



---

## **Verbundpartnertagung 2023: Berufswahlprozess und Lehrstellenrekrutierung**

### **Zusammenfassung der Diskussion vom 21.03.2023**

#### **Workshop 1 – Berufswahlprozess in der Schule**

Die zentralen Diskussionspunkte in Workshop 1 über den Berufswahlprozess in der obligatorischen Schule waren der Einfluss der Eltern und der Lehrpersonen auf die Jugendlichen. Dies führte zu der Frage nach dem unterschiedlichen Engagement von Eltern in Abhängigkeit von ihren sozioökonomischen Hintergründen. Auch wurde diskutiert, wie gut Lehrpersonen und Berufsberatungspersonen die Berufsbildung kennen, da diese oftmals einen akademischen Hintergrund aufweisen.

Schweizweit ist der Berufswahlunterricht grundsätzlich gut ausgebaut, mit teilweise kantonal unterschiedlichen Angeboten. Ein wichtiges Thema ist die Ausbildungswahl auch in Gymnasien. Namentlich in Langzeitgymnasien sollen die Schülerinnen Schüler Gelegenheit haben, sich mit ihrer Laufbahn kritisch auseinanderzusetzen.

Es wurden verschiedene Lösungsansätze diskutiert:

- Kommunikation: Eine Sensibilisierung der Eltern und der Lehrpersonen ist wünschenswert. Es sollte mehr Information / ein strukturiertes Angebot über Chancen der Berufsbildung geben.
- Die Bildungswahl soll in Gymnasien stärker thematisiert werden. Denkbar sind Zwischenbilanzen in (Langzeit-)Gymnasien und Standortbestimmungen. Auch Jobmessen in Gymnasien könnten helfen, talentierte Jugendliche für die Berufsbildung zu gewinnen.
- Die Koordination auf kantonaler / regionaler Ebene kann teilweise weiter optimiert werden. Dabei geht es einerseits darum, dass sich die Akteure (Schule, Berufsberatung, OdA etc. absprechen). Andererseits ist es möglich, gemeinsam Veranstaltungen zur Bildungswahl aufzugleisen. Beispiele dazu finden sich in den Kantonen Baselland und Zürich (Berufsbildungsforen).

#### **Workshop 2 – Berufsberatung**

Die Diskussion drehte sich um die Schwierigkeit für junge Menschen, früh eine Wahl treffen zu müssen. Die Rolle der Berufsberatung besteht dabei darin, auf neutrale Art und Weise alle Möglichkeiten aufzuzeigen, die sich den Jugendlichen bieten.

Wichtig ist, dass alle Schritte des Berufswahlprozesses durchlaufen werden, ohne etwas zu überstürzen. In diesem Zusammenhang wurde auch die Bedeutung des «Job-Matching» angesprochen. Eine grosse Anzahl junger Menschen konzentriert sich auf eine begrenzte Auswahl an beruflichen Grundbildungen, die teilweise nicht ihren Fähigkeiten entsprechen. Andere wiederum treffen eine Wahl nach ihren Fähigkeiten, ohne jedoch ihre Wünsche zu berücksichtigen.

Es wurden verschiedene Lösungsansätze diskutiert:

- Vermehrte Durchführung von Elternabenden in Berufsinformationszentren.
- Obligatorische Schnuppertage
- Austausch zwischen Jugendlichen und Erwachsenen, z.B. in Form von Mentoring-Programmen
- Bessere Koordination und Zusammenarbeit auf regionale Ebene.
- Möglichkeit eines zweiten Berufswahlprozesses in Gymnasien und Fachmittelschulen.

### Workshop 3 – Familie und privates Umfeld

Die Diskussionen konzentrierten sich auf Jugendliche und ihre Eltern und drehten sich um die Herausforderungen dieser beiden Zielgruppen und wie diese überwunden werden können.

Es wurden interessante Lösungsansätze für einen besseren Einbezug / eine bessere Information der Eltern angesprochen:

- Einbezug ausserberuflicher und ausserschulischer Kreise: Gewerkschaften einbeziehen, Zugang über «Sportvereine», enger mit dem Personal der Gemeinden zusammenarbeiten, da diese direkten Zugang zur Bevölkerung.
- Kommunikationsoffensive: kantonale Berufsmessen noch mehr auf Eltern ausrichten, Newsletter für Eltern zu verschiedenen Zeiten, Eltern informieren Eltern, Jugendliche informieren Eltern.
- Schnupperlehre für Eltern
- Mentoringprogramm für Eltern sowie Jugendlichen, die zeitlich überfordert sind

Zu den Jugendlichen:

- Zielgruppenspezifische Netzwerke nutzen
- Vorbilder/Influencer nutzen; einfach zu verstehende Botschaften vermitteln
- OdA-Besuche in 5./6. Klasse (Kinder sowie Eltern)

### Workshop 4 – Betriebe: Berufsbildnerinnen und Berufsbildner

Es sind sich alle einig, dass die Rolle der Berufsbildnerinnen und Berufsbildner zentral ist: Nicht nur während der beruflichen Grundbildung, bereits bei Schnupperlehren, der Rekrutierung bis über den Austritt hinaus. Im Praxisinput zeigte Coop auf, wie sie mit über 30 Lehrberufen, strukturierten fünf-tägigen Schnupperlehren in der Rekrutierung und neuen Kanälen die Generation Z, resp. Alpha, abholen.

Erkenntnisse aus den anschliessenden Diskussionen:

- Die Aus- und Weiterbildung von Berufsbildnerinnen und Berufsbildner muss gestärkt werden.
  - o Initiativen wie das Berufsbildung 2030-Projekt «TOP-Ausbildungsbetriebe» werden begrüsst.
  - o Die gesetzlichen Grundlagen dazu sind ausreichend, die Umsetzung ist sehr heterogen in ihrer Qualität.
  - o Wertschätzung der Berufsbildnerinnen und Berufsbildner fehlt oft. Ihre Rolle soll anerkannt und als Karriereentwicklung wahrgenommen werden.
- Ausschlaggebend für eine erfolgreiche Rekrutierung ist das Matching von Beginn weg. Nicht nur zwischen Jugendlichen/Beruf, sondern auch zwischen Jugendlichen/Berufsbildnerinnen und dem Arbeitsumfeld.
- Schnupperlehren sind wichtig und ausschlaggebend. Dazu braucht es qualifizierte Berufsbildnerinnen und Berufsbildner.
- Spagat zwischen «produktiver Arbeit» und ausbildender Tätigkeit.
- Austausch unter Berufsbildenden fördern (voneinander lernen, Rolle klären und Herausforderungen teilen, sichtbar machen).

### Workshop 5 – Lehrstellenmarketing und Berufsmarketing

Suissetec präsentierte als Einführung ihre Marketingstrategie. Aus den anschliessenden Diskussionen ergaben sich mehrere Erkenntnisse:

- «Kampf um Talente/um Jugendliche allgemein»: Wer kämpft gegen wen? Erkenntnis der handwerklichen Berufe, dass sie alle im gleichen Boot sitzen, dass sie untereinander Konkurrenten sind, aber auch der allgemeinbildende Weg eine Konkurrenz darstellt, v.a. für anspruchsvolle Berufe.
- Berufsmarketing muss auf verschiedene Zielgruppen abzielen: Nicht nur auf die Jugendlichen, sondern auch auf ihr Umfeld – Eltern, Peers, Lehrpersonen.
- Für Eltern muss das Marketing die Perspektive eines Berufs, die Karrieremöglichkeiten und die Durchlässigkeit im System aufzeigen.
- Der Berufsmarketing-Mix muss realistische, authentische Botschaften vermitteln. Der Kanal ist dabei sekundär.

- Kaskade: Die Trägerschaften legen den Teppich / definieren eine Marketing-Strategie (politisch-strategisch), die sie an ihre Sektionen weitergeben, die wiederum an die Betriebe (operativ) weiterleiten. Dort geschieht die Umsetzung an der Basis und im direkten Kontakt mit den Zielgruppen. Betriebe und ihre Mitarbeitenden sind (gegenüber den Kunden) die authentischsten Berufsbotschafter.
- Es geht nicht nur um das Gewinnen von Lernenden, sondern auch um das erfolgreiche Ausbilden (in den Lehrbetrieben) und Halten von zukünftigen Fachkräften in den Branchen.
- Dezentrale Marketingmassnahmen, Tage der offenen Tür und Schnupperlehren sind oftmals effektiver als teure Kampagnen. Die Wirkung ist nicht messbar und es gibt keinen kausalen Zusammenhang «mehr Werbung – mehr Lernende».

### **Workshop 6 – Nutzung elektronischer Plattformen**

Vertreter des SDBB (berufsberatung.ch), von gateway.one und von Yousty informierten über den Umgang mit Kundenansprüchen an ihre Lehrstellen- und Informationsplattformen im (Berufs-)Bildungsbereich.

Einige Erkenntnisse aus den anschliessenden Diskussionen:

- Die elektronischen Plattformen bieten sehr viele Chancen, um Jugendliche zu erreichen.
- berufsberatung.ch wird von Kantonen und Bund angeboten. Wegen ihres öffentlichen Charakters soll die Plattform neutral und vollständig informieren, keine Kosten für OdA oder Unternehmen verursachen und jedem Bildungsinteressenten und jeder Bildungsinteressentin beim «lebenslangen Lernen» dienen.
- Auch die privaten Plattformen haben zum Ziel, Jugendliche bei ihrer Berufswahl zu unterstützen. In diesem Hinblick sind realistische und authentische Informationen zu vermitteln.
- Die Benutzung von privaten Plattformen für die Rekrutierung ist für die Lehrbetriebe mit (hohen) Kosten verbunden.
- Eine elektronische Plattform ist eines von vielen Rekrutierungsinstrumenten. Sie ist nicht für alle offenen Lehrstellen das optimale Instrument.
- In der Aktualisierung der Informationen auf den Plattformen spielen die OdA und Unternehmen eine wichtige Rolle.
- Die Vielfalt an privaten Plattformen kann für Benutzer und Benutzerinnen verwirrend sein.
- Eine optimale Berufswahlvorbereitung bedingt ein Zusammenspiel von Berufsberaterinnen und -beratern, der Berufswahlvorbereitung in der Schule und den Plattformen.

### **Workshop 7 – Commitment «Berufswahl und Lehrstellenbesetzung»**

Das Commitment wurde vor etwas mehr als einem Jahr veröffentlicht und hat sich bewährt. Insgesamt sind die Verbundpartner zufrieden. Gesa Gaiser, Leiterin Berufsbildung AMAG und ein Lernender haben ihre Erfahrungen präsentiert. Für beide ist es wichtig, Zeit zu lassen, um richtig während einem Jahr Schnuppern gehen und anschliessend entscheiden zu können. In der Romandie und im Tessin findet die Lehrstellenrekrutierung später statt, so dass das Commitment keine so wesentliche Rolle spielt wie in der Deutschschweiz. Dies könnte sich in Zukunft ändern, wenn der Wettbewerb in Branchen mit einem hohen Fachkräftemangel spürbar wird.

In der bisherigen Kommunikation wurde der Fokus auf die Branchen und namentlich die Arbeitgeber gesetzt. Noch nicht adressiert wurden die obligatorische Schule, die Eltern und die Jugendlichen selbst. Bei den Familien besteht der Eindruck, dass eine möglichst rasche Klärung in Form eines unterschriebenen Vertrags erstrebenswert ist; wäre bekannt, dass man gar nicht mehr als ein Jahr vor Lehrstellenstart mit der Bewerbung starten soll, würde das Druck wegnehmen.

Auf diese Erkenntnisse wurden Lösungsansätze vorgeschlagen:

- Breite Kampagne lancieren mit Zielgruppe Schule, Eltern und Jugendliche
- Vorbilder schaffen: Label ähnlich Friendly Workspace (fürs Einhalten des Commitments) vergeben, vorbildliche Betriebe präsentieren
- Die Portale Yousty, Gateway und Lena sollten für die Schnupperlehren eine eigene Kategorie haben.

## FAZIT

- Der Berufswahlprozess und das Lehrstellenmarketing funktionieren grundsätzlich gut. Es ist in der ganzen Schweiz ein breites und gut abgestimmtes Instrumentarium vorhanden.
- Der Berufswahlprozess und die Lehrstellenrekrutierung erfordern eine enge Zusammenarbeit zwischen allen Akteuren und teilweise eine bessere Definition der jeweiligen Rollen. In verschiedenen Kantonen gibt es Beispiele, wie die Koordination und der Austausch unter den Akteuren erfolgreich gestaltet werden kann.
- Die Rolle des privaten Umfeldes ist ganz wichtig. Die Eltern haben eine grosse Verantwortung. Es ist wichtig, dass sie gut informiert sind und die Möglichkeiten der heutigen Berufsbildung kennen.
- Die Zeit im Berufswahlprozess ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Der Berufswahlprozess und seine Schritte sollten noch besser bekannt sein.
- Der Berufswahlprozess orientiert sich in der Schweiz an den sprachregionalen Lehrplänen (Sekundarstufe I). Dieser sollte auch in den Gymnasien thematisiert werden.