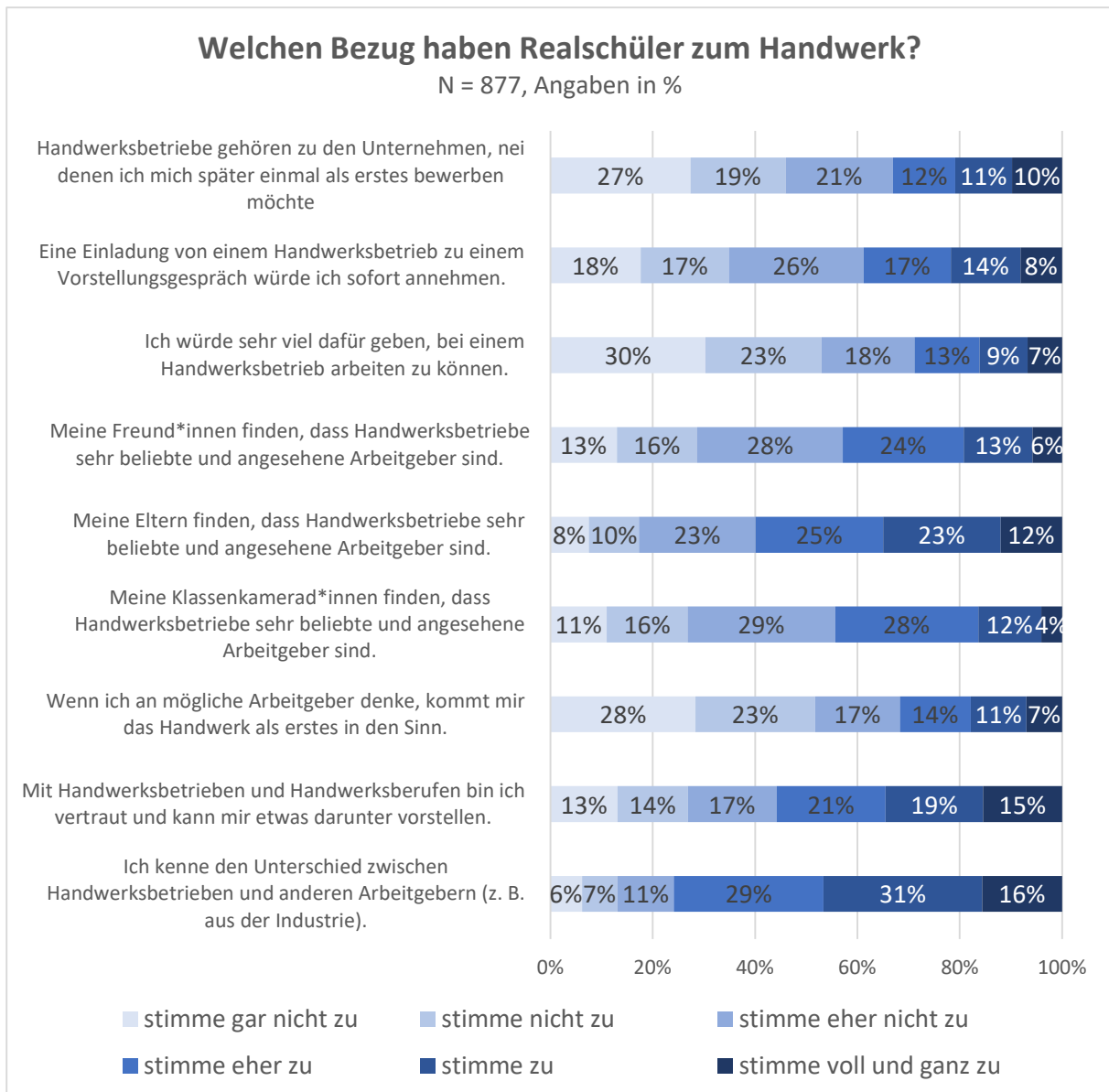


Abbildung 20: Attraktivität, Ruf und Vertrautheit mit dem Handwerk bei Realschülern

Im Vergleich zu Mittel- und Realschülern ist die **Attraktivität des Handwerks bei Gymnasiasten** äußerst gering (vgl. Abbildung 21). Mit Blick auf die Bewerbung oder eine Beschäftigung lehnen 82 % bzw. sogar 89 % das Handwerk als attraktiven Arbeitgeber ab. Über 70 % schätzen den Ruf des Handwerks bei wichtigen Bezugsgruppen wie Freunden und Klassenkameraden als gering bzw. sehr gering ein. Während sich Gymnasiasten ähnlich gut mit dem Handwerk auseinandergesetzt haben (Unterschied zu anderen Arbeitgebern ist zu 66 % bekannt) wie Mittelschüler, geben bei ihnen im Schulvergleich die wenigsten Befragten an, sich initial an das Handwerk zu erinnern, wenn es um mögliche Arbeitgeber geht (14 %).

Welchen Bezug haben Gymnasiasten zum Handwerk?

N = 515, Angaben in %

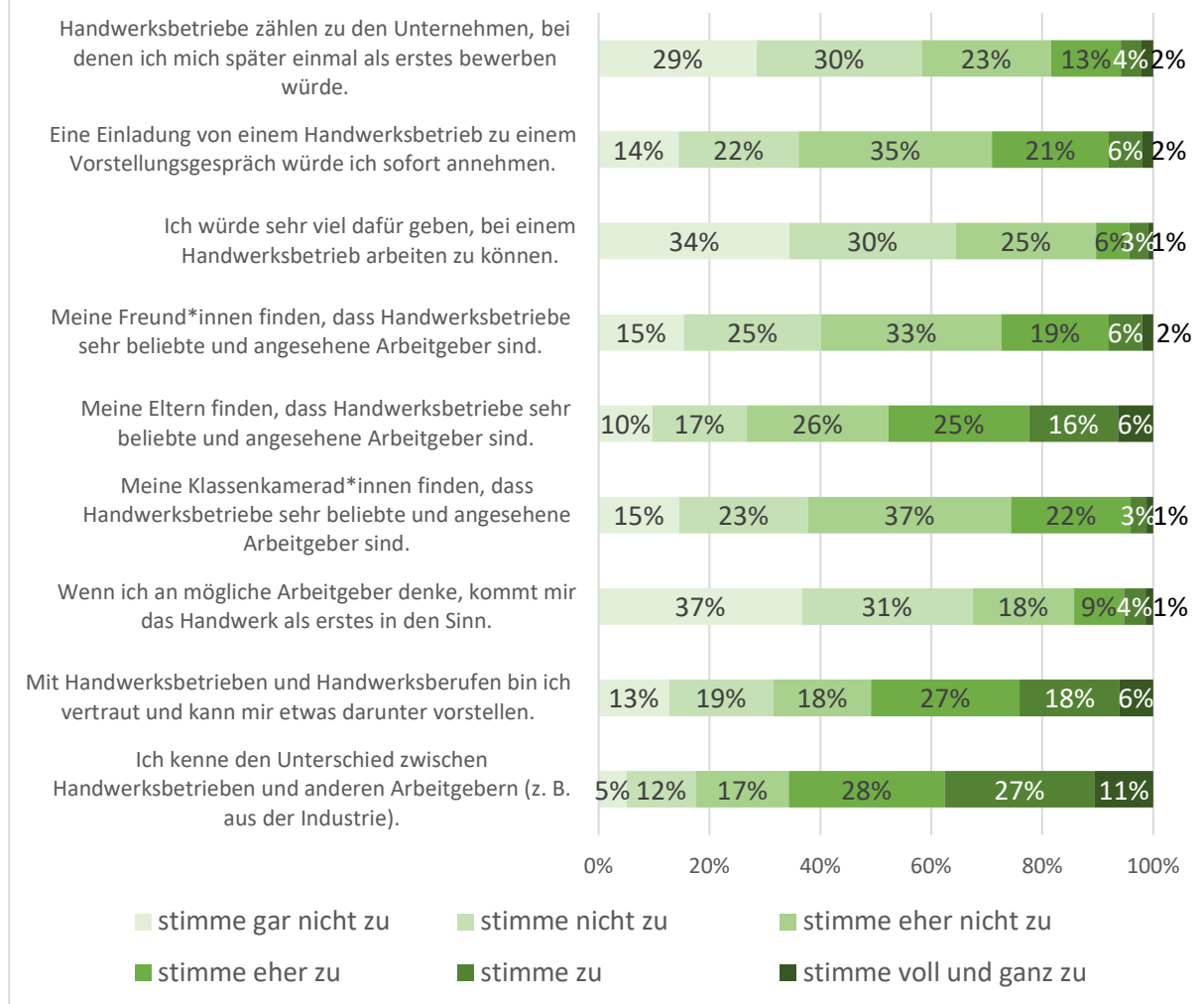


Abbildung 21: Attraktivität, Ruf und Vertrautheit mit dem Handwerk bei Gymnasiasten

Mit Blick auf die nahe Zukunft konnten die Befragten angeben, ob sie schon eine **konkrete Vorstellung für den nächsten Schritt nach erfolgreichem Schulabschluss** haben (vgl. Abbildung 22). Dabei zeigten sich mit 30 % vor allem viele **Gymnasiasten** als unentschlossen. Mit knapp 40 % planen sie am häufigsten, im Anschluss ein Studium aufzunehmen. Eine Ausbildung beginnen möchten mit nur 6 % sehr wenige von ihnen. Mit 17 % Zustimmung sticht bei Abiturienten vor allem das Orientierungsjahr, möglicherweise in Verbindung mit Work & Travel, als beliebte Option heraus. **Mittel- und Realschüler** haben hingegen fast nie das Bedürfnis, im Anschluss an den Schulabschluss ein Jahr Orientierungszeit zu nehmen. Bei ihnen sind im Vergleich zu den Gymnasiasten auch nur 17 Prozent unentschlossen im Hinblick auf den nächsten Schritt. Die beliebteste Option der Mittel- (52 %) sowie der Realschüler (46 %) ist eine betriebliche Ausbildung.

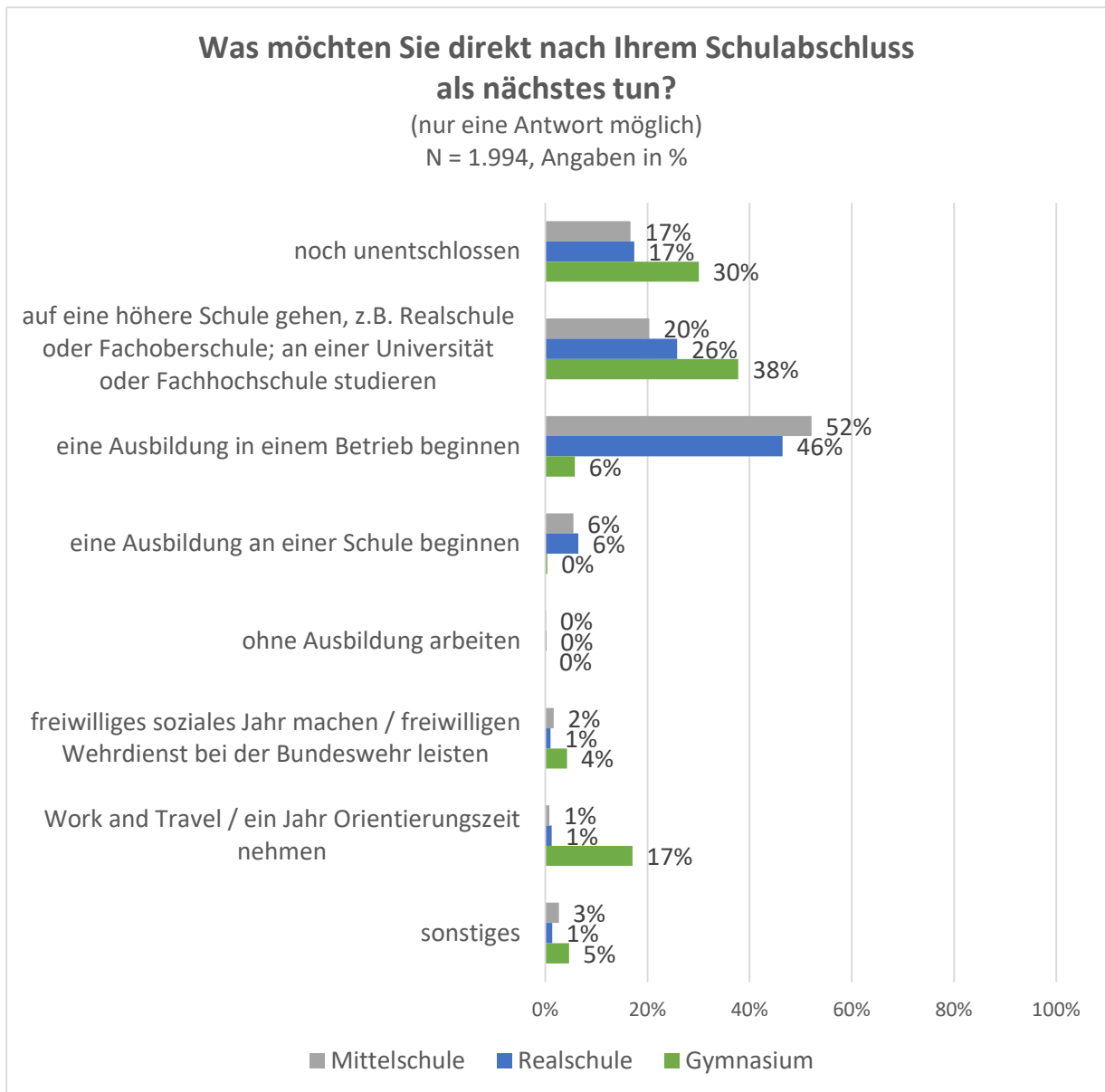


Abbildung 22: Zukunftsplanung der befragten Schüler

Bei den **Berufsfeldern** (vgl. Abbildung 23) konnten die Befragten jeweils mehrere für sie attraktive Optionen ankreuzen. Bei den Mittelschülern zeigt sich mit 20 % der Bereich Auto / Fahrzeugtechnik am beliebtesten, gefolgt von Gesundheit (16 %) und Soziales / Pädagogik (16 %). Die Top-3-Arbeitsplätze der Realschüler finden sich in den Feldern Soziales / Pädagogik (18 %), Wirtschaft / Verwaltung (13 %) und Gesundheit (13 %) wieder. Gymnasiasten entscheiden sich bevorzugt für das Berufsfeld Gesundheit (23 %), aber auch Naturwissenschaften (20 %) sowie Medien (19 %) sind für sie sehr attraktiv.

Für welche Berufsfelder interessieren Sie sich?

(mehrere Antworten möglich)

N = 1.994, Angaben in %

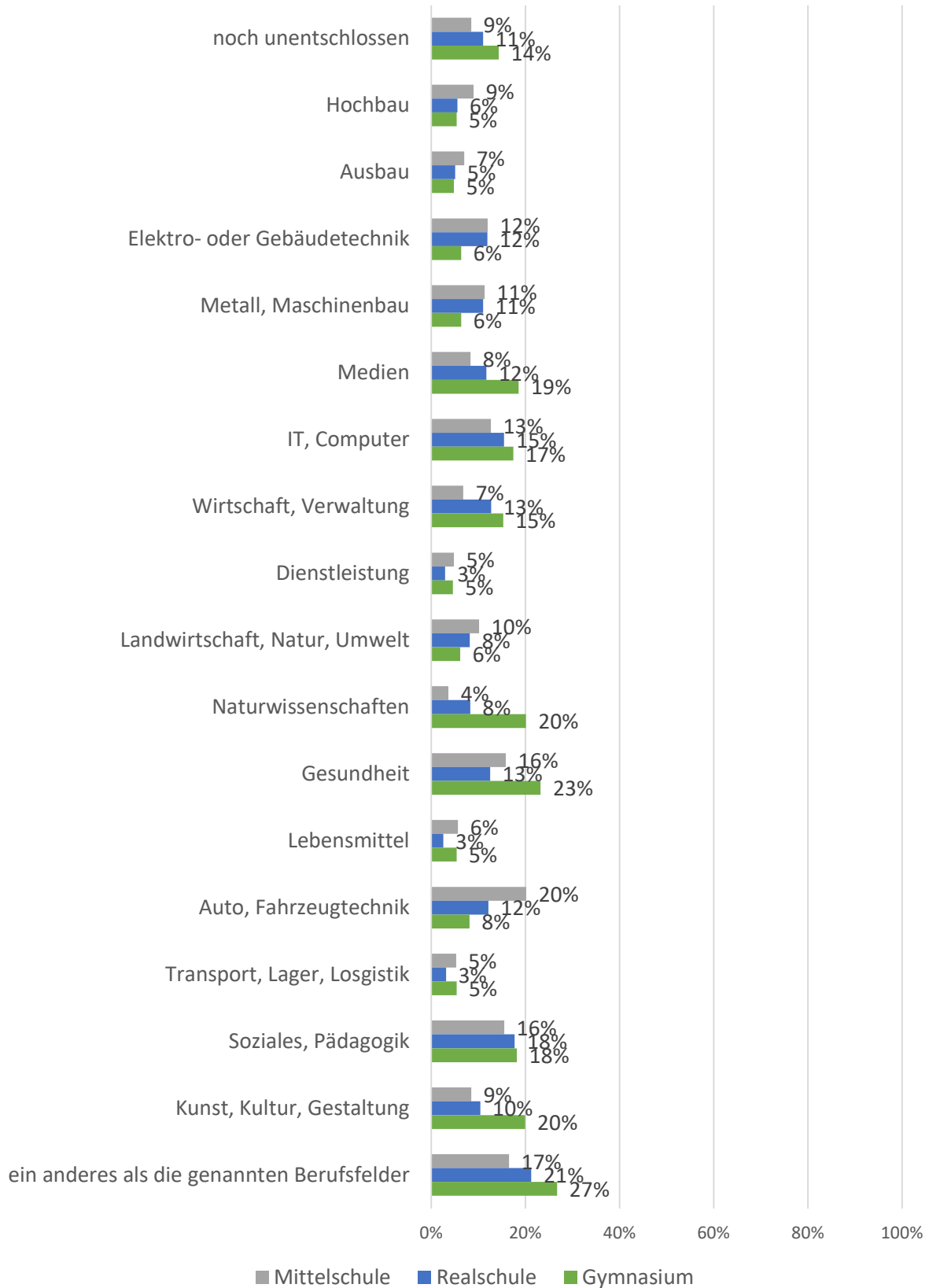


Abbildung 23: Interessante Berufsfelder für die befragten Schüler

Neben der generellen Attraktivität, die die befragten Schüler dem Handwerk übergeordnet zuschreiben, ist auch die **Detailanalyse** wichtig. Diese beschäftigt sich mit der Frage, wie die Schüler das Handwerk mit Blick auf einzelne **Attraktivitätsmerkmale** beurteilen. In den Fragebogen wurde dazu ein Frageblock aus 29 Arbeitgeber- und Job- bzw. Berufscharakteristika integriert. Diese einzelnen Beurteilungskriterien zeigen, welche Merkmale aus Sicht der Schüler im Handwerk sehr gut erfüllt sind und welche Charakteristika mit Blick auf die Attraktivität verbessert werden können.

4.2 Attraktivitätsmerkmale einer Beschäftigung im Handwerk

Mittelschüler (vgl. Abbildung 24) beurteilen das Handwerk in den Kriterien, bei der Arbeit **schmutzig** zu werden (83 %) sowie in der **körperlichen Betätigung** bei der Arbeit (84 %), hoch. Die **Sichtbarkeit der Arbeitsergebnisse** liegt in ihren Augen ebenfalls sehr stark vor, was als positiv zu bewerten ist. Sichtbarkeit einerseits und der körperliche Einsatz andererseits sind im Handwerk oftmals miteinander verknüpft. Bei Mittelschülern herrscht zudem ein sehr positives Bild hinsichtlich des **Betriebsklimas** im Handwerk vor. Der Chef sowie die Kollegen werden als freundlich eingeschätzt. Das **Arbeiten im Team** wird ebenfalls stark mit dem Handwerk in Verbindung gebracht. Ihrer überwiegenden Meinung nach findet man im Handwerk **interessante und eigenverantwortliche Tätigkeiten** vor, kann mit einer späteren Festanstellung planen, hat gute Zukunftschancen und sich die Möglichkeit einer späteren Selbständigkeit eröffnet (vgl. Abbildung 24).

Realschüler (vgl. Abbildung 25) bestätigen dem Handwerk in vielen der bereits von Mittelschülern als sehr gut beurteilten Arbeitgeber- und Jobcharakteristika ebenfalls sehr hohe Werte. Beim Thema der **Vergütung** sowie dem **sozialen Ansehen** allerdings liegen die Evaluation der Realschüler auf einem deutlich schlechteren Niveau. Die Zustimmungsraten von Realschülern, dass man im Handwerk während (45 %) bzw. nach der Ausbildung (62 %) gut verdienen kann, liegen teils um über 20 Prozentpunkte niedriger als bei Mittelschülern. Bei **Gymnasiasten** (vgl. Abbildung 26) ist die **Beurteilung der Vergütung sowie des sozialen Ansehens** dann nochmals schlechter (ca. jeweils um 10 Prozentpunkte) als bei Realschülern. Sie beurteilen das Handwerk vor allem mit Blick auf die interessanten und herausfordernden Tätigkeiten sowie das selbständige und eigenverantwortliche Arbeiten sehr positiv. Auch das Betriebsklima (Verhältnis zum Chef und den Mitarbeitenden) bewerten sie sehr gut.

Wie schätzen Mittelschüler das Handwerk in den unten aufgeführten Punkten ein?

N = 591, Angaben in %

Wenn man im Handwerk arbeitet, hat man...



Abbildung 24: Bild vom Handwerk bei Mittelschülern

Wie schätzen Realschüler das Handwerk in den unten aufgeführten Punkten ein?

N = 870, Angaben in %

Wenn man im Handwerk arbeitet, hat man...

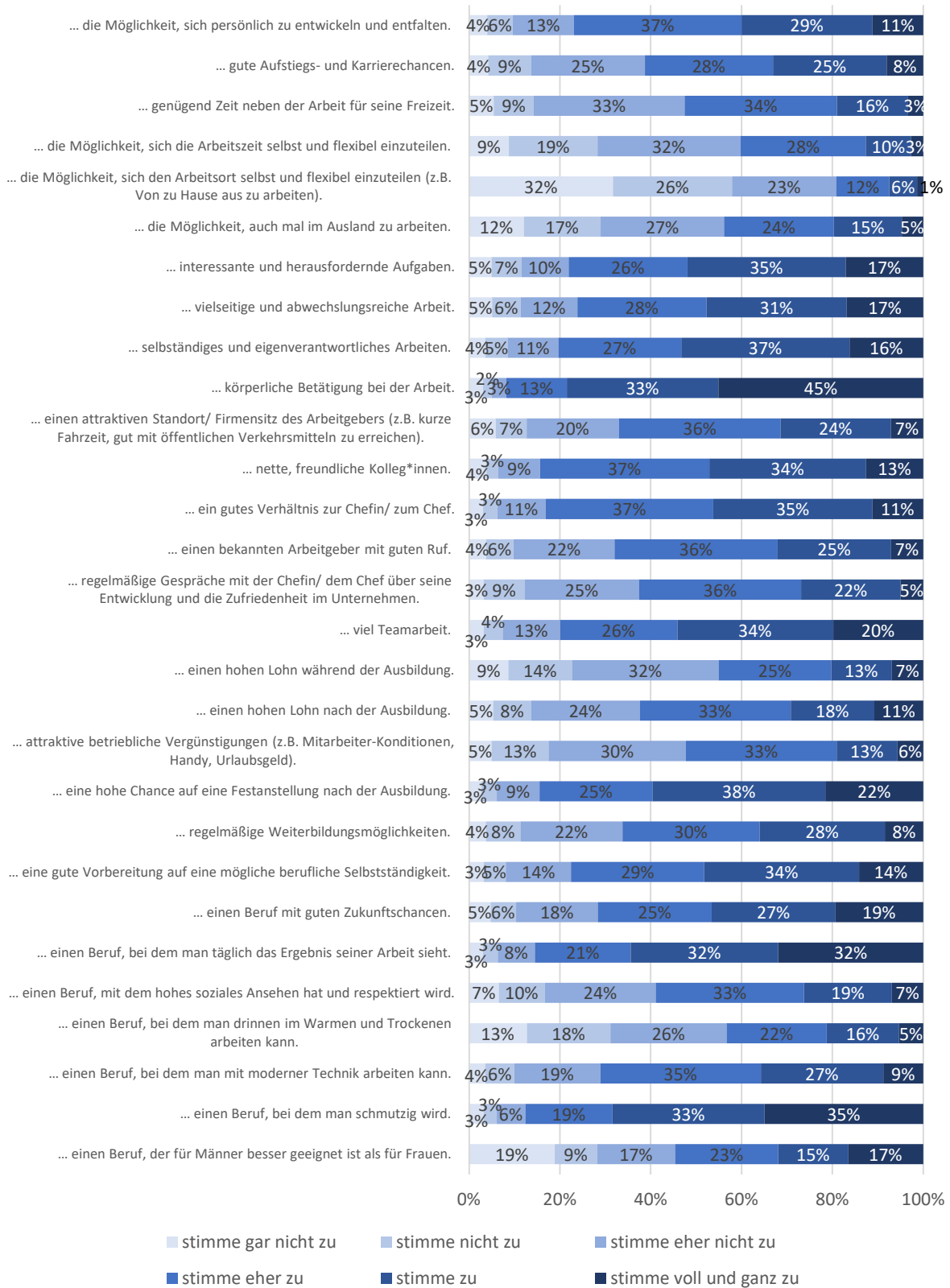


Abbildung 25: Bild vom Handwerk bei Realschülern

Wie schätzen Gymnasiasten das Handwerk in den unten aufgeführten Punkten ein?

N = 512, Angaben in %

Wenn man im Handwerk arbeitet, hat man...

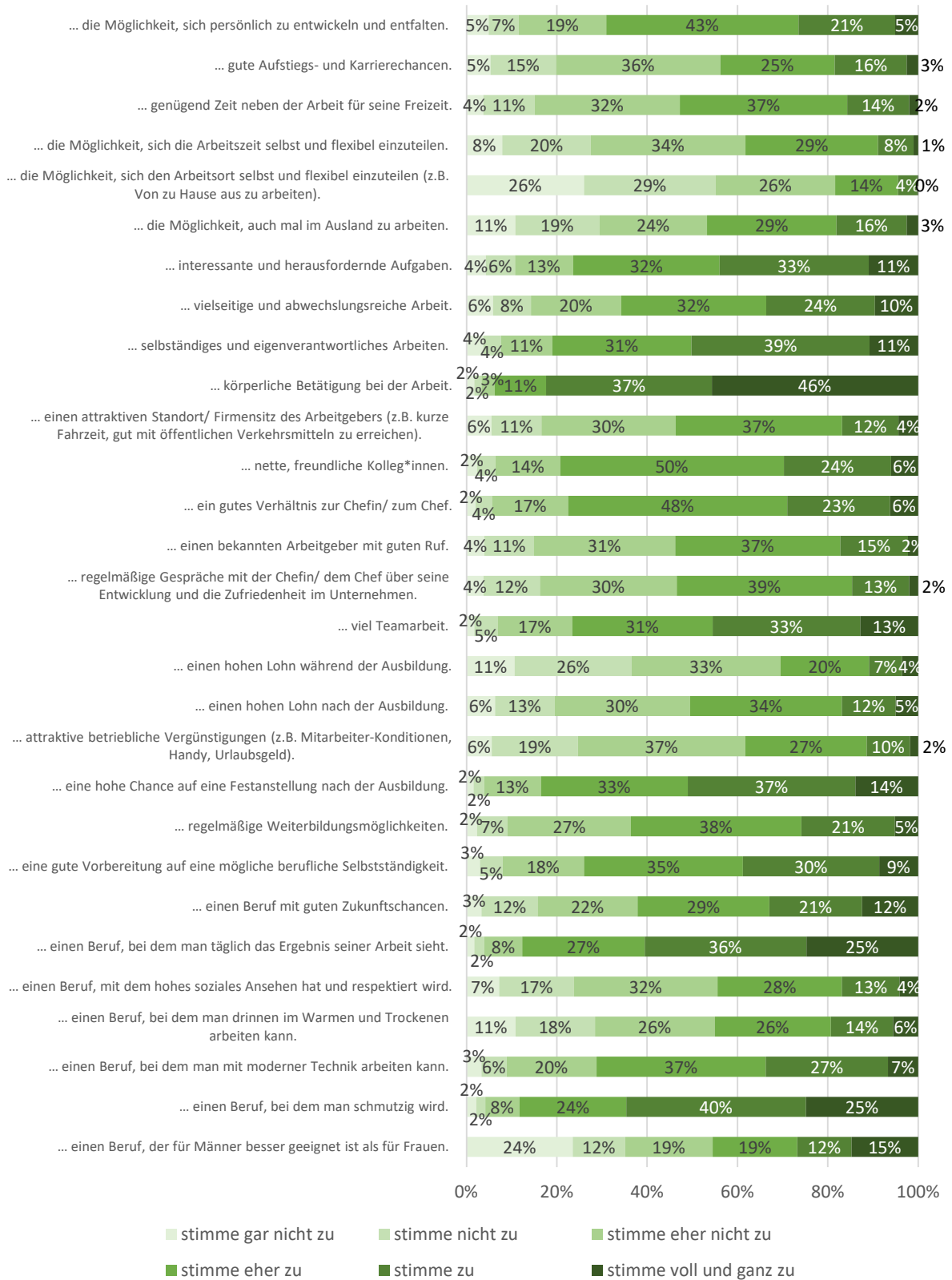


Abbildung 26: Bild vom Handwerk bei Gymnasiasten

In Ergänzung zu den Detailanalysen der Abbildungen 24–26 ermöglichen die folgenden **Mittelwertvergleiche** einen schnellen Überblick, welche **Top 10 Arbeitgeber- und Jobmerkmale** die befragten Schüler mit dem Handwerk in Verbindung bringen (vgl. Abbildung 27) bzw. welche Arbeitgeber- und Jobmerkmale aus ihrer Sicht **nicht auf das Handwerk zutreffen** (vgl. Abbildung 28). Bei letzterem zeigt sich, dass Schulabsolventen in Bezug auf den Arbeitsort und die Arbeitszeiten im Handwerk davon ausgehen, dass diese sehr starr und unflexibel vorgegeben sind. Besonders kritisch ist ebenso zu bewerten, dass die befragten Schüler unentschlossen sind, ob sie bei einer Beschäftigung im Handwerk neben der Arbeit noch genügend Freizeit haben.

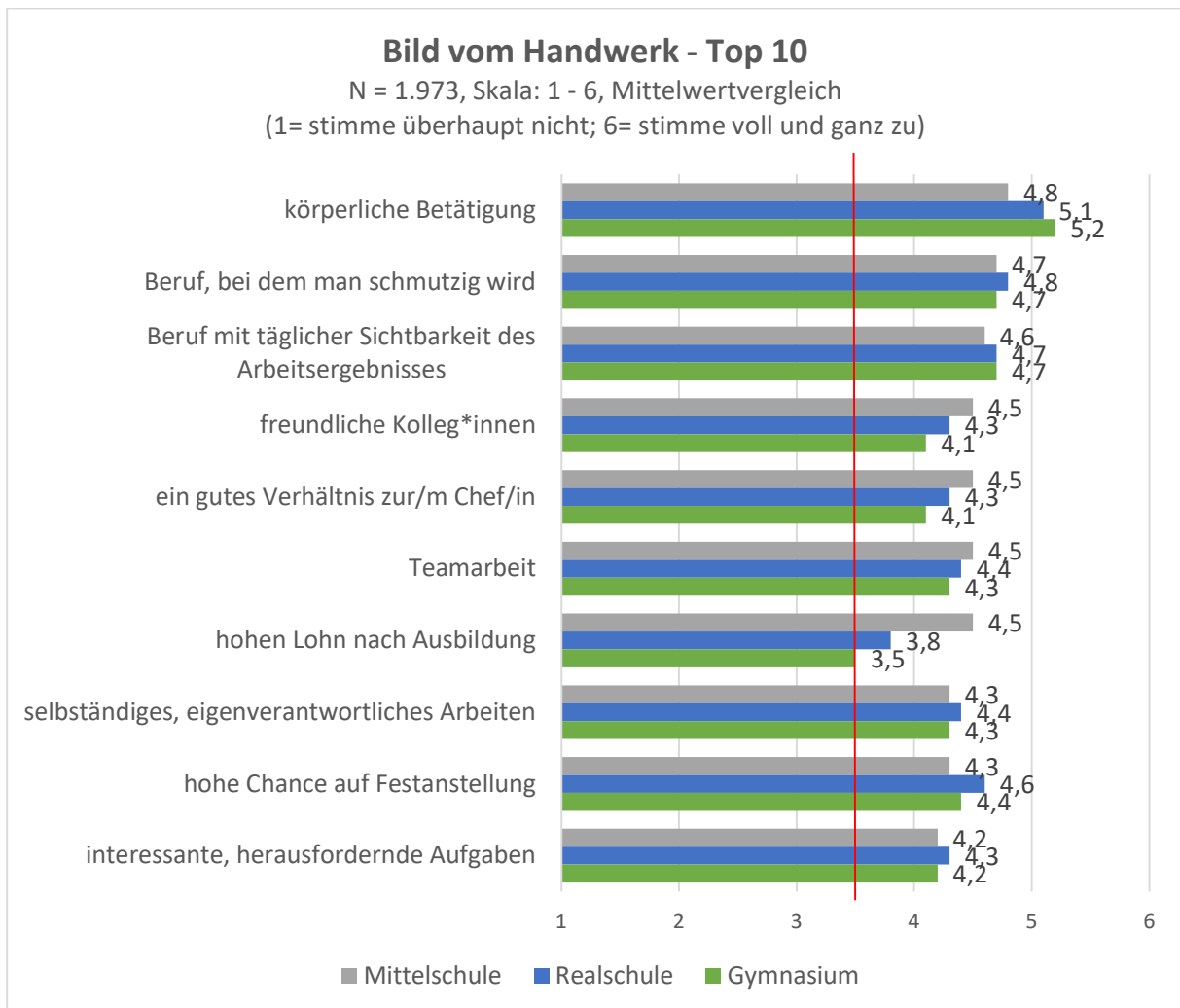


Abbildung 27: Im Handwerk vorliegende Arbeitgeber- und Jobmerkmale (Schulvergleich)

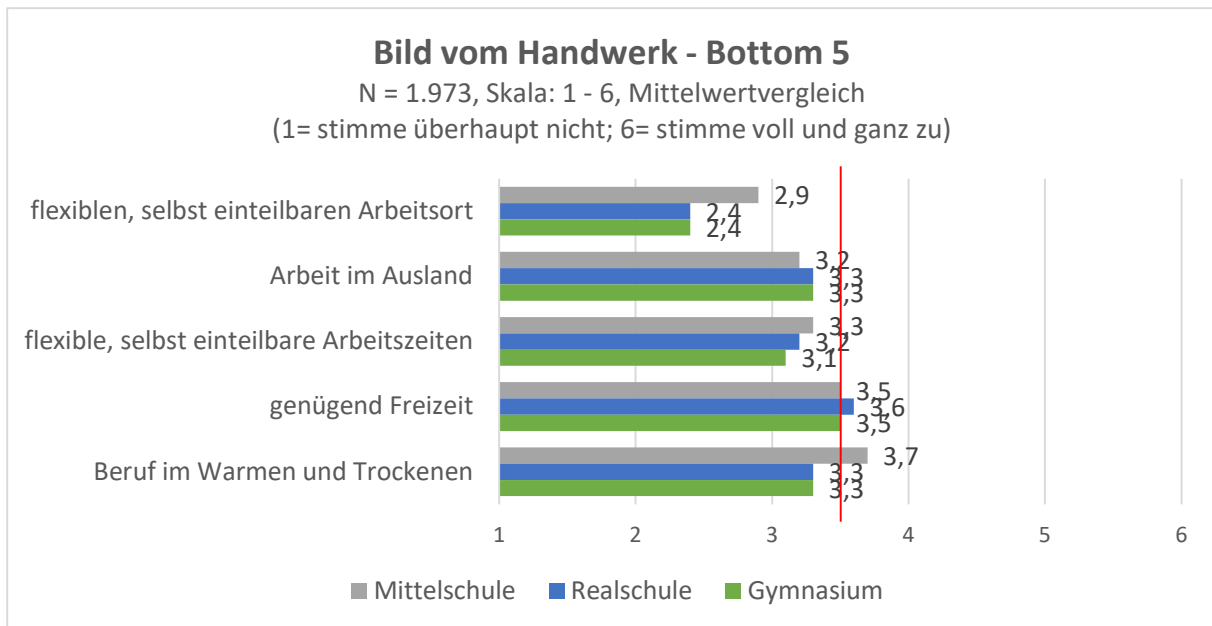


Abbildung 28: Im Handwerk nicht vorliegende Arbeitgeber- und Jobmerkmale (Schulvergleich)

Im Rahmen der Studie wurde nicht nur die Frage aufgeworfen, welches Bild sich vom Handwerk bei potenziellen Auszubildenden manifestiert hat, sondern auch, **auf welche Arbeitgeber- und Jobcharakteristika Jugendliche bei der Suche nach Arbeitgebern besonderen Wert** legen. Diese Frage wird im Folgenden separat nach Schularten analysiert. Jeweils über 90 % der **Mittelschüler** (vgl. Abbildung 29) stimmen zu, dass für sie die **Vergütung nach Abschluss der Ausbildung** (92 %), **sympathische Kollegen und ein gutes Verhältnis zum Chef** (92 %) sowie in Verbindung mit dem Beruf bzw. Unternehmen stehende Zukunfts- und Aufstiegschancen (jeweils 91 %) herausragende Kriterien für die Arbeitgeberwahl sind. Knapp unter 90 % der befragten Mittelschüler sprechen sich zudem für genügend Freizeit, andererseits aber auch für Entwicklungsmöglichkeiten aus. Im Vergleich zu Realschülern (78 %) und Gymnasiasten (78 %) bestätigen bei den Mittelschüler mit 82 % leicht mehr Jugendliche, bei der Arbeitgeber- und Berufswahl auch das Kriterium einer **möglichen späteren Selbständigkeit** einzubeziehen.

Realschüler (vgl. Abbildung 30) betonen am stärksten, dass sie die Erfüllung des Aspekts „**Freizeit**“ neben der Arbeit wünschen (93 %). Ebenso hoch attraktiv finden sie Berufe mit guten Zukunftschancen (93 %). Neben einem für sie hohen Lohn nach der Ausbildung (91 %) achten sie auf ein Betriebsklima mit netten Kollegen und einem angenehmen Chef (92 %). Ihnen ist es wichtiger, sich die Arbeitszeit flexibel einteilen zu können, als Flexibilität mit Blick auf den Arbeitsort erfüllt zu haben.

Gymnasiasten (vgl. Abbildung 31) achten auf dieselben Aspekte wie Mittel- und Realschüler, diese haben für sie allerdings eine nochmals gesteigerte Wichtigkeit. So betonen 94 % der Befragten, dass für sie ein **hoher Lohn nach der Ausbildung**, regelmäßige **Weiterbildungen** sowie in Verbindung mit dem Beruf stehende **Zukunftschancen** besonders relevant bei der Arbeitgeberentscheidung sind. Auch auf die Kollegen und den Chef achten sie nochmals stärker (93 %), als dies bei den anderen Schularten beobachtet werden kann. Bei der Beurteilung der Freizeit neben der Arbeit liegen sie auf dem Niveau der Mittelschüler.

Wie wichtig sind Mittelschülern die unten aufgeführten Punkte bei der Wahl Ihres späteren Arbeitgebers und Berufs?

N = 581, Angaben in %



Abbildung 29: Präferierte Arbeitgeber- und Jobcharakteristika von Mittelschülern

Wie wichtig sind Realschülern die unten aufgeführten Punkte bei der Wahl Ihres späteren Arbeitgebers und Berufs?

N = 849, Angaben in %

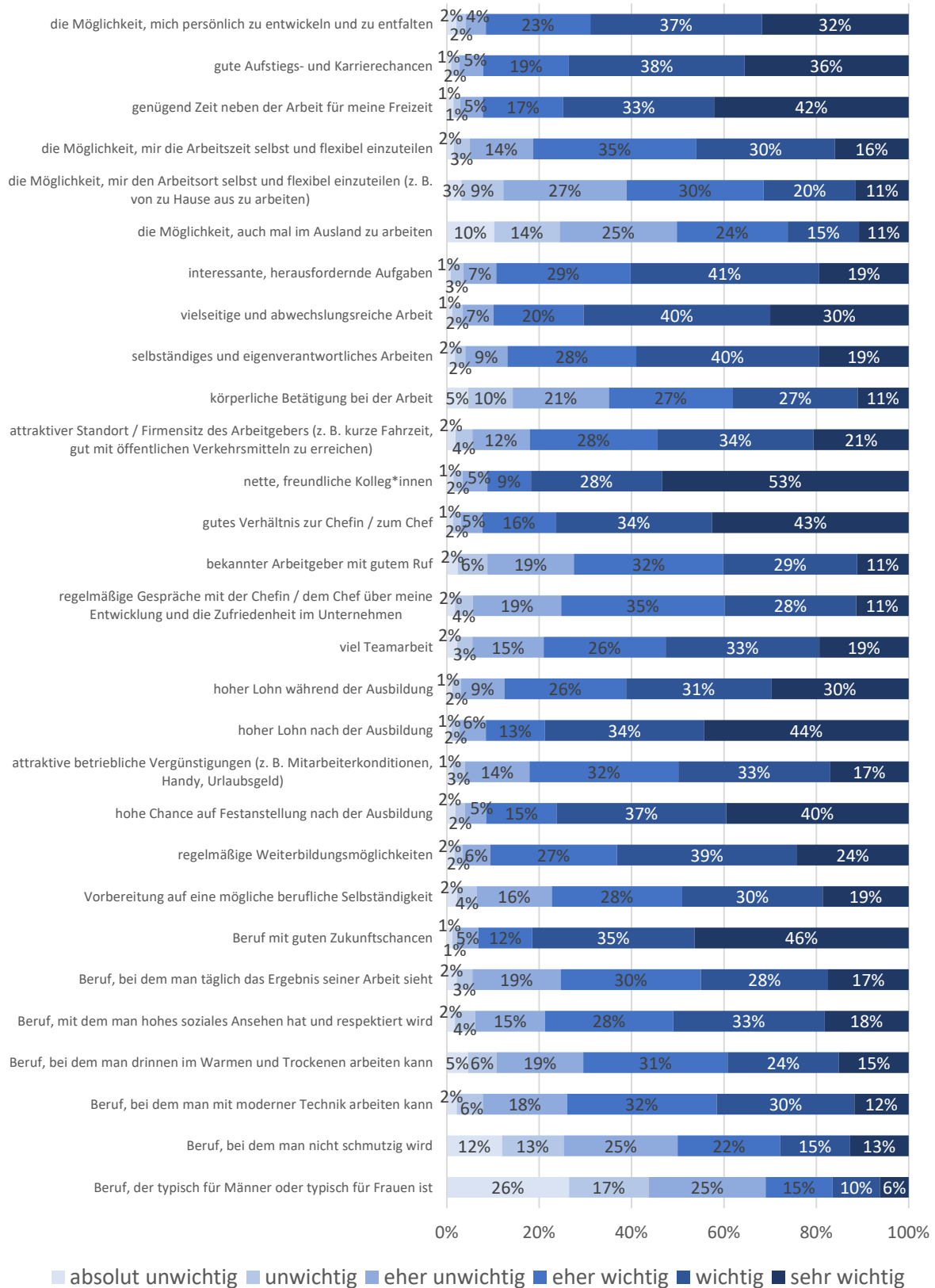


Abbildung 30: Präferierte Arbeitgeber- und Jobcharakteristika von Realschülern

Wie wichtig sind Gymnasiasten die unten aufgeführten Punkte bei der Wahl Ihres späteren Arbeitgebers und Berufs?

N = 498, Angaben in %

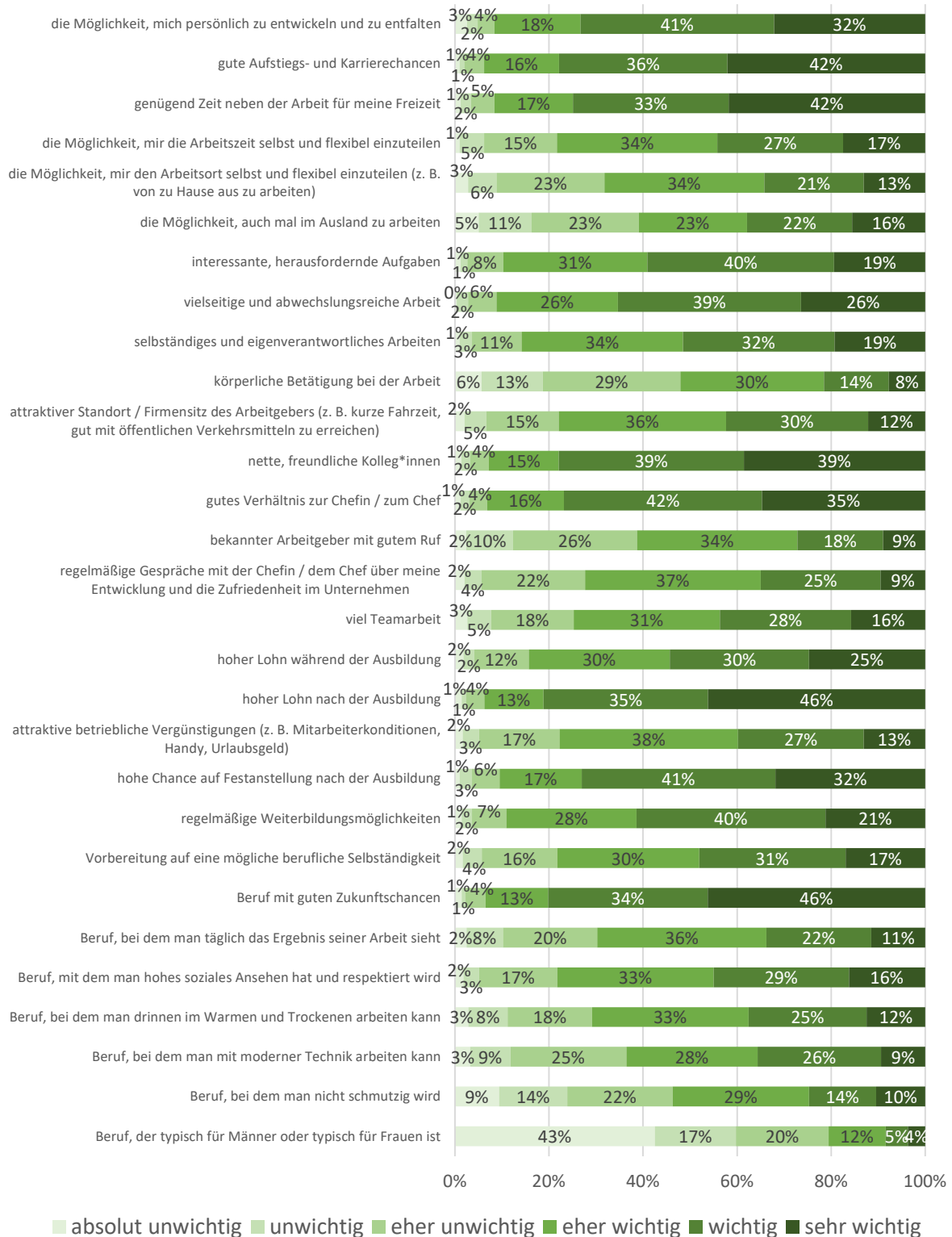


Abbildung 31: Präferierte Arbeitgeber- und Jobcharakteristika von Gymnasiasten

Im letzten Schritt der Analysen zu den Arbeitgeber- und Jobcharakteristika werden nun die von den Schülern gewünschten Merkmale mit den aus ihrer Sicht im Handwerk vorliegenden in Verbindung gebracht. Durch diese **Gegenüberstellung** zeigt sich, ob das Handwerk bereits alle Wünsche der Schüler abdeckt und wo das Handwerk mit Blick auf **Verbesserungspotenziale** konkret ansetzen kann. Für die Gegenüberstellung in Abbildung 32 wurden die Antworten aller drei Schularten zusammengefasst, die Darstellung der Ergebnisse erfolgt als Mittelwertvergleich. Positiv fällt auf, dass das Handwerk aus Sicht der Schüler **bei den am stärksten gewünschten Merkmalen** (freundliche Kollegen, gutes Verhältnis zum Chef sowie den Zukunftschancen des Berufs) **bereits einen hohen Erfüllungsgrad** aufweist. Die identifizierten Abweichungen zwischen gewünschter und wahrgenommener Ausprägung können vermutlich **leicht durch stattfindende Kontakte** zwischen Betrieben und Schülern – z. B. im Rahmen von Praktika – verkleinert werden. Die **größten Differenzen** – und somit Untererfüllungen gewünschter Arbeitgeber- und Jobcharakteristika – finden sich bei den Merkmalen „genügend Freizeit“, „Aufstiegs- und Karrierechancen“ sowie der Vergütungshöhe nach der Ausbildung. Letztendlich handelt es sich auch hierbei um Ansatzpunkte, die jeder einzelne Handwerksbetrieb selbst angehen kann, beispielsweise durch entsprechende Arbeitszeitregelungen oder die Festlegung von Vergütungshöhen. Insgesamt muss aber auch angemerkt werden, dass sich gerade bei der Vergütung bereits in Kapitel 4.1 gezeigt hat, dass dieses Merkmal **bei einer Ausbildung im Vergleich zu einem Studium geringer eingeschätzt** wird. Für die auch politisch geforderte Gleichwertigkeit beider Bildungswege braucht es zunächst (1) mehr empirische Erkenntnisse über die Verdienstmöglichkeiten beider Bildungswege. Sollte sich zeigen, dass große Unterschiede bestehen, müssen sich (2) die **Vergütungshöhen vermutlich künftig noch stärker annähern**. Zudem benötigt es (3) **Kommunikation und Marketing**, bis sich die Wahrnehmung der Bevölkerung zu Verdienst- sowie Karriereperspektiven im Rahmen der beruflichen Bildung schließlich verändert.

Neben der Untererfüllung von Merkmalen gibt es auch den Fall, dass bestimmte Charakteristika aus Sicht potenzieller Auszubildender **im Handwerk übererfüllt** werden und insofern an ihrem Wunsch vorbei gehen. Abbildung 33 zeigt die Merkmale, bei denen das Handwerk ausgeprägter wahrgenommen wird, als es für die Jugendlichen noch attraktiv erscheint. So wünschen sich Jugendliche **weniger körperliche Betätigung** und sehen Berufe im Handwerk mit mehr Schmutz verbunden als gewünscht. Die Sichtbarkeit des täglichen Arbeitsergebnisses liegt im Handwerk stärker vor, als es entsprechend den Schülern sein müsste – was wenig problematisch erscheint. Allerdings werden Handwerksberufe noch stärker mit reinen Männer- bzw. reinen Frauenberufe assoziiert, als das aus Sicht der Jugendlichen gewünscht und angebracht ist. Hieran müsste seitens der Handwerksorganisation weiterhin mit Initiativen gearbeitet werden, so dass Klischees und Vorbehalte ausgeräumt werden.

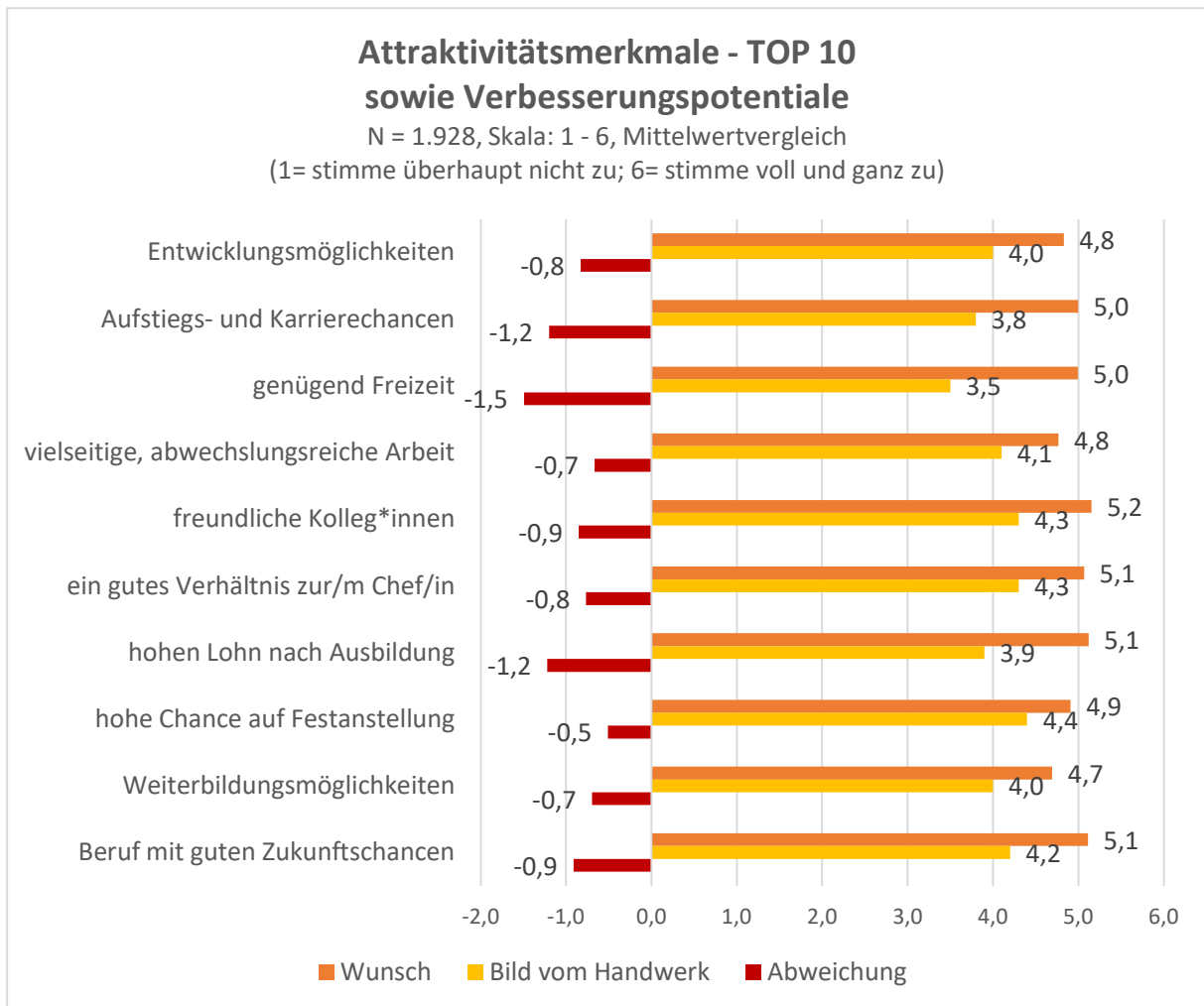


Abbildung 32: Entwicklungsmöglichkeiten bei den Top-10 Attraktivitätsmerkmalen

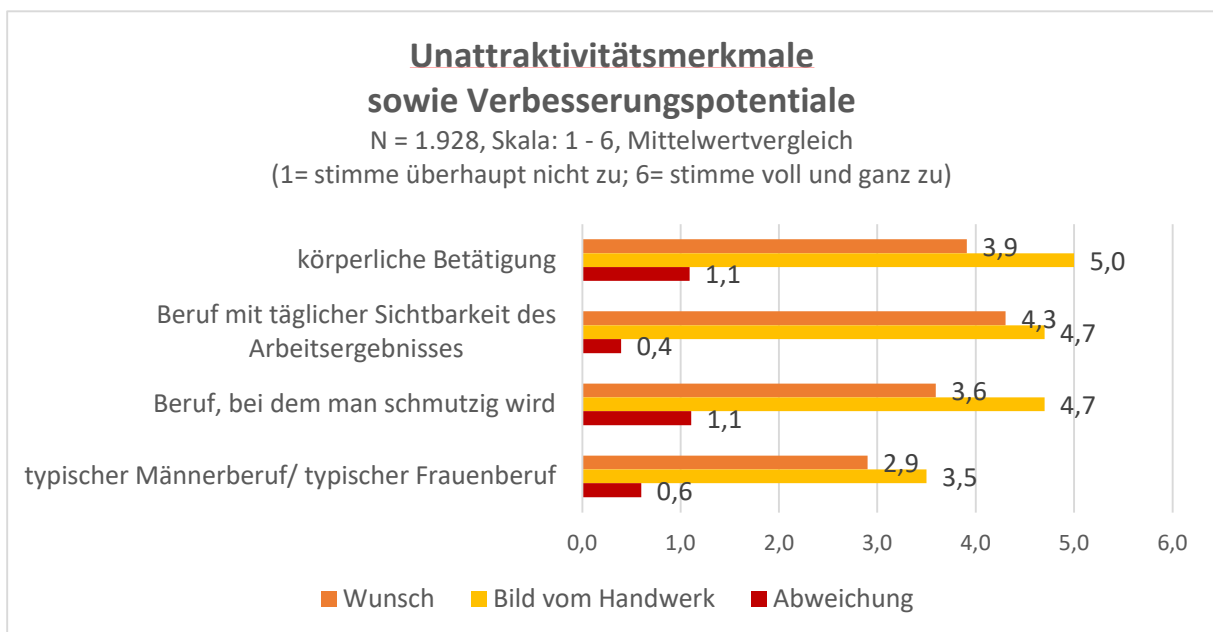


Abbildung 33: Entwicklungsmöglichkeiten bei übererfüllten Merkmalen

4.3 Ansprache potenzieller Auszubildender über Berufsorientierungsmaßnahmen

Die vorliegende Studie ging der Forschungsfrage nach, welche Möglichkeiten der Berufsorientierung Schulabsolventen als besonders attraktiv bewerten und welche Aspekte der Ausgestaltung – entsprechend ihrer Wünsche – künftig verstärkt berücksichtigt werden sollten. Bevor es zu diesen Erkenntnissen geht, soll zunächst der **Status-Quo** gezeigt werden: Die im Rahmen dieser Studie befragten Mittel-, Realschüler und Gymnasiasten konnten angeben, an welchen **Berufsorientierungsmaßnahmen sie bisher teilgenommen** haben. Bei den **Mittelschülern** gaben 88 % der Befragten an, bereits ein **Praktikum** absolviert zu haben (vgl. Abbildung 34). Damit ist diese Maßnahme die am häufigsten genutzte unter Mittelschülern. Die am zweithäufigsten in Anspruch genommene Option (68 %) von Mittelschülern zur Unterstützung der Berufswahl findet mit den **Eltern, Lehrern und Freunden über intensive Gespräche** statt. Das Erhalten von Informationen im Unterricht (67 %) sowie die eigene Internet-Recherche zu Berufen und Unternehmen (65 %) werden ebenfalls noch sehr häufig genannt. Letzteres unterstreicht, wie wichtig es für Ausbildungsbetriebe ist, online über eine Homepage mit Karriereseite auffindbar zu sein und den Schülern über diesen Kanal eine erste, fundierte und ansprechende Anlaufstelle zu bieten. An Informationsveranstaltungen der Handwerkskammern haben nur sehr wenige Mittelschüler teilgenommen.

Im Vergleich zu den Mittelschülern fällt bei **Realschülern** auf, dass sie insgesamt **deutlich weniger Berufsorientierungsmaßnahmen absolviert** haben. Bei den Angaben, wie häufig eine der aufgeführten Berufsorientierungsmaßnahmen genutzt wurde, liegen sie meist sogar hinter den Gymnasiasten zurück (vgl. Abbildung 34). Die von ihnen mit 60 % am intensivsten genutzte Berufsorientierungsmaßnahme sind Informationen, die sie von **Lehrern während des Unterrichts erhalten** haben. Zudem haben mit 47 % fast die Hälfte der befragten Realschüler an einer Betriebsbesichtigung teilgenommen. Mit nur 44 % haben vergleichsweise wenige von ihnen ein Praktikum gemacht. Die eigene Internetrecherche zu Berufen und Betrieben sowie ein Austausch mit den Eltern oder Freunden findet bei Realschülern im Vergleich zu den anderen Schularten deutlich seltener statt.

Gymnasiasten haben genau wie Mittelschüler sehr häufig **Gespräche mit Eltern, Lehrern oder Freunden** gesucht, um sich über die spätere Zukunft auszutauschen (74 %). Im Unterricht haben 72 % der Befragten Informationen zur Berufsorientierung erhalten. Mit 66 % spielt auch die eigene Online-Recherche eine große Rolle für diese Absolventengruppe. Mit 62 % haben signifikant mehr Gymnasiasten ein Praktikum absolviert als die Realschüler dieser Stichprobe.

Welche Möglichkeiten haben Sie bisher genutzt, um sich über einen Ausbildungsberuf oder einen Arbeitgeber zu informieren?

(mehrere Antworten möglich)
N = 1.994, Angaben in %

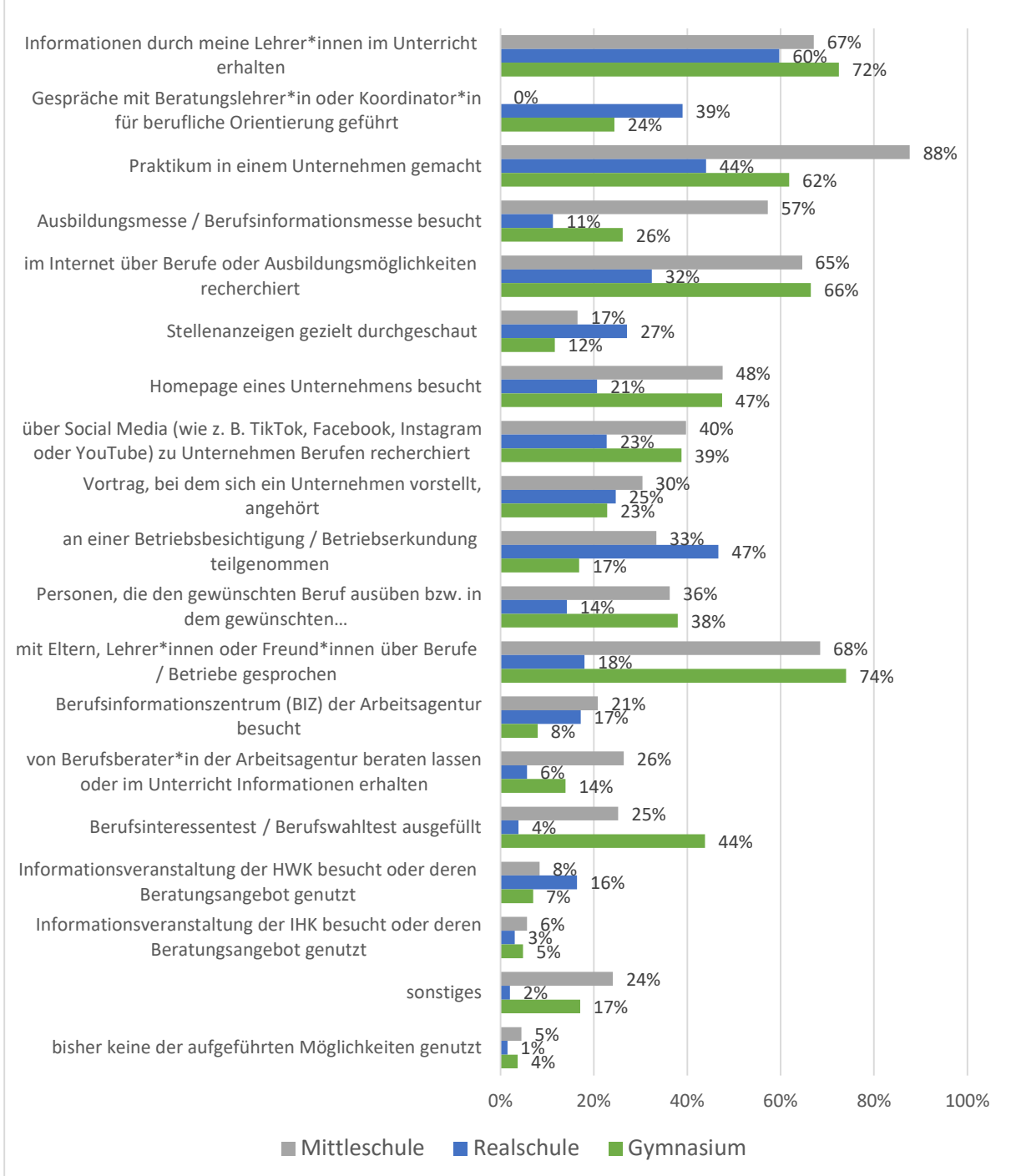


Abbildung 34: Bisher genutzte Berufsorientierungsmaßnahmen

Abbildung 35 zeigt im **Schulvergleich**, welche Berufsorientierungsmaßnahmen aus Sicht der Schüler die höchste Attraktivität aufweisen. Obwohl Mittel-, Realschüler und Gymnasiasten das **Praktikum** zum Zeitpunkt der Befragung unterschiedlich häufig absolviert haben, so sehen es alle ausnahmslos als

die mit Abstand interessanteste und wichtigste Berufsorientierungsmaßnahme. Im Vergleich zu den anderen Schularten legen Mittelschüler mehr Wert auf die Informationen, die von Lehrern im Unterricht zur Verfügung gestellt werden. Auch Online-Recherche unter Einbezug der Firmen-Homepages ist für Mittelschüler, aber auch für Realschüler, sehr interessant. Bei Gymnasiasten fällt auf, dass sie fast alle Berufsorientierungsmöglichkeiten weniger attraktiv bewerten als Mittel- und Realschüler.

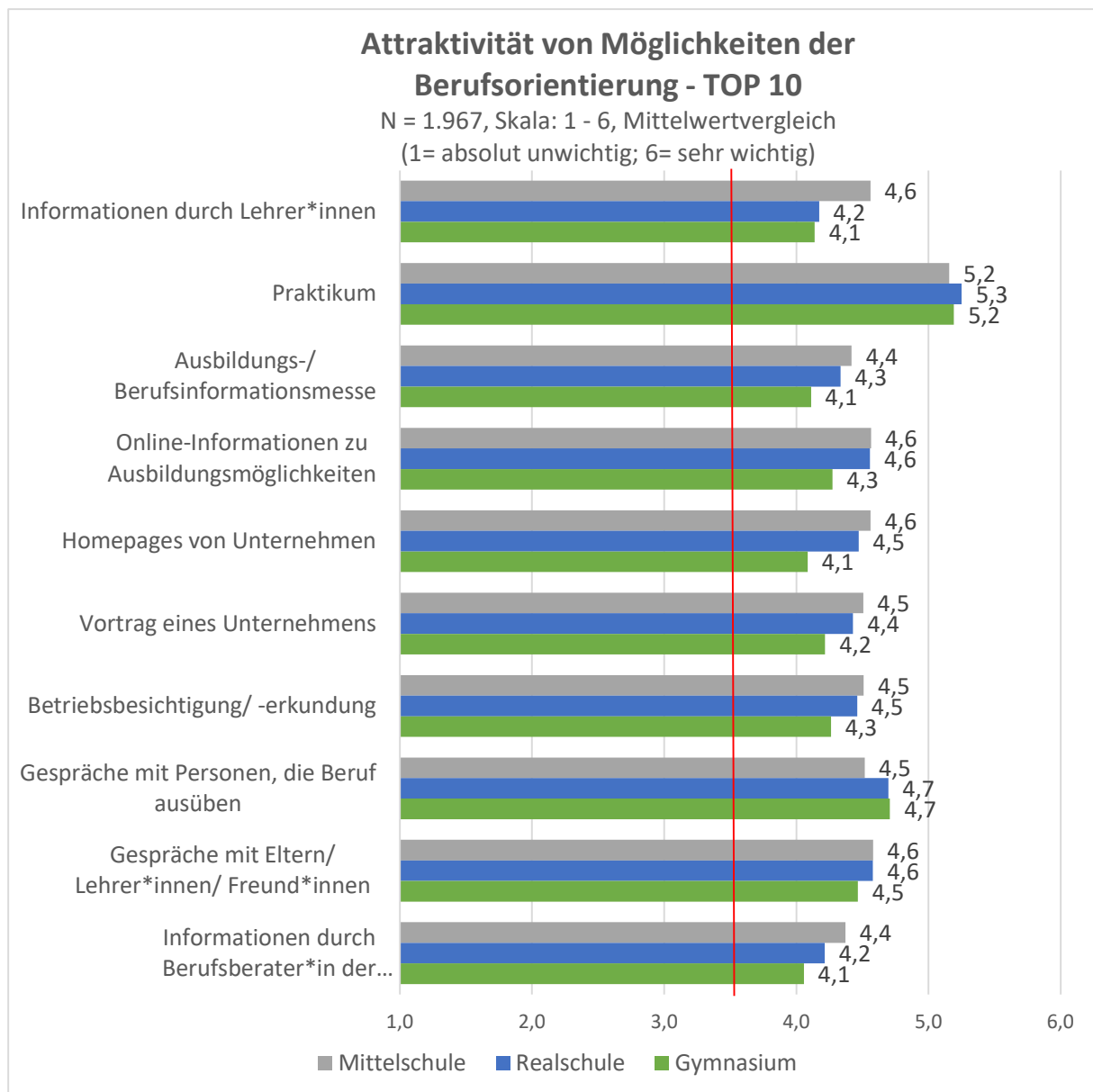


Abbildung 35: Die zehn attraktivsten Berufsorientierungsmaßnahmen (Schulvergleich)

In den Detailanalysen – separat nach Schularten – kommt noch deutlicher hervor, wie wichtig das Praktikum aus Sicht der **Mittelschüler** ist: Über 50 % geben an, dass es sich bei einem Praktikum um ein für sie sehr wichtiges Instrument zur Berufsorientierung handelt (vgl. Abbildung 36). Rund ein Viertel nennen zudem Online-Recherchemöglichkeiten inklusive der Firmenhomepage als sehr relevante Möglichkeiten. Maßnahmen, die von der Handwerkskammer bzw. der Industrie- und Handelskammer angeboten werden, erhalten mit Blick auf die Attraktivität nur eine niedrige Zustimmung. Zu erklären ist dies womöglich mit der geringen Bekanntheit entsprechender Maßnahmen und mit der geringen bisherigen Teilnahmequote der Schüler an diesen Veranstaltungsformaten (vgl. Abbildung 34).

Wie interessant und wichtig finden Mittelschüler die verschiedenen Möglichkeiten zur Berufsorientierung?

N = 591, Angaben in %

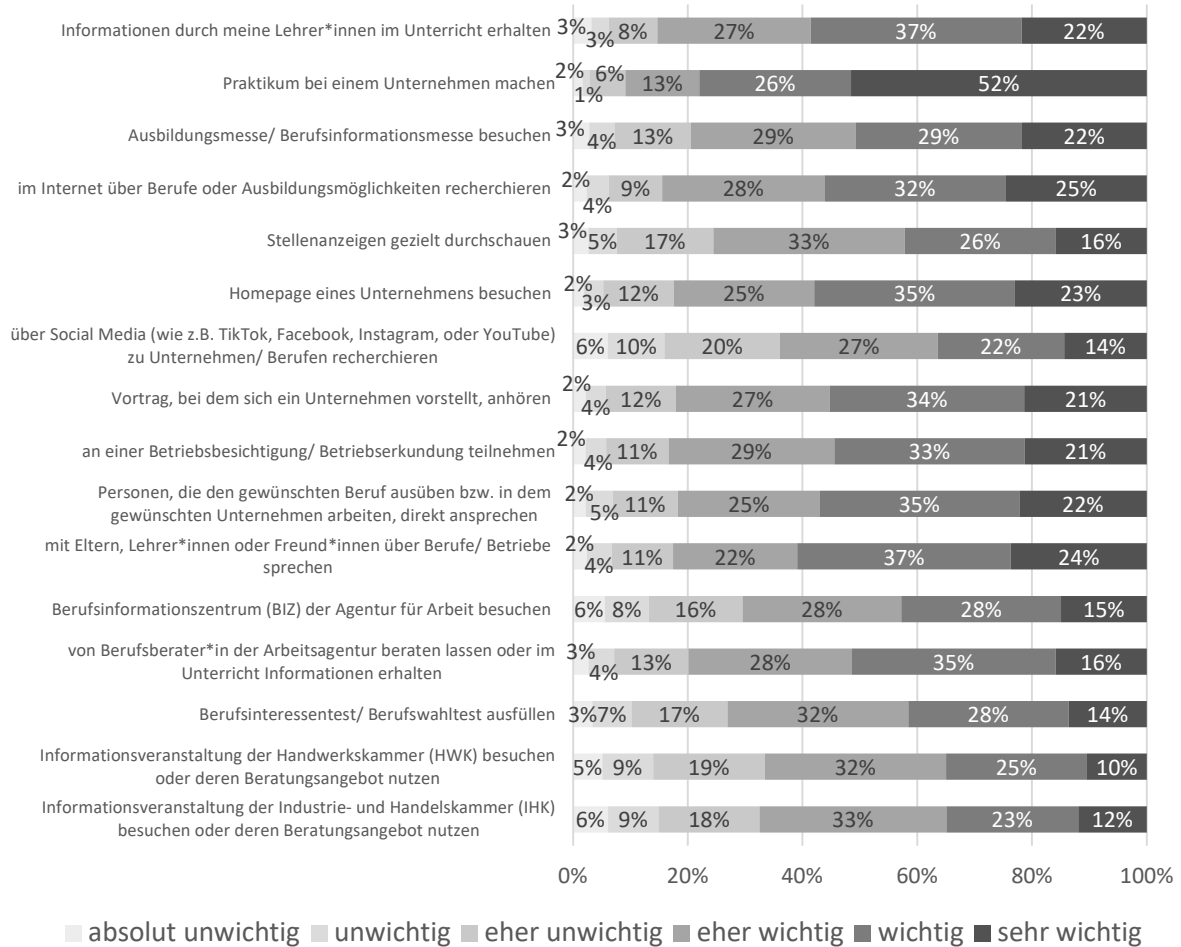


Abbildung 36: Attraktivität von Berufsorientierungsmaßnahmen bei Mittelschülern

Auch bei **Realschülern** wird das Praktikum von sehr vielen Befragten (57 %) mit Blick auf das dafür vorhandene Interesse als die beliebteste Berufsorientierungsmaßnahme eingestuft. Analog zu Mittelschülern empfinden auch 25 % der Realschüler Gespräche mit Personen, die den Beruf ausüben oder im entsprechenden Unternehmen beschäftigt sind sowie Gespräche mit Eltern, Lehrern und Freunden als überaus wichtig (vgl. Abbildung 37).

Wie interessant und wichtig finden Realschüler die verschiedenen Möglichkeiten zur Berufsorientierung?

N = 872, Angaben in %

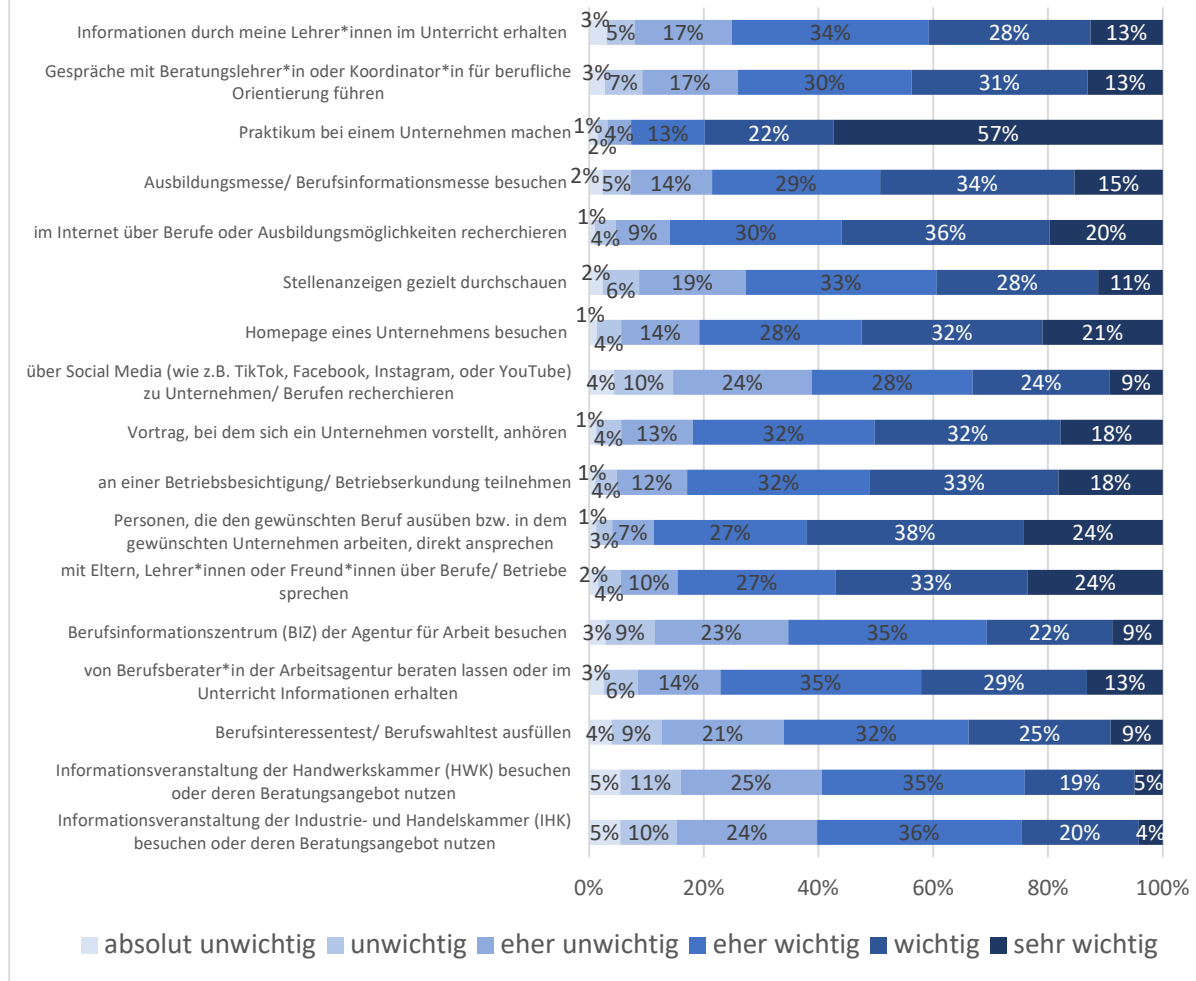


Abbildung 37: Attraktivität von Berufsorientierungsmaßnahmen bei Realschülern

Wie bereits bei der Analyse der Mittelwerte (vgl. Abbildung 35) festgestellt, sind **Gymnasiasten** in der Bewertung der Attraktivität unterschiedlicher Berufsorientierungsmaßnahmen zurückhaltender als Schüler der anderen beiden Schularten. Während auch hier über 50 % das Praktikum als sehr wichtig ansehen (vgl. Abbildung 38), schätzen sie die Wichtigkeit der anderen zur Bewertung stehenden Maßnahmen teilweise nur „eher wichtig“ bzw. „wichtig“ ein. Als uninteressant schätzen viele Gymnasiasten die Möglichkeit ein, über Social Media nach Unternehmen und Berufen zu recherchieren (48 %). Eine weniger hohe, aber auch in großen Teilen ablehnende Haltung gegenüber Social Media zur Berufsorientierung war auch bereits bei den Mittel- (36 %) und Realschülern (38 %) vorzufinden. Dies ist erstaunlich, wo es sich dabei doch um eine für den privaten Bereich sehr intensiv genutzte Informationsquelle handelt.

Wie interessant und wichtig finden Gymnasiasten die verschiedenen Möglichkeiten zur Berufsorientierung?

N = 504, Angaben in %

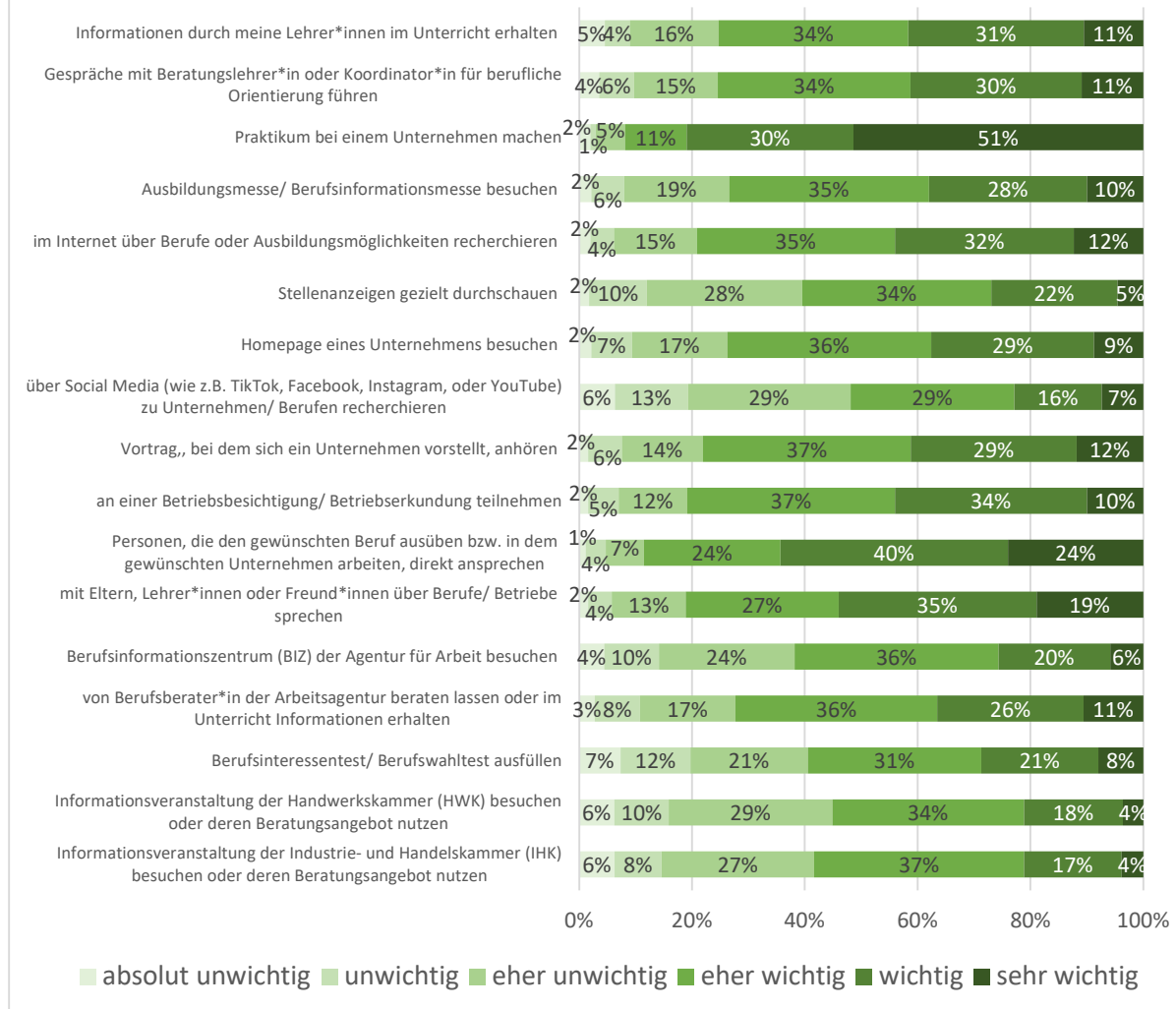


Abbildung 38: Attraktivität von Berufsorientierungsmaßnahmen bei Gymnasiasten

Bei der Entwicklung von Berufsorientierungsmaßnahmen stellt sich für die Handwerksorganisation sowie für Betriebe die Frage, welche **einzelnen Aspekte für potenzielle Auszubildende besonders informativ, attraktiv und interessant** sind. Im Fragebogen (vgl. Anhang 1) wurde diese Thematik mit Fragenblock 8 abgedeckt. Der Mittelwertvergleich in Abbildung 39 zeigt die als wichtig eingeschätzten (Mittelwert $\geq 3,5$) bzw. als wenig attraktiv (Mittelwert $< 3,5$) bewerteten Aspekte. Fast unabhängig von der Schulart stellen sich als wichtige, von den Schülern gewünschte Gestaltungskomponenten heraus, dass sie **Mitarbeitern bei der Arbeit zusehen** sowie **selbst etwas Praktisches** mit Bezug zum Betrieb und Beruf ausprobieren möchten. Ferner möchten sie für den Nachgang zu Berufsorientierungsmaßnahmen zusätzlich **schriftliche Informationen** überreicht bekommen. Theoretische, nur an Schulen und nicht durch Unternehmensvertreter durchgeführte Maßnahmen machen aus ihrer Sicht wenig Sinn: Unabhängig von der Schulart sprechen sich die Befragten dafür aus, Mitarbeiter kennenlernen zu wollen und in direkten Kontakt mit den Unternehmen gehen zu wollen.

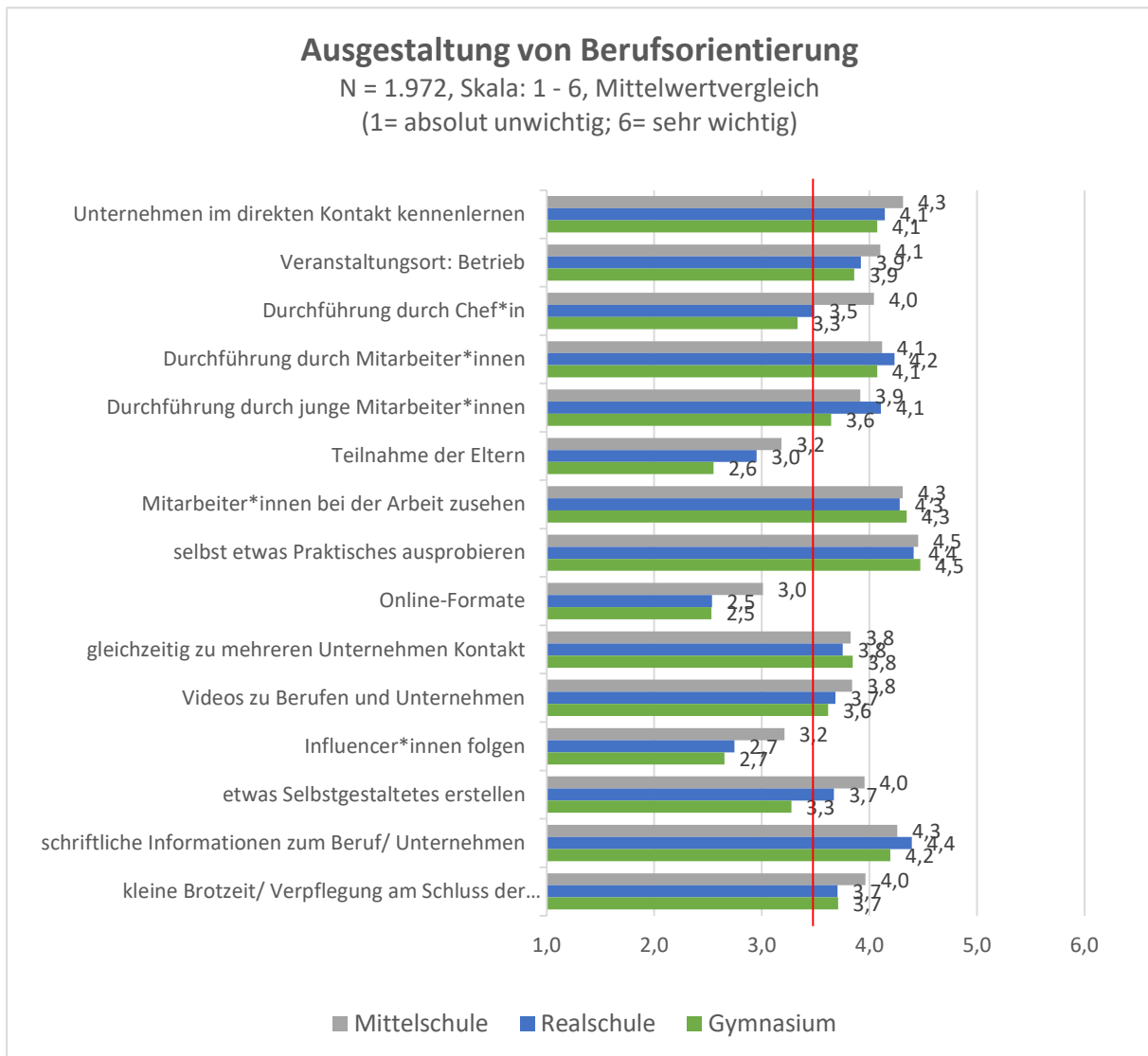


Abbildung 39: Attraktivität einzelner Aspekte bei Berufsorientierungsmaßnahmen (Schulvergleich)

Ein Vergleich der Schularten zeigt (vgl. Abbildung 39), dass Mittelschüler stärker Wert darauflegen, die **Chefin bzw. den Chef bei Berufsorientierungsmaßnahmen kennenzulernen**, als dies bei Realschülern bzw. Gymnasiasten der Fall ist. Obwohl Eltern wichtige Bezugspersonen im Rahmen der Berufsorientierung für alle Befragten sind, Gespräche mit diesen häufig in Anspruch genommen und als wichtig bewertet werden, ist seitens der Jugendlichen **nicht gewünscht, gemeinsam mit den Eltern** an Berufsorientierungsmaßnahmen teilzunehmen. Betriebe sowie die Handwerksorganisation sollten daher Eltern mit separaten Maßnahmen ansprechen, diese aber nicht gleichzeitig in Veranstaltungen einbeziehen. **Reine Online-Formate** sind bei Berufsorientierungsmaßnahmen **genauso unerwünscht**, wie die Möglichkeit, **Influencern** zu diesem Themenkomplex zu folgen.

Bei den **Mittelschülern** (vgl. Abbildung 40) zeigt sich mit Blick auf die Ausgestaltung, dass ihnen besonders wichtig ist, im Rahmen der Maßnahmen in **Kontakt mit Unternehmen** zu gehen, statt lediglich auf einer theoretischen Ebene über mögliche Ausbildungsbetriebe zu sprechen. Gerade für Schulen, die sich im Rahmen der Berufsorientierung ebenfalls überlegen, wie sie das Thema gestalten und angehen, ist diese Information sehr wichtig. Anstatt beispielsweise mit Institutionen wie der Agentur für Arbeit, der Handwerksorganisation oder Vertretern der Industrie übergreifende Maßnahmen zu konzipieren, ist es den Schülern wichtiger, sich direkt mit Unternehmen austauschen zu können. Ansonsten

ist es für Mittelschüler, wie bereits im Rahmen von Abbildung 39 erläutert, essenziell, den Beruf Ausübenden zuzusehen, selbst etwas machen zu dürfen sowie am Ende der Maßnahme schriftliche Informationen zu erhalten. Im Vergleich zu den beiden anderen Schularten finden sie es deutlich attraktiver, im Rahmen von Berufsorientierungsmaßnahmen auch eine kleine Verpflegung zu erhalten.

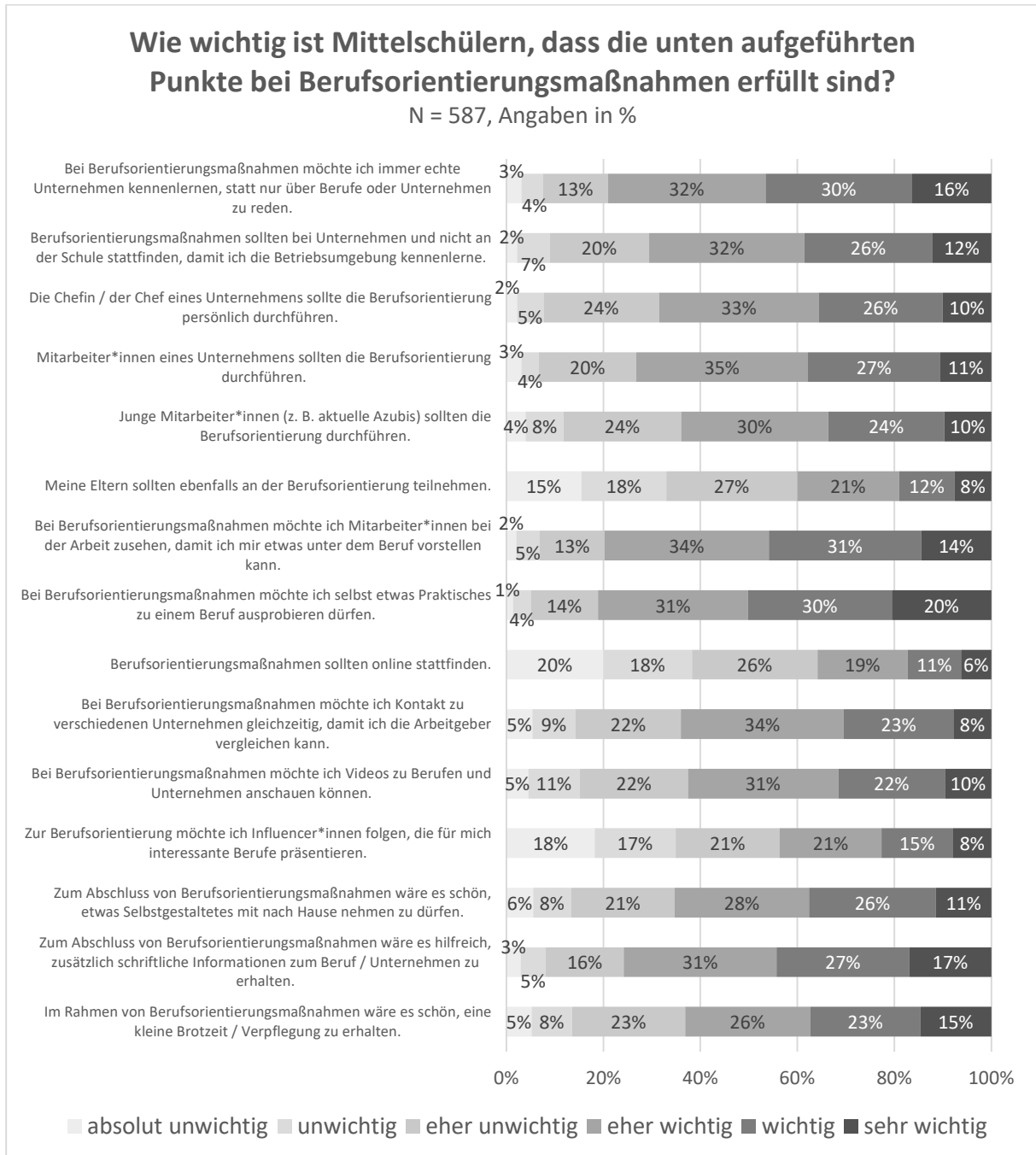


Abbildung 40: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen für Mittelschüler

Wie wichtig ist Realschülern, dass die unten aufgeführten Punkte bei Berufsorientierungsmaßnahmen erfüllt sind?

N = 879, Angaben in %

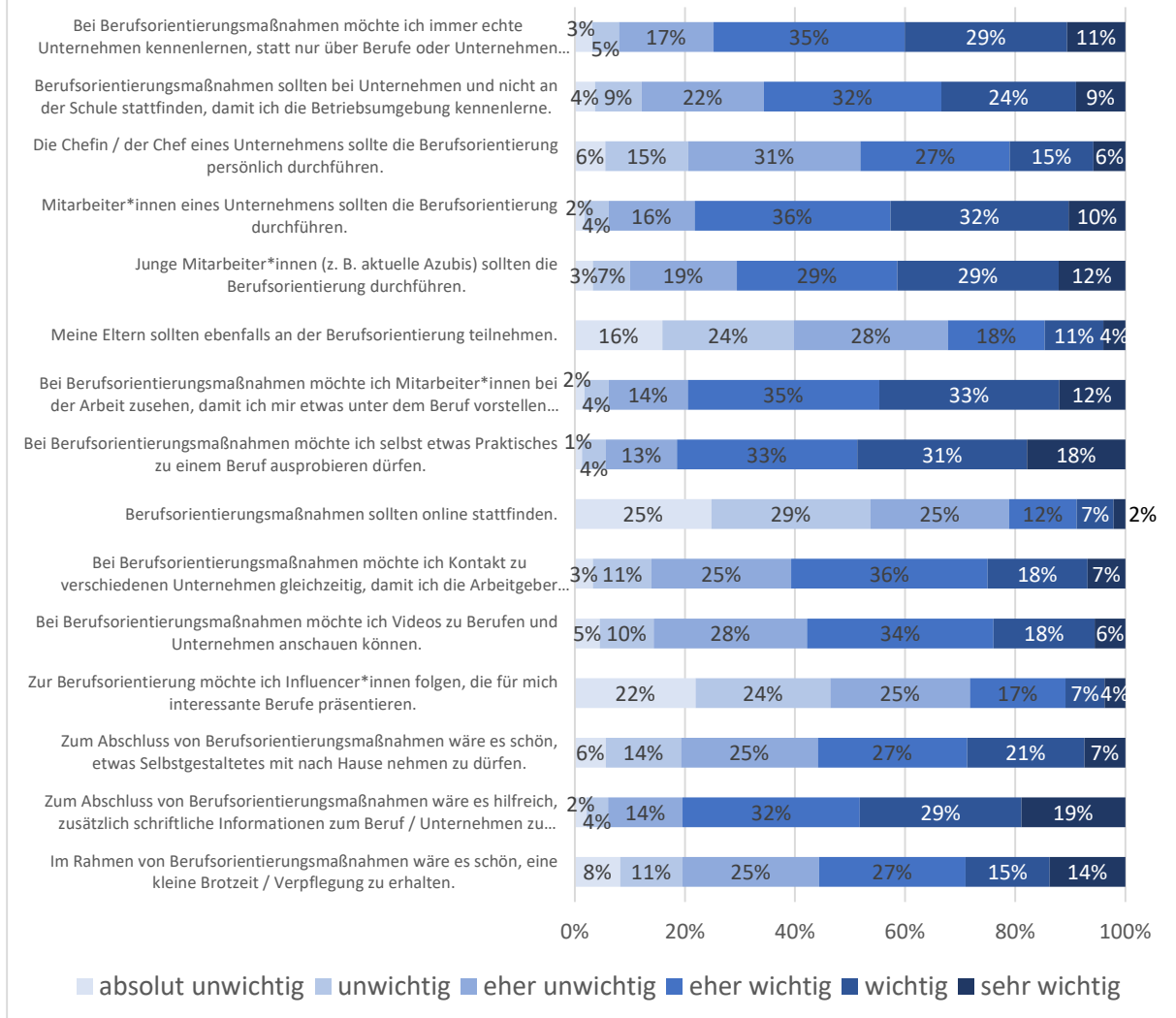


Abbildung 41: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen für Realschüler

Bei **Realschülern** (vgl. Abbildung 41) kommt stärker zum Ausdruck als bei Schülern der anderen Schularten, dass ihnen überaus wichtig ist, **Mitarbeiter potenzieller Ausbildungsunternehmen kennenzulernen**. Neben dem **großen Praxisbezug** (selbst ausprobieren können sowie zusehen) wünschen auch sie sich schriftliche Informationen. **Gymnasiasten** (vgl. Abbildung 42) ist es im Vergleich am wenigsten wichtig, die **Chefin bzw. den Chef** bei Berufsorientierungsmaßnahmen kennenzulernen. Auch legen sie wenig Wert darauf, etwas **Selbstgestaltetes** anzufertigen und anschließend mit nach Hause nehmen zu dürfen.

Wie wichtig ist Gymnasiasten, dass die unten aufgeführten Punkte bei Berufsorientierungsmaßnahmen erfüllt sind?

N = 506, Angaben in %

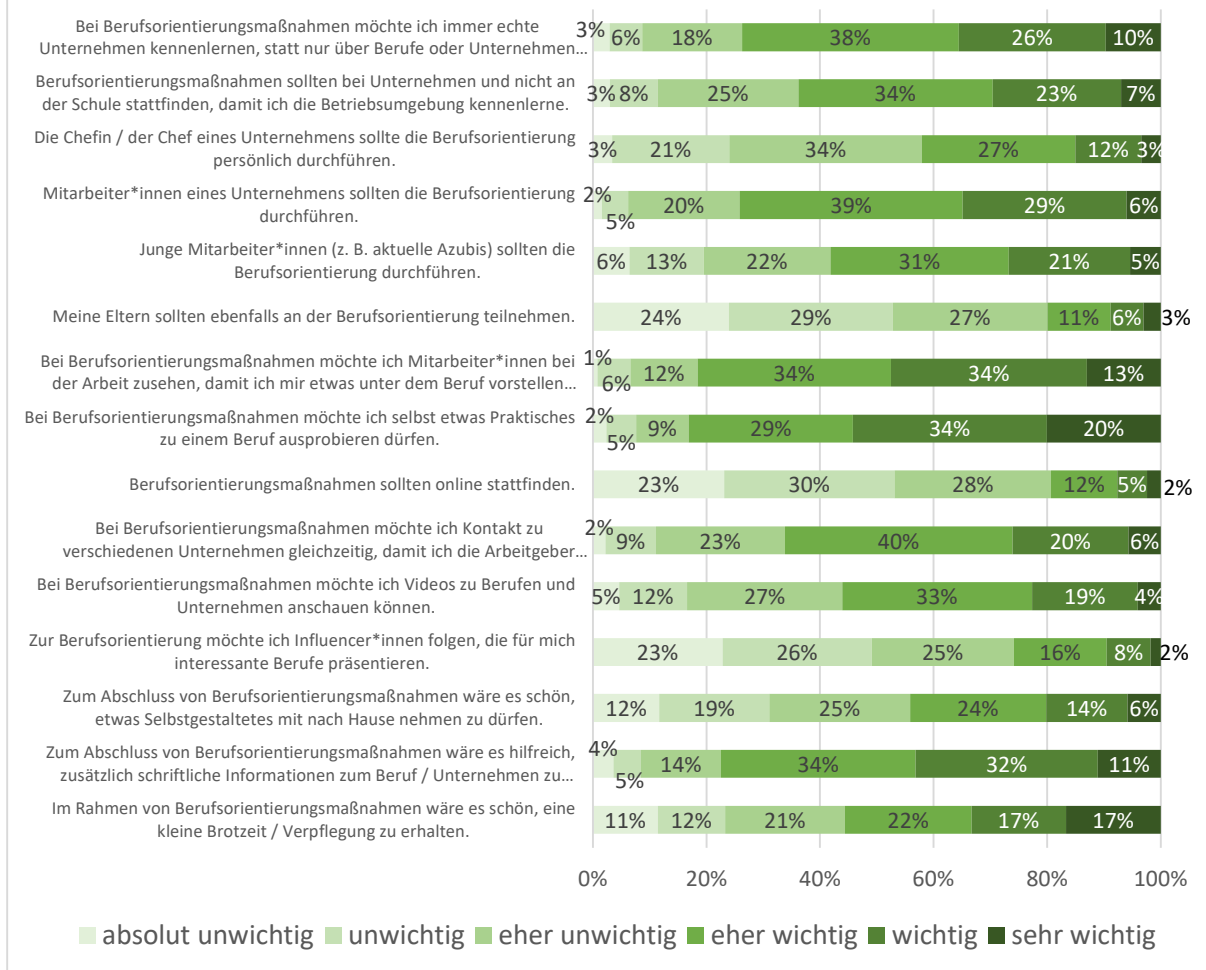


Abbildung 42: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen für Gymnasiasten

Um Berufsorientierungsmaßnahmen **passgenau** durchführen und diese auf die jeweilige **Zielgruppe** anpassen zu können, wurden weitere Analysen durchgeführt. Diese geben Aufschluss, **welche Ausgestaltungsmöglichkeiten welche Schülergruppen ansprechen**. Die nachfolgenden Tabellen zeigen je nach Schulart (Mittelschule = MS; Realschule = RS, Gymnasium = Gym) und beleuchtetem Merkmal der Schüler, auf welche Ausgestaltungsmöglichkeiten besonderen Wert gelegt wird. Dabei zeigt sich, dass mit Blick auf das **Geschlecht** (vgl. Tabelle 2) und die Frage, ob Schülerinnen von anderen Ausgestaltungsmöglichkeiten begeistert sind als männliche Jugendliche, beide dieselben Top-Merkmale angeben. Unabhängig vom Geschlecht wollen Mittelschüler, Realschüler und Gymnasiasten nicht mit Dritten „in der Theorie“ über Unternehmen sprechen, sondern bei Berufsorientierungsmaßnahmen Zugang zu echten Unternehmen erhalten und diese im direkten Kontakt kennenlernen. Wünschenswert wäre aus ihrer Sicht, selbst etwas Praktisches ausprobieren und Mitarbeitern bei Tätigkeiten zusehen zu dürfen. Die Relevanz schriftlicher Informationen im Nachgang zu Berufsorientierungsmaßnahmen betonen alle Schularten. Im Geschlechtervergleich legen weibliche Jugendliche besonders darauf Wert, sich von allen im Unternehmen tätigen Personen einen Eindruck verschaffen zu können. Männlichen Jugendlichen hingegen ist vor allem die Verpflegung am Schluss einer Veranstaltung wichtig.

Tabelle 2: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen unter Berücksichtigung des Geschlechts

weibliche Jugendliche Jugendliche	männliche
geschlechtsunabhängige Top-Merkmale:	
etwas Praktisches ausprobieren (MS, RS, Gym) Mitarbeiter*innen bei der Arbeit zusehen (MS, RS, Gym) Unternehmen im direkten Kontakt kennenlernen (MS, RS, Gym) schriftliche Infos zum Beruf / Unternehmen (MS, RS, Gym)	
höhere Präferenz als das jeweils andere Geschlecht für:	
<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung durch Chef*in (MS) • Durchführung durch Mitarbeiter*innen (MS, RS, Gym) • Durchführung durch junge Mitarbeiter*innen (RS, Gym) 	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflegung am Schluss (MS, RS, Gym) • gleichzeitigen Kontakt zu mehreren Unternehmen (MS, RS)

Tabelle 3: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen unter Berücksichtigung von Wohnortmerkmalen

ländlich aufwachsende Jugendliche	städtisch aufwachsende Jugendliche
umgebungsunabhängige Top-Merkmale:	
etwas Praktisches ausprobieren (MS, RS, Gym) Mitarbeiter*innen bei der Arbeit zusehen (MS, RS, Gym) Unternehmen im direkten Kontakt kennenlernen (MS) schriftliche Infos zum Beruf / Unternehmen (RS, Gym)	
höhere Präferenz als die in der jeweils anderen Umgebung Aufwachsenden für:	
	<ul style="list-style-type: none"> • alle obigen Top-Merkmale* (MS, Gym)
<p>*Aber: In einer Großstadt aufwachsende RS bewerten fast alle Ausgestaltungsmerkmale signifikant weniger attraktiv als RS aus mittelgroßen Städten oder vom Land</p>	

Die Frage, ob sich **ländlich aufwachsende Schüler** durch dieselben Möglichkeiten der Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen angesprochen fühlen als **städtisch aufwachsende**, wird durch die Analysen bestätigt (vgl. Tabelle 3). Allerdings weisen städtisch aufwachsende Mittelschüler und Gymnasiasten eine deutlich höhere Begeisterung für diese Top-Merkmale auf: Eine mögliche Erklärung ist, dass diese bisher noch wenig Berührungspunkte mit dem Handwerk hatten und ihnen dadurch, dass sie beispielsweise etwas Praktisches ausprobieren dürfen, ein höherer Mehrwert geschaffen werden kann, als ländlich aufwachsenden Jugendlichen mit stärkeren Berührungspunkten.

Tabelle 4: Ausgestaltung von Berufsorientierungsmaßnahmen unter Berücksichtigung von weiteren Kriterien

<p>Jugendliche mit sehr guten Notenschnitten</p> <p>Top-Merkmale:</p>
<p>etwas Praktisches ausprobieren (RS, Gym)</p> <p>Mitarbeiter*innen bei der Arbeit zusehen (RS, Gym)</p> <p>Veranstaltungsort: Betrieb (MS)</p> <p>schriftliche Infos zum Beruf / Unternehmen (MS, Gym)</p> <p>Durchführung durch Mitarbeiter*innen (MS, RS, Gym)</p>
<p>Jugendliche mit nicht-deutscher Staatsangehörigkeit</p> <p>höhere Präferenz als Jugendliche mit deutscher Staatsangehörigkeit für:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung durch Chef*in (MS, Gym) • Online-Formate und Videos zu Berufen und Unternehmen (MS) <ul style="list-style-type: none"> • Influencer*innen folgen (MS, Gym) • gleichzeitigen Kontakt zu mehreren Unternehmen (RS)
<p>Jugendliche <u>ohne</u> Handwerksbezug aus dem Umfeld</p> <p>Top-Merkmale:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter*innen bei der Arbeit zusehen (MS, RS, Gym) <ul style="list-style-type: none"> • etwas Praktisches ausprobieren (MS, RS, Gym) • schriftliche Infos zum Beruf / Unternehmen (MS, RS, Gym)

Mit dem Ziel, **sehr gute Mittelschüler** anzusprechen und zu gewinnen (vgl. Tabelle 4), sollte die Veranstaltung im Betrieb stattfinden. Zudem sprechen sich sehr gute Mittelschüler für schriftliche Informationen im Nachgang der Berufsorientierungsmaßnahmen aus. Bei notenstarken Gymnasiasten konnten vier, bei Realschülern drei Top-Merkmale identifiziert werden, die Bestandteil jeder konzipierten Maßnahme sein sollten. Um Jugendlichen, die aus ihrem **Umfeld** (enge Freunde, Verwandte) heraus wenig Kontaktpersonen mit Handwerksbezug haben, das Handwerk näher zu bringen, sollten ebenfalls wieder die drei herausragenden Ausgestaltungsmerkmale 1) Mitarbeitern zusehen, 2) selbst etwas Praktisches ausprobieren dürfen und 3) schriftliche Informationen im Nachgang berücksichtigt werden. Dies gilt unabhängig von der Schulart. Bei Jugendlichen mit **nicht-deutscher Staatsangehörigkeit** zeigen sich einige Besonderheiten, die sie hinsichtlich ihrer Präferenzen von Schülern mit deutscher Staatsangehörigkeit unterscheiden. Stärker als deutsche Jugendliche wünschen sie sich Online-Formate, Videos sowie Influencer, denen sie folgen können. Nicht-Deutsche Mittelschüler und Gymnasiasten sprechen sich auch stärker dafür aus, dass es ihnen wichtig ist, dass sie bei Berufsorientierungsmaßnahmen die Chefin bzw. den Chef des Unternehmens kennenlernen. Bei nicht-deutschen Realschülern kommt gut an, wenn sie die Möglichkeit bekommen, verschiedene Unternehmen gleichzeitig kennenzulernen.

5 Ergebnisdiskussion und Implikationen für Betriebe sowie die Handwerksorganisation

Das größte Problemfeld mittelständischer Unternehmen in Deutschland ist seit drei Jahren in Folge und mit großem Abstand zu anderen Themenfeldern der Fach- bzw. Arbeitskräftemangel (Icks und Brink 2023). Auch im Handwerk werden Mitarbeitende händeringend und mit teils sehr langen Vakanzzeiten gesucht (Malin und Köppen 2023). Grundsätzlich gibt es **vier Strategien gegen den Fachkräftemangel im Handwerk**: Mehr junge Menschen ausbilden, weniger junge Menschen durch Vertragslösungen während der Ausbildung verlieren, junge Gesellen stärker an die Ausbildungsbetriebe binden sowie mehr neue, bereits ausgebildete Fachkräfte für die Betriebe gewinnen. Weil die „Kette“ der beruflichen Bildung mit einer **betrieblichen Ausbildung** startet und somit dies der **Initialpunkt für eine Karriere und einen Verbleib im Handwerk** ist, setzt die vorliegende Studie an dieser „Einstiegs-Stufe“ an.

Ziel der Datenerhebung und der Auswertungen dieser Studie war es, die Gruppe potenzieller Auszubildender detailliert hinsichtlich ihrer **Sicht auf eine Ausbildung im Vergleich zu einem Studium** zu analysieren. Dieser Forschungsbereich ist vor allem für die Handwerksorganisation von Interesse und gibt Ansatzpunkte, wie der berufliche Bildungsbereich gestärkt werden könnte. Der Schwerpunkt der Studie liegt auf der Gewinnung von Erkenntnissen über die **präferierten Arbeitgeber- und Jobcharakteristika**, nach denen diese junge Arbeitnehmergruppe bei ihrer Berufs- und Ausbildungsbetriebswahl sucht, sowie der Frage, ob sie diese im Handwerk erfüllt sehen. Dabei können die Ergebnisse sowohl von der Handwerksorganisation als auch von Betrieben genutzt werden. Betriebe erfahren beispielsweise, welche Attraktivitätsmerkmale sie für eine erfolgreiche Ansprache von Auszubildenden benötigen und entsprechend aufbauen sollten. Die Handwerksorganisation kann dazu Unterstützungsleistungen anbieten, um Betriebe bei der Entwicklung ihrer Arbeitgebermarke entsprechend der Wünsche der Jugendlichen zu fördern. Weiterhin greift die Studie die Frage auf, welche **Maßnahmen** Jugendliche im Rahmen der **Berufsorientierung** wünschen und zeigt so wiederum für die Handwerksorganisation und Betriebe wertvolle Wege auf, Kontakt zu potenziellen Auszubildenden aufzubauen.

Grundsätzlich sind zum Befragungszeitpunkt **Gymnasiasten noch schlecht über die Möglichkeiten einer Ausbildung informiert**. Dies ist als kritisch zu werten, da in der neunten Jahrgangsstufe auch an dieser Schulart verstärkt Berufsorientierung stattfindet. Sie schätzen – möglicherweise aber auch aus diesem geringen Informationsgrad heraus – die Zukunftsperspektiven, die sie durch den akademischen Bildungsweg erreichen können, signifikant besser ein. Während Mittelschüler und Realschüler annehmen, durch eine Ausbildung später einen sehr **interessanten Job** ausüben zu können, sehen Gymnasiasten dies deutlich stärker in Verbindung mit einem Studium erfüllt. Insgesamt zeigt sich, dass keine der Schularten – weder mit einer Ausbildung noch mit einem Studium – Zukunftsängste in sich trägt. Das **Risiko einer späteren Arbeitslosigkeit** wird beispielsweise von allen als gering eingeschätzt. Der größte Ansatzpunkt für die Arbeit der Handwerksorganisation ergibt sich daraus, dass das **gesellschaftliche Ansehen in Verbindung mit dem beruflichen Bildungsweg** noch immer stark hinter dem mit einem Studium zurückliegt. Diese Sicht haben aber interessanterweise mit den Gymnasiasten vor allem zukünftige Akademiker manifestiert – insofern stellen sie sich selbst mit Blick auf ihr gesellschaftliches Ansehen über Personen mit beruflicher Bildung. Zudem stellt sich aufgrund der Analysen die Frage, ob das Thema der **Vergütung** nicht von der Handwerksorganisation bzw. den Betrieben stärker thematisiert und angegangen werden müsste. Derzeit existiert die Auffassung – ebenfalls stark durch (zukünftige) Akademiker getrieben – dass man mit einem Studium deutlich besser verdient als mit einer beruflichen Karriere.

Bei der **Charakterisierung als Arbeitgeber und mit Blick auf die angebotenen Berufe** zeigt sich, dass das Handwerk sehr stark mit **körperlich anspruchsvoller Arbeit** und Berufen, bei denen man schmutzig wird, in Verbindung gebracht wird. Nach Einschätzung der Schüler handelt es sich zudem um Berufe, bei denen die **täglichen Arbeitsergebnisse gut sichtbar** sind. Mit Blick auf die Menschen und Arbeitsweise schreiben sie dem Handwerk ein **freundliches Team mit viel Zusammenarbeit** zu. Flexible Arbeitszeiten und -orte sehen sie bei einer Beschäftigung im Handwerk nicht erfüllt. Zudem gehen sie stark davon aus, dass eine Beschäftigung im Handwerk negativen Einfluss auf ihr Freizeitbedürfnis nehmen würde. Bei der Frage, wo es die größten Differenzen zwischen den Merkmalen eines Wunscharbeitgebers und der Erfüllung im Handwerk gibt, lassen sich im Handwerk einige **untererfüllte Charakteristika** identifizieren. Aus Sicht der Schüler müssen Betriebe künftig vor allem bei den Karrierechancen, der Work-Life-Balance (genügend Freizeit neben der Arbeit), der Entlohnung nach der Ausbildung sowie den Zukunftschancen stark aufholen. Als **zu stark erfüllt** bewerten sie das körperliche Anspruchsniveau sowie das Thema der Schmutzigkeit bei einer Beschäftigung im Handwerk. Ferner sehen sie typische Rollenbilder (typische Frauenberufe bzw. typische Männerberufe) in den Berufen des Handwerks noch stärker vorherrschend, als sie es sich wünschen würden. Auch hier ergibt sich ein Ansatzpunkt für die Handwerksorganisation und deren Initiativen, hier weiterhin zum Abbau von Klischees beizutragen.

Die Studie hat weiterhin empirische Erkenntnisse über **Azubimarketingmöglichkeiten** im Rahmen der Berufsorientierung gesammelt. Als wichtigste und interessanteste Berufsorientierungsmaßnahme schätzen Mittel-, Realschüler sowie Gymnasiasten das **Praktikum** ein. Zudem möchten sie vor allem mit **Personen, die den Beruf ausüben** oder im gewünschten Unternehmen arbeiten, ins Gespräch kommen. Beides sind Maßnahmen, die ausschließlich Betriebe anbieten können. Diese müssen sich wiederum noch mehr bewusst machen, dass ihnen die Gewinnung von Auszubildenden verstärkt über das Angebot entsprechender Maßnahmen gelingen kann. Ein Austausch mit **Eltern, Lehrern und Freunden** über mögliche Zukunftswege ist für Schüler aller Schularten ebenfalls sehr hilfreich. Diese Bezugsgruppen sollten von Betrieben bzw. der Handwerksorganisation daher als Zielgruppe für Employer Branding Maßnahmen eingezogen werden, jedoch nicht in Form gemeinsamer Veranstaltungen mit den Jugendlichen, denn dies ist von den Schülern nicht gewünscht. Auch eine gute Online-Auffindbarkeit von Betrieben sowie ein über die Homepage zur Verfügung gestelltes Informationsangebot zur Ausbildung wird aus Sicht der Jugendlichen für wertvoll befunden. Insgesamt zeigt sich, dass Jugendliche im Rahmen von Berufsorientierungsmaßnahmen nicht mit Dritten, wie beispielsweise einer Handwerkskammer oder einer Arbeitsagentur, sondern am liebsten direkt mit Unternehmen in Kontakt treten wollen. Somit kann die Handwerksorganisation bei Berufsorientierungsmaßnahmen nicht als Ersatz für Betriebe auftreten oder diese allein durchführen. Vielmehr müssen Betriebe zur Beteiligung motiviert werden, wobei das Veranstaltungskonzept, erarbeitete Programme oder Materialien als Unterstützungsleistung vonseiten der Handwerksorganisation beigesteuert werden könnten.

Zusammenfassend hat die Studie gezeigt, dass sich Jugendliche – unabhängig von der Schulart – in etwa dieselben Attraktivitätsmerkmale bei potenziellen Ausbildungsbetrieben wünschen. Je nach Schulart divergiert allerdings die Sicht auf das Handwerk im Hinblick auf die Erfüllung der Attraktivitätsmerkmale. So haben Gymnasiasten den im Vergleich kritischsten Blick auf das Handwerk und eine Ausbildung per se. Die Erreichbarkeit der Schüler über Berufsorientierungsmaßnahmen ist gegeben, vor allem das Praktikum sticht dabei auch bei Gymnasiasten als hoch interessantes Konzept hervor. Da diese Studie aber lediglich die Wünsche der Jugendlichen zu Berufsorientierungsmaßnahmen erhoben hat, wäre im nächsten Schritt eine Untersuchung notwendig, die die Wirkung einzelner Maßnahmen untersucht, an der Schüler der unterschiedlichen Schularten teilgenommen haben. Nur so könnte sich zeigen, welche Maß-

nahmen eine starke, positive Veränderung der Wahrnehmung von Schülern zur Ausbildung und zum Handwerk auslösen. Auf dieser Studie aufbauende Forschungsarbeiten müssten zudem die Attraktivität von Berufen, die im Handwerk doch sehr unterschiedlich sein können, einbeziehen.

Literaturverzeichnis

Bächtiger, André / Sälzer, Christine / Vogl, Susanne / Wirzberger, Maria / Schwaiger, Vanessa / Krause, Thomas (2022): Jugendstudie Baden-Württemberg 2022. Ergebnisbericht der 6. Jugendstudie, hrsg. von: Universität Stuttgart.

Baethge, Martin; Wolter, Andrä (2015): The German skill formation model in transition. From dual system of VET to higher education? In: Journal for Labour Market Research 48 (2), S. 97–112. DOI: 10.1007/s12651-015-0181-x.

Barlovic, Ingo / Burkard, Claudia / Hollenbach-Biele, Nicole / Lepper, Chantal / Ullrich, Denise (2022): Berufliche Orientierung im dritten Corona-Jahr. Eine repräsentative Befragung von Jugendlichen 2022, hrsg. von: Bertelsmann Stiftung.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2023a): Berufsbildungsbericht 2023, Online verfügbar unter <https://www.bmbf.de/SharedDocs/Downloads/de/2023/berufsbildungsbericht-2023-kabinettfassung.html>, 07.08.2023, 12:21 Uhr.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2023b): Exzellenzinitiative Berufliche Bildung. Mehr Fachkräfte für Deutschland, Online verfügbar unter https://www.bmbf.de/bmbf/de/bildung/berufliche-bildung/strategie-und-zusammenarbeit/exzellenzinitiative-berufliche-bildung/exzellenzinitiative_node.html, 09.08.2023, 11:00 Uhr.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2021a): Berufsbildungsbericht 2021. Bonn. Online verfügbar unter https://www.bmbf.de/bmbf/de/bildung/berufliche-bildung/strategie-und-zusammenarbeit-in-der-berufsbildung/der-berufsbildungsbericht/der-berufsbildungsbericht_node.html, 07.08.2023, 15:00 Uhr.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2021b): Tab 2.3.14: Schulabsolventinnen/-absolventen und Schulabgänger/-innen nach Art des Abschlusses. Zeitreihe: 1960 - 2020. Online verfügbar unter <https://www.datenportal.bmbf.de/portal/de/K233.html>, 07.08.2023, 14:30 Uhr.

Calmbach, Marc / Flaig, Bodo / Edwards, James / Möller-Slawinski, Heide / Borchard, Inga / Schleer, Christoph (2020): Wie ticken Jugendliche? 2020 Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland, hrsg. von: Bundeszentrale für politische Bildung.

Ebner, Christian / Edeling, Sabrina / Pilz, Matthias (2019): Master statt Meister: Warum nehmen Abiturienten mit abgeschlossener Berufsausbildung ein Studium auf? In: PR 73 (4), S. 375–390. DOI: 10.3726/PR042019.0035.

Granato, Mona / Matthes, Stephanie / Ulrich, Joachim Gerd (2018): Das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung bei der Berufswahl von Jugendlichen, in: Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2018, S. 440–447.

Granato, Mona / Ulrich, Joachim Gerd (2018): Die Attraktivität von Ausbildungsberufen und Ausbildungsbetrieben für Jugendliche, in: Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2018, S. 437–439.

Greilinger, Andrea / Katz, Melanie (2015a): Handwerk als Option für Abiturienten? Eine empirische Untersuchung der Motivstrukturen von Abiturienten bei der Entscheidung für eine Ausbildung im

Handwerk, In: Andrea Greilinger und Frank Weth (Hrsg.): Gewinnung von Abiturienten für das Handwerk – Bedeutung, Möglichkeiten und Aktivitäten seitens der Handwerksorganisation. München: Ludwig-Fröhler-Institut, Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut, S. 63–132.

Greilinger, Andrea / Katz, Melanie (2015b): Vom Abitur zum Beruf – Determinanten der Berufs- und Arbeitgeberwahl von Abiturienten an der ersten Schwelle, In: Andrea Greilinger und Frank Weth (Hrsg.): Gewinnung von Abiturienten für das Handwerk – Bedeutung, Möglichkeiten und Aktivitäten seitens der Handwerksorganisation, München: Ludwig-Fröhler-Institut, Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut, S. 13–62.

Greilinger, Andrea (2015): Challenges of SMEs in Apprentices' Recruitment and Employment: Empirical Studies to Overcome the Skilled Labor Shortage, München: Technische Universität München.

Handwerkskammer für Schwaben (2023): Tag des Handwerks 2023 Schwaben, Online verfügbar unter <https://tagdeshandwerksschwaben.de/>, 09.08.2023, 11:05 Uhr.

Icks, Anette / Brink, Siegrun (2023): Zukunftspanel Mittelstand 2023: Erhöhter Wettbewerbsdruck fordert die Unternehmen heraus, in: IfM Bonn: Chartbook, Bonn.

Leber, Ute / Schwengler, Barbara (2021): Unbesetzte Ausbildungsplätze und vorzeitig gelöste Verträge erschweren Fachkräftesicherung, IAB-Kurzbericht, Online verfügbar unter <https://doku.iab.de/kurzber/2021/kb2021-03.pdf>, 07.08.2023, 12:50 Uhr.

Malin, Lydia / Köppen, Robert (2023): Fachkräftemangel und Ausbildung im Handwerk, KOFA Kompakt, Online verfügbar unter https://www.kofa.de/media/Publikationen/KOFA_Kompakt/Fachkraeftemangel_Ausbildung_Handwerk_2023.pdf, 07.08.2023, 11:33 Uhr.

Mischler, Till (2017): Die Attraktivität von Ausbildungsberufen im Handwerk. Eine empirische Studie zur beruflichen Orientierung von Jugendlichen, Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag.

Rehbold, Rolf R. / Rasch, Katrin (2022): Wege ins Handwerk: Rückblickende Betrachtung auf die Berufswahlentscheidung von Auszubildenden im Handwerk. Motive. Gründe. Zufriedenheit, Arbeitshefte zur berufs- und wirtschaftspädagogischen Forschung des Forschungsinstituts für Berufsbildung im Handwerk an der Universität zu Köln.

Risius, Paula / Malin, Lydia / Flake, Regina (2017): Ausbildung oder Studium? Wie Unternehmen Abiturienten bei der Berufsorientierung unterstützen können, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln (KOFA-Studie, No. 3/2017), Online verfügbar unter <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/172083/1/kofa-studie-2017-3.pdf>, 10.08.2023, 11:35 Uhr.

Schleer, Christoph / Calmbach, Marc (2022): Berufsorientierung Jugendlicher in Deutschland. Erwartungen, Sorgen und Bedarfe, Sinus Studie, Wiesbaden: Springer VS.

Schneider, Heidrun / Franke, Barbara (2014): Bildungsentscheidungen von Studienberechtigten. Studienberechtigte 2012 ein halbes Jahr vor und ein halbes Jahr nach Schulabschluss, In: Forum Hochschule (6).

Schöpp, Miriam / Risius, Paula / Martin, Valeska / Jansen, Anika (2021): Neue (digitale) Wege in der Berufsorientierung: So können sich Unternehmen einbringen, KOFA-Studie Nr. 2/2021.

Schwanzer, Andrea D. (2008): Determinanten der Berufswahl. Die Berufswahl von Abiturientinnen und Abiturienten und Konsequenzen einer Berufsentscheidung bei konfligierenden Determinanten, Hamburg: Kovač (Studienreihe Psychologische Forschungsergebnisse, 130).

Spiegel (2022): Deutschland fehlen 250.000 Handwerker, Online verfügbar unter <https://www.spiegel.de/wirtschaft/elektriker-sanitaer-klimatechnik-und-co-deutschland-fehlen-250-000-handwerker-a-7eb8aaef-b29a-4c71-8afb-61e6f9f4140e>, 01.08.2023, 14:53 Uhr.

Zentralverband des Deutschen Handwerks (2023a): Das Handwerk wird gebraucht, Online verfügbar unter <https://www.zdh.de/presse/veroeffentlichungen/interviews-und-statements/das-handwerk-wird-gebraucht/>, 01.08.2023, 16:05 Uhr.

Zentralverband des Deutschen Handwerks (2023b): Handwerk bietet noch 36.000 Chancen auf Bildungskarriere, Online verfügbar unter <https://www.zdh.de/presse/veroeffentlichungen/interviews-und-statements/handwerk-bietet-noch-36000-chancen-auf-bildungskarriere/>, 07.08.2023, 13:05 Uhr.

Anhang

Anhang 1: Fragebogen zur Datenerhebung

<p>Ludwig-Fröhler-Institut Max-Joseph-Str. 4 80333 München</p>	
<p>An alle teilnehmenden Klassenmitglieder</p>	<p>Dr. Andrea Greilinger Wissenschaftliche Mitarbeiterin +49 (0)89 - 51 55 60 - 84 greilinger@lf-muenchen.de</p>
<p>München, im April & Mai 2023</p>	
<p>Fragebogen zum Thema „Handwerk & Berufsorientierung“</p>	
<p>Liebe Schülerin, lieber Schüler,</p>	
<p>vielen Dank, dass Sie sich dazu bereit erklärt haben, den beiliegenden Fragebogen auszufüllen! Ihre Teilnahme an der Untersuchung ist absolut freiwillig. Eine Nichtteilnahme hat keine nachteiligen Folgen für Sie.</p>	
<p>Die Bearbeitung des Fragebogens wird etwa 25 Minuten in Anspruch nehmen. Wichtig ist, dass Sie ihn alleine und ohne Störungen oder Ablenkungen ausfüllen. Dabei gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Am besten, Sie antworten einfach intuitiv nach Ihrem ersten Gefühl, ohne lange zu überlegen. Ich bitte Sie, die Seiten nacheinander durchzugehen, ohne vor- oder zurückzublättern. Es wäre sehr hilfreich, wenn Sie alle Fragen beantworten - einzelne Fragen können natürlich auch unbeantwortet bleiben.</p>	
<p>Ihre Antworten werden selbstverständlich streng vertraulich behandelt und finden ausschließlich im Rahmen dieser wissenschaftlichen Untersuchung Verwendung.</p>	
<p>Ich danke Ihnen im Voraus für Ihre Mitarbeit und Unterstützung!</p>	
<p>Beste Grüße</p>	<p>Ludwig-Fröhler-Institut Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut Leitung: Prof. Dr. Günther Friedl Max-Joseph-Str. 4 80333 München www.lfi-muenchen.de info@lf-muenchen.de Tel.: +49 (0)89 - 51 55 60 - 70 Fax: +49 (0)89 - 51 55 60 - 77</p>
	<p>Gefördert durch:  Bundministerium für Wirtschaft und Klimaschutz aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages</p>
<p>Dr. Andrea Greilinger</p>	
<p>sowie die Wirtschaftsministerien der Bundesländer</p>	

1. Zukunftsplanung

Was möchten Sie direkt nach Ihrem Schulabschluss als nächstes tun? (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> noch unentschlossen <input type="checkbox"/> auf eine höhere Schule gehen, z. B. Realschule oder Fachoberschule (FOS), um dort einen höheren Schulabschluss zu machen <input type="checkbox"/> eine Ausbildung in einem Betrieb beginnen <input type="checkbox"/> eine Ausbildung an einer Schule beginnen (z. B. Fremdsprachenschule, Schule für Erzieher*in oder Krankenpfleger*in) <input type="checkbox"/> ohne Ausbildung arbeiten <input type="checkbox"/> freiwilliges soziales Jahr machen / freiwilligen Wehrdienst bei der Bundeswehr leisten <input type="checkbox"/> Work and Travel / ein Jahr Orientierungszeit nehmen <input type="checkbox"/> sonstiges
--	---

2. Mögliche spätere Berufsfelder

Für welche Berufsfelder interessieren Sie sich? (mehrere Antworten möglich)	<input type="checkbox"/> noch unentschlossen <input type="checkbox"/> <u>Hochbau</u> (z. B. Dachdecker*in, Bauingenieur*in) oder <u>Tiefbau</u> (z. B. Straßenbauer*in, Kanalbauer*in) <input type="checkbox"/> <u>Ausbau</u> (z. B. Maler*in, Schreiner*in) <input type="checkbox"/> <u>Elektro- oder Gebäudetechnik</u> (z. B. Anlagenmechaniker*in für Sanitär-, Heizungs- u. Klimatechnik, Elektroingenieur*in) <input type="checkbox"/> <u>Metall, Maschinenbau</u> (z. B. Metallbauer*in, Feinwerkmechaniker*in) <input type="checkbox"/> <u>Medien</u> (z. B. Grafikdesigner*in, Journalist*in) <input type="checkbox"/> <u>IT, Computer</u> (z. B. Fachinformatiker*in, Softwareentwickler*in) <input type="checkbox"/> <u>Wirtschaft, Verwaltung</u> (z. B. Wirtschaftsingenieur*in, Steuerfachangestellte*r) <input type="checkbox"/> <u>Dienstleistung</u> (z. B. Friseur*in, Unternehmensberater*in) <input type="checkbox"/> <u>Landwirtschaft, Natur, Umwelt</u> (z. B. Schornsteinfeger*in, Forstwirt*in) <input type="checkbox"/> <u>Naturwissenschaften</u> (z. B. Chemielaborant*in, Pharmazeutisch-kaufm. Angestellte*r) <input type="checkbox"/> <u>Gesundheit</u> (z. B. Augenoptiker*in, Arzt/Arztin) <input type="checkbox"/> <u>Lebensmittel</u> (z. B. Bäcker*in, Lebensmitteltechniker*in) <input type="checkbox"/> <u>Auto, Fahrzeugtechnik</u> (z. B. Kfz-Mechatroniker*in, Automobilkauffrau/-mann) <input type="checkbox"/> <u>Transport, Lager, Logistik</u> (z. B. Fachlagerist*in, Pilot*in) <input type="checkbox"/> <u>Soziales, Pädagogik</u> (z. B. Lehrer*in, Altenpfleger*in) <input type="checkbox"/> <u>Kunst, Kultur, Gestaltung</u> (z. B. Goldschmied*in, Fotograf*in, Architekt*in) <input type="checkbox"/> ein anderes als die genannten Berufsfelder
---	---

Falls Sie bisher wenig Berührungspunkte mit dem Handwerk hatten, soll Ihnen der folgende Text einen kleinen Einblick geben:

Das Handwerk ist ein vielfältiger Wirtschaftsbereich mit über 130 Berufen. Handwerksbetriebe sind überwiegend regional tätige Unternehmen. Sie konstruieren, designen, stellen etwas her oder erbringen eine Dienstleistung, installieren, reparieren und warten. Die Varianten reichen vom Industrielieferbetrieb in der Feinwerkmechanik bis zum Handwerk im konsumnahen Bereich wie der Kosmetik. Es gibt Handwerksbetriebe mit hunderten Mitarbeiter*innen, aber auch sehr viele Kleinbetriebe. Nahezu jeder dürfte schon einmal die Hilfe einer Handwerkerin oder eines Handwerkers in Anspruch nehmen: Sei es beim Bau eines Hauses, der Reparatur eines Autos, dem Einkauf beim Bäcker und Metzger um die Ecke oder wenn mal wieder eine neue Brille oder ein neuer Haarschnitt fällig wurden.

3. Attraktivität und Ruf von Handwerksbetrieben als mögliche Arbeitgeber

Welchen Bezug haben Sie zum Handwerk?	stimme gar nicht zu	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	stimme eher zu	stimme zu	stimme voll und ganz zu
Handwerksbetriebe zählen zu den Unternehmen, bei denen ich mich später einmal als erstes bewerben würde.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Einladung von einem Handwerksbetrieb zu einem Vorstellungsgespräch würde ich sofort annehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich würde sehr viel dafür geben, bei einem Handwerksbetrieb arbeiten zu können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Freund*innen finden, dass Handwerksbetriebe sehr beliebte und angesehene Arbeitgeber sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Eltern finden, dass Handwerksbetriebe sehr beliebte und angesehene Arbeitgeber sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Klassenkamerad*innen finden, dass Handwerksbetriebe sehr beliebte und angesehene Arbeitgeber sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn ich an mögliche Arbeitgeber denke, kommt mir das Handwerk als erstes in den Sinn.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit Handwerksbetrieben und Handwerksberufen bin ich vertraut und kann mir etwas darunter vorstellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kenne den Unterschied zwischen Handwerksbetrieben und anderen Arbeitgebern (z. B. aus der Industrie).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Bild vom Handwerk

Wie schätzen Sie das Handwerk in den unten aufgeführten Punkten ein?	stimme gar nicht zu	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	stimme eher zu	stimme zu	stimme voll und ganz zu
Wenn man im Handwerk arbeitet, hat man...						
...die Möglichkeit, sich persönlich zu entwickeln und zu entfalten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...gute Aufstiegs- und Karrierechancen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...genügend Zeit neben der Arbeit für seine Freizeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...die Möglichkeit, sich die Arbeitszeit selbst und flexibel einzuteilen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...die Möglichkeit, sich den Arbeitsort selbst und flexibel einzuteilen (z. B. von zu Hause aus zu arbeiten).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...die Möglichkeit, auch mal im Ausland zu arbeiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...interessante, herausfordernde Aufgaben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...vielseitige, abwechslungsreiche Arbeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...selbständiges und eigenverantwortliches Arbeiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...körperliche Betätigung bei der Arbeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen attraktiven Standort / Firmensitz des Arbeitgebers (z. B. kurze Fahrzeit, gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie schätzen Sie das Handwerk in den unten aufgeführten Punkten ein?	stimme gar nicht zu	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	stimme eher zu	stimme zu	stimme voll und ganz zu
Wenn man im Handwerk arbeitet, hat man...						
...nette, freundliche Kolleg*innen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ein gutes Verhältnis zur Chefin / zum Chef.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... einen bekannten Arbeitgeber mit gutem Ruf.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...regelmäßige Gespräche mit der Chefin / dem Chef über seine Entwicklung und die Zufriedenheit im Unternehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...viel Teamarbeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen hohen Lohn <u>während</u> der Ausbildung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen hohen Lohn <u>nach</u> der Ausbildung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...attraktive betriebliche Vergünstigungen (z. B. Mitarbeiterkonditionen, Handy, Urlaubsgeld).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...eine hohe Chance auf Festanstellung nach der Ausbildung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...regelmäßige Weiterbildungsmöglichkeiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...eine gute Vorbereitung auf eine mögliche berufliche Selbständigkeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen Beruf mit guten Zukunftschancen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen Beruf, bei dem man täglich das Ergebnis seiner Arbeit sieht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen Beruf, mit dem man hohes soziales Ansehen hat und respektiert wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen Beruf, bei dem man drinnen im Warmen und Trockenen arbeiten kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen Beruf, bei dem man mit moderner Technik arbeiten kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen Beruf, bei dem man schmutzig wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...einen Beruf, der für Männer besser geeignet ist als für Frauen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Zukunftsperspektiven beim Vergleich von Ausbildung und Studium

Wie schätzen Sie die Zukunftsperspektiven mit einer betrieblichen Ausbildung oder einem Studium ein?						
	sehr schlecht/ sehr gering	schlecht/ gering	eher schlecht/ eher gering	eher gut/ eher hoch	gut/ hoch	sehr gut/ sehr hoch
Wie gut fühlen Sie sich zum jetzigen Zeitpunkt über die Möglichkeiten und Regelungen einer <u>beruflichen Ausbildung</u> informiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie gut glauben Sie sind die Aussichten, mit einer <u>beruflichen Ausbildung</u> später einen gut bezahlten Job zu bekommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie gut glauben Sie sind die Aussichten, mit einer <u>beruflichen Ausbildung</u> später einen in der Gesellschaft angesehenen Job zu bekommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie gut glauben Sie sind die Aussichten, mit einer <u>beruflichen Ausbildung</u> später einen interessanten Job zu bekommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie hoch glauben Sie ist das Risiko, mit einer <u>beruflichen Ausbildung</u> später arbeitslos zu werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie gut fühlen Sie sich zum jetzigen Zeitpunkt über die Möglichkeiten und Regelungen eines <u>Studiums</u> informiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie gut glauben Sie sind die Aussichten, mit einem <u>Studium</u> später einen gut bezahlten Job zu bekommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie gut glauben Sie sind die Aussichten, mit einem <u>Studium</u> später einen in der Gesellschaft angesehenen Job zu bekommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie gut glauben Sie sind die Aussichten, mit einem <u>Studium</u> später einen interessanten Job zu bekommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie hoch glauben Sie ist das Risiko, mit einem <u>Studium</u> später arbeitslos zu werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Attraktivität von Möglichkeiten zur Berufsorientierung

Wie interessant und wichtig finden Sie die verschiedenen Möglichkeiten zur Berufsorientierung?						
(Bitte beantworten Sie die Frage unabhängig davon, ob Sie schon eine der Möglichkeiten genutzt haben. Es geht einfach darum, dass Sie einschätzen, ob sie Ihnen hilfreich bei der Berufsorientierung sein könnten.)	absolut un- wichtig	un- wichtig	eher un- wichtig	eher wichtig	wichtig	sehr wichtig
Informationen durch meine Lehrer*innen im Unterricht erhalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Praktikum in einem Unternehmen machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbildungsmesse / Berufsinformationsmesse besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
im Internet über Berufe oder Ausbildungsmöglichkeiten recherchieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stellenanzeigen gezielt durchschauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Homepage eines Unternehmens besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
über Social Media (wie z. B. TikTok, Facebook, Instagram oder YouTube) zu Unternehmen / Berufen recherchieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vortrag, bei dem sich ein Unternehmen vorstellt, anhören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie interessant und wichtig finden Sie die verschiedenen Möglichkeiten zur Berufsorientierung? <small>(Bitte beantworten Sie die Frage unabhängig davon, ob Sie schon eine der Möglichkeiten genutzt haben. Es geht einfach darum, dass Sie einschätzen, ob sie Ihnen hilfreich bei der Berufsorientierung sein könnten.)</small>	absolut un-wichtig	un-wichtig	eher un-wichtig	eher wichtig	wichtig	sehr wichtig
an einer Betriebsbesichtigung / Betriebserkundung teilnehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personen, die den gewünschten Beruf ausüben bzw. in dem gewünschten Unternehmen arbeiten, direkt ansprechen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mit Eltern, Lehrer*innen oder Freund*innen über Berufe / Betriebe sprechen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berufsinformationszentrum (BIZ) der Arbeitsagentur besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
von Berufsberater*in der Arbeitsagentur beraten lassen oder im Unterricht Informationen erhalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berufsinteressentest / Berufswahltest ausfüllen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationsveranstaltung der <u>Handwerkskammer (HWK)</u> besuchen oder deren Beratungsangebot nutzen <small>(Eine HWK repräsentiert ihre handwerklichen Mitgliedsbetriebe und vertritt deren Interessen gegenüber der Politik. Eine HWK bietet auch umfangreiche Ausbildungsberatung für Schüler, Lehrer oder Eltern an.)</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationsveranstaltung der <u>Industrie- und Handelskammer (IHK)</u> besuchen oder deren Beratungsangebot nutzen <small>(Eine IHK repräsentiert ihre industriellen Mitgliedsbetriebe und vertritt deren Interessen gegenüber der Politik. Eine IHK bietet auch umfangreiche Ausbildungsberatung für Schüler, Lehrer oder Eltern an.)</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Bisherige Teilnahme an Berufsorientierung

<p>Welche Möglichkeiten haben Sie bisher genutzt, um sich über einen Ausbildungsberuf oder einen Arbeitgeber zu informieren? <small>(mehrere Antworten möglich)</small></p>	<input type="checkbox"/> Informationen durch meine Lehrer*innen im Unterricht erhalten
	<input type="checkbox"/> Praktikum in einem Unternehmen gemacht
	<input type="checkbox"/> Ausbildungsmesse / Berufsinformationsmesse besucht
	<input type="checkbox"/> im Internet über Berufe oder Ausbildungsmöglichkeiten recherchiert
	<input type="checkbox"/> Stellenanzeigen gezielt durchgeschaut
	<input type="checkbox"/> Homepage eines Unternehmens besucht
	<input type="checkbox"/> über Social Media (wie z. B. TikTok, Facebook, Instagram oder YouTube) zu Unternehmen / Berufen recherchiert
	<input type="checkbox"/> Vortrag, bei dem sich ein Unternehmen vorstellt, angehört
	<input type="checkbox"/> an einer Betriebsbesichtigung / Betriebserkundung teilgenommen
	<input type="checkbox"/> Personen, die den gewünschten Beruf ausüben bzw. in dem gewünschten Unternehmen arbeiten, direkt angesprochen
	<input type="checkbox"/> mit Eltern, Lehrer*innen oder Freund*innen über Berufe / Betriebe gesprochen
	<input type="checkbox"/> Berufsinformationszentrum (BIZ) der Arbeitsagentur besucht
	<input type="checkbox"/> von Berufsberater*in der Arbeitsagentur beraten lassen oder im Unterricht Informationen erhalten
<input type="checkbox"/> Berufsinteressentest / Berufswahltest ausgefüllt	
<input type="checkbox"/> Informationsveranstaltung der <u>HWK</u> besucht oder deren Beratungsangebot genutzt	
<input type="checkbox"/> Informationsveranstaltung der <u>IHK</u> besucht oder deren Beratungsangebot genutzt	
<input type="checkbox"/> sonstiges	
<input type="checkbox"/> bisher keine der aufgeführten Möglichkeiten genutzt	

8. Ausgestaltung der Möglichkeiten zur Berufsorientierung

Wie wichtig ist Ihnen, dass die unten aufgeführten Punkte bei Berufsorientierungsmaßnahmen erfüllt sind?	absolut un-wichtig	un-wichtig	eher un-wichtig	eher wichtig	wichtig	sehr wichtig
Bei Berufsorientierungsmaßnahmen möchte ich immer echte Unternehmen kennenlernen, statt nur über Berufe oder Unternehmen zu reden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berufsorientierungsmaßnahmen sollten bei Unternehmen und nicht an der Schule stattfinden, damit ich die Betriebsumgebung kennenlernen kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Chefin / der Chef eines Unternehmens sollte die Berufsorientierung persönlich durchführen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitarbeiter*innen eines Unternehmens sollten die Berufsorientierung durchführen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Junge Mitarbeiter*innen (z. B. aktuelle Azubis) sollten die Berufsorientierung durchführen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Eltern sollten ebenfalls an der Berufsorientierung teilnehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei Berufsorientierungsmaßnahmen möchte ich Mitarbeiter*innen bei der Arbeit zusehen, damit ich mir etwas unter dem Beruf vorstellen kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei Berufsorientierungsmaßnahmen möchte ich selbst etwas Praktisches zu einem Beruf ausprobieren dürfen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berufsorientierungsmaßnahmen sollten online stattfinden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei Berufsorientierungsmaßnahmen möchte ich Kontakt zu verschiedenen Unternehmen gleichzeitig, damit ich die Arbeitgeber vergleichen kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei Berufsorientierungsmaßnahmen möchte ich Videos zu Berufen und Unternehmen anschauen können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zur Berufsorientierung möchte ich Influencer*innen folgen, die für mich interessante Berufe präsentieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zum Abschluss von Berufsorientierungsmaßnahmen wäre es schön, etwas Selbstgestaltetes mit nach Hause nehmen zu dürfen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zum Abschluss von Berufsorientierungsmaßnahmen wäre es hilfreich, zusätzlich schriftliche Informationen zum Beruf / Unternehmen zu erhalten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Im Rahmen von Berufsorientierungsmaßnahmen wäre es schön, eine kleine Brotzeit / Verpflegung zu erhalten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Kriterien bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber und Beruf

Wie wichtig sind Ihnen die unten aufgeführten Punkte bei der Wahl Ihres späteren Arbeitgebers und Berufs?	absolut un-wichtig	un-wichtig	eher un-wichtig	eher wichtig	wichtig	sehr wichtig
die Möglichkeit, mich persönlich zu entwickeln und zu entfalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gute Aufstiegs- und Karrierechancen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
genügend Zeit neben der Arbeit für meine Freizeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Möglichkeit, mir die Arbeitszeit selbst und flexibel einzuteilen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie wichtig sind Ihnen die unten aufgeführten Punkte bei der Wahl Ihres späteren Arbeitgebers und Berufs?	absolut un-wichtig	un-wichtig	eher un-wichtig	eher wichtig	wichtig	sehr wichtig
die Möglichkeit, mir den Arbeitsort selbst und flexibel einzuteilen (z. B. von zu Hause aus zu arbeiten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Möglichkeit, auch mal im Ausland zu arbeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
interessante, herausfordernde Aufgaben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vielseitige, abwechslungsreiche Arbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
selbständiges und eigenverantwortliches Arbeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
körperliche Betätigung bei der Arbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
attraktiver Standort / Firmensitz des Arbeitgebers (z. B. kurze Fahrzeit, gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nette, freundliche Kolleg*innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gutes Verhältnis zur Chefin / zum Chef	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bekannter Arbeitgeber mit gutem Ruf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
regelmäßige Gespräche mit der Chefin / dem Chef über meine Entwicklung und die Zufriedenheit im Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
viel Teamarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hoher Lohn während der Ausbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hoher Lohn nach der Ausbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
attraktive betriebliche Vergünstigungen (z. B. Mitarbeiterkonditionen, Handy, Urlaubsgeld)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hohe Chance auf Festanstellung nach der Ausbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
regelmäßige Weiterbildungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorbereitung auf eine mögliche berufliche Selbständigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruf mit guten Zukunftschancen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruf, bei dem man täglich das Ergebnis seiner Arbeit sieht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruf, mit dem man hohes soziales Ansehen hat und respektiert wird	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruf, bei dem man drinnen im Warmen und Trockenen arbeiten kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruf, bei dem man mit moderner Technik arbeiten kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruf, bei dem man nicht schmutzig wird	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruf, der typisch für Männer oder typisch für Frauen ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie viele Mitarbeiter*innen sollte das Unternehmen, in dem Sie später arbeiten möchten, im Idealfall haben? (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> die Unternehmensgröße ist mir nicht wichtig <input type="checkbox"/> unter 10 Mitarbeiter*innen <input type="checkbox"/> 10 – 49 Mitarbeiter*innen <input type="checkbox"/> 50 – 249 Mitarbeiter*innen <input type="checkbox"/> 250 und mehr Mitarbeiter*innen
Würden Sie für einen Ausbildungsplatz in eine andere Stadt ziehen? (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja, aber nur in die nähere Umgebung <input type="checkbox"/> ja, deutschlandweit <input type="checkbox"/> ja, auch ins Ausland

10. Fragen zu Ihnen

Geschlecht (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> weiblich <input type="checkbox"/> männlich <input type="checkbox"/> divers
Alter (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> 13 Jahre <input type="checkbox"/> 14 Jahre <input type="checkbox"/> 15 Jahre
Staatsangehörigkeit (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> deutsche Staatsangehörigkeit <input type="checkbox"/> deutsche <u>und</u> andere Staatsangehörigkeit <input type="checkbox"/> andere Staatsangehörigkeit
Wo haben Sie den überwiegenden Teil Ihrer Kindheit / Jugend verbracht? (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> in einer Großstadt (mindestens 100.000 Einwohner) <input type="checkbox"/> in einer mittleren Stadt (10.000 – 99.999 Einwohner) <input type="checkbox"/> in einer kleinen Stadt / einem Dorf / auf dem Land
In welchem Bereich lag der Notenschnitt Ihres letzten Zwischenzeugnisses? (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> 1,0 – 1,9 <input type="checkbox"/> 2,0 – 2,9 <input type="checkbox"/> 3,0 – 3,9 <input type="checkbox"/> 4,0 – 4,9 <input type="checkbox"/> 5,0 oder schlechter
Welche Note hatten Sie im letzten Zwischenzeugnis in Mathematik ?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6
Welche Note hatten Sie im letzten Zwischenzeugnis in Deutsch ?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6
Wie viele Personen aus Ihrem nahen Umfeld (Eltern, Verwandte, enge Freunde) arbeiten in einem Handwerksbetrieb? (nur <u>eine</u> Antwort möglich)	<input type="checkbox"/> niemand <input type="checkbox"/> 1 – 2 Personen <input type="checkbox"/> 3 – 5 Personen <input type="checkbox"/> über 5 Personen

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an der Befragung!