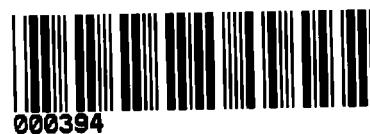


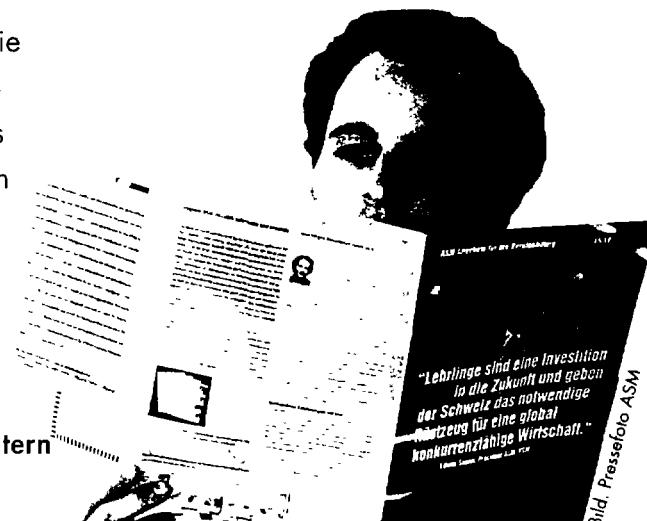
Broschüre über Berufsbildungsangebote

INFO-PARTNER



ASM unterstützt Lehrstellenkampagne des Bundes

Der ASM Arbeitgeberverband der Schweizer Maschinenindustrie unterstützt die Lehrstellenkampagne des Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie BBT. Rund 71 % der Mitgliedfirmen des ASM bilden Lehrlinge aus, weshalb der Verband den Mitgliedern und Dritten zahlreiche Hilfsmittel für die Berufsbildung anbietet. In einem auf die Lehrstellenkampagne des BBT abgestimmten Informationsblatt stellt der ASM diese Angebote vor.



Bekenntnis zur Lehrlingsausbildung

Edwin Somm, Präsident der Branchenverbände der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie ASM/VSM, bekennt sich auf der Titelseite des neuen Informationsblattes zur Lehrlingsausbildung: «Lehrlinge sind eine Investition in die Zukunft und geben der Schweiz das notwendige

Verbandsangebote erleichtern die Lehrlingsausbildung

Der ASM betont die Wichtigkeit der Berufslehre für die langfristige Sicherung des Wirtschaftsstandortes Schweiz und zeigt auf, wie er als innovativer Verband – erst kürzlich legte der ASM eine tiefgreifende Reform seiner Berufslehren vor –

Der ASM informiert mit einer speziellen Broschüre über Berufsbildungs-Angebote.

auszubilden. Der ASM informiert auf eigene Kosten im Rahmen der Aktion des BBT und erhofft sich von der Motivationskampagne eine Vergrösserung des Lehrstellenangebotes.

Wenn dank der Kampagne neue Unternehmen für die Lehrlingsausbildung gewonnen werden können, erubrigt sich auch die Einführung fragwürdiger Zwangsregelungen und burokratischer Vorschriften in der Berufsbildung.

Das bisherige System der freiwilligen Berufsausbildung hat sich bewährt und die hohe Qualität der Ausbildung von Schweizer Berufsleuten erfolgreich zu sichern vermocht.

ASM

Rüstzeug für eine global konkurrenzfähige Wirtschaft.» Mit diesem Appell unterstützen Edwin Somm und weitere prominente Vertreter der Maschinenindustrie die Lehrstellenkampagne des Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie BBT.

Im ASM Arbeitgeberverband der Schweizer Maschinenindustrie bilden 71 % der Mitgliedfirmen insgesamt 8122 (Zahlen 1997) Lehrlinge aus, und der Verband bietet Mitgliedern und Nichtmitgliedern zahlreiche Hilfsmittel für die Lehrlingsausbildung an.

Im nationalen Durchschnitt bieten dagegen nur rund 30 % der Betriebe Lehrstellen an (Schätzung BBT), obwohl die gesamte Wirtschaft auf qualifizierten Nachwuchs angewiesen ist.

die Lehrlingsausbildung unterstützt. Der ASM schafft Lehrgänge für die betriebliche Ausbildung, bietet Kurse für angehende Lehrmeisterinnen und Lehrmeister an und hält Informationen für Schülerinnen und Schüler vor der Berufswahl bereit. Die Modell-Lehrgänge der ASM Fachstelle Berufsbildung beispielsweise können in der betrieblichen Ausbildung direkt eingesetzt werden und entlasten damit die Ausbilderinnen und Ausbilder von eigenem Vorbereitungs- und Konzeptaufwand. Mit diesen konkreten Hilfsmitteln ergänzt der Verband die Dienstleistungen des Bundesamtes und der kantonalen Stellen und gibt zahlreichen Betrieben die Möglichkeit, Lehrlinge in der heute geforderten Breite und Tiefe

Weitere Auskünfte

Markus Bernhard
Pressesprecher ASM/VSM
Tel. 01/384 48 50
markus.bernhard@asm.ch

«Lehrstellen schaffen Nachwuchs für die Wirtschaft»

BBT-Motivationskampagne für Berufsbildung

INFO-PARTNER



Schweizer Unternehmen sollen sich vermehrt der Lehrlingsausbildung annehmen: Das Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) lancierte eine nationale «Motivationskampagne für Berufsbildung». Die Kernforderung des «Lehrstellenbeschlusses»: bestehende Lehrstellen zu erhalten und neue zu schaffen. Nur 30 von 100 Betrieben bilden heute Lehrlinge und Lehrtöchter aus.

Die neusten Trendzahlen zur Lehrstellen-situation unterstreichen die Bedeutung des Projekts. *Prof. Dr. Hans Sieber*, Leiter des Anfang Jahr neu geschaffenen Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie (BBT) und Präsident der Kommission für Technologie und Innovation (KTI), hat vor den Medien eine differenzierte Perspektive zur Erneuerung der Berufsbildung abgesteckt. Bei den Sofortmassnahmen steht der Vollzug des Lehrlingsbeschlusses im Zentrum. Hauptaufgabe ist jedoch die *Reform des Berufsbildungssystems*.

Aufgrund neuster Umfragen ergab sich folgendes Trendbild für den Lehrstellenmarkt: Mitte Februar stand einem Angebot von rund 60 000 Lehrstellen eine Nachfrage von etwa 67 000 gegenüber. Im Vorjahresvergleich hat sich die Situation etwas verschärft, da die Zahl der Schulabgänger gestiegen ist. Viele Jugendliche, die Zwischenlösungen gewählt haben, bewerben sich jetzt um Lehrstellen. Letztes Jahr haben zahlreiche Unternehmen bereits Lehrverträge abgeschlossen, die ursprünglich erst für dieses Jahr geplant waren.

Im Rahmen des Lehrstellenbeschlusses sind in 6 Aktionsfeldern rund 30 Mio. Fr. auf Projekte verpflichtet worden, die mehrheitlich von den Kantonen nach ihren spezifischen Bedürfnissen aufgegelistet wurden. Zuoberst auf der Prioritätenliste steht das *Lehrstellen-Marketing*, in Verbindung mit Motivations- und Informationsmaßnahmen. Diese sollen durch die Kampagne des Bundes verstärkt werden. Prominente Sportlerinnen und Sportler motivieren künftig in TV-Spots und auf Plakaten die Chefs potentieller Lehrbetriebe zur Nachwuchsforderung.

Berufsbildungssystem dynamisieren und erneuern

Hans Sieber unterstrich die breite Akzeptanz der Aktionen aus dem Lehrstellenbeschluss, warnte aber davor, daraus Quick-fix-Lösungen für tiefergreifende Reformprobleme zu erwarten. Das Berufsbildungssystem



Bild Roland P. Poschung

V.l.n.r.: Christoph Schmitten, Heinrich Summermatter, Prof. Dr. Hans Sieber, alle Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (Bern), und Markus Knobel, Leiter Projektgruppe Ausbildungsverbund DBK (Zug) stellten die Motivationskampagne vor



bildungssystem müsse dynamisiert und erneuert werden. Es sei noch zu stark auf die Produktion ausgerichtet.

Durch die De-Industrialisierung der Arbeitswelt auf der einen und die Tertiarisierung auf der anderen Seite benötigen die neuen Berufsprofile neue Qualifikationen und neue Formen der Aus- und Weiterbildung, welche auf wechselnde Bedürfnisse des Marktes reagieren können.

Bildung ist Gemeinschaftsaufgabe

«Die Berufsbildung hat erst Aufsehen erregt, seit die Lehrstellenknappheit eine Schmerzgrenze erreicht hat. Im vergangenen Jahr präsentierte sich die Situation schliesslich doch weniger dramatisch, als die ersten Trendmeldungen zu Jahresbeginn hatten befürchten lassen. Die Indikatoren weisen darauf hin, dass die Lage am Lehrstellenmarkt auch dieses Jahr angespannt bleibt», sagte Prof. Dr. Hans Sieber. Für ihn seien momentan nicht alle Potentiale ausgeschopft. Von 100 Betrieben bildeten heute 30 Lehrtöchter und Lehrlinge aus. Jetzt reagierte der Bund mit seinem Lehrstellenbeschluss. Im April 1997 habe das Parlament Sofortmassnahmen eingeleitet und für drei Jahre einen Kredit von 60 Mio. Fr. gesprochen. Im Vordergrund sei das Erhalten und Ausweiten des Lehrstellenangebotes.

Nach Prof. Sieber investieren Bund, Kantone und Wirtschaft jährlich über 20 Mrd. Fr. in das Bildungswesen, einen erheblichen Teil davon in die Berufsbildung. «Rund zwei Drittel aller Jugendlicher treten nach der obligatorischen Schulzeit in eine Berufslehre ein. Sie bilden sich gleichzeitig in Lehrbetrieb und Berufsschule aus.

Das duale Berufsbildungssystem ist ein starkes Fundament für eine wettbewerbs-

Roland P. Poschung

Nach seiner Tätigkeit als Chefredaktor der «Davoser Zeitung» übernahm der Autor die Ausbildungsleitung eines Grossverteilers, war PR Manager in der Autoindustrie und wirkte als Referent sowie Dozent am SAWI, an der Fachschule für Weiterbildung (FWB) und beim INERKA. 1993 gründete Roland P. Poschung die Firma «Medien und Ausbildung ROPO» in Bronschhofen SG. Seit 1997 amtet er auch als Prüfungsexperte SMC für die Höhere Fachprüfung für eidg. dipl. Verkaufsleiter Biel.

fähige Wirtschaft. Nicht nur, weil es gut qualifizierte Berufsleute hervorbringt, sondern auch, weil wir OECD-weit noch immer die deutlich niedrigste Jugendarbeitslosigkeit haben.

Jugendarbeitslosigkeit und bedarfsorientierte, praxisnahe Ausbildung stehen in direktem Zusammenhang», hieß Prof. Dr. Hans Sieber fest. Die Dynamik des technologischen Fortschritts, der Trend zur Globalwirtschaft, der Wandel von der Industrie- zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft geben der Berufsbildung

noch stärkeres Gewicht: Bildung und Wissen sind die zentralen wirtschaftlichen Erfolgsfaktoren am Start ins neue Jahrhundert. Hans Sieber: «Derartige Entwicklungen drohen das Gleichgewicht auf dem engverzahnten Ausbildungs- und Arbeitsmarkt zu stören. Voraussetzung für die sich kontinuierlich erneuernde Balance sind eine Wirtschafts-, Technologie- und Bildungspolitik, die ein für die Unternehmen *innovationsfreundliches Umfeld* schafft. Wir verfügen nicht über Wunderrezepte für Schnell-Lösungen – und leider finden wir sie im Ausland auch nicht.»

Sozialpolitik und Bildung im Spannungsfeld

Prof. Dr. Hans Sieber betonte, dass die Berufsbildung auch eine soziale Dimension habe: «Sie muss ein breites Spektrum abdecken, von der Förderung der Elite bis zur Integration schwächerer und benachteiligter Jugendlicher. Eine scharfe Trennlinie zwischen Bildungs- und Sozialpolitik gibt es vernünftigerweise nicht. Im Sinne der Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Schweiz und der Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen liegen qualitative Abstriche oder Kompromisse bei der Berufsbildung jedoch nicht drin. Im Gegenteil.

Die Schaffung von Ausbildungsverbünden, Pilotprojekte im KV-Bereich, die Berufsmaturität und die Umsetzung der Fachhochschulreform sind einige Beispiele, die zweifellos in Richtung Verbesserung und Qualitätssteigerung gehen.»

Es besteht aber unmittelbar ein deutlicher Handlungsbedarf bei den «niederschwelligen» Angeboten bzw. bei Auffangstrukturen für Jugendliche mit ungünstigen Ausgangslagen. Möglichkeiten sind

Vorlehrnen, Integrationskurse, Betriebspрактиka, Angebote «zwischen Schule und Lehrbetrieb».

Revision des Berufsbildungsgesetzes

Prof. Dr. Hans Sieber: «Die eidgenössischen Räte haben die Revision der Berufsbildung auf die politische Agenda gesetzt. Diese Revision soll breit abgestützt und als zukunftsorientierte Grundlage für eine moderne Berufsbildung umfassend vorgenommen werden. Die Expertenkommission «Revision des Berufsbildungsgesetzes» muss bis Ende 1998 einen vernehmlassungsfähigen Gesetzesentwurf erarbeiten.»

Es musste unser Ziel sein, allen jungen Menschen nach ihrem Schulaustritt eine berufliche Perspektive bieten zu können. Bund, Kantone und Wirtschaft müssen Verantwortung tragen.

Ziele der Motivationskampagne

Drei Jahre soll die Motivationskampagne laufen. *Ziele* dieser Aktion – als Kernanliegen des Lehrstellenbeschlusses – soll die *Erhaltung und Ausweitung der Lehrstellen-Angebote* in der Schweiz sein. Zudem sollen das Image und der gesellschaftliche Status der Berufslehre positiv beeinflusst werden. Konkret will die Kampagne mithelfen, dass

- die primäre Absicht des Lehrstellenbeschlusses, die Schaffung zusätzlicher Lehrstellen, in der Öffentlichkeit weiter verankert wird
- die Kantone und Sozialpartner bei der Umsetzung ihrer Massnahmen zugunsten neuer Lehrstellen unterstützt werden und
- die Berufslehre als sinnvoller, zukunftsreicher Ausbildungsweg zu positionieren ist.



Klare Ziele der Motivationskampagne: Erhaltung und Ausweitung der Lehrstellenangebote in der Schweiz.

Dazu *Christoph Schmitter*, Sachbearbeiter beim BBT: «Die Kampagne wird national und dreisprachig durchgeführt. Wichtige Ereignisse der Berufsbildung sowie Produkte, die im Rahmen des Lehrstellenbeschlusses entwickelt werden, werden sukzessive in die Kampagne einbezogen. Die Kampagne dauert von Ende März 1998 bis Sommer 2000. Sie wurde vom BBT zusammen mit Akteuren der Berufsbildung entwickelt und wird mit diesen prozessorientiert weiterentwickelt.»

Perspektiven schaffen

Jungen Menschen, die ins Berufsleben einsteigen, sollen Bund, Kantone und die Wirtschaft tatkräftig beistehen. Prof. Dr. Hans Sieber skizzierte die Hintergründe auf:

- niedrig Qualifizierte sind von der Arbeitslosigkeit stärker betroffen
- niedrig Qualifizierte bleiben länger arbeitslos (überdurchschnittlich hoch ist

dementsprechend ihr Anteil an den Langzeitarbeitslosen)

- der technische Fortschritt, die Globalisierung gehen vorwiegend zu Lasten von tiefer Qualifizierten und
- die Immigration – jedenfalls bislang – erhöht tendenziell ebenfalls das Angebot an tiefer Qualifizierten.

Christoph Schmitter sprach sich für klare *Rahmenbedingungen* aus: «Das BBT will mit einer Dachkampagne den allgemeinen Rahmen setzen und eine tragfähige Plattform für Aktivitäten der verschiedenen Akteure der Berufsbildung bauen. Damit wird ein attraktives Kommunikationsumfeld geschaffen, in dem dezentrale Initiativen in besonderem Masse zum Tragen kommen können.»

- Als *Zielgruppen* für die Motivationskampagne werden angesprochen:
- Unternehmen, die noch nicht ausbilden: sie sollten zur Schaffung von Lehrstellen angeregt werden

- Unternehmen, die bereits ausbilden, sollen in ihrer Ausbildungstätigkeit bestätigt und zur Einstellung zusätzlicher Lehrlinge motiviert werden
- Jugendliche sollen bestärkt werden, eine Berufslehre zu absolvieren und damit einen Weg mit Entwicklungsmöglichkeiten zu wählen
- Eltern und Jugendliche sollen über das System und die konkreten Möglichkeiten der beruflichen Aus- und Weiterbildung informiert werden.

Konzept der Motivationskampagne

Das Vorgehen in der Motivationskampagne zur Schaffung von neuen Lehrstellen sieht nach Christoph Schmitter vom BBT *zwei Phasen* vor:

In einer *ersten Phase* (der Start erfolgte am 30. März 1998) sollen primär potentielle Lehrbetriebe zur Schaffung neuer und bereits ausbildende Unternehmen zur Erhaltung bestehender und Schaffung zusätzlicher Lehrstellen motiviert werden. Zielgruppen in den Unternehmen sind Kader und Meister/Meisterinnen.

In der *zweiten Phase* (Beginn September 1998) werden Jugendliche ab 14 Jahren und deren Eltern angesprochen. Ihnen soll der Ausbildungsweg über eine Lehre als Möglichkeit mit Sinn und Perspektiven näher gebracht werden. Das zweiphasige Vorgehen wurde gewählt, weil eine zu frühe Ansprache der Jugendlichen in einer Zeit mangelnder Ausbildungsplätze, ohne vorhergehende (und weitergehende) Kampagne zur Schaffung von Lehrstellen sicher kaum verstanden würde. Auch sind die Hauptbotschaften zwischen potentiellen Ausbildnern/Ausbildnerinnen und Auszubildenden zu unterschiedlich, um sie von Anfang an unter einen Hut. unter ein

Motto oder unter eine einzige Kampagne zu bringen.

Testimonials von prominenten Sportlern

Der Kampagne liegt eine Analogie zur Nachwuchsförderung im Sport zugrunde. Letztlich ist es in der Wirtschaft ähnlich wie im Sport: ohne gezielte Förderung, ohne aktive Schulung und Ausbildung junger Talente sind national oder international kaum noch Erfolge zu verbuchen. Die meisten Leute sind sich dieser Tatsache bewusst. Sie wissen, dass Schweizer Sportler national und international nur dann bestehen können und Erfolg haben, wenn die Jugend (der Nachwuchs) frühzeitig erfasst und gezielt gefördert

wird. Da über diesen Sachverhalt ein breiter Konsens besteht, lag es nahe, die Lehrlingsausbildung in einen direkten Zusammenhang zur Nachwuchsförderung im Sport zu stellen.

Verbundkonzepte

«Der technologische und strukturelle Wandel sowie die Globalisierung der Wirtschaft führten zu einer Veränderungsdynamik von bisher nie gekanntem Ausmass. Viele Unternehmen konzentrieren sich bei der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen vermehrt auf Kernaktivitäten. Die Bedürfnisse in der Lehrlingsausbildung konnten nicht mehr abgedeckt werden», sagte *Markus Knobel*, Leiter der

Lehrstellenbarometer Februar 1998

In zwei repräsentativen Stichproben wurden 4137 Jugendliche im Alter von 14 bis 20 Jahren, die sich für eine Berufslehre oder eine allgemeinbildende Schule der Sekundarstufe II interessieren, und 1758 Unternehmen, die Ausbildungsplätze anbieten, zur Lehrstellensituation befragt. Die Hochrechnungen ergaben am Stichtag 15. Februar 1998, dass

- 60 000 Lehrstellen zur Verfügung standen
- 40 000 davon bereits besetzt waren
- 27 000 Jugendliche noch eine Lehrstelle suchten und demzufolge
- 7 000 Lehrstellen zu wenig zur Verfügung standen (1997 zum selben Zeitpunkt 4 400), wobei die Situation durch grosse sprachregionale und Stadt-/Land-Disparitäten gekennzeichnet sind.

Zur Erklärung dieser Lage des Lehrstellenmarktes sind neben der Lage auf dem angespannten Arbeitsmarkt in erster Linie drei Gründe heranzuziehen: «Die Zahl der Schulabgänger erhöht sich weiterhin (1998 gegenüber 1997 +1%). In den vergangenen Jahren haben aufgrund der Lage auf dem Lehrstellenmarkt vermehrt Jugendliche eine Zwischenlösung gewählt; diese Personen bemühen sich jetzt auch um eine Lehrstelle. Aufgrund der letztjährigen Anstrengungen zur Schaffung von neuen Lehrstellen sind viele Unternehmen, besonders kleinere und mittlere, Lehrverhältnisse eingegangen, die sie erst für dieses Jahr vorgesehen hatten», sagte *Heinrich Summermatter*. (ropo)

Ausbildung der Zwanzigjährigen (%)

Abgeschlossene Ausbildung	Total		Männer		Frauen	
	86/87	96/97	86/87	96/97	86/87	96/97
Beruf (mehrjährig) ¹⁾	70	65	78	74	63	57
Maturität	12	18	13	17	11	19
Seminar (Unterrichtsberufe) ²⁾	2	2	1	1	4	4
Ohne nachobligatorischen Abschluss ³⁾	16	15	8	8	22	20
Zusammen	100	100	100	100	100	100

¹⁾ Nur mehrjährige Ausbildungen, Schatzmethode für die Abschlüsse der Berufsbildung. Es handelt sich um die Summe der Beschulungsquoten (Beteiligung) im 2. Ausbildungsjahr der 16- bis 21-jährigen Wohnbevölkerung

²⁾ Lehrkräfte für Kindergarten, Primarschule oder Arbeits- und Hauswirtschaft

³⁾ Eventuell einjährige Berufsausbildung

Quelle: Bundesamt für Statistik

Projektgruppe Ausbildungsverbunde von der Deutschschweizerischen Berufsbildungsämter-Konferenz (DBK). Markus Knobel: «Es entstanden und entstehen Kooperationen und Partnerschaften unter spezialisierten Firmen, welche sich gegenseitig ergänzen. Diese Unternehmen sind meistens modern ausgerüstet, innovativ und zukunftsgerichtet, verfügen aber im eigenen Haus zum Teil nicht oder nicht mehr über die erforderliche Tätigkeitsbreite, um Lehrlinge in eigener Verantwortung reglementskonform auszubilden.»

Die *Berufsbildungsämter der Kantone* haben in enger Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) – im Rahmen des Lehrstellenbeschlusses der eidgenössischen Räte – *Verbundkonzepte* entwickelt, die sich an Unternehmen richten, welche sich bisher aus betrieblichen oder personellen Gründen nicht an der Ausbildung von Lehrlingen beteiligen konnten oder wollten.

Das Prinzip der Ausbildungsverbunde: «Zwei oder mehrere Firmen, welche sich gegenseitig ergänzen, bilden einen Aus-

bildungsverbund und arbeiten bei der Ausbildung von Lehrlingen zusammen, allenfalls über die Kantons- und Landesgrenzen hinweg.

Durch die Zusammenarbeit im Ausbildungsverbund werden die Ausbildungsmöglichkeiten der beteiligten Firmen zum Beispiel durch planmässigen Lehrlingsaustausch gemeinsam genutzt. Jede am Verbund beteiligte Firma kann sich auf die eigenen Stärken konzentrieren und den Ausbildungsaufwand sowie die Kosten optimieren.

Sogar Firmen mit ausgebauter Lehrlingsausbildung können in Teilbereichen mit Verbundlösungen zusätzliche Lehrberufe einführen und neue Lehrstellen erschliessen. Die neuen Konzepte sollen die bisherige, bewährte Berufslehre in einem Lehrbetrieb nicht ersetzen, sondern lediglich ergänzen.

Mobilität der Lehrlinge fördern

Die Berufslehre in einem Verbund von mehreren Firmen bietet auch den Lehr-

lingen neue Chancen. Die Lehrlinge können von den besonderen Stärken und vom Know-how von mehreren Firmen profitieren. Sie könnten schon in jungen Jahren verschiedene Firmenkulturen kennenlernen und dadurch die heute so wichtige persönliche Flexibilität und Mobilität entwickeln. Im Hinblick auf die eigene berufliche Zukunft können die Lehrlinge mit mehreren Firmen nachhaltige Kontakte knüpfen. Wenn es gelingt, in Ausbildungsverbunden auch Unternehmen im Ausland zu integrieren – international tätige Firmen haben ihr Interesse bereits angemeldet – können Internationalität und geistige Öffnung zum echten Lerngegenstand in der Berufslehre werden».

Roland P. Poschung

Publikationen zum Thema (Direktbezug)

■ *Resultate Lehrstellenbarometer Februar 1998*

BBT
Monbijoustrasse 43
3003 Bern
Fax 031/322 44 90

■ *Handbuch Ausbildungsverbund*
Deutschschweizerische
Berufsbildungsämter-Konferenz
DBK, Luzern
Fax 041/420 59 05

■ *Informationsbroschüre für Unternehmen, die Lehrlinge ausbilden möchten*

■ *Plakate (Sportler)*
GEWA Büroservice
Tannholzstrasse 14
3052 Zollikofen
Fax 031/919 13 14