



Nürnberg, den 11. Juni 2008

„Perspektiven einer arbeitsmarktbezogenen Berufsforschung in Deutschland“
Workshop des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB)
und des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB)

Joachim Gerd Ulrich
Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn

Berufsbezeichnungen und ihre Bedeutung bei der Berufswahl von Jugendlichen

**Anmerkungen und Untersuchungsergebnisse
aus psychologischer Perspektive**



Anlass der Studie

Beobachtungen aus dem Ordnungsgeschäft, dass sich offenbar die Nachfrage nach Berufen im Zuge der Umbenennung von Berufen verändert (Bsp. Mediengestalter für Digital- und Printmedien, in den Berufe wie Schriftsetzer und Reprohersteller aufgingen).

Sorge der Wirtschaft, nicht genügend geeignete Bewerber zu finden:

„Und ich würde sogar prognostizieren, dass allein dieser mehr nach Zukunft klingende Name ‚Medienhändler‘, der sich vom Image des in vielen Augen verstaubten Buchhändlers wegbewegt, für mehr Interesse am Berufsbild sorgen könnte“ (Gerd Wehling in der Ausgabe 10/2002 der Zeitschrift „Buchhändler heute“).

Hinweise aus Studien aus dem angloamerikanischen Raum

Smith, Hornsby, Benson & Wesolowski (1989): Bei konstant gehaltenen Tätigkeitsbeschreibungen führen unterschiedliche Berufsbezeichnungen (executive secretary, secretary, clerk typist) zu unterschiedlichen Tätigkeitsbewertungen (z.B. in Hinblick auf die mit dem Beruf verbundene Kompetenz und den Handlungsspielraum).

Wright, Wood & Lee (1996): Berufsbezeichnungen aktivieren Stereotype, die stärker differenzierende Informationen (zu Dauer und Niveau der Ausbildung) überlagern können.

Greenberg & Ornstein (1983): Mitarbeiter halten ihre Leistung trotz Unterbezahlung aufrecht, wenn sie einen neuen prestigeträchtigen Titel erhalten.

O;Bryant, Durrett & Pennebaker (1980): Typisch weibliche Berufe werden von Mädchen positiver in Hinblick auf Prestige und gesellschaftliche Bedeutung eingeschätzt als von Jungen.



Übersicht über die durchgeführten Untersuchungen

	Winter 2003/2004	Ende 2004	Frühjahr 2005	Sommer 2005	Herbst 2005
Art der Erhebung	schriftliche Befragung in Schulen	schriftlich-postalische Befragung	schriftliche Befragung in Schulen	halbstandardisierte Interviews	schriftliche Befragung in Schulen
Zielgruppe	west- und ostdeutsche Schüler der Abgangsklassen aus Haupt- und Realschulen, Gesamtschulen und der 9./10. Klasse in Gymnasien	gemeldete Ausbildungsstellenbewerber des Jahres 2004 aus allen Regionen Deutschlands	west- und ostdeutsche Schüler der Abgangsklassen aus Haupt- und Realschulen, Gesamtschulen, aus den Klassenstufen 9-12 in Gymnasien	Auszubildende in West- und Ostdeutschland	nordrhein-westfälische Schüler der Abgangsklassen aus Haupt- und Realschulen, Gesamtschulen und der 9./10. Klasse in Gymnasien
Stichprobengröße	n = 563	n = 4.911	n = 3.001	n = 40	n = 530
Themen der Befragung	berufliches Selbstkonzept, Berufskonzepte, vermutetes Fremdimage von Berufsinhabern, subjektive Vertrautheit mit Berufen, berufliche Neigungen, Freizeit- und schulische Interessen	allgemeiner Umgang mit Berufsbezeichnungen im Kontext der Berufswahl, Einstellung zu „traditionellen“ Bezeichnungen, zu „ver-englischten“ Bezeichnungen und zu Berufsbezeichnungen, die ausschließlich nach technischer Arbeit klingen	berufliches Selbstkonzept, Berufskonzepte, vermutetes Fremdimage von Berufsinhabern, subjektive Vertrautheit mit Berufen, berufliche Neigungen, Freizeit- und schulische Interessen	Signal-, Selektions- und Selbstdarstellungsfunktion von Berufsbezeichnungen	Ausbildungspläne, allgemeiner Umgang mit Berufsbezeichnungen, berufliches Selbstkonzept, Berufskonzepte, vermutetes Fremdimage von Berufsinhabern, subjektive Vertrautheit mit Berufen, berufliche Neigungen, Freizeit- und schulische Interessen
Berücksichtigte Berufsbezeichnungen	Einzelhandelskauffrau, Fachmann/-frau für Systemgastronomie, Fachkraft für Rohr-, Kanal- und Industrieservice (m), Fachverkäuferin im Nahrungsmittelhandwerk, Gebäudereiniger/in, Gesundheits- und Krankenpfleger/in, IT-Systemelektroniker/in, Krankenpfleger, Krankenschwester, Kfz-Mechaniker, KFZ-Mechatroniker, Mediengestalterin für Digital- und Printmedien, Servicefachkraft für Kurier-, Express- und Paketdienste (m), Zahnarzthelferin, Zahnmedizinische Fachangestellte, Zerspanungsmechaniker	entfällt	Arzthelfer/in, Bäcker/in, Bankkaufmann/-frau, Bürokaufmann/-frau, Chemikant/in, Elektroniker/in, Fachinformatiker/in, Fachkraft für Lagerlogistik (m/w), Fachkraft für Lagerwirtschaft (m/w), Friseur/in, Gestalter/in für visuelles Marketing, Industriekaufmann/-frau, Industriemechaniker/in, Landwirt/in, Maler und Lackierer/in, Mechatroniker/in, Rechtsanwaltsfachangestellte/r, Schauerbegestalter/in, Teilezurichter/in, Verkäufer/in*	Bauwerksmechaniker/in für Abbruch und Betontrenntechnik, Fachkraft für Agrarservice (m/w), Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft (m/w), Fachkraft für Lagerlogistik (m/w), Fachkraft für Lagerwirtschaft (m/w), Fachkraft für Wasserversorgungstechnik (m/w), Gebäudereiniger/in, Gestalter/in für visuelles Marketing, Medizinische/r Angestellte/r, Papiertechnologe/in, Schauerbegestalter/in, Servicefachkraft für Dialogmarketing (m/w), Sport- und Fitnesskaufmann/-frau, Technische/r Produktdesigner/in*	Bauwerksmechaniker/in für Abbruch und Betontrenntechnik, Bestattungsfachkraft (m/w), Schädlingsbekämpfer/in, Kaufmann/-frau für Dialogmarketing, Kaufmann/-frau für Freizeit und Tourismus, Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit, Medizinische/r Angestellte/r, Servicefachkraft für Dialogmarketing, Technische/r Produktdesigner/in
<p>* Darüber hinaus wurden in der Frühjahr- und Herbstbefragung 2005 die subjektive Vertrautheit und die beruflichen Neigungen in Hinblick auf folgende Berufe erfasst: Goldschmied/in, Informations- und Telekommunikationssystem-Elektroniker/in, Kaufmann/-frau im Einzelhandel, Koch/Köchin, Kraftfahrzeugmechatroniker/in, Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien, Tischler/in, Zahnmedizinische/r Fachangestellte/r</p>					



1. Teilfunktionen von Berufsbezeichnungen

1.1. Informationsreduktionsfunktion (Filterfunktion)

1.1.1 Theoretische Anknüpfungen:

Belastungs- und entscheidungstheoretische Ansätze, Theorie des ersten Eindrucks

1.1.2 Empirische Hinweise

1.2. Signalfunktion: Kongruenz zwischen Selbst- und Berufskonzept

1.2.1 Theoretische Anknüpfungen:

Berufswahltheorien (Holland, Super)

1.2.2 Empirische Hinweise

1.3. Selbstdarstellungsfunktion

1.3.1 Theoretische Anknüpfungen:

Identitätspsychologie, Selbstkonzeptforschung, Impression-Management-Theorie

1.3.2 Empirische Hinweise

2. Überprüfung des Gesamtmodells

2.1. LISREL-Modell

2.2. Ein Beispiel

3. Praktische Implikationen und Zusammenfassung



Berufsbezeichnungen und ihre Bedeutung bei der Berufswahl von Jugendlichen





Berufsbezeichnungen und ihre Bedeutung bei der Berufswahl von Jugendlichen

Formelle Funktionen im Auswahlprozess	Subjektive Auswahlkriterien	Theoretische Bezüge
Informations-reduktionsfunktion (Filterfunktion)	Rasche Ausfilterung des „Unwesentlichen“ Eindeutige und sichere Einschätzbarkeit des „Wesentlichen“	Belastungs- und entscheidungstheoretische Ansätze, Theorie des ersten Eindrucks
Signalfunktion	Hohe Übereinstimmung Situation-Persönlichkeit	Kongruenztheorien der Berufswahl (Holland, Super)
	Effektiver Beitrag zur Selbstdarstellung im sozialen Raum	Identitäts- und Selbstkonzepttheorien, Impression-Management-Theorie



1. Berufsbezeichnungen als „Filter“ bei der Informationssuche

Berufswahl als Prozess der „eingeschränkten Rationalität“ (Beinke 1998)

Thesen:

Nicht nach objektiv optimalen Alternativen wird gesucht, sondern nach subjektiv zufriedenstellenden Lösungen.

Die Phase der „Lehrstellensuche“ wird oft als belastend erlebt und ist mit Versagensängsten verbunden.

Überforderungsgefühle entstehen durch eine Vielzahl an Informationen, Optionen und Risiken.

Um Entscheidungen vorzubereiten und überhaupt erst möglich zu machen, muss die Komplexität der Situation rasch verringert werden.

Berufsbezeichnungen haben hier eine wichtige Funktion:

Bezeichnungen, die unattraktiv klingen und/oder sich nur mit diffusen, unsicheren Vermutungen über die tatsächliche Berufsrolle verbinden, werden oft keiner genauen Prüfung mehr unterzogen.

Theorie des „ersten Eindrucks“

universal: berührt alle relevanten Einstellungsobjekte, seien es Menschen, Waren, Titel

kurzfristig: bildet sich innerhalb kürzester Zeit

sparsam: entsteht auf Basis nur weniger Informationen

unmittelbar: stellt sich spontan ein und kann rational nicht gesteuert werden

affektiv: ist vorrangig emotionaler Natur und äußert sich in grundsätzlicher Zustimmung oder Ablehnung

„**richtig**“: ist subjektiv valide, neigt zur Verfestigung inkl. selektiver Informationsaufnahme und –verarbeitung

einprägsam: bleibt im Gedächtnis haften

In Anlehnung an:
Bergler/Hoff (2001)



1. Berufsbezeichnungen als „Filter“ bei der Informationssuche

“Wenn auf so einer Liste ‚Petalmechaniker‘ dabei ist, da kann ich mir nichts vorstellen unter dem Wort, das fliegt bei mir sofort in die Ecke!”

“Erst mal wegschauen bei Unbekanntem, weil es ja genug anderes (Interessantes) gibt.“

„Ich finde die heutige Berufsnennung durch englische Worte schwachsinig. Denn gerade meist dadurch verunsichert es einen Bewerber und man hat Scheu davor.“

„Berufe, die eine beschönigende Bezeichnung erhalten, um attraktiver zu klingen als sie sind, und englische Berufsbezeichnungen finde ich nicht o.k. Sie sagen zu wenig aus und lenken ab. Außerdem sollte man meiner Meinung nach deutsche Begriffe und Wörter erhalten und nicht so vieles durch englische ersetzen.“

	Befragte insgesamt		darunter:								
			ohne Abschluss, sonstige		Hauptschulabschluss		mittlerer Abschluss bis hin zur FHR ¹⁾		Hochschulreife		
	w	m	w	m	w	m	w	m	w	m	
Umgang mit unbekanntem Berufsbezeichnungen											
■ ich bin öfter auf Berufsbezeichnungen gestoßen, unter denen ich mir überhaupt nichts vorstellen konnte	50	43	52	42	43	42	52	43	55	44	
■ wenn mir eine Bezeichnung nichts sagte, habe ich mich damit auch nicht näher beschäftigt	20	20	17	23	23	20	20	19	14	16	
■ wenn der Name eines mir unbekanntem Berufs attraktiv klang, habe ich versucht, mehr über diesen Beruf zu erfahren	58	48	49	37	49	45	60	51	74	49	
Allgemeine Attraktivitätsaspekte											
■ die Bezeichnungen neuer Berufe gefallen mir meist besser als altbekannte Namen wie Schornsteinfeger/in, Bäcker/in oder Tischler/in	18	18	15	13	19	19	19	19	17	13	
■ ich finde englische, internationale Bezeichnungen oft attraktiver als die deutschen Namen (z.B. „Sales Manager“ anstelle von „Verkaufsleiter“)	17	10	7	3	14	9	19	11	22	14	
■ Berufsbezeichnungen, die ausschließlich nach technischer Arbeit klingen, sprechen mich nicht an	32	10	36	6	26	9	34	12	35	14	
Personen insgesamt (n)	2229	2367	81	157	635	913	1276	1169	237	128	
¹⁾ FHR = Fachhochschulreife Ungewichtete Berechnung auf Basis der gültigen Fälle Quelle: BA/BIBB-Bewerberbefragung Ende 2004											



2. Berufsbezeichnungen als Signale des Entsprechungsgrades zwischen Person und Umwelt

Hollands Theorie des Berufswahlverhaltens (1950)

Berufe sind Umwelten, die den Menschen Möglichkeiten verschaffen, ihrer jeweiligen Persönlichkeitsstruktur (Interessen, Fähigkeiten) Ausdruck zu verleihen. Die Jugendlichen bevorzugen jene Berufe, die ihnen eine persönlichkeitskongruente Arbeit signalisieren. Vgl. Hollands Vocational Preference Inventory (VPI).

Realistisch (realistic, R)

... bevorzugen Tätigkeiten, die körperliche Kraft, Aggressivität, motorische Koordination und Geschicklichkeit erfordern. Sie lieben konkrete, klar abgegrenzte Probleme. Sie verausgaben sich lieber körperlich, sie lieben es weniger, Probleme zu durchdenken (Bsp.: Maurer, Landwirt)

Intellektuell (investigative, I)

... sind ausgesprochen aufgabenorientiert. Sie denken lieber Probleme durch als sich körperlich zu verausgaben. Sie haben das Bedürfnis, die Welt zu strukturieren und zu verstehen. Sie besitzen etwas unkonventionelle Einstellungen und Werthaltungen (Bsp.: Physiker, Mathematiker).

Sozial (social, S)

... bevorzugen lehrende und therapeutische Rollen. Sie verfügen über gute verbale und soziale Fertigkeiten. Sie werden als verantwortungsvoll und sozial orientiert bezeichnet (Bsp.: Sozialarbeiter, Lehrer).

Konform (conventional, C)

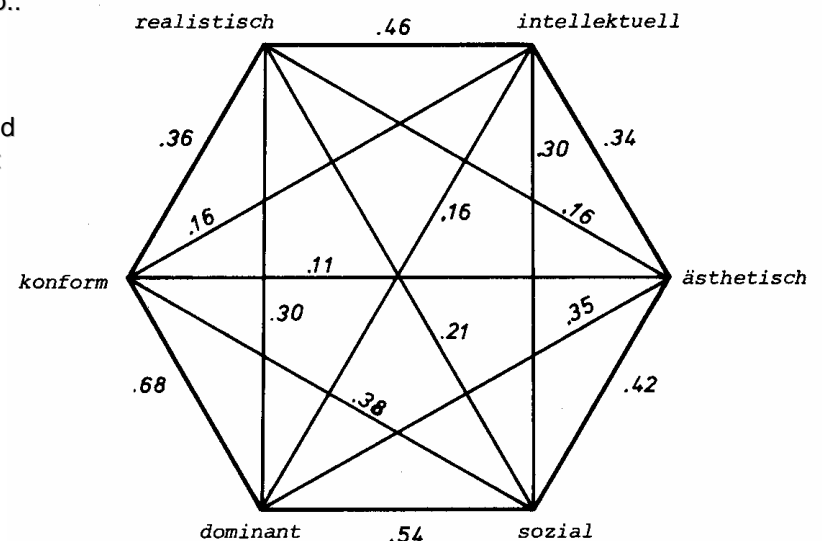
... bevorzugen strukturierte verbale und numerische Tätigkeiten und Rollen, die Unterordnung implizieren. Sie erreichen ihre Ziele durch Konformität (Bsp.: Verwaltungsfachangestellter, Buchhalter).

Dominant (enterprising, E)

... benutzen ihre verbalen Fähigkeiten am liebsten in Situationen, die ihnen Gelegenheit zur Dominanz, zum Verkaufen und zur Führung anderer bieten. Sie betrachten sich selbst als starke Führungspersönlichkeiten (Bsp.: Kaufmann).

Ästhetisch (artistic, A)

... bevorzugen im Allgemeinen direkte Beziehungen zu anderen. Sie setzen sich mit Umweltproblemen durch Selbstaussdruck in künstlerischen Medien auseinander (Bsp.: Steinmetz, Musiker).



Hollands Hexagonalmodell der Beziehungen zwischen den verschiedenen Persönlichkeitstypen (Umwelttypen)

2. Berufsbezeichnungen als Signale des Entsprechungsgrades zwischen Person und Umwelt

Namensbestandteil	Ausb. gänge	Anfänger	Merkmale der Ausbildungsanfänger					
			männlich	weiblich	Hauptschulabschluss	Realschulabschluss	Studienberechtig	sonstiger Abschluss
arbeiter	8	3.814	99	1	60	22	0	18
bau	59	30.554	94	6	46	35	7	13
bauer	38	20.867	94	6	43	37	8	12
büro	5	36.855	22	78	17	53	15	15
chem	6	3.649	56	44	18	58	13	11
edelstein, diamant, gold, schmuck	4	439	24	76	23	30	23	24
elektr	21	29.690	97	3	20	58	8	14
fach	52	100.017	65	36	27	44	16	13
fachangestellte/r	14	43.441	21	79	7	58	26	9
führer/in	8	843	88	12	58	30	2	10
gestalt	9	5.508	42	58	8	35	41	16
glas	10	1.014	69	31	39	45	7	9
handel, händler	8	46.397	56	44	31	30	23	15
helfer/in, hilf	3	18.202	1	99	27	52	13	8
holz	7	1.557	70	30	29	48	11	12
industr	18	36.006	86	14	30	48	7	15
informat	14	19.027	81	19	11	44	31	14
kaufmann/kauffrau	33	143.000	40	60	10	35	40	15
mechanik	62	64.870	95	5	42	40	3	16
medien	12	5.960	44	56	7	36	44	13
metall	9	9.884	90	10	53	35	2	10
mode, modist	3	1.081	3	97	30	33	13	24
monteur/in	6	909	99	1	53	33	1	13
labor	13	2.949	35	65	13	55	22	10

2. Berufsbezeichnungen als Signale des Entsprechungsgrades zwischen Person und Umwelt

	Anteil unter den Befragten, der den jeweiligen Aspekt als sehr typisch für den Beruf bezeichnet (in %)			
	Gesundheits- und Kranken- pfleger/in		IT-System- Elektroniker/in	
	w	m	w	m
Bereich 1: Übernahme anspruchsvoller und verantwortungsvoller Aufgaben				
■ die eigenen geistigen Kräfte beruflich voll einsetzen	59	34	47	51
■ sich beruflich neuen Herausforderungen stellen	52	32	40	53
■ verantwortungsvolle Aufgaben bewältigen	85	62	35	53
■ eigene Kenntnisse und Fähigkeiten weiterentwickeln	56	31	72	65
■ eigene Ideen bei der Arbeit verwirklichen	27	19	40	49
Bereich 2: sozial-kommunikative Orientierung				
■ mit anderen Menschen zusammenarbeiten	92	67	29	33
■ beruflich mit Menschen in Kontakt kommen	90	74	39	45
■ anderen Menschen helfen	95	76	25	34
■ sich bei der Arbeitsaufgabe bewegen können	79	49	20	20
■ zum Wohle der Gemeinschaft arbeiten	84	67	25	38
Bereich 5: Autonomiestreben				
■ sich selbständig machen können	22	15	60	44
■ die Arbeit selbständig planen	25	15	32	37
■ die Arbeitsaufgaben selber einteilen	29	13	35	31
■ die einzelnen Tätigkeiten an wechselnden Orten ausführen	41	22	33	37
■ abwechslungsreiche Tätigkeiten ausüben	54	21	19	45

N = 225. Beurteilungsunterschiede zwischen Jungen und Mädchen, die bei einseitiger Testung auf dem Fünf-Prozent-Niveau signifikant sind, sind farblich unterlegt. Die Gliederung nach Bereichen folgt den Ergebnissen einer Hauptkomponentenanalyse der beruflichen Interessen der Schüler.

3. Berufsbezeichnungen und ihr Beitrag zur Selbstdarstellung

Plutarch (45-125 n.Chr.)

griechischer Philosoph und Schriftsteller, Inhaber zahlreicher öffentlicher Ämter (u.a. Priester am Apollontempel in Delphi), **so auch: Leiter des öffentlichen Bauwesens in seiner Heimatstadt Chaironeia**



Plutarch - Kupferstich von Johann Rudolf Holzhalb (1723-1806)
Bildquelle: wikipedia.de

„Wenn ich nun bei der Vermessung von Ziegeln oder der Zufuhr von Mörtel und Steinen anwesend bin und man mir deshalb Vorhaltungen machen will, so wehre ich mich umgekehrt mit den Worten: ‚Ich tue es ja nicht für mich, sondern für meine Vaterstadt‘.

(...)

Deshalb verdient Epameinondas Anerkennung, dass er sein Amt als Straßenmeister, zu dem die Thebaner ihn zum Spott und Hohn gewählt hatten, nicht vernachlässigte, sondern sagte: ‚Nicht allein das Amt ehrt den Mann, sondern auch der Mann ehrt das Amt.‘

Auf solche Weise machte er das Amt, das vorher nur die Aufsicht über die Reinigung der engen Gassen und die Sorge für den Abfluss des Wassers bedeutet hatte, zu einer wichtigen, angesehenen Stellung.

(...)

Wenn allerdings jemand sich viel zu seinem eigenen Nutzen mit solchen Kleinigkeiten abgibt, so mag er ein armer Filz sein.“

„In der Wahrnehmung durch andere – der Fremdidentifizierung des Einzelnen – werden Beruf und Person oft tendenziell in eins gesetzt, wird im Beruf ein Indikator dafür gesehen, ‚wer die Person ist‘. Der Beruf wird dann zum Filter, durch den hindurch eine Person wahrgenommen, beurteilt und taxiert wird.

An ihn schließen sich Identitätshypothesen an, Stereotype und Images. Auch unter diesem Aspekt bildet der Beruf einen wesentlichen ‚Kristallisationspunkt sozialer Identität‘, muss sich jede Selbstdefinition des Arbeitenden mit den darin enthaltenen Identitätszumutungen auseinandersetzen.“

Aus: Gildemeister, Regine; Robert, Günther (1987): Probleme beruflicher Identität in professionalisierten Berufen. In: Frey, Hans-Peter; Haußer, Karl (Hrsg.): Identität. Stuttgart: Enke. S. 71-87. Hier: S.73

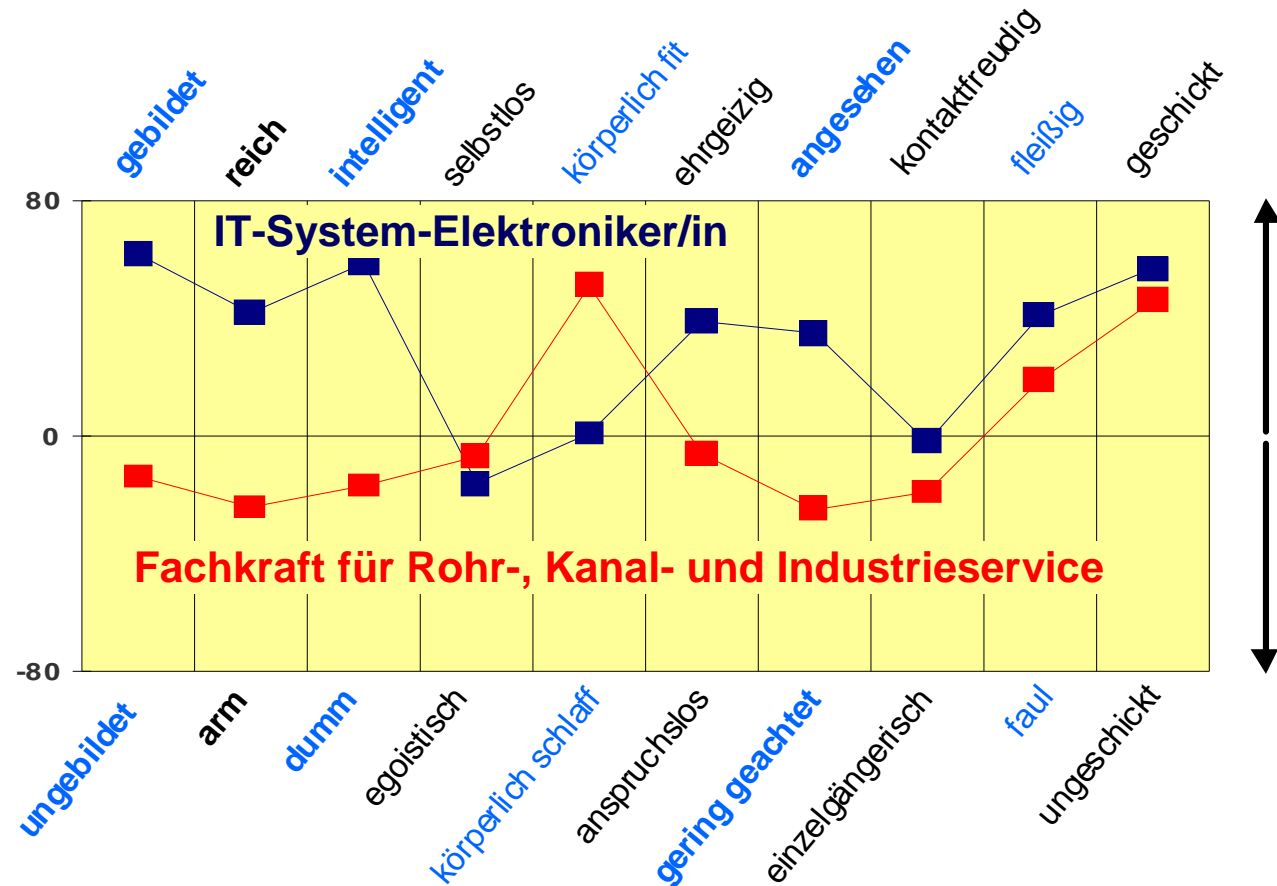


3. Berufsbezeichnungen und ihr Beitrag zur Selbstdarstellung

Jugendliche bevorzugen Berufe,

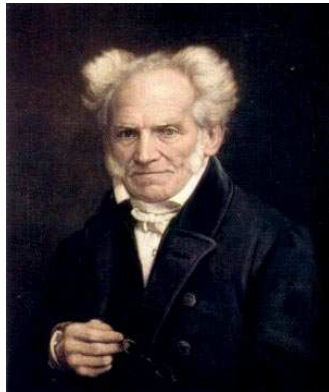
- von denen sie vermuten, dass deren Tätigkeiten und Erträge ihren Vorstellungen entsprechen
- die ihnen vertraut erscheinen
- von denen sie sich einen guten Eindruck bei anderen versprechen

Vermutungen von Jugendlichen, wie andere denken über die Berufsinhaber:



Stichproben: n = 108 Jungen und Mädchen (welche den/die IT-System-Elektroniker/-in einstuften)
und n = 54 Jungen (welche die Fachkraft für Rohr-, Kanal- und Industrieservice einstuften)

3. Berufsbezeichnungen und ihr Beitrag zur Selbstdarstellung



Arthur Schopenhauer
im Jahr 1859
Bildquelle: wikipedia.de

„Wenn man hingegen sieht, wie **fast alles**, wonach Menschen, ihr Leben lang, mit rastloser Anstrengung und unter tausend Gefahren und Mühseligkeiten, unermüdlich streben, **zum letzten Zwecke hat, sich dadurch in der Meinung anderer zu erhöhen**, indem nämlich nicht nur **Ämter, Titel und Orden**, sondern auch Reichtum, und selbst Wissenschaft und Kunst, im Grunde und hauptsächlich **deshalb angestrebt werden**, und der **größere Respekt anderer das letzte Ziel ist, darauf man hinarbeitet**; so beweist dies leider nur die Größe der menschlichen Torheit.“

Arthur Schopenhauer, 1851

„Kenn' ich. Nach meinem Grundstudium habe ich mir überlegt, zur Betriebswirtschaftslehre zu wechseln, aber ‚Diplom-Kaufmann‘ klang für mich zur sehr nach ‚Supermarktkasse‘. Also Volkswirtschaftslehre, weil man sich dann „Ökonom“ nennen darf“ (ein Diskussionsteilnehmer zum Thema im Internet).

Impression Management-Theorie

„Ihre zentrale Annahme besagt, dass Personen ständig bemüht sind, den Eindruck, den sie auf andere Personen machen, zu kontrollieren bzw. zu steuern“ (Mummendey & Bolton, 1985, S. 57).

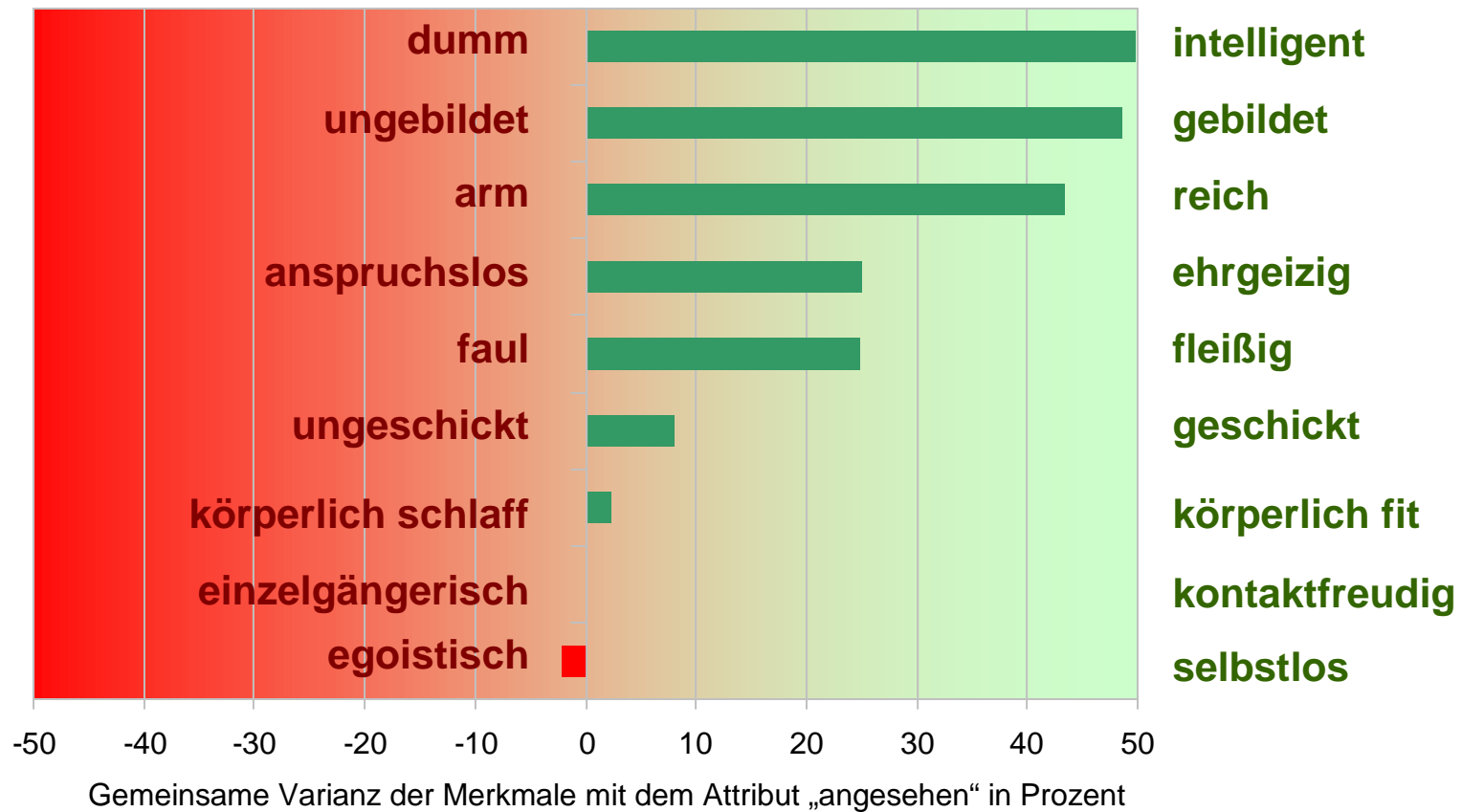
	Techniken der Selbstdarstellung *	
	assertiv (energisch, offensiv)	defensiv (sich verteidigend)
kurzfristige Taktiken	schmeicheln, nett sein	sich als nicht verantwortlich darstellen
	sich bescheiden geben	sich rechtfertigen
	konforme Meinungen äußern	sich entschuldigen
	einschüchtern	
langfristige Strategien	durch Habitus/Kleidung Status signalisieren	sich als hilflose Person darstellen
	sich betont einfach kleiden	sich als krank darstellen
	den Experten spielen	sich als Opfer äußerer Umstände darstellen
	Machtsymbole nutzen	

* In Anlehnung an: Tedeschi, Lindskold & Rosenfeld (1985)



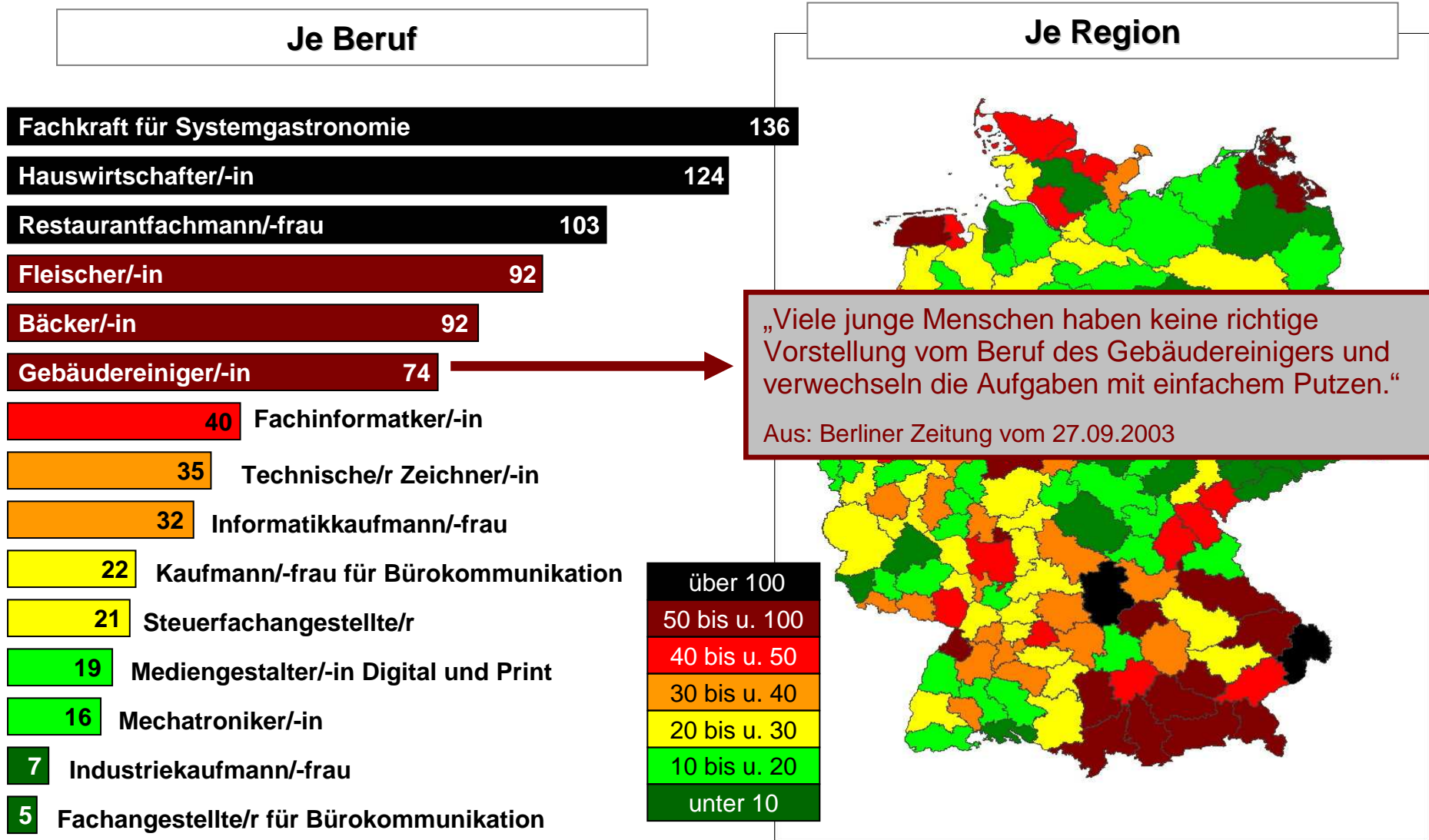
3. Berufsbezeichnungen und ihr Beitrag zur Selbstdarstellung

Welche Eigenschaften tragen aus Sicht der Jugendlichen dazu bei, dass Berufsinhaber als „angesehen“ in der Gesellschaft gelten?



2.951 < n < 2.974 Jugendliche aus allgemeinbildenden Schulen (Hauptschulen, Realschulen, Gymnasien, Gesamtschulen)

3. Berufsbezeichnungen und ihr Beitrag zur Selbstdarstellung



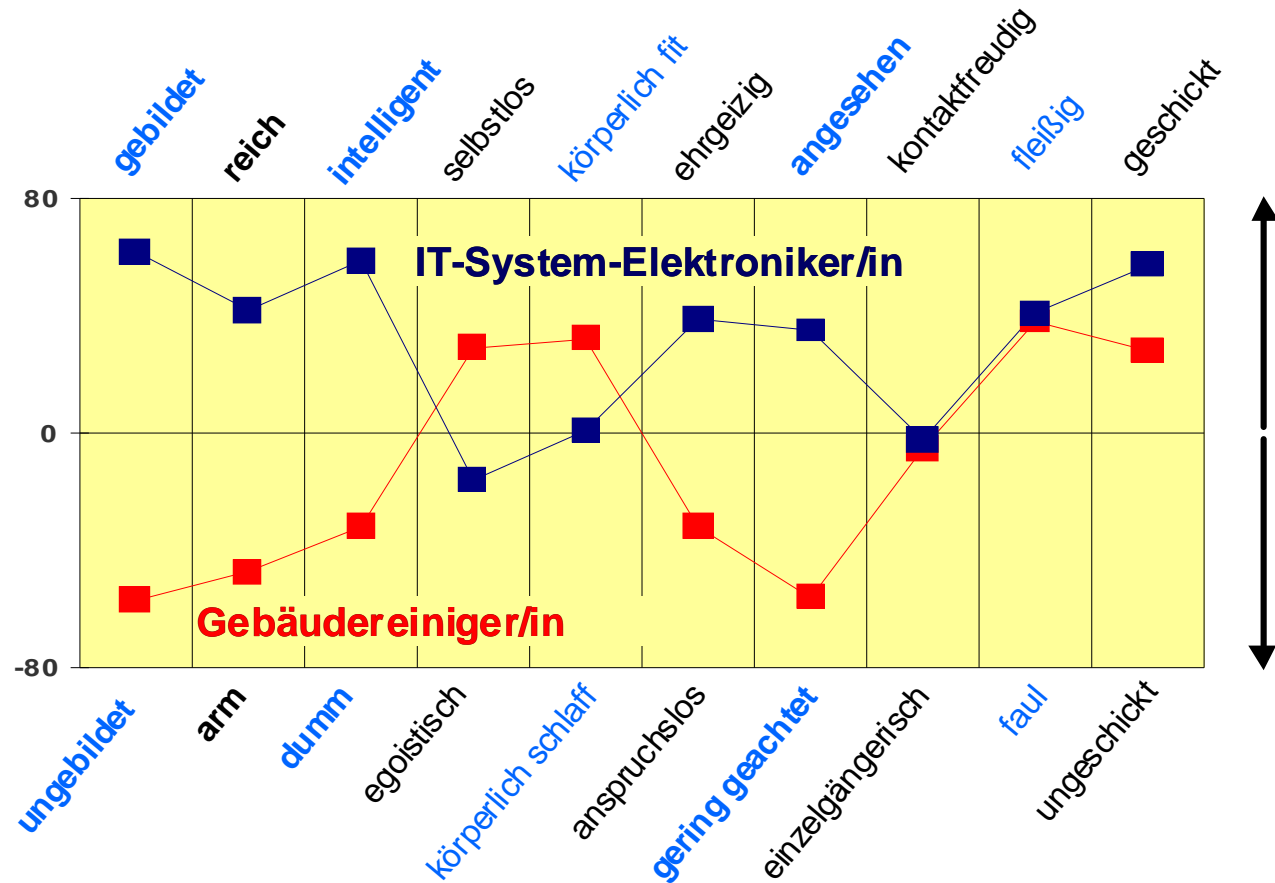
Zahl der unbesetzten Stellen je 1.000 Ausbildungsangebote (Stichtag: 30.09.2007)

3. Berufsbezeichnungen und ihr Beitrag zur Selbstdarstellung

Jugendliche bevorzugen Berufe,

- von denen sie vermuten, dass deren Tätigkeiten und Erträge ihren Vorstellungen entsprechen
- die ihnen vertraut erscheinen
- von denen sie sich einen guten Eindruck bei anderen versprechen

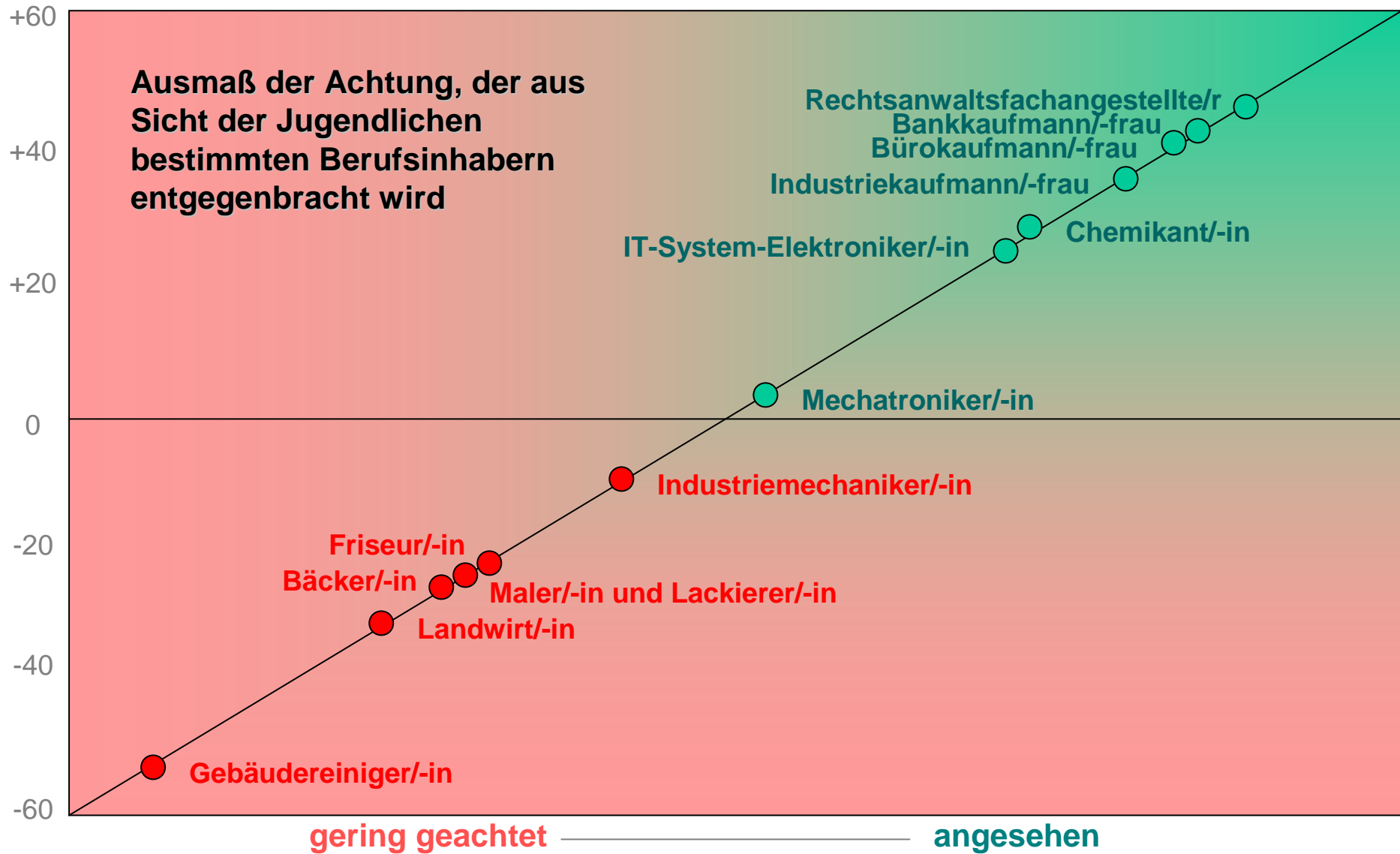
Vermutungen von Jugendlichen, wie andere denken über die Berufsinhaber:



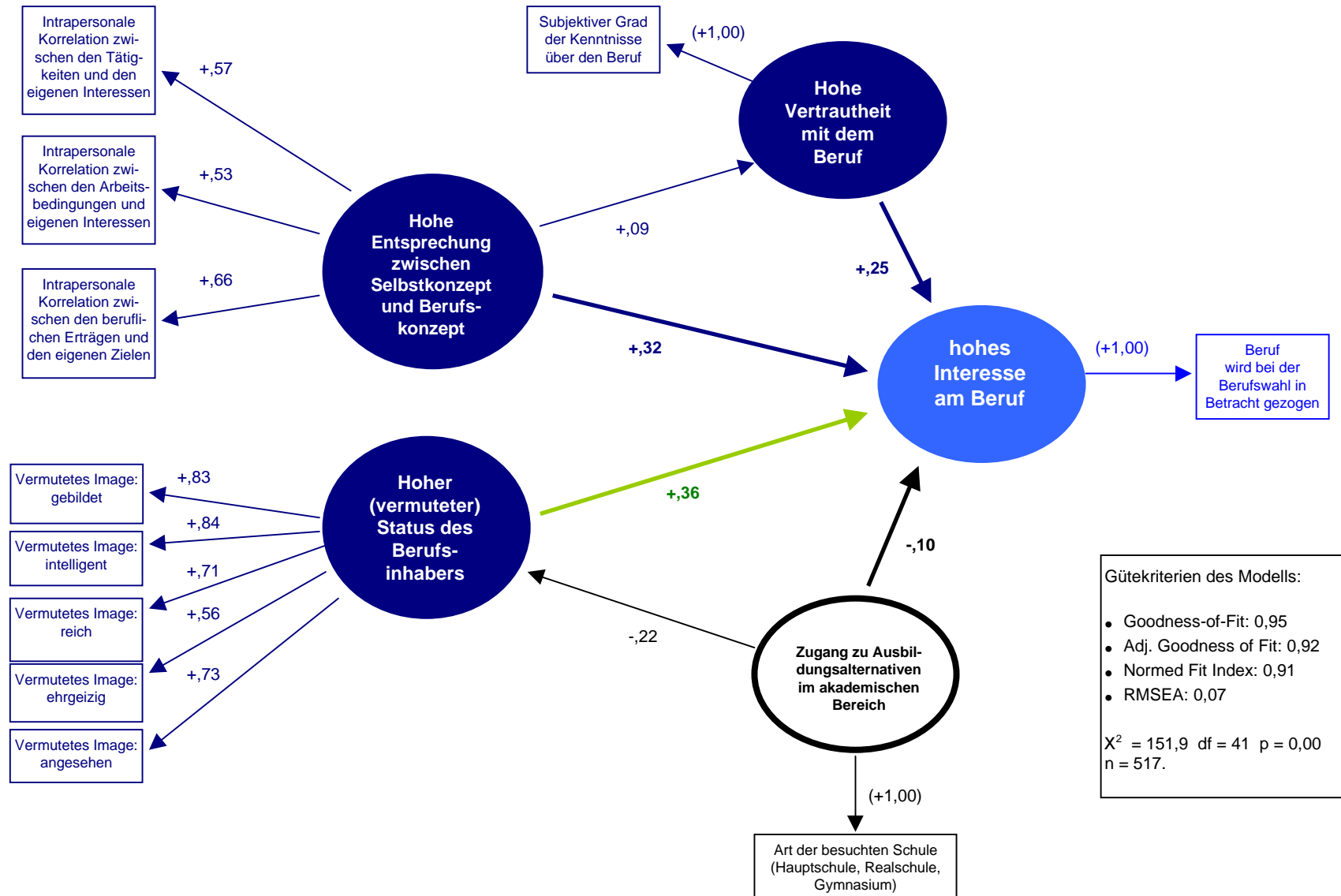
Stichproben: n = 108 Jungen und Mädchen (welche den/die IT-System-Elektroniker/-in einstuften)
und n = 104 Jungen und Mädchen (welche den/die Gebäudereiniger/-in einstuften)



3. Berufsbezeichnungen und ihr Beitrag zur Selbstdarstellung



Überprüfung des Modells








Überprüfung des Modells

	Einflussgrößen auf die Berufswahl			Anteil der Personen, die sich sehr gut vorstellen könnten, in diesem Beruf zu arbeiten ²⁾
	Mittlerer Fit zwischen Selbst- und Berufskonzept ¹⁾	Anteil der Personen, die von einem hohen Status ausgehen	Anteil der Personen, denen dieser Beruf sehr vertraut erscheint	
Mädchen				
■ Gesundheits- und Krankenpflegerin (n = 63)	r = +0,33	54 %	73 %	26 %
■ IT-System-Elektronikerin (n = 57)	r = +0,18	32 %	7 %	5 %
Jungen				
■ Gesundheits- und Krankenpfleger (n = 54)	r = +0,16	19 %	54 %	8 %
■ IT-System-Elektroniker (n = 51)	r = +0,32	50 %	31 %	31 %

¹⁾ Durchschnittlicher Korrelationskoeffizient
²⁾ Quote derer, die auf einer siebenstufigen Skala von 0 („auf gar keinen Fall“) bis 6 („das wäre mein Traumberuf“) für die 5 oder 6 entschieden haben



Praktische Schlussfolgerungen: Welche Funktionen müssen Berufe im Zuge der Berufswahl erfüllen, damit sie bei den Jugendlichen als attraktiv gelten?

Drei Funktionen:		
Kongruenzfunktion: Berufsbezeichnungen müssen eine hohe Übereinstimmung mit den eigenen Interessen und Zielen versprechen.	Berufsbezeichnungen als Hinweisschilder auf zentrale Informationen (Übereinstimmung Selbst- und Berufskonzept)	
Vertrautheitsfunktion: Berufsbezeichnungen sollten „eindeutig“ sein; sie müssen mit subjektiv ausreichender Sicherheit zu „validen“ Berufskonzepten führen.	Berufsbezeichnungen als Filter oder Sieb in der Informationsflut (Belastungstheoretische Ansätze, Theorie des „ersten Eindrucks“)	
Selbstdarstellungsfunktion: Berufsbezeichnungen müssen im positiven Sinne zur eigenen Selbstdarstellung beitragen können.	Berufsbezeichnungen als Visitenkarten im sozialen Raum (Identitätspsychologie, Impression-Management-Theorie)	



- Beinke, L. (1998): Zum Prozess der Berufswahl – Orientierungen und Ansätze. In: Schul-Management, 29 Jg., Heft 6. S. 33-35.
- Bergler, R.; Hoff, T. (2001): Psychologie des ersten Eindrucks. Die Sprache der Haare. Köln: Deutscher Instituts-Verlag.
- Gildemeister, R.; Robert, G. (1987): Probleme beruflicher Identität in professionalisierten Berufen. In: Frey, H.-P.; Haußer, K. (Hrsg.): Identität. Stuttgart: Enke. S. 71-87.
- Goffman, E. (1959): The presentation of the self in everyday life. Garden City, New York: Doubleday Anchor Books.
- Greenberg, J.; Ornstein, S. (1983): High status job titles as compensation for underpayment: a test of equity theory. In: Journal of Applied Psychology, 68. Jg. (7/1983). S. 285-297.
- Holland, John L. (1985): Making vocational choices. (2nd. ed.). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Mummendey, H. D.; Bolten, H.-G. (1985): Die Impression-Management-Theorie. In: Frey, D.; Irle, M. (Hrsg.): Theorien der Sozialpsychologie. Band III: Motivations- und Informationsverarbeitungstheorien. Bern, Stuttgart, Toronto: Huber. S. 57-77.
- Mummendey, H. D. (1995): Die Psychologie der Selbstdarstellung (2. überarb. und erw. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- O'Bryant, S.L.; Durrett, M.E.; Pennebaker, J.W. (1980): Sex differences in knowledge of occupational dimensions across four age levels. In: Sex Roles, 6. Jg. (3/1980). S. 331-337.
- Smith, B.N.; Hornsby, J.S.; Benson, P.G.; Wesolowski, M. (1989): What is in the name: the impact of job titles on job evaluation results. In: Journal of Business and Psychology, 3. Jg. (3/1989). S. 341-351.
- Super, Donald Edwin (1957): Psychology and Careers. New York: Harper & Row.
- Wright, J.C.; Wood, B.J.; Lee, C. (1996): Perceptions of job titles: interior decorator, interior designer and building designer or architect. In: Perceptual and Motor Skills, 83. Jg. S. 503-507.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Für Rückfragen erreichen Sie uns unter:

Dr. Joachim Gerd Ulrich
Tel.: 0228/107-1122
Fax: 0228/107-2955
ulrich@bibb.de

Bundesinstitut für Berufsbildung
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn
www.bibb.de

Literaturhinweise aus dem Projekt:

Krewerth, Andreas; Leppelmeier, Ingrid; Ulrich, Joachim Gerd (2004): Der Einfluss von Berufsbezeichnungen auf die Berufswahl von Jugendlichen. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, 1/2004, S. 43-47.

Krewerth, Andreas; Tschöpe, Tanja; Ulrich, Joachim Gerd; Witzki, Alexander (Hrsg.)(2004). Berufsbezeichnungen und ihr Einfluss auf die Berufswahl von Jugendlichen. Theoretische Überlegungen und empirische Ergebnisse (Berichte zur beruflichen Bildung, Heft 270). Bielefeld: Bertelsmann.

Ulrich, Joachim Gerd; Krewerth, Andreas; Eberhard, Verena (2006): Berufsbezeichnungen und ihr Einfluss auf die Berufswahl von Jugendlichen. Abschlussbericht zum Forschungsprojekt 2.3.103. URL: www2.bibb.de/tools/fodb/pdf/eb_23103.pdf

Ulrich, Joachim Gerd; Krewerth, Andreas; Tschöpe, Tanja (2004): Berufsbezeichnungen und ihr Einfluss auf das Berufsinteresse von Mädchen und Jungen. In: Sozialwissenschaften und Berufspraxis, 4/2004. S. 419-434.