

GENIA

*Generationsübergreifender Dialog für
berufliche Orientierung & Entwicklung*

Birgitt Wählisch

Internetangebote zur Berufsorientierung Empirische Analyse

Das Modellprojekt ■ wird finanziert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung.
GENIA ■ wird durchgeführt von Unique GmbH in Kooperation mit ERGOLOG.

Internetangebote zur Berufsorientierung

Empirische Analyse

1. Problemlage	2
2. Zielstellungen des Projektes GENIA und der Studie zu Internetangeboten.....	4
3. Methoden	5
3.1. Allgemeines zum Vorgehen.....	5
3.2. Zur Auswahl der Suchmedien.....	6
3.3. Zur Stichwortauswahl	6
3.4. Zum Vorgehen bei der Auswertung der Suchergebnisse	7
3.5. Zur Auswahl der näher untersuchten Websites.....	7
4. Auswertung der Suchergebnisse	9
4.1. Empirische Suchergebnisse	9
4.2. Zur Suche nach Berufsorientierung im Internet.....	9
4.3. Zu den qualitativen Ergebnissen bei den einzelnen Stichworten	10
5. Qualitative Analyse ausgewählter Websites	11
5.1. Arbeitsämter	11
5.2. Allgemeinbildende Schulen	13
5.3. Weiterführende berufsbildende Schulen.....	15
5.4. Universitäten / Hochschulen	16
5.5. Berufsorientierende Projekte und Institutionen.....	19
5.6. Stellenbörsen im Internet.....	23
5.7. Unternehmen	24
6. Zusammenfassung der Formen der Berufsorientierung im Internet.....	36
7. Empfehlungen	37
7.1. Allgemein	37
7.2. Empfehlungen für die Websites der Unternehmen	38
Anhang	40

1. Problemlage

Die Berufsorientierung spielt für den Einzelnen nach der Schule aber auch im Laufe des Berufslebens eine bedeutsame Rolle. Aufgrund der Flexibilisierung und Veränderung in allen Berufsbereichen geht der Trend nicht nur weg vom Normalarbeitsverhältnis sondern auch weg vom „Lebensberuf“, vom Beruf, der einmal erlernt fast unverändert bis zum Ende des Berufslebens ausgeführt wird. Das heißt: immer häufiger sind Umorientierungen während des Berufslebens notwendig. Von den Einzelnen muss die Berufswahl viel stärker hinsichtlich der Weiterentwicklungsmöglichkeiten im Sinne nicht nur des lebenslangen Lernens sondern auch der lebenslangen Orientierung geprüft werden. Auf dem unübersichtlichen Markt der Berufe - mit Ausbildungsberufen, Studiengängen, Tätigkeitsfeldern, die über Fortbildungen erreicht werden, unregelmäßigen Bildungsmöglichkeiten auf dem freien Markt – sind die Orientierung Suchenden in der Regel überfordert und auf Information und Beratung von außen angewiesen. Neben den bislang erprobten Wegen der Berufsberatung wird das Internet in Zukunft als ein wichtiges Informationsmedium eine noch weiter zunehmende Rolle in diesem Bereich spielen.

Das Interesse der Unternehmen an Fragen der Berufsorientierung betrifft zunächst die Fach- und Nachwuchskräfteerkrutierung überhaupt. In einigen Berufsfeldern bzw. Regionen ist bereits jetzt eine geringere Nachfrage in bestimmten Ausbildungsgängen zu verzeichnen. Mit der weiteren demografischen Entwicklung wird sich dieser Trend weiter verstärken und zu Mangel in bestimmten, weniger attraktiven Berufsbereichen führen. Für alle Unternehmen ist entscheidend, dass die angehenden Fachkräfte eine Ausbildung oder Umschulung gut informiert und motiviert beginnen. Es geht um die Rekrutierung von passenden Bewerber/innen. Nur so lassen sich Abbrecherquoten und Fehlqualifikationen langfristig vermeiden.

Der Informationsbedarf bei der Wahl oder Neuwahl eines Berufs- / Tätigkeitsfeldes ist groß. Neben den formalen Themen wie den Voraussetzungen, den Ausbildungsinhalten oder den Abschlüssen sind viele unternehmens- und brancheninterne Themen für die Orientierung interessant. Neben den allgemeinen Informationen zu den Tätigkeitsfeldern wollen zukünftige Fachkräfte auch erfahren, wie ihr Arbeitsalltag ganz konkret aussehen wird. Fragen zur Unternehmenskultur, zu Weiterentwicklungsmöglichkeiten, Arbeitsmarktchancen oder zu sozialem Umfeld und Leistungen spielen bei der Entscheidung für oder gegen eine Ausbildung eine nicht zu unterschätzende Rolle. Diese Informationen, die auch emotional durch Erfahrungen geprägte umfassen sollten, sind viel schwieriger zu erhalten, als die rein formalen Aussagen zu einem Beruf.

Erste Anlaufstelle für alle Orientierung Suchenden sind die Arbeitsämter mit ihren Berufsinformationszentren. Hier gibt es neben der Beratung eine Vielzahl von Informationsmaterialien u.a.:

- Abi / Uni – Berufswahlmagazine der Arbeitsämter
- Blätter für Berufskunde
- Arbeitsamt online u.ä. Angebote im Internet

Als Beratungsstelle außerhalb des beruflichen Alltags werden Informationen auf einer sehr sachlichen, allgemeinen Ebene vermittelt. Sie dienen der grundlegenden Orientierung und müssen durch den „Blick in die Praxis“ ergänzt werden. Die Arbeitsverwaltung organisiert deshalb Veranstaltungen in Kooperation mit Unternehmen, um den Orientierung Suchenden die Arbeitsrealität näher zu bringen.

Bundesweit widmen sich verschiedenste Beratungsstellen und -projekte unterschiedlicher Träger Fragen der Berufsorientierung. Die Herangehensweise und das Spektrum unterscheiden sich dabei erheblich. Ein Teil der Projekte beschäftigt sich innerhalb der allgemeinen Jugendarbeit auch mit Fragen der Orientierung. Darüber hinaus richten verschiedene Institutionen wie Handwerkskammern oder Berufsverbände Angebote auch an Orientierung Suchende. Insgesamt sind die überwiegende Zahl der Institutionen und Projekte auf die Zielgruppe der Schulabgänger/innen ausgerichtet. Umorientierung ist selten ein Thema.

Ein genaueres Bild über die Arbeitsrealität kann zur Entscheidungsfindung nur direkt in der Branche, in den Unternehmen gewonnen werden. Alles andere sind in erster Linie Vorinformationen für den künftigen Berufsweg. Möglichkeiten mit Unternehmen direkt in Kontakt zu treten, bieten Praktika / Tage der offenen Tür / Berufswahlmessen.

Der Berufsorientierungsunterricht an den Schulen bietet in Form verschiedener Veranstaltungen und Seminare Jugendlichen die oben genannten Kontaktmöglichkeiten. Dabei gibt es in allen unterschiedlich funktionierende Netze der Akteure der Berufsorientierung, die zum Beispiel bei „Märkten der Möglichkeiten“ in den Regionen zusammen wirken.

Wenige Beratungsstellen widmen sich außerhalb der Vermittlungstätigkeit des Arbeitsamtes den Personen, die sich aus unterschiedlichen Gründen umorientieren müssen. Dem Trend zu beruflichen Patchworkbiographien, die inzwischen nicht mehr nur bei Müttern zu beobachten sind, wird nicht Rechnung getragen. Die immer flexibler werdende berufliche Realität, die Berufswege nachhaltig beeinflusst, spiegelt sich in der Berufsorientierung kaum wieder. Hier überwiegt das traditionelle Bild von Schule-(lebenslang ausgeübten) Beruf – Fort- / Weiterbildung in diesem Beruf.

Hindernisse, die bei der Suche nach beruflicher Orientierung / Umorientierung in allen Altersgruppen häufig vorkommen sind:

- Fehlende Informationen zu Berufs- und Tätigkeitsfeldern
- Mangelnde Vorstellungen vom Berufsalltag und den genauen Arbeitsanforderungen
- Keine Informationen über Arbeitsmarktrelevanz und Weiterentwicklungsmöglichkeiten der einzelnen Abschlüsse
- Schwierigkeiten bei der Einschätzung der eigenen Kompetenzen hinsichtlich der Eignung für den Beruf
- Keine Kenntnisse über die Besonderheiten der Branche (Unternehmenskulturen / soziales Leistungsspektrum / Altersstruktur...)

Die Passgenauigkeit der Berufswahl und der Gestaltung des Berufsweges muss gerade hinsichtlich drohenden Fachkräftemangels verbessert werden. Der Vorteil sowohl für die Unternehmen als auch für die Mitarbeiter/innen liegt in einer besseren Eignung und Motivation für den Beruf.

Diese Studie macht deutlich, dass das Internet für diese Aufgabe zuwenig genutzt wird. Bisher sind informative, motivierende und an die Erfahrungen der Orientierung Suchenden anknüpfende Webpräsentationen sowohl von Akteuren der Berufsinformation als auch von Unternehmen noch die Ausnahme. Dabei ist die Internetnutzung und -begeisterung gerade in der Gruppe der Schulabgänger/innen sehr hoch. Das spiegelt sich auf der Angebotsseite jedoch noch nicht genügend wieder. Sich selbst im Internet zu informieren, neue Möglichkeiten für die eigene Entwicklung zu entdecken und vor allem in Kontakt mit Berufserfahrenen treten können – das ist bisher noch eine Ausnahme

2. Zielstellungen des Projektes GENIA und der Studie zu Internetangeboten

Vor dem Hintergrund eines drohenden Nachwuchs- und Fachkräftemangels suchen Unternehmen dringend nach neuen Wegen der Personalgewinnung und -entwicklung. Diese sollen im Projekt GENIA auf betrieblicher Ebene konzipiert, entwickelt und in Pilotbeispielen umgesetzt werden. Mit den bisherigen Methoden der Personalrekrutierung und beruflichen Beratung kann dem Fachkräftemangel nicht begegnet werden. Vielmehr steht die Frage, wie eine berufliche (Um-) Orientierung und Entwicklung mehr praxis- bzw. unternehmensnah und stärker auf das Individuum bezogen ausgerichtet und so gestaltet werden kann, dass ein für alle Beteiligten gewinnbringender Austausch zwischen den Generationen angeregt wird.

Erfahrungen aus der Beratungstätigkeit und Studien zeigen, dass tradierte Vorstellungen von Berufen und gängige Medienbilder sich beim Berufswahlverhalten Jugendlicher negativ auswirken. Das Spektrum der bevorzugt gewählten Berufe ist immer noch eng und geschlechtsspezifisch segmentiert. Oft fehlen bei den Jugendlichen reale (Vor)Bilder, die ihnen den Arbeitsalltag lebendig darstellen können. Besonders negativ wirkt sich das bei der Berufswahl von Mädchen und jungen Frauen aus. Hier fehlen oft Vorbilder gerade in den bisher vorwiegend männerdominierten Bereichen.

Es fehlen Internetangebote, die praxisnah und auf die Unternehmen bezogen Berufe vorstellen und Orientierung bei der Berufswahl geben. Bisher bewegen sich die Angebote für (Um)Orientierung Suchende auf einer eher abstrakten, theoretischen Ebene. Im Projekt GENIA soll auf unterschiedlichen Ebenen – betrieblich und im sozialen Umfeld – ein Angebot geschaffen werden, das Lebens- und Berufserfahrung an (Um)Orientierung Suchende vermittelt und dabei eine Brücke schlägt von Alt zu Jung und umgekehrt. Dabei wird neben traditionellen Methoden ein Medium genutzt, das besonders für Jugendliche attraktiv ist und ihren Bedürfnissen entgegenkommt. Es sollen beispielhaft interaktive Internetangebote zur Berufsorientierung entwickelt werden. Ein erster Schritt zur Entwicklung dieser Websites ist die Analyse bestehender Websites zum Thema Berufsorientierung.

Mit dieser Studie wird ein Überblick zu Angeboten zur Berufsorientierung im Internet unter vornehmlich qualitativen Gesichtspunkten vorgelegt. Dabei wurde u.a. untersucht (ausführliche Fragebögen im Anhang):

- Welche Institutionen / Projekte / Unternehmen sind im Themenbereich aktiv?
- Welche Zielgruppen werden besonders angesprochen?
- Welches Spektrum von Informationen zur beruflichen Orientierung ist im Internet zu finden?
- Wie kann die Kontaktaufnahme mit Unternehmen / Institutionen erfolgen?
- Welche interaktiven Angebote gibt es für die verschiedenen Zielgruppen?

Durch die Betrachtung der einzelnen Akteure (Arbeitsämter, Schulen, Unternehmen etc.) können Trends in der Ansprache, der Themenwahl und dem Angebotsspektrum identifiziert werden. Besondere, aus dem Standard herausragende, Beispiele wurden tiefergehend betrachtet und dokumentiert. So kann die Studie auch als Beispielsammlung für die Weiterentwicklung von Angeboten im Netz genutzt werden.

Ziel ist es, vor allem mit Blick auf die Unternehmen, Empfehlungen für die Websitegestaltung zur Berufsorientierung zu geben.

3. Methoden

3.1. Allgemeines zum Vorgehen

Die Studie soll einen möglichst umfassenden Eindruck der Möglichkeiten der Berufsorientierung im Internet dokumentieren. Die hier praktizierte Suchmethode versucht möglichst genau, das Verhalten von potentiellen Orientierung Suchenden zu simulieren. Es wurde deshalb ausschließlich im Netz recherchiert und auf Suchmöglichkeiten mit Hilfe von gedruckten Zusatzmaterialien, Befragung von Experten /innen etc. konsequent verzichtet. Die Internetnutzer/innen die ohne weitere Beratung und Vorinformation starten, beginnen die Informationssuche erwartungsgemäß als erstes in Katalogen und Suchmaschinen. So wurden die Webadressen dieser Studie in erster Linie mit Hilfe derartiger Suchmethoden zusammengestellt. Ergänzt wurde dieses Herangehen nur durch die Webpräsentationen, der am Projekt GENIA beteiligten Unternehmen und, aufgrund mangelnder Trefferzahl, gezielt um einige große Unternehmen.

Die Besonderheit des Internets bringt es mit sich, dass der Rechercheteil nicht den Anspruch haben kann, repräsentativ zu sein. Die Möglichkeit der Suche nach Berufsorientierung kann hier nur beispielhaft dokumentiert werden. Je einfacher ein Angebot mit den praktizierten Suchmethoden zu finden ist, desto eher wird es auch die potentiellen Interessenten/innen erreichen.

Die einzelnen Schritte der Untersuchung:

1. Es wurde eine Stichwortsuche in folgenden verschiedenen Suchmedien durchgeführt
 - Verzeichnis – web.de
 - Suchmaschine – google
 - Suchmaschine - altavista
2. In der Auswertung wurden die ersten 50 Treffer des jeweiligen Suchmediums hinsichtlich der Relevanz und der institutionellen Zuordnung untersucht. Es ist davon auszugehen, dass Internetnutzer/innen maximal 50 Suchergebnisse (eher weniger) intensiv zur Kenntnis nehmen.
3. Insgesamt wurden 837 Treffer (jeweils die ersten 50 bzw. wenn weniger Treffer entsprechend weniger) in die Auswahl einbezogen. Daraus wurden die thematisch zutreffenden Websites extrahiert.
4. Die zum Thema „Berufsorientierung“ unmittelbar gehörenden Websites wurden kurz hinsichtlich ihrer thematischen Relevanz analysiert. Dabei wurde jeweils nur die erste Seite der Webpräsentation einbezogen.
5. Aus diesen betrachteten Präsentationen wurden zu jedem Bereich (Arbeitsamt, Schule, Hochschule, Institutionen / Projekte, Unternehmen) einige zur genaueren Analyse ausgewählt. Dabei stand der Aspekt der Vielfältigkeit und Beispielhaftigkeit der Angebote im Vordergrund. Erst in zweiter Linie wurde nach qualitativen Gesichtspunkten bewertet. Diese Webpräsentationen wurden anhand von Fragebögen analysiert (Fragebögen im Anhang).

3.2. Zur Auswahl der Suchmedien

Zur Suche wurden drei verschiedene, besonders verbreitete Suchmedien im Internet ausgewählt.

1. ein Suchkatalog - web.de (<http://www.web.de>)

Web.de besteht seit 1995 und ist Deutschlands umfangreichster Web-Katalog. Das Prinzip der redaktionellen Prüfung und Zuordnung der angemeldeten Seiten garantiert ein Höchstmaß an Effizienz. Es kommt kaum zu Dubletten. Die Seiten sind nach übersichtlichen Kategorien geordnet. In der Suchliste werden die Treffer sortiert nach Relevanz angezeigt. Voraussetzung für die Aufnahme in den Web.de-Katalog ist der eigene Eintrag.

2. Suchmaschine - google (<http://www.google.de>)

Suchmaschinen sind leistungsstarke Rechner (auch Robots oder Spider genannt), die ständig das Internet nach neuen Seiten durchsuchen. Mit dem Eintrag in eine Suchmaschine wird nur der Robot zum Besuchen der Seite aufgefordert, nimmt die Indexierung dann aber ebenfalls automatisch vor. Gegenüber den Katalogen werden die Ergebnisse nicht redaktionell bearbeitet. Das führt auf der einen Seite zu einer größeren Menge an Treffern, gleichzeitig steckt im Gefundenen viel Ballast einschließlich doppelt aufgefundener Angebote.

Google ist eine der bekanntesten und leistungsstärksten, deutschsprachigen Suchmaschinen. In einem Test der Stiftung Warentest vom IV.Quartal 2001 hat sie von allen geprüften deutschsprachigen Suchmaschinen am besten abgeschnitten.

1. Suchmaschine – altavista (<http://www.altavista.de>)

An zweiter Stelle der oben genannten Untersuchung der Stiftung Warentest stand die Suchmaschine altavista. Sie wurde zur Ergänzung und Prüfung der erzielten Suchergebnisse herangezogen.

3.3. Zur Stichwortauswahl

Folgende Stichworte wurden für die allgemeine nicht fach- oder tätigkeitsspezifische Suche nach Berufsorientierung für relevant befunden:

- Beruf
- Berufsorientierung
- Berufswahl
- Berufsberatung
- Berufsausbildung
- Ausbildung

In Stichproben wurden auch die Begriffe „Personalrekrutierung“, „Nachwuchskräftegewinnung“ und „Fachkräftemangel“ überprüft. Bei diesen Begriffen wurden nur Resultate im wissenschaftlichen bzw. personalberatenden Bereich angezeigt, die keine unmittelbare Relevanz für Orientierung Suchende haben. Bei dem Wort „Berufsbild“ wird ein großes Spektrum sehr unterschiedlicher Berufsbilder angezeigt – die hier nicht näher in die Auswertung einbezogen wurden. Bei dem Begriff der „beruflichen Umorientierung“ wurden in erster Linie theoretische Artikel unterschiedlicher Institutionen (BIBB, IAB) gefunden. Außerdem wird auf einige Orientierungskurse verwiesen. Unter den ersten 100 Treffern befand sich kein einziges Unternehmen, welches sich diesem Thema in irgendeiner Form widmet.

3.4. Zum Vorgehen bei der Auswertung der Suchergebnisse

Zunächst wurde ausgezählt wie viel Treffer, die einzelnen Begriffe erzielen. Die jeweils ersten 50 Treffer, bei weniger Treffern entsprechend weniger, des jeweiligen Suchmediums wurden in die erste Betrachtung einbezogen. Das heißt 837 Treffer wurden in der Ergebnisliste erfasst und danach hinsichtlich der Relevanz für das Thema betrachtet. Dubletten wurden innerhalb einer Begriffssuche eliminiert.

Für die Untersuchung wurden nur Seiten aus Deutschland ausgewählt – Österreichische und Schweizer Angebote wurden nicht berücksichtigt. Danach entstand eine Liste von 150 für das Thema Berufsorientierung relevanten Websites, die im ersten Überblick zur Kenntnis genommen wurden.

3.5. Zur Auswahl der näher untersuchten Websites

Nach der ersten Übersicht wurden Websites zur näheren Untersuchung anhand der im Anhang befindlichen Fragebögen ausgewählt. In den jeweiligen Bereichen wurden Websites extrahiert, die im Internet Angebote für Orientierung Suchende unterbreiten. Seiten, die sich in erster Linie an Akteure der Berufsbildung wenden, wie z.B. Projektbeschreibungen, wurden außer Acht gelassen. Im Mittelpunkt standen Informationen, die an das Individuum gerichtet sind. Dabei waren folgende Kriterien entscheidend:

Websites, die

- mehrmals unter den Treffern waren
- nach ihrer Beschreibung eine hohe Relevanz für das Thema vermuten lassen
- einen Bereich repräsentieren
- besondere Angebote für die Berufsorientierung unterbreiten

In der Vorrecherche zu dieser Studie wurde versucht, Unternehmen, die sich dem Thema Berufsorientierung widmen, branchenspezifisch zu finden. Dabei wurden in einzelnen Branchen, wie z.B. Glas, Maschinenbau, Listen von im Internet vertretenen Unternehmen ausgewertet. Nach der Auswertung von 30 Websites konnte kein einziges Unternehmen identifiziert werden, dass für die Analyse in Frage kommt. Ein Großteil von Unternehmen spricht auf den Internetseiten Orientierung Suchende nicht explizit an. Deshalb wurde diese Methode als ungeeignet verworfen.

In die Studie wurden nur Unternehmen einbezogen, die sich auf ihren Websites in irgendeiner Weise dem Thema Berufsorientierung / Nachwuchskräfteorientierung widmen. Falls ein Unternehmen über eine gesonderte Website mit eigener Domain für die Personalrekrutierung verfügt, wurde nur diese in die Untersuchung einbezogen. Darüber hinaus wurden die Internetpräsentationen der am Projekt GENIA beteiligten Unternehmen anhand des Unternehmensfragebogens untersucht. Es handelt sich um:

1. Jenaer Glas
2. Deutsche Bahn
3. EKO Eisenhüttenstadt
4. Hetzel Elektronik Recycling GmbH Nürnberg

Das Unternehmen Maschinenbau Gotha verfügt über keine Homepage.

Die Internetrecherche ergab im Bereich der Unternehmen zu wenig Treffer, so dass die Untersuchung durch Großunternehmen ergänzt wurde. Hierzu wurde eine Liste auf der Website www.orientiere-dich.de herangezogen, die Einstiegsmöglichkeiten bei großen, bekannten Unternehmen mit den Links auf die jeweiligen Karrierewebsites zusammenstellt. Aus dieser Liste von 47 Firmen wurden zur Ergänzung insbesondere industrielle Unternehmen ausgewählt.

Insgesamt wurden 80 Websites anhand von Fragebögen ausgewertet. Ergänzt wurde die Analyse durch eine Zusammenstellung verschiedener Stellenbörsen (Übersicht im Anhang), die Angebote zur Berufsorientierung / Ausbildungsplatzsuche unterbreiten.

4. Auswertung der Suchergebnisse

4.1. Empirische Suchergebnisse

Bei den zum Teil allgemeinen Stichworten war eine hohe Trefferquote zu erwarten.

Trefferquote bei der Stichwortsuche

Nr.	Stichwort	Treffer		
		Web.de	google	altavista
1	Beruf	437	564.000	731.592
2	Berufsorientierung	13	13.600	10.392
3	Berufswahl	24	32.700	32.084
4	Berufsberatung	56	28.200	22.475
5	Berufsausbildung	60	92.400	90.788
6	Ausbildung	1614	693.000	1.130.327

Die Suche wurde aus der Sicht von Nutzer /innen geführt, d. h., durch Eingabe von allgemein gebräuchlichen Stichworten sollten entsprechende Angebote gefunden werden.¹ Die Anzahl der Treffer ist kein Hinweis auf die Qualität der Suchergebnisse - allerdings ist der Treffer „Null“ ebenso nutzlos wie Tausende von Einträgen. Die Stichworte erwiesen sich für die Suche als unterschiedlich geeignet. Die Treffer beziehen sich notwendigerweise auch auf Angebote, die der Zielvorstellung nicht entsprachen. Internet-Nutzer/innen werten in der Regel nur die ersten Treffer der von den Suchmaschinen ausgeworfenen Listen aus. Bei den hier verwendeten Suchmedien wird die Reihenfolge der Anzeige durch die Relevanz² der Einträge bestimmt. Geprüft wurden jeweils die ersten 50 Treffer.

4.2. Zur Suche nach Berufsorientierung im Internet

Wie angenommen ist Berufsorientierung im Internet mit Blick auf die Ratsuchenden unterrepräsentiert. Für die Orientierung Suchenden besteht keine Möglichkeit, auf schnelle und unkomplizierte Art und Weise Angebote im Internet zu finden. Die Suche gestaltet sich aufwändig und mühselig. Aus den Treffern lässt sich oft nicht auf die Relevanz und Qualität des Angebotes schließen, wobei es sich dabei um ein generelles Problem der Recherche in Suchmaschinen handelt.

Im Bereich von Projekten der Berufsorientierung lässt sich die Seriosität schwer einschätzen, da oft nicht sofort erkennbar ist, von wem die Website betrieben wird. Vereinzelt können Angebote im Netz auch bei näherer Betrachtung nicht eindeutig zugeordnet werden, d.h. dass die Nutzer/innen die Wertigkeit dieser Informationen nicht einschätzen können. Auf die nähere Betrachtung dieser nicht zuordenbaren Websites wurde in dieser Untersuchung verzichtet.

Als Akteure der Berufsinformation / -orientierung im Internet konnten identifiziert werden:

¹ Zur Begründung der unterschiedlichen Treffer bei den verschiedenen Suchmedien: siehe weiter oben.

² Relevanz im Sinne eines Such-Robots ist die Häufigkeit der Nennung eines Begriffes am Beginn der Internet-Seite. Sie stellt keine qualitative Wertung dar.

- Arbeitsämter
- Schulen
- Berufsschulen
- Universitäten / Hochschulen / Fachhochschulen
- Projekte der Bundesländer (Bildungsserver / Modellprojekte)
- Bundesweite Projekte / Angebote von Institutionen / Projekten unterschiedlicher Art
- Unternehmen

Einige Treffer verweisen auf private Homepages. In zwei Ausnahmefällen wurden diese in die Betrachtung wegen ihrer Qualität und Verbreitung einbezogen. Auch kommerzielle Internet-Anbieter widmen sich, wenn auch vereinzelt, dem Thema Berufsorientierung. Diese Seiten sind dann in der Regel durch Werbung oder durch Sponsoring finanziert. Einige wurden beispielhaft in die Studie einbezogen.

4.3. Zu den qualitativen Ergebnissen bei den einzelnen Stichworten

Die einzelnen Stichworte sind hinsichtlich ihrer Relevanz für die Orientierung Suchenden unterschiedlich zu bewerten. Hier zeigt sich unter welchen Stichworten sich verschiedene Anbieter am häufigsten verorten.

Bei der Suche im Internet ist immer mit einer Ungenauigkeit zu rechnen, die am rein logischen und nicht redaktionell bearbeiteten Vorgehen der Suchmaschinen liegt. In jeder Kategorie sind unter den Treffern für das ursprüngliche Thema nicht passende oder nicht unmittelbar nutzbare Adressen. Bei der Suche wurden keine zusätzlichen Einschränkungen / Erweiterungen verwendet. Die Ergebnisse bei den einzelnen Stichworten können qualitativ folgendermaßen bewertet werden:

1. **„Beruf“**
– zu allgemein ungenaue und breit gefächerte Ergebnisse, hier eine große Zahl von Websites, die mit dem eigentlichen Thema Beruf nichts zu tun haben, z.B. Seiten zur Berufsbekleidung
2. **„Berufsorientierung“**
– besonders geeignet für die Suche nach Projekten und Schulen / Universitäten, die Orientierung anbieten; unter diesem Suchbegriff wurden unter den ersten 50 Seiten bei allen drei Suchmedien keine Unternehmen gefunden
3. **„Berufswahl“**
– in erster Linie finden sich unter diesem Stichwort, die unterschiedlichsten Projekte zur Berufsorientierung; Unternehmen waren hier nur zwei unter den betrachteten Suchergebnissen
4. **„Berufsberatung“**
– neben den Institutionen und Einrichtungen der Berufsberatung sind hier besonders viele Universitäten unter den ersten Treffern, dafür fast keine Schulen; Unternehmen sind nur drei aufzufinden
5. **„Berufsausbildung“**
– besonders geeignet für die Suche nach Unternehmen, die spezielle Angebote für Lehrlinge anbieten; außerdem viele Weiterbildungseinrichtungen
6. **„Ausbildung“**
– allgemeiner und breit angelegter Begriff; viele Unternehmen aber auch Aus- und Weiterbildungseinrichtungen

5. Qualitative Analyse ausgewählter Websites

Anhand von Fragebögen (siehe Anhang) wurden 49 Seiten von Akteuren der Berufsorientierung aus den unterschiedlichen Feldern und 31 Websites von Unternehmen qualitativ hinsichtlich ihrer Angebote für die Orientierung Suchenden analysiert. Es wurde nur auf den öffentlich zugänglichen Internetseiten recherchiert. Auf die Verwendung von anderen Hilfsmitteln wie z.B. Strukturbäumen / Projektkonzeptionen wurde verzichtet. Damit wurde auch hier weitestgehend, das in Studien für ungeübte Internetnutzer/innen typische Rechercheverhalten simuliert. Es wurde nur in den Rubriken recherchiert, die inhaltlich zum Thema „Berufsorientierung“ gehören.

Die Websites wurden nach thematischen, inhaltlichen Kriterien bewertet. Die Usability (Nutzungsfreundlichkeit) war nicht Gegenstand dieser Studie. Dennoch zeichnet sich deutlich ab, dass viele Websites noch nicht genügend im Hinblick auf die Nutzer/innen entwickelt wurden. Insgesamt erwiesen sich etliche Websites als sehr unübersichtlich. Hier konnten zahlreiche Mängel vor allem im Bereich der Navigation ausgemacht werden, die sich mittelbar auf das Ergebnis auswirkten. Unter Umständen blieben mangels logischen Aufbaus für den nicht in die Gestaltung der Präsentation involvierte Betrachter zur Thematik gehörende Inhaltsbereiche verborgen. Schon die Suche nach den Kontaktangaben und den Betreibern der Website führte nicht in jedem Fall zum Erfolg. Einige Seiten aus den Trefferlisten wurden im Nachhinein deshalb nicht in die qualitative Untersuchung aufgenommen. Bei den 81 analysierten Websites handelt es sich nur um eindeutig einem (oder mehreren) Betreiber zuordenbare Präsentationen

Gegliedert wurden die folgenden Abschnitte nach den Akteuren der Berufsorientierung. Bei der Zusammenstellung der Schwerpunkte und allgemeinen Aussagen wurden tendenziell auch die nicht näher untersuchten Treffer einbezogen. Alle relevanten Treffer wurden nach den aus der Navigation ersichtlichen inhaltlichen Schwerpunkten und den Betreibern der Website betrachtet. Und danach die Auswahl für die Untersuchung anhand der Fragebögen getroffen. Neben der zusammenfassenden Darstellung jeder Gruppe, werden die einzelnen Websites jeweils mit ihren Besonderheiten gegenüber ähnlich gelagerten Seiten beschrieben, wobei auch hier auf Fragen der Nutzungsfreundlichkeit höchstens am Rand hingewiesen wird. Ein allgemeiner Empfehlungsteil zu dieser Problematik wurde deshalb in die Zusammenfassung aufgenommen.

5.1. Arbeitsämter

Untersucht wurden die zentralen Angebote der Bundesanstalt für Arbeit, auf die zahlreiche externe Seiten zur Berufsorientierung durch Links oder Hinweise verweisen.

Die Aufgabe der Bundesanstalt für Arbeit ist im SGB III verankert. Die Vorbereitung auf die Berufswahl beginnt in der Regel in den vorletzten Klassen der allgemeinbildenden Schulen und setzt eine enge Zusammenarbeit zwischen Schule und Berufsberatung voraus. Berufsorientierung bildet ein wichtiges Element im Berufswahlprozess, mit den Phasen:

- Orientierung,
- Entscheidungsfindung,
- Realisierung.

In allen Phasen gibt es Angebote der Berufsberatung, die in personaler und medialer Form zur Verfügung stehen. Ein umfassendes Angebot zur Selbstinformation halten die Berufsinformationszentren der Arbeitsämter bereit (nach einem Online-Beitrag der Bundesanstalt für Arbeit unter <http://aaonline.dkf.de/bb/p111.htm>).

Die Aufgabe der Berufsorientierung wird ausschließlich auf Schulabgänger bezogen und zugeschnitten. Dementsprechend finden sich unterschiedliche Angebote für diese Zielgruppe im

Internet. Auf diejenigen die eine neue Orientierung suchen, wird in dem Teil der Arbeitsamtspräsentationen nicht eingegangen. Auch hier ist Berufsumorientierung kein explizit benanntes Thema.

Untersucht wurden:

	Projekttitlel	Herausgeber	Webadresse
1	Arbeitsamt online	BA für Arbeit	www.arbeitsamt-online.de
2	Machs richtig online	BA für Arbeit	www.machs-richtig.de
3	Was werden – Online Magazin der Berufsberatung	BA für Arbeit	www.was-werden.de
4	Abi Berufswahlmagazin - online	BA für Arbeit	www.abimagazin.de
5	Uni – Berufswahlmagazin online	BA für Arbeit	www.unimagazin.de

Allgemeine Schwerpunkte der Webangebote:

- Übergreifende Informationen zu Angeboten der Arbeitsämter
- Sachliche Informationen zu Ausbildungsberufen
- Berufswahltest / Forum
- Verlinkung der Angebote untereinander
- Datenbanksuche nach Ausbildungsplätzen

Zu den Besonderheiten der einzelnen Websites:

Auf den allgemeinen Seiten des Arbeitsamtes (Arbeitsamt online) finden sich vor allem allgemeine Informationen zur Orientierung nach dem Schulabschluss z.B. in der FAQ - Liste die Frage „Was tun, wenn ich noch gar nicht weiß, was ich nach der Schule machen will?“ Außerdem werden die unterschiedlichen Möglichkeiten der Orientierung über die Arbeitsämter (Ausbildungsvermittlung / Medien / Beratung / BIZ / Ausbildungsförderung / Veranstaltungen) in allgemeiner Form vorgestellt. Hinweise auf spezielle Webangebote der Bundesanstalt ergänzen die Zusammenstellung. Über „asis“ den Ausbildungsstellenservice des Arbeitsamtes ist auch eine direkte Ausbildungsplatzsuche möglich.

Das Online Magazin „Was werden“ richtet sich in Form einer Zeitschrift mit unterschiedlichen Artikeln an Jugendliche. Ein Forum gibt die Möglichkeit, sich ganz allgemein zum Thema Berufsorientierung auszutauschen. Die Jugendlichen werden durch Rätsel und Comic auf diesen Seiten auch unterhalten. Zu den Schwerpunktthemen werden auch Erfahrungsberichte veröffentlicht z.B. zu einem Berufspraktikum im Krankenhaus. Das vorgestellte Spektrum ist allerdings nicht allzu breit.

Die bekannten Printprodukte der Berufswahl „Abi“ und „Uni“ sind inzwischen auch online vertreten. Im Wesentlichen wird hier über Heftinhalte informiert.

„Machs-richtig“ wendet sich an Schüler/innen und Lehrer/innen. Im Mittelpunkt steht ein Online-Berufswahltest. Außerdem sind in der „Infobase – Berufe unter der Lupe“ Links zu Ausbildungsberufen zusammengestellt.

FAZIT:

- Die reine Information steht im Mittelpunkt.
- Die Interaktivität des Internets für die Kommunikation wird nur zum Teil genutzt (Forum bei „Was werden“ oder Online-Test „Machs-richtig“).
- E-Mail-Kontakte zu Berufsberatern/innen gibt es auf der zentralen Ebene nicht.
- Es wird ausschließlich auf die persönliche Beratung verwiesen.
- Alle betrachteten Angebote richten sich ausschließlich an Jugendliche bzw. an Personen, die Berufsorientierung an Jugendliche vermitteln.

5.2. Allgemeinbildende Schulen

Nur wenige Schulen haben sich auf ihrer Website auch dem Thema Berufsorientierung gewidmet. Dementsprechend klein war die Auswahl der näher zu analysierenden Beispiele. Nach den Suchergebnissen mit relativ wenigen Ergebnissen im Schulbereich wurde deshalb zur Kontrolle eine Überprüfung in einer Beispielregion vorgenommen. Ausgewählt wurde Jena, eine Region in der ein bei GENIA vertretenes Unternehmen ansässig ist. Alle laut Bildungsserver in Thüringen im Web vertretenen Schulen der Region Jena wurden hinsichtlich der Bearbeitung des Themas „Berufsorientierung“ untersucht. Von diesen 7 Schulen hatte keine einzige einen Hinweis auf dieses Themengebiet auf ihren Websites!

Bei den Schulen, die sich dem Themengebiet widmen, werden in erster Linie Informationen zum Unterrichtsthema „Berufsorientierung“ gegeben. Dabei handelt es sich um sachliche Informationen zum Unterrichtsablauf, zur Terminierung oder zum verantwortlichen Lehrpersonal. Am ehesten findet man dieses Thema auf Websites von Gymnasien – unter den insgesamt betrachteten Treffern wurde keine einzige Hauptschule gefunden.

Näher untersucht wurden:

	Schule	Schulart	Webadresse
1	Carl – Friedrich – Gauß – Gymnasium Gelsenkirchen	Gymnasium	www.gelsen-net.de/moment/Default.html
2	Eleonorenschule Darmstadt	Gymnasium	www.eleonorenschule.de
3	Emilie – Heyermann – Schule Bonn	Ganztagsreal- schule	http://ehs.schulen.bonn.de/
4	Ernst – Moritz – Arndt Gymnasium Bonn	Gymnasium	www.emabonn.de
5	Gymnasium Blankenese	Gymnasium	www.gymnasium-blankenese.de
6	Gymnasium Ohmoor	Gymnasium	http://www.hh.shuttle.de/hh/ohmoor/
7	Internationale Gesamtschule Heidelberg	Gesamtschule	www.igh.hd.bw.schule.de
8	Regynet Absolventennetzwerk des Rechberg Gymnasiums Donzdorf	Gymnasium	www.regynet.de
9	Wichern – Gymnasium Staatlich anerkannte Privatschule	Gymnasium	www-wichern-schule.de
10	Yobizz	Gymnasium	www.yobizz.de

Allgemeine Schwerpunkte der Web-Angebote:

- Allgemeine Informationen zum Berufsorientierungsunterricht an der jeweiligen Schule
- Hinweise auf schulspezifische Veranstaltungen und das Betriebspraktikum
- Links zu Arbeitsamtsangeboten im Internet

Zu den Besonderheiten der einzelnen Websites:

Die Themen zur Berufsorientierung werden sachlich-allgemein und unspezifisch abgehandelt, so dass sowohl Schüler / -innen, als auch Eltern und Lehrer auf dieser Ebene kurze, meist schulinterne Informationen erhalten. Dabei wird allgemein über das Betriebspraktikum informiert, aber kein Bezug zu konkreten Unternehmen der Region hergestellt.

Auf derartige allgemeine Informationen beschränkt sind die Eleonorenschule Darmstadt, die Emilie – Heyermann – Schule Bonn, das Wichern – Gymnasium oder das Gymnasium Blankenese. Fast alle untersuchten Schulen verweisen auf ihren Websites auf das Arbeitsamt (BIZ etc.) und haben zum Teil Linklisten auf ihren Websites.

Erfahrungsberichte über das Praktikum hat von den betrachteten Schulen nur das Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium Bonn aufzuweisen. Auch Verweise auf konkrete Praktikumsbetriebe fehlen in der Regel. So gab es eine Nennung beteiligter Betriebe nur beim Gymnasium Ohmoor in Hamburg. Zum Teil wird zumindest auf Veranstaltungen wie Tage der offenen Tür, Berufserkundungstage o.ä. hingewiesen. Möglichkeiten der individuellen Beratung / Nachfrage werden über die Websites nur in Einzelfällen angeboten (nur einmal E-Mail-Kontakt; sonst Telefon oder Verweis auf die Beratung des Arbeitsamtes) Auch weiterführende Links zur Berufsorientierung außerhalb der Arbeitsamtsangebote sind die Ausnahme.

Das Carl – Friedrich – Gauß – Gymnasium Gelsenkirchen hat mit der Schülerzeitung „moment – mal“ eine interessante Möglichkeit der schülerspezifischen Information von Jugendlichen für Jugendliche gefunden. Hier wurden auch Ausbildungs- und Praktikumsberichte zur lebendigeren Information ins Netz gestellt. Allerdings wurden die Seiten 1999 ins Netz gestellt und seitdem nicht mehr bearbeitet. Nur durch eine ständige Weiterbearbeitung durch die nächsten Schülergenerationen macht ein solches Projekt nachhaltig Sinn.

Bei dem von den Kreis Klever Rotary Clubs und der Siemens AG initiierten Wettbewerb zur Berufsberatungslösung für Jugendliche im Internet belegte Yobizz den zweiten Platz. Der erste Preis ging an das Städtische Gymnasium Kalkar, deren Lösung nach der Recherche anscheinend nicht online verfügbar gemacht wurde. Yobizz – als eine Lösung von Jugendlichen für Jugendliche setzt neben der Berufsinformation zu verschiedenen Ausbildungsberufen besonders auf einen interaktiven Teil mit Interessententest, Newsletter, Chat und Forum. Damit stellt diese Website im Spektrum der allgemeinbildenden Schulen bisher eine Ausnahme dar.

Eine außergewöhnliche Kontaktmöglichkeit bietet Regynet – das Absolventennetzwerk des Rechberg-Gymnasiums Donzdorf. Die Idee von Regynet wird auf der Website wie folgt beschrieben:

„Regynet wurde aus der Erfahrung geboren, dass Schüler am Gymnasium oft keine rechte Vorstellung davon haben, was das Studium eines bestimmten Faches oder die Ausbildung zu einem bestimmten Beruf bedeutet. Die Beratungsangebote des Arbeitsamtes können lediglich darüber aufklären, welche Studien- und Ausbildungsplätze wo angeboten werden, welche Berufschancen in Aussicht stehen und wie lange die Ausbildung dauert. Was diese Angebote aber nicht leisten können, ist der Einblick in den individuellen Studienalltag und die vielen großen und kleinen Probleme, die einem auf dem Weg durch das Studium begegnen.“

Das Netzwerk bietet Info-Abende für Schüler mit ehemaligen Gymnasiasten, eine Datenbank zur Kontaktaufnahme und die Website mit weiteren Informationsangeboten.

FAZIT:

- Bei der Nutzung des Internets für den berufsorientierenden Unterricht sind bestenfalls erste Ansätze erkennbar.
- Die Möglichkeiten Schüler/innen über dieses Medium zu informieren oder gar zu begeistern werden weitestgehend verschenkt.
- Die Websites sind in erster Linie schulspezifisch ausgerichtet und weisen nicht darüber hinaus. Die Informationen werden statisch dargeboten.
- Auf Interaktivität wird in der Regel verzichtet.
- Eine Verbindung zu Unternehmen fehlt fast völlig.
- Eine besondere Schwierigkeit stellt die Pflege vorhandener guter Ansätze nach dem Weggang der beteiligten Schüler/innen dar. So dass sich hier Websites auffinden lassen, die jahrelang nicht gepflegt wurden und nur noch als gute Ansätze im Netz stehen.

5.3. Weiterführende berufsbildende Schulen

Die weiterführenden berufsbildenden Schulen (Berufskollegs / Oberstufenzentrum) nutzen das Web zur Werbung für ihre Bildungsangebote. So ist neben den schulinternen Informationen auch die Berufsorientierung / -information ein Thema. Selbst bei Ausbildungseinrichtungen mit Schwerpunkten in der Informatik sind die Internetauftritte oft wenig originell. Ausgewählt wurden in diesem Bereich einige besondere Websites.

	Schule	Webadresse
1	Regefskolleg Chemie / Pharmazie	www.chf.de
2	Berufskolleg Maschinentechnik Köln	www.kbs-koeln.de
3	Leo-Symphor-Berufskolleg Minden	www.leo-symphor-berufskolleg.de
4	Adolf Reichwein Schule Marburg	www.adolf-reichwein-schule.de
5	TÜV Privatschulen	www.teuv-privatschulen.de
6	ETZ Stuttgart	www.lehrling-online.de

Allgemeine Schwerpunkte der Webangebote:

- Informationen zu den einzelnen Berufsfeldern, in mehr oder weniger ausführlicher Form (Abschlüsse / Dauer / Inhalte / Ziele)
- Ansprechpartner
- Informationen zum Verlauf der Ausbildungsgänge

Zu den Besonderheiten der einzelnen Websites:

Das Berufskolleg für Chemie, Pharmazie und Umwelt Stuttgart veröffentlicht Erlebnisberichte von ehemaligen Schüler/innen, die erzählen, was aus ihnen geworden ist. Ausführlichere Informationen werden zu Ausbildungsberufen und zum Teil zu Arbeitsmarktchancen gegeben. Geworben wird hier auch für die Experimentiersamstage – Zitat: „Zum Kennen lernen und Schnuppern, wie's am CHF aussieht, und wie es sich anfühlt, im Labor zu arbeiten, mit Chemikalien und Messgeräten umzugehen...“ Die Website wurde auch sprachlich auf Schulabgänger/innen zu geschnitten.

Das Hans-Böckler-Berufskolleg für Maschinentechnik Köln-Deutz gibt zu den einzelnen Ausbildungsberufen sehr kurze Informationen. Ein Erfahrungsbericht ist verzeichnet, zur Zeit der Recherche aber noch nicht ins Netz gestellt. Es fällt auf, dass im Gegensatz zu den meisten betrachteten Websites hier konsequent nur männliche Berufsbezeichnungen verwendet werden. Hinweise auf Unternehmen, z.B. wo werden Praktika absolviert, fehlen auch hier.

Auf der Website der Adolf-Reichwein-Schule Marburg finden sich besonders viele interne Schulinfos. Sie wird intern u.a. auch mit einer digitalen Pinnwand genutzt. Für Orientierung Suchende werden die einzelnen Ausbildungsberufe mit Ansprechpartner kurz vorgestellt.

Die TÜV-Privatschulen sind an verschiedenen Standorten (u.a. auch in Jena) vertreten. Auf dieser Website wird durch viele Fotos, Zitate von ehemaligen Azubis oder einem Geschäftsführer ein emotionalerer Zugang zu den Ausbildungsberufen gewählt. Es wird erwähnt, dass Praktika häufig in Kooperation mit den Unternehmen der Region stattfinden. Eine direkte, konkrete Verbindung zu den Unternehmen fehlt auch hier.

Das Leo-Symphor-Berufskolleg gehört zu den Microsoft Partnerschulen. Neben der sachlichen Darstellung der Ausbildungsgänge werden mit Fotos und Berichten verschiedene Projekte vorgestellt u.a. das Microsoft-Projekt. Verschiedene Faltblätter zum Download informieren über Berufe.

Das Elektro Technologie Zentrum Stuttgart beschränkt sich nicht auf interne oder berufsorientierende Informationen. Hier werden Besucher auch durch Chat oder Themen wie Musik / Handy / Events angesprochen. Zu den Ausbildungsberufen gibt es ausführliche Informationen und einige weiterführende Links.

FAZIT:

- Bei den weiterführenden Berufsschulen steht im Internet die Information über das eigene Angebot im Mittelpunkt.
- Die Darstellung der Berufe ist von unterschiedlicher Qualität, meist sehr sachlich nur in Ausnahmefällen ergänzt durch die individuelle, emotionale Vorstellung.
- Auf Arbeitsmarktchancen und Fortbildungsmöglichkeiten wird kaum hingewiesen.
- Möglichkeiten sich per E-Mail informieren oder gar beraten zu lassen gibt es kaum. Es wird auf das Anmeldeprocedere oder Ansprechpartner zu den einzelnen Fachbereichen verwiesen.
- Verbindungen zu Unternehmen in der Region fehlen völlig, es sei denn, es handelt sich um die Berufsakademie eines Unternehmens.
- Interaktive Bereiche sucht man vergebens. Das einzige Beispiel für ein Chat ist nicht auf Berufs- und Ausbildungsfragen ausgerichtet. Selbst in Technologie orientierten Ausbildungseinrichtungen wird hinsichtlich der Kommunikation mit den Bewerber/innen wenig experimentiert.

5.4. Universitäten / Hochschulen

Universitäten und Hochschulen verfügen generell über Einrichtungen der Studienberatung, auf die als Informationseinrichtung für Orientierung Suchende im Internet hingewiesen wird. Es wurden einige Universitäten für die nähere Betrachtung ausgewählt. Die Angebote der einzelnen Universitäten und Hochschulen ähneln sich in diesem Bereich sehr.

	Universität	Webadresse
1	Friedrich-Schiller Universität Jena	www.uni-jena.de
2	Ruhr Uni Bochum	www.ruhr-uni-bochum.de
3	Schnupper Uni Dortmund	http://www.schnupper.uni-dortmund.de/
4	Universität Freiburg	www.uni-freiburg.de
5	Universität Viadrina	www.euv-frankfurt-o.de

Allgemeine Schwerpunkte der Webangebote:

- Zusammenstellung der Studienangebote mit Informationen zu inhaltlichen Schwerpunkten
- Verweis auf die Studienberatung (zum Teil mit Möglichkeit des Kontaktes per E-Mail)
- Informationen zum Studienablauf

Zu den Besonderheiten der einzelnen Websites:

Eine umfangreiche Sammlung von Materialien können von der Website der Friedrich-Schiller Universität Jena heruntergeladen werden – Bewerbungsunterlagen, Informationsbroschüren, Prüfungsordnungen oder Loseblattsammlungen zu den einzelnen Studiengängen. Dafür sind die Zusammenstellungen auf der Website recht knapp gehalten.

Die Ruhr Universität Bochum ist im Bereich für Schülerinnen und Schüler sehr informativ gestaltet. Neben den Beschreibungen der einzelnen Bereiche gibt es Anregungen zur Studienfachwahl. Zahlreiche Materialien liegen auch zum Download vor (Fächerliste / Studienfachberater / Zulassungsinformationen). Es wird auf Orientierungsveranstaltungen für Schulabgänger/innen wie Schülerlabors oder -praktika hingewiesen. Als einzige der 5 näher betrachteten Universitäten bietet die Ruhr Uni auch Ausbildungsmöglichkeiten in 16 Berufen. Die entsprechenden Berufsbeschreibungen finden Orientierung Suchende in einem gesonderten Bereich.

Die Schnupper Uni Dortmund ist ein Projekt der Universität außerhalb der üblichen Studienberatung, in dem gezielt Schülerinnen für naturwissenschaftliche und technische Studiengänge geworben werden sollen. Der Schwerpunkt der Website liegt auf der Ankündigung verschiedener Veranstaltungen der Schnupper Uni. Die persönliche Kontaktaufnahme mit Dozenten/innen steht im Vordergrund. Berufliche Informationen werden online nicht angeboten.

Die Universität Freiburg und die Universität Viadrina beschränken sich auf ihren Websites auf die Zusammenstellungen der Studiengänge mit Hinweisen zu Besonderheiten wie den Forschungsschwerpunkten der Fachbereiche. Die Studienführer liegen auch als pdf zum Download vor. Außerdem gibt es die üblichen Kontaktangaben zur Studieninformation.

Die Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg veröffentlicht neben den Standardangaben zu Studienrichtungen und Studienberatung auch Hinweise zu orientierenden Kursen z.B. „Abitur und was dann?“ auf ihrer Website. Das Heidelberger Alumni international – ein Netzwerk von Ehemaligen bietet als interaktive Kontaktmöglichkeiten ein Forum zur Kommunikation.

FAZIT:

- Die Websites der Universitäten sind in den meisten Bereichen sehr ähnlich zusammen gestellt. Die Informationen zu den Studiengängen sind in der Regel gut aufbereitet und

strukturiert. Häufiger als bei anderen Akteuren der beruflichen Information werden hier auch Materialien zum Download angeboten.

- Interaktive Bereiche fehlen in der Regel.
- Es gibt keine Beratungsmöglichkeiten per E-Mail. Bei Angabe der E-Mailadresse ist diese Kontaktmöglichkeit zur Terminvereinbarung gedacht, zumindest finden sich keine Hinweise, dass auf diesem Weg auch Fragen geklärt werden können.
- Zu Kooperationen mit der Wirtschaft wird nur im Bereich der Forschungsprojekte berichtet. Die Vermittlung von Studenten/innen in bestimmte Unternehmen, die Zusammenarbeit hinsichtlich von Praktika oder Traineeausbildung spielt keine Rolle. Die Verbindung Universität – Wirtschaft findet im Internet kaum statt. Es wird traditionell weniger mit den beruflichen Möglichkeiten nach dem Studium für die Studiengänge geworben.

5.5. Berufsorientierende Projekte und Institutionen

Die Anbieter von Berufsorientierung im Internet umfassen ein breites Spektrum und reichen von Institutionen der Länder bis zu privaten Homepages, mit erstaunlich detailliert zusammengestellten Informationen. Bei der Auswahl der analysierten Websites wurde neben den oben genannten Auswahlkriterien besonders auf ein breites Spektrum geachtet, um die Vielfalt zu verdeutlichen. Ein gesondertes Kapitel wurde den Stellenbörsen gewidmet.

	Projekttitel	Herausgeber	Webadresse
1.	Aktuelle Berufschance	DIMA – Werbe- und Verlags GmbH München	www.aktuelle-berufschance.de
2.	Ausbildung Bremen	Bremer Internet Technologie OHG	www.ausbildung-bremen.de
3.	Ausbildung plus	Institut der deutschen Wirtschaft Köln	www.ausbildung-plus.de
4.	Azubi – mach mit	Aktion der lokalen Agenda 21 - realisiert von Textplan	www.azubi-mach-mit.de
5.	Berliner Bildungsserver	Berliner Landesinstitut für Schule und Medien	http://bebis.cidsnet.de/berufsorientierung/index.html
6.	13plus	Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung NRW	http://www.learn-line.nrw.de/angebote/dreizehnplus
7.	Forum Berufsbildung	Service des Bertelsmann Verlages	www.berufsbildung.de
8.	Berufswahlnavigator	Redaktion Berufswahlnavigator – Bert Wollersheim	www.berufswahlnavigator.de
9.	Berufswelt des Buches und der Medien	Verband Bayerischer Verlage und Buchhandlungen e.V.	www.ausbildung-buchhandel.de
10.	BOGY	Landesinstitut für Unterricht Stuttgart	www.bogy.de
11.	Frau und Arbeit Hamburg	Frau und Arbeit Hamburg	www.frau-undarbeit.de/berufsorientierung.htm
12.	girls: first - Berufsfindung	Frauenbüros der Stadt Mainz und img	www.girlsfirst.mainz.de
13.	Hamburger Bildungsserver	Institut für Lehrerfortbildung Hamburg	http://hbs.hh.schule.de/berufsorientierung
14.	Handwerkskammer Köln	Handwerkskammer Köln	www.handwerkskammer-koeln.de
15.	Handwerkskammer Reutlingen	Handwerkskammer Reutlingen	www.hwk-reutlingen.de
16.	IHK Braunschweig	IHK Braunschweig	http://www.braunschweig.ihk.de/aus_und_weiterbildung/ausbildung/lehrstellenatlas
17.	Jugend total	Jugendheim Echtz, Düren	www.jugend-total.de
18.	Kompass für Ausbildung und Beruf	Peter Heidloß	www.pheid.claranet.de
19.	Learn:line Bildungsserver NRW	Landesinstitut für Schule und Weiterbildung Soest	www.learn-line.nrw.de

20.	Nullgradcelsius	Projektbüro Schule und Partner Zahlreiche Sponsoren u.a. Hessisches Kultusministerium	www.nullgradcelsius.de
21.	QBN Höxter	Fundus - AG Berufliche Weiterbildung im Kreis Höxter e.V.	www.qbn.de
22.	Pausenhof	Pausenhof.de Erlangen	www.pausenhof.de
23.	Orientiere Dich	ADICOR Medien Service GmbH	www.orientiere-dich.de
24.	Stand by	Bezirksregierung Köln Projekt TransRegio	www.stand-by.de

Allgemeine Schwerpunkte der Webangebote:

- Berufsinformationen in unterschiedlicher Ausführlichkeit, z.T. auch nur Zusammenstellung weiterführender Links
- Bewerbungstipps, z.T. nur weiterführende Links

Ein Großteil der Websites besteht ausschließlich in der Zusammenstellung von Links oder der Kombination aus wenigen redaktionellen Beiträgen und weiterführenden Links. Am häufigsten wird dabei auf die Angebote der Arbeitsämter verwiesen. Es wird davon ausgegangen, dass die Informationen am PC gelesen werden. Downloads gibt es nur bei 5 Projekten, wobei es sich in erster Linie um Ausbildungsordnungen, -statistiken oder Bewerbungsbeispiele handelt. Interaktivität wird klein geschrieben. Von den 24 Websites bieten nur 9 Foren an, einige allerdings ohne erkennbare Fokussierung auf das Thema Berufsorientierung. Ein Chat existiert nur bei girls first. Selbst Newsletter – als Einwegkommunikation – können nur auf 3 Websites abonniert werden. Allgemein wird auf den Websites auf Beratungsmöglichkeiten des Arbeitsamtes hingewiesen. Möglichkeiten über E-Mail Kontakt zu einer Beratungseinrichtung aufzunehmen existieren bei den untersuchten Projekten nur bei Handwerkskammern / IHK und bei Ausbildung Bremen. Ansonsten beschränken sich die Kontakte auf allgemeine Feedbackmöglichkeiten zum Internetangebot oder fehlen sogar ganz. Knapp die Hälfte der betrachteten Websites (11) bieten in unterschiedlicher Form (Datenbank / Linkliste / Adressenliste) Verbindungen zu ausbildenden Unternehmen.

Zu den Besonderheiten der einzelnen Websites:

Das kommerzielle Angebot von DIMA Aktuelle Berufschance bietet jugendgemäß in Gestaltung und Sprache einen Zugriff auf eine Datenbank mit Berufen und Firmen von A-Z. Die Websites der Unternehmen können über Link erreicht werden. Die Einteilung erfolgt nach Regionen, wobei alle östlichen Länder und Berlin komplett fehlen. Ergänzt wird die Datenbanksuche durch Beiträge zu Bewerbung oder Verdienst.

Die Bremer Internet Technologie OHG hat eine übersichtliche Website zur Ausbildung Bremen entwickelt. Arbeitgeber können hier Anzeigen für Ausbildungsplätze schalten und sind per Link erreichbar. Verschiedene thematische Linksammlungen ergänzen das Angebot. Per Formular können sich Interessenten/innen direkt bei der Berufsberatung des Bremer Arbeitsamtes anmelden. Die Seiten sind auch sprachlich für Schüler/innen gestaltet.

Die Website Ausbildung plus richtet sich an Schüler/innen, Eltern, Betriebe und Institutionen. Ein gesonderter Bereich ist auf Jugendliche zugeschnitten. Themen wie Ausbildungsplatzsuche oder Ausbildungsberufe (Link zum berufe.net des Arbeitsamtes) werden behandelt. Schwerpunkt des Projektes bildet die bundesweite Datenbank zu Zusatzqualifikationen für Azubis. Ein spezielles Forum „Jugendliche unter sich“ bietet Möglichkeiten des Austausches. Ein Newsletter des

Projektes richtet sich generell an alle Interessierten, ist aber nicht auf Orientierung Suchende zugeschnitten.

Azubi – mach mit - Ausbildung und Beruf in Oelde gehört zu den Aktionen der lokalen Agenda 21. In der Ausbildungsplatzbörse werden Unternehmen mit kurzer Beschreibung, Adresse und Link auf die Unternehmenswebsite vorgestellt. Zusätzlich gibt es Bewerbungs- und Berufswahlinformationen, sowie einen Newsletter. Zum Austausch unter den Ausbildungsplatz Suchenden dient ein Forum Berufswahl.

Das Forum Berufsbildung – Online Magazin für Ausbildung, Studium, Job und Karriere ist ein Service des Bertelsmann Verlages für Orientierung Suchende. Damit stellt es eine Form zwischen Unternehmenswebsite und freiem Angebot dar. News, Literaturtipps und umfangreiche Links sind übersichtlich zusammengestellt. Es gibt keine direkten Verbindungen zu Unternehmen aber Links zu Ausbildungsplatzbörsen. Kommunikative Bereiche gibt es mit Ausnahme eines Feedbackbereichs nicht.

Der Berufswahlnavigator ist eine umfangreiche, thematisch gut sortierte Linksammlung zusammengestellt von einer Privatperson.

Die Seiten Berufswelt des Buches und der Medien werden vom Verband Bayrischer Verlage und Buchhandlungen herausgegeben. Diese Website ist ein Beispiel für eine umfangreiche, berufsfeldspezifische Darstellung mit Jobbörse, Ausbilder- Adress Datenbank, Links zu Ausbildungsbetrieben, Informationen zu den Berufen, Chancen, Karriereplanung und Bewerbung. Zum Austausch zwischen den Informationssuchenden gibt es ein Forum. Die Darstellungen der Berufe sowie ein Rahmenlehrplan können auch aus dem Internet herunter geladen werden.

Das Projekt zur Berufsorientierung am Gymnasium – BOGY ein Projekt des Landesinstituts für Erziehung und Unterricht in Baden Württemberg ist nach der Selbstdarstellung auf der Website: „... ein Prozess zur Berufs- und Studienorientierung. Er umfasst nicht nur die bereits bekannte Möglichkeit einer einwöchigen Berufserkundung sondern bietet den Lehrern / -innen eine Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten für einen Unterricht, der auf Fragen zur Berufs- und Studienorientierung eingeht. Außerdem enthalten diese Seiten wichtige Informationen für Eltern, für die Wirtschaft und alle am BOGY-Prozess Beteiligten.“ Für die Schüler/innen sind in einer Datenbank viele Informationen allgemeiner Art zusammengestellt (Veranstaltungen von Universitäten, Adressen von Arbeitsämtern und wichtigen Einrichtungen etc.). Für Lehrerinnen und für Betriebe werden Materialien für den berufsorientierenden Unterricht oder Veranstaltungen zum Download zur Verfügung gestellt.

Frau und Arbeit Hamburg wurde als ein Beispiel für eine Beratungsstelle zur Berufsorientierung von Frauen ausgewählt. Auf der Website wird, wie in den anderen Einrichtungen dieser Art, das Angebot an Beratung und Seminaren vorgestellt. Möglichkeiten sich darüber hinaus bereits online zu informieren, bestehen nicht. Bisher sind die betrachteten Projekte nur mit ihren Selbstdarstellungen im Internet vertreten, nutzen die interaktiven Möglichkeiten aber kaum.

An die Zielgruppe Mädchen, sowie Betriebe, Lehrerinnen und Politik richtet sich girls:first – Berufsfindung unter Federführung des Frauenbüros Mainz. Neben ausführlichen Linksammlungen zu Themen der Berufswahl gibt es auch Links zu Ausbildungsbetrieben. Mit einem Formular können sich Unternehmen für die Aufnahme in diese Zusammenstellung anmelden. Speziell auf Betriebe zugeschnitten sind Themen wie Finanzierungshilfen für die Einrichtung von Ausbildungsplätzen. Die Mädchen sollen Orientierungshilfe auch über die Porträts von Praktikerinnen erhalten. Hier werden eine Schreinerin und eine Zimmerin vorgestellt. Besonderer Wert wird auf den interaktiven Teil mit Forum und Chat gelegt. Die Mädchen werden direkt angesprochen und zum Mitmachen angeregt.

Der Hamburger Bildungsserver bietet im Bereich Berufsorientierung:

Adressen und Tipps für Bewerbung und Praktikum, Unterrichtsmaterialien und -beispiele, viele kommentierte Links und eine ausführliche Zusammenstellung der beruflichen Bildungswege in Hamburg. Ausbildungs- und Prüfungsordnungen liegen zum Teil auch als Download vor. Im Berufsfeld Medien werden Berufe ausführlicher vorgestellt. Hier gibt es auch Hinweise auf ausbildende Unternehmen. Es fällt gegenüber zahlreichen anderen Websites auf, dass hier nur mit männlichen Berufsbezeichnungen operiert wird.

Auf dem Berliner Bildungsserver unter dem Thema „Schulzeit vorbei – was tun?“ gibt es Links zu verschiedenen Themen, Buchvorstellungen, aber keine speziellen Berufstipps. Zur Beratung wird auf das BIZ (Berufsinformationszentrum) und die Berufsberatung des Arbeitsamtes verwiesen.

Learn:line Bildungsserver NRW richtet sich in der Ansprache in erster Linie an Lehrer/innen und Kollegen/innen aus der Berufsbildung. Sehr versteckt steht ein „Hallo liebe Azubis...“ Hier sind Linklisten zu einzelnen Berufsfeldern zusammengestellt und vereinzelt Beschreibungen zu Berufsbildern. Es werden auf der Website keine Verbindungen zu Unternehmen hergestellt. 13 plus – ein Förderprogramm des Ministeriums für Schule, Wissenschaft und Forschung NRW für verlässliche Ganztagsangebote in der Sekundarstufe I stellt auch die Angebote der Schulen für Berufsorientierung vor.

Einige Handwerkskammern widmen sich dem Thema Berufsorientierung sehr ausführlich. Ein Beispiel ist die Website der Handwerkskammer Köln. Handwerkliche Berufe werden von A -Z vorgestellt. Interessenten/innen können sich online Berufsvideos ansehen. In einer Datenbank zur Lehrstellensuche sind die Adressen Kölner Ausbildungsbetriebe zu finden. Ausbildungsverordnungen, Artikel zur Lehrstellensuche und weiterführende Webadressen runden das umfassende Angebot ab. Besonders hingewiesen wird auf die Ausbildungsberatung der HWK, die auch per E-Mail erreicht werden kann. Zum Download steht die Ausbildungsstatistik in pdf zur Verfügung.

Ein zweites Beispiel aus dem Handwerksbereich ist die Handwerkskammer Reutlingen. Eine Datenbank der Ausbildungsberufe und eine der Handwerksunternehmen in der Region Reutlingen bieten einen gut zugänglichen Informationszugriff. Für angehende Azubis gibt es Hilfen zur Berufswahl u.a. eine Tabelle zur Zusammenstellung der Bewerbungsunterlagen. Musterbewerbungen zum Download dienen als Anregung für das eigene Anschreiben. Die Ausbildungsberatung ist auch per E-Mail zu kontaktieren. Für Betriebe gibt es einen Lehrvertragsservice, d.h. Musterexemplare von Verträgen können heruntergeladen werden.

Im Mittelpunkt des Angebotes der IHK Braunschweig steht der Lehrstellenatlas – eine Datenbank zur Information über Berufe und zur Ausbildungsplatzsuche. Die Unternehmen werden jeweils mit Adresse, Ansprechpartner / in und Internetadresse vorgestellt. Außerdem werden für Ausbildungsplatz Suchende Bewerbungstipps gegeben.

Die Website Jugend total – Portal für Jugendliche wurde erstellt von Jugendlichen / Pädagogen aus dem Jugendheim Echtz Düren. Es handelt sich dabei in erster Linie um eine Linksammlung u.a. auch zum Thema Ausbildung und Jobs.

Am häufigsten wurde bei den Suchanfragen der Kompass für Ausbildung und Beruf - eine Orientierungshilfe zur Berufswahl für Hamburger Schulabgänger angezeigt. Diese von einer einzelnen Person zusammengestellten, ausführlichen und gut gegliederten Linklisten bieten über Hamburg hinaus viele interessante Hinweise. Spezielle Links führen auch zu Firmenlisten.

Eine Besonderheit unter den gefundenen Websites stellt das Angebot Nullgradcelsius dar. In diesem Bildungsprojekt werden die Bereiche Schneesport / Natur / Multimedia und Berufsorientierung miteinander verbunden. Unter dem Motto „Lernen und Erleben“ bieten die

Projektmitarbeiter/innen Seminare der besonderen Art. Neben der Werbung für das Projekt gibt es auf der Website Links zur Berufsorientierung.

Für das QBN Höxter – Qualifizierungs- und Berufsbildungsnetz Kreis Höxter haben sich u.a. 16 Bildungsträger in der AG Berufliche Weiterbildung zusammengeschlossen. Zur Berufsorientierung werden in erster Linie Links zusammengestellt. Eigene Beiträge gibt es nicht. Das spezielle Schüler-Web mit Chat ist allgemein und nicht auf Berufswahl ausgerichtet. Nach eigener Aussage hat das QBN das Ziel längerfristig einen engeren Kontakt zwischen den Schulen / Bildungsanbietern und Unternehmen herzustellen. Es soll hier ein multimedialer Wissenspool im Internet entstehen.

Pausenhof – die Schulhilfen COMMunity ist ein rein kommerzielles Angebot für Schüler/innen. Auf den Seiten sind einige Links zur Berufsberatung zusammengestellt.

Das Portal Orientiere Dich – Studien- und Berufsorientierung für Abiturienten und Fachoberschüler der ADICOR Medien Service GmbH bietet eine ausführliche thematisch sortierte Linksammlung. Neben verbreiteten Hinweisen gibt es Zusammenstellungen von Top-Unternehmen oder Werdegänge von Top-Managern, extrahiert aus den Darstellungen der Vorstände. Auf der Einstiegsseite werden Neuigkeiten und TV-Tipps zum Thema veröffentlicht. Bestellt werden kann ein Newsletter. Es wird dazu aufgefordert, die Redaktion auf interessante Links hinzuweisen.

Ein Projekt im Rahmen von TransRegio ist Stand by. Zielgruppenspezifisch unterteilt sind die Seiten in den Lehrer/innen- und den Schüler/innenbereich. Bisher besteht das Angebot vor allem aus Zusammenstellungen von Links. Etliche Bereiche, wie z.B. das Forum befinden sich noch im Aufbau.

FAZIT:

- Mit dem Thema Berufsorientierung beschäftigen sich die unterschiedlichsten Projekte und Institutionen. Dementsprechend breit ist das inhaltliche und methodische Spektrum.
- In erster Linie richten sich die Angebote an Schüler/innen. Multimediale Angebote für Umorientierung Suchende fehlen fast völlig.
- Vielfach beschränken sich die Websites auf reine Linksammlungen. Redaktionelle Angebote mit Tipps zur Berufswahl, detaillierteren Hinweisen zur Bewerbung oder emotional gefärbten Erfahrungen aus der Berufswelt sind sehr selten.
- Die interaktiven Möglichkeiten des Internets werden auch hier wenig genutzt. Beratungsangebote per Internet fehlen völlig.

5.6. Stellenbörsen im Internet

Bei der Suche nach Berufsinformationen in den Suchmedien verwiesen nur wenige Treffer auf Stellenbörsen im Internet. Da Stellenbörsen im Internet stark frequentiert werden, wurde außerhalb der Treffer eine Recherche in gängigen Stellenbörsen nach Ausbildungsplätzen durchgeführt. Neben der größten Stellenbörse der Bundesanstalt für Arbeit gibt es eine Vielzahl kommerzieller Angebote in unterschiedlichen Größen und thematischen Ausrichtungen. Bei der Prüfung großer Stellenbörsen konnte eine größere Anzahl zusammengestellt werden (Zusammenstellung im Anhang), die auf ihren Seiten auch Ausbildungsplätze anbieten. Zum Teil werden auch Ratschläge für (Online)Bewerbung, Karrieretipps oder Gehaltsinformationen gegeben.

Einzelne Stellenbörsen bieten auch Informationen zu einzelnen Berufsfeldern. Besonders auffällig ist, dass hier fast ausschließlich die neuen IT-Berufe im Mittelpunkt der Betrachtung stehen. Firmenprofile und Links zu den Unternehmensseiten ergänzen die Zusammenstellungen. Für Orientierung Suchende bieten sich hier eine Vielzahl von sachlichen Informationen, die allerdings

oft nur mit einiger Kenntnis auffindbar sind. In Seminaren mit Internet-Anfängerinnen zeigt die Erfahrung, dass oft Schwierigkeiten mit sehr komplex gestalteten Websites bestehen und in den Stellenbörsen deshalb nur die reine Stellensuche genutzt wird. Andere Informationen, die sich nicht auf der ersten Seite erschließen, werden nicht gezielt gesucht d.h. Sitemap und Suchfunktionen werden nicht in Anspruch genommen.

Da die Websites sich in erster Linie an Stellensuchende richten, sind sie nicht jugendspezifisch gestaltet sondern sprechen einen breiten Kreis von Orientierung Suchenden an.

5.7.Unternehmen

Bei der Zusammenstellung der analysierten Unternehmen wurden drei verschiedene Wege beschrrieben. Zunächst wurden die Websites, der am Projekt GENIA beteiligten Unternehmen analysiert:

- Deutsche Bahn – Anlagen und Haus Service Berlin
- EKO Stahl GmbH Eisenhüttenstadt
- Schott Jenaer Glas GmbH

MIREC Elektronrecycling AG Nürnberg widmet sich auf den Websites nicht dem Thema Personal- oder Nachwuchskräfteerkrutierung. Das Unternehmen B & B Maschinenbau Gotha verfügt über keine Homepage.

Danach wurden die Unternehmen aus den Trefferlisten der Suchmedien untersucht. Ergänzt wurde diese Liste durch Großunternehmen aus einer Linkliste der Website „orientiere.dich.de“. Es wurden nur Unternehmen in die Auswertung einbezogen, die sich auf ihren Websites in irgendeiner Weise dem Thema Berufsorientierung / Nachwuchskräfteorientierung widmen. Falls ein Unternehmen über eine gesonderte Website mit eigener Domain für die Personalrekrutierung verfügt, wurde nur diese in die Untersuchung einbezogen. Bei der ergänzenden Auswahl wurde besonderer Wert auf eine Branchenvielfalt aus dem industriellen Bereich gelegt.

	Unternehmen	Branche	Webadresse
1.	Alcatel Deutschland	Telekommunikation	www.alcatel.de
2.	Arcor AG	Telekommunikation	www.ausbildung.arcor.net/start.shtml
3.	Boehringer Ingelheim Deutschland	Pharma	www.boehringer-ingelheim.de
4.	Deutsche Bahn	Verkehr	www.deutschebahn.de
5.	Deutsche Messe AG Hannover	Messe / Veranstaltungswesen	www.messe.de
6.	Deutsche Telekom AG	Telekommunikation	www.telekom.de
7.	Dresdner Bank	Bank	www.beraterbank.de
8.	Dresdner Verkehrsbetriebe AG	Verkehr	www.bvbag.de
9.	EKO Stahl AG	Stahl	www.eko-stahl.de
10.	Feldhaus und Söhne	Bau	www.ausbildung.feldhaus.com

11.	Festo AG & Co	Industrie - Automatisierung	www.festo.com
12.	Hauni Maschinenbau AG	Maschinenbau	www.hauni.de
13.	Hochtief AG	Bau	www.hochtief.de
14.	Hypovereinsbank	Bank	www.hypovereinsbank.de
15.	Karstadt	Handel	www.karstadt.de
16.	Klett Gruppe	Verlagswesen	www.klett.de
17.	Koblenzer Elektrizitätswerke und Verkehrsgesellschaft	Strom / Verkehr	http://ausbildung.kevag.de
18.	Linde AG		www.linde.de
19.	Lufthansa	Verkehr	www.lufthansa.de
20.	MAN Nutzfahrzeuge AG	Fahrzeugbau	www.mn.man.de
21.	Preussag AG	Touristik / Dienstleistungen	www.preussag.de
22.	Robert Bosch GmbH		www.bosch.de
23.	Schering AG	Pharma	www.schering.de
24.	Schott Jenaer Glas	Glas	www.schott.com/jena www.schott-zeiss-bildungszentrum.de
25.	Siemens Berufsausbildung	Hightech	http://www.sib-berlin.de/
26.	Stadtsparkasse Schrobenhausen	Bank	www.spk-schrobenhausen.de
27.	Swb-egenta	Dienstleistung	www.swb-egenta-ausbildung.de
28.	ThyssenKrupp AG		www.thyssenkrupp.de
29.	VEAG	Energie	www.veag.de
30.	ZF Sachs AG	Zulieferer für Automobilindustrie	www.sachs.de

Allgemeine Schwerpunkte der Webangebote:

Unternehmen, die auf ihrer Website Informationen zum Einstieg in das Unternehmen geben, konzentrieren sich auf:

- Informationen zu den Ausbildungsberufen
- Kontaktinformationen
- Bewerbungsinformationen

Zum großen Teil wird dieses Thema im Bereich Job & Karriere angesiedelt. 4 der 30 Unternehmen verfügen über eine gesonderte Domainadresse im Bereich Ausbildung. Diese Website richtet sich dann nur an Schüler/innen. In diesen Fällen kann am ehesten eine spezifisch jugendgemäße Ansprache konstatiert werden. Nur ein Unternehmen spricht auf der Homepage ausschließlich Hochschulabsolventen/innen an, alle anderen richten sich explizit auch an Schulabgänger/innen. Häufig werden Diplomanden/innen auch hinsichtlich der Möglichkeiten von Praktika oder Diplomarbeiten informiert. Das obligatorische Schülerpraktikum hingegen spielt so gut wie keine Rolle. Bei 5 Unternehmen wurde auch über die Möglichkeit einer Traineeausbildung informiert.

26 der 30 analysierten Unternehmen bieten mehr oder weniger ausführliche Informationen zu den angebotenen Ausbildungsberufen. Dabei reicht das Spektrum von der einfachen Auflistung bis zu detaillierten Berufsdarstellungen. Auffällig ist, dass bei den Voraussetzungen zum großen Teil nur die formalen, sprich Ausbildungsvoraussetzungen, genannt werden. Hinweise auf gewünschte Kompetenzen wie Teamfähigkeit oder Flexibilität, die in Stellenangeboten sehr häufig aufgeführt werden, fehlen bei den Berufsbeschreibungen zum großen Teil. Die meisten Beschreibungen sind sehr sachlich, nüchtern knapp – nur 6 Unternehmen ergänzen diese Darstellung durch emotionale Erfahrungsberichte von Auszubildenden oder Betriebsangehörigen. Obwohl gerade die Berufsorientierung bzw. Umorientierung eine auch emotionale Entscheidung ist, wird meist in einem distanziert sachlichen Ton kommuniziert.

Über Veranstaltungen zur Fachkräftewerbung und -information wie Tage der offenen Tür, Rekrutierungsmessen informieren nur 9 der 30 Unternehmen auf ihren Websites.

Zum Teil besteht für Orientierung Suchende auch die Möglichkeit, sich über die Bewerbung um Ausbildungsplätze zu informieren. Von 30 Unternehmen bieten 10 keinerlei Hinweise auf Bewerbungsprozedere. Bei den anderen 20 gibt es in erster Linie einige Bewerbungshinweise, vornehmlich zur Zusammenstellung der schriftlichen Bewerbungsunterlagen. Es wird kaum auf unternehmensspezifische Besonderheiten hingewiesen.

Von 8 Unternehmen werden Informationsmaterialien zu Berufen, Bewerbung, Ausbildung im Unternehmen zum Download angeboten.

In einigen Job- und Karriereteilen, insgesamt 10, wurden auch Informationen zum Unternehmen zielgruppenspezifisch zusammengefasst. Dort kann man entnehmen, wie viel Auszubildende es gibt, findet Hinweise zur Sozialpolitik o.ä. Ansonsten können die allgemeinen Informationen zu den Unternehmen genutzt werden, die allerdings inhaltlich eher auf Kunden/innen als auf Mitarbeiter/innen zugeschnitten sind.

Die Verwendung der männlichen und weiblichen Berufsbezeichnungen hat sich weitestgehend durchgesetzt. Nur 3 Unternehmen verwenden ausschließlich die männliche Sprachform, bei einem wird zumindest auf diese Entscheidung hingewiesen und betont, dass auch Frauen gemeint sind. Bei 2 weiteren Unternehmen finden sich unterschiedliche sprachliche Formen, wobei hier eine typisierte Zuschreibung zu verzeichnen ist, d.h. im Bürobereich werden beide Bezeichnungen verwandt, während in technischen Bereichen nur männliche Bezeichnungen zu finden sind.

Fast alle Unternehmen fordern auf ihren Websites explizit zum Kontakt auf. Die veröffentlichten Kontaktangaben differieren:

- E-Mail / Telefon und Anschrift angegeben (13)
- nur Telefon und Anschrift (6)
- E-Mail und Telefon (4)
- E-Mail und Anschrift (3)
- nur E-Mail (3)

- unterschiedlich je nach Region (1)

Das zeigt, dass bisher die Websites noch nicht durchgängig für die einfachste Form der Interaktivität – die E-Mail Kommunikation genutzt werden. 5 der Unternehmen, die eine E-Mail Kontaktadresse angeben, möchten Bewerbungen ausschließlich in schriftlicher Form erhalten. So sind nur bei 18 der 30 Unternehmen auch E-Mail Bewerbungen willkommen. Größtenteils werden bei den Kontaktangaben auch Ansprechpartner/innen benannt. 10 Unternehmen verzichten auf diese Form der persönlichen Ansprachemöglichkeit für Interessenten/innen völlig.

Nur in einem Fall werden auch interaktive Möglichkeiten für Orientierung Suchende auf den Websites in Form von Chat und Forum angeboten. Die Mehrzahl der Präsentationen ist rein statisch und nimmt Anregungen von Besuchern/innen nicht sichtbar auf.

Zu den Besonderheiten der einzelnen Websites:

Neben den kurzen Berufsinformationen setzt Alcatel Deutschland auf eine motivierende, werbende Ansprache der Jugendlichen:

„Alcatel ist ein internationaler Konzern, der weltweit Standorte und Kunden hat. Davon kannst Du nur profitieren: Aufträge aus aller Welt, Arbeit im Ausland oder im internationalen Team – wer träumt davon nicht? Hier erwartet dich eine große Auswahl an technischen und kaufmännischen Berufen, die an verschiedenen Standorten in ganz Deutschland ausgebildet werden. Es ist für jeden etwas dabei“ (Zitat von der Alcatel-Website Stand 30.01.2002)

– ein derartiger emotional gefärbter Einstieg bildet eine Ausnahme bei den betrachteten Unternehmenswebsites. Zitat und Bild einer Auszubildenden personalisieren die Ansprache zusätzlich. Ein gesonderter Bereich wird Frauen in IT-Berufen gewidmet:

„Frauen in die Technik! Die Zeit als Technik mit Männern gleich gesetzt wurde, ist doch längst vorbei. Trotzdem stehen viele junge Frauen einem technischen Beruf skeptisch gegenüber. Woran liegt das? Möglicherweise haben Frauen Angst davor, sich in einem von Männern beherrschten Bereich mühsam durchsetzen zu müssen. Außerdem haben viele Menschen einfach völlig falsche Vorstellungen von IT-Berufen. Das wollen wir unbedingt ändern und zeigen, wie es wirklich aussieht.“ (Zitat von der Alcatel-Website Stand 30.01.2002)

Frauen schildern dort ihren Werdegang bei Alcatel. Bei der Darstellung der technischen Fachrichtungen kommen trotz der Werbung um weibliche Auszubildende nur männliche Jugendliche zu Wort. Für die Bewerbung wird auch die Möglichkeit der Onlinebewerbung eingeräumt.

Die Ausbildungs-Website der Arcor AG wurde von einer Projektgruppe von 7 Auszubildenden erstellt und von Mentoren aus dem Unternehmen begleitet. Die Seiten richten sich explizit an Schüler/innen. Sehr ausführlich werden die einzelnen Berufe mit Anforderungen / Leistungen des Unternehmens für die Azubis und die einzelnen Ausbildungsstandorte vorgestellt.

Erfahrungsberichte werden im Teil „Azubi life“ vorgestellt. Die Projektgruppe schreibt von Jugendlichen für Jugendliche auch zum Thema Azubi-Kultur. Grundsätzliche Prinzipien der Ausbildung bei Arcor werden benannt z.B. das Mentorenprinzip:

„Die Mentoren nehmen bei Arcor die Rolle eines persönlichen Ausbilders ein. Sie begleiten die Auszubildenden als Vertrauensperson und Ansprechpartner die gesamte Lehrzeit hindurch.“ (Zitat von der Website – Stand 16.01.2002)

Besonders hervorzuheben sind die Ausführungen zur Bewerbung, die sogar den Hinweis zur Fahrkostenerstattung durch das Unternehmen umfassen. Für die Bewerbung wird ein Formular bereitgestellt, mit dem sich Interessenten/innen um einen Ausbildungsplatz bewerben können. Arcor entschuldigt sich für die ausschließliche Verwendung der männlichen Sprachform, indem auf die bessere, sprachliche Handhabbarkeit verwiesen wird. Bei der bildlichen Darstellung wird z.B. auf dem Eingangsfoto auf geschlechtliche Parität Wert gelegt, gleichzeitig spiegeln sich hier wiederum typische Zuschreibungen wieder – Industriekauffrau / IT-Systemkauffrau und Fachinformatiker und IT-Systemelektroniker sind auf dem Foto dargestellt. Eine weitere

Besonderheit findet sich bei der Vorstellung der Ansprechpartner/innen. Zu jedem Ausbildungsstandort wird die Ansprechperson mit Foto und einem persönlichen Zitat vorgestellt. Für den Offline Gebrauch werden die Berufsinformationen zum Download angeboten. Eine FAQ und eine Linkliste runden das Angebot ab.

Das Pharmaunternehmen Boehringer Ingelheim Deutschland bietet kurz, sachlich und durch ein Foto illustriert Informationen zu den jeweiligen Ausbildungsberufen (mehr als 20). Auf einen Blick können Interessenten/innen sehen, was an welchem Standort ausgebildet wird. Auch über die Zusatzleistungen wie Urlaub wird informiert. Kurze Aussagen zu den Zukunftsperspektiven (mit Foto) von Auszubildenden und Mitarbeitern/innen ergänzen die sachlichen Informationen um einen emotionalen Aspekt z.B.:

„Kauffrau für Bürokommunikation – In meiner Ausbildung kommuniziere ich täglich mit den modernsten Medien und bin ständig gefordert.“ (von der Website des Unternehmens - Stand 17.01.2002)
Für die Bewerbung können sich die zukünftigen Azubis im Bewerber-ABC Hilfestellung holen und ein Bewerbungsformular, das auch zum Download angeboten wird, nutzen. Im Job und Karriereteil werden vielfältige Informationen zum Unternehmen gegeben, hier sind Führungsgrundsätze, Zahlen und Fakten zum Unternehmen zusammengestellt.

Die Deutsche Bahn bietet 13.000 Ausbildungsstellen bundesweit. Das „Unternehmen Zukunft“ wirbt:

„Eigene Trainingszentren garantieren professionelle, hochwertige Ausbildung für IHRE Zukunft. Wir sind auf dem Weg, Deutschlands Dienstleister Nr. 1 zu werden. Dazu brauchen wir gute Leute. Zum Beispiel Sie? Wir haben Ihnen vieles zu bieten...“ (Einstieg in den Bereich Ausbildung von der Website des Unternehmens Stand 1.02.2002)

Auf der Website des Großunternehmens werden kurz und knapp die Ausbildungsberufe vorgestellt. Als eine der wenigen Internetangebote können sich Interessenten/innen hier auch über die Zahl der aktuell zu besetzenden Ausbildungsplätze informieren. Zur Bewerbung gibt es nur einige nicht unternehmensspezifisch ausgerichtete Sätze. Das Unternehmen ist nicht per E-Mail erreichbar. Es werden keine Ansprechpartner benannt. Die Broschüre „Startklar“ kann herunter geladen werden. Zur Konzerntochter Deutsche Bahn – Anlagen und Haus Service Berlin, die am Projekt GENIA beteiligt ist, wurden keine speziellen Angaben zu Ausbildung / Personalentwicklung gefunden. Der Ausbildungsbereich im Internet umfasst das Gesamtunternehmen.

Die Deutsche Messe AG Hannover informiert zu ihren Ausbildungsberufen sehr knapp – ein Beispiel:

„Bürokaufmann / -frau – Für diese dreijährige Ausbildung benötigen Sie einen guten Abschluss an einer allgemeinbildenden Schule.“ (von der Website – Stand 1.2.2002)

Außerdem werden Ansprechpartnerinnen zum Ausbildungsprogramm mit E-Mail / Telefon / Anschrift benannt. Aufgrund des ständigen Bedarfs an Aushilfskräften gibt es im Bereich „Arbeitsplatz Messe“ auch einen Teil zu Messejobs.

Die Deutsche Telekom AG hat zur Zeit 8250 Auszubildende und gehört damit zu den größten Ausbildern. Die Themen Schule, Studium, Beruf und Karriere bilden im Internet jeweils eigene Bereiche. Die einzelnen Ausbildungsberufe werden ausführlich mit Standort, Voraussetzungen etc. vorgestellt. Diese Berufsvorstellungen stehen neben anderen Informationsbroschüren auch zum Download zur Verfügung. Besonders hingewiesen wird auf Recruiting Messen. Die Informationen zur Bewerbung sind unternehmensspezifisch aufbereitet. Auffällig ist der Verzicht auf Angabe einer E-Mail Adresse. Die Bewerbungsunterlagen sind per Post einzureichen.

Die Berufsinformationen der Dresdner Bank sind sehr kurz aber trotzdem werbend geschrieben – ein Beispiel:

„Spaß am Kundenkontakt – Die Ausbildung zur Bankkauffrau oder zum Bankkaufmann ist vom Kundenkontakt geprägt. Von Anfang an sind Sie aktiv am Geschäft beteiligt und lernen im Kundengespräch die unterschiedlichen Aufgaben eines Bankers kennen. Wichtig ist, dass Sie Freude am Umgang mit Menschen und Spaß an Kommunikation mitbringen. Wenn Sie sich zusätzlich für wirtschaftliche

Zusammenhänge interessieren, haben Sie gute Voraussetzungen für eine Ausbildung bei der Dresdner Bank.“ (von der Website – Stand 1.02.2002)

Das Bewerbungsverfahren ist in den einzelnen Filialen nicht einheitlich geregelt. Die Bewerbung kann zum Teil mit einem Online-Kurzbewerbungsformular erfolgen, außer in einer Region, in der Bewerbungen nur auf dem Postweg möglich sind.

Neben einer sachlich kurzen aber informativen Darstellung der Ausbildungsberufe haben die Dresdner Verkehrsbetriebe AG einen unternehmensspezifischen Teil zum Bewerbungsverfahren. Hier wird auch das Thema Einstellungstest aufgegriffen, was auf den meisten betrachteten Websites keine Rolle spielt. Neben Ansprechpartner/innen für die Berufsbereiche wird auch zu „Fragen zur Bewerbung“ aufgefordert.

Die EKO Stahl AG gehört zu den am Projekt GENIA beteiligten Unternehmen. Sehr detailliert sind hier die einzelnen Unterthemen im Bereich Karriere gegliedert: Jobs, Erstausbildung, Traineeprogramm, ENIK (Entwicklung neuer Industriekarrieren), Studienförderung, Praktika, Studien- und Diplomarbeiten, Weiterbildungsprogramm. Die einzelnen Ausbildungsberufe werden kurz in Form einer Frage-Antwortliste vorgestellt. Die Informationen zur Bewerbung sind wie bei zahlreichen Unternehmen sehr kurz gehalten:

„Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen bis 30. September für den Ausbildungsbeginn im Folgejahr zu. Entspricht Ihre Bewerbung unseren Anforderungen werden wir Sie zu einem schriftlichen Einstellungstest und im Anschluss zu einem mündlichen Vorstellungsgespräch einladen.“ (von der Website des Unternehmens – Stand 12.02.2002)

Das Bauunternehmen Feldhaus und Söhne hat eine gesonderte Domain für den Ausbildungsbereich eingerichtet. Es gibt die Möglichkeit eine jugendgemäß gestaltete Flash-Animation zu sehen oder direkt zu den Berufsinfos zu klicken. Hier finden die zukünftigen Azubis kurze Informationen zum Berufsbild, zu Voraussetzungen, Ausbildungsschwerpunkten, Verdienst, Zukunftschancen und Kontaktangaben für die Bewerbung. Illustriert werden die einzelnen Berufe jeweils durch ein Bild und ein Zitat eines Lehrlings. Es besteht keine Verbindung zu den Unternehmensseiten. Die Kontaktaufnahme kann nur schriftlich oder telefonisch erfolgen.

Die Festo AG & Co betont auf ihrer Website:

„Die Ausbildung des Nachwuchses zählt bei Festo schon immer zu den wichtigsten und verantwortungsvollsten Aufgaben. ... neben der Vermittlung von Fachwissen vermitteln wir besonders die Schlüsselqualifikationen, die Grundlagen einer erfolgreichen Arbeit im Unternehmen sind. Ein guter Start in die berufliche Zukunft, denn bei Festo endet das Lernen nicht mit der Ausbildungszeit, sondern hält ein Leben lang an.“ (von der Website des Unternehmens – Stand 12.02.2002)

Sachliche Informationen zu den Berufen werden hier ergänzt durch Aussagen zur Unternehmenskultur oder zu Erwartungen, die an die Bewerber/innen gestellt werden:

„Von unseren zukünftigen Auszubildenden erwarten wir Motivation, Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit, die Bereitschaft zum selbständigen Handeln und Lernen sowie die Fähigkeit Probleme selbständig zu lösen und Chancen zu nutzen.“

Es besteht die Möglichkeit der Online-Bewerbung.

Auf der Website der Hauni Maschinenbau AG wird betont, dass in diesem Unternehmen seit über 50 Jahren erfolgreich ausgebildet wird. In dem ausführlichen Bereich zur Berufsausbildung werden Schüler/innen auch hinsichtlich der Möglichkeit von Schülerpraktika informiert. Die Berufe werden sachlich aber informativ vorgestellt. Der Betrieb bietet eine Vielzahl von Veranstaltungen für Interessenten/innen und für die Lehrlinge von Seminaren bis zu Exkursionen. Zur Bewerbung werden neben den üblichen Kontaktangaben auch kurze Hinweise zur Bewerbung gegeben. Neben der Unternehmensdarstellung gibt es einen speziellen Bereich über das Unternehmen auch im Ausbildungsbereich (Wir über uns). Die Hauni Maschinenbau AG kooperiert mit dem Gymnasium Ohmoor unter dem Titel: „Den Betrieb in die Schule holen“ und mit dem Gymnasium Lohbrügge zum Thema „Hauni-Azubis geben der Schülerfirma NettHelp Hilfestellung bei unternehmerischen Aktionen.“ Informationen werden auch zum Download angeboten.

Die Hochtief AG hat einen auch in der sprachlichen und grafischen Gestaltung gesonderten Bereich für Ausbildung auf ihren Websites. Unter Überschriften wie: „Aus den Bluejeans in den Job“ oder „Wie viel Blaue sind denn drin“ werden Fragen geklärt, die Ausbildungsplatzsuchende interessieren. Bereits auf den Einstiegsseiten werden die Jugendlichen direkt angesprochen: „Ihr wollt eine erstklassige Berufsausbildung? Dabei auch schon früh gutes Geld verdienen? Und Spaß soll das Ganze auch noch machen? Das HOCHTIEF-Team sucht junge Frauen und Männer, die Verantwortung übernehmen wollen, mobil sind und gern im Team arbeiten.... <Blue Power> nennen wir unsere Ausbildungs-Initiative, denn wir helfen Euch aus den Blue-Jeans in den Job.“ (von der Unternehmenswebsite – Stand 30.01.2002)

Die emotional geschriebenen Texte sind für das Unternehmen werbend angelegt. Auf explizite Berufsinformationen wird verzichtet. Obwohl im Eingangstext Männer und Frauen angesprochen werden, sind in den folgenden Texten nur männliche Bezeichnungen zu finden. Alle Grafiken zeigen Männer mit Ausnahme einer Frau an einem PC-Arbeitsplatz im Büro. Es gibt kurze Hinweise zu den Bewerbungen. Ein Formular zur Online-Bewerbung erleichtert die Kontaktaufnahme.

Die Website der Hypovereinsbank widmet sich im Bereich Job und Karriere sehr ausführlich den einzelnen Zielgruppen. Die einzelnen Berufsbilder werden detailliert beschrieben. Ergänzt wird der Bereich durch eine FAQ-Liste, in der für die angehenden Lehrlinge relevante Fragen wie: „Wie viel verdient man während der Ausbildung?“ oder „Gibt es Kleidervorschriften in der Bank?“ geklärt werden. Für Schüler wird ein Bewerbungstraining angeboten:

„Zugegeben, es gibt Dinge im Leben, die treffen einen unvorbereitet. Lassen Sie sich nicht verunsichern. Unser Bewerbungstraining macht Sie locker, wenn es darauf ankommt.“ (von der Unternehmenswebsite – Stand 01.02.2002)

Die Nennung von Ansprechpartner/innen für die jeweilige Region mit allen Kontaktangaben ermöglicht gezielte Nachfragen.

Das Unternehmen Karstadt hat den Bereich Ausbildung besonders knapp gestaltet. Neben der Aufzählung der Ausbildungsberufe und der Angabe, dass jährlich 1200 Ausbildungsplätze zur Verfügung gestellt werden, wird nur werbend auf die Karrierechancen hingewiesen:

„Und die Erstausbildung als Kauffrau oder Kaufmann im Einzelhandel ist eine hervorragende Startposition für eine Karriere bei KARSTADT. Viele Abteilungsleiter und Geschäftsführer haben genauso begonnen.“ (von der Website des Unternehmens – Stand 01.02.2002)

Verwiesen wird für alle näheren Informationen auf das nächste Karstadt Haus. Außerdem wird eine E-Mail Adresse angegeben, ohne nähere Informationen, zu welchen Fragen dieser Mitarbeiter auskunftsfähig ist.

Die Klett Gruppe trifft im Bereich Berufsausbildung sehr kurze stichpunktartige Aussagen zu den ausgebildeten Berufen. Es gibt keinerlei Aussage zur Bewerbung, zu Ansprechpartnern oder zu Kontaktmöglichkeiten. Eine Möglichkeit mit dem Unternehmen zu kommunizieren, muss erst auf den allgemeinen Unternehmensseiten gesucht werden. Geworben wird im Einstieg kurz und knapp mit der Aussage:

„Durch abwechslungsreiche Informationsangebote, die unterschiedliche Chancen und Erfahrungen ermöglichen, gehören unsere Ausbildungsprogramme bundesweit zu den besten ihrer Art.“ (von der Website – Stand 06.02.2002)

Gut gegliedert wird auf der Ausbildungs-Website der Koblenzer Elektrizitätswerke und Verkehrsgesellschaft (KEVAG) die Ausbildung im Unternehmen vorgestellt. Neben den Berufsinformationen werden viele Informationen zum Inhalt der Ausbildung z.B. gegeben:

„ Die Ausbildung bei der KEVAG beginnt mit einer Grundausbildung im Bereich Metall. In der betriebseigenen Ausbildungswerkstatt werden Fertigkeiten der Metall- und Kunststoffbearbeitung wie z.B. das Feilen, Sägen, Bohren und Biegen erlernt....“ (von der Website – Stand 06.02.2002)

Auch die sozialen Bedingungen im Unternehmen werden vorgestellt:

„ 30 Tage Urlaub, Arbeitskleidung, Werksküche, KEVAG-Sportgruppen“ .

Es gibt ausschließlich die Möglichkeit sich online zu bewerben. Der Website ist auch zu entnehmen, dass zur Zeit im kaufmännischen Bereich keine Bewerbungen mehr angenommen werden.

Unter der Überschrift „Was können Sie bei uns lernen?“ stellt die Linde AG ihre Ausbildungsmöglichkeiten vor. Mittels „Ausbildungs-Finder“ lassen sich die Berufsinformationen abrufen. Außerdem gibt es Informationen zur Berufsakademie, zum Bewerbungsverfahren und Kontaktinformationen. Der Ausbildungsbereich wird auch statistisch dargestellt und das Konzernleitbild in diesem Selbstdarstellungsbereich zum Download bereitgestellt. Die Bewerbung kann neben der herkömmlichen schriftlichen Bewerbung mit einem Online-Bewerbungsbogen erfolgen. Die umfangreichen Infos können offline in einer Broschüre „Ausbildung bei Linde- Was wir tun, was wir erwarten und wie Sie mit uns aktiv Ihre Zukunft gestalten können. Wir zeigen, wie's geht.“ nachgelesen werden, die auf der Website zum Download zur Verfügung steht.

In der Careerlounge der Lufthansa gibt es einen sehr knapp gehaltenen Bereich zur Ausbildung. Die Berufsinformationen umfassen nur wenige Sätze. Es gibt keine gesonderten Aussagen zur Bewerbung um einen Ausbildungsplatz, sondern nur allgemeine Bewerbungsinformationen im Karriereteil.

Die MAN Nutzfahrzeuge AG bietet Ausbildungsmöglichkeiten in 27 Berufen. Diese Ausbildungen werden ausführlich und unternehmensspezifisch beschrieben. Die Jugendlichen werden direkt angesprochen:

„Nutze deine Chance einer qualifizierten Ausbildung bei uns. Selbstverständlich ist unsere Berufsausbildung auf dem neuesten Stand der Technik.... Sicherlich ist für dich etwas dabei. Interesse? Dann viel Spaß beim Surfen auf den nächsten Seiten!“ (von der Website des Unternehmens – Stand 01.02.2002)

Besonders hingewiesen wird auf die Möglichkeit des Schülerpraktikums als Möglichkeit erste Eindrücke im Unternehmen zu sammeln. Auch hier wird eine motivierende, werbende Sprache verwendet:

„Deine Berufsausbildung sollte kein Sprung ins kalte Wasser sein!...“

Hinweise zur Bewerbung um einen Ausbildungsplatz werden nicht gegeben. Die Ansprechpartner sind in der Navigationsstruktur nicht sofort auffindbar. Auch die Adresssuche für die Bewerbung gestaltet sich nicht einfach.

Die Preussag AG setzt auf eine kurze, motivierende Beschreibung der Ausbildungsberufe mit Fotos und Zitaten von Auszubildenden. Angeboten wird auch die Betreuung von Diplomarbeiten:

„Sie soll der krönende Abschluss eines jeden Studiums sein. Gut, wenn man einen starken Partner hat.“ (von der Website – Stand 06.02.2002)

Im Job und Karriere Bereich gibt es einen gesonderten Informationsteil über das Unternehmen für potenzielle Mitarbeiter/innen und Auszubildende. Interessierte können hier auch einen E-Mail Newsletter abonnieren:

„Sie wollen immer wissen, was es Neues gibt auf preussag.de? Abonnieren Sie den preussag-Newsletter! Wir schicken ihn automatisch alle vier Wochen per E-Mail.“

Für alle, die sich noch nicht im internen Fachvokabular der Preussag auskennen, gibt es ein Glossar mit Fachbegriffen aus den verschiedenen Geschäftsbereichen.

Auf der Website der Robert Bosch GmbH können sich Interessierte in einem Berufs- und Standortverzeichnis einen Überblick verschaffen, Berufsinformationen zu den einzelnen Ausbildungsgängen werden nicht gegeben. Dafür wird ausführlich auf verschiedene Veranstaltungen zur Orientierung vor Ort hingewiesen:

„Haben Sie Fragen zu Praktika, Einstiegsmöglichkeiten oder Diplomarbeiten bei Bosch? Dann besuchen Sie uns doch einfach auf einer der folgenden Veranstaltungen ... Es gibt kaum eine bessere Möglichkeit, Ihre Fragen mit uns direkt zu besprechen. Vor Ort stehen Ihnen Mitarbeiter unserer Personalabteilung zu allen Fragen gerne Rede und Antwort.“(von der Unternehmenswebsite – Stand 13.02.2002)

Bei den Kontaktangaben werden keine E-Mail Adressen angegeben. Umfangreich ist das Bosch-Hochschulprogramm mit Betreuung von Praktika, Diplomarbeiten, Dissertationen.

Der Karriere Bereich bei der Schering AG beinhaltet auch einen gesonderten Teil zur Ausbildung im Unternehmen:

„Bei Schering können Sie unter vielen Berufen wählen. Den für Sie geeigneten Beruf helfen wir durch Tests und Gespräche zu finden. Unsere Ausbildung ist fachlich fundiert und vermittelt unseren Auszubildenden eine sichere sowie umwelt- und qualitätsbewusste Arbeitsweise und den Umgang mit PCs.“ (von der Website – Stand 13.02.2002)

Neben diesen allgemeinen Informationen werden einige Berufe kurz vorgestellt. Der Überblick zu den ausgebildeten Berufen listet Standort, Dauer und Bewerbungsschluss auf. Die Bewerbung ist schriftlich einzureichen. Für Nachfragen sind Ansprechpartner/innen mit Telefonnummer benannt, aber keine E-Mail-Kontaktmöglichkeit.

Das Unternehmen Schott Jenaer Glas gehört zu den am Projekt GENIA beteiligten Unternehmen. Die Website der Schott Jenaer Glas ist Bestandteil der Präsentation des Gesamtkonzerns Schott. Der Bereich „Jobs und mehr“ des Unternehmens ist nicht regional gegliedert sondern stellt den gesamten Personalbereich an allen Standorten vor. Der Schwerpunkt liegt auf den Stellenangeboten. Auszubildende und Ausbildung werden nur von und bei der SCHOTT DESAG vorgestellt. Dabei wird auf die Karriere zum Gesamtkonzern verwiesen:

„Als große Chance sehe ich die Tatsache, dass Schott DESAG zum Schott Konzern gehört, womit nicht nur mein Arbeitsplatz weitestgehend gesichert ist, sondern auch die Möglichkeit besteht, innerhalb des Konzerns Karriere zu machen.“ (Aussage von Dominik Petsch, Lehrling bei der DESAG auf der Website – Stand 01.02.2002)

Von der Schott DESAG ist auch eine Ansprechpartnerin in der Abt. Personalwesen mit E-Mail-Adresse verzeichnet und eine Tabelle der Ausbildungsberufe vorhanden. Für den Gesamtkonzern mit allen anderen Unternehmensteilen fehlen derartige Informationen. Bisher gestaltet sich das Gesamtangebot von Schott daher inkonsistent.

Zusätzlich wurde die Website des Berufsausbildungszentrums in die Analyse einbezogen. Das Schott-Zeiss-Bildungszentrum ist in Aus- und Weiterbildung aktiv. Dabei liegt der Schwerpunkt auf Bildungsmaßnahmen für die beiden beteiligten Unternehmen Schott Jenaer Glas und Carl Zeiss Jena. Auf den Websites werden übersichtlich Berufe, die in diesen Unternehmen ausgebildet werden, vorgestellt. Dabei wird auf die vielfältigen Möglichkeiten für Jugendliche hingewiesen:

„Die feinmechanisch-optische Industrie und Glasindustrie in der Region braucht Nachwuchs. Bei uns finden Jugendliche interessante Ausbildungsmöglichkeiten. Ob Sie nun einen klassischen oder neueren Beruf wählen, sich für das technische oder kaufmännische Berufsfeld entscheiden oder ein Ingenieurstudium aufnehmen möchten – überall sind junge Leute gefragt, die sich engagieren, die flexibel, lernbereit und selbständig sind und gern im Team arbeiten.“(von der Website – Stand 3.5.2002)

Zu jedem Beruf kann abgefragt werden, welches Unternehmen ausbildet. Ergänzt werden die Aussagen durch kurze Informationen zur Bewerbung, Terminen und Ansprechpartner/innen. In den Azubi-News wird mit Bild und knappem Text über Höhepunkte, wie dem Tag der Ausbildung oder von Auslandspraktika, berichtet. In der Laufleiste wurde auf den girls Day besonders hingewiesen.

Die Siemens Berufsausbildung Berlin hat eine eigene Webpräsentation außerhalb der Darstellung der Ausbildung bei Siemens insgesamt, nutzt aber z.B. den Bewerbungsbogen der Siemens-Website durch Verlinkung. Hier wird jede Ausbildung mit Tätigkeitsbeschreibung und Ausbildungsverlauf vorgestellt. Zum Teil gibt es die Berufsbildbeschreibungen auch als pdf zum Download. Es werden unternehmensspezifische Bewerbungshinweise gegeben. Auf die Benennung von Ansprechpartnern wird verzichtet.

Eines der kleineren betrachteten Unternehmen ist die Stadtparkasse Schrobenhausen :

„Mit insgesamt 169 Mitarbeitern (Stand 31.12.2000) sind wir das größte Kreditinstitut in unserem Geschäftsgebiet im Altlandkreis Schrobenhausen. Neben unseren Bankangestellten beschäftigen wir 19 Auszubildende (Stand 01.09.2001) ... Die Frau, das <starke> Geschlecht? Stark vertreten sind die Frauen in unserer Sparkasse. (65 % Frauen). Mit einem Durchschnittsalter von 33 Jahren sind wir eine der <jüngsten> Sparkassen in Bayern.“ (von der Website – Stand 06.03.2002)

Die Azubis der einzelnen Jahrgänge werden persönlich vorgestellt. Der Ton ist eher verbindlich. Ganz kurz geschildert wird, „was hinter dem Beruf eines Bankkaufmanns bzw. einer Bankkauffrau

steckt“. Für die Bewerbung werden Termin und die Postanschrift der Personalabteilung angegeben.

Die swb-egenta ist ein Unternehmen im Dienstleistungsbereich (Personal / Materialwirtschaft / IT-Beratung etc.) mit 150 Mitarbeitern. Hier haben sich die Auszubildenden selbst um die Seiten für die Neueinsteiger/innen gekümmert. Es gibt einen Überblick zu den einzelnen Berufen und Ausbildungsstandorten, aber keine Berufsinformationen. Sehr ausführlich ist der Bewerbungsbereich mit vielen Infos zum Procedere und Ausschnitten aus Bewerbungen, insbesondere wie sie nicht sein sollten. Verschiedene Projekte von Azubis werden vorgestellt. Wenn diese Infos nicht ausreichen kann ein Infopaket angefordert werden. Auf dieser Website finden sich die verschiedensten interaktiven Möglichkeiten von Forum, Gästebuch, Webcam bis zum Chat:

„Willkommen beim CHAT der Azubis der swb AG! Wenn ihr mehr über die Ausbildung bei der swb AG erfahren wollt, oder Fragen zu Bewerbungen habt, könnt ihr mit den Azubis CHATTEN und aus erster Hand erfahren wie die Ausbildung hier verläuft.“ (von der Website des Unternehmens – Stand 06.03.2002)
Zum Chatten muss per E-Mail ein Termin vereinbart werden. Dann stehen Lehrlinge als Online-Gesprächspartner zur Verfügung. Ansprechpartner/innen werden zu den Ausbildungsmodulen, zur Besichtigung von Ausbildungszentren und für Fragen zur Bewerbung benannt.

Bei der ThyssenKrupp AG wird bisher auf die Vorstellung der Berufe und nähere Informationen verzichtet und nur allgemeine Informationen zur Berufsausbildung gegeben:

„Rund 4850 junge Menschen werden zur Zeit in über 70 Berufen bei ThyssenKrupp in ganz Deutschland ausgebildet. Die Bandbreite reicht vom Groß- und Außenhandelskaufmann über den Industriemechaniker bis hin zum technischen Zeichner....Dies soll nur ein erster Überblick zum Thema Ausbildung bei ThyssenKrupp sein. Weitere Informationen werden derzeit aufbereitet und im Frühjahr des Jahres 2002 zur Verfügung gestellt. Wenn Sie in 2002 eine Berufsausbildung beginnen wollen, wenden Sie sich am besten direkt an die jeweiligen Konzernunternehmen.“ (von der Website des Unternehmens – Stand 01.02.2002)

Bereits ausführlicher sind die Bereiche zur Studienförderung oder zum Berufseinstieg. Hier berichten unter der Überschrift „Abenteuer Zukunft“ junge Mitarbeiter aus eigener Erfahrung über ihren Karrierestart im Unternehmen. Sehr ausführlich wird auf die verschiedenen Termine zur Personalrekrutierung z.B. Rekrutierungsmessen hingewiesen.

Sachlich und informativ werden auf der Website, die Berufe, die bei der VEAG ausgebildet werden, vorgestellt. Dabei werden auch die erwarteten Voraussetzungen der Ausbildung kurz benannt, z.B. beim IT-Systemelektroniker:

„guter bis sehr guter Realschulabschluss, Abitur / gute kommunikative Kenntnisse / gute Kenntnisse in naturwissenschaftlichen Fächern / Kenntnisse der englischen Sprache“ (von der Website – Stand 06.03.2002)

Die VEAG beteiligt sich am sächsischen Modellprojekt „Ausbildung in den neuen Berufen der Hochtechnologie“ Hinweise zur Bewerbung gibt es bis auf die Kontaktangaben nicht. Die Berufsbezeichnungen werden zum Teil in männlich und weiblicher Form aufgeführt, zum Teil, wie beim IT-Systemelektroniker, werden ausschließlich die männlichen Bezeichnungen verwendet.

Die ZF Sachs AG in Schweinfurt ist ein großer Zulieferer der Automobilindustrie. Unter der Überschrift „Das können Sie bei uns werden...“ werden kurz die Ausbildungsberufe vorgestellt. Die Bewerbung für einen Ausbildungsplatz wird einschließlich des Procedere beschrieben. Vorgestellt werden auch die unternehmensspezifischen Besonderheiten der Ausbildung:

„Schon der Start bei uns ist anders - Teamgeist und die Fähigkeit eigene Stärken zur Problemlösung erfolgreich zu nutzen sind in der Ausbildung genauso gefragt wie Verlässlichkeit, Initiative, Aufgeschlossenheit und Zielstrebigkeit. Deshalb beginnen wir unsere Ausbildung mit einer >Erlebniswoche>“
oder

„<Rolls-Royce-Projekt> Mit unserem englischen Partner haben wir ein Austauschprogramm von jeweils vier Wochen in Deutschland und in England (Derby). Ein Team von jeweils 5 Auszubildenden bearbeitet ein Projekt. Von der Konstruktion bis zur Herstellung eines Produktes werden alle Aufgaben im Team erledigt. Zum Abschluss stellt jedes Team die Ergebnisse der gemeinsamen Arbeit in einer Präsentation vor.“ (von der Unternehmenswebsite – Stand 06.03.2002)

Die Darstellung stellt den sozialen Zusammenhang, das Team der Auszubildenden, in den Vordergrund. Hier wird nicht nur auf den Beruf sondern auch auf das Unternehmen und die Ausbildung neugierig gemacht.

FAZIT:

Bisher sind die Informationsangebote von Unternehmen zu Fragen der Ausbildung in erster Linie auf die Websites von Großunternehmen beschränkt. Viele **mittelständische Betriebe** bieten keinerlei Informationen zu Einstiegs-, und Ausbildungsmöglichkeiten oder auch nur die Aussage, ob Lehrlinge ausgebildet werden auf ihren Internetseiten. Widmen sich mittelständische Unternehmen der Werbung um Azubis, lassen sich inhaltlich wenige Unterschiede zu den Großunternehmen feststellen. Im Angebotsspektrum sind deutliche Unterschiede in der Gestaltung der Unternehmensseiten weder hinsichtlich der Unternehmensgröße noch hinsichtlich der Branche auszumachen.

Die **Beschreibung der Berufe**, die im Unternehmen ausgebildet werden, ist in der Regel sachlich. Zum Teil sind die Berufsbeschreibungen sehr knapp und wenig aussagekräftig. Es wird weniger geworben als informiert.

Die Informationen zur **Bewerbung** unterscheiden sich bei den einzelnen Angeboten sehr stark. Von der bloßen Nennung der Bewerbungsadressen reicht das Spektrum bis zum detaillierten Online-Bewerbungsformular. Die Nennung von Ansprechpartner/innen ist keine Selbstverständlichkeit. Die Informationen sagen oftmals wenig über die Besonderheiten des Unternehmens aus. Das Bewerbungsprocedere wird nicht beschrieben.

Das Internet bleibt bei den meisten Unternehmen **ungenutzt** hinsichtlich:

- einer emotionalen Ansprache der Orientierung Suchenden, z.B. in Form von Erfahrungsberichten,
- der Werbung für verschiedene Rekrutierungsmaßnahmen, z.B. Tage der offenen Tür oder Messen,
- der Information über Praktikumsmöglichkeiten außerhalb des Hochschulbereiches, d.h. für Schüler oder Umschüler,
- dem Angebot von Informationsmaterialien zum Download,
- der Kooperation mit Schulen, z.B. Verlinkung, Berichte von Praktikanten in Online-Schülerzeitungen,
- der detaillierten Beschreibung des Bewerbungsverfahrens
- Hinweise zu den sozialen Anforderungen und erwarteten Schlüsselqualifikationen

Die Möglichkeiten zur **Interaktivität** werden von den betrachteten Unternehmen nur in Form eines E-Mail-Kontaktes zu den jeweiligen Personalverantwortlichen genutzt. Foren oder Chat als Kommunikationsformen, in denen auch ein Austausch mit Gruppen stattfindet und damit Anregungen, Erfahrungen etc. auf einer anderen Ebene ausgetauscht werden, fehlen fast völlig.

Allen Websites, die sich dem Thema Berufsorientierung widmen, ist eine **konventionelle Sicht auf den Berufsweg** eigen. Hier wird in den Kategorien Beruf – Berufseinstieg – Fortbildung im Unternehmen gedacht. Die heutigen Berufswege, mit mehreren Umorientierungen während des Berufslebens, bleiben unbeachtet. So wenden sich alle Ausbildungsseiten ausschließlich an Jugendliche und alle Berufseinstiegsseiten an junge Hochschulabsolventen. Die Unternehmen, die einen eigenen Bereich zu Job und Karriere haben, richten ihr Augenmerk häufig besonders auf die Hochschulabsolventen (Traineeausbildungen / Praktika / Diplomarbeiten). Ältere, die einen Quereinstieg wagen wollen oder müssen, oder erst in späteren Jahren eine Zweitausbildung in Angriff nehmen, werden nicht angesprochen.

Für allgemeine Aussagen über die Branchen war die Stichprobe zu klein. Im Überblick konnte zumindest keine Branche, kein Bereich ausgemacht werden, in dem eine besonders intensive Ansprache von Orientierung Suchenden festzustellen ist. Es lassen sich bei intensiver Suche in allen Bereichen unter den größeren Unternehmen Beispiele finden. Mittlere Unternehmen nutzen das Internet zur Fachkräfte- und zur Nachwuchskräfteerkrutierung insgesamt noch zögerlicher, obwohl die Möglichkeiten auf den in der Regel vorhandenen Websites durchaus vorhanden wäre. Von diesen Unternehmen wird eher eine gezielte Online-Anzeige in einer Stellenbörse geschaltet, als das Thema auf den eigenen Seiten aufgegriffen.

6. Zusammenfassung der Formen der Berufsorientierung im Internet

In diesem Abschnitt sollen noch einmal alle gefundenen Formen der Darstellung im Internet unabhängig von Anbieter / Zielgruppe / Häufigkeit etc. in einer Übersicht zusammengestellt werden.

Zusammenstellung von Formen der Berufsinformation

- Linklisten zu beruflichen Informationen
- Beschreibungen der Berufsbilder / Ausbildungsgänge - mögliche Angaben zu:
 - Voraussetzungen
 - Ausbildungsschwerpunkte
 - Ausbildungsstandorte
 - Ausbildungsverlauf
 - Verdienst
 - Unternehmenskultur /-grundsätze
 - Zukunftschancen
- Bewerbungstipps
- Erfahrungsberichte aus dem Ausbildungs- und Berufsleben
- Datenbank vorhandener Ausbildungsplätze
- Datenbank mit Ausbildungsbetrieben
- Veranstaltungskalender
- Berufswahltest
- Newsletter
- Downloads der verschiedenen Informationen

Zusammenstellung der Kontaktmöglichkeiten

- Angabe von Telefon und Postanschrift
- Angabe von Ansprechpartner/innen
- E-Mail-Kontakt
- Feedbackbereich / Gästebuch
- Online-Bewerbungsformular
- Forum
- Chat

7. Empfehlungen

7.1. Allgemein

Bisher steckt das Thema Berufsinformation im Internet noch in den Anfängen. Viele Institutionen, die sich diesem Komplex schon lange widmen, sind im Internet noch gar nicht oder nur sehr fragmentarisch vertreten. Möglichkeiten der einfachen und übersichtlichen Erstinformation für Orientierung Suchende fehlen. Hier bestehen noch vielfältige, übergeordnete Entwicklungsmöglichkeiten in Richtung von Portalen oder Suchmedien speziell für die berufliche Orientierung, die zunächst den Weg zu den bereits vorhandenen Angeboten vereinfachen.

Berufsinformation im Internet ist keine bloße Erweiterung vorhandener Webpräsentationen um einige Informationen zu den Ausbildungsgängen, sondern ist ein eigener Komplex mit einer eigenen von den sonstigen Besucher/innen der Websites von Institutionen und Unternehmen abweichenden Zielgruppe, die eine eigene Ansprache und konzeptionelles Herangehen erfordert.

Die Entscheidung, welche der zusammengestellten Formen angewandt werden, müssen u.a. nach folgenden Gesichtspunkten getroffen werden:

- Zielgruppe
 - Alter
 - Vorwissen / Kompetenzen
 - Erfahrungen im Internet
 - Motivation für die Nutzung der Website
 - Heterogenität / Homogenität
 - Nutzungsverhalten
- Inhalt
 - Struktur
 - Botschaften
 - Wissen / Einstellungen
 - Komplexität
 - Aktualität
- Dialog
 - Institutionelle / betriebliche Möglichkeiten
 - Ansprechpartner/innen – Erfahrung mit elektronischen Kommunikationsmöglichkeiten
 - Aktualität

Die einzelnen Angebote im Internet sind viel zu wenig miteinander vernetzt. Vor allem die Verbindungen zwischen Schulen, Bildungseinrichtungen, Beratungsstellen und Unternehmen könnten weiter ausgebaut werden.

In allen Bereichen sind die Möglichkeiten der Interaktivität, das heißt der Kommunikation mit den Nutzer/innen noch nicht ausgeschöpft. Bisher dominiert die Einwegkommunikation. Orientierung Suchende haben kaum Chancen, Antworten auf ihre speziellen Fragen auf elektronischem Weg zu erhalten. Angesichts der überregionalen, spezialisierten Orientierungsmöglichkeiten ist das ein besonders großes Defizit.

Die Zielgruppen für Berufsorientierung im Internet sind bisher zu wenig differenziert. In erster Linie werden Schulabgänger/innen und Hochschulabsolventen/innen angesprochen. Gezielte Ansprache von Umorientierung Suchenden fehlen völlig.

7.2. Empfehlungen für die Websites der Unternehmen

Für Unternehmen können folgende Zielstellungen mit der Darstellung des Themas Berufsorientierung auf den Websites verbunden sein:

- Allgemeine Personalrekrutierung
- Werbung von motivierten Nachwuchskräften
- Werbung von Fach- und Führungskräften
- Imagewerbung
- Darstellung der Unternehmenskultur im Bereich Personal für die Mitarbeiter/innen

Entsprechend der Zielstellungen und der betrieblichen Besonderheiten sollte der Bereich Beruf und Karriere ausgerichtet werden. Günstig ist die Schaffung einzelner Bereiche für die unterschiedlichen Zielgruppen. Übergreifende Angebote können verlinkt werden, so dass sich die jeweilige Zielgruppe konsistent innerhalb eines auf sie ausgerichteten Angebotes bewegen kann.

Hier einige Empfehlungen zum Einsatz der einzelnen Formen.

Je genauer die Beschreibungen der Berufsbilder / Ausbildungsgänge desto genauer können bei den Orientierung Suchenden Vorstellungen von Beruf und Ausbildungsverlauf entwickelt werden. Dabei sollten auch Karrieremöglichkeiten bei der Darstellung eine Rolle spielen. Neben den Berufsinformationen sollten Unternehmenskultur und soziale Fragen behandelt werden. Ergänzt werden können Beschreibungen durch Linklisten zu beruflichen Informationen, die auch auf andere Akteure der Berufsinformation verweisen können. So sind auch bei weniger umfangreichen Unternehmenspräsentationen durch eine geschickte Ergänzung externer Angebote eine umfangreiche Information für verschiedene Zielgruppen möglich.

Erfahrungsberichte aus dem Ausbildungs- und Berufsleben sollten bei der Orientierung eine wesentlich größere Rolle spielen, da hier die Möglichkeit besteht, emotional einen Zugang zum jeweiligen Berufsfeld zu vermitteln. Möglich sind Berichte von Auszubildenden für Auszubildende aber auch von langjährigen Mitarbeiter/innen oder Führungskräften, die so einen Entwicklungsweg im Unternehmen nachzeichnen können. Lebendigkeit kann hier auch durch den Einsatz von Fotos, Zitaten oder Videosequenzen erreicht werden. Die Berichte spiegeln auch in spezifischer Weise einen Teil der herrschenden Unternehmenskultur wider und dienen damit nicht nur der Werbung für den Beruf sondern auch für das Unternehmen.

Jedes Unternehmen weist trotz der einheitlichen Trends in den Bewerbungsverfahren auch Besonderheiten in diesem Bereich auf. Hier sollten die Websites spezifische Informationen geben. Damit wird eine gezielte Vorbereitung auf das Bewerbungsverfahren ermöglicht. Sachliche Informationen zum Procedere erhöhen auch die Effektivität der Verfahren. Genaue Angaben zu den gewünschten Unterlagen, Terminen, Ablauf des Bewerbungsgesprächs oder von Testverfahren dienen nicht nur der Vorbereitung sondern auch der Selektion weniger geeigneter Kandidaten/innen. Auch das Procedere bei der Vergabe von Praktika, Diplomarbeiten, Traineeausbildungen sollte wesentlich genauer als bisher üblich dargestellt werden.

Mit Hilfe einer Datenbank lässt sich gerade bei einer größeren Zahl zu besetzender Ausbildungsplätze und verteilten Standorten durch den Abruf der freien Ausbildungsplätze eine sinnvolle Zusatzinformation schaffen. So können Bewerbungen für bereits besetzte Plätze im Ausbildungs- oder im Traineebereich durch die Nutzung einer Datenbank verhindert werden. Außerdem kann gezielter auf weniger gefragte Ausbildungsgänge verwiesen werden.

In der Regel sind größere Unternehmen in unterschiedliche Aktivitäten der Personalrekrutierung in der Region oder Branche eingebunden bzw. veranstalten selbst Tage der offenen Tür, Seminare

etc. zur beruflichen Orientierung. Die Websites bieten die Möglichkeit einen Veranstaltungskalender zu veröffentlichen und damit auf direkte Kontaktmöglichkeiten zum Unternehmen hinzuweisen.

Im Internet existieren verschiedene Berufswahltests, zu denen von Unternehmensseiten Links gesetzt werden können. Ein größerer Aufwand ist die Entwicklung eigener einfacher, auf die im Unternehmen ausgebildeten Berufe zugeschnittene Tests, die z.B. die Auswahl zwischen mehreren Ausbildungsgängen auf interaktive Art ermöglichen.

Im Bereich der Kundenorientierung üblich und verbreitet sind Newsletter. Bei der Planung eines solchen Kommunikationsinstruments sind Aufwand und Nutzen sehr genau abzuwägen. Bei Unternehmen mit einer Vielzahl von Lehrlingen kann ein Newsletter sinnvoll sein, um die Auszubildenden und deren Eltern über die Neuerungen im Unternehmen und besonders im Personalbereich auf dem Laufenden zu halten.

Berufsorientierung wird in der Regel nicht allein betrieben, sondern es werden Eltern, Freunde, Bekannte in den Entscheidungsprozess einbezogen. Deshalb ist der Download von verschiedenen Informationen eine gute Ergänzung, um die Möglichkeit einzuräumen in Ruhe nachzulesen, auszudrucken, mit anderen über die Informationen zu sprechen. Auch Druckversionen von Bewerbungsunterlagen, Fragebögen etc. sollten selbstverständlich zum Serviceangebot gehören.

Bei einem elektronischen Medium sollte die Angabe eines E-Mail-Kontaktes selbstverständlich sein. Bei der Vielzahl möglicher Fragen ist bei größeren Webpräsentationen eine Aufteilung in verschiedene Kontaktbereiche hilfreich (Bewerbung / Fragen zu einzelnen Ausbildungen). Es sollte den Fragenden einsichtig werden, wer die gestellten Anfragen beantwortet. Innerhalb des Unternehmens ist die permanente Betreuung zu klären, da bei E-Mail-Kontakten eine schnelle Antwort erwartet wird. Formulare erleichtern eine strukturierte Abfrage von Informationen, wie sie beispielsweise beim Bewerbungsverfahren unbedingt notwendig ist. Hier sollte in jedem Fall auf ein Online-Bewerbungsformular zurückgegriffen werden.

Ein Feedbackbereich / Gästebuch kann bei stark strukturierten und verschachtelten oder inhaltlich sehr komplexen Seiten sehr hilfreich sein, weil hier die Surfer/innen ihre Meinung kundtun und Hinweise für Veränderungen geben.

Eine aufwändigere Form des interaktiven Kontaktes ist ein Forum, wobei hier besonders von Auszubildenden zu Auszubildenden gut kommuniziert werden kann und Erfahrungen ausgetauscht werden können. Wichtig ist eine unternehmensinterne Betreuung / Moderation, um keine schädigenden von außen kommenden Inhalte auf der Website zu ermöglichen. Bisher fehlen Formen, wo in den Foren ein Dialog zwischen Alt und Jung initiiert und gefördert wird. Hier besteht Entwicklungsbedarf.

Einen permanenten Chat können Unternehmen aus arbeitsorganisatorischen Erwägungen in der Regel nicht einrichten. Möglich sind aber Chats zu bestimmten Zeiten, im Umfeld von Veranstaltungen (z.B. Messen) oder nach Voranmeldung von Gruppen. Hier besteht die Möglichkeit in Echtzeit mit Betriebsangehörigen, Lehrlingen, Personalverantwortlichen zu kommunizieren. Bisher noch nicht entwickelt wurden Möglichkeiten einer virtuellen Orientierungsberatung. In medizinischen oder im rechtlichen Bereich werden Chats mit Experten bereits erfolgreich durchgeführt. Für den berufsorientierenden Bereich bieten sich hier vielfältige interessante Möglichkeiten, die sicher gerade in der Zusammenarbeit mit Schulen bei Jugendlichen Anklang finden.

Die Empfehlungen verstehen sich als Anregungen, die auf die betrieblichen Erfordernisse ausgerichtet werden müssen. Für Unternehmen kann das Internet zukünftig zu einem interessanten zusätzlichen Rekrutierungsinstrument für Nachwuchskräfte entwickelt werden.

Anhang

- Fragebögen
- Liste der betrachteten Stellenbörsen

Fragebogen zur Analyse der Websites von Akteuren der Berufsinformation (ohne Unternehmen)

1. Welche Institution(en) sind Herausgeber der Website?
2. An welche Zielgruppe(n) richtet sich das Angebot?
3. Werden die Zielgruppen unterschiedlich angesprochen (sprachlich / Gestaltung / spezifische Angebote)?
4. Was für berufliche Informationen sind auf der Website zusammengestellt?
5. In welcher Form werden die Informationen dargeboten (Datenbank / einzelne Artikel / Übersichtsdarstellungen / Erlebnisberichte etc.)?
6. Werden ausbildende Unternehmen benannt / vorgestellt?
7. Gibt es Links zu Unternehmenswebsites?
8. Werden Möglichkeiten zur individuellen Beratung (E-Mail / Telefon / Post) angeboten?
9. Gibt es gesonderte interaktive Aktionsbereiche (Chat, Tests, Newsgroup)?
10. Wird auf Informationsmaterialien zur Berufsorientierung hingewiesen – wenn ja, auf welche? Gibt es Downloads von derartigen Materialien?

Fragebogen zur Analyse der Websites von Unternehmen

1. Wird die Website für Arbeitskräfterekrutierung / Nachwuchsgewinnung genutzt?
2. Wenn ja – in welcher Form (Information / Stellenbörse etc.)?
3. Um welche Zielgruppen wird geworben (Schüler / Diplomanden / Fachkräfte)?
4. Werden die Zielgruppen unterschiedlich angesprochen (sprachlich / Gestaltung / spezifische Angebote)?
5. Gibt es Informationen zu Berufsbildern – wenn ja, in welcher Form (nüchtern-sachlich / emotional-verhaltensorientierend)?
6. Wird auf Veranstaltungen zur Fachkräftewerbung / -information hingewiesen?
7. Gibt es Hinweise zur Bewerbung im Unternehmen? Zielgruppenspezifisch?
8. Welche Informationen über die Unternehmenskultur / -struktur können Bewerber/innen den Websites entnehmen (Selbstdarstellung / Strukturbaum / Geschäftsbericht etc.)?

9. Werden in den berufsorientierenden Bereichen / bei den Stellenangeboten sowohl Frauen als auch Männer angesprochen?
10. Wie kann die Kontaktaufnahme mit dem Unternehmen erfolgen?
11. Wird zur Kontaktaufnahme explizit aufgefordert?
12. Welche Ansprechpartner werden benannt?
13. Gibt es gesonderte interaktive Aktionsbereiche (Chat, Tests, Newsgroup)?
14. Werden Informationsmaterialien zur Berufsorientierung angeboten – wenn ja, welche?

Untersuchte Stellenbörsen mit Angeboten von Ausbildungsplätzen

Arbeitsamt

www.arbeitsamt.de

Betriebliche und schulische Ausbildungsangebote. (extra: Ausbildungsstellen in Österreich und Südtirol) Suche nach Beruf und Wirtschaftsraum.

Deutscher Stellenmarkt

www.deutscher-stellenmarkt.de

Extra Rubrik für Ausbildungsstellen, nach Region unterteilt.

Hotel-Career

<http://www.hotel-career.de>

Ausbildungsstellen nach guten Suchkriterien (auch mit Mehrfachauswahl), Suche in verschiedenen Branchen wie Hotel und Gastronomie möglich.

Hightextverlag- iBusiness

www.ibusiness.de/jobs/

Extra Rubrik für Ausbildungsangebote und Gesuche aus den Bereichen Internet, online und interaktive Medien; Gesuche: kostenlos (geringes Angebot)

Jobchance Callcenter

<http://www.jobchance-callcenter.de>

Spezielle Angebote in Callcentern und Informationen zu diesem Tätigkeitsbereich. Arbeit teilweise auch ohne Ausbildung und Berufserfahrung möglich.

JobExpress

<http://www.jobexpress.com/>

Angebot einer Personalvermittlung aus Böblingen. Ausbildungsstellensuche nach Branche und Postleitzahl. (geringes Angebot)

Jobscout

<http://www.jobscout24.de>

Stellenbörse für Deutschland / Österreich und die Schweiz, verschiedene Suchmöglichkeiten, Informationen zu den Firmen, Viele aktuelle Ausbildungsstellen vorhanden.

Jobline

<http://www.jobline.de>

Datenbank mit Stellenangeboten, außerdem Angebote für Berufseinsteiger ohne Berufserfahrung und Praktikumsplätze, Karriereberatung. Suche nach Berufsfeld und Region.

Jobpilot

<http://www.jobpilot.de/>

Sehr detaillierte Suchfunktion in vielen Branchen, Regionen und Berufsfeldern, Angebote für Praktika, Ausbildungsplatz / Lehrstelle und Studentenjobs.

JOBWorld

<http://www.jobworld.de>

Europas Meta-Suchmaschine für den Stellenmarkt. Bei Suchbegriff bitte Ausbildungsplatz eingeben.

Mamas.de -Arbeitsmarkt Online

<http://www.mamas.de/>

Übersichtlich und informativ kann zu Bereichen, Regionen oder zu Ausbildung / Lehre recherchiert werden; ein elektronisches Chiffre Postfach dient der anonymen Kontaktaufnahme mit potentiellen Arbeitgebern

Karriereführer online

<http://www.karrierefuehrer.de>

Neben der Stellensuche gibt es auf den Websites News zu Uni und Beruf. Außerdem Angebot von Praktika. Unter Jobs Suchmöglichkeit für Ausbildungsplatz / Lehrstelle (Suche nach Berufsfeld)

Öko-Job Börse

<http://www.oekotest.de/>

Unter der Rubrik JobBörse sind Angebote für Praktika und Ausbildung aus den Bereichen Umwelt und Gesundheit zu finden; Gesuche: kostenlos.

Praktikum.de

<http://www.praktikum.de>

Komplexe Datenbank für Praktikum in Deutschland und weltweit; ergänzt durch Links rund um Studium / Beruf.

Stellenanzeigen.de

www.stellenanzeigen.de/

Angenehm gestaltete Stellenbörse mit umfangreichen Suchfunktionen; Bewerbungstipps; Unter Berufseinstiegsbörse findet sich eine Möglichkeit nach Ausbildungsplätzen und Praktika zu suchen. Gesuche: kostenlos.

Stellenmarkt

www.stellenmarkt.de/

Ausführliches Suchformular; bei Angebote / Suche / Fach bitte Aus- und Weiterbildung wählen; Gesuche: kostenlos.

WorldWideJobs

<http://www.wwj.de/>

Angebote u.a. aus Deutschland, England, Frankreich, Schweiz, Österreich und den USA sowie Angebote für Trainee- und Praktikumsplätze; Bei Schnellsuche Ausbildungsplatz eingeben! Suche erfolgt nach Firmen und alphabetisch sortiert.