

Masterarbeit im Rahmen des Master of Advanced Studies ZFH in Berufs-,  
Studien- und Laufbahnberatung

**Mediennutzung in der 1. Berufswahl durch Schülerinnen und Schüler der  
8. und 9. Klasse im Kanton Thurgau**

Eingereicht dem Institut für Angewandte Psychologie IAP,  
Departement Angewandte Psychologie ZHAW

von

Stephanie Stark

am

8. Juli 2017

Referentin: Anita Glenck

„Diese Arbeit wurde im Rahmen der Ausbildung an der ZHAW, **IAP Institut für Angewandte Psychologie**, Zürich verfasst. Eine Publikation bedarf der vorgängigen schriftlichen Bewilligung des IAP.“

## **Abstract**

Die vorliegende Masterarbeit setzt sich mit der Frage auseinander, welche Berufswahlmedien die Schülerinnen und Schüler der 8. und 9. Klasse im Kanton Thurgau kennen und nutzen.

Nebst den Erläuterungen zur Fragestellung und dem Ziel wird auf wichtige Begriffe wie Berufswahlmedien, Mediennutzung, Umfrage und 1. Berufswahl eingegangen. Darin enthalten ist die Einführung der vier befragten Berufswahlmedien der Umfrage: die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch), das Online-Lehrfirmenverzeichnis [lehrfirmen-tg.ch](http://lehrfirmen-tg.ch), die BIZ-App sowie die Ausleihbroschüren. Auf das Thema des entwicklungspsychologischen Hintergrundes der Jugendlichen wird ebenso eingegangen wie auf den Prozess der 1. Berufswahl und die darin beinhalteten Schritte. In Bezug auf die Mediennutzung der Schülerinnen und Schüler werden sowohl der status quo als auch die Veränderungen beleuchtet. Die aktuelle Medienlandschaft der 1. Berufswahl wird mit vier weiteren Medien noch eingehender betrachtet. Ebenso wird das für die Umfrage angewandte Vorgehen und die Methodik vorgestellt und die Ergebnisse werden zuerst vorgestellt und anschliessend interpretiert.

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass die meisten befragten Schülerinnen und Schüler sich gut mit den befragten Berufswahlmedien auskennen und diese teilweise intensiv nutzen.

# Inhaltsverzeichnis

Abstract .....	2
Inhaltsverzeichnis .....	3
Abbildungsverzeichnis .....	7
Tabellenverzeichnis .....	7
Abkürzungsverzeichnis .....	8
1. Einleitung .....	9
1.1. Thema .....	10
1.1.1. Die befragten Berufswahlmedien .....	10
1.2. Fragestellung .....	11
1.3. Ziel der Arbeit .....	12
1.4. Relevanz der Thematik .....	12
1.5. Abgrenzung .....	12
1.6. Aufbau der Arbeit .....	13
2. Begriffsdefinition .....	14
2.1. Berufswahlmedien .....	14
2.1.1. Homepage berufsberatung.ch .....	15
2.1.2. Homepage Lehrfirmenverzeichnis lehrfirmen-tg.ch .....	15
2.1.3. BIZ-App .....	16
2.1.4. Ausleihbroschüren in Papierform aus dem BIZ .....	16
2.2. Mediennutzung .....	17
2.3. Umfrage .....	17
2.4. 1. Berufswahl .....	17
3. Theorieteil .....	18
3.1. Entwicklungspsychologischer Hintergrund .....	18
3.2. 1. Berufswahl .....	19

3.2.1.	Berufswahl als Prozess.....	20
3.2.2.	Theorien im Berufswahlprozess.....	20
3.2.3.	Konzepte der Berufswahl.....	22
3.3.	Fünf Schritte in der Berufswahl .....	23
3.3.1.	Das Kooperationsmodell.....	24
3.3.2.	Schritt 1: Ich lerne mich selbst kennen .....	26
3.3.3.	Schritt 2: Ich lerne die Berufswelt kennen.....	27
3.3.4.	Schritt 3: Ich vergleiche mich mit der Berufswelt.....	27
3.3.5.	Schritt 4: Ich erkunde Berufe und entscheide .....	28
3.3.6.	Schritt 5: Ich verwirkliche meine Entscheidung.....	28
3.4.	Mediennutzung.....	29
3.4.1.	Veränderungen bei der Geräte- und Internetnutzung .....	30
3.4.2.	Veränderungen in der Printmediennutzung .....	31
3.4.3.	Aktuelle Internetnutzung durch Jugendliche .....	31
3.4.4.	Informationsquellen der Jugendlichen .....	32
3.4.5.	Erreichbarkeit der Jugendlichen.....	33
3.5.	Medienlandschaft in der 1. Berufswahl.....	33
3.5.1.	Webseite yousty.ch.....	34
3.5.2.	SRF-Fernsehserie „Mini Lehr und ich“ .....	34
3.5.3.	Das Arbeitsmittel „Sixpack-Comic“.....	35
4.	Vorgehen und Methodik .....	37
4.1.	Quantitative Untersuchung anhand von Fragebogen .....	37
4.2.	Befragte Personen und Durchführung der Befragung .....	39
5.	Ergebnisse der Befragung.....	42
5.1.	Ausgewertete Fragebogen .....	42
5.2.	Ergebnisse .....	42
5.2.1.	Biografische Angaben der Teilnehmergruppe.....	43

5.2.2.	Bekanntheit der befragten und weiterer Berufswahlmedien.....	45
5.2.3.	Nutzung der Medien.....	46
5.2.4.	Benutzerfreundlichkeit .....	49
5.2.5.	Unterstützung beim Beantworten der Berufswahlfragen.....	51
5.2.6.	Für die Nutzung verwendete Geräte .....	52
5.2.7.	Informationsquellen für die Berufswahlmedien .....	53
6.	Diskussion .....	55
6.1.	Biografische Angaben der Teilnehmergruppe .....	55
6.2.	Bekanntheit der befragten und weiterer Berufswahlmedien .....	57
6.3.	Nutzung der Medien .....	58
6.4.	Benutzerfreundlichkeit.....	60
6.5.	Unterstützung beim Beantworten der Berufswahlfragen .....	61
6.6.	Für die Nutzung verwendete Geräte.....	61
6.7.	Informationsquellen für die Berufswahlmedien.....	62
6.8.	Fazit und Ausblick .....	63
	Danksagungen .....	67
	Literaturverzeichnis .....	68
	Anhang .....	74
	Anhang I: Fragebogen .....	74
	Anhang II: Einverständniserklärung .....	80
	Anhang III: Statistiken Kanton Thurgau .....	82
	Anhang IV: Auswertung Umfrage gesamt .....	84
	Anhang V: Daten WordCloud bzgl. Bekanntheit weitere Berufswahlmedien.....	89
	Anhang VI: Daten WordCloud bzgl. Änderungsvorschläge.....	90
	Anhang VII: Daten WordCloud bzgl. Informationsquellen .....	91
	Anhang VIII: Migrationshintergrund in den einzelnen Schulhäusern.....	92
	Anhang IX: Stand Berufswahl aufgeteilt in 2 Gruppen: 2. und 3. Sekundarklasse	93



## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1 Pyramiden-Modell (Egloff & Jungo, 2017, Pyramiden-Modell) .....	25
Abbildung 2 Darstellung: Schulhausort.....	44
Abbildung3 Darstellung: Stand der Berufswahl .....	45
Abbildung 4 Darstellung: Bekanntheit der einzelnen Berufswahlmedien.....	46
Abbildung 5 Darstellung: Nutzung der einzelnen Berufswahlmedien .....	47
Abbildung 6 Darstellung: spezifische Nutzung der Berufswahlmedien .....	48
Abbildung 7 Bekanntheit und Nutzung weiterer Berufswahlmedien .....	49
Abbildung 8 Darstellung: Benutzerfreundlichkeit .....	50
Abbildung 9 Aufgeführte Änderungsvorschläge.....	50
Abbildung 10 Darstellung: Unterstützung Beantwortung Berufswahlfragen .....	51
Abbildung 11 Darstellung: Geräteverwendung .....	52
Abbildung 12 Darstellung: Informationsquellen Berufswahlmedien .....	53
Abbildung 13 Weitere Informationsquellen .....	54

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1 Verteilung aller angefragten Sekundarklasse im Kt. Thurgau.....	39
Tabelle 2 Definitive Verteilung der befragten Sekundarklasse im Kt. Thurgau.....	41

## Abkürzungsverzeichnis

ABB	Amt für Berufsbildung und Berufsberatung
BFS	Bundesamt für Statistik
BIZ	Bildungsinformationszentrum (auch Berufsinformationszentrum genannt)
BSB	Berufs- und Studienberatung Thurgau
BSLB	Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung
EBA	Eidgenössisches Berufsasttest, 2-jährige Grundbildung
EFZ	Eidgenössisches Fähigkeitszeugnis, 3- oder 4-jährige Grundbildung
JAMES	Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz
KBSB	Schweizerische Konferenz der Leiterinnen und Leiter der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung
SDBB	Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung
SRF	Schweizer Radio und Fernsehen
ZHAW	Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

## Vorbemerkungen

Der Einfachheit halber wird in dieser Arbeit stets die weibliche Form verwendet. Selbstverständlich sind damit Personen beider Geschlechter gemeint.

Im Kanton Thurgau entspricht die 8. Klasse der 2. Sekundarklasse und die 9. Klasse der 3. Sekundarklasse. Es werden beide Begriffe synonym verwendet.

## 1. Einleitung

Gesamtschweizerisch finden 45% und im Kanton Thurgau sogar 56% der Beratungen in den Berufsinformationszentren (BIZ) mit Schülerinnen der Volksschule statt (KBSB, 2017 und Anhang III). Sie konsultieren somit kantonal und schweizweit die Beratungsstellen der öffentlichen Berufsberatungen am häufigsten, weshalb sich die vorliegende Arbeit dieser Gruppe von Ratsuchenden beziehungsweise ihrer Mediennutzung und ihrem Medieninteresse widmet.

In der 1. Berufswahl stehen Sekundarschülerinnen verschiedene Partner als Unterstützung zur Seite. Dies sind unter anderem Lehrpersonen, die Eltern, Freunde oder die Berufsberatung, die sie beim Erkunden der Interessen, beim Finden einer Lehrstelle oder ganz allgemein während des Prozesses beispielsweise als Gesprächspartnerinnen unterstützen können. Ebenso sind dies aber auch mediale Angebote aus den BIZ oder dem Internet, welche den Jugendlichen auf verschiedene Arten Unterstützungsmöglichkeiten bieten. Mit vier ausgewählten Berufswahlmedien befasst sich die vorliegende Arbeit ausführlich. Darunter fallen die Homepages [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) (SDBB, 2017, Berufsberatung) und das Online-Lehrfirmenverzeichnis [lehrfirmen-tg.ch](http://lehrfirmen-tg.ch) (ABB, 2017, Lehrfirmenverzeichnis TG), die BIZ-App (ABB, 2017, BIZ-App) und die Ausleihbroschüren aus dem BIZ (SDBB, 2017, Berufsbildfaltblatt & Berufswahlmagazin). Letztgenanntes steht als einziges Angebot in Printform zur Verfügung. Diese vier Medien werden in eine Umfrage miteinbezogen. Daneben werden im Verlauf dieser Arbeit noch vier weitere Berufswahlmedien vorgestellt, welche die Befragung nicht direkt tangieren (siehe Kapitel 3.3. und Kapitel 3.5.). Jene sollen vor allem die Vielseitigkeit der Medienlandschaft der 1. Berufswahl aufzeigen.

Dieses erste Kapitel gibt einen Überblick über die gesamte Masterarbeit, welche als Abschluss des Master of Advanced Studies ZFH in Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (BSLB) verfasst wird. Es klärt neben der Fragestellung auch die Ziele, die Relevanz der Thematik und schliesst mit dem Aufbau der Arbeit.

## 1.1. Thema

Die Berufswahl betrifft alle früher oder später einmal. Die meisten Jugendlichen in der Schweiz begegnen diesem Thema intensiv während der Sekundarschule ab der 8. Klasse. Einige setzen sich aber beispielsweise aufgrund einer weiterführenden Schule erst etwas später konkret damit auseinander. Die vorliegende Arbeit behandelt das Thema Berufswahl im Zusammenhang mit den dazugehörigen medialen Angeboten, tut dies jedoch ausschliesslich im Rahmen von Schülerinnen der Sekundstufe.

Zu Beginn war nicht klar, ob eine gänzlich offene Befragung zu den genutzten Berufswahlmedien durchgeführt werden soll oder eine mit Vorgaben. Aufgrund von persönlichen Erfahrungen der Verfasserin aus Beratungsgesprächen mit Jugendlichen sowie dem Austausch mit Lehrpersonen ist die Entscheidung auf letzteres gefallen. Ebenso war die Frage anfänglich offen, in welchem geographischen Umfeld die Studie stattfinden soll. Der Austausch mit Beratungspersonen aus den BIZ in anderen Kantonen hat gezeigt, dass die Zusammenarbeit mit Sekundarschülerinnen verschieden sein kann, weswegen auch die Angebote für diese schweizweit nicht dieselben sind. Teils werden auch medial andere Schwerpunkte gelegt, so ist beispielsweise die BIZ-App nicht in allen Kantonen verfügbar. Die Studie wurde deshalb ausschliesslich im Kanton Thurgau durchgeführt, da die Verfasserin der Arbeit selber in diesem Kanton als Berufsberaterin tätig ist. Dadurch ist gewährleistet, dass die ausgewählten Medien in der ganzen befragten Region zugänglich und der Informationsfluss sowie die Angebote von Seiten der Berufsberatung mehrheitlich identisch sind.

### 1.1.1. Die befragten Berufswahlmedien

Die Umfrage legt den Schwerpunkt wie einleitend erwähnt auf vier mediale Angebote in der 1. Berufswahl (siehe Kapitel 1). Diese werden alle im Kapitel 2.1. umfassender beschrieben und erklärt. Einerseits entstand diese Auswahl aufgrund der Relevanz von Erfahrungen aus dem Praxisalltag. Andererseits werden dabei absichtlich nur vom Kanton unterstützte Angebote miteinbezogen, da die Umfrage in Zusammenarbeit mit der Berufs- und Studienberatung (BSB) Thurgau entsteht und dadurch eventuell auch ein Bild zur Wettbewerbsfähigkeit dieser Medien entstehen kann. Private

Angebote gibt es einige, bei welchen jedoch häufig auch ein finanzieller Aspekt im Hintergrund steht. Die Berufsberaterinnen vom Kanton sind dabei dazu angehalten, keine privaten Anbieter zu bevorzugen (keine explizite Werbung). So haben die Kantone dieses Jahr beispielsweise ihre Verträge mit den Privatportalen yousty.ch (Yousty, 2017) und gateway-junior.org (Gateway, 2017) aufgrund generellen Misstrauens gegenüber kommerziellem Denken bei der Veröffentlichung von Lehrstellen gekündigt (NZZ, 2017). Die befragten Schülerinnen haben jedoch die Möglichkeit, weitere Berufswahlmedien aufzuführen, welche sie nutzen. Beschränkt wurde die Umfrage auf vier Medien aufgrund der kleineren Verwechslungsgefahr und der Verständlichkeit.

## 1.2. Fragestellung

In der vorliegenden Masterarbeit soll folgender Forschungsfrage nachgegangen werden: *„Welche Berufswahlmedien kennen und nutzen Schülerinnen der 8. und 9. Klasse im Kanton Thurgau?“*

Daraus lassen sich einige Teilfragen ableiten, die durch die Befragung ebenso beantwortet werden sollen:

- a) Welche Inhalte werden mithilfe welcher Angebote abgefragt?
- b) Wie sehr helfen die Medien beim Beantworten der Berufswahlfragen?
- c) Wie wird die Benutzerfreundlichkeit der vier Medien bewertet?
- d) Auf welchen Geräten werden die Medien am häufigsten genutzt?
- e) Welches sind die wichtigsten Bezugspartner beziehungsweise Informationsquellen für die Schülerinnen bezogen auf die medialen Angebote?

Diese Teilfragen werden ebenfalls durch die Schülerinnen beantwortet. Des Weiteren werden die Schülerinnen nach Angaben zur Klassenstufe, dem Klassenniveau, dem Geschlecht, dem aktuellen Stand der Berufswahl und einem allfälligen Migrationshintergrund befragt. Daraus können sich weitere spannende Zusammenhänge ergeben oder Fragestellungen ableiten.

### **1.3. Ziel der Arbeit**

Das Ziel der Arbeit besteht in der Erfragung des aktuellen IST-Zustandes rund um das Thema Kenntnis und Nutzung der ausgewählten Berufswahlmedien durch die festgelegte Zielgruppe. Der BSB Thurgau sollen Daten zum Wissen und der Nutzung der ausgewählten Berufswahlmedien durch die Schülerinnen der 8. und 9. Klassen im Kanton Thurgau geliefert werden. Daraus folgt, dass die kantonale BSB ein aktuelles Bild des Medienverhaltens der jetzigen Sekundarschülerinnen erhält und je nach Notwendigkeit die gezielte Nutzung einzelner Medien (besser) fördern oder den Einsatz davon überdenken kann.

### **1.4. Relevanz der Thematik**

Die vorliegende Arbeit dient als aktuelle Bestandsaufnahme. Die Zusammenarbeit mit Jugendlichen, deren Eltern und Lehrpersonen ist ein wesentlicher Teil der Arbeit der Berufsberaterinnen im Kanton Thurgau. 98% der Schülerinnen im Kanton hatten im Jahr 2016 mindestens einmal direkten Kontakt mit ihrer regionalen Berufsberatungsstelle (Geschäftsbericht Kanton Thurgau, 2016, S. 146). Die Relevanz liegt deswegen darin, einen Eindruck davon zu erhalten, wie bekannt und gefragt die von uns angebotenen Berufswahlmedien bei den Schülerinnen sind, wer oder was die wichtigste Informationsquelle für sie darstellt und wie sie die Angebote nutzen. Es sollen Informationen darüber gewonnen werden, ob die öffentliche BSB adäquate Online- und Printmedien zur Verfügung stellt und ob Printmedien überhaupt noch gefragt sind. Denn für stetig ändernde Berufsbilder und Ausbeziehungsweise Weiterbildungsmöglichkeiten sind Online-Plattformen einfacher anzupassen. Ebenso kann die BSB Thurgau je nach Ergebnisse der Umfrage überlegen, ob nächste Schritte unternommen werden sollen oder müssen, um ein Medium mehr zu fördern oder vielleicht aus dem Sortiment zu nehmen.

### **1.5. Abgrenzung**

Die Umfrage erfolgt ausschliesslich im Kanton Thurgau und nur mit Schülerinnen der 2. und 3. Sekundarklassen. Befragt werden alle Schülerinnen in einer Klasse, egal ob nach Abschluss der Schule eine weiterführende Schule, eine Berufslehre oder ein Zwischenjahr geplant ist. Ebenso erfolgt die Umfrage mit dem Fokus auf vier

ausgewählte Medien, wobei die Schülerinnen jedoch die Möglichkeit haben, weitere Berufswahlmedien aufzulisten, die sie kennen oder verwenden.

Die Auswahl der Klassen erfolgt über das persönliche Netzwerk der Autorin, womit nicht alle Klassen im Kanton Thurgau die Möglichkeit hatten, sich zu beteiligen. Es wurden aus allen Einzugsgebieten der drei Regionalstellen der BSB Thurgau (Frauenfeld, Amriswil und Kreuzlingen) Klassen ausgewählt, damit ein möglichst flächendeckendes Ergebnis entsteht.

### **1.6. Aufbau der Arbeit**

Im Anschluss an dieses einführende Kapitel folgt ein Kapitel zu Begriffsdefinitionen. Im darauffolgenden Theorieteil in Kapitel 3 werden einerseits die entwicklungspsychologischen Umstände der Jugendlichen und andererseits Themen rund um die 1. Berufswahl und mögliche Berufswahlkonzepte beleuchtet. Zum Abschluss dieses Kapitels folgt ein Überblick zum vergangenen und aktuellen Medienverhalten der Jugendlichen und ein Einblick in die Vielseitigkeit der Medienlandschaft der 1. Berufswahl. Im 4. Kapitel werden das Vorgehen und die Methodik zur Beantwortung der Forschungsfrage dargelegt. Daran schliesst Kapitel 5, welches das Kernstück dieser Arbeit darstellt. Hier werden die Auswertungen der Fragebogen und die Ergebnisse der Befragung präsentiert. In Kapitel 6 folgt die Diskussion der Ergebnisse und ein Fazit. Ebenfalls darin enthalten ist der Ausblick.

## **2. Begriffsdefinition**

Auf den folgenden Seiten werden einführend in die Thematik zum einen Begriffsdefinitionen zu den ausgewählten Berufswahlmedien vorgenommen, zum anderen die Begriffe Mediennutzung, Umfrage und 1. Berufswahl erläutert und definiert.

### **2.1. Berufswahlmedien**

Dieser Begriff ist sehr weitläufig und soll auch in der vorliegenden Arbeit gross eingeschränkt werden. Trotzdem wird in diesem Kapitel kurz erläutert, was dieser Begriff alles beinhalten soll.

Ein Medium ist ein vermittelndes und übermittelndes Element. Es kann Meinungen, Informationen oder Bildung über- oder vermitteln. In der hier verwendeten Kombination mit dem vorangehenden Wort „Berufswahl“ vermittelt es somit Meinungen, Informationen und Bildung zu diesem Thema, was via Bücher, Hefte, Fernsehen, Radio, Webseiten, Apps, Lehrmittel und weiteren geschehen kann. Teils synonym dazu wird der Begriff Angebot verwendet. Dieser wurde vor allem für die Zusammenarbeit mit den Schülerinnen eingeführt, da er leichter verständlich ist als das Wort Medium. Manchmal meint das Angebot jedoch auch die verschiedenen Angebote innerhalb eines Mediums. Im inhaltlichen Zusammenhang werden diese Unterschiede klar.

Unter dem Begriff Berufswahlmedien werden in dieser Arbeit deshalb alle Angebote verstanden, die sich mit dem Thema der 1. Berufswahl befassen. Dazu gehören alle Angebote, die online oder auf Papier, rein akustisch oder visuell verfügbar sind. Egal ob sie dort einzig zu einem gewissen Bereich im Thema Berufswahl informieren oder Hinweise geben, Unterstützung anbieten, zur aktiven Auseinandersetzung anregen oder weiteres. Eine Begrenzung ist auch deshalb schwierig, weil in der BSB schweizweit Methodenfreiheit herrscht (KBSB, 2017, Qualitätsmanagement). Somit können ebenso gut Medien oder Lehrmittel in der Beratungsarbeit mit Schülerinnen genutzt werden, die beispielsweise in erster Linie für Lehrpersonen erstellt wurden (z.B. das Berufswahltagbuch, das Sixpack-Comic u.v.m.). Um sich in dieser Vielfalt von Möglichkeiten nicht zu verlieren, wurde die Auswahl für die Befragung auf vier Medien eingeschränkt, die besonders prädestiniert sind für die Arbeit speziell in der

Berufsberatung. Diese vier teils online, teils auf Papier vorhandenen Angebote sind allen Beratungspersonen im Kanton Thurgau bekannt, weshalb sie für die Befragung ausgewählt wurden. Auch ausserhalb des befragten Kantons werden diese verbreitet genutzt.

### *2.1.1. Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch)*

Diese Webseite ist eine Dienstleistung des Schweizerischen Dienstleistungszentrums Berufsbildung (SDBB) im Auftrag der Kantone und gehört zu den meistbesuchten der Schweiz, denn sie wird monatlich rund 800'000-mal angeklickt (Geschäftsbericht Kanton Thurgau, 2016, S. 145). Sie existiert in drei Sprachen und wird schweizweit genutzt. Darauf können sich Schülerinnen u.a. über Berufe und deren Anforderungen oder freie Lehrstellen informieren. Ebenfalls besteht die Möglichkeit, einen Interessencheck zu machen. Das Lehrstellenportal ist bei den aktuellen Schülerinnen häufig noch als LENA (Lehrstellennachweis) bekannt, welches auf der alten Version der Berufsberatungshomepage existiert hat. Die aktuelle Webseite wird nicht nur von Jugendlichen in der 1. Berufswahl, sondern auch von allen anderen genutzt, welche Antworten auf Studien-, Weiterbildungs- und Laufbahnfragen suchen.

### *2.1.2. Homepage [Lehrfirmenverzeichnis lehrfirmen-tg.ch](http://lehrfirmenverzeichnis.lehrfirmen-tg.ch)*

Das Online-Lehrfirmenverzeichnis, umgangssprachlich auch LEFI genannt, ist ein Angebot vom Amt für Berufsbildung und Berufsberatung des Kantons Thurgau. Einige andere Kantone bieten ein solches ebenfalls an.<sup>1</sup> Auf dieser Webseite befinden sich alle Lehrbetriebe, welche die Berechtigung haben, Lernende mit eidgenössischem Berufsattest (EBA) und eidgenössischen Fähigkeitszeugnis (EFZ) auszubilden. Nebst den Kontaktdaten findet sich hier auch die Information, ob der jeweilige Ausbildungsbetrieb noch eine offene Lehrstelle ausgeschrieben hat. Diese Angaben stimmen mit der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) überein.

---

<sup>1</sup> Der Kanton St. Gallen beispielsweise schon, unter [www.berufsberatung.sg.ch](http://www.berufsberatung.sg.ch), der Kanton Zürich jedoch nicht.

### *2.1.3. BIZ-App*

Seit dem Sommer 2016 steht den Schülerinnen im Kanton Thurgau die BIZ-App zur Verfügung. Diese stellt, ebenso wie die Berufsberatungshomepage, die Berufe mit den jeweiligen Anforderungen vor, zeigt freie Lehrstellen an und bietet einen Interessencheck an. Ursprünglich wurde diese App für den Kanton Schaffhausen entwickelt, wird inzwischen jedoch durch beinahe alle Kantone in der Schweiz genutzt (BIZ Schaffhausen, 2016). Seit der Einführung wurden die Berufsberaterinnen im Kanton, die Lehrpersonen und die Schülerinnen über das Bestehen der BIZ-App informiert.

### *2.1.4. Ausleihbroschüren in Papierform aus dem BIZ*

Die traditionellsten der ausgewählten Angebote sind die Ausleihbroschüren, welche in den kantonalen BIZ ausgeliehen werden können. Diese sind in (fast) allen BIZ verfügbar und schweizweit identisch, da sie vom SDBB Verlag produziert werden. Diese Papierbroschüren existieren entweder zu einzelnen Lehrberufen (SDBB, 2017, Berufsbildfaltblatt) oder als Übersicht zu ganzen Berufsfeldern (SDBB, 2017, Berufswahlmagazin). Darin finden sich Informationen zu Berufen, Bilder, Interviews mit Lernenden usw. In dieser Arbeit fallen unter den Begriff Ausleihbroschüren nur diese beiden Varianten. Denn nebst diesen erwähnten Broschüren speziell für Schülerinnen, die sich für Lehrberufe interessieren, gibt es noch weitere.<sup>2</sup>

Für die vorliegende Arbeit wurden die Ausleihzahlen der Berufsbildfaltblätter und Berufswahlmagazinen aus den BIZ im Kanton Thurgau zusammengestellt (siehe Anhang III). Eine Analyse mit Altersangaben war nicht möglich, weshalb darunter alle Ratsuchenden fallen, welche etwas ausgeliehen haben. Es zeigt sich, dass die Ausleihen zwischen 2012 und 2015 sowohl für die Berufsbildfaltblätter sowie für die Berufswahlmagazine stetig gestiegen sind. Erst von 2015 auf 2016 sind beide Anzahlen minimal gesunken. Anders sieht diese Situation gesamtschweizerisch aus, wo diese Zahl seit vier Jahren rückläufig ist (KBSB, 2016, S. 2). Ein Erklärungsversuch wird dabei auf die erfolgreiche Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) zurückgeführt. Dort nimmt die Besucherzahl nämlich stetig zu (KBSB, 2016, S. 2).

---

<sup>2</sup> z.B. zu Studienfeldern unter dem Namen Perspektiven-Hefte und solche zu Weiterbildungen unter dem Namen Chancen-Hefte.

## **2.2. Mediennutzung**

Der Begriff Mediennutzung umfasst in der vorliegenden Arbeit die Verwendung unterschiedlicher medialer Angebote. Meistens wird dieser Begriff im Rahmen der Berufswahl verwendet werden, kann jedoch besonders im Theorieteil auch weiter gefasst werden und diesen Rahmen überschreiten. Mit Medien sind sowohl Online- als auch Printmedien gemeint.

## **2.3. Umfrage**

Den Kern dieser Masterarbeit bildet die Befragung der Schülerinnen der 8. und 9. Klasse im Kanton Thurgau in Bezug auf die bereits beschriebenen Berufswahlmedien (siehe Kapitel 2.1.). Diese hat im Zeitraum von Ende April bis Mitte Juni 2017 stattgefunden. Falls eine Umfrage nicht explizit anders eingeführt oder benannt wird, handelt es sich dabei jeweils um diese Erhebung.

## **2.4. 1. Berufswahl**

Unter den Begriff der 1. Berufswahl fällt in dieser Arbeit die Auseinandersetzung mit der Berufswelt während der Sekundarschule. Meist beginnt diese in der 2. Sekundarklasse, bei einigen schon etwas früher. Beispielsweise dürfen manche Schülerinnen schon Ende der Primarschule mit ihren Eltern zum ersten Mal die Berufswelt mit einem „Eltern-Kind-Tag“ erkunden. Die meisten Jugendlichen beschäftigen sich jedoch erst während der Sekundarschule zum ersten Mal intensiver mit diesem Thema. Dies tun sie, auch wenn sie nicht direkt anschliessend an die obligatorische Schulzeit eine Lehre beginnen oder planen. All diejenigen, bei denen die 1. Berufswahl erst zu einem späteren Zeitpunkt (beispielsweise nach Abschluss eines Gymnasiums oder sogar erst nach einem Studium) wieder konkreter wird, werden in dieser Umfrage nicht zu jenem Zeitpunkt befragt und gehören somit nicht in die befragte Zielgruppe. Miteinbezogen werden in der Umfrage jedoch alle Schülerinnen einer Klasse, darunter gehören ebenso jene, die nach der Sekundarschule nicht direkt eine berufliche Grundbildung beginnen.

### **3. Theorieteil**

Im folgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen erläutert. Diese bilden sich aus dem entwicklungspsychologischen Stand der Schülerinnen, welche sich mit der Berufswahl beschäftigen sowie aus dem Prozess der 1. Berufswahl und der Auseinandersetzung mit Berufswahlkonzepten. Dabei wird der Schwerpunkt sowohl auf das Kooperations- als auch auf das Berufswahlmodell in fünf Schritten gelegt. Ebenso wird vor allem anhand der JAMES-Studie (Waller et al, 2016) ein Blick auf das vergangene und aktuelle Medienverhalten der Jugendlichen geworfen und ein Einblick in die Vielseitigkeit der Medienlandschaft zur Berufswahl gegeben.

#### **3.1. Entwicklungspsychologischer Hintergrund**

Die Jugendlichen sind der Mittelpunkt der vorliegenden Masterarbeit. Sie sind es, die sich unter anderem mit dem Thema der 1. Berufswahl beschäftigen und welche zu ihrem Wissenstand, zur Nutzung und ihrer Einschätzung der medialen Angebote der Berufsberatung befragt wurden. Die befragten Schülerinnen sind zum Zeitpunkt der Befragung in der 8. und 9. Klasse und somit grösstenteils zwischen 13 und 16 Jahren alt.

Während diesen Lebensjahren entwickeln sich der Körper, die Geschlechtsidentität, die Sprache, das Sozialverhalten und vieles mehr sehr stark (Largo & Czernin, 2013). Die Berufswahl ist somit nur eines von vielen Themen, mit denen sich die Schülerinnen der Sekundarschule mehr oder weniger aktiv beschäftigen. Häufig ist bei den eben genannten Prozessen die Ausbildung der Fähigkeiten und Eigenschaften, welche zur Bewältigung des Einstiegs in das Berufsleben gebraucht werden, bei jeder einzelnen Jugendlichen unterschiedlich ausgebildet (Largo & Czernin, 2013, S. 16ff). Aber nicht nur interindividuelle, sondern auch intraindividuelle Unterschiede prägen sich in diesen Jahren aus. Das bedeutet, dass sich einerseits Unterschiede zwischen den einzelnen Jugendlichen bemerkbar machen. Andererseits können sich aber auch unterschiedlich stark ausgeprägte Entwicklungen bei derselben Jugendlichen zeigen (beispielsweise im sprachlichen und körperlichen Bereich), was sich nachteilig auf ihr Verhalten auswirken kann (Largo & Czernin, 2013, S. 16ff).

Dieses ungleiche Verhalten kann auch bei den ersten Kontakten mit der Berufsbeziehungswise Erwachsenenwelt festgestellt werden. Einige Jugendliche schaffen es ohne weiteres Kontakt zu Betrieben aufzunehmen, berichten von guten Erfahrungen und von guten Feedbacks nach Schnupperlehren, während bei anderen diese positiven Erlebnisse vorerst ausbleiben. Ein Grund dafür kann sein, dass einige Schülerinnen durch ihre körperliche Entwicklung erwachsener wirken, als sie es sind und deshalb auf Anhieb „falsch“ eingeschätzt werden.

### **3.2. 1. Berufswahl**

Die 1. Berufswahl entsteht bei Jugendlichen meist in einer turbulenten, spannenden und von Entwicklungen geprägten Zeit, wie das vorangehende Kapitel 3.1. gezeigt hat. Veränderungen wie der Übertritt von Schule in die Berufsbildung sind immer auch von Herausforderungen geprägt, weil sie sich einerseits als Wechsel des sozialen Kontexts, andererseits aber auch des Lebensraumes darstellen (Herzog et al, 2006, S. 25). Dabei stellt besonders der Übergang der 1. Berufswahl eine wichtige Weiche für den Einstieg ins Berufsleben (Herzog et al, 2004, S. 7). Dieser ist gekennzeichnet von neuen Erfahrungen, welche in das Bild der eigenen Identität integriert werden müssen, von dem Auseinandersetzen mit Interessen und Fähigkeiten, dem Entscheiden und Umsetzen davon und vielem mehr.

In der 1. Berufswahl gelten gemäss Jungo (2009) u.a. Interessen, Prestige, Geschlechtstypik und Informiertheit als wichtige Einflussfaktoren, wobei vor allem das Interesse besondere Aufmerksamkeit beansprucht. So berichtet auch Bergmann (1994), dass 9 von 10 Schülerinnen angeben, sich aufgrund ihrer Interessen für eine Ausbildung oder einen Beruf entschieden zu haben. Einen anderen Schwerpunkt setzt Linda Gottfredson in ihrer sozialisationstheoretischen Sichtweise. Sie postuliert, dass „Individuen die Berufe nach Sozialprestige, Geschlechtstypik und persönlicher Zugänglichkeit“ (Herzog et al, 2006, S. 21) in einer „kognitiven Landkarte“ kartografieren. Und nochmals einen etwas anderen Fokus setzen Herzog et al (2006), welche vor allem im Bereich der Information eine bedeutsame Rolle sehen, da diese einer vernünftigen Entscheidung vorausgeht.

Bereits hier kann also festgehalten werden, dass es nicht *den* richtigen Blickwinkel auf die Berufswahl gibt. Vielmehr soll im nachfolgenden Kapitel, welches sich explizit

mit der Berufswahl als Prozess auseinandersetzt, versucht werden, einige solcher Theorien und Ansätze kurz zu beleuchten. Dadurch soll ein prägnanter und auf keinen Fall abschliessender Einblick in die Komplexität und Meinungsvielfalt gegeben werden.

### *3.2.1. Berufswahl als Prozess*

Das Wort „Wahl“ klingt auf Anhieb erstmal etwas statisch und nach einem punktuellen Geschehen. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass dahinter ein Prozess steckt, der je nach vorangehender Entwicklungen, Identitätsfindung, dem privatem Umfeld und weiteren Faktoren unterschiedlich lange dauert (Jungo, 2009).

Ein Prozess ist gekennzeichnet durch verschiedene Phasen, die durchlaufen werden müssen und durch unterschiedliche Entwicklungsaufgaben, die zu bewältigen sind (Herzog et al., 2004, S. 7 / Jungo, 2009, S. 79). Gerade beim Berufswahlprozess sind die Jugendlichen häufig in ganz verschiedenen Phasen anzutreffen. Das stellt auch die Lehrpersonen im Berufswahlunterricht vor die Herausforderung, mit dem unterschiedlichen Stand der Schülerinnen im Berufswahlprozess umzugehen (Herzog et al, 2004, S. 7). Währenddem einige bereits eine Lehrstelle haben, sind andere noch unschlüssig, welcher Beruf ihnen überhaupt gefallen könnte. Wieder andere haben sich für eine weiterführende Schule entschieden und setzen sich deshalb teilweise nicht gleich konkret mit diesem Thema auseinander, weil sie dafür noch mehr Zeit zur Verfügung haben.

### *3.2.2. Theorien im Berufswahlprozess*

Auch verschiedenste Theorien beschäftigen sich mit dem Thema Berufswahl als Prozess. Diese Auseinandersetzungen reichen von differential- oder entwicklungspsychologischen über lernpsychologische bis hin zu sozialisationstheoretischen Perspektiven und noch vielen weiteren. Herzog et al (2006) haben sich diesen Theorien angenähert und festgestellt, dass sich all diese Theorien mehrheitlich ergänzen, zum Teil aber auch Widersprüche aufzeigen. Diese sind jedoch nicht gravierend. Als besonders wichtig in der Berufswahl hat sich daraus gemäss Herzog et al (2006) der Umstand der Passung von persönlichen

Voraussetzungen und beruflichen Ansprüchen herauskristallisiert. Damit ist kein statisches Verhältnis dieser beiden Komponenten gemeint, sondern vielmehr ein „gewisses Gleichgewicht zwischen dem, was eine Person an Fähigkeiten, Interessen und Einstellungen mitbringt, und dem, was von ihr beruflich erwartet wird, [...] damit ein Beruf erfolgreich angeeignet und ausgeübt werden kann“ (Herzog et al, 2006, S. 24). Der klassische Begriff der Passung (u.a. in Hollands 1977 entwickelter Typologie anzutreffen; Holland, 1997) ist unter den moderneren Ansätzen jedoch eher etwas in Verruf geraten. Herzog et al (2006) erwähnen deshalb explizit, dass es sich in ihrem Verständnis um einen dynamischen Verlauf handelt, welcher mit Kompromissbildungen und Anpassungsleistungen verknüpft ist.

Zur Erläuterung ein Beispiel aus der entwicklungs- und lernpsychologischen Perspektive: Hier entpuppt sich vor allem die Kindheit als ein wichtiger Faktor. So früh bilden sich nämlich bereits berufliche Interessen oder Urteile über Berufe aus. Auch die Vereinbarkeit eines bestimmten Berufes mit den persönlichen Voraussetzungen oder Lebensplänen wird bereits in der Kindheit manifestiert (Herzog et al, 2006, S. 25). Dies unterstützen auch die aktuellen, narrativen Ansätze, mit welchen sich besonders Mark L. Savickas (2002) intensiv beschäftigt hat. Das Career Construction Interview beispielsweise besteht unter anderem aus Fragen, welche sich auf die Kindheit beziehen (Savickas & Hartung, 2012, Career Construction Interview). Es gründet auf der Methode des „Storytelling“ sowie dem konstruktiven und narrativen Ansatz und kann als Arbeitsmittel im Berufswahlprozess eingesetzt werden. Mit diesen Ansätzen wird versucht, Werte und Lebensziele sowie zentrale Lebensthemen aufzudecken, welche bei der Berufswahl eine wichtige Rolle spielen. Dadurch soll möglichst die ganze Biographie eines Menschen miteinbezogen werden (Savickas & Hartung, 2016, My Career Story).

Als zweites und letztes Beispiel aus der Auswahl an theoretischen Ansätzen von Herzog et al (2006) soll die entscheidungstheoretische Perspektive kurz betrachtet werden. Hier ist einerseits die Annahme wichtig, dass das Individuum als rationales Subjekt selber eine aktive Rolle im Berufswahlprozess einnimmt. Die Jugendlichen haben nämlich durch vorangehende Erfahrungen bereits eine Auswahl von Problemlösestrategien und personalen Ressourcen. Zusammen mit sozialer und institutioneller Unterstützung helfen ihnen diese, „sich aktiv und konstruktiv für einen Beruf zu entscheiden“ (Herzog et al, 2006, S. 25). Andererseits kann der

Berufswahlprozess in eine Abfolge von kleinen Einzelschritten zerlegt werden, welche unter anderem darin bestehen, dass die Jugendliche sich selber gut kennt und ausreichend über die Berufswelt informiert ist (Herzog et al, 2006, S. 25).

Mit diesem Abschluss soll ein Übergang zum folgenden Kapitel gemacht werden, welches sich mit Konzepten in der Berufswahl beschäftigt.

### *3.2.3. Konzepte der Berufswahl*

„Das Berufswahlkonzept regelt die Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern und unterstützt den Berufswahlprozess. Ein Berufswahlkonzept zeigt, wie die Berufswahlvorbereitung geplant und umgesetzt wird“ (Egloff & Jungo, 2017, Schulisches Berufswahlkonzept). So definieren die beiden Autoren den Begriff des Berufswahlkonzeptes auf ihrem Arbeitsblatt für Schulen, welches auf ihrem Arbeitsmittel Berufswahltagbuch (Egloff & Jungo, 2015) basiert. Die Auswahl gerade dieser Definition, erklärt sich in der weiteführenden Arbeit im folgenden Kapitel 3.3., welches sich vertiefter mit dem Ansatz der fünf Schritte auseinandersetzt.

In den vorangehenden Kapiteln wurde versucht aufzuzeigen, dass weder die theoretischen Grundlagen noch die Arbeitsmittel in der (1.) Berufswahl identisch oder einheitlich sind. Das hat zur Folge, dass mehrere solcher Konzepte und Ansätze existieren, was man unter anderem an der Vielfalt von Lehrmitteln erkennen kann. So sind beispielsweise einige speziell für Schülerinnen mit Grundanspruch konzipiert worden<sup>3</sup>, andere für Schülerinnen im 10. Schuljahr<sup>4</sup> oder für Fremdsprachige<sup>5</sup>. Wieder andere setzen sich insbesondere mit dem Thema Gender auseinander<sup>6</sup> oder

---

<sup>3</sup> wie z.B. Sixpack-Comics – Arbeitsmittel speziell für leistungsschwächere Jugendliche, 2003-2010, ([www.sixpack-comics.ch](http://www.sixpack-comics.ch))

<sup>4</sup> wie z.B. Ich mach was aus mir – Arbeitsbuch zur Berufswahl im 10. Schuljahr, 2012 ([www.ichmaswas.sdbb.ch](http://www.ichmaswas.sdbb.ch))

<sup>5</sup> wie z.B. Die Reise – Unterlagen für die Berufswahlvorbereitung von ausländischen Jugendlichen, 2004 (keine online-Ressource), Teamwork Berufswahl – Hintergrundinformationen und Anregungen für Elternveranstaltungen u.a. bei Kultur- und Geschlechtsspezifischen Fragestellungen, 2000 (keine online-Ressource) oder Wege zum Beruf – Integration in die Berufswelt für Migrantinnen und Migranten, 2006 ([www.wege-zum-beruf.ch](http://www.wege-zum-beruf.ch))

<sup>6</sup> wie z.B. Avanti – Projektwoche für Mädchen und Knaben vor der Berufswahl, 2004 ([www.campus.phbern.ch/weiterbildung/schulprojekt-avanti/](http://www.campus.phbern.ch/weiterbildung/schulprojekt-avanti/)) oder Ich-du-wir-Gender – zur Auseinandersetzung mit der Geschlechtsidentität, 2013 (keine online-Ressource)

widmen sich vor allem den Eltern<sup>7</sup>. Bei so viel Diversität werden nicht immer dieselben Konzepte als Grundlage verwendet. Es kommt also vor, dass beispielsweise das Berufswahltagbuch und das Sixpack-Comic (SDBB, 2017, Sixpack-Comic) die Berufswahl in fünf Schritten bearbeiten, das Berufswahl-Portfolio in sechs und die Homepage berufsberatung.ch in sieben Schritten. Diese unterschiedlichen Ansätze zeigen sich ebenso bei der Auseinandersetzung mit der 1. Berufswahl in den verschiedenen Kantonen der Schweiz. Die Kantone Zürich und Thurgau arbeiten zum Beispiel mit fünf Schritten in der Berufswahl und der Kanton Bern mit sieben Schritten analog dem Angebot von myBerufswahl auf der Berufsberatungshomepage (SDBB, 2017, myBerufswahl). Dabei soll jedoch erwähnt werden, dass diese Konzepte sich grundsätzlich nur wenig unterscheiden. Die Hauptunterschiede liegen darin, dass bei einem Ansatz teils zwei Schritte in einem zusammengefasst sind und dass bei einem anderen noch ein letzter Schritt dazu kommt, welcher sich mehr auf die Vorbereitung fokussiert. Was die verschiedenen Modelle im Kern jedoch verbindet, ist die Förderung der Berufswahlbereitschaft.

Das folgende Kapitel gibt in eines dieser Konzepte einen Einblick, um aufzuzeigen, welche konkreten Schritte die Schülerinnen in ihrer Berufswahl durchlaufen (sollten). Aufgrund der Zusammenarbeit mit den Jugendlichen im Arbeitskanton der Verfasserin wird der Fokus auf das Konzept gelegt, welches von Egloff und Jungo im Berufswahltagbuch eingeführt wurde und auf fünf Schritten basiert (Egloff & Jungo, 2015). Diese Auswahl hat keinen Wertungscharakter gegenüber anderen Modellen.

### **3.3. Fünf Schritte in der Berufswahl**

Die Schülerinnen werden meist ab Ende der 1. oder Beginn der 2. Sekundarklasse auf die Berufswelt vorbereitet. Dies geschieht vor allem zu Beginn dieser Thematik im Schulunterricht. Wie schon aufgezeigt werden konnte, arbeiten die Schulen in der Schweiz mit verschiedenen Lehrmitteln und auch die verschiedenen BIZ in der Schweiz haben nicht alle dieselben Berufswahlkonzepte. Häufig sind es jedoch keine gänzlich unterschiedlichen Verständnisse von der Abfolge der Schritte, welche die Jugendlichen durchlaufen (sollten), beziehungsweise von den Konzepten. Einige

---

<sup>7</sup> wie z.B. Berufswahl als Familienprojekt, 2015 (keine online-Ressource) oder Berufswahltagbuch - Elterninformation Berufswahl, 2015 (keine online-Ressource)

davon sind etwas detaillierter, weiteführender oder zusammengefasster als andere, der Konzeptkern bleibt jedoch meist derselbe. Dies zeigte sich bei der Auseinandersetzung der Modelle mit fünf, sechs oder sieben Schritten in der Berufswahl.

Bevor nachfolgend die einzelnen fünf Schritte beschrieben werden, soll einleitend ein kurzer Gesamtüberblick über die äusseren Rahmenbedingungen dieses Konzepts gegeben werden. Dies erfolgt speziell bei Egloff & Jungo (2015) anhand des Kooperationsmodells.

### *3.3.1. Das Kooperationsmodell*

Die fünf Schritte in der Berufswahl sind einerseits gekoppelt an die Person selber, andererseits aber auch an ihre Umwelt. Dieser wichtige Punkt der externen Faktoren wird im Kooperationsmodell ersichtlich, womit auch Egloff sich intensiver auseinandergesetzt hat (Egloff, 2009). Dieses Modell wird ebenso im von Egloff und Jungo entwickelten Lehrmittel (dem Berufswahltagbuch) miteinbezogen, um bei den Schülerinnen und deren Eltern ein Bewusstsein für die verschiedenen Kooperationspartner zu entwickeln (Egloff & Jungo, 2015). Die Berufswahlreife der Jugendlichen entwickelt sich im Umfeld von vielen Beziehungsfeldern, in erster Linie jedoch in jenem der Familie, der Schule und der Berufsberatung. Etwas weniger offensichtlich, aber genauso vorhanden, sind auch die Einflüsse durch Freunde oder Peer-Gruppen, Medien, durch die Wirtschaftsstruktur der Wohnregion, das Bildungsangebot usw. All diese Beteiligten beeinflussen den Berufswahlprozess und können hemmend oder fördernd wirken. Da eine Kontrolle einzelner solcher Faktoren nicht möglich ist, sollen die ohnehin Beteiligten im Rahmen ihrer Möglichkeiten bestenfalls einen Beitrag leisten können (Egloff, 2009, S. 105). Man erkannte nämlich schon früh, dass eine Zusammenarbeit wesentlich zur Verbesserung der Berufswahlsituation beiträgt. Bei Aussprachen zwischen Jugendlichen, Eltern, Berufsberaterinnen und Fachleuten aus der Wirtschaft lernten die Beteiligten die eigenen Möglichkeiten und Grenzen sowie jene der anderen kennen. Daraus entstand das Kooperationsmodell, welches heute in der deutschsprachigen Schweiz und dem deutschsprachigen Raum weit verbreitet ist (Egloff & Jungo, 2010, S.18f.).

Im Zentrum dieses ganzen Prozesses und der Förderung ist und bleibt jedoch die Jugendliche mit ihren Eltern.

„Das Lern-, Entwicklungs- und Interaktionsmodell der Berufswahlvorbereitung in Form einer Pyramide illustriert die Einflussfaktoren und die wechselseitigen Beeinflussungen (Interaktionen) der Berufswahlvorbereitung“ (Egloff & Jungo, 2017, Pyramiden-Modell).

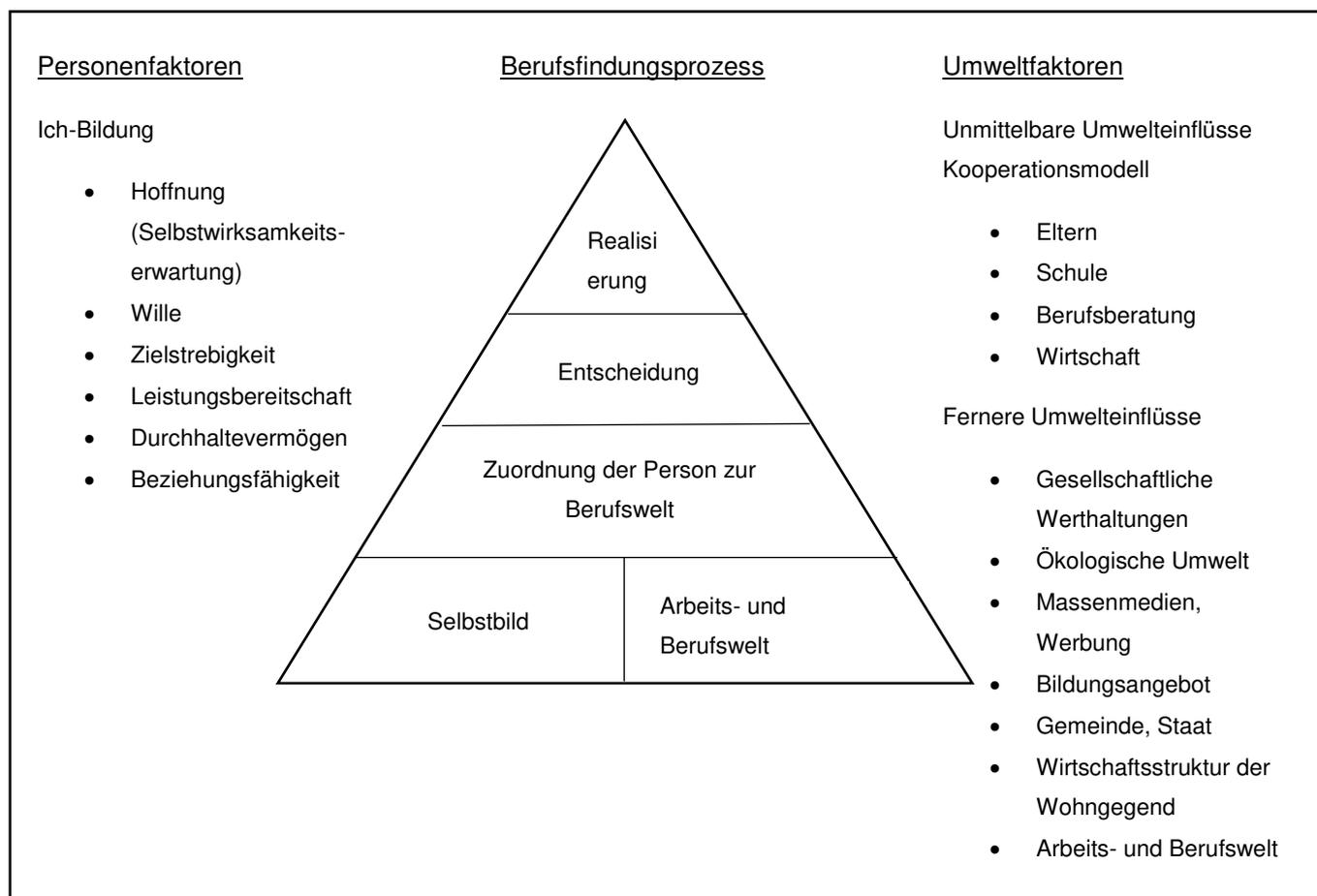


Abbildung 1 Pyramiden-Modell (Egloff & Jungo, 2017, Pyramiden-Modell)

Der Vorteil dieser Grafik (siehe Abbildung 1) erscheint einerseits in der Übersicht über das gesamte Modell mit all den Beteiligten. Andererseits zeigt die Abbildung den modellartigen Charakter des Berufsfindungsprozesses auf, wobei also der eine Berufswahlschritt möglichst aufbauend auf dem nächsten Schritt geschehen sollte. Was dabei aus Sicht der Autorin jedoch fehlt, ist die Flexibilität. So kann es nämlich vorkommen, dass Schülerinnen manchmal einen Schritt zurückgehen (müssen) oder

einen Schritt mehrere Male nacheinander machen (müssen). Ebenso klingt der Begriff „Zuordnung“ sehr statisch und unveränderbar. Trotzdem gibt diese Abbildung einen guten Überblick über die einzelnen Berufswahlschritte und die beteiligten Partner im Konzept von Egloff und Jungo (Egloff & Jungo, 2017, Pyramiden-Modell). Nachfolgend werden die 5 Schritte aus dem Berufswahltagbuch erläutert, damit eine Vorstellung davon gewonnen werden kann, wie Schülerinnen sich mit der Berufswahl auseinandersetzen können. Nebst den Beiträgen aus dem Lehrmittel von Egloff und Jungo (2015) werden dazu jeweils kurze Anstösse gegeben, was die vier ausgewählten Berufswahlmedien in diesen Schritten leisten können.

### *3.3.2. Schritt 1: Ich lerne mich selbst kennen*

Im 1. Schritt sollen die Schülerinnen einerseits eine Bereitschaft aufbauen, sich auf den Übergang einzulassen und sich andererseits durch das Erarbeiten eines Selbstbildes selber besser kennenlernen. Eine Auseinandersetzung mit den eigenen Fähigkeiten und Stärken erfolgt zu diesem Zeitpunkt meist zum ersten Mal.

Die Schülerinnen meistern diesen Einstieg durch das Erkunden ihrer Hobbys und (Schul-) Interessen. Das Klären der Erwartungen an den Beruf erfolgt aufgrund von Wertelisten. Danach findet die Auseinandersetzung mit den Charakterstärken und den Fähigkeiten in der Schule mit einer Selbsteinschätzung und verglichen mit den Zeugnisnoten statt. Anschliessend erkunden die Schülerinnen weitere, praxisbezogene Begabungen und Fähigkeiten. Zum Abschluss dieses Kapitels wird ein Berufswahlprofil erstellt, welches die gemachten Erkenntnisse zu Interessen und Fähigkeiten festhält. Diesen 1. Schritt empfehlen Egloff & Jungo (2015) für die 7. Klasse.

Eine solche Erkundung der Stärken und Interessen kann auch über den Interessencheck auf der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) (SDBB, 2017, Interessencheck) oder in der BIZ-App erfolgen.

### 3.3.3. Schritt 2: Ich lerne die Berufswelt kennen

Dieser Schritt soll den Schülerinnen helfen, die Berufswelt zu erforschen. Sie erfahren einerseits, wie vielfältig und spannend diese ist und andererseits, wie sie ihre Traumberufe und weitere Berufe erkunden können (Egloff & Jungo, 2015, S. 31).

Die Umsetzung geschieht im Kennenlernen der 9 Berufsinteressenfelder<sup>8</sup> und im Erkunden der Traumberufe, welche Jugendliche vielleicht haben. Anschliessend sind die Vorbereitung auf die Berufserkundung in der Praxis (anhand eines Fragebogens für das Gespräch mit Berufsleuten und einigen Praxis-Tipps), das Finden von Berufsinformationen und das Kennenlernen des Kooperationsmodells wichtige Lernziele in diesem 2. Schritt (Egloff & Jungo, 2015).

Dieses Entdecken der Berufsinteressenfelder sowie das Aufstöbern von Berufsinformationen können die Schülerinnen beispielsweise auch über die Ausleihbroschüren im BIZ, die BIZ-App oder die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) (SDBB, 2017, Berufserkundung) vornehmen.

### 3.3.4. Schritt 3: Ich vergleiche mich mit der Berufswelt

In Schritt 3 folgt die aktive Auseinandersetzung mit den Interessen, dem Erkunden von dazu passenden Berufen und dem Überprüfen der Anforderungen, welche die Berufe stellen.

Dieses Kapitel stellt einen Fragebogen zur Verfügung, womit anschliessend ein Interessenbild erstellt werden kann, welches auf den 9 Berufsinteressenfeldern beruht. Anschliessend können im Berufsverzeichnis je nach Ausrichtung der Interessen die spannenden Berufe erkundet und eine Rangliste erstellt werden. Zum Schluss sollen die Jugendlichen sich mit den Anforderungen ihrer Favoriten-Berufe auseinandersetzen (Egloff & Jungo, 2015).

Die BIZ-App stellt ebenso die Möglichkeit zur Verfügung, ein solches Interessendbild zu erstellen, um damit auf passende Berufe zu stossen. Die Anforderungen von

---

<sup>8</sup> 1) Natur, 2) Ernährung/Gastgewerbe, 3) Gestaltung, 4) Bauwesen/Haustechnik/Innenausbau/Holzverarbeitung, 5) Technische Industrie/Technisches Handwerk, 6) Planen/Technisches Zeichnen/Forschen/Informatik, 7) Handel/Verkauf/Verwaltung/Verkehr/Wirtschaft/Sicherheit, 8) Sprache/Nachrichtenwesen/Theater/Musik/Kunst- & Geisteswissenschaft, 9) Menschenkontakt/Bildung/Gesundheit/Beratung/Betreuung.

Berufen können die Jugendlichen ebenso in der BIZ-App erkunden oder aber auf der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) (SDBB, 2017, Berufserkundung) und in den Ausleihbroschüren im BIZ.

#### *3.3.5. Schritt 4: Ich erkunde Berufe und entscheide*

Im 4. Schritt werden die Schülerinnen einerseits darauf vorbereitet, wie sie Berufe durch Schnupperlehren besser kennenlernen können, andererseits erfahren sie etwas über verschiedene Ausbildungswege. Ebenso soll dieser Abschnitt bei der Entscheidungsfindung helfen.

In diesem Kapitel finden sich viele Informationen zu den Schnupperlehren. Die Jugendlichen lernen etwas über die Dauer, erhalten ein Schnupperlehrtagebuch, ein Beurteilungsraster für die Betreuungsperson und zum Abschluss eine Auswertung, womit es den Schülerinnen leichter fallen soll, nächste Schritte zu planen. Ebenso lernen sie das Schweizer Bildungssystem näher kennen, damit sie sich mit den Ausbildungsmöglichkeiten auseinandersetzen können. Dazu gehören auch die verschiedenen Brückenangebote und Mittelschulen. Dieses Kapitel schliesst mit dem Erstellen einer Berufe-Hitliste und einer individuellen Standortbestimmung. Je nachdem wo die Schülerinnen dabei stehen, sind sie bereit, sich für eine Ausbildung zu entscheiden.

In diesem Schritt ist nebst dem Bildungssystem vor allem die Schnupperlehre präsent. Lehrbetriebe zu finden, welche für eine solche angefragt werden können, ist zu diesem Zeitpunkt deshalb wichtig. Eine Zusammenstellung aller Lehrbetriebe im Kanton Thurgau findet sich im Lehrfirmenverzeichnis und weitere Anregungen zu diesem Thema finden sich auch auf [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) (SDBB, 2017, Schnuppern). Mehr Informationen zum Bildungssystem können ebenso auf [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) aufgerufen werden (SDBB, 2017, Bildungssystem).

#### *3.3.6. Schritt 5: Ich verwirkliche meine Entscheidung*

Dieser letzte Schritt gibt den Jugendlichen Tipps und Informationen für den Weg zur Lehrstelle. Ausserdem darin enthalten ist die Vorbereitung auf die Lehre.

Gestartet wird mit einem Bewerbungs-Quiz, um das aktuelle Wissen darüber abzufragen. Anschliessend wird der Weg zur Lehrstelle in vier Etappen aufgeteilt: Für die Suche nach einer Lehrstelle werden Tipps gegeben, für das Schreiben der Bewerbung werden Musterbewerbungen zur Verfügung gestellt, für das Vorstellungsgespräch werden einige Fragen und eine Checkliste bereitgestellt und es wird den Schülerinnen aufgezeigt, wie sie mit Absagen umgehen können. Die Vorbereitung auf die Lehre ist der letzte Schritt und erfolgt nochmals aufgrund der Auseinandersetzung mit den Anforderungen, den eigenen Fähigkeiten und dem Planen der nächsten Schritte. Zum Abschluss erhalten die Jugendlichen noch einige rechtliche Informationen zum Lehrvertrag und zu den Veränderungen in der Arbeitswelt.

Rund um das Thema Lehrstellenbewerbung findet man vor allem auf der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) Informationen sowie Bewerbungsbeispiele oder Informationen zu Eignungstests (SDBB, 2017, Lehrstellenbewerbung).

### **3.4. Mediennutzung**

In der vorliegenden Masterarbeit werden Schülerinnen zur Nutzung von verschiedenen Berufswahlmedien befragt. Vor der Auseinandersetzung mit den Ergebnissen der Umfrage soll ein allgemeiner Einblick in die aktuelle Mediennutzung durch Jugendliche in der Schweiz gegeben werden.

Als wichtigste Datengrundlage wird dafür nebst dem Bundesamt für Statistik (BFS) die von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) etablierte JAMES-Studie herangezogen. Sie befragt seit dem Jahr 2010 alle zwei Jahre jeweils 1'000 Jugendliche aus allen drei grossen Sprachregionen der Schweiz im Alter von 12 bis 19 Jahren zu ihrem Umgang mit den Medien. JAMES steht für Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz (Waller et al, 2016). In angrenzenden Ländern der Schweiz existieren ebenfalls solche Datenerhebungen. In Deutschland werden beispielsweise schon seit 1998 unter dem Namen JIM-Studie gross angelegte Datenerhebungen durchgeführt. Diese wurde vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (MPFS) 1998 ins Leben gerufen, welcher dem Forschungsteam der ZHAW als Partner zur Seite steht. JIM steht für Jugend, Information, (Multi-) Media (Feierabend et al, 2016). Aufgrund struktureller

Differenzen sollten diese Resultate jedoch nur bedingt auf die Schweizer Jugendlichen adaptiert werden (Hermida, 2008, S. 13). Deshalb werden hier Studien von ausserhalb der Schweiz nicht miteinbezogen.

Das Internet hat in den letzten zwanzig Jahren das Medienverhalten und die Mediennutzung massgeblich verändert. Da für diese Arbeit Schülerinnen zu Online- und Printberufswahlmedien befragt wurden, werden vorab diese Veränderungen einander gegenübergestellt.

#### *3.4.1. Veränderungen bei der Geräte- und Internetnutzung*

Im Jahr 1997 nutzten gerade einmal ca. 5% der 14- bis 19-Jährigen das Internet, im Jahr 2007 waren es schon knapp 90% und 2016 beinahe 100% (BFS, 2017a). Dieses Bild bestätigt sich auch in der JAMES-Studie, welche aufzeigt, dass im Jahr 2016 99% der Jugendlichen ein Handy und 76% einen eigenen Computer/Laptop besaßen (Waller et al, 2016, S. 17). In den Haushalten ist diese Zahl vor allem beim Besitz von Computern/Laptops um einiges höher und liegt bei 99% (Waller et al, 2016, S. 13). Die erste Befragung der JAMES-Studie hat im Jahr 2010 stattgefunden und auch damals besaßen bereits 98% der Haushalte ein Handy und 99% einen Computer/Laptop (der Gerätebesitz explizit bei den Jugendlichen wurde damals noch nicht erfragt) (Willemse et al, 2010, S. 16). Der Besitz von Tablets wurde 2014 zum ersten Mal in die Studie miteinbezogen und hat sich seither bereits um 10% auf 39% erhöht (Waller et al, 2016, S. 17). Ebenso nach oben verändert hat sich seit 2010, wenn auch nur wenig, der Internetzugang in den Haushalten um 2% auf aktuell 97% (Waller et al, 2016, S. 13). Diese vorhandenen Geräte und Zugänge werden von den Heranwachsenden fleissig eingesetzt. Nutzten 2010 auch schon 92% der befragten Jugendlichen täglich ihr Handy, waren es 2016 bereits 95% (Waller et al, 2016, S. 23). Spannend ist jedoch, wie die tägliche Internetnutzung in den letzten sechs Jahren zuerst von 89% (2010) auf 70% (2012) gesunken ist und sich in den darauffolgenden Jahren wieder stetig von 81% (2014) auf 85% erhöht hat (Waller et al, 2016, S. 23).

### *3.4.2. Veränderungen in der Printmediennutzung*

Wirkt sich diese viel häufigere Nutzung des Internets auch auf die klassische Form der Mediennutzung aus, dem Lesen von gedruckten Zeitschriften, Zeitungen und Büchern? Eine eindeutige Antwort dazu ist schwierig. Denn die Anzahl der Minuten, welche Herr und Frau Schweizer täglich mit Lesen verbringen, hat zwar abgenommen – diese Zahl hat sich jedoch schon vor dem Aufkommen des Internets verkleinert. Und weil die dazugehörige Statistik vom BFS nur bis 2012 weitergeführt wurde, lässt auch diese keine Aussage über die aktuellsten Trends zu. Trotzdem kann festgehalten werden, dass die Deutschschweizerinnen 1975 täglich noch 50 Minuten mit Lesen verbracht haben, was sich bereits bis ins Jahr 1985 auf 30 Minuten verkürzt hat. Bis ins Jahr 2012 hat sich die Zahl der täglichen Leseminuten der deutschsprachigen Schweizerinnen nur noch ein wenig auf ca. 29 Minuten verringert (BFS, 2017b). Die Auswertungen vom BFS bezüglich des Lesens existieren nicht spezifisch für Jugendliche, sondern sind allgemein gültig.

Für die jüngeren Leserinnen besteht erst seit der JAMES-Studie im Jahr 2010 eine Vergleichsmöglichkeit. Diese legt ihren Fokus jedoch nicht auf die Anzahl Minuten, sondern auf die Häufigkeit des Lesens, welche sich in den sechs Jahren zwischen 2010 und 2016 drastisch verändert hat. So haben im Jahr 2010 noch 26% der Jugendlichen täglich Zeitschriften oder Bücher gelesen und im Jahr 2016 noch 9% täglich Bücher und sogar nur noch 3% täglich Zeitschriften gelesen (Waller et al, 2016, S. 23).

### *3.4.3. Aktuelle Internetnutzung durch Jugendliche*

Spitzenreiter in der medialen Freizeitbeschäftigung der Jugendlichen ist also weiterhin die Nutzung des Handys und des Internets (siehe Kapitel 3.4.1.). Die Onlinezeit hat sich in den letzten sechs Jahren um etwa eine halbe Stunde pro Tag erhöht, denn laut eigener Einschätzung verbringen Jugendliche unter der Woche täglich 2 Stunden und 30 Minuten im Internet, am Wochenende sogar 3 Stunden und 40 Minuten (2010: 2 Stunden 5 Minuten und 3 Stunden 1 Minute) (Waller et al, 2016, S. 29). Diese Angaben sind Durchschnittswerte, wobei sich diese bei den einzelnen Nutzern stark unterscheiden. Dabei fällt auf, dass sich die Nutzung in Bezug auf Subgruppen wie Alter, Geschlecht, Urbanitätsgrad und sozioökonomischer Status

nicht unterscheidet. Jedoch nutzen Jugendliche mit Migrationshintergrund das Netz intensiver als Schweizer Heranwachsende (Waller et al, 2016, S. 29).

Die aktuell beliebtesten Webseiten sind youtube.com, google.ch und facebook.com (Waller et al, 2016, S. 29). Diese drei waren in anderer Reihenfolge auch im Jahr 2014 schon die Spitzenreiter (Willemse et al, 2014, S. 28). 79% nutzten 2016 Videoportale wie youtube.com, myvideo.de oder vimeo.com und auch das Online-Hören von Musik z.B. via spotify.com hat seit 2014 an Bedeutung gewonnen (damals auf Platz 3 mit 57%, 2016 auf Platz 2 mit 68%). Auf dem dritten Platz knapp hinter dem Musikhören im Internet lag 2016 mit 67% das Stöbern in sozialen Netzwerken, welches seit 2014 seinen zweiten Platz mit 65% abgeben musste (Waller et al, 2016, S. 33).

#### *3.4.4. Informationsquellen der Jugendlichen*

Die Jugendlichen informierten sich 2016 im Internet am häufigsten über Suchmaschinen (83% täglich oder mehrmals pro Woche) sowie Soziale Netzwerke (83% dito). Ebenso zu wichtigen Informationsquellen gehörten Videoportale wie youtube.com (78% dito) (Waller et al, 2016, S. 36). Diese Resultate verwundern wenig, da im vorangehenden Kapitel die beliebtesten drei Webseiten aufgeführt wurden, welche ebenfalls mit den drei favorisierten Informationskanälen übereinstimmen. Diese drei Tabellenführer befanden sich auch im Jahr 2014 schon an der Spitze und abgesehen von den Videoportalen auch bereits im Jahr 2012 und 2010 (Willemse et al, 2014, S. 32). Vor allem die Prozentangaben sind aber seit dem Jahr 2010 (66% Suchmaschinen, 67% Web 2.0 wie Facebook) gestiegen (Willemse et al, 2010, S. 26).

Weitere Medien oder Portale, welche Jugendliche 2016 als Informationskanäle nutzten, waren Nachrichtenportale von Zeitungen (37% täglich oder mehrmals pro Woche), Wikipedia (33% dito) und Nachrichtenportale von TV-Sendern (23% dito) (Waller et al, 2016, S. 36). Eine Informationsbeschaffung kann natürlich auch über das Fernsehen (73% täglich oder mehrmals pro Woche), das Radio hören (50% dito) oder das Lesen einer Gratis- (30% dito) beziehungsweise einer Online-Tageszeitung (26% dito) erfolgen (Waller et al, 2016, S. 23).

Aus all diesen Zahlen wird klar, dass den Heranwachsenden in der Schweiz sehr viele verschiedene Kanäle, Portale und Medien zur Unterhaltung oder Information zur Verfügung stehen, welche rege und unterschiedlich genutzt werden. Die Favoriten (youtube.com, google.ch, facebook.com) werden für Unterhaltung und Information gleichermassen genutzt – vielleicht geniessen diese Plattformen gerade wegen der grossen Spannweite der Angebote eine so grosse Aufmerksamkeit der Jugendlichen.

#### *3.4.5. Erreichbarkeit der Jugendlichen*

Und obwohl die Jugendlichen „always on“ sind, zumindest privat, ist diese Generation gemäss Scholz (2014) gerade geschäftlich überhaupt nicht immer verfügbar. Die ständige berufliche Erreichbarkeit wird von dieser Generation, auch Generation Z genannt, klar abgelehnt. Zu dieser Altersgruppe zählt Scholz (2014) die Jahrgänge ab ungefähr 1995, vorangegangen sind die Generation Y ab 1980 und davor die Generation X ab 1965. So lebt die Generation Z im Privatleben eine „always off“-Geschäftsbeziehung, was sich beispielsweise im Verwenden von zwei SIM-Karten mit zwei verschiedenen Telefonnummern zeigt, eine für private und eine für geschäftliche Angelegenheiten. Sie hat zwar vielfältige Tore in die Kommunikationszone, beschränkt sich individuell jedoch „auf wenige Medien, die jeweils über eine dezidierte App automatisch angesprochen werden. Dann gibt es eine App für E-Mails, eine zur Selbstdarstellung, eine für Textnachrichten und auch für alles andere“ (Scholz, 2014, S. 186f.). In der jeweiligen Gruppe wird man sich schnell und kollektiv einig über die aktuell angesagteste App zum Beispiel für Textnachrichten oder die Selbstdarstellung. Das kann sich jedoch sehr rasch auch wieder ändern.

### **3.5. Medienlandschaft in der 1. Berufswahl**

Im Kapitel 2.1. wurde eine Begriffsdefinition für die Berufswahlmedien aufgestellt. Dabei wurde erwähnt, dass dieser Begriff absichtlich nicht zu fest eingeschränkt werden soll. Dadurch fallen alle Angebote, welche den Jugendlichen Informationen, Hilfestellungen, aktive Auseinandersetzung und mehr anbieten, unter diesen Begriff. Es ist deshalb unmöglich, in diesem Rahmen der Masterarbeit eine abschliessende

Übersicht über die Medienlandschaft in der 1. Berufswahl geben zu wollen. Es werden hier nun nochmals drei weitere Medien aufgeführt, womit in dieser Masterarbeit gesamtheitlich eine Übersicht von total acht Berufswahlmedien ermöglicht wird.<sup>9</sup> Diese variieren in Absicht und Auftrag stark, was die vorhandene Vielfalt aufzeigen soll.

### 3.5.1. *Webseite yousty.ch*

Yousty wurde speziell für Schülerinnen konzipiert. Sie möchte den künftigen Lernenden eine Plattform bieten, auf welcher sie wichtige Tipps und Informationen zu Berufen erhalten, freie Lehrstellen finden, Hilfestellungen im Bewerbungsprozess erhalten und auf welcher sie online erste Berufserfahrungen sammeln können. „Deshalb bieten wir als erste Plattform das Online-Schnuppern an und ermöglichen den Jugendlichen damit umfassende und authentische Einblicke in die Berufe und Firmen“ (Yousty, 2017). Das funktioniert so, dass Unternehmen den Schülerinnen ihre Firma anhand von Bildern, Texten und Informationen vorstellen. Ebenso gibt es Botschafter von den jeweiligen Betrieben (Lernende oder Berufsbildner), welche mit Kurzinterviews weitere Einblicke gewährleisten und den Interessenten allfällige Fragen beantworten.

Die angebotene Lehrstellenbörse unterscheidet sich hier vor allem durch zwei Faktoren von jener auf [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch). Einerseits sind die Lehrstellen auf Yousty immer auf zwei Jahre voraus angegeben, inklusive der Kennzeichnung, ob sie noch frei sind. Andererseits ist das Inserieren auf [yousty.ch](http://yousty.ch) nicht kostenlos, was dazu führt, dass nicht alle Betriebe darauf ihre Lehrstellen ausschreiben. Das hat schon zu Misstrauen, Diskussionen und negativen Schlagzeilen geführt (NZZ, 2017).

### 3.5.2. *SRF-Fernsehserie „Mini Lehr und ich“*

Einen anderen Kanal nutzt die Fernsehserie vom Schweizerischen Rundfunk (SRF) „Mini Lehr und ich“ (SRF, 2017). Obwohl diese Folgen auch online abrufbar sind, werden sie zuerst im Fernsehen ausgestrahlt. Der Schwerpunkt liegt dabei nicht auf

---

<sup>9</sup> [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch), [lehrfirmen-tg.ch](http://lehrfirmen-tg.ch), BIZ-App, Ausleihbroschüren, Berufswahltagbuch, [yousty.ch](http://yousty.ch), SRF-Serie „Mini Lehr und ich“ und Sixpack-Comic

dem Übertritt von der Schule in die Lehre, sondern begleitet Lernende kurz vor dem Qualifikationsverfahren (ehemals Lehrabschlussprüfung genannt). Trotzdem gibt diese Serie einen spannenden und berufsnahen Einblick in das Leben dieser jungen Menschen, wodurch auch Schülerinnen der Sekundarschule einen Eindruck von der Berufswelt erhalten können. „Sie zeigt, wie das Leben dieser jungen Lernenden aussieht und beleuchtet das erfolgreiche duale Bildungssystem der Schweiz“ (SRF, 2017).

Wenn die Fernsehserie mit yousty.ch verglichen wird, fällt auf, dass diese zwar eine reine Informationsvermittlung ist (sprich keine freien Lehrstellen aufzeigt oder ähnliches), jedoch auch eine Art „Online bzw. Fernseh-schnuppern“ anbietet.

### *3.5.3. Das Arbeitsmittel „Sixpack-Comic“*

Mit dem Untertitel „Die neue Unterhaltungsserie fürs Klassenzimmer“ (SDBB, 2017, Sixpack-Comic) ist auf den ersten Blick ersichtlich, dass es sich bei diesem Medium um ein Lehrmittel für den Berufswahlunterricht in der Schule handelt. Vertrieben wird es durch das SDBB. Es ist speziell auf leistungsschwächere Schülerinnen aus Klassen im Grundanspruch ausgerichtet und zeigt verschiedene Berufswahlsituationen von sechs ganz unterschiedlichen Jugendlichen auf (unterschiedlich z.B. in Bezug auf ihr Geschlecht und ihre Herkunft). Diese Geschichten sollen die Schülerinnen motivieren, ihre Standpunkte zu hinterfragen und neue Meinungen zu bilden.

Dieses Angebot führt einerseits eine Homepage mit Arbeitsmitteln und Arbeitsblättern, kann andererseits aber auch in Klassensätzen mit Lehrerbegleitheft bestellt werden. Es ist in acht Ausgaben aufgeteilt, welche beispielweise folgende Titel tragen:

- „Heisse Öfen – Wie lassen sich individuelle Fähigkeiten und Anforderungen eines Berufs vereinbaren?“
- „BIZ-Kids – Was ist das BIZ? Welche Infos bekommt man dort und wie nützt man sie am besten?“
- „Go for it – Wie bewirbt man sich erfolgreich? Was muss dabei beachtet werden?“

- „Immer ich! – Wie lernt man, mit Absagen umzugehen und sich immer wieder neu zu motivieren?“ (SDBB, 2017, Sixpack-Comic).

## **4. Vorgehen und Methodik**

Zur Beantwortung der Forschungsfrage in der vorliegenden Masterarbeit wurde eine schriftliche Online-Befragung durchgeführt. Auf den folgenden Seiten werden das Vorgehen und die Methodik genauer erläutert.

### **4.1. Quantitative Untersuchung anhand von Fragebogen**

Um die Forschungsfrage beantworten zu können wurde ein Fragebogen erstellt, welcher online via das Umfragetool „SurveyMonkey“ (SurveyMonkey, 2017) zugänglich war. Einerseits wurde ein Onlinefragebogen als sinnvoll erachtet, weil die Umfrage relativ gross angelegt wurde; andererseits, weil die befragte Zielgruppe regelmässige User des Internets sind und somit fähig, einen solchen auszufüllen (siehe Kapitel 3.4.).

Vor- und Nachteile einer schriftlichen Befragung finden sich unter anderem bei Atteslander (2010). Er sieht im geringen finanziellen Aufwand, dem Erreichen einer grossen Zahl von Befragten mit kleinem Personalaufwand sowie dem Wegfallen der Interviewerin als mögliche Fehlerquelle die Vorteile. Dagegen empfindet er die kaum kontrollierbare Befragungssituation, die Beeinflussung der Antworten durch weitere Personen, das Vermeiden von komplizierten Fragen aufgrund der Tatsache, dass diese nicht vor Ort beantwortet werden können sowie das Risiko von unsorgfältig und unvollständig beantworteten Fragen als beträchtliche Nachteile und Einschränkungen. Atteslander (2010, S. 157) erwähnt bei diesen Aussagen einleitend, dass er von einer schriftlichen Befragung mit postalischem Versand ausgeht, was in diesem Fall nicht vorliegt. Die Vor- und Nachteile sind bei einer Onlinebefragung jedoch sehr ähnlich.

Weiter meint Atteslander, dass eine schriftliche Befragung sich anbietet, „wenn der schriftliche Fragebogen als Frage-Antwort-Medium kaum Schwierigkeiten bereitet. Sie eignet sich daher nicht für schreib- und denkungsgewandte Personen“ (Atteslander, 2010, S. 157). Bei Schülerinnen der Sekundarstufe wird davon ausgegangen, dass diese beiden erwähnten Einsprüche nicht zutreffen. Was bei der vorliegenden Befragung jedoch nicht geklärt werden konnte, ist die Motivation, einen solchen Fragebogen auszufüllen. Das kann vor allem dann problematisch sein, wenn die Motivation sehr niedrig ist. Was hingegen für die ausgewählte Methode der

schriftlichen Befragung spricht, ist die Tatsache, dass sie optimal zur Ermittlung eines einfachen Tatbestandes eingesetzt werden kann (Atteslander, 2010, S. 157).

Der Fragebogen umfasste vierzehn Fragen und wurde in drei Bereiche aufgeteilt, wobei der zweite Teil lediglich als Information für die Schülerinnen diente (siehe auch Anhang I):

1. Persönliche Angaben

- Schulort, Geschlecht, Klassenstufe und -niveau, aktueller Stand Berufswahl, Migrationshintergrund

2. Vorstellung der vier befragten Berufswahlmedien mit Bildern

- Um Verständnisprobleme bezüglich der befragten Medien möglichst zu vermeiden, wurden vor der effektiven Befragung alle vier Medien mit dem Namen und einem Bild respektive Screenshot abgebildet.

3. Fragen zu den Berufswahlmedien

- Bekanntheit der befragten und weiteren Medien
- Nutzung der befragten Medien (welche Medien werden wie genutzt)
- Benutzerfreundlichkeit inklusive Kommentarfeld für Änderungsvorschläge
- Unterstützung beim Beantworten der Fragen rund um die Berufswahl
- Für die Nutzung verwendete Geräte
- Informationsquellen für die Berufswahlmedien

Diese Fragen wurden in geschlossener Form mit jeweils mehreren Antwortmöglichkeiten gestellt. Den Schülerinnen stand somit immer eine Auswahl an vorgegebenen Antworten zur Auswahl zur Verfügung (Atteslander, 2010, S. 146). Bei einigen Fragen hatten die Jugendlichen zusätzlich die Option, Bemerkungen anzubringen.

Der Fragebogen findet sich im Anhang I und wurde vorab mit der Referentin und einem Sekundarlehrer besprochen. Dieser wurde vor allem deswegen hinzugezogen, um zu komplizierte und unverständliche Fragen für Sekundarschülerinnen möglichst zu vermeiden. Er hat sich auch zum vorgängigen Probelauf („Pretest“ genannt) mit seiner Klasse bereit erklärt, um vor dem eigentlichen Versenden der Umfrage Rückmeldungen einer 3. Sekundarklasse im Niveau Grundanspruch zu erhalten. Ein solcher „Pretest“ soll einerseits das Erhebungsinstrument auf seine Tauglichkeit

testen und andererseits prüfen, ob die beabsichtigte Hypothesenprüfung oder Fragestellung durchführbar ist (Atteslander, 2010, S. 295).

#### 4.2. Befragte Personen und Durchführung der Befragung

Für die Befragung der Schülerinnen wurden zwischen dem 23. April und 5. Mai 2017 die Lehrpersonen angeschrieben. Bei positiver Rückmeldung erhielten diese dann den Link zur Umfrage (SurveyMonkey, 2017, Umfragelink) und die Einverständniserklärungen für die Eltern (siehe Anhang II). Von den angeschriebenen siebzehn Lehrpersonen haben alle auf Anhieb zugesagt. Die Auswahl erfolgte aufgrund verschiedener Faktoren wie Schulhausort, Klassenniveau und Klassenstufe. Für eine aussagekräftige Statistik sollten die Schulhäuser möglichst flächendeckend im Kanton Thurgau miteinbezogen werden. Ebenso sollten dabei die beiden Klassenniveaus Grund- und erweiterter Anspruch sowie die Klassenstufen 2. und 3. Sekundarklasse etwa ausgeglichen vertreten sein. Durch das persönliche Netzwerk der Autorin wurden so Sekundarschulen aus den Einzugsgebieten aller drei Regionalstellen der Berufsberatung im Kanton Thurgau (Amriswil, Frauenfeld, Kreuzlingen) berücksichtigt und wie folgt miteinbezogen.

<b>2. Sekundarklasse (total 9x)</b>	<b>3. Sekundarklasse (total 8x)</b>
4x Niveau Grundanspruch Altnau, Amriswil, Arbon, Kreuzlingen	4x Niveau Grundanspruch Altnau, Arbon, Egnach, Hüttwilen
5x Niveau erweiterter Anspruch Altnau, Amriswil, Arbon, Kreuzlingen, Frauenfeld	4x Niveau erweiterter Anspruch Altnau, Arbon, Egnach, Hüttwilen

*Tabelle 1 Verteilung aller angefragten Sekundarklasse im Kt. Thurgau*

Eine solche Durchmischung von Schulhäusern, Klassenniveaus und -stufen erschien aus diversen Gründen sinnvoll. Es sollten nicht nur Klassen aus der Umgebung eines BIZ befragt werden, sondern Klassen von allen drei Regionalstellen, damit sich eventuell kleine vorhandene Unterschiede zwischen den Beratungsteams nicht zu

sehr auf die Befragung auswirken. Ebenso können allfällige Zusammenarbeiten zwischen benachbarten Schulhäusern bestehen, die damit übergangen werden können. Der Berufswahlunterricht erfolgt in den verschiedenen Klassenniveaus ebenfalls auf teils unterschiedliche Weise. Dies zeigt sich beispielsweise darin, dass einige Lehrmittel nicht für beide Ansprüche bestehen (vgl. Kapitel 3.5.3.). Und zuletzt der offensichtlichste Unterschied, der in den verschiedenen Klassenstufen besteht. So stehen Schülerinnen in der Berufswahl der 2. Sekundarklasse häufig nicht am selben Punkt wie jene der 3. Sekundarklasse. Es soll jedoch das Wissen beider Gruppen gleich miteinbezogen und auf Unterschiede respektive Gemeinsamkeiten geprüft werden.

Bevor die Befragung durchgeführt werden konnte, liessen die Lehrpersonen von allen Eltern die Einverständniserklärung (siehe Anhang II) unterzeichnen. Die Erziehungsberechtigten hatten dabei die Wahl, mit ihrer Unterschrift die Teilnahme ihrer Kinder zu bestätigen oder abzulehnen. Abgesehen von einigen wenigen Absagen durften jedoch alle Schülerinnen teilnehmen. Obwohl die Befragung anonym (ohne die Namen der Schülerinnen und Lehrpersonen) erfolgte und es keine Möglichkeit gibt, einzelne Resultate auf einzelne Personen zurückzuverfolgen, mussten die Eltern ihre Zustimmung geben. Diese Einverständniserklärung war deshalb erforderlich, weil alle Schülerinnen, welche sich an der Umfrage beteiligten, noch minderjährig waren.

Ab dem 28. April bis zum 23. Juni 2017 wurden die Umfragen dann entweder als Hausaufgabe oder zusammen in der Klasse ausgefüllt. Die allermeisten Fragebogen wurden jedoch während der Schule im Unterricht beantwortet, wie aus einigen Rückmeldungen der Lehrpersonen entnommen werden konnte.

Der Rücklauf war sehr gut, wenn auch nicht gänzlich gewährleistet. So haben von den siebzehn angefragten Lehrpersonen schliesslich fünfzehn die Umfrage mit ihren Schülerinnen durchgeführt. Es fehlen zwei Klassen vom Niveau Grundanspruch. In Tabelle 2 folgt deshalb nochmals die Übersicht über die definitive Verteilung der befragten Sekundarschulklassen.

<b>2. Sekundarklasse (total 8x)</b>	<b>3. Sekundarklasse (total 7x)</b>
3x Niveau Grundanspruch	3x Niveau Grundanspruch
5x Niveau erweiterter Anspruch	4x Niveau erweiterter Anspruch

*Tabelle 2 Definitive Verteilung der befragten Sekundarklasse im Kt. Thurgau*

## **5. Ergebnisse der Befragung**

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit den Ergebnissen der Umfrage zur Mediennutzung in der 1. Berufswahl. Zuerst werden die Zahlen der ausgewerteten Fragebogen aufgeführt, bevor danach die Darstellung der Ergebnisse folgt. Die Diskussion dazu findet dann in Kapitel 6 statt.

### **5.1. Ausgewertete Fragebogen**

Im Zeitrahmen vom 28. April bis zum 23. Juni 2017 haben insgesamt 272 Schülerinnen aus fünfzehn Sekundarklassen im Kanton Thurgau an der Befragung teilgenommen. Dabei wurden zwanzig Befragungen nicht abgeschlossen. Sehr wahrscheinlich sind diese Teilnehmerinnen nach den Personalien ausgestiegen. Denn eine weitere Diskrepanz liegt in der Beantwortung des ersten und zweiten Teils. So haben die biografischen Angaben 272 Teilnehmerinnen ausgefüllt und die Fragen zu den Berufswahlmedien nur 252. Dies würde die Zahl der zwanzig übersprungenen Antworten erklären.

Alle Beantwortungen erfolgten online mit dem Weblink auf SurveyMonkey (SurveyMonkey, 2017, Umfragelink) womit die Teilnehmerinnen direkt zur Umfrage gelangten. Dieser Link wurde zwischenzeitlich wieder geschlossen, damit keine weiteren Durchführungen mehr darüber vorgenommen werden können.

Der Zeitpunkt der Befragung wurde bewusst auf das Frühjahr gelegt, weil sich bis dahin die Schülerinnen der 2. Sekundarklassen alle schon mit dem Thema Berufswahl auseinandergesetzt haben und die Medien kennen sollten. Die Jugendlichen aus den 3. Sekundarklassen haben sich schon ein Jahr länger mit dieser Thematik beschäftigt und sollten die medialen Angebote der Berufswahl also ebenfalls kennen. Da aber auch diese Schülerinnen so kurz vor den Sommerferien an unterschiedlichen Punkten stehen, kann sich der Wissensstand trotzdem unterscheiden.

### **5.2. Ergebnisse**

Auf den nachfolgenden Seiten werden einige Ergebnisse und Korrelationen dargestellt. Die Werte werden innerhalb der Diagramme in absoluten Zahlen

angegeben. Es werden nicht alle Resultate als Tabellen dargestellt, da nicht alle gleich aussagekräftig sind. Bei diesen insgesamt vier Fragen erfolgt jedoch explizit ein Verweis auf den Anhang IV. In den zu den Tabellen gehörenden Texten werden meist in Klammerbemerkungen auch die relativen Zahlen angegeben. Eine vertiefte Auseinandersetzung in Form der Diskussion erfolgt wie bereits erwähnt in Kapitel 6. Falls es eine Sachlage nicht spezifisch verlangt, wird auch in diesem Kapitel für alle Resultate die weibliche Form verwendet. Sie gilt gleichwohl für beide Geschlechter (Bruckner, 2014, S. 39). Alle Ergebnisse finden sich als Datentabellen im Anhang IV.

### *5.2.1. Biografische Angaben der Teilnehmergruppe*

Von den 272 Teilnehmenden der Umfrage, welche den ersten Teil ausgefüllt haben, sind 143 weiblich und 129 männlich. Dies entspricht einem Prozentanteil von 53% zu 47%. Eine Zusammenstellung der Daten dazu befindet sich im Anhang IV unter Frage 2.

Zum Zeitpunkt der Befragung besuchten 156 Schülerinnen die 2. (57%) und 116 Schülerinnen die 3. Sekundarklasse (43%). Gemäss den vorab gemachten Überlegungen zur Auswahl der Klassen war es die Absicht diese Zahl mehr oder weniger ausgeglichen zu erhalten. Aufgrund der verschiedenen Klassengrössen entstand jedoch trotzdem eine Abweichung von 7%. Eine Zusammenstellung der Daten dazu befindet sich im Anhang IV unter Frage 3.

Die Verteilung der Klassenniveaus ist mit 94 Teilnehmerinnen im Niveau Grundanspruch (34%) und 176 im erweiterten Anspruch (65%) nicht ausgewogen. Da nicht alle Sekundarschulgemeinden im Thurgau dieselben Konzepte bezüglich Klassenintegration führen, wurde die Möglichkeit angeboten, „anderes“ anzuwählen, was jedoch nur von zwei Teilnehmerinnen (1%) genutzt wurde. Eine Zusammenstellung der Daten dazu befindet sich im Anhang IV unter Frage 4.

Von den befragten Schülerinnen wollte man ebenso wissen, ob sie einen Migrationshintergrund haben, was von der Mehrheit mit 186 Antworten verneint (68%) und von 86 bejaht (32%) wurde. Eine Zusammenstellung der Daten dazu befindet sich im Anhang IV unter Frage 6.

Im Kapitel 4.2. wurde eine Übersicht der angefragten Schulhäuser, der Klassenstufen und -niveaus gezeigt. Der Rücklauf der befragten Lehrpersonen war sehr gut, wenn auch nicht gänzlich gewährleistet. Fünfzehn der siebzehn angefragten Lehrpersonen haben jedoch mit ihrer Klasse an der Umfrage teilgenommen. So teilt sich die Teilnehmergruppe in total 35 Schülerinnen vom Schulhaus Altnau (13%), 36 von Amriswil (13%), 73 von Arbon (27%), 32 von Egnach (12%), 27 von Frauenfeld (10%), 29 von Hüttwilen (11%) und 34 von Kreuzlingen (12%) auf. Dazu kommen 6 Schülerinnen (2%), die sich unter „weitere Schule“ eingetragen haben. Es ist jedoch nicht klar, wie diese zustande gekommen sind.

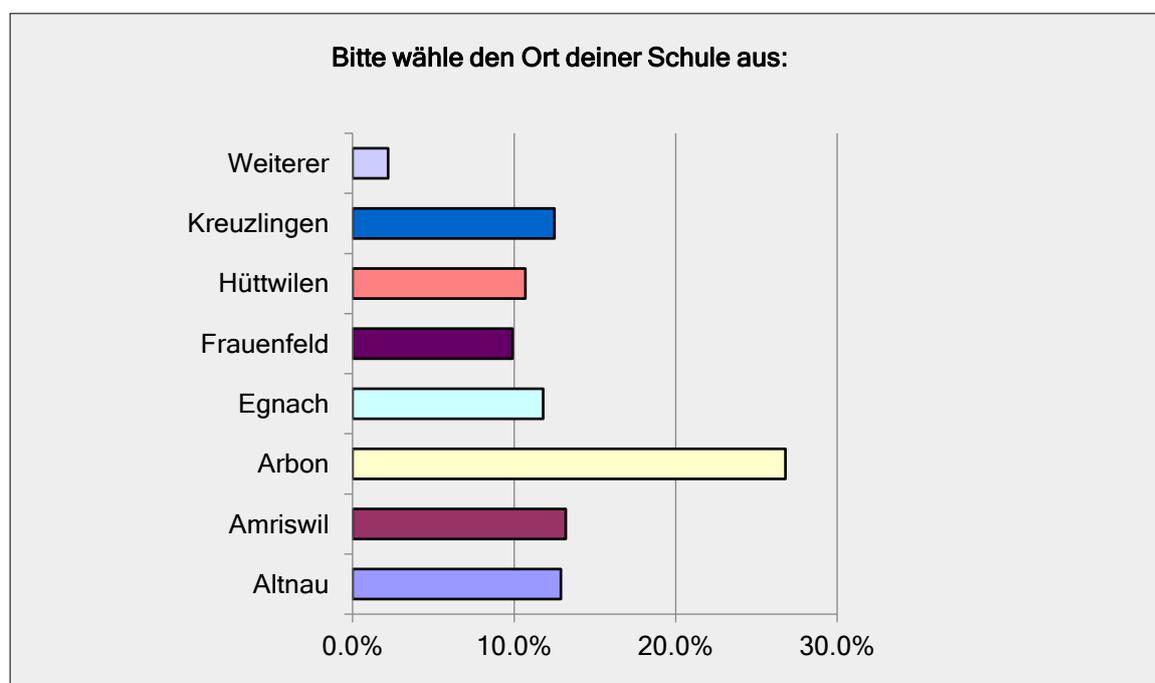


Abbildung 2 Darstellung: Schulhausort

Zuletzt sollten die Befragten auch Auskunft über ihren aktuellen Stand in der Berufswahl geben. Ihnen standen dafür fünf Optionen zur Verfügung. Insgesamt 24 Schülerinnen wählten die Option „Ich weiss noch nicht, was ich später machen möchte“ (9%), 56 entschieden sich für „Ich schwanke zwischen einigen konkreten Möglichkeiten und kann mich noch nicht für einen davon entscheiden“ (21%), 51 klickten „Ich habe mich entschieden, habe jedoch noch keine definitive

Anschlusslösung an die Sekundarschule gefunden“ (19%) an, 96 wählten „Ich habe bereits eine Lehrstelle“ (35%) und 45 nahmen die Option „Ich werde nach der Sekundarschule eine weiterführende Schule besuchen“ (16%).

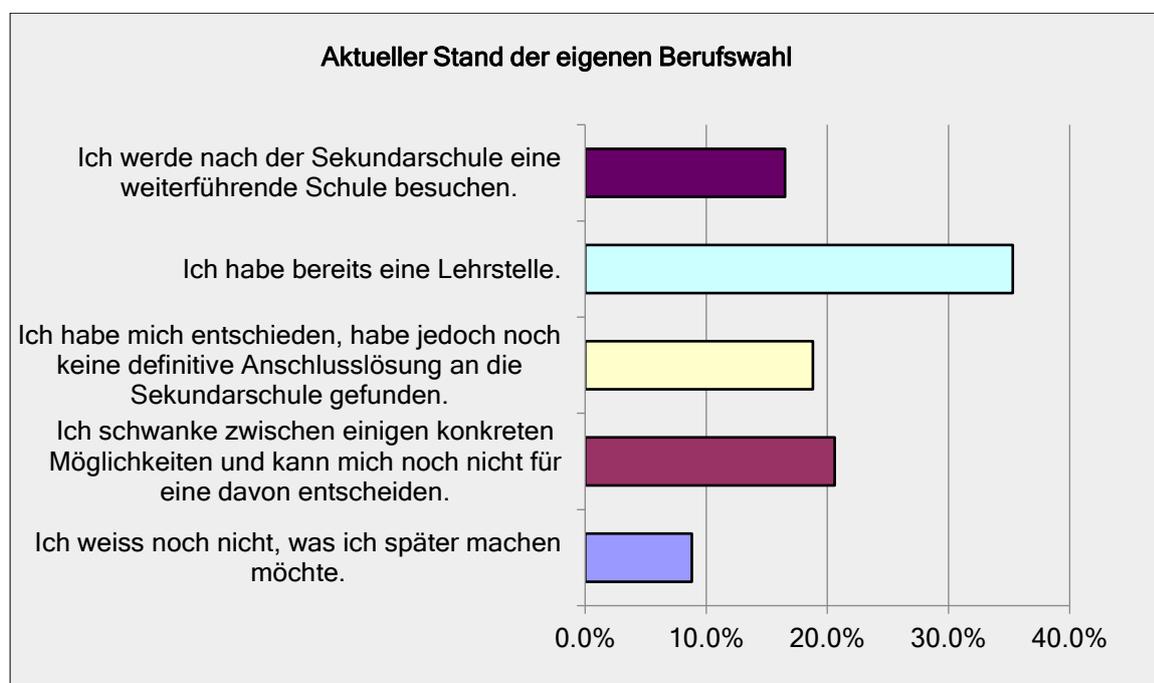


Abbildung3 Darstellung: Stand der Berufswahl

### 5.2.2. Bekanntheit der befragten und weiterer Berufswahlmedien

Nach den persönlichen Angaben wurden die Schülerinnen dazu befragt, welche der vorangängig vorgestellten Berufswahlmedien sie kennen.

In diesem zweiten Teil hat sich, wie im Kapitel 5.1. erwähnt, die Teilnehmerzahl auf 252 verkleinert. Von diesen 252 Teilnehmerinnen ist 229 die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) bekannt, was einem prozentualen Anteil von 91% entspricht. Gut 60% der Befragten kennen die Ausleihbroschüren vom BIZ und fast gleich vielen, nämlich etwas mehr als der Hälfte, ist das Lehrfirmenverzeichnis bekannt (57%). Am unbekanntesten ist die BIZ-App, welche gerade einmal 100 Schülerinnen kennen (40%).

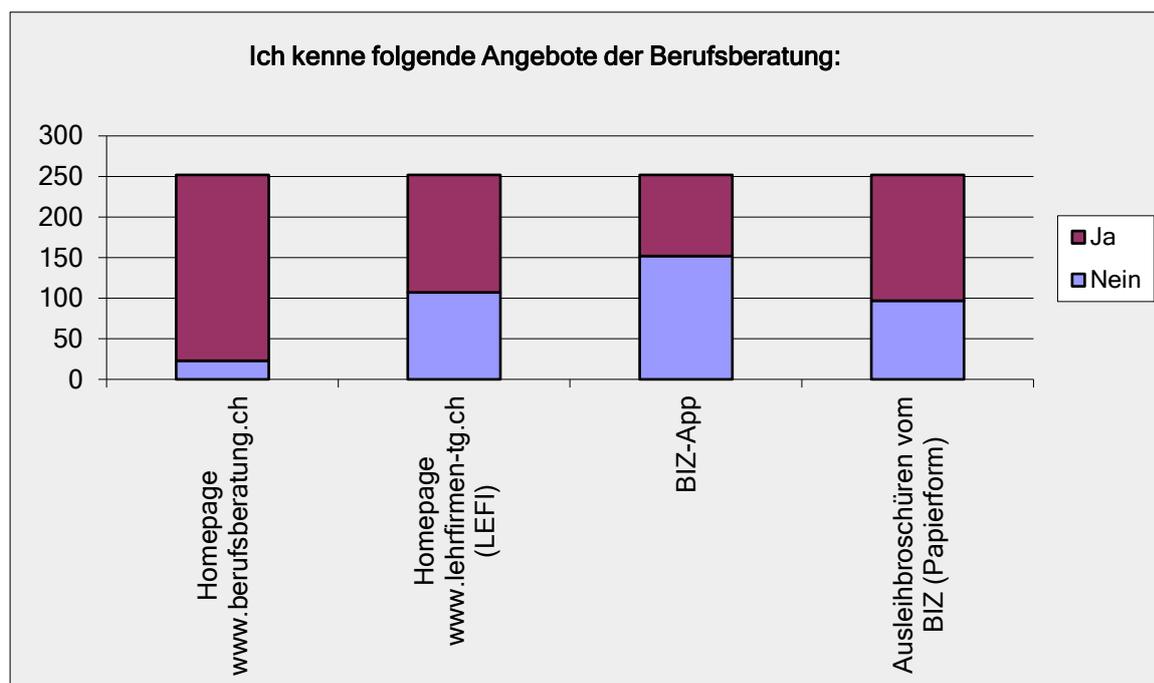


Abbildung 4 Darstellung: Bekanntheit der einzelnen Berufswahlmedien

### 5.2.3. Nutzung der Medien

Nachdem die Schülerinnen zur Bekanntheit der Medien befragt wurden, folgte die Frage, ob und wie sie diese nutzen. Ebenfalls konnten sie zum Schluss in einem Textfeld angeben, ob sie noch weitere mediale Angebote für die Berufswahl kennen oder nutzen. Diese verschiedenen Resultate werden nachfolgend dargestellt.

Die Nutzung ist selbstverständlich tiefer ausgefallen als die Bekanntheit, da ein Medium nur genutzt werden kann, wenn es auch bekannt ist. Am ausgeprägtesten ist auch hier die Nutzung der Webseite [berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) mit 72%. Bereits um einiges tiefer fällt der Gebrauch des Lehrfirmenverzeichnisses mit 46% aus, bevor es nochmals einen grösseren Abstand zu den Ausleihbroschüren gibt (24%). Den letzten Platz belegt, wie bei der Bekanntheit, die BIZ-App mit 8%.

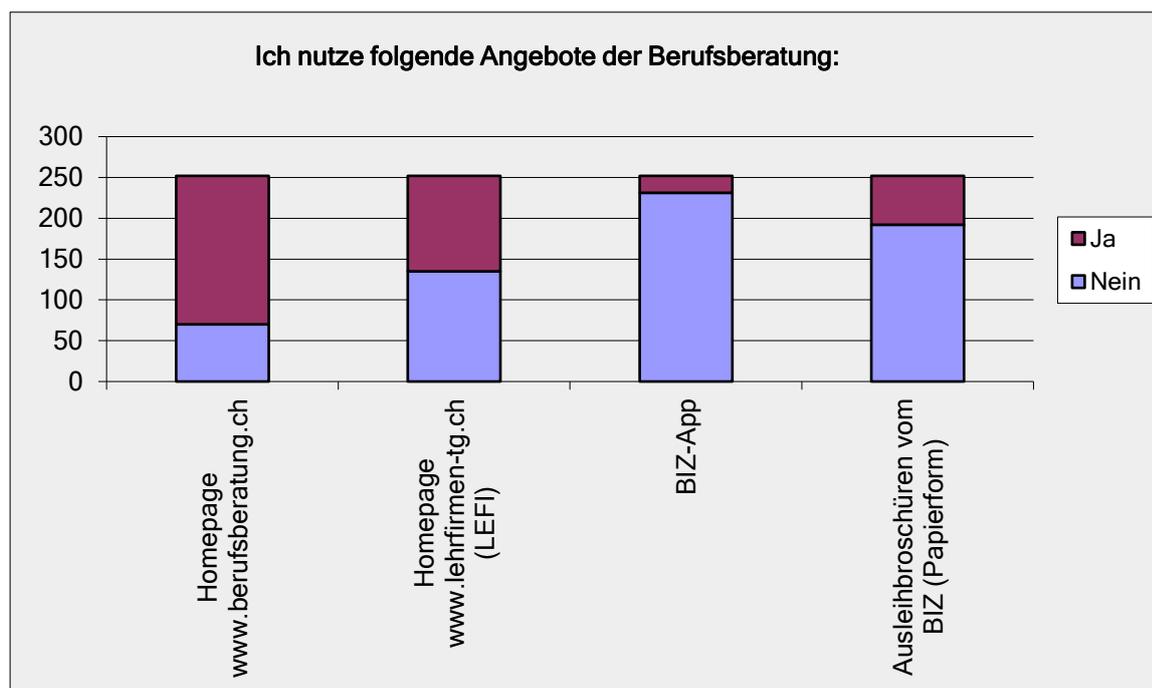


Abbildung 5 Darstellung: Nutzung der einzelnen Berufswahlmedien

Von den gesamthaft 252 Teilnehmerinnen werden die Berufswahlmedien unterschiedlich genutzt. Es standen für alle vier Medien sechs Antwortmöglichkeiten zur Auswahl, wobei sie jeweils auch mehrere auswählen konnten. Diese lauteten: Infos zu Berufen (Bilder, Texte, Filme), freie Lehrstellen, Interessen erkunden, Anforderungen von Berufen (Vergleich mit eigenen Fähigkeiten), Suche nach Lehrbetrieben und überhaupt nicht. Nicht alle Optionen passen zu allen Berufswahlmedien, jedoch wurden diese nicht bei einzelnen eingeschränkt. Es gibt daher einige Fälle, die nicht auswählbar sind, wie z.B. die Suche nach freien Lehrstellen in den Ausleihbroschüren. Am deutlichsten zeigt sich diese Fehlerquote beim Lehrfirmenverzeichnis, sie liegt hier bei 31%.<sup>10</sup> Etwas kleiner ist sie bei den Ausleihbroschüren mit 13%.<sup>11</sup> Bei der Homepage [berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) und der BIZ-App gibt es deswegen keine Fehlerquote, weil alle sechs Optionen möglich, wenn auch nicht immer gleich sinnvoll sind.

<sup>10</sup> 183 von 264 Antworten wurden korrekt angegeben. Die 121 „überhaupt nicht“ wurden dabei nicht berücksichtigt.

<sup>11</sup> 144 von 165 Antworten wurden korrekt angegeben. Die 166 „überhaupt nicht“ wurden dabei nicht berücksichtigt.

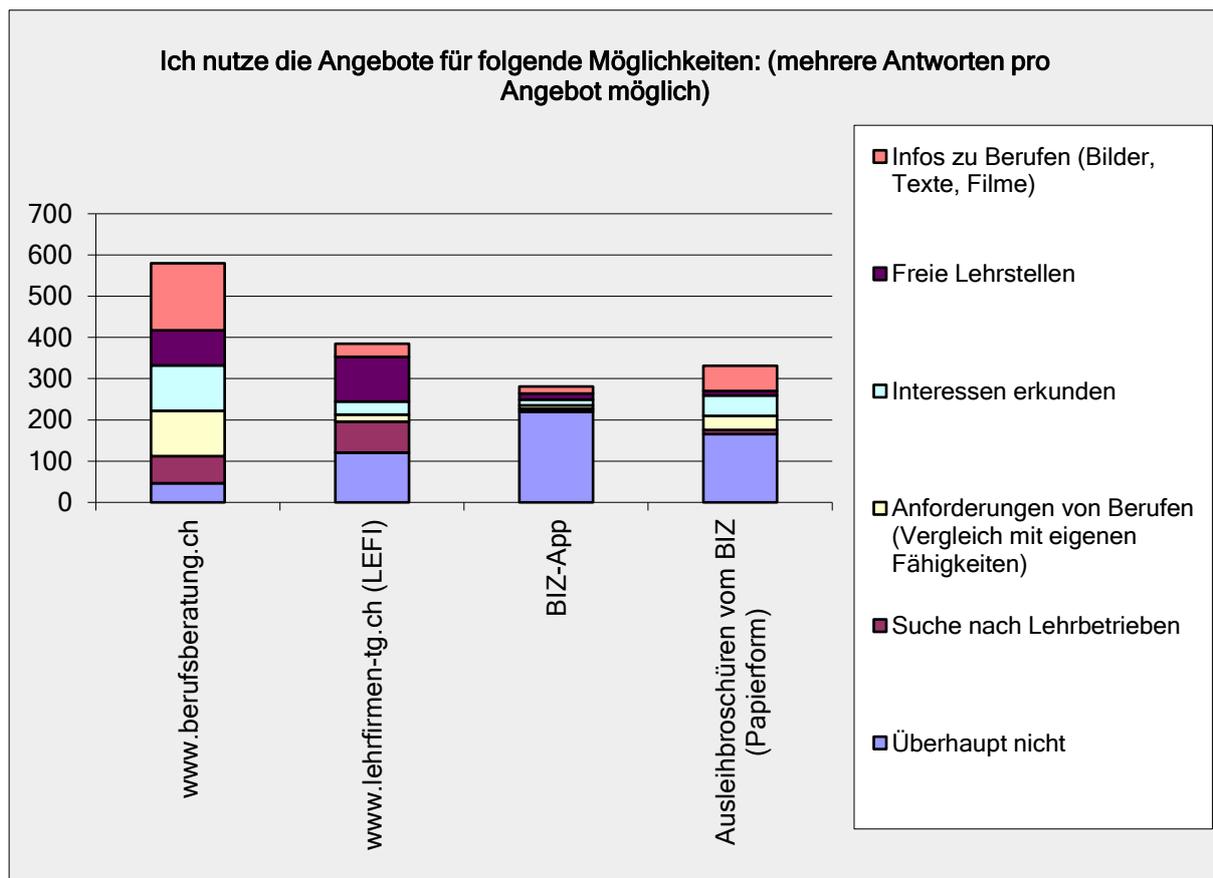


Abbildung 6 Darstellung: spezifische Nutzung der Berufswahlmedien

Auf die Frage, ob sie noch weitere Medien kennen oder nutzen, antworteten 202 mit nein (80%), was bedeutet, dass 49 Teilnehmerinnen weitere Angebote kennen oder nutzen (20%). Dabei hatten sie die Möglichkeit, diese in ein Textfeld zu schreiben. Nachfolgend sind diese Resultate in einer WordCloud zusammengetragen. Bei dieser visuellen Darstellung gibt die Grösse der Schrift die Häufigkeit der Nennungen an. Je grösser die Schrift ist, desto häufiger wurde diese Antwort genannt. Die detaillierten Angaben dazu finden sich tabellarisch im Anhang V.



Abbildung 7 Bekanntheit und Nutzung weiterer Berufswahlmedien

#### 5.2.4. Benutzerfreundlichkeit

In einem weiteren Schritt durften die Teilnehmerinnen bewerten, wie benutzerfreundlich sie die Berufswahlmedien finden. Dies geschah mit den Bewertungen sehr (Gewichtung 4), ziemlich (Gewichtung 3), eher weniger (Gewichtung 2) und überhaupt nicht (Gewichtung 1). Ebenso bestand die Möglichkeit, das Feld „keine Antwort“ (Gewichtung 0) anzukreuzen. Dieses wurde jedoch nicht in die Wertungen miteinbezogen, da es keine Gewichtung darstellt und den jeweiligen Mittelwert verändert hätte.

Mehr als die Hälfte der befragten Schülerinnen bewerten die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) als sehr benutzerfreundlich (55%), weshalb sie einen hohen Mittelwert von 3.45 von maximalen 4 möglichen Gewichtungspunkten erhalten hat. Auch das Lehrfirmenverzeichnis erhält die meisten Wertungen bei sehr benutzerfreundlich und erreicht dadurch einen Mittelwert von 3.28. Die Ausleihbroschüren besetzen mit einem Durchschnitt von 3.05 den dritten Platz, wobei hier die meisten für ziemlich benutzerfreundlich gestimmt haben. Am tiefsten fällt das Ranking mit einem Mittelwert von 2.71 bei der BIZ-App aus, welche ebenfalls die meisten Wertungen bei ziemlich benutzerfreundlich erhält, dafür verhältnismässig viele Wertungen bei eher weniger und überhaupt nicht

benutzerfreundlich (total 39%<sup>12</sup>) bekommt. Es soll hier noch angefügt werden, dass bei der BIZ-App mit nur 75 Gewichtungen am wenigsten Bewertungen eingegangen sind.<sup>13</sup>



Abbildung 8 Darstellung: Benutzerfreundlichkeit

Zum Schluss wurden die Schülerinnen aufgefordert, gewünschte Änderungen anzugeben. Insgesamt wurden zwanzig Wünsche in dieses Textfeld notiert, welche wieder in einer WordCloud zusammengetragen wurden (Erklärungen zu einer WordCloud finden sich im Kapitel 5.2.3.). Die detaillierten Angaben dazu finden sich tabellarisch im Anhang VI.



Abbildung 9 Aufgeführte Änderungsvorschläge

<sup>12</sup> vgl. mit der Homepage berufsberatung.ch (7%), dem Lehrfirmenverzeichnis (15%) und den Ausleihbroschüren (20%).

<sup>13</sup> vgl.: Die Homepage berufsberatung.ch hat 218, das Lehrfirmenverzeichnis 155 und die Ausleihbroschüren 127 Bewertungen erhalten.

### 5.2.5. Unterstützung beim Beantworten der Berufswahlfragen

Die Bewertungen der Benutzerfreundlichkeit fielen mit einem Gesamtmittelwert von 3.12 von 4 möglichen Messpunkten über alle vier Medien hinweg durchaus positiv aus. Ein weiterer wichtiger Anhaltspunkt im Zusammenhang mit der Nutzung der Medien liegt darin, ob die offenen Berufswahlfragen von den jeweiligen Angeboten beantwortet werden können. Die Wertung erfolgt auf dieselbe Weise wie im vorangegangenen Kapitel rund um die Benutzerfreundlichkeit. Und auch hier erreichen die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) (Mittelwert 3.27 von max. 4) und das Lehrfirmenverzeichnis (Mittelwert 3.25 von 4) die höchsten Mittelwerte. Was sich jedoch geändert hat, sind bei der Berufsberatungshomepage die Beurteilungen, da diese nicht mehr am meisten Einschätzungen bei sehr (37%), sondern bei ziemlich hilfreich (54%) erhalten hat. Danach folgen die Ausleihbroschüren mit einem Mittelwert von 2.89 und zuletzt wieder die BIZ-App mit 2.58. Diese erhält auch bei dieser Frage über 40% der Wertungen bei eher weniger und überhaupt nicht hilfreich. Gleichzeitig soll wieder festgehalten werden, dass die BIZ-App mit nur 53 Rückmeldungen am wenigstens Bewertungen erhielt.<sup>14</sup>

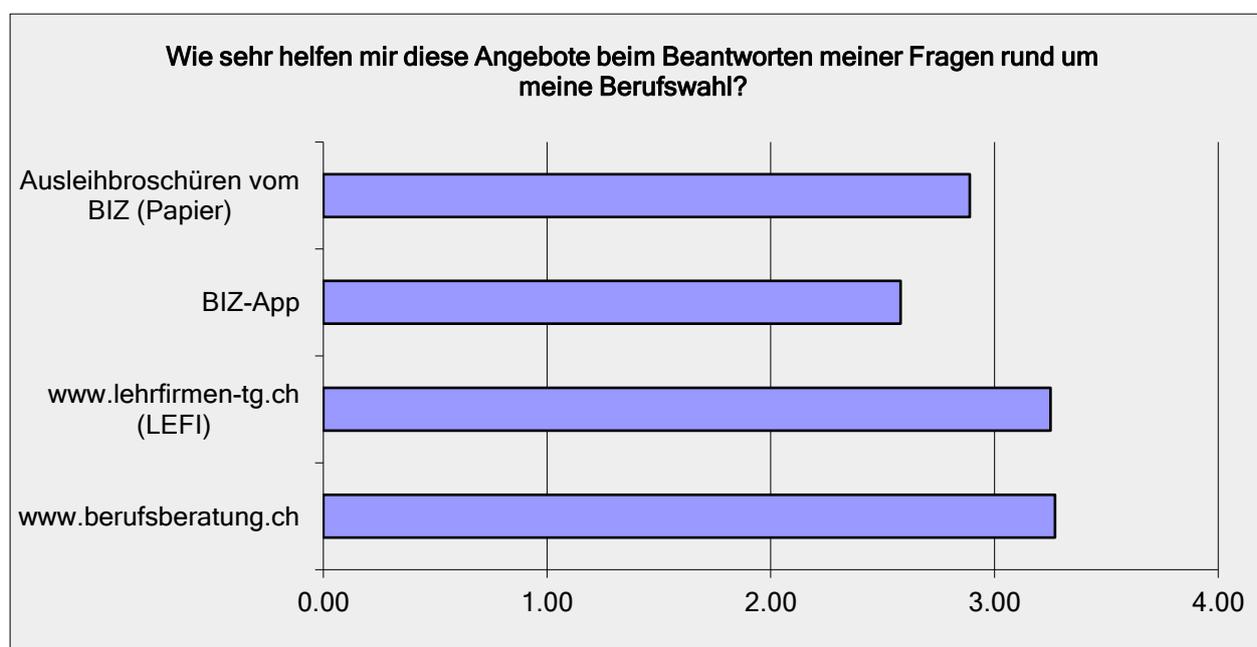


Abbildung 10 Darstellung: Unterstützung Beantwortung Berufswahlfragen

<sup>14</sup> vgl.: Die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) hat 209, das Lehrfirmenverzeichnis 138 und die Ausleihbroschüren 113 Bewertungen erhalten.

### 5.2.6. Für die Nutzung verwendete Geräte

Drei der vier befragten Berufswahlmedien sind online zugänglich. Allein die Ausleihbroschüren sind nur auf Papier erhältlich und wurden deshalb bei dieser Frage nicht berücksichtigt. Die Schülerinnen wurden hier nämlich befragt, auf welchen Geräten sie die Medien am häufigsten nutzen. Sie konnten auswählen zwischen Smartphone, Pad, Laptop und PC, ebenso stand ihnen die Option „überhaupt nicht“ zur Verfügung. Die daraus resultierenden Favoriten sind eindeutig der Laptop und der PC, welche bei der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) mit total knapp 80% und beim [Lehrfirmenverzeichnis](http://lehrfirmen-tg.ch) mit gut 82% abschnitten. Bei der BIZ-App ist das Smartphone Spitzenreiter mit gut 60%. Bei diesen Prozentwerten wurden einzig die Wertungen für die Geräte herangezogen, die Option „überhaupt nicht“ wurde dabei ausgeblendet. Ebenso hatten die Schülerinnen die Möglichkeit, allenfalls weitere Geräte anzugeben, falls Sie noch weitere Geräte zur Nutzung gebrauchen. Diese Option wurde jedoch nicht genutzt.

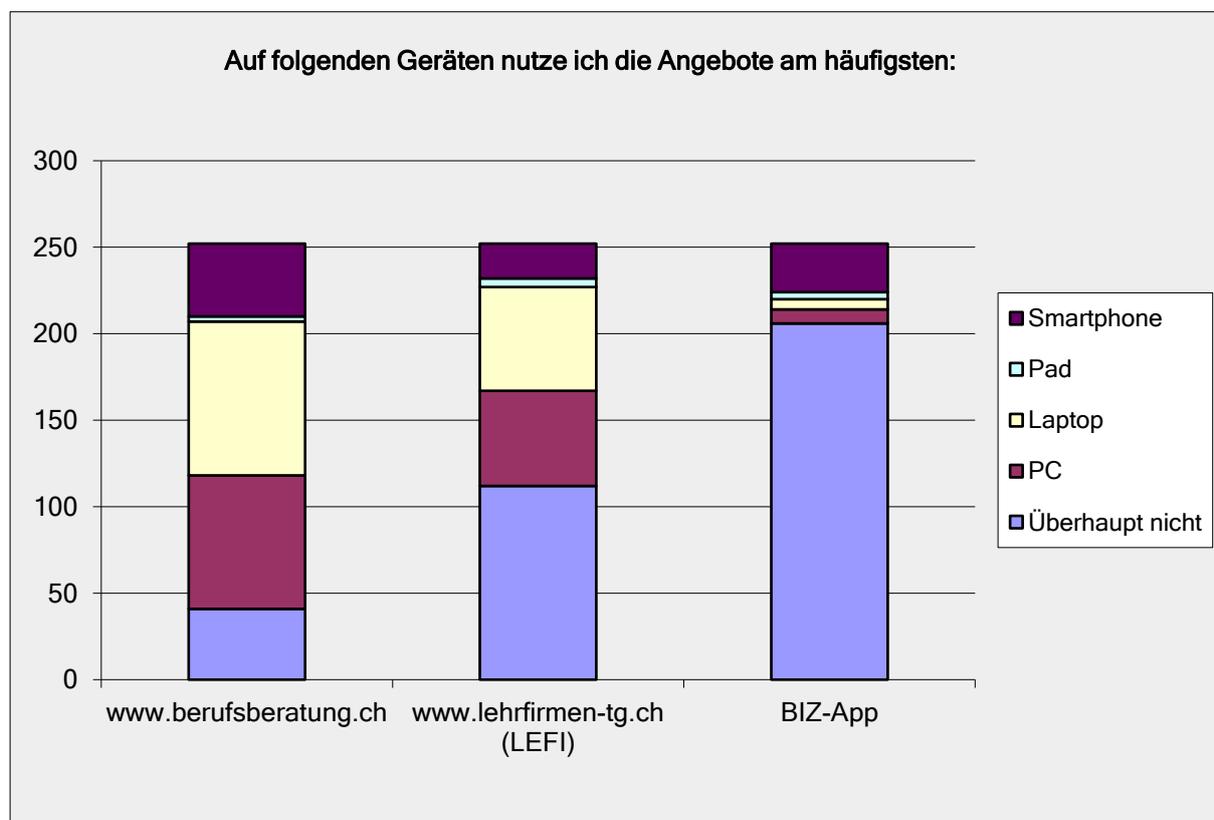


Abbildung 11 Darstellung: Geräteverwendung

### 5.2.7. Informationsquellen für die Berufswahlmedien

Zum Schluss wurden die Teilnehmerinnen dazu befragt, wie respektive durch wen oder was sie überhaupt an das Wissen zu diesen Berufswahlmedien gekommen sind. Wer hat ihnen davon erzählt, sie mit ihnen bekannt gemacht? Bei dieser Frage konnten mehrere der folgenden Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden:

Lehrperson, Eltern/Familie, Berufsberatung, Freunde, Facebook, Berufsmesse, sowie „weiteres“ und „keine Antwort“. Bei drei der vier Medien ist die Lehrperson die wichtigste Informationsquelle, nämlich bei der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) (81%), dem Lehrfirmenverzeichnis (47%) und bei der BIZ-App (19%). Einzig bei den Ausleihbroschüren gilt die Berufsberatung (35%) als wichtigste Wissensvermittlerin zum Bestehen dieses Angebotes, wobei dieses Medium auch nur im BIZ zugänglich ist. Ebenso nimmt bei der BIZ-App die Berufsberatung mit 15% eine relativ wichtige Position ein (vgl. mit 19% Lehrperson). Der Zugang via Facebook wird mit durchschnittlich 0.5% so gut wie nicht genutzt.

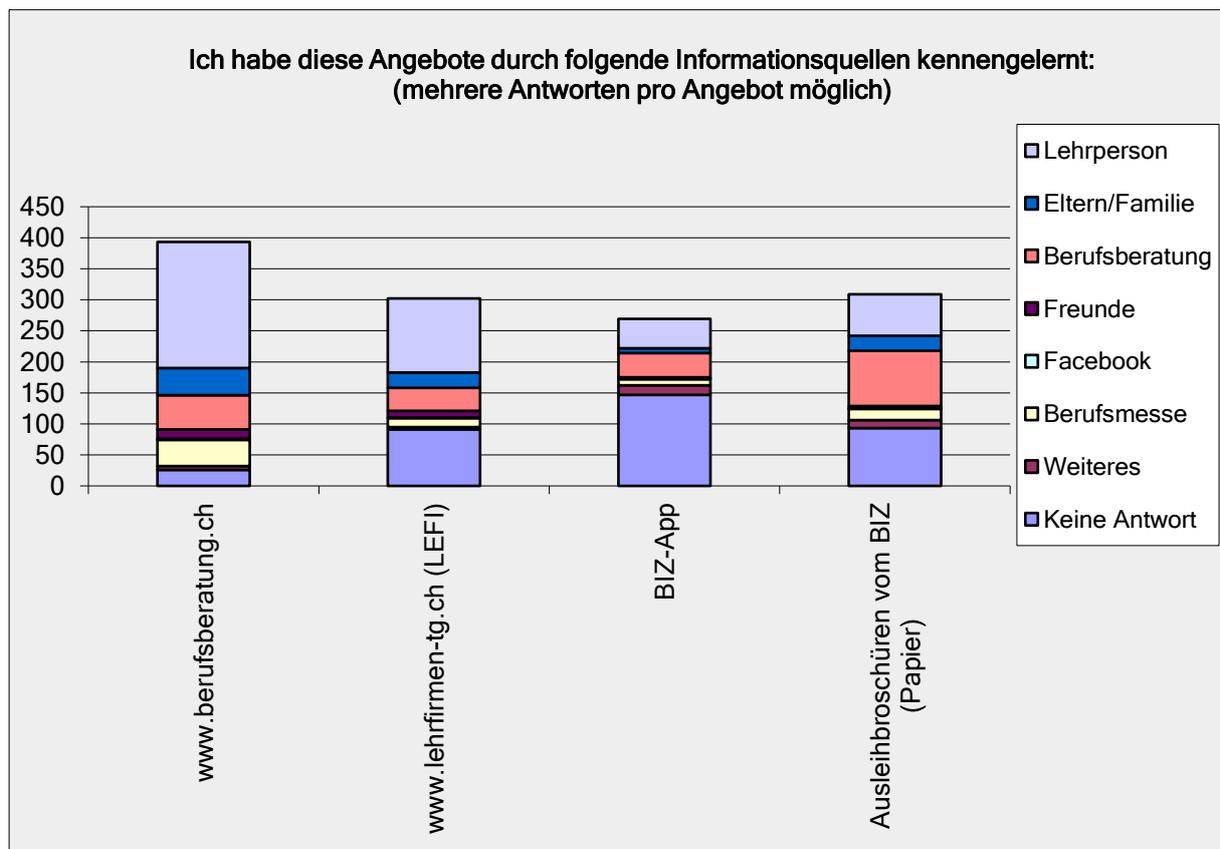


Abbildung 12 Darstellung: Informationsquellen Berufswahlmedien

Bei dieser letzten Frage hatten die Befragten abermals die Möglichkeit, weitere Informationsquellen anzugeben, wobei die total zehn Antworten nochmals in einer WordCloud zusammengefasst wurden (Erklärungen zu einer WordCloud im Kapitel 5.2.3.). Die detaillierten Angaben dazu finden sich tabellarisch im Anhang VII.



Abbildung 13 Weitere Informationsquellen

## **6. Diskussion**

Nachdem in Kapitel 3 die theoretische Grundlage für die vorliegende Masterarbeit geschaffen wurde und in Kapitel 5 die Resultate der Umfrage dargestellt wurden, erfolgt nun die Verbindung von Grundlagen und Resultaten und eine Interpretation der Werte.

Zum Schluss folgen das Fazit zur durchgeführten Befragung betreffend die Mediennutzung in der 1. Berufswahl und dann der Ausblick.

### **6.1. Biografische Angaben der Teilnehmergruppe**

Insgesamt wurden 272 Schülerinnen befragt, wovon 252 nach den Angaben zur Person auch die Fragen rund um die Berufswahl beantworteten. Die Gruppe bestand aus 53% weiblichen und 47% männlichen Personen, was etwa mit der Geschlechtervertretung bei Beratungen im Kanton Thurgau übereinstimmt (weiblich 56%, männlich 44%) (siehe Anhang III). Dieses Verhältnis zeigt sich auch gesamtschweizerisch mit einem Verhältnis von 55% Frauen zu 45% Männern (KBSB, 2017).

Es wurde eine 2. Sekundarklasse mehr befragt, was sich in den Ergebnissen mit einer Abweichung von 7% zeigt (2. Sekundarklasse 57%, 3. Sekundarklasse 43%).

Die Verteilung der beiden Klassenniveaus auf 94 Schülerinnen im Grundanspruch und 176 im erweiterten Anspruch ist nicht ausgewogen. Eine Erklärung liegt einerseits darin, dass von den siebzehn angefragten Klassen zwei nicht an der Umfrage teilgenommen haben und beide dem Niveau Grundanspruch entstammen. Andererseits weisen Klassen vom erweiterten Niveau grundsätzlich eine grössere Anzahl Schülerinnen pro Klasse auf.

Durchschnittlich haben 32% der befragten Schülerinnen einen Migrationshintergrund. Diese Zahl unterscheidet sich je nach Ort der Schule jedoch massiv. So verfügen in den Klassen in Hüttwilen gerade einmal 10% über einen Migrationshintergrund, währenddem es in Amriswil 56% sind. Grundsätzlich kann wie erwartet festgehalten werden, dass die Zahl in den ländlicheren Schulhäusern (Altnau, Egnach und Hüttwilen) tiefer ausgefallen ist als in den städtischen (Amriswil, Arbon, Frauenfeld und Kreuzlingen). Eine tabellarische Zusammenstellung dieser Zahlen befindet sich

im Anhang VIII. Diese Zahl kann weder gesamtschweizerisch noch regional im Kanton Thurgau mit der Klientel in den Beratungen im Jahr 2016 verglichen werden, da bei beiden nicht der Migrationshintergrund, sondern der Ausländeranteil befragt wurde. Diese beiden Zahlen müssen nicht übereinstimmen (Ausländeranteil schweizweit 26% und im Kanton Thurgau 23%) (KBSB, 2016, S. 9 / siehe Anhang III).

Die Berufswahl ist, wie im Kapitel 3.2.1. erwähnt, ein Prozess, welcher bei den Jugendlichen weder zeitlich noch inhaltlich genau gleich abläuft. Dies zeigen auch die Ergebnisse der Frage bezüglich des aktuellen Stands in der Berufswahl. Gut ein Drittel der Schülerinnen haben bereits eine Lehrstelle, etwas mehr als ein Fünftel schwankt noch zwischen mehreren konkreten Möglichkeiten und beinahe ebenso viele wissen zwar, was sie möchten, haben jedoch noch keine definitive Anschlusslösung gefunden. Nochmals etwas weniger werden eine weiterführende Schule besuchen. Die Zahl jener, die noch überhaupt nicht wissen, was sie später machen möchten fällt am tiefsten aus.

Erstaunlich scheint im ersten Moment die relativ hohe Zahl der bereits vergebenen Lehrstellen, wo doch 57% der befragten Schülerinnen erst die 8. Klasse besuchen. Sieht man sich die Resultate dazu jedoch etwas genauer an, kann festgestellt werden, dass sich die Antworten zu den vergebenen Lehrstellen vor allem auf die 9. Klasse konzentrieren. Denn so haben bereits 93 der total 116 befragten Schülerinnen der 9. Klasse eine Lehrstelle (siehe Anhang IX). Bei den Teilnehmerinnen der 8. Klasse sind dies gerade einmal drei (siehe Anhang IX). Es wird also deutlich, dass der Stand in der Berufswahl in der 2. Sekundarklasse um einiges heterogener ist. So bildet hier die Gruppe, welche zwischen mehreren konkreten Möglichkeiten schwankt, die grösste Gruppe, dicht gefolgt von jenen, die sich zwar entschieden haben, jedoch noch keine definitive Lösung gefunden haben. Ein Fünftel hat sich für eine weiterführende Schule entschieden und nochmals kleiner ist die Zahl jener, die zum Zeitpunkt der Befragung noch keine Ahnung haben, was sie machen möchten. Und wie bereits erwähnt, machen diejenigen mit einer Lehrstelle einen winzigen Anteil aus (siehe Anhang IX).

## **6.2. Bekanntheit der befragten und weiterer Berufswahlmedien**

Nach der Beantwortung der biographischen Angaben wurden die Schülerinnen zu den vorgestellten Berufswahlmedien befragt. Ab diesem zweiten Teil hat sich die Teilnehmerzahl auf 252 verkleinert. Es kommt die Vermutung auf, dass einige nach den persönlichen Angaben den Fragebogen abgebrochen haben.

Nach den Fragen zur Bekanntheit und der Möglichkeit, weitere Medien aufzulisten, folgen die Interpretationen zur Nutzung sowie eine Verknüpfung zwischen der Bekanntheit und der Nutzung. Denn im Kapitel 3.2. wurden wichtige Einflussfaktoren für eine gelingende Berufswahl genannt, wobei auch die Informiertheit (Jungo, 2009) bzw. die Information (Herzog et al, 2006) eine wesentliche Rolle spielen. Durch die Bekanntheit und die Nutzung der Medien kann auch die Informiertheit überprüft werden.

Mit über 90% ist die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) bei den Schülerinnen die bekannteste der vier befragten Berufswahlmedien. Spannend erscheint das Resultat der Ausleihbroschüren, welche mit gut 60% bekannter sind als das Lehrfirmenverzeichnis. Eventuell würde diese Zahl schweizweit anders aussehen. Denn bei der Vorstellung dieses Mediums im Kapitel 2.1.4. wurde erwähnt, dass im Thurgau die Ausleihzahlen die letzten Jahre praktisch nicht gesunken sind, schweizweit jedoch schon. Eine spezifische Befragung dieser Printmedien nur mit Jugendlichen hat gesamtschweizerisch jedoch nicht stattgefunden, weshalb dies eine Annahme bleibt.

Am tiefsten schneidet die BIZ-App ab, welche mit 40% nicht einmal die Hälfte der Schülerinnen im Kanton Thurgau kennen. Ein Grund könnte darin liegen, dass die Werbung seit dem Erscheinen im Sommer 2016 sowohl bei den Beratungspersonen selber als auch bei den Schülerinnen und Lehrpersonen ziemlich spärlich ausgefallen ist.

Die Möglichkeit, weitere bekannte Berufswahlmedien aufzulisten, haben 49 Schülerinnen wahrgenommen. Wie im Kapitel 3.2.3. aufgezeigt wurde, bestehen beinahe unzählige Lehr- und Arbeitsmittel, wovon auch einige bei den Aufzählungen genannt wurden (siehe Anhang V). Absoluter Spitzenreiter ist das Lehrstellenportal Yousty, welches sechzehn Mal erwähnt wurde. Ein Vorteil von Yousty, welcher in Beratungen öfters genannt wird (persönliche Erfahrungen der

Autorin), ist das Aufzeigen von freien Lehrstellen auf zwei Jahre voraus (berufsberatung.ch zeigt nur die freien Lehrstellen vom kommenden Sommer an). Dies sei einerseits für Schülerinnen der 8. Klasse sinnvoll, weil sie sehen können, ob es im Jahr ihres Schulabschlusses eine zu besetzende Lehrstelle gibt. Andererseits könnten dadurch auch Schulabsolventen, welche eine Zwischenlösung planen, schon vorausschauen. Bei den Beratungsgesprächen wird aber auch klar, dass die meisten nicht wissen, dass darauf nicht alle freien Lehrstellen zu finden sind, weil man sich als Betrieb bei Yousty einkaufen muss (im Gegensatz zu berufsberatung.ch). Deshalb ist diese Lehrstellenplattform als Ergänzung zur Homepage berufsberatung.ch sicherlich ein sinnvolles Instrument, sollte diese aber keinesfalls ersetzen.

### **6.3. Nutzung der Medien**

Nach der Befragung, welche nur auf der Bekanntheit der Medien beruhte, folgte als zweiter Schritt auch die Nutzung. Verwenden die Schülerinnen die medialen Angebote in der Berufswahl, welche sie kennen? Um dieser Frage genauer auf den Grund zu gehen, wird nachfolgend zuerst das Ranking aufgezeigt, bevor der Frage nachgegangen wird, bei welchen Medien die Diskrepanz zwischen Bekanntheit und Nutzung am geringsten ist.

Die Homepage berufsberatung.ch ist auch hier bei den befragten Jugendlichen die Spitzenreiterin. Sie gehört sogar schweizweit zu den meist angeklickten Webseiten (monatlich rund 800'000-mal) (siehe Kapitel 2.1.1.). Danach folgen mit grösseren Abständen das Lehrfirmenverzeichnis (46%) und die Ausleihbroschüren (24%). Und wieder den letzten Platz belegt die BIZ-App, welche nicht einmal von jeder zehnten befragten Schülerin genutzt wird.

Im Kapitel 3.4.1.3. wurde anhand der JAMES-Studie aufgezeigt, dass es mit Blick auf Subgruppen wie Alter, Geschlecht, Urbanitätsgrad und sozioökonomischen Status keinen Unterschied gibt bezüglich der Zeit, welche Schülerinnen täglich online sind. Ein Unterschied wurde lediglich in Bezug auf den Migrationshintergrund festgestellt. So sind Jugendliche mit Migrationshintergrund länger online als jene ohne. Ein solcher Unterschied lässt sich auch bei der vorliegenden Umfrage feststellen. Während 68% der befragten Schülerinnen ohne Migrationshintergrund die

Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch), 37% das Lehrfirmenverzeichnis und 7% die BIZ-App nutzen, sind es bei den Jugendlichen mit Migrationshintergrund 82% ([berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch)), 67% (Lehrfirmenverzeichnis) und 10% (BIZ-App). Bei den Ausleihbroschüren sind die Zahlen zur Nutzung genau umgekehrt (17% mit Migrationshintergrund, 27% ohne Migrationshintergrund). Auch werden die Medien durch die Schülerinnen mit Migrationshintergrund durchgehend minim positiver bewertet. Worin diese Abweichung gründet, lässt sich schwer sagen und wurde auch bei der JAMES-Studie nicht weiterverfolgt. Vielleicht könnte daraus ein weiterer Gedanke entstehen, gerade bei städtischeren Schulen nochmals mehr Werbung für die BIZ-App zu machen.

Aufgrund der einfacheren und übersichtlicheren Anwendbarkeit wird in Beratungsgesprächen mit Jugendlichen häufig die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) zum exemplarischen Gebrauch genutzt und nicht die BIZ-App. Am PC lässt es sich zu zweit besser arbeiten als an dem kleinen Bildschirm des Handys. Vielleicht ist dies ein Grund für den tiefen Nutzeranteil. Die eben angestellten Zusammenhänge und Vermutungen gründen allein auf Erfahrungen der Autorin und wurden nicht wissenschaftlich ergründet. Man würde nämlich aufgrund der Ergebnisse der JAMES-Studie erwarten, dass die App sich grösserer Beliebtheit erfreuen dürfte und die Printmedien mit Abstand den letzten Platz belegen würden. Denn im Jahr 2016 besaßen einerseits 99% der Jugendlichen ein Handy, andererseits hat sich die Zahl der Jugendlichen, die täglich ein Printmedium (Zeitschrift, Buch) lesen, drastisch verkleinert (siehe Kapitel 3.4.). Weitere Gedanken zur Gerätenutzung in Bezug auf die vorliegende Umfrage finden sich im Kapitel 6.6.

Grundsätzlich gilt, dass bei allen Medien die Bekanntheit höher ist als die Nutzung, da nichts genutzt werden kann, was nicht bekannt ist. Diese Differenzen sind zum Teil jedoch beachtlich. Am ausgeprägtsten zeigt sich diese Diskrepanz bei den Ausleihbroschüren, welche zwar 155 Befragten bekannt sind, jedoch nur von 60 genutzt werden (Differenz 90). Dadurch erklärt sich auch, wie die Broschüren vom 2. Platz der Bekanntheit auf den 3. Platz bei der Nutzung abgerutscht sind. Darauf folgt die BIZ-App, welche mit einer Differenz von 79 wohl 100 Schülerinnen bekannt ist, jedoch nur von 21 verwendet wird. Bei der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) ist diese Schere mit einem Unterschied von 47 nochmals etwas kleiner, da diese von 182 genutzt wird, währenddem sie 229 bekannt ist. Am kleinsten zeigt sich die

Diskrepanz beim Online-Lehrfirmenverzeichnis, wo gerade 28 Antworten zwischen der Bekanntheit (145) und der Nutzung (117) stehen. Somit kann festgehalten werden, dass die bekannten Medien jeweils nur beschränkt auch genutzt werden.

Ein zweiter Teil, welcher ebenfalls in die Nutzung hinein fliesst, ist die Frage, wofür diese Medien genutzt werden. So konnten die Befragten zwischen sechs Optionen auswählen. Diese Optionen passten nur bei der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) und der BIZ-App für alle Angebote (siehe Anhang X). Dennoch wurden viele Antworten richtig gegeben. Beim Lehrfirmenverzeichnis war die Fehlerquote mit 31% um einiges höher als bei den Ausleihbroschüren mit 13%. Es scheint, als ob die Berufswahlmedien nicht für alle Schülerinnen gleich verständlich sind. Vielleicht sind diese Fehler auch aufgrund einer Verwechslung der Medien entstanden. Dies sollte durch das vorgängige Aufzeigen von Bildern der Angebote in der Umfrage zwar möglichst vermieden werden, eine Garantie dafür gibt es jedoch nicht.

#### **6.4. Benutzerfreundlichkeit**

Gesamthaft kann die beurteilte Benutzerfreundlichkeit mit einem durchschnittlichen Mittelwert von 3.12 von maximal 4 möglichen Messwerten als durchaus zufriedenstellend bezeichnet werden. Abgesehen von der BIZ-App erhalten alle Medien einen (teils sehr deutlichen) Wert über 3.0. Den zweitletzten Platz belegen die Ausleihbroschüren. Vielleicht kann daraus eine Verbindung zur Bekanntheit und Nutzung gemacht werden. Denn diese beiden hier letztplatzierten Medien (die BIZ-App und die Ausleihbroschüren) erfuhren die grösste Diskrepanz zwischen Bekanntheit und Nutzung und belegen nun auch bei der Benutzerfreundlichkeit die letzten Plätze. Das könnte auf einen Zusammenhang hindeuten. Ob sich die mehrfach erwähnten Wünsche nach weniger Fehlern bei den ausgeschriebenen Lehrstellen und mehr Übersichtlichkeit auf diese zwei oder auch auf die anderen beiden Medien beziehen, kann nicht beantwortet werden. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass gerade die Anmerkung mit den freien Lehrstellen insbesondere das Lehrfirmenverzeichnis und die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) betrifft.

### **6.5. Unterstützung beim Beantworten der Berufswahlfragen**

Nach der Benutzerfreundlichkeit wurden die Schülerinnen dazu befragt, wie sehr ihnen die befragten Berufswahlmedien bei der Beantwortung ihrer Berufswahlfragen helfen können. Die Wertung fällt hier mit einem Mittelwert von 3.0 von maximal 4 möglichen Messwerten noch immer gut, wenn auch etwas tiefer aus als bei der Benutzerfreundlichkeit. Die Rangliste bleibt dieselbe, diesmal aber mit zwei Werten unter 3.0. In Kapitel 6.3. konnte festgestellt werden, dass nicht alle Schülerinnen die Medien korrekt bzw. für die dafür vorgesehenen Themen nutzen, was eine Erklärung dafür abgegeben könnte, weshalb die erlebte Unterstützung nicht ganz so hoch ist.

### **6.6. Für die Nutzung verwendete Geräte**

Die Resultate der Frage, auf welchen Geräten die Schülerinnen berufsberatung.ch, das Lehrfirmenverzeichnis und die BIZ-App nutzen, sind überaus spannend und geben Anregungen für künftige Überlegungen, welche dann im Kapitel 6.8. folgen. Denn die beliebtesten Geräte zur Nutzung sind eindeutig der Laptop und der PC und nicht das Smartphone oder das Tablet. Einzig bei der BIZ-App überwiegt das Smartphone mit 61%, was jedoch nicht verwundert, da diese nur darauf nutzbar ist.

In der JAMES-Studie aus dem Jahr 2016 wurde aufgezeigt, dass das Handy zu Unterhaltungszwecken, zur Kommunikation und zur Information gebraucht wird. Es ist daraus jedoch nicht differenziert ersichtlich, ob die Informationssuche meist über den Laptop oder das Smartphone geschieht. Denn aufgrund der 252 Resultate der vorliegenden Umfrage wird das Smartphone fast nicht für das „formelle“ Thema Berufswahl genutzt. Könnte dies der Grund dafür sein, dass sich die BIZ-App bis jetzt noch nicht durchsetzen konnte? Im Alltag der Berufsberatung wird davon ausgegangen, dass die meisten Schülerinnen ihre Smartphones sehr häufig nutzen, was die JAMES-Studie bestätigt und worin wahrscheinlich auch die Idee einer App gründete. Falls sie dies jedoch tatsächlich weitgehend für private und nicht für formelle Angelegenheiten tun, da sie während der formellen Schulzeit ihre Handys nicht nutzen dürfen, bräuchte es für die Berufswahl keine App. Die Trennung von Privatem und Geschäftlichem käme den Aussagen zu dieser Generation, genannt Generation Z, von Scholz (2014) im Kapitel 3.4.1.4. nahe. Spannend wäre

diesbezüglich zu wissen, ob Yousty auf den Smartphones genutzt wird und falls ja, zu welcher Tageszeit (während oder auch nach der Schule).

Eine andere Vermutung legt nahe, dass dieses Resultat darin gründen könnte, dass viele Schülerinnen die Berufswahlmedien in der Schule nützen und dies dort auf Laptops oder PCs tun, weil das Handy nicht benutzt werden darf.

Und nochmals eine andere Annahme der Autorin für die überwiegende Nutzung der Medien auf den erwähnten Geräten könnte darin liegen, dass den Jugendlichen die Nutzung der beiden Homepages [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) und [lehrfirmen-tg.ch](http://lehrfirmen-tg.ch) aufgrund der Übersichtlichkeit oder der Bedienerfreundlichkeit auf dem Smartphone nicht zusagt. Dies würde wiederum für einen Ausbau der App sprechen, da künftig sicherlich mehr Klassen mit iPads arbeiten werden.

Der Zugang über den PC ist auch bei der Statistik nach dem Relaunch der Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) im Jahr 2016 weitaus der meist verwendete. Denn von Juni bis Dezember 2016 haben 1'748'715 Besuche via einen PC, 944'583 via ein Smartphone und 230'610 über ein Tablet stattgefunden (SDBB, 2016, Statistik). Interessanterweise machte die Nutzung über das Tablet oder Pad auch bei der vorliegenden Befragung der Schülerinnen die kleinste Anzahl aus. Vielleicht hängt dies damit zusammen, dass der Besitz von Tablets mit 39% viel weniger verbreitet ist als jener von Smartphone oder Computer/Laptop (siehe Kapitel 3.4.1.1. und Waller et al, 2016, S. 17).

## **6.7. Informationsquellen für die Berufswahlmedien**

Die Lehrpersonen nehmen in der Vermittlung der Informationen rund um die Berufswahlmedien die wichtigste Position ein. Durchschnittlich haben 48% der Schülerinnen die Angebote über ihre Lehrperson kennengelernt. Den zweiten Platz belegt die Berufsberatung, welche immerhin bei fast jeder vierten Schülerin eine Vermittlerrolle eingenommen hat. Dass diese zwei Informationsquellen die vordersten Plätze belegen, kann als Chance gesehen werden, da der Kontakt bei der BSB Thurgau zu den meisten Schulhäusern und Lehrerinnen mindestens einmal pro Klassenzyklus persönlich und halbjährlich schriftlich mit dem Newsletter der Berufsberatung gewährleistet ist. Diese Berührungspunkte könnten bei Bedarf

vermehrt beispielsweise als Plattform für Medien wie die BIZ-App genutzt werden. Und da die Berufsberatung durch die vorliegende Umfrage nun auch die eigene Wichtigkeit ihrer Position in der Vermittlung von Wissen zu den Berufswahlmedien kennt, kann auch diese weiterhin aktiv genutzt werden.

Verglichen mit der JAMES-Studie ist das tiefe Ergebnis von Facebook mit durchschnittlich 0.5% als Informationsquelle erstaunlich, da dieses 2016 den dritten Platz der beliebtesten Webseiten belegte. Nebst den Suchmaschinen werden Soziale Netzwerke zur Informationssuche im Internet am häufigsten gebraucht (Waller et al, 2016, S. 36). Erklärungen dafür könnten darin zu finden sein, dass einerseits Facebook-Seiten wie „berufsberatung.ch – Das schweizerische Portal für Berufsberatung“ (Facebook, 2017, berufsberatung.ch) oder „Berufsberatung Thurgau“ (Facebook, 2017, Berufsberatung Thurgau) nicht speziell auf Jugendliche ausgerichtet sind. Vergleicht man diese Seiten mit jener von Yousty (Facebook, 2017, Yousty), fallen vor allem die Aufmachung und die Likes auf. So hat Yousty 1'757 Likes, berufsberatung.ch 401 und Berufsberatung Thurgau gerade einmal 157. Dabei macht die Facebookseite von Yousty mit (teils lustigen) Bildern von Mitarbeiterinnen und Events oder Filmen den persönlichsten Eindruck und kommt dadurch anderen beliebten Portalen wie youtube.com oder instagram.com am nächsten. Andererseits könnte die Überlegung aus dem Kapitel 6.6. hineinfließen, dass die Schülerinnen Privates und Formelles trennen und deswegen Facebook weniger für seriöse Themen wie die Berufswahl nutzen. Denn auch Yousty ist mit 1'757 Likes kein Spitzenreiter, da allein schon im Kanton Thurgau im Schuljahr 2015/16 gut 8'000 Schülerinnen die Sekundarschule besuchten (Bista TG, 2015).

## **6.8. Fazit und Ausblick**

Wirft man einen Blick auf die gesammelten Ergebnisse der Umfrage betreffend die Mediennutzung der Schülerinnen der 8. und 9. Klassen im Kanton Thurgau, stellt man fest, dass die Printmediennutzung oder das Bedürfnis der Jugendlichen danach gesamtschweizerisch unterschiedlich zu sein scheinen. Vielleicht liegt der Unterschied aber vor allem auch in den verschiedenen BIZ, welche diese Broschüren verschieden häufig empfehlen.

Die Nutzung der Online-Medien spaltet sich in zwei etwas unerwartete Resultate auf. Einerseits sind die Webseiten [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) und [lehrfirmen-tg.ch](http://lehrfirmen-tg.ch) gut bekannt und genutzt. Doch obwohl die Handynutzung 2016 den ersten Platz der medialen Freizeitaktivitäten der JAMES-Studie belegte, greifen die Schülerinnen aus dem Thurgau fast nur mit dem Laptop oder dem PC auf diese Seiten zu (Waller et al, 2016, S. 24). Andererseits könnte man meinen, dass sich aufgrund der JAMES-Befragung die BIZ-App grosser Begehrtheit erfreut, was ebenso nicht zutrifft. Nicht klar ist, wie diese eindeutigen Abweichungen im Umgang mit den Berufswahlmedien durch die Jugendlichen im Kanton Thurgau zustande kommen. Bei der App kann ein Teil sicherlich auf die schlecht bewertete Benutzerfreundlichkeit zurückgeführt werden. Ob jedoch weitere Gründe für dieses Nutzerverhalten bezogen auf alle befragten Online-Medien an der Übersichtlichkeit auf dem Smartphone liegen oder darin, dass Schülerinnen diese häufig in der Schule nutzen, wo sie mit dem Laptop oder dem PC darauf zugreifen, bleibt ungeklärt. Es wurden zwar einige Änderungswünsche aufgelistet, jedoch gab keine davon einen Hinweis auf tiefgreifende Gründe.

Vielleicht wäre es ein Versuch wert, im kommenden Herbst nochmals eine Werbekampagne für die BIZ-App zu starten, damit bei abermals schlechter Nutzung mit höherer Sicherheit davon ausgegangen werden kann, dass dieses Angebot schlicht kein Bedürfnis der Schülerinnen ist. Und wenn die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) weiterhin so intensiv und vollumfänglich genutzt wird und zudem als benutzerfreundlich und hilfreich beschrieben wird, bleibt an dieser Stelle der ernsthafte Mehrwert dieser App in Frage gestellt.

Die Lehrpersonen sind sehr wichtige Bezugspersonen in der Berufswahl, zumindest bei der Vermittlung von Wissen zu den Berufswahlmedien. In Beratungsgesprächen mit Sekundarschülerinnen machen sich gewisse Unklarheiten häufiger bemerkbar als andere. Man könnte die Lehrpersonen bei solchen wiederholt festgestellten Unsicherheiten miteinbeziehen. Solche Probleme könnten beispielsweise kantonal gesammelt werden und einige davon mit dem halbjährlichen Newsletter an die Klassenlehrpersonen zugestellt werden. Aktuell wären allenfalls die teils fälschliche Nutzung vom Lehrfirmenverzeichnis oder das fehlende Wissen zu Yousty und den nicht vollzähligen Lehrstellen darauf ein Thema.

Zu Beginn dieser Masterarbeit wurde die Forschungsfrage gestellt, welche Berufswahlmedien von den Schülerinnen der 8. und 9. Klasse im Kanton Thurgau wie genutzt werden. Mit der Umfrage konnte diese Frage beantwortet werden. Die Ergebnisse dazu sind in den Kapiteln 5 und 6 dargestellt und interpretiert. Auch die aufgestellten Teilfragen konnten beantwortet werden:

- Die Angebote werden aufgrund ihrer unterschiedlichen Funktionen unterschiedlich genutzt. Meist werden diese korrekt verwendet und sind somit zielführend.
- Die Unterstützung durch Berufswahlmedien wird durchschnittlich als ziemlich hilfreich erlebt.
- Die Benutzerfreundlichkeit wird durchschnittlich zwischen ziemlich und sehr gut bewertet. Einzelne Medien erhalten dabei sehr hohe Werte.
- Die Online-Medien werden bis auf die BIZ-App am häufigsten am Laptop und PC genutzt.
- Die wichtigsten Bezugspersonen in Bezug auf die Vermittlung von Informationen zu den Berufswahlmedien sind eindeutig die Lehrpersonen. Auf dem zweiten Rang findet man die Berufsberatung, jedoch mit einem beträchtlichen Abstand zu den Erstplatzierten.

Der BSB Thurgau wird anhand dieser Arbeit aufgezeigt, dass die ausleihbaren Broschüren noch nicht zum alten Eisen gehören und von den Schülerinnen im Thurgau weitgehend geschätzt werden. Die Zahlen zur BIZ-App können zu weiteren Überlegungen im Umgang damit führen, wovon eine Idee bereits in diesem Kapitel genannt wurde. Der Einbezug eines neuen Kanals wie youtube.com wäre grundsätzlich denkbar, aber wahrscheinlich relativ kosten- und zeitintensiv. Und selbst wenn man sich dieser neuen Option annehmen würde wäre nicht sichergestellt, dass dieser auch tatsächlich für die Berufswahl genutzt würde. Berufsfilme gibt es dort ja bereits, welche aus Sicht der Autorin wahrscheinlich aber meist via die Berufsberatungshomepage genutzt werden und nicht durch anderweitige Werbung. Dafür würde jedoch die in Kapitel 3.4.1. aufgezeigte Internetnutzung und das Internetinteresse der Jugendlichen sprechen. Dort wurde nämlich in den JAMES-Studien festgehalten, dass jene Internetplattformen die beliebtesten sind, welche gleichermassen für Unterhaltungszwecke und als

Informationsquellen genutzt werden können. Das spricht für den youtube-Kanal, jedoch nicht für die Berufsberatungshomepage oder die BIZ-App. Eine weitere Anregung für die BSB liegt darin zu überlegen, wie künftig die Fehler in den ausgeschriebenen Lehrstellen verringert werden könnten. Diese könnten möglicherweise durch ein häufigeres Nachfragen bei den Betrieben umgangen werden.

Zusammengefasst kann aus Autorinnensicht ein mehrheitlich positives Fazit zur Mediennutzung der Schülerinnen im Kanton Thurgau in Bezug auf die Berufswahlmedien gezogen werden. Sie haben zu drei der vier Medien selbständigen Zugang und kennen bzw. nutzen diesen bei beiden Webseiten gut bis sehr gut. Die App ist inhaltlich verglichen mit der Berufsberatungshomepage kein Neugewinn, weshalb es so gesehen reicht, wenn sie entweder die Homepage [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch) oder die BIZ-App kennen. Der Zugang zu den wichtigsten Informationen ist dadurch gewährleistet. Abgesehen von der BIZ-App werden die Benutzerfreundlichkeit und die erlebte Unterstützung bei den Berufswahlfragen durch die Medien mehrheitlich positiv bewertet. Auch die Rückmeldungen auf die Frage, was die Schülerinnen sich bei den Medien anders wünschen, fallen mit den meisten Nennungen bei „keine“ durchwegs gut aus. Alles in allem gesehen ist es bemerkenswert, wie viele verschiedene Berufswahlmedien, Angebote und Portale die Schülerinnen kennen und nutzen. Nicht nur die vier befragten sind ihnen gut bekannt, sondern es werden auch noch einige weitere genannt.

Aufgrund all dieser Ergebnisse und Erkenntnisse kann nun in der BSB Thurgau darüber diskutiert werden, welche Veränderungen im Umgang mit diesen Berufswahlmedien künftig sinnvoll oder ein Versuch wert wären und was beibehalten wird.

## **Danksagungen**

Die vorliegende Masterarbeit „Mediennutzung in der 1. Berufswahl durch Schülerinnen und Schüler der 8. und 9. Klasse im Kanton Thurgau“ wäre ohne die Unterstützung von vielen Beteiligten nicht möglich gewesen. Die Autorin bedankt sich an dieser Stelle ganz herzlich bei allen, die sie beim Verfassen auf irgendeine Weise unterstützt haben.

Ein grosses Dankeschön geht an die Hauptreferentin Anita Glenck, die sich immer wieder Zeit für Fragen genommen hat. Als inoffizielle Co-Referentin hat sich Dorothea Wiesmann, Regionalstellenleiterin des BIZ in Kreuzlingen und somit Vorgesetzte der Verfasserin, bei der Themenfindung und der Ausarbeitung der Disposition engagiert. Ebenso stellte die BSB Thurgau als Arbeitgeberin der Autorin einige Arbeitstage zur Verfügung, welche für die Masterarbeit eingesetzt werden durften.

Ein weiteres Dankeschön richtet sich an den Ehemann der Autorin, Remo Stark, der sie zum einen im Schreibprozess immer wieder unterstützt und zum anderen den Pretest mit seiner 9. Klasse durchgeführt hat.

Und nicht zuletzt richtet sich ein besonderes Dankeschön an alle Lehrpersonen, welche sich mit ihren Schülerinnen an der Umfrage beteiligt haben und natürlich an die Schülerinnen selbst. Es war toll, dass die Befragung so unkompliziert und rasch durchgeführt wurde.

## Literaturverzeichnis

ABB (2017). *BIZ-App*. Am 9. Juni 2017 online unter:

[https://abb.tg.ch/public/upload/assets/21144/Flyer\\_BIZ\\_App\\_Druck.pdf](https://abb.tg.ch/public/upload/assets/21144/Flyer_BIZ_App_Druck.pdf)

ABB (2017). *Lehrfirmenverzeichnis TG*. Am 7. Juni 2017 online unter:

[http://www.lefi-online.ch/lefi/TG\\_Entry238210212831042131385342.jsp](http://www.lefi-online.ch/lefi/TG_Entry238210212831042131385342.jsp)

Atteslander, P. (2010). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (13. Aufl.). Berlin: Erich Schmidt Verlag.

AWE Schaffhausen (2017). *BIZ-App*. Am 9. Juni 2017 online unter:

<http://awe-schaffhausen.ch/#!project=2118>

Bergmann, Ch. (1994). *Gemessene versus artikulierte Interessen als Prädikatoren der Berufs- bzw. – Studienfachwahl und Anpassung im Studium*. In: *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie*. 38, 4, S. 142-151.

BFS Bundesamt für Statistik (2017a). *Internetnutzung in der Schweiz nach Alter*. Am 14. Juni 2017 online unter:

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/informationsgesellschaft/gesamtindikatoren/haushalte-bevoelkerung/internetnutzung.assetdetail.2322285.html>

BFS Bundesamt für Statistik (2017a). *Printmedien: Lesen nach Sprachregionen*. Am 14. Juni 2017 online unter:

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung/printmedien.assetdetail.929116.html>

Bista TG Bildungsstatistik Thurgau (2015). *Bildungsstatistik*. Am 30. Juni 2017 online unter: <http://www.bista.tg.ch/usi/us-gb.aspx>

BIZ Schaffhausen (2016). *Entstehung der BIZ App – Eine Erfolgsgeschichte*. Am 7. Juni 2017 online unter:

[http://www.biz-sh.ch/fileupload/Entstehung\\_BIZ\\_App.pdf](http://www.biz-sh.ch/fileupload/Entstehung_BIZ_App.pdf)

- Bruckner, S. (2014). *Mediennutzung in der Studienwahl am Beispiel der Heftreihe „Perspektiven: Studienrichtungen und Tätigkeitsfelder“*. Zürich: ZHAW (Masterarbeit).
- Egloff, E. (2009). *Das Kooperationsmodell der Berufswahlvorbereitung*. In: R. Zihlmann (Hrsg.), *Berufswahl in Theorie und Praxis* (S. 101-118). Bern: SDBB.
- Egloff, E. & Jungo, D. (2015). *Berufswahltagbuch* (7. überarbeitete Aufl.). Bern: Schulverlag plus AG.
- Egloff, E. & Jungo, D. (2010). *Berufswahltagbuch. Elternratgeber Berufswahl* (4. überarbeitete Aufl.). Bern: Schulverlag plus AG.
- Egloff, E. & Jungo, D. (2017). *Pyramiden-Modell*. Am 9. Juni 2017 online unter: <http://www.a.berufswahlvorbereitung.ch/page/content/index.asp?MenuID=1717&ID=2574&Menu=11&Item=8.1>
- Egloff, E. & Jungo, D. (2017). *Schulisches Berufswahlkonzept*. Am 7. Juni 2017 online unter: <http://www.a.berufswahlvorbereitung.ch/page/content/index.asp?MenuID=3248&ID=5495&Menu=11&Item=7.9>
- Facebook (2017). *berufsberatung.ch – Das schweizerische Portal für Berufsberatung*. Am 30. Juni 2016 online unter: <https://www.facebook.com/berufsberatung.ch/>
- Facebook (2017). *Berufsberatung Thurgau*. Am 30. Juni 2016 online unter: <https://www.facebook.com/berufsberatung.tg/>
- Facebook (2017). *Yousty*. Am 30. Juni 2016 online unter: <https://www.facebook.com/einfachyousty/>
- Feierabend, S., Plankenhorn, T. & Rathgeb, T. (2016). *JIM-Studie 2016. Jugend, Information, (Multi-) Media*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS). Am 14. Juni 2017 online unter: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2016/>
- Gateway (2017). *Gateway Junior*. Am 14. Juni 2017 online unter: <https://www.gateway-junior.org/cms>

Geschäftsbericht Kanton Thurgau 2016. Am 12. Mai 2017 online unter:

<https://finanzverwaltung.tg.ch/de/kantonsfinanzen/rechnung/rechnung-2015.html/1265>

Holland, J.L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments*. (3. Aufl.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Hermida, M. (2008). *Internetnutzung von 12- bis 16-jährigen Jugendlichen. Grundzüge, Nutzertypen und Sozialisationsrelevanz*. Zürich: Universität Zürich (Lizentiatsarbeit). Am 14. Juni 2017 online unter:

<http://www.martinhermida.ch/wp-content/uploads/Internetnutzung-von-Jugendlichen-Version-online-opt.pdf>

Herzog, W., Neuenschwander, M. & Wannack, E. (2006). *Berufswahlprozess. Wie sich Jugendliche auf ihren Beruf vorbereiten*. Bern: Haupt Verlag.

Herzog, W., Neuenschwander, M. & Wannack, E. (2004). *In engen Bahnen. Berufswahlprozess bei Jugendlichen*. Aarau: SKBF / CSRE.

Jungo, D. (2009). *Jugendliche im Berufswahlprozess. Berufsinteressen und ihre Spannungsfelder*. In: R. Zihlmann (Hrsg.), *Berufswahl in Theorie und Praxis* (S. 79-97).

KBSB Schweizerische Konferenz der Leiterinnen und Leiter der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2016). *Qualitätsmanagement (SCQ)*. Am 26. Juni 2017 online unter: <http://kbsb.ch/dyn/20367.php>

KBSB Schweizerische Konferenz der Leiterinnen und Leiter der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2016). *Statistik der öffentlichen Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung der Schweiz 2016*. Am 26. Juni 2017 online unter: <http://kbsb.ch/dyn/bin/19967-20927-1-statistikbericht-extern-2016.pdf>

Largo, R. & Czernin, M. (2013). *Jugendjahre. Kinder durch die Pubertät begleiten*. München: Piper Verlag GmbH.

NZZ Neue Zürcher Zeitung (2017). *Lehrstellenportale im Visier*. Am 30. Juni 2017 online unter: <https://www.nzz.ch/wirtschaft/wirtschaftspolitik/lehrstellen-portale-im-visier-1.18685713>

Savikas, M.L. (2002). *Career Construction : A Development Theory of Vocational Behavior*. In : D. Brown & Associates (Hrsg.), *Career choice and development* (S. 149-205). San Francisco: Jossey-Bass.

Savickas, M.L. & Hartung, P.J. (2012). *Career Construction Interview*. Am 2. Juni 2017 online unter: <http://www.vocopher.com/csi/cci.pdf>

Savickas, M.L. & Hartung, P.J. (2016). *My Career Story. Ein autobiographisches Arbeitsheft für berufliche und persönliche Weiterentwicklung*. Adaption und Übersetzung ins Deutsche. ZHAW/IAP. Am 2. Juni 2017 online unter: [http://vocopher.com/CSI/German/German\\_My\\_Career\\_Story.pdf](http://vocopher.com/CSI/German/German_My_Career_Story.pdf)

Scholz, Ch. (2014). *Generation Z. Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt*. Weinheim: Wiley-VCH Verlag & Co.

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Berufsberatung*. Am 7. Juni 2017 online unter: <https://berufsberatung.ch/>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Berufsbildfaltblatt*. Am 10. Juni 2017 online unter: <https://shop.sdbb.ch/aus-weiterbildung/berufe-und-ausbildungen-in-22-berufsfeldern.html>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Berufserkundung*. Am 26. Juni 2017 online unter: <https://berufsberatung.ch/Dyn/Show/1893>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Berufswahlmagazin*. Am 10. Juni 2017 online unter: <https://shop.sdbb.ch/erste-berufswahl/berufswahlmagazine.html>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Bildungssystem*. Am 26. Juni 2017 online unter: <https://berufsberatung.ch/dyn/show/2800>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Interessencheck*. Am 26. Juni 2017 online unter: <https://berufsberatung.ch/Dyn/Show/2693>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *myBerufswahl*. Am 7. Juni 2017 online unter: <https://www.berufsberatung.ch/Dyn/Show/61007>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Lehrstellenbewerbung*. Am 26. Juni 2017 online unter: <https://www.berufsberatung.ch/Dyn/Show/3192>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Schnuppern*. Am 26. Juni 2017 online unter: <https://www.berufsberatung.ch/Dyn/Show/2732>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Sixpack-Comic*. Am 18. Juni 2017 online unter: <http://sixpack-comic.ch/prodinfo/index.html>

SDBB Schweizerisches Dienstleistungszentrum Berufsbildung; Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (2017). *Statistik nach dem Relaunch 2016 – Juni-Dezember*. Am 26. Juni 2017 online unter: [http://csfo.ch/dyn/bin/2021-208435-1-bb-ch\\_nutzung\\_jahresstatistik\\_or-ch\\_utilisation\\_statistiques\\_2016\\_d-f-i\\_....pdf](http://csfo.ch/dyn/bin/2021-208435-1-bb-ch_nutzung_jahresstatistik_or-ch_utilisation_statistiques_2016_d-f-i_....pdf)

SRF Schweizer Radio und Fernsehen (2017). *Mini Lehr und ich*. Am 18. Juni 2017 online unter: <http://www.srf.ch/sendungen/mini-lehr-und-ich/sendungsportraet>

SurveyMonkey (2017). *Auswertung*. Am 23. Juni 2017 online unter: [https://de.surveymonkey.net/analyze/Lj\\_2FNadfn9wwOztJx\\_2BSA7qfev\\_2BvxialpJGE4aQ5KT5AYo\\_3D](https://de.surveymonkey.net/analyze/Lj_2FNadfn9wwOztJx_2BSA7qfev_2BvxialpJGE4aQ5KT5AYo_3D)

SurveyMonkey (2017). *Startseite*. Am 18. Juni 2017 online unter: <https://www.surveymonkey.ch/>

SurveyMonkey (2017). *Umfragelink*. Am 18. Juni 2017 online unter: <https://de.surveymonkey.com/r/BerufswahlTG>

Waller, G., Willemse, I., Genner, S., Suter, L. & Süss, D. (2016). *JAMES – Jugend, Aktivität, Medien – Erhebung Schweiz*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Am 14. Juni 2017 online unter:

[https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2016/Ergebnisbericht\\_JAMES\\_2016.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2016/Ergebnisbericht_JAMES_2016.pdf)

Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger S., Huber, A.-L. & Süss, D. (2014). *JAMES – Jugend, Aktivität, Medien – Erhebung Schweiz*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Am 16. Juni 2017 online unter:

[https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2014/Ergebnisbericht\\_JAMES\\_2014.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2014/Ergebnisbericht_JAMES_2014.pdf)

Willemse, I., Waller, G. & Süss, D. (2010). *JAMES – Jugend, Aktivität, Medien – Erhebung Schweiz*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Am 14. Juni 2017 online unter:

[https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2010/Ergebnisbericht\\_JAMES\\_2010\\_de.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2010/Ergebnisbericht_JAMES_2010_de.pdf)

Yousty (2017). *Über uns*. Am 16. Juni 2017 online unter:

[https://www.yousty.ch/de-CH/ueber\\_uns](https://www.yousty.ch/de-CH/ueber_uns)

## Anhang

### Anhang I: Fragebogen

# Berufswahlmedien

## Persönliche Angaben

\* 1 Bitte wähle den Ort deiner Schule aus:

- Altnau
- Amriswil
- Arbon
- Egnach
- Frauenfeld
- Hüttwilen
- Kreuzlingen
- Weiterer

\* 2 Geschlecht

- Männlich
- Weiblich

\* 3 Klassenstufe

- 2. Sekundarklasse
- 3. Sekundarklasse

\* 4 Klassenniveau

- Niveau G
- Niveau E
- Anderes

\* 5 Aktueller Stand der eigenen Berufswahl

- Ich weiss noch nicht, was ich später machen möchte.
- Ich schwanke zwischen einigen konkreten Möglichkeiten und kann mich noch nicht für eine davon entscheiden.
- Ich habe mich entschieden, habe jedoch noch keine definitive Anschlusslösung an die Sekundarschule gefunden.
- Ich habe bereits eine Lehrstelle.
- Ich werde nach der Sekundarschule eine weiterführende Schule besuchen.

\* 6 Migrationshintergrund

- Ja
- Nein

## Berufswahlmedien

### Vorstellung der befragten Berufswahlmedien

Damit du die folgenden Fragen einfacher beantworten kannst und weisst, welche Angebote der Berufswahl jeweils gemeint sind, möchte ich dir hier ein Bild/Screenshot von jedem Berufswahlangebot zeigen. Bitte schau dir diese 4 Angebote nochmals genau an, damit du gleich die Fragen dazu beantworten kannst, danke.

Homepage [www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch)





Ausleihbroschüren vom BIZ (Papierform)



## Berufswahlmedien

Fragen zu den  
Berufswahlmedien

\* 7 Ich **kenne** folgende Angebote der Berufsberatung:

	Ja	Nein
Homepage <a href="http://www.berufsberatung.ch">www.berufsberatung.ch</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Homepage <a href="http://www.lehrfirmen-tg.ch">www.lehrfirmen-tg.ch</a> (LEFI)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BIZ-App	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papierform)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\* 8 Ich **nutze** folgende Angebote der Berufsberatung:

	Ja	Nein
Homepage www.berufsberatung.ch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Homepage www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BIZ-App	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papierform)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\* 9 Ich **kenne/nutze** noch weitere Angebote für die Berufswahl:

- Ja  
 Nein

Falls ja, welche sind das?

\* 10 Ich **nutze** die Angebote für folgende Möglichkeiten: (mehrere Antworten pro Angebot möglich)

	Infos zu Berufen (Bilder, Texte, Filme)	Freie Lehrstellen	Interessen erkunden	Anforderungen von Berufen (Vergleich mit eigenen Fähigkeiten)	Suche nach Lehrbetrieben	Überhaupt nicht
www.berufsberatung.ch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BIZ-App	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papierform)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

\* 11 So **benutzerfreundlich** finde ich die Angebote:

	Sehr	Ziemlich	Eher weniger	Überhaupt nicht	Keine Antwort
www.berufsberatung.ch	<input type="radio"/>				
www.lehrfirmen-tg.ch	<input type="radio"/>				
BIZ-App	<input type="radio"/>				
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papier)	<input type="radio"/>				

Ich wünsche mir folgende Änderungen:

\* 12 Auf folgenden Geräten nutze ich die Angebote am häufigsten:

	Smartphone	Pad	Laptop	PC	Überhaupt nicht
www.berufsberatung.ch	<input type="radio"/>				
www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	<input type="radio"/>				
BIZ-App	<input type="radio"/>				

Ich nutze die Angebote auf weiteren Geräten:

\* 13 Wie sehr helfen mir diese Angebote beim Beantworten meiner Fragen rund um meine Berufswahl?

	Sehr	Ziemlich	Eher weniger	Überhaupt nicht	Keine Antwort
www.berufsberatung.ch	<input type="radio"/>				
www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	<input type="radio"/>				
BIZ-App	<input type="radio"/>				
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papier)	<input type="radio"/>				

\* 14 Ich habe diese Angebote durch folgende Informationsquellen kennengelernt: (mehrere Antworten pro Angebot möglich)

	Lehrperson	Eltern/Familie	Berufsberatung	Freunde	Facebook	Berufsmesse	Weiteres	Keine Antwort
www.berufsberatung.ch	<input type="checkbox"/>							
www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	<input type="checkbox"/>							
BIZ-App	<input type="checkbox"/>							
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papier)	<input type="checkbox"/>							

Falls ich gerade "weiteres" angeklickt habe, kann ich hier auflisten, durch wen oder was ich diese Angebote kennengelernt habe:

## **Anhang II: Einverständniserklärung**

Seite 1/2

Absender und Empfänger

Kreuzlingen, April 2017

### **Umfrage zur Mediennutzung in der 1. Berufswahl**

Sehr geehrte Eltern

Ich arbeite als Berufs- und Laufbahnberaterin im BIZ Kreuzlingen. Für den Abschluss meiner Ausbildung zur Dipl. Berufs-, Studien- und Laufbahnberaterin an der ZHAW schreibe ich aktuell meine Masterarbeit mit dem Titel «Mediennutzung in der 1. Berufswahl durch Schülerinnen und Schüler der 8. und 9. Klasse im Kanton Thurgau». Diese entsteht in Zusammenarbeit mit dem Amt für Berufsbildung und Berufsberatung im Kanton Thurgau. Im Rahmen dieser Arbeit möchte ich Ihr Kind gerne befragen.

Dadurch möchten wir erfahren, welche Berufswahlmedien den Jugendlichen im Kanton Thurgau bekannt sind, welche am häufigsten genutzt werden und wofür. Ein Ziel der Arbeit ist es, den aktuellen Stand der Bekanntheit zu erfragen, um dadurch je nach Notwendigkeit die gezielte Nutzung einzelner Medien (besser) fördern zu können.

#### Zielpublikum:

- Schülerinnen und Schüler der 8. und 9. Klassen von ca. 15 Schulklassen aus dem ganzen Kanton Thurgau.

#### Vertraulichkeit:

- Es wird weder der Name Ihres Kindes noch der seiner Lehrperson erfragt (einzig der Schulort). Die Antworten können somit keinem einzelnen Kind zugeordnet werden. Die Umfrage erfolgt online und dauert ca. 10 Minuten.
- Alle Daten aus der Befragung werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Sie werden ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke verwendet und nicht an Dritte weitergegeben.

Ich freue mich sehr, wenn Sie Ihrem Kind die Teilnahme ermöglichen. Hierfür möchte ich Sie bitten, die beigefügte Einverständniserklärung auszufüllen und Ihrem Kind mitzugeben, herzlichen Dank für die Zusammenarbeit!

Ihre Fragen beantworte ich Ihnen gerne telefonisch oder per Mail.

Mit freundlichen Grüßen  
Stephanie Stark

Seite 2/2

### **Einverständniserklärung**

Mein Sohn/meine Tochter darf an der Umfrage zur Mediennutzung in der 1. Berufswahl teilnehmen:

Ja

Nein

Name und Vorname des Kindes:

\_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

Name und Vorname der Erziehungsberechtigten:

\_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

### **Anhang III: Statistiken Kanton Thurgau**

Statistik I: 2012 – 2016, Ausleihzahlen im Kanton Thurgau (alle drei Regionalstellen zusammen)

#### Berufsbildfaltblatt

Jahr	Anzahl Ausleihen / Anzahl Benutzer
2012	0 / 0
2013 (erst teilweise erfasst)	542 / 279
2014	1734 / 792
2015	2272 / 850
2016	2195 / 790
Total	1939 / 1189

#### Berufswahlmagazin

Jahr	Anzahl Ausleihen / Anzahl Benutzer
2012 (erst teilweise erfasst)	23 / 23
2013	194 / 171
2014	314 / 266
2015	575 / 383
2016	564 / 339
Total	1670 / 1182

Statistik II: Datenkatalog Statistikjahr 2016, bzw. 2015/2016.

KBSB/CDOPU

**Statistik der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung**

**DATENKATALOG Statistikjahr 2016 bzw. 2015/2016**

In der Wegleitung sind weitere Details (Definitionen, Abgrenzungen) präzisiert.

Bitte alle markierten Felder ausfüllen!

Kanton:	Thurgau
Sachbearbeiterin / Sachbearbeiter:	Karin Domanig
Telefon / E-Mail-Adresse:	058 345 59 49 karin.domanig@tg.ch

B4	Alter (bei Beratungsbeginn)	männl.	weibl.	total
B4.1	< 16 Jahre	796	940	1736
B4.2	16-17 Jahre	211	202	413
B4.3	18-19 Jahre	114	201	315
B4.4	20-24 Jahre	179	228	407
B4.5	25-29 Jahre	82	86	168
B4.6	30-39 Jahre	91	100	191
B4.7	40-49 Jahre	66	93	159
B4.8	50 und mehr Jahre	35	40	75
<b>Total B4.1 - B4.8</b>		<b>1574</b>	<b>1890</b>	<b>3464</b>

B5	Nationalität	männl.	weibl.	total
B5.1	Schweizer/in	1190	1494	2684
B5.2	Ausländer/in	384	396	780
<b>Total B5.1 - B5.2</b>		<b>1574</b>	<b>1890</b>	<b>3464</b>

## Anhang IV: Auswertung Umfrage gesamt

### Frage 1: Bitte wähle den Ort deiner Schule aus:

Antwortoptionen	Beantwortungen	
Altnau	12,87%	35
Amriswil	13,24%	36
Arbon	26,84%	73
Egnach	11,76%	32
Frauenfeld	9,93%	27
Hüttwilen	10,66%	29
Kreuzlingen	12,50%	34
Weiterer	2,21%	6
<b>Gesamt</b>		<b>272</b>

### Frage 2: Geschlecht

Antwortoptionen	Beantwortungen	
Männlich	47,43%	129
Weiblich	52,57%	143
<b>Gesamt</b>		<b>272</b>

### Frage 3: Klassenstufe

Antwortoptionen	Beantwortungen	
2. Sekundarklasse	57,35%	156
3. Sekundarklasse	42,65%	116
<b>Gesamt</b>		<b>272</b>

#### Frage 4: Klassenniveau

Antwortoptionen	Beantwortungen	
Niveau G	34,56%	94
Niveau E	64,71%	176
Anderes	0,74%	2
<b>Gesamt</b>		<b>272</b>

#### Frage 5: Aktueller Stand der eigenen Berufswahl

Antwortoptionen	Beantwortungen	
Ich weiss noch nicht, was ich später machen möchte.	8,82%	24
Ich schwanke zwischen einigen konkreten Möglichkeiten und kann mich noch nicht für eine davon entscheiden.	20,59%	56
Ich habe mich entschieden, habe jedoch noch keine definitive Anschlusslösung an die Sekundarschule gefunden.	18,75%	51
Ich habe bereits eine Lehrstelle.	35,29%	96
Ich werde nach der Sekundarschule eine weiterführende Schule besuchen.	16,54%	45
<b>Gesamt</b>		<b>272</b>

#### Frage 6: Migrationshintergrund

Antwortoptionen	Beantwortungen	
Ja	31,62%	86
Nein	68,38%	186
<b>Gesamt</b>		<b>272</b>

**Frage 7: Ich kenne folgende Angebote der Berufsberatung:**

	Ja	Nein	Gesamt
Homepage www.berufsberatung.ch	90,87% 229	9,13% 23	252
Homepage www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	57,54% 145	42,46% 107	252
BIZ-App	39,68% 100	60,32% 152	252
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papierform)	61,51% 155	38,49% 97	252

**Frage 8: Ich nutze folgende Angebote der Berufsberatung:**

	Ja	Nein	Gesamt
Homepage www.berufsberatung.ch	72,22% 182	27,78% 70	252
Homepage www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	46,43% 117	53,57% 135	252
BIZ-App	8,33% 21	91,67% 231	252
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papierform)	23,81% 60	76,19% 192	252

**Frage 9: Ich kenne/nutze noch weitere Angebote für die Berufswahl:**

Antwortoptionen	Beantwortungen	
Ja	19,84%	50
Nein	80,16%	202
<b>Gesamt</b>		<b>252</b>

**Frage 10: Ich nutze die Angebote für folgende Möglichkeiten: (mehrere Antworten pro Angebot möglich)**

	Infos zu Berufen (Bilder, Texte, Filme)	Freie Lehrstellen	Interessen erkunden	Anforderungen von Berufen (Vergleich mit eigenen Fähigkeiten)	Suche nach Lehrbetrieben	Überhaupt nicht	Befragte gesamt
www.berufsberatung.ch	64,68% 163	33,73% 85	43,65% 110	43,65% 110	26,19% 66	18,25% 46	252
www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	12,70% 32	42,86% 108	12,70% 32	6,75% 17	29,76% 75	48,02% 121	252
BIZ-App	6,75% 17	5,95% 15	5,56% 14	3,17% 8	2,78% 7	87,30% 220	252
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papierform)	24,21% 61	4,37% 11	19,44% 49	13,49% 34	3,97% 10	65,87% 166	252

**Frage 11: So benutzerfreundlich finde ich die Angebote:**

	Sehr	Ziemlich	Eher weniger	Überhaupt nicht	Gesamt	Gewichteter Mittelwert
www.berufsberatung.ch	54,59% 119	38,07% 83	5,50% 12	1,83% 4	218	3,45
www.lehrfirmen-tg.ch	47,10% 73	38,06% 59	10,97% 17	3,87% 6	155	3,28
BIZ-App	25,33% 19	36,00% 27	22,67% 17	16,00% 12	75	2,71
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papier)	33,07% 42	46,46% 59	12,60% 16	7,87% 10	127	3,05

**Frage 12: Auf folgenden Geräten nutze ich die Angebote am häufigsten:**

	Smartphone	Pad	Laptop	PC	Gesamt
www.berufsberatung.ch	19,91% 42	1,42% 3	42,18% 89	36,49% 77	211
www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	14,29% 20	3,57% 5	42,86% 60	39,29% 55	140
BIZ-App	60,87% 28	8,70% 4	13,04% 6	17,39% 8	46

**Frage 13: Wie sehr helfen mir diese Angebote beim Beantworten meiner Fragen rund um meine Berufswahl?**

	Sehr	Ziemlich	Eher weniger	Überhaupt nicht	Gesamt	Gewichteter Mittelwert
www.berufsberatung.ch	37,32% 78	53,59% 112	7,66% 16	1,44% 3	209	3,27
www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	42,75% 59	41,30% 57	13,77% 19	2,17% 3	138	3,25
BIZ-App	16,98% 9	39,62% 21	28,30% 15	15,09% 8	53	2,58
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papier)	24,78% 28	47,79% 54	19,47% 22	7,96% 9	113	2,89

**Frage 14: Ich habe diese Angebote durch folgende Informationsquellen kennengelernt: (mehrere Antworten pro Angebot möglich)**

	Lehrperson	Eltern/Familie	Berufsberatung	Freunde	Facebook	Berufsmesse	Weiteres	Keine Antwort	Befragte gesamt
www.berufsberatung.ch	80,56% 203	17,46% 44	21,83% 55	5,95% 15	0,79% 2	16,67% 42	2,38% 6	10,32% 26	252
www.lehrfirmen-tg.ch (LEFI)	47,22% 119	9,92% 25	14,68% 37	4,37% 11	0,40% 1	5,56% 14	1,59% 4	36,11% 91	252
BIZ-App	18,65% 47	3,17% 8	15,48% 39	0,79% 2	0,40% 1	3,97% 10	5,95% 15	58,33% 147	252
Ausleihbroschüren vom BIZ (Papier)	26,59% 67	9,52% 24	35,32% 89	1,59% 4	0,40% 1	7,14% 18	5,16% 13	36,90% 93	252

## Anhang V: Daten WordCloud bzgl. Bekanntheit weitere Berufswahlmedien

Diese weiterführenden Angebote der Berufswahl haben 49 der befragten 252 Schülerinnen in das Textfeld eingegeben. Die Daten wurden in einer WordCloud in Kapitel 5.2.3. festgehalten.

<b>Name des Angebotes</b>	<b>Anzahl Erwähnungen</b>
Yousty	16x
Berufsberatung / BIZ	4x
Berufswahltagbuch	4x
LENA (Lehrstellennachweis)	4x
Keine	4x
Verwandte u. bekannte Personen	4x
Webseiten (allgemein)	3x
Berufskunde	2x
Berufswahlkatalog	2x
Berufsbilder	1x
Google	1x
Verschiedene Lehrstellenverzeichnisse	1x
www.new-talents.ch	1x
Zeitung	1x

## Anhang VI: Daten WordCloud bzgl. Änderungsvorschläge

Diese Änderungsvorschläge für die Berufswahlmedien haben 20 der befragten 252 Schülerinnen im Textfeld notiert. Die Daten wurden in einer WordCloud in Kapitel 5.2.4. festgehalten.

<b>Änderungswunsch</b>	<b>Anzahl Erwähnungen</b>
Keine	9x
Keine Fehler bei offenen Lehrstellen	4x
Mehr Übersicht allgemein	3x
Alles	1x
Besserer Überblick über Berufe	1x
Funktionalität vom Lehrfirmenverzeichnis in allen Browsern	1x
Verständlichkeit (sprachlich einfacher gestalten)	1x

## Anhang VII: Daten WordCloud bzgl. Informationsquellen

Diese weiteren Informationsquellen für die Berufswahlmedien haben 10 der befragten 252 Schülerinnen im Textfeld notiert. Die Daten wurden in einer WordCloud in Kapitel 5.2.7. festgehalten.

<b>Informationsquelle</b>	<b>Anzahl Erwähnungen</b>
BIZ	2
BIZ-Besuch mit der Klasse	2
Nirgends (nicht kennengelernt)	2
Berufswahlparcours	1
Familie	1
Selber darauf gekommen	1
Yousty	1

### **Anhang VIII: Migrationshintergrund in den einzelnen Schulhäusern**

<b>Schulhaus</b>	<b>Prozentteil</b>
Altnau	17% (6 von 35)
Amriswil	56% (30 von 36)
Arbon	33% (24 von 73)
Egnach	16% (5 von 32)
Frauenfeld	26% (7 von 27)
Hüttwilen	10% (3 von 29)
Kreuzlingen	50% (17 von 34)
Weitere	67% (4 von 6)

## Anhang IX: Stand Berufswahl aufgeteilt in 2 Gruppen: 2. und 3. Sekundarklasse

### Stand Berufswahl 2. Sekundarklasse

Antwortoptionen	Beantwortungen	
Ich weiss noch nicht, was ich später machen möchte.	13,46%	21
Ich schwanke zwischen einigen konkreten Möglichkeiten und kann mich noch nicht für eine davon entscheiden.	34,62%	54
Ich habe mich entschieden, habe jedoch noch keine definitive Anschlusslösung an die Sekundarschule gefunden.	30,13%	47
Ich habe bereits eine Lehrstelle.	1,92%	3
Ich werde nach der Sekundarschule eine weiterführende Schule besuchen.	19,87%	31
<b>Gesamt</b>		<b>156</b>

### Stand Berufswahl 3. Sekundarklasse

Antwortoptionen	Beantwortungen	
Ich weiss noch nicht, was ich später machen möchte.	2,59%	3
Ich schwanke zwischen einigen konkreten Möglichkeiten und kann mich noch nicht für eine davon entscheiden.	1,72%	2
Ich habe mich entschieden, habe jedoch noch keine definitive Anschlusslösung an die Sekundarschule gefunden.	3,45%	4
Ich habe bereits eine Lehrstelle.	80,17%	93
Ich werde nach der Sekundarschule eine weiterführende Schule besuchen.	12,07%	14
<b>Gesamt</b>		<b>116</b>

## Anhang X: Nutzungsmöglichkeiten der Berufswahlmedien

In der folgenden Tabelle wird eine Zusammenstellung von allfälligen Nutzungsmöglichkeiten aufgezeigt.

<b>Medium</b>	Infos zu Berufen (Bilder, Texte, Filme)	Freie Lehrstellen	Interessen erkunden	Anforderungen von Berufen (Vergleich eigene Fähigkeiten)	Suche nach Lehrbetrieben
Homepage berufsberatung.ch	X	X	X	X	(X)
Lehrfirmenverzeichnis lehrfirmen-tg.ch	-	X	-	-	X
BIZ-App	X	X	X	X	(X)
Ausleihbroschüren vom BIZ	X	-	X	X	-

## Selbständigkeits- und Herausgabeerklärung

### MAS Arbeit:

„Mediennutzung in der 1. Berufswahl durch Schülerinnen und Schüler der 8. und 9. Klasse im Kanton Thurgau.“

### im Studiengang:

Master of Advanced Studies ZFH in Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung

### Erklärung der MAS-Studierenden:

Stephanie Stark, Speicherstrasse 46, 9000 St. Gallen

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Alle wörtlichen oder sinngemäss verwendeten Gedanken, Aussagen und Argumente sind unter Angabe der Quellen (einschliesslich elektronischer Medien) kenntlich gemacht. Die vorliegende Arbeit oder Auszüge daraus wurden in keiner anderen Prüfung vorgelegt.

St Gallen, 8. Juli 2017  
(Ort, Datum)

  
(Unterschrift der Verfasserin)

Die MAS Arbeiten sind grundsätzlich öffentlich zugänglich. In begründeten Fällen können Einschränkungen der Herausgabe festgelegt werden. In einzelnen Fällen werden die MAS Arbeiten elektronisch auf der ZHAW Internetseite veröffentlicht. Diese elektronische Veröffentlichung beinhaltet jedoch keinen rechtlichen Anspruch auf eine Publikation.

Herausgabeerklärung Betreuungsperson

Die vorliegende MAS-Arbeit darf

- Uneingeschränkt herausgegeben werden
- Nur unter Aufsicht der Betreuungsperson oder Studienbegleitung eingesehen und nicht vervielfältigt werden
- Nicht herausgegeben werden

\_\_\_\_\_  
(Ort, Datum)

\_\_\_\_\_  
(Unterschrift der Betreuungsperson)