

Handlungsfähigkeit und Lernortverbund – zu einem Ausbildungskonzept für Industriekaufleute

Irmgard Frank



Diplomvolkswirtin, wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung 5.2 „Medienanwendung und Umsetzungskonzepte“ im Bundesinstitut für Berufsbildung, Berlin

Ingeborg Schupp



Diplompsychologin, wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung 5.2 „Medienanwendung und Umsetzungskonzepte“ im Bundesinstitut für Berufsbildung, Berlin

Es wird über ein Forschungs- und Entwicklungsprojekt des BIBB berichtet, das zum Ziel hat, Medien für die kaufmännische Ausbildung der Industrie in den Bereichen Einkauf und Verkauf zu entwickeln. Die Gestaltung einer zukunftsorientierten Ausbildung von Kaufleuten in den marktnahen Bereichen der Industrie muß die veränderten Rahmenbedingungen der Berufsarbeit und den Wandel der Produktionskonzepte berücksichtigen, ebenso wie eine Auseinandersetzung mit den Veränderungen der Arbeitswelt erforderlich ist.¹ Der in Umrissen dargestellten Analyse der Veränderungen und Entwicklungslinien folgt eine Darstellung der Konsequenzen für die Anforderungen an die Beschäftigten. Die Bildungskonzeption des Projekts wird erläutert sowie die Medien in Aufbau, Inhalt und didaktisch-methodischer Gestaltung werden vorgestellt.

Dimensionen des Wandels

Ökonomische, technologische und gesellschaftliche Veränderungen betreffen Unternehmen und Beschäftigte gleichermaßen; die Unternehmen sind mit einem Wandel konfrontiert, der die Voraussetzungen ihres Wirkens am Markt drastisch verändert hat. Strukturmerkmal ist die Veränderung vom Angebots- zum Nachfragemarkt: Nicht mehr

die Unternehmen bestimmen das Geschehen auf den Märkten; bestimmendes Gewicht erhalten die Kunden. Die Veränderungsrichtung geht von einer Produkt- zu einer Dienstleistungsorientierung: die Bedürfnisse und Probleme der Kunden erhalten zentrale Bedeutung für das unternehmerische Handeln. Die Neuorientierung findet ihren Ausdruck in der Spezialisierung und Differenzierung der Produktpalette und der angebotenen Dienstleistungen im gesamten Angebot; ein fließender Prozeß, der Veränderungen und Umorientierungen zur Folge hat. Der strukturelle Wandel hat erhebliche Konsequenzen für die Aufbau- und Ablauforganisation sowie für die Produktionskonzepte der Unternehmen: Sie müssen in allen Bereichen über ausreichende technische, organisatorische und qualifikatorische Potentiale verfügen und nach Strukturen suchen, die die Kundenorientierung sichern und es den Unternehmen ermöglichen, jederzeit flexibel auf Änderungen der Marktentwicklung, auf neue Kundenwünsche etc. einzugehen. Korrespondierend dazu finden technische Rationalisierungen statt. Technikausstattung, Arbeitsorganisations- und Produktionskonzepte sind von elementarer Bedeutung für die Handlungsmöglichkeiten der Beschäftigten.

Konsequenzen für die Handlungsorientierungen des einzelnen

Unter den Bedingungen des Verkäufermarktes bestanden die Aufgaben der Industriekauf-

leute darin, als „Anwälte“ des Unternehmens dessen Interessen nach außen zu vertreten und mit den Produkten das Marktgeschehen zu bestimmen. Unter den gewandelten Bedingungen hat sich einiges verändert: Die kaufmännischen Beschäftigten werden zunehmend zum Makler von Marktbeziehungen, das bedeutet, sie haben die internen und externen Interessen gegeneinander abzuwägen, ein eigenes Urteil zu fällen und einen Ausgleich der möglicherweise verschiedenen Ansprüche herbeizuführen. Das Anforderungsprofil hat sich von einem „Durchsetzen von Zielvorgaben“ unter Bedingungen des Verkäufermarktes hin zum „Finden von Lösungen für offene Probleme“ verschoben. Im Grundsatz geht es immer wieder darum, in jeder Einkaufs- und Verkaufssituation Bedingungen, Interessen und Bedürfnisse der Beteiligten zu klären und auf der Grundlage dieser Bestandsaufnahme nach Lösungen zu suchen. Neben Routinearbeiten, die zunehmend EDV-gestützt abgewickelt werden, steigt somit der Anteil an Arbeiten, Aufgabenstellungen und Problemfällen, die nicht mit Handlungsrezepten zu bewältigen sind.²

Entscheidendes Gewicht für die Bewältigung dieser eher offenen und vermehrt schwierigen Situationen erhalten die persönlichen Orientierungen, Werthaltungen und Fähigkeitenpotentiale der Beschäftigten. Die modernen Berufsaufgaben in den Industrieverwaltungen erfordern ein flexibles, auf die jeweilige Situation bezogenes Handeln; bei der Arbeit sind die Beschäftigten vermehrt auf die Kooperation und Kommunikation mit anderen Fachrichtungen, Abteilungen etc. angewiesen. Marktfähige, berufliche Vermittlungsarbeit ist somit immer bezogen auf konkrete Situationen und orientiert an den beteiligten Personen: sie beinhaltet ein mehr oder weniger komplexes Gefüge von fachlichen, fachübergreifenden und sozialen Anforderungen. Professionelles Handeln erfordert somit von den Beschäftigten:

- vertiefte Fachkenntnisse auch aus benachbarten Bereichen (z. B. Technik),

- ein breites Zusammenhangswissen,
- die Fähigkeit, mit neuen und uneindeutigen Situationen umzugehen und handlungsfähig zu bleiben,
- die Fähigkeit zur Teamarbeit,
- Phantasie, um Handlungs- und Gestaltungsspielräume aufzuspüren,
- die Bereitschaft und die Fähigkeit, Veränderungen zu initiieren und Konsequenzen zu gestalten.³

Lernortbezug und Kooperation zwischen Ausbilder/-innen

Die beiden Hauptlernorte in der betrieblichen Ausbildung von Industriekaufleuten in Mittel- und Großbetrieben sind der Arbeitsplatz und der innerbetriebliche Unterricht. Daneben finden sich noch weitere Differenzierungen wie Junior- oder Übungsfirmen, Lernstudios oder -stätten, Seminare etc. Diese Lernort-Pluralität ist nicht in allen Unternehmen die Regel.

Am klassischen Lernort Arbeitsplatz, an dem die Auszubildenden die meiste Zeit ihrer betrieblichen Ausbildung zubringen, kann am ehesten der Ernstcharakter von kaufmännischer Arbeit erfahren werden. Hier wird nichts simuliert, und aus Fehlern kann deshalb besonders gut gelernt werden, weil die Konsequenzen meist unverzüglich sichtbar und erfahrbar werden. Zusammenhänge zwischen den einzelnen Abteilungen erschließen sich dem Auszubildenden in der Praxis fast nebenbei, durch die Erfahrung, wer mit wem und in welcher Sache zusammenarbeitet. Fachliche und fachübergreifende Fähigkeiten und Fertigkeiten können in realen Arbeitszusammenhängen praktisch erworben werden.⁴

Der Arbeitsplatz als Lernort ist, darin sind sich auch viele kaufmännische Ausbildungsleiter einig, allen anderen Lernorten hinsichtlich der Förderung beruflicher Handlungsfähigkeit überlegen.⁵

Auch der Lernort innerbetrieblicher Unterricht hat inzwischen in der kaufmännischen Ausbildung — zumindest in mittelständischen Unternehmen und Großbetrieben — eine gewisse Tradition. Diente der innerbetriebliche Unterricht zunächst der Nach- oder Vorbereitung des Berufsschulstoffes⁶ und fand überwiegend nach der Methode des Frontalunterrichts statt, begann sich sein Charakter seit den achtziger Jahren im Zuge neuer Anforderungen zu verändern. Neue Arbeitsformen (z. B. Gruppenarbeit) und Themen (z. B. EDV, Präsentations- und Lerntechniken) hielten vielerorts Einzug. Häufig standen und stehen die Inhalte des innerbetrieblichen Unterrichts aber nur in einem geringen Bezug zum arbeitsplatzbezogenen Lernen. Die Chance, statt einem Nebeneinander der Lernorte ein Miteinander zu schaffen, das Lernen am Arbeitsplatz, dort wo es sinnvoll bzw. notwendig ist, vor- und nachzubereiten, zu ergänzen, zu vertiefen und dafür Methoden zu verwenden, denen sich der Arbeitsplatz verschließt, wird nur selten genutzt. Deshalb ist es notwendig, Bemühungen von Unternehmen, die auf eine inhaltliche Verbindung der Lernorte zielen, zu initiieren bzw. zu unterstützen. Das ist eine Intention des Lehr-Lernkonzeptes des Projekts.

Voraussetzung für eine stärkere Verzahnung und qualitative Aufwertung betrieblicher Lernorte ist eine Reform, die einen inhaltlichen Bezug herstellt und hauptberufliche Ausbilder/-innen und ausbildende Fachkräfte zum Dialog und einer intensiveren Kooperation anregt. Häufig fehlt den ausbildenden Fachkräften jegliche Information darüber, was die Auszubildenden im innerbetrieblichen Unterricht eigentlich „lernen“. Die hauptberuflichen Ausbilder/-innen hingegen haben oft nur vage Vorstellungen von dem, was und wie am Arbeitsplatz geschieht. Ähnliche Informationsdefizite lassen sich zwischen den ausbildenden Fachkräften der unterschiedlichen Bereiche feststellen. Ein Austausch wäre nicht nur notwendig, um zu

erfahren, was ein Auszubildender in einem Bereich schon oder noch nicht gelernt hat, sondern erscheint auch sinnvoll im Hinblick auf eine individuelle Förderung und schließlich auf die Beurteilung der Auszubildenden, die in jeder Abteilung zu erfolgen hat. Ferner ist denkbar, daß durch eine verbesserte Zusammenarbeit ein (gemeinsamer) Weiterbildungsbedarf erkannt, vielleicht sogar im Wege der Selbsthilfe befriedigt oder gegenüber der Ausbildungsleitung formuliert werden kann. Das oberste gemeinsame Ziel aller an Ausbildung beteiligter Personen sollte die qualitative Verbesserung der betrieblichen Ausbildung, die Heranbildung eines handlungsfähigen, selbständigen, kreativen kaufmännischen Nachwuchses sein. Dieses Ziel ist nur zu erreichen, wenn das ausbildende Personal zu einem kooperativen Umgang miteinander findet. Dabei gilt es sowohl informelle Strukturen zu stützen und zu fördern als auch formale Möglichkeiten für einen Austausch (z. B. Ausbilderzirkel) zu schaffen. Wir hoffen, daß das nachfolgend geschilderte Medienkonzept durch Struktur und Inhalte einen Beitrag dazu leisten kann.

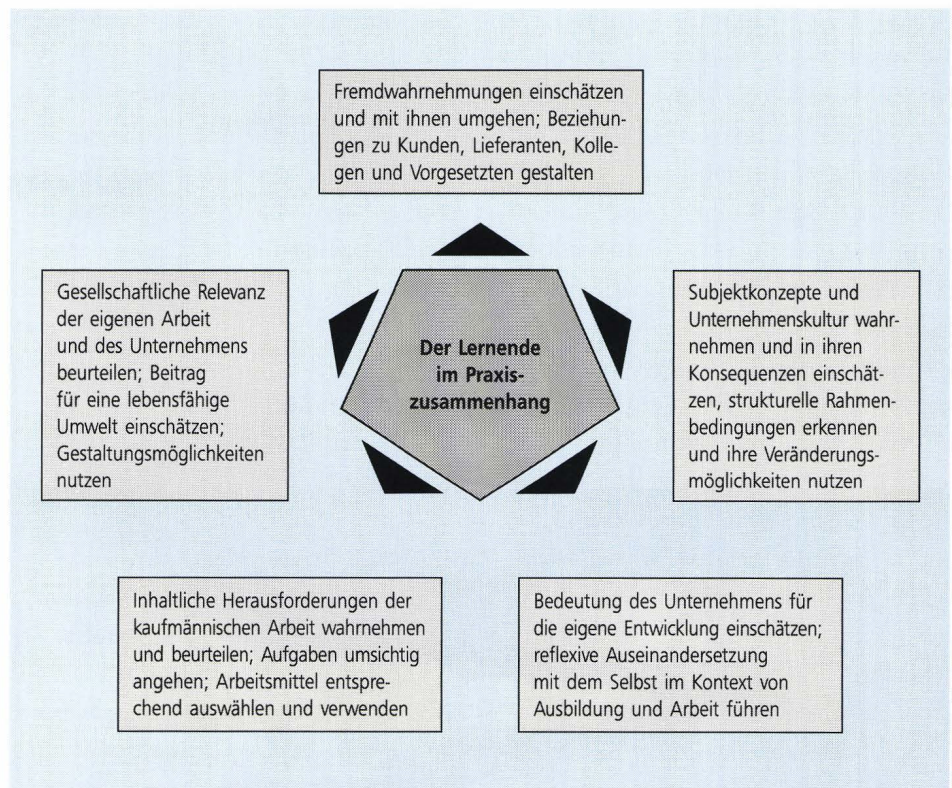
Förderung von Handlungsfähigkeit

Das Hauptanliegen des Projektes ist es, Medien für die kaufmännische Ausbildung in der Industrie in den marktnahen Bereichen Einkauf und Verkauf zur Verfügung zu stellen, die es den Auszubildenden ermöglichen, eine flexible, auf wechselnde Problembearbeitung zugeschnittene berufliche Handlungsfähigkeit zu erwerben. Das bedeutet, daß Aufgaben gefunden werden müssen, die die Lernenden mit Anforderungssituationen konfrontieren, die strukturell dem entsprechen, was gegenwärtig die Berufsarbeit von Industriekaufleuten prägt. Handlungsfähig werden Auszubildende nur durch die selbständige und eigenverantwortliche Mitarbeit an konkreten Aufgaben. Eine so verstandene Lernpraxis ist Bezugsgröße von Medienent-

wicklung, Ausbildung und Ausbilderweiterbildung im Projekt; aus ihr werden die konzeptionellen Maßstäbe abgeleitet, die die didaktische Gestaltung der Ausbildungsmittel, die Verzahnung der Lernorte und die Ausbilderweiterbildung begründen.

Die folgende Grafik macht das Lehr-Lernkonzept des Projektes deutlich und stellt mit den Lerndimensionen zur beruflichen Wahrnehmung und Gestaltung von Praxis den Handlungsrahmen für Aus- und Weiterbildung dar. Die Lern- und Gestaltungsfelder skizzieren die Bezüge, die das Arbeitshandeln der Industriekaufleute prägen und machen damit anschaulich, was mit Handlungsfähigkeit gemeint ist: „Arbeit und Lernen als einen fortwährenden Prozeß zu begreifen, in dessen Verlauf Handeln und Reflektieren, Erfahrung und krisenhafte Neuorientierung, der Erwerb neuen und die Differenzierung vorhandenen Wissens einander ablösen bzw. sich unaufhebbar durchdringen.“⁷

Abbildung: **Lerndimensionen zur Wahrnehmung und Gestaltung der Praxis⁸**



Quelle: BIBB 1993

Gestaltung der Medien

Bei der Entwicklung der Ausbildungsmittel haben wir uns an den in der industriekaufmännischen Ausbildung vorfindbaren betrieblichen Lernorten orientiert: es werden Medien für den Arbeitsplatz und für den innerbetrieblichen Unterricht entwickelt; sie sind an die dort handelnden Personen adressiert: an Auszubildende, ausbildende Fachkräfte und an hauptberufliche Ausbilder/-innen. Für die betrieblichen Entscheidungsträger wird ein Leitfaden herausgegeben. Ausbildungsmittel sind immer konkretisierte Lernkonzepte, d. h., in ihnen kommt das Verständnis zum Ausdruck, das die Medienentwickler von der Gestaltung von Lernprozessen, der Rolle und der Funktion der Beteiligten haben.⁹ Damit Medien ihren Beitrag zur Förderung von Praxisfähigkeit leisten können, müssen sie für die Handelnden anschlussfähig sein. Um diese Anschlussfähigkeit an die Arbeitserfahrungen zu gewähr-

leisten, basiert die Medienentwicklung auf folgenden Gestaltungsprinzipien:

- die Medien betonen Offenheit und Transparenz,
 - sie haben einen bewußt fragmentarischen Charakter, d. h., sie sollen dazu dienen, Praxis zu erschließen und zu generieren,
 - sie bieten eine Vielfalt in der inhaltlichen Darbietung und im methodischen Zugang. Leitlinie bei der didaktisch-methodischen Gestaltung ist das „Entdeckende Lernen“; es beruht auf folgenden Grundgedanken:
 - die inhaltliche Ausbildung erfolgt anhand von realen Aufgaben und Problemstellungen,
 - die Auszubildenden erhalten eine aktive Rolle; Fehler gehören dabei zum notwendigen Bestandteil des Lernprozesses,
 - die Ausbilder/-innen dosieren die Aufgabenstellungen entsprechend dem Stand der Jugendlichen; sie begleiten den Selbsterarbeitungsprozeß der Auszubildenden,
 - die Ausbilder/-innen gestalten lernrelevante Arbeitsarrangements,
 - die Ausbilder/-innen überlassen bis auf Vor- und Nachbereitungsaufgaben den Auszubildenden das Handlungsfeld und sind begleitend als Lernberater und Betreuer tätig.¹⁰
- Die Medien bieten keine fertigen Modelle oder definierte Vorgehensweisen zur Lösung von Aufgaben und Problemstellungen an. Die konkrete Ausformung geschieht erst am Ort des jeweiligen Lernprozesses, also erst in der konkreten Interaktion zwischen Auszubildenden und Ausbildern/-innen und in der jeweiligen Situation. Berufliches Lernen soll damit immer wieder zurückgebunden werden an die Unterschiedlichkeit der jeweils in Arbeits- und Lernsituationen gegebenen Lernchancen bzw. -potentiale und an die am Lernprozeß beteiligten Personen.
- Die ausbildende Fachkraft benötigt angesichts der veränderten Anforderungen verstärkt Menschenkenntnis und Einfühlungsvermögen, sie muß lernen, die fachlichen und schlüsselqualifikatorischen Lernchancen ihres Arbeitsplatzes transparent zu machen und benötigt methodisches Wissen, um diese zu Lerngelegenheiten zu gestalten. Sie muß

Jugendliche als Partner akzeptieren und sie zu eigenständigem und selbstverantwortlichem Handeln ermutigen. Notwendig ist die konsequente Weiterbildung der ausbildenden Fachkräfte. Die im Rahmen des Projektes entwickelten Medien berücksichtigen diesen Sachverhalt und bieten Hilfen an, die die ausbildenden Fachkräfte unterstützen, sich systematisch auf die Ausbildungsaufgaben vorzubereiten und in die veränderte Rolle als Lernbegleiter hineinzuwachsen.

Integraler Bestandteil des Ausbildungskonzepts sind u. a. mediale Hilfen für die hauptberuflichen Ausbilder. Sie geben ihnen Anregungen, ihre Ausbildungsarbeit auf die Vermittlung einer arbeitsplatzübergreifenden Praxisfähigkeit zu richten, sich mit den ausbildenden Fachkräften und den auftretenden Aufgaben, Problemstellungen etc. rückzukoppeln, um eine gemeinsame konzeptionelle Ausrichtung der Ausbildung zu ermöglichen.

Bestandteile des Medienpaketes

Das Medienpaket für die Ausbildung von Industriekaufleuten besteht aus acht Ausbildungsmitteln und einem Leitfaden für Entscheidungsträger. Die Ausbildungsmittel werden sukzessive konfektioniert und bis Ende 1994 der Praxis zur Verfügung gestellt. Die Ausbildungsmittel richten sich lernortspezifisch an die unterschiedlichen Adressaten.

Materialien I für Auszubildende für die arbeitsplatzbezogene Ausbildung im Verkauf

Die Inhalte beziehen sich auf arbeitsplatzbezogene Themen, z. B. Auftragsabwicklung, Aufbau- und Ablauforganisation des Arbeitsplatzes und der Abteilung, Verkaufsgespräche und -verhandlungen, Kundenkontakte, Abteilungsklima, Umweltschutzaspekte. Die Auszubildenden sollen lernen, sich ihren Wirkungskreis zu erschließen. Sie erhalten

spezifische Erkundungs- und Arbeitsaufträge, Hinweise und Tips zum Ausprobieren neuer Lern- und Arbeitsformen, z. B. Lerntagebuch, Projektarbeiten. Themen, die eine Vertiefung im innerbetrieblichen Unterricht erfordern, werden gekennzeichnet.

Materialien II für ausbildende Fachkräfte für die arbeitsplatzbezogene Ausbildung im Verkauf

Das Medium entspricht in den Themenstellungen dem Ausbildungsmittel für die Auszubildenden (Material I). Darüber hinaus enthält es didaktisch-methodische Hinweise zur Verwendung des Materials. Es wird zum Einsatz verschiedener Methoden angeregt, thematische Bezüge zum abteilungsübergreifenden Arbeitszusammenhang werden hergestellt. Ferner wird auf Themen hingewiesen, die im innerbetrieblichen Unterricht vertiefend behandelt werden sollten.

Materialien III für Auszubildende für die arbeitsplatzbezogene Ausbildung im Einkauf

Das Ausbildungsmittel ist analog zu den Materialien I gestaltet, thematisiert werden einkaufsspezifische Inhalte: Grundzüge der Materialbeschaffung, -verwaltung, Angebot und Angebotsvergleich, Lieferantenauswahl, Lieferverträge, kooperative Lieferantenbeziehungen, Zusammenarbeit zwischen Einkauf und Produktion etc.

Materialien IV für ausbildende Fachkräfte für die arbeitsplatzbezogene Ausbildung im Einkauf

Das Ausbildungsmittel hat die gleiche Struktur wie das für die ausbildenden Fachkräfte im Verkauf (Material II), ist jedoch auf einkaufsspezifische Themen (vgl. Material III) zentriert.

Materialien V zur Weiterbildung für auszubildende Fachkräfte

Das Medium richtet sich sowohl an die im Verkauf als auch an die im Einkauf tätigen Fachkräfte, da die Themen von bereichsübergreifender Bedeutung sind. Es werden ihnen Anregungen und konkrete Hilfen gegeben, um die Lernchancen an ihren Arbeitsplätzen zu erkennen, sie in den gesamten Arbeitszusammenhang einordnen, die richtigen Arbeitsaufgaben auswählen und in ihre Rolle als Begleiter des Selbstlernprozesses der Jugendlichen hineinwachsen zu können. Weiterhin sind Themen enthalten, die weiterbildenden Charakter haben, z. B. Informationen über und Reflexion zu Subjektkonzepten, Interaktionsstilen, Konfliktbewältigung, Führungsstilen, Ausbildungskultur etc.

Materialien VI für den innerbetrieblichen Unterricht für Auszubildende im Verkauf/Einkauf

Die Materialien enthalten thematische Ergänzungen und Themenstellungen, die der Vertiefung und Erweiterung der arbeitsplatzbezogenen Ausbildung dienen. Übergreifende Themenstellungen werden angeboten, Vorschläge für Projekte, Initiativen (z. B. Umweltrallye) sind ebenso enthalten wie Themen, die zur Reflexion der eigenen Erfahrungen anregen. Das Medium ist an die Jugendlichen beider Bereiche adressiert, weil am innerbetrieblichen Unterricht Auszubildende eines Jahrganges aus den unterschiedlichsten Bereichen teilnehmen.

Materialien VII für hauptberufliche Ausbilder/-innen im innerbetrieblichen Unterricht

Das Medium entspricht in den Inhalten und Themenstellungen dem des Ausbildungsmitteils für die Auszubildenden (Material VI). Darüber hinaus enthält es didaktisch-metho-

dische Hinweise zur Verwendung des Materials.

Materialien VIII zur Weiterbildung für hauptberufliche Ausbilder/-innen

Den hauptberuflichen Ausbildern/-innen werden Anregungen und konkrete Tips gegeben, die sie darin unterstützen, die abteilungsbezogene und abteilungsübergreifende Ausbildung stärker inhaltlich und strukturell zu verzahnen, den Dialog mit den auszubildenden Fachkräften kontinuierlicher zu gestalten, zu vertiefen und zu neuen Kooperationsformen anzuregen. Darüber hinaus werden Themen angeboten, die weiterbildenden Charakter haben.

Leitfaden für die Entscheidungsträger

Der Leitfaden richtet sich an Ausbildungsleiter/-innen, die für die Organisation der Ausbildung verantwortlich sind. Er enthält Informationen zum Projekt, Erfahrungshintergrund, Lehr-Lernkonzept und zu den einzelnen Medien. Es werden Hinweise und Vorschläge zur betrieblichen Verwendung bezüglich der Lernorte und ihrer Verzahnung gegeben. Es wird auf die Notwendigkeit der Ausbilderqualifizierung verwiesen und Bezüge zwischen Aus- und Weiterbildung hergestellt.

Anmerkungen:

¹ Vgl. zu den nachfolgenden Ausführungen: Buck, B.; Frank, I.; Schupp, I.; Weiböck-Buck, I. (Hrsg.): *Zur Ausbildung von Industriekaufleuten. Bedingungen und Möglichkeiten von Erfahrungslernen und Praxisverständnis. Bundesinstitut für Berufsbildung. Berichte zur beruflichen Bildung, H. 158. Berlin und Bonn 1993*

² Vgl. Brater, M.: *Industriekaufleute als Vermittler zwischen innen und außen. In: Buck, B.; Frank, I.; Schupp, I.; Weiböck-Buck, I. (Hrsg.): Zur Ausbildung . . . , a. a. O., S. 93–123*

³ Empirische Grundlage der Argumentationslinie sind insbesondere die 1991 durchgeführten dreiwöchigen Betriebspraktika von zwei Mitarbeiterinnen in Industriebe-

trieben sowie die sechs Fallstudien in Großbetrieben der Industrie unterschiedlicher Branchen. Für die Fallstudien wurden gemeinsam vom Projekt und Mitarbeitern der Gesellschaft für Ausbildungsforschung und Berufsentwicklung, München, insgesamt 15 Expertengespräche mit Ausbildungsleiter/-innen geführt, 55 auszubildende Fachkräfte aus allen kaufmännischen Grundfunktionsbereichen und 15 Auszubildende anhand von Gesprächsleitfäden interviewt sowie Arbeitsplatzbeobachtungen protokolliert. Vgl. Bojanowski, A.; Herz, G.: *Praxisbilder aus dem Betriebsalltag von Industriekaufleuten. In: ebenda, S. 317–433; Vgl. Thomas, V.: Perspektiven kaufmännisch-verwalter der Berufsbildung. Bonn 1989*

⁴ Vgl. zu den Vorzügen des Lernens in der Arbeit Dehnbostel, P.: *Konzepte für eine dezentrale Berufsbildung. In: BWP 22 (1993) 3, S. 3–9. Dehnbostel bezieht sich in erster Linie auf die Ausbildung in der industriellen Fertigung, die Aussagen zum Lernort Arbeitsplatz gelten jedoch in gleichem Maße für die kaufmännische Ausbildung.*

⁵ Vgl. Brater, M.: *Analyse neuerer Lernortkonzepte und Methoden in der kaufmännischen Berufsausbildung der Industrie. In: Buck, B.; Frank, I.; Schupp, I.; Weiböck-Buck, I. (Hrsg.): Zur Ausbildung . . . , a. a. O., S. 136–236*

⁶ Dies deckt sich mit den Erfahrungen der Co-Autorin, die 1969–1972 eine Ausbildung zur Industriekauffrau in einem Mittelstandsbetrieb absolvierte. Der innerbetriebliche Unterricht wurde von einem eigens hierfür engagierten Berufsschullehrer durchgeführt und hatte im wesentlichen zum Ziel, die Auszubildenden zu befähigen, die Abschlußprüfung vor der IHK vorzeitig (nach 2 1/2 Jahren Ausbildung) zu bestehen.

⁷ Vgl. Weiböck, I.: *Medien für die Ausbildung im Textileinzelhandel. Wärenkunde aspektreich entfaltet. In: Zeitschrift für Kunstpädagogik, (1984) 5, S. 29*

⁸ Zu den Konturen des im Projekt vertretenen Bildungsansatzes siehe Buck, B.; Weiböck-Buck, I.: *Berufsbildung im Zeichen eines Paradigmenwechsels: Zur Forschungskonzeption des Projektes. In: Buck, B.; Frank, I.; Schupp, I.; Weiböck-Buck, I. (Hrsg.): Zur Ausbildung . . . , a. a. O., S. 237–317. Erfahrungen mit einem Lehr-Lernkonzept, das die Komplexität der Arbeits- und Lebenssituationen der Lernenden zum Ausgangspunkt der didaktischen Bemühungen macht, liegen aus einem Forschungsprojekt des BIBB mit dem Titel „Entwicklung und Einsatz von Medien für den Einzelhandel“ vor. Unter Beteiligung von Betrieben wurden Medien für den Bereich „Beratung und Verkauf“ entwickelt, erprobt und ihre Verwendung und Wirkung untersucht. Vgl. Buck, B.; Eheim, H. D.; Frank, I.; Reuling, J.: *Medieninnovation und Berufsbildungspraxis. Verwendung eines Lernkonzepts zur Förderung sozialer Handlungsfähigkeit im Einzelhandel. Berichte zur beruflichen Bildung, H. 125, Berlin; Bonn 1991**

⁹ Vgl. Weidenmann, B.: *Möglichkeiten und Grenzen der Medien in der betrieblichen Weiterbildung. In: Arnold, R. (Hrsg.): Taschenbuch der betrieblichen Bildungsarbeit. Hohengehren 1991, S. 224f.*

¹⁰ Vgl. Brater, M.; Büchele, U.: *Persönlichkeitsorientierte Ausbildung am Arbeitsplatz. München 1990*