

# Abstract

## **Titel: Weiterentwicklung des Bildungskonzeptes für Lernende**

**Kurzzusammenfassung:** Das Unternehmen XY hat sich bewusst gegen einen Anschluss an ein Ausbildungs- und Kompetenzzentrum entschieden und führt die Branchenkundenausbildung der Lernenden selber durch. Wo liegen die Unterschiede / Gemeinsamkeiten zwischen dem Unternehmen XY und dem Ausbildungs- und Kompetenzzentrum? Wie kann das Unternehmen XY die Qualität der internen Ausbildungstage verbessern? Im Rahmen dieser Bachelorarbeit werden die Bildungskonzepte der beiden Unternehmen verglichen sowie konkrete Handlungsempfehlungen für dessen Weiterentwicklung abgegeben.

**Verfasserin:** Francesca Keller

**Herausgeberin:** Claudia Brönimann

**Publikationsformat:**  BATH  
 MATH  
 Semesterarbeit  
 Forschungsbericht  
 Anderes

**Veröffentlichung:** 2013

**Sprache:** Deutsch

**Zitation:** Keller, F. (2013). Weiterentwicklung des Bildungskonzeptes für Lernende. FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Unveröffentlichte Bachelor Thesis

**Schlagwörter:** Lernende, Ausbildung, Branchenkunde, überbetriebliche Kurse, Bildungskonzept

## Ausgangslage

Neben einer professionellen Praxisausbildung sollen die kaufmännischen Lernenden des Unternehmens XY auch das theoretische Wissen in hoher Qualität vermittelt bekommen. Um die Qualität dieser überbetrieblichen Kurse (üK) stetig weiterzuentwickeln, wird im Rahmen dieser Bachelorarbeit ein Vergleich zu einem Ausbildungs- und Kompetenzzentrum hergestellt. Dieses Kompetenzzentrum bildet rund 87 % der Lernenden dieser Branche aus.

## Ziele

Folgende verbindliche Projektziele wurden definiert:

-  Analyse des Bildungskonzeptes des Unternehmens XY und des Ausbildungs- und Kompetenzzentrums durch Sekundärliteratur, Experteninterviews, online Befragung und Besuch von Kurstagen
-  Vergleich der beiden Bildungskonzepte
-  Erarbeiten einer SWOT-Analyse mit den wichtigsten Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken für das Unternehmen XY
-  Ableiten von konkreten Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung des Bildungskonzeptes der Kaufmännischen Grundbildung

## Vorgehen

Um eine möglichst breite Sichtweise zu erlangen, wurden 31 Experteninterviews mit ausgewählten Lehrlingsverantwortlichen, Praxisausbilderinnen und Praxisausbildern, Lernenden sowie üK-Kursleitenden geführt. Im Weiteren ermöglichten Interviews mit branchenfremden Unternehmen, die Perspektive auszuweiten und weitere wertvolle Informationen zu gewinnen.

Um neben qualitativen auch quantitative Daten zu erlangen, wurde eine online Befragung mit den rund 50 Lernenden des Unternehmens XY sowie mit knapp 500 Lernenden des Ausbildungs- und Kompetenzzentrums durchgeführt. Diverse Kursbesuche bei beiden üK-Institutionen rundeten die Datenerhebung ab.

Basierend auf den vielfältigen Ansichten der Interviewpartnerinnen und -partnern und unter Einbezug von Fachliteratur war es möglich, eine umfassende Situationsanalyse zu erstellen sowie strategische Stossrichtungen und Empfehlungen abzuleiten.

## Ergebnisse

### *Vergleich zeigt neben Gemeinsamkeiten auch klare Unterschiede*

Ein Vergleich der Kursübersichten der beiden Institutionen zeigt, dass die Anordnung der üK-Tage sehr ähnlich ist. Auch im Bereich des Einbezuges von **aktuellen Marktgeschehnissen** oder Praxisbeispielen wurden das Unternehmen XY sowie das Kompetenzzentrum ähnlich

bewertet und so sehen die Lernenden beider Institutionen Verbesserungspotenzial in diesem Bereich.

Ziele haben eine motivierende Wirkung und lösen bei Menschen die Bereitschaft aus, sich anzustrengen und die ganze Aufmerksamkeit auf etwas zu richten, bis das Ziel erreicht ist. (Siegel, 2007, S. 6) Im Allgemeinen legt das Kompetenzzentrum mehr Wert auf die Festlegung und **Vermittlung von Zielen**. Den Lernenden ist nicht nur das Ziel bekannt, dem Vorbereitungsauftrag können sie entnehmen, welchen Teilbereich des Ziels sie bereits nach der Vorbereitung beherrschen müssen bzw. welche Teile erst nach besuchtem Kurstag. Den Lernenden des Unternehmens XY ist hingegen die Bedeutung der Ziele oftmals nicht bewusst.

Von den Lernenden des Kompetenzzentrums wird vergleichsweise ein höheres Mass an Eigenverantwortung und Selbstständigkeit erwartet. Sie müssen sich selbst für die Kurstage anmelden und sich grosse Teile der Theorie im Selbststudium erarbeiten. Die Lernenden des Unternehmens XY geniessen hingegen ein grösseres Mass an **Unterstützung und Begleitung**. Ebenfalls wird beim Kompetenzzentrum mehr Wert auf problemorientiertes Lernen gelegt. Deren Lernenden haben vermehrt die Möglichkeit, Übungen und Praxisbeispiele zu lösen und dadurch das Wissen anzuwenden. Dies ist jedoch nur möglich, weil die Lernenden des Kompetenzzentrums aufgrund einer intensiven **Vorbereitungsphase** inklusive Vortest bereits über ein theoretisches Fundament verfügen, welches vernetztes Denken und Wissensanwendung ermöglicht.

### ***Weiterführung des Status Quo als Pfeiler der Zukunft***

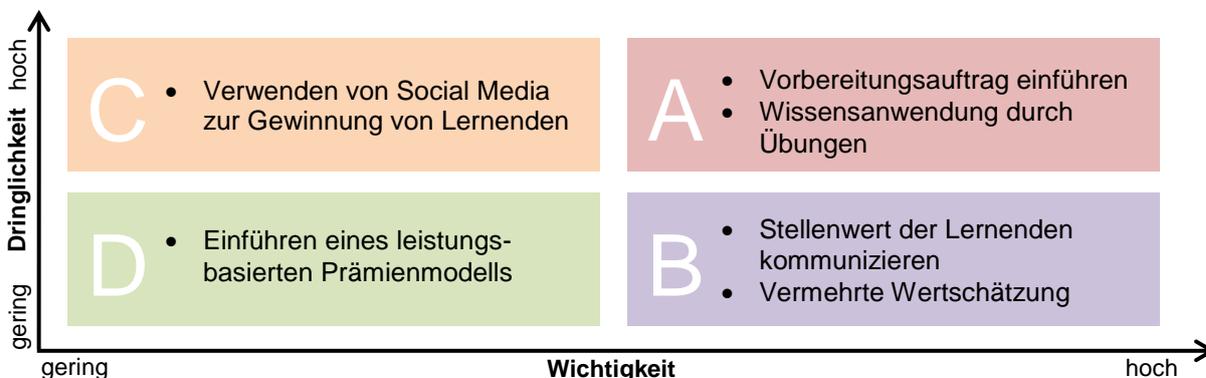
Basierend auf der Situationsanalyse wurden drei strategischen Stossrichtungen abgeleitet, welche anhand einer Nutzwertanalyse mit gewichteten Kriterien bewertet wurden.

Die Weiterführung des Status Quo unter Vornahme bestimmter Anpassungen stellt zum jetzigen Zeitpunkt die geeignetste strategische Stossrichtungen dar. Ein Anschluss an das Kompetenzzentrum kommt momentan nicht in Frage, weil die Unterrichtsgestaltung und die Lernmethoden nicht zu den Werten und der Kultur des Unternehmens XY passen. Die persönliche Betreuung der Lernenden, das vertraute Verhältnis, die unternehmensspezifische Ausbildung und die Flexibilität der Kursgestaltung würden verloren gehen.

Auch wenn zurzeit die interne Weiterführung als geeignetste Variante eingestuft wird, sollte das Unternehmen XY einen Anschluss an das Kompetenzzentrum jährlich prüfen. Solange die Qualität der internen Kurse – gemessen an den LAP-Noten der Lernenden – vergleichsweise auf ähnlichem Niveau wie die Noten der Lernenden anderer Unternehmen derselben Branche liegen, kann so wie bis anhin weitergefahren werden.

## Schlussfolgerungen

Die folgenden allgemeingültigen Empfehlungen ermöglichen es, das Bildungskonzept weiterzuentwickeln.



### Empfehlungen.

Quelle: eigene Darstellung.

### *Wissen anwenden anstelle Wissen vermitteln*

Um die Unterrichtszeit optimal nutzen zu können und das vernetzte Denken der Lernenden zu fördern, ist es unumgänglich, einen Vorbereitungsauftrag einzuführen. Als Vorbereitung könnten die Lernenden beauftragt werden, einzelne Kapitel des Lehrmittels zu lesen und audiovisuelle e-Learnings als Einstieg in ein Thema zu absolvieren. Bei praxisnahen Themen wäre zudem eine Transferfrage vorstellbar, in der die Lernenden aufgefordert werden, eine erlebte Situation zu notieren. Ein Vorbereitungsauftrag würde ermöglichen, die Unterrichtszeit vermehrt für Übungen und Fallbeispiele zu nutzen sowie Aktualitäten anhand von Zeitungsberichten und Filmsequenzen zu besprechen.

### *Wertschätzung als Motivator einsetzen*

Obwohl sich Wertschätzung positiv auf die betriebliche Zusammenarbeit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden auswirkt, herrscht in vielen Unternehmen Anerkennungsdürre. Diese Anerkennungsdürre zeigt sich auch in einzelnen Niederlassungen des Unternehmens XY. So wird vielen Lernenden selten eine Wertschätzung in Form eines „Danke“ entgegengebracht. Durch häufigere mündliche Feedbacks oder durch ein Prämienmodell basierend auf den erbrachten schulischen und betrieblichen Leistungen könnte die Arbeit der Lernenden mehr anerkannt und wertgeschätzt werden. Ein individuell anpassbares Modell mit der Wahlmöglichkeit zwischen Ferientagen und Geld würde noch effizienter und zielgerichteter sein.

### *Lehre ist out – Differenzierung ist notwendig*

Ohne Differenzierung zu anderen Unternehmen besteht die Gefahr, dass das Unternehmen XY zukünftig nicht genügend qualifizierte Lernende rekrutieren kann. Dies ist auf zwei Gründe zurückzuführen. Einerseits, weil bis Ende des Jahrzehnts geburtsschwache Jahrgänge

die obligatorische Schulzeit verlassen werden, andererseits, weil die beiden Bildungsrichtungen Grundbildung und Maturitätsschule zunehmend im Wettbewerb zueinander stehen. Um die Sicherstellung des Nachwuchses zu gewährleisten, sollte das Unternehmen XY schon jetzt beginnen, das Image als ausbildungsfreundliches Unternehmen zu kommunizieren und zu verankern. Dies kann durch gezielten Einsatz von Social Media wie beispielsweise Facebook verstärkt werden.

### **Literaturquellen**

Neben den qualitativen Interviews sowie der online Befragung sind folgende Literaturquellen von zentraler Bedeutung:

Bethkenhagen, E. (Ohne Datum). *Kienbaum Communications-Studie: Auszubildenden-Marketing über Social Media*, Kienbaum Consultants International GmbH. Gefunden am 14.07.2013 unter [http://www.kienbaum.de/desktopdefault.aspx/tabid-501/649\\_read-12147/](http://www.kienbaum.de/desktopdefault.aspx/tabid-501/649_read-12147/)

Helmke, A. (2012). *Unterrichtsqualität und Lehrerprofessionalität: Diagnose, Evaluation und Verbesserung des Unterrichts* (4. Aufl.). Unterricht verbessern - Schule entwickeln. Seelze-Velber: Klett, Kallmeyer.

Siegel, A. (2007). *Nur wer sein Ziel kennt, findet den Weg: Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Zielsteuerungsansätzen*. GRIN Verlag.

Tulodziecki, G., Herzig, B. & Blömeke, S. (2004). *Gestaltung von Unterricht: Eine Einführung in die Didaktik*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.