

Making IVET an attractive option – zur Attraktivität beruflicher Bildung in Europa

► Das Thema Attraktivität der beruflichen Bildung ist im Zuge der Modernisierung der Berufsbildungssysteme ein Dauerbrenner in der europäischen Berufsbildungspolitik. Das Erügge-Kommuniqué mit seinen strategischen Zielen 2011–2020 und seinen kurzfristigen Zielen bis 2014 betont es an erster Stelle. Doch was verbirgt sich dahinter? Der Beitrag geht auf das Konzept und die Dimensionen sowie Fragen der Messung von Attraktivität ein und stellt hierzu ausgewählte Ergebnisse vor. Dabei ergibt sich ein interessantes Spannungsfeld zwischen der Teilnahme an beruflicher Bildung, der Attraktivität und der Wertschätzung beruflicher Bildungsgänge in den EU-Mitgliedsstaaten. Die Ergebnisse werden mit Blick auf Maßnahmen zur Attraktivitätserhöhung in den einzelnen Ländern und der weiteren Ausrichtung der EU-Bildungspolitik diskutiert.

Attraktivität – ein mehrdimensionales Konzept

Attraktivität in der Berufsbildung ist ein komplexes Konzept und aufgrund seiner subjektiven Natur schwierig zu definieren. Attraktivität liegt immer im Auge des Betrachters; d. h., Berufsbildung kann attraktiv sein:

- für die Auszubildenden hinsichtlich kurz- und langfristiger Ergebnisse, wie z. B. der Übergang von der Schule in den Beruf, Karriere- und Verdienstmöglichkeiten;
- für die Arbeitgeber in Bezug auf die Arbeitsmarktrelevanz der Bildungsprogramme oder
- in der öffentlichen Wahrnehmung z. B. hinsichtlich ihres Stellenwerts für das volkswirtschaftliche Wohlergehen oder ihrer Bedeutung für die Integration junger Menschen in die Gesellschaft.

Attraktivität der Berufsbildung kann auch innerhalb des Bildungssystems in Beziehung zu alternativen Bildungswegen betrachtet werden, womit die Frage nach der Wertigkeit oder Wertschätzung von Bildungsabschlüssen angesprochen ist. Hier sind folgende Aspekte von Interesse (vgl. EISEP 2003):

- Lernende können gleichwertige Qualifikations- und Beschäftigungsniveaus auf unterschiedlichen Bildungswegen erreichen,
- die Gesellschaft bewertet unterschiedliche Bildungswege ähnlich,
- Hochschulen akzeptieren berufliche und allgemeine Abschlüsse,
- Arbeitgeber stellen Bewerber mit beruflichen und akademischen Qualifikationen zu ähnlichen Beschäftigungsbedingungen und Entgelt ein.

Attraktivität ist folglich ein mehrdimensionales Konstrukt, das insofern verhaltenswirksam wird, als sich einerseits junge Menschen für eine Berufsausbildung entscheiden oder ihnen dazu geraten wird und andererseits Akteure Maßnahmen ergreifen, um Berufsbildung zu einem attraktiven Qualifizierungsweg zu machen. Dies gilt es zu berücksichtigen, wenn im Folgenden ausgewählte Ergebnisse vorgestellt werden.

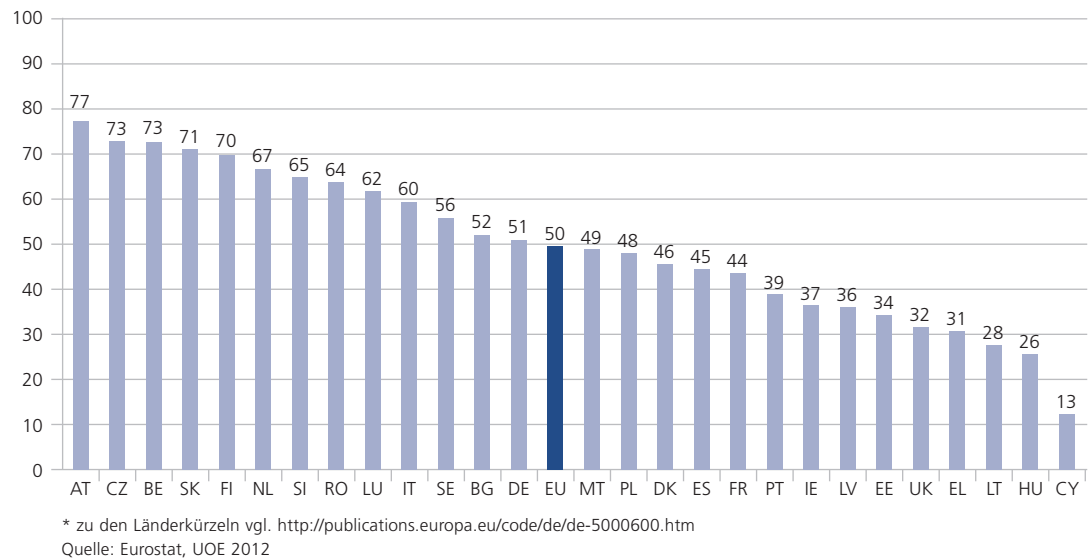


TORSTEN DUNKEL

Dr., Experte für Europäische Berufsbildungsforschung und Politikanalyse

Abbildung 1

Teilnahme an beruflicher Bildung (EU-27, 2010, Anteil von allen Lernenden der Sekundarstufe II (ISCED 3)* (in %)



Monitoring zur Attraktivität der Berufsbildung

Die folgende Darstellung bezieht sich primär auf zwei Maße zur Messung von Attraktivität: Erstens die Teilnahme an Programmen beruflicher Bildung; hierfür können Eurostat-Daten genutzt werden.¹ Zweitens die öffentliche Meinung zur Berufsbildung, wie sie beispielweise durch Eurobarometer-Befragungen gemessen wird.

Als weiteres aussagekräftiges Maß könnten Rekrutierungspraktiken von Arbeitgebern bzw. Einstiegsbeschäftigungsquoten und -verdienste, die die Einstellungen der Arbeitgeber zur beruflichen Erstausbildung reflektieren, herangezogen werden. Solche Daten sind auf europäischer Ebene jedoch systematisch nicht verfügbar.

TEILNAHME AN BERUFLICHER BILDUNG

Eine Dimension für die Attraktivität des Berufsbildungssystems ist die Beteiligungsquote an beruflicher Bildung (ISCED Niveau 3). Im Durchschnitt befinden sich etwa 50 Prozent der Jugendlichen in Europa in der beruflichen Bildung der Sekundarstufe II. Diese Quote variiert in den einzelnen Mitgliedsstaaten und liegt zwischen 13 und 30 Prozent in Zypern, Ungarn und Litauen und über 66 Prozent in den Niederlanden, Finnland, der Slowakei, Belgien, Tschechien und Österreich (vgl. Abb. 1).

ATTRAKTIVITÄT UND WERTSCHÄTZUNG DER BERUFSBILDUNG IN EUROPA

Die Eurobarometer-Befragung zu Einstellungen gegenüber der Berufsbildung in den EU-Mitgliedsstaaten wurde 2010

durchgeführt und basiert auf einem zufällig ausgewähltem Sample nach Bevölkerungsgröße und -dichte in den jeweiligen Staaten. Befragt wurden EU-Bürger, die zum Zeitpunkt der Befragung mindestens das 15. Lebensjahr vollendet hatten. Die Interviews wurden mittels computergestützter persönlich-mündlicher Befragung (CAPI) in der jeweiligen Landessprache geführt. Für die Auswertung wurden die Daten zwecks Repräsentativität bzgl. Geschlecht, Alter, Region und Größe mit Eurostat-Bevölkerungsdaten oder nationalen Datensätzen gewichtet. Das Sample umfasst ca. 1.000 Befragte pro Land (vgl. Eurobarometer 2011).

Abbildung 2 (S. 44) veranschaulicht die Attraktivität der beruflichen Bildung auf Länderebene. Mindestens 50 Prozent der Befragten in allen Mitgliedsstaaten bescheinigen ihr ein positives Image. Allerdings sind die Unterschiede zwischen den Ländern beträchtlich. Mindestens drei Viertel der Befragten in zehn Ländern halten berufliche Bildung für attraktiv. Die höchste Zustimmung wird in Malta (92%), Finnland (90%) und Österreich (88%) erzielt. In den Niederlanden und Slowenien halten sie nur 50 Prozent für attraktiv, obwohl die Beteiligung dort (vgl. Abb. 1) höher ist. Die Berufsausbildung, für die sich knapp die Hälfte aller Schüler/-innen in Europa nach der Pflichtschulzeit entscheidet, genießt bei den meisten Altersgruppen der Befragten einen insgesamt guten Ruf: 71 Prozent, in Deutschland sogar 84 Prozent, bescheinigen ihr ein positives Image; dies hängt mit dem hochwertigen Bildungsangebot und den guten Berufsaussichten zusammen. Dennoch geben nur 27 Prozent der jungen Menschen im Alter von 15 bis 24 an, dass sie ihren Altersgenossen eine solche Ausbildung empfehlen würden. Daraus wird deutlich, dass mit Blick auf diese so kritische Altersgruppe mehr zur Verbesserung des Images und der Attraktivität der Berufsbildung getan werden muss (vgl. Eurobarometer 2011).

¹ Eurostat, das statistische Amt der EU, stellt Statistiken bereit, die Vergleiche zwischen Ländern und Regionen ermöglichen.

Im Eurobarometer wurde danach gefragt, was die Befragten heutzutage einem jungen Menschen, der gerade seine Pflichtschule beendet hat, empfehlen würden: die Aufnahme einer beruflichen Ausbildung oder eines allgemeinen Bildungsgangs. Aus der Differenz der prozentuellen Anteile für die Empfehlung „allgemeine Bildung“ und der Empfehlung „berufliche Bildung“ lässt sich ein relativer Wertschätzungsindikator ermitteln (vgl. Abb. 3).

Die Mehrzahl der Befragten würde der allgemeinen Bildung gegenüber der beruflichen Bildung den Vorzug geben. Der durchschnittliche relative Wertschätzungsindikator liegt bei -5,6 Prozent, d. h., im Durchschnitt ist der Anteil derjenigen, die eine berufliche Bildung empfehlen würden, um 5,6 Prozentpunkte niedriger als der Anteil jener, die allgemeine Bildung befürworten.

Abbildung 4 fasst die wahrgenommene Attraktivität und die Beteiligung an beruflicher Bildung zusammen. In Ungarn, Litauen, Lettland und Frankreich wird der Berufsbildung eine vergleichsweise geringe Attraktivität² attestiert; dies geht einher mit einer niedrigen Teilnahme. In Portugal, Griechenland oder Zypern genießt berufliche Bildung eine vergleichsweise hohe Attraktivität bei niedriger Beteiligung. Berücksichtigt man nun noch die Ergebnisse zur relativen Wertschätzung³, die in der Abbildung farblich gekennzeichnet ist, fällt auf, dass in Frankreich und Ungarn

zwar niedrige Beteiligungsquoten und eine geringe Attraktivität der Berufsbildung zu verzeichnen sind, die Wertschätzung gegenüber der allgemeinen Bildung jedoch überdurchschnittlich hoch ist. In den Niederlanden gehen hohe Beteiligungsquoten und Wertschätzung mit einer sehr niedrigen Attraktivität einher. Lediglich die Einschätzungen aus Finnland und Österreich weisen in jeder Hinsicht positive Werte auf. Die deutsche Berufsbildung, die international gerade höchste Anerkennung und Wertschätzung erfährt, wird von der deutschen Bevölkerung selbst zwar auch als überdurchschnittlich attraktiv wahrgenommen. Die Teilnahme verzeichnet aber ebenso wie die Wertschätzung nur Durchschnittswerte.

Bei der Ergebnisinterpretation ist zu beachten, dass keine starke Korrelation zwischen der Attraktivität und der relativen Wertschätzung besteht. Dies könnte die Unterschiede länderbezogener Wahrnehmungen allgemeiner Art (Image) und persönlicher Einstellungen (Empfehlung) widerspiegeln. Schließlich sind wie bei allen systemvergleichenden Analysen unterschiedliche Ausgangssituationen der Länder zu berücksichtigen, die historisch gewachsen sind und Sichtweisen und Entwicklungen in der Berufsbildung prägen. Das sind neben der Dominanz vollzeitschulischer Angebote und bestimmter Erwartungen an arbeitsbasiertes Lernen auch eine unzureichend entwickelte Sozialpartnerschaft und Zusammenarbeit in der Berufsbildung. Diese sind z. B. bei der Analyse der Anforderungen und der Entwicklung von Standards und Inhalten von Bedeutung und können Auswirkungen auf Investitionen und das Qualitätsmanagement haben.

- 2 Gefragt wurde hier nach der allgemeinen Einschätzung des Images von beruflicher Ausbildung im jeweiligen Land.
- 3 Hier war die persönliche Empfehlung für eine berufliche Ausbildung gegenüber eines allgemeinen Bildungsgangs gefragt.

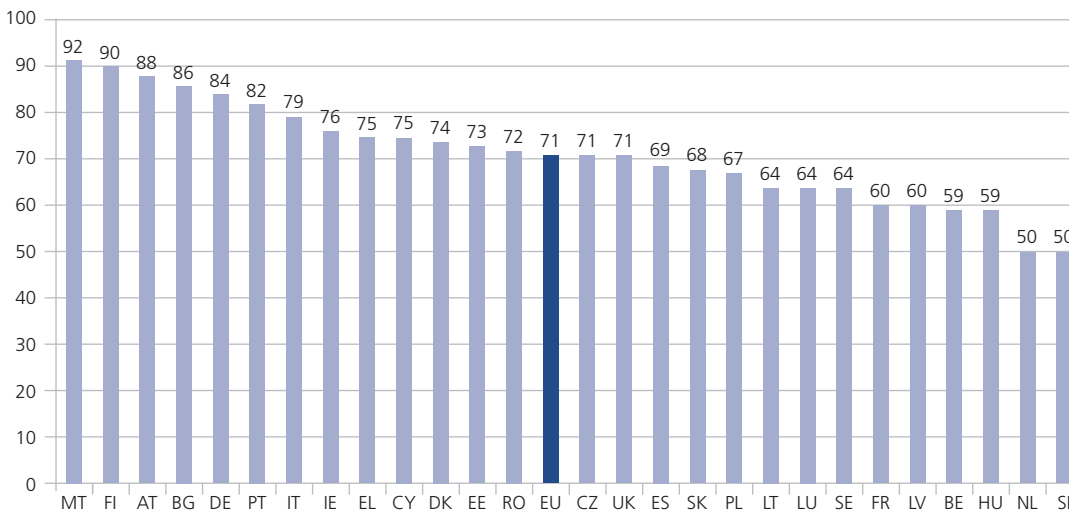
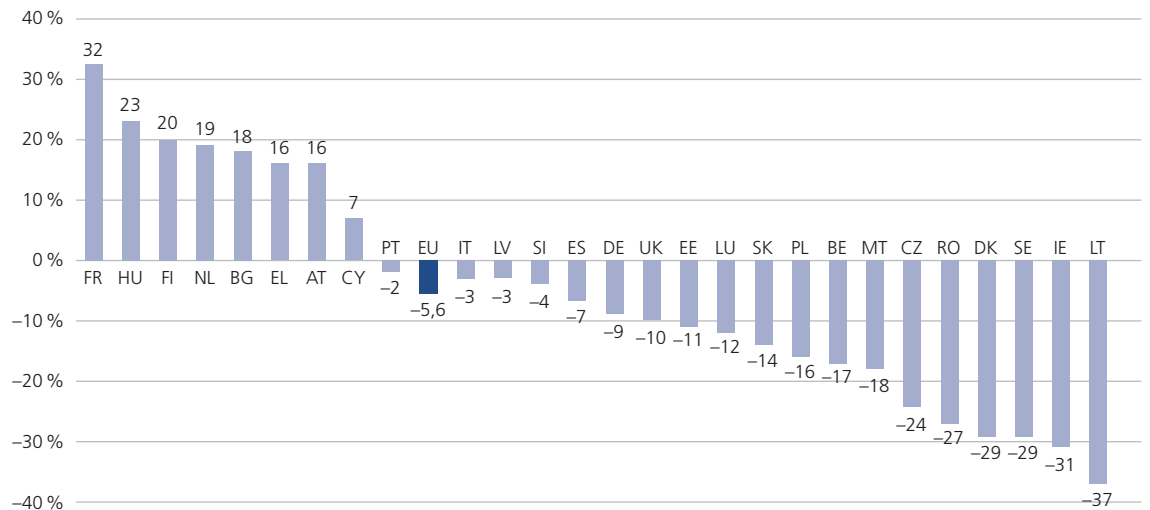


Abbildung 2
Attraktivität der Berufsbildung
(EU-27, 2010, Angaben in %)

Frage: Sind Sie der Meinung, dass die berufliche Aus- und Weiterbildung ein sehr positives, ein ziemlich positives, ein ziemlich negatives oder ein sehr negatives Image in (unserem Land) hat?
Ausgewiesen sind die Anteile der Antworten, die der beruflichen Aus- und Weiterbildung ein ziemlich positives oder sehr positives Image bescheinigen.
Quelle: Eurobarometer 2011

Abbildung 3
Relative Wertschätzung der Berufsbildung
 (EU-27, 2010, Angaben in %)
 Quelle: Eurobarometer 2011

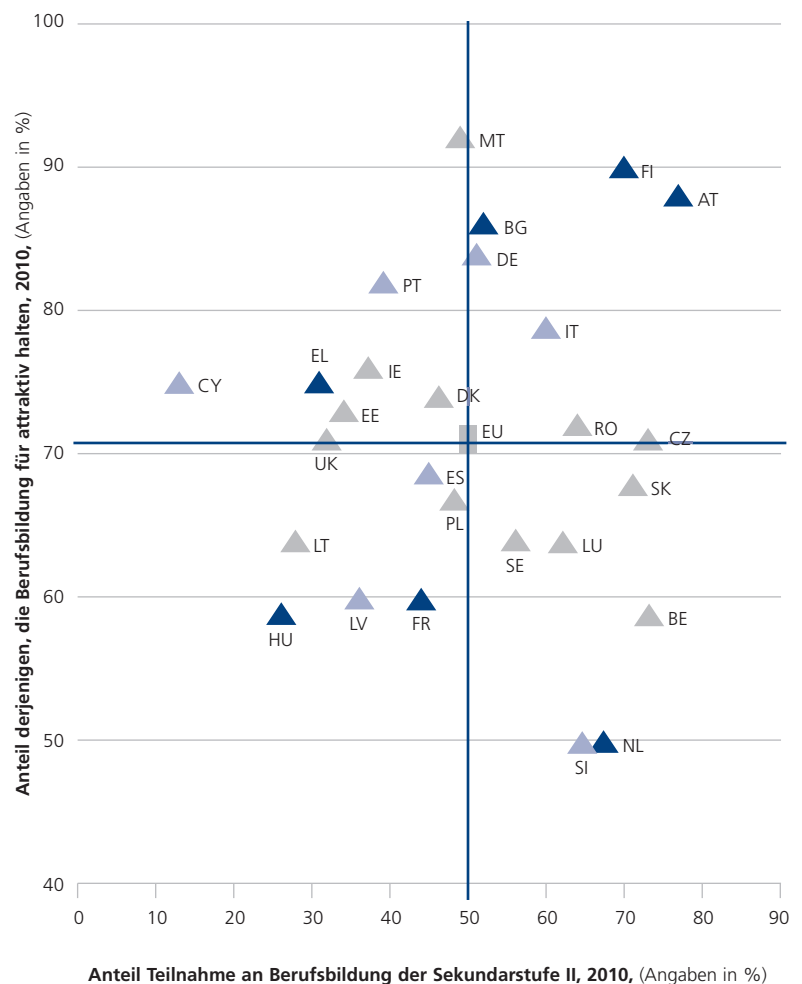


Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung

Die politischen Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung können nach Ländern mit geringer und hoher Attraktivität, relativer Wertschätzung sowie hoher und niedriger Beteiligung an beruflicher Bildung unterschieden werden. Alle Länder mit geringer relativer Wertschätzung versuchen die Attraktivität ihrer Berufsbildung zu erhöhen. Neben Bildungs- und Karrieremessen entstehen verstärkt multimediale Förderkampagnen. So sollen Jugendliche für die berufliche Bildung interessiert und gewonnen werden. Dies erfolgt in einer jugendadäquaten Ansprache über soziale Medien und Internet-Beratungsplattformen. Beispielsweise verfolgt Tschechien verschiedene regionale Initiativen, um Schüler/-innen auf eine Handwerkslaufbahn aufmerksam zu machen und Betriebe zu involvieren, um die Distanz der schulischen Bildungsprogramme zur Arbeitswelt zu verringern (vgl. ReferNet: Czech Republic 2012). Frankreich führte zur Attraktivitätssteigerung eine nationale Förderkampagne für Berufslehre ein und aktualisierte das Beratungs- und Ausbildungsportal (vgl. ReferNet: France 2011). Derartige Kampagnen werden auch in Ländern mit hoher Attraktivität und Beteiligung aufgelegt, z. B. leistet in Deutschland die Infokampagne „Berufliche Bildung – Praktisch unschlagbar“ einen Beitrag, um eine Ausbildung als attraktive Alternative zu einem Studium in das Blickfeld der Jugendlichen zu rücken; d. h. ihre relative Wertschätzung zu verbessern.

Länder mit geringer Teilnahme und geringer Wertschätzung wollen die Teilnahme erhöhen. Beispielsweise fördert das dänische Projekt *Quality Patrol* den Austausch von guter Praxis zwischen Berufsschulen und die Verbesserung des Angebots. Dänemark strebt mit der Bereitstellung von Ausbildungsplätzen im öffentlichen Dienst die Reduzierung der Abbruchquote an und unterstützt Unternehmen mit Boni,

Abbildung 4 **Teilnahme an und Wahrnehmung von beruflicher Bildung** (EU-27, Angaben in %)



Relative Wertschätzung der beruflichen gegenüber allgemeiner Bildung (vgl. Abb. 3): grau = gering, hellblau = durchschnittlich, dunkelblau = hoch

Quellen: Eurostat 2012, Eurobarometer 2011

die Ausbildungsplätze schaffen (vgl. ReferNet: Denmark 2012). Andere Maßnahmen zur Erhöhung der Beteiligung umfassen u. a. die Anerkennung vorherigen Lernens und die Verbesserung der technischen Infrastruktur der Berufsschulen. Länder mit geringer Wertschätzung und hoher Teilnahme wie Slowenien, verbessern die Berufsorientierung und -beratung (vgl. ReferNet: Slovenia 2011). Aber auch Länder mit hohen Teilnahmequoten und positiver Wertschätzung der Berufsbildung investieren in Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung. So fördert Finnland die Qualität von Qualifikationen sowie Berufsbildung und Unternehmertum. Zudem finden regelmäßig nationale Berufswettbewerbe statt. Im Jahr 2011 nahmen bspw. 400 Vertreter/-innen aus 41 Berufsfeldern am sogenannten Taitaja-Mästare teil und zogen über 30.000 Besucher an.⁴ Die hier genannten Ansätze sind lediglich einzelne Beispiele aus einer Vielzahl von politischen Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung der Berufsbildung in den Mitgliedsstaaten aus den ReferNet-Berichten 2011 und 2012.⁵ Allerdings wirken solche Maßnahmen häufig nur punktuell. Zwar sind bewusstseinsbildende Kampagnen wichtig, aber eine systemische langfristige Wirksamkeit macht angesichts der nachhaltigen Krise darüber hinaus auch eine Flexibilisierung der Bildungssysteme erforderlich (vgl. DUNKEL/LE MOUILLOUR 2013).

EU-Strategie zur Attraktivitätsförderung neu denken?

Die gegenwärtige EU-Bildungspolitik ist sich des Imageproblems der Berufsbildung bewusst, und die Verbesserung der Attraktivität und ihrer Qualität besitzen hohe Priorität. Seit Beginn des Kopenhagen-Prozesses ist Attraktivität ein Evergreen auf der Modernisierungsagenda und schlägt sich in diversen Empfehlungen nieder. Zuletzt in dem aktuellen Brügge-Kommuniqué, in dem als Erstes die strategischen Ziele für den Zeitraum 2011–2020 und die kurzfristigen Ziele für 2011–2014, die „Verbesserung der Qualität und Effizienz der beruflichen Bildung sowie Erhöhung ihrer Attraktivität und Relevanz“ genannt werden (vgl. Europäische Kommission 2010).

Dabei rückt die Verbesserung des Qualifikationsmatchings durch intensivierte Interaktionen der Akteure und stetige Anpassung der Berufsbildung an Arbeitsmarktbedarfe und zu den individuellen Berufswegen in den Fokus.

4 Vgl. Taitaja – the Finnish skills competition for VET students unter www.skillsfinland.fi/en/taitaja-en (Stand: 12.06.2013).

5 ReferNet ist ein europäisches Netzwerk zur beruflichen Bildung, das Informationen und Expertise bereitstellt. Die hier erwähnten Berichte aus den europäischen Mitgliedsstaaten finden sich unter www.cedefop.europa.eu/EN/Information-services/vet-in-europe-country-reports.aspx (Stand: 12.06.2013).

6 Vgl. Eurostat: Harmonisierte Arbeitslosenquote – nach Alter 15–24 v. April 2013 (vgl. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=de&pcode=teilm021>).

Die EU-Zielsetzungen in der beruflichen Bildung bis 2020, die primär auf nationale Systemreformen gerichtet sind, setzen auf die enge Verzahnung von Schule und Wirtschaft und die Arbeitsmarktrelevanz der Ausbildung. Die Europäische Kommission (2012 a) erkennt mit der Strategie „Rethinking Education“ den Wert beruflicher Bildungsgänge – insbesondere dualer Ausbildungssysteme – explizit an. Deren Attraktivität und Erfolg bestehen darin, dass Anpassungsmechanismen an den künftigen Qualifikationsbedarf integriert, d. h. nachfrageorientiert sind. In Ländern mit dualen Systemen, in denen ein Großteil des Lernens am Arbeitsplatz stattfindet, werden weniger Diskrepanzen zwischen Qualifikationsangebot und -nachfrage (Mismatch) festgestellt, und die Erwerbsquote junger Menschen ist höher. Der mit dem Selbstverständnis von Berufsbildung als öffentliche Aufgabe erzeugte Status von Facharbeitern und -arbeiterinnen ist in Ländern mit dualem System höher als dort, wo die berufliche Ausbildung über betriebliches Anlernen oder schulisch geregelte Ausbildungsgänge erfolgt. Das duale Ausbildungssystem hat sich in der Krise als stabil und leistungsfähig erwiesen. Es trägt maßgeblich dazu bei, dass die Jugendarbeitslosigkeit in Deutschland (7,5 %) und Österreich (8 %) weit unter dem EU-Durchschnitt (EU 27: 23,5 %) liegt.⁶

Die Europäische Kommission (2012 b) hat die Gründung einer Europäischen Ausbildungsallianz zur Verbesserung der Qualität von und des Angebots an Ausbildungsplätzen angekündigt. Dies soll durch Verbreitung erfolgreicher Berufsausbildungssysteme in allen Mitgliedsstaaten mittels Peer Learning geschehen. Die deutsche Berufsbildung mit ihrem dualen System als Kernmerkmal stößt auf wachsende Wertschätzung und verstärkte Nachfrage und hat in der europäischen Zusammenarbeit eine neue Orientierungsrolle für andere Staaten übernommen. Sie wird als sehr attraktiv wahrgenommen. ■

Literatur

- DUNKEL, T.; LE MOUILLOUR, I.: *Berufsbildung auf höchstem Niveau – europäische Erfahrungen*. In: SEVERING, E.; TEICHLER, U. (Hrsg.): *Akademisierung der Berufswelt?* Bielefeld 2013, S. 141–165
- EISEP: *Best Practice Approaches to Achieving Parity of Esteem in Education and Training. Final report*. Paris 2003
- EUROBAROMETER/EUROPEAN COMMISSION: *Attitudes towards vocational education and training. Special Eurobarometer 369*. Brussels 2011
- EUROPÄISCHE KOMMISSION: *Kommuniqué von Brügge zu einer verstärkten europäischen Zusammenarbeit in der beruflichen Bildung für den Zeitraum 2011–2020*. Brügge 2010
- EUROPÄISCHE KOMMISSION: *Neue Denkansätze für die Bildung: bessere sozioökonomische Ergebnisse durch Investitionen in Qualifikationen*. Straßburg 2012 a
- EUROPÄISCHE KOMMISSION: *Junge Menschen in Beschäftigung bringen*. Brüssel 2012 b