

# **Evaluation der vom Bund geförderten Berufsschauen**

**Bericht über die Organisation, Finanzierung und  
absehbaren Wirkungen im Zeitraum 2008–2013**

Im Auftrag des  
Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI)

Zürich, 27. August 2014

**Projektleitung und Bericht:**

Charles Landert

**Mitarbeit:**

Martina Brägger  
Christine Panchaud  
Daniela Eberli

**Kontaktadresse:**

**Landert Brägger Partner**  
Sozialforschung Evaluation Konzepte  
Stampfenbachstrasse 42  
8006 Zürich  
landert@lfp.ch / +41 44 265 39 90

## Das Wichtigste in Kürze

*Anbieter von Ausbildungen der beruflichen Grundbildung wenden sich seit längerer Zeit an Jugendliche in der Phase der Berufswahl, ihre Eltern sowie Lehrpersonen und stellen ihnen in überregionalen Berufsschauen Möglichkeiten der beruflichen Grundbildung vor. Seit Inkraftsetzung des neuen Berufsbildungsgesetzes (2004) verfügt der Bund über eine Grundlage, um entsprechende Projekte finanziell zu unterstützen.*

*Eine Trägerschaft soll Fördermittel erhalten, wenn ihre Berufsschau bestimmte Kriterien erfüllt. So sollen die Berufsbildung und insbesondere eidgenössisch anerkannte Ausbildungen im Vordergrund der Ausstellung stehen, eine Grossregion und ihr Ausbildungsangebot abgedeckt werden und die Jugendlichen bis Alter 20 gratis Zutritt zur Berufsschau erhalten. Die EBBK stimmte dem Vorschlag zu, verlangte aber gleichzeitig eine Evaluation der in der Periode von 2008–2013 durchgeführten Berufsschauen.*

*Das SBFJ fördert aktuell 17 Berufsschauen, darunter zehn in der Deutschschweiz, je drei in der französischen Schweiz (VD, GE und JU) bzw. in mehrsprachigen Kantonen (VS, FR und GR) und eine im Tessin. Sie werden fallweise jährlich, zweijährlich oder alle drei Jahre realisiert. In der Beobachtungsperiode 2008–2013 wurden insgesamt 58 Berufsschauen mit total CHF 12.2 Mio. finanziell unterstützt. Dieser Betrag entspricht durchschnittlich 26% des jeweiligen Nettoaufwands einer Berufsschau. Der Beitrag wird von den Veranstaltern sehr geschätzt und mittlerweile fest im Budget eingeplant. Er erlaubt zumeist eine Senkung der Standmieten und erleichtert finanzschwächeren Verbänden eine Beteiligung an der Veranstaltung.*

*Im Fokus der Datensammlung (Interviews mit SchülerInnen, Eltern, Lehrpersonen und Ausstellern) standen jene zehn Berufsschauen, die im Zeitraum vom August 2013 bis März 2014 durchgeführt wurden. In 17 Portraits werden alle vom Bund geförderten Berufsschauen vorgestellt (s. Anhang).*

*Insgesamt erhalten die Berufsschauen von allen Befragten gute bis sehr gute Beurteilungen. Die Veranstaltungen sind mittlerweile ein wichtiges Element des Berufsinformationsunterrichts auf der Sekundarstufe I. Das zumeist von Gewerbeverbänden in Kooperation mit dem jeweiligen Berufsbildungsamt getragene Angebot (Ausstellung, Unterstützung für Schulen) wird von den Schulen als wichtiger Beitrag für einen gelingenden Berufswahlprozess erkannt und gewürdigt. Wo der Besuch für die Jugendlichen (insbesondere der 8. Klassen bzw. 10. Klassen HarmoS) nicht obligatorisch (erklärt) ist, sorgen Empfehlungen der Bildungsdirektionen dafür, dass heute praktisch alle OberstufenschülerInnen mindestens einmal eine Berufsschau besuchen.*

*Die befragten SchülerInnen haben vom Besuch der Berufsschau (sehr) profitiert – am meisten jene, die in der Schule adäquat auf den Besuch vorbereitet wurden und zudem ein Gespräch oder mehrere Gespräche mit BerufsbildnerInnen oder Berufslernenden geführt haben. Der Nutzen einer Berufsschau wächst denn auch mit der Vor- und Nachbereitung durch die Lehrpersonen, dem Einsatz geeigneter Hilfsmittel (z.B. Aufgabenbögen für die jugendlichen BesucherInnen), der individuellen Begleitung insbesondere von leistungsschwächeren SchülerInnen und dank nochmaligem Besuch mit den Eltern. Die sorgfältige Vorbereitung und Begleitung des Ausstellungsbesuchs ist nicht zuletzt deshalb bedeutsam, weil der Besuch mit der Klasse in der Regel auf zwei bis drei Stunden begrenzt ist.*

*Als Begleitung der Klassen kommen auch die Klassenlehrpersonen periodisch (mindestens alle zwei bis drei Jahre) in Kontakt mit den Berufsschauen. In der Regel bereiten sie ihre Klassen auf den Besuch der*

*Berufsschau vor. Eltern beziehen sie unterschiedlich stark ein. Der Anteil derjenigen, die die Eltern explizit einladen, ihr Kind bei dessen Zweitbesuch der Berufsschau zu begleiten, ist relativ klein. Dabei geben sich die meisten Veranstalter Mühe, die Öffnungszeiten für Elternbesuche einladend zu gestalten. Tendenziell zeigen sich Lehrpersonen von Sekundarklassen mit grundlegenden Anforderungen interessierter und engagierter als Lehrpersonen von Klassen mit erweiterten Anforderungen. Dies ist bedauerlich, zeigen doch Befragungen, dass bei einem Teil (15–20%) der eher einer gymnasialen Ausbildung zugeneigten SchülerInnen an der Berufsschau sehr wohl Interesse für eine (duale) berufliche Grundbildung geweckt werden kann.*

*Vor allem die einzelnen Aussteller tragen dazu bei, dass sich bei den SchülerInnen realistische Bilder von den oft über 200 vorgestellten beruflichen Grundbildungen festsetzen können. Das Engagement der Branchen- und Berufsverbände und weiterer an der Nahtstelle I tätiger Akteure (z.B. Berufs- und Laufbahnberatung, Brückenangebote, Case Management) ist beeindruckend. Dabei haben nicht alle Berufe gleich gute Möglichkeiten, sich im Rahmen der Berufsschau zu präsentieren. Einschränkungen durch Hygienevorschriften, Lärmschutz oder Arbeitssicherheitsvorschriften erfordern von den Ausstellern kreative Lösungen. Das gezielte Zugehen auf jugendliche BesucherInnen hilft diesen, Hemmungen zu überwinden. Viele Aussteller und Berufslernende an den Ständen zeigen sich sehr erfindungsreich. Demgegenüber konnten an Ständen aber auch BetreuerInnen beobachtet werden, denen ihre Passivität im Wege stand, Jugendliche in ein Gespräch einzubeziehen. Einzelne Aussteller stellen die von ihnen angebotenen Berufslehren EFZ und EBA noch zu wenig klar und einladend dar. Giveaways, Wettbewerbe oder Spielereien erweisen sich bisweilen als wenig zweckmässig und zielgerecht. Sie tragen zum Risiko bei, dass einige SchülerInnen den kleinen Aufmerksamkeiten der Aussteller nachrennen und in der Folge Information und Gespräche an Bedeutung verlieren.*

*Die Trägerschaften sind mit gutem Erfolg bemüht, möglichst viele der in ihrem Einzugsgebiet angebotenen Berufsausbildungen zu repräsentieren. Zusammen mit den Ausstellern streben sie auch danach, die Qualität und Reichweite der Berufsschauen weiter zu erhöhen. Dies geschieht sowohl durch Anreize, Workshops mit Ausstellern oder extern vergebene Evaluationen als auch durch interne Verfahren der Qualitätssicherung (Selbstevaluation, eigene Befragungen), wobei eine stärkere Fokussierung auf den erfahrenen Nutzen anstelle von Zufriedenheitsmessungen lohnend sein könnte.*

*Die Evaluatoren sehen die jährliche Durchführung von Berufsschauen als optimal an, weil diese so zeitgerecht in den Berufswahlunterricht eingebettet werden können. Die Belastung für kleinere Branchenverbände wird nicht übersehen oder unterschätzt. Indessen sind aber auch pragmatische Lösungen denkbar (alternierende Teilnahme im Zweijahresrhythmus von Branchen mit wenigen Ausbildungsplätzen, Preisnachlässe, Zusammenschluss mehrerer kleiner Berufsgruppen an einem Stand u.a.).*

*Die gültige Formel zur Errechnung der Förderbeiträge (Produkt von Ausstellungsfläche in  $m^2$  x Öffnungszeit in Std.) sollte aus Sicht der Evaluatoren nochmals in Bezug auf Funktionalität und Gleichbehandlung der Berufsschauen geprüft werden. In der Projektlogik und aufgrund regionaler und historischer Eigenheiten kann zwar jede Berufsschau als Einzelprojekt betrachtet werden. Inhaltliche Ähnlichkeit und kongruente Zielsetzung legen aber eine stärkere Gewichtung von Inputfaktoren nahe. Eine allenfalls modifizierte Berechnungsformel könnte z.B. einen festen Beitrag für Projektleitung und Organisation vorsehen, müsste aber die Grösse des fokussierten Zielpublikums (SchülerInnen der Sekundarstufe I, Eltern sowie Lehrpersonen) stärker als Variable gewichten.*

## Verzeichnis der Abkürzungen

BAM	Berner Ausbildungsmesse (ohne Fördergelder des Bundes)
BBG	Berufsbildungsgesetz
BBV	Berufsbildungsverordnung
BFS	Bundesamt für Statistik
BIM	Berufs-Informationsmesse AareLand
BIZ	Berufsinformationszentrum
EBA	Eidgenössisches Berufsattest
EBBK	Eidgenössische Berufsbildungskommission
EFZ	Eidgenössisches Fähigkeitszeugnis
FH	Fachhochschulen
HF	Höhere Fachschulen
HarmoS	Interkantonale Vereinbarung zur Harmonisierung der obligatorischen Schule
INSOS	Soziale Institutionen für Menschen mit Behinderung
OBA	Ostschweizer Bildungsausstellung
OdA	Organisation der Arbeitswelt
PH	Pädagogische Hochschulen
PrA	Praktische Ausbildung nach INSOS (s. oben)
SBFI	Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation
ÜK	Überbetriebliche Kurse der beruflichen Grundbildung
ZEBI	Zentralschweizer Bildungsmesse

## Inhalt

<b>Das Wichtigste in Kürze .....</b>	<b>3</b>
<b>1 Gegenstand und Fragestellungen .....</b>	<b>10</b>
<b>2 Durchführung der Evaluation .....</b>	<b>13</b>
<b>3 Ergebnisse .....</b>	<b>14</b>
3.1 Übersicht über die 2008–2013 vom Bund geförderten Berufsschauen .....	14
3.1.1 Eckdaten .....	14
3.1.2 Profil der Berufsschauen .....	14
3.1.3 Rahmenbedingungen.....	15
3.1.3.1 Öffnungszeiten und Ausstellerfläche.....	15
3.1.3.2 Eintrittspreise, Anreisekosten für Schulklassen.....	16
3.1.3.3 Werbung .....	17
3.2 Angaben zu Einzugsgebieten, Besucherzahlen und -struktur.....	17
3.3 Aufwand und Finanzierung der Berufsschauen .....	20
3.3.1 Aufwand.....	20
3.3.2 Finanzierung .....	21
3.4 Bedeutung der Bundesmittel für Trägerschaften und Berufsschauen .....	22
3.4.1 Gesetzlicher Rahmen .....	22
3.4.2 Berechnungsformel des SBFI .....	23
3.4.3 Ausmass der Fördermittel 2008–2013 .....	23
3.4.4 Bedeutung der Fördermittel für die Berufsschauen .....	24
3.5 Aussteller und ihre Angebote .....	24
3.6 Aktivitäten der Trägerschaften, Rahmenprogramme.....	27
3.6.1 Zusätzliche Leistungen.....	27
3.6.2 Veranstaltungen, interaktive Angebote .....	28
3.7 Berufsschauen aus unterschiedlicher Perspektive .....	28
3.7.1 Projektsteuerung und Projektleitung .....	29
3.7.2 Kantone (Berufsbildungsämter, Berufs- und Laufbahnberatung) .....	30
3.7.3 Berufsverbände und Lehrbetriebe (Aussteller) .....	31
3.7.3.1 Motivation und Stellenwert des Messeauftritts.....	31
3.7.3.2 Strategie und Standkonzeption .....	32
3.7.3.3 Anzahl und Qualität der Besucherkontakte.....	33

3.7.3.4	Kosten-Nutzen-Verhältnis .....	34
3.7.3.5	Organisation und Infrastruktur.....	35
3.7.3.6	Diskussion .....	35
3.7.4	Lehrerinnen und Lehrer.....	36
3.7.4.1	Aufbau des Berufswahlunterrichts und Integration der Berufsschau..	36
3.7.4.2	Vor- und Nachbereitung des Besuchs der Berufsschau.....	36
3.7.4.3	Direkter Kontakt zwischen SchülerInnen und Ausstellern .....	37
3.7.4.4	Vorteile der Berufsschauen und resultierender Nutzen .....	38
3.7.4.5	Angebot und Qualität der Berufsschauen .....	38
3.7.4.5	Diskussion .....	39
3.7.5	Schülerinnen und Schüler.....	39
3.7.5.1	Besuch der Berufsschau.....	39
3.7.5.2	Vor- und Nachbereitung des Messebesuchs .....	40
3.7.5.3	Direkter Kontakt zwischen SchülerInnen und Ausstellern .....	41
3.7.5.4	Nutzen der Berufsschau für den Berufswahlprozess.....	42
3.7.5.5	Angebot und Qualität .....	43
3.7.5.6	Diskussion .....	43
3.7.6	Eltern .....	43
3.7.6.1	Vorbereitung und Absicht des Messebesuches.....	43
3.7.6.2	Angebot und Qualität der Stände.....	44
3.7.6.3	Direkter Kontakt mit den Ausstellern.....	44
3.8	Beobachtungen (Augenschein vor Ort) .....	45
<b>4.</b>	<b>Beantwortung der Evaluationsfragen und Diskussion .....</b>	<b>48</b>
4.1	Input .....	48
4.2	Aktivitäten.....	50
4.3	Output.....	52
4.4	Outcome .....	55
4.5	Effizienz.....	57
<b>5.</b>	<b>Folgerungen und zielgruppenspezifische Empfehlungen .....</b>	<b>59</b>
<b>6.</b>	<b>Benutzte Dokumente.....</b>	<b>66</b>
<b>Anhang</b>	<b>.....</b>	<b>67</b>

A1	Internetportale der von Bund geförderten Berufsschauen.....	67
A2	Portraits der Berufsschauen .....	68
A2.1	OBA Ostschweizer Bildungsausstellung, St. Gallen .....	68
A2.2	Aargauische Berufsschau, Lenzburg .....	70
A2.3	Schaffhauser Berufsmesse.....	72
A2.4	Berufsmesse Thurgau .....	74
A2.5	Salon des métiers et de la formation, Lausanne .....	76
A2.6	Berufsschau Basel-Landschaft, Liestal .....	79
A2.7	Zentralschweizer Bildungsmesse ZEBI .....	81
A2.8	Berufsmesse Zürich, Zürich.....	84
A2.9	Salon des Métiers et Formations «Your challenge», Martigny .....	86
A2.10	ESPOprofessioni, Lugano .....	89
A2.11	Salon interjurassien de la formation Moutier (Jura et Jura bernois) .....	91
A2.12	Berufs-Informationsmesse (BIM) Aareland, Olten .....	94
A2.13	Capa'cité des métiers, Neuchâtel/La Chaux-de-Fonds.....	97
A2.14	Basler Berufs- und Weiterbildungsmesse, Basel .....	100
A2.15	FIUTSCHER, Chur.....	103
A2.16	Cité des métiers, l'expo, Genève .....	105
A2.17	START Forum der Berufe / Forum des métiers, Fribourg .....	108
A3	Ausgewählte Ergebnisse der Befragungen durch die Messeleitungen .....	111
A3.1	Ausstellerbefragung Berufsmesse Thurgau.....	111
A3.2	ZEBI-Ausstellerbefragung .....	111
A3.3	OBA-Lehrerbefragung.....	112
A3.4	Lehrerbefragung Berufsmesse Thurgau .....	112
A3.5	ZEBI-Lehrerbefragung.....	114



## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht über die genutzten Datenquellen (qualitative Interviews).....	13
Tabelle 2: In der Periode 2008–2013 realisierte, vom Bund geförderte Berufsschauen .....	14
Tabelle 3: Angaben zu den zuletzt durchgeführten 17 Berufsschauen .....	15
Tabelle 4: Besucherzahlen am Beispiel der 17 zuletzt durchgeführten Berufsschauen.....	18
Tabelle 5: Approximative Darstellung der Besucherprofile .....	19
Tabelle 6: Angemeldete SchülerInnen und Lehrpersonen nach Kanton (Berufsmesse Zürich 2013) .....	19
Tabelle 7: Eckwerte zum Aufwand der Berufsschauen 2008–2013.....	20
Tabelle 8: An Berufsschauen ausbezahlte Fördermittel des SBF; 2008–2013.....	23
Tabelle 9: Beschreibung der Aufträge an die SchülerInnen für den Messebesuch .....	37

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Finanzierung der Berufsschauen; Aufteilung auf Beteiligte (Mittelwerte 2008–2013) .....	21
Abbildung 2: Stand Berufswahl im Zeitpunkt des Besuchs der Berufsschau (N = 630) .....	39
Abbildung 3: Vorbereitung des Messebesuchs.....	40
Abbildung 4: Art und Weise der Vorbereitung auf den Messebesuch (N = 693) .....	41
Abbildung 5: Vorbereitung, persönlicher Kontakt und Nutzen des Messebesuchs .....	42
Abbildung 6: Inwiefern hat sich die Präsenz an der Berufsmesse gelohnt (N = 40) .....	111
Abbildung 7: Wunsch an die Lehrpersonen (N = 40) .....	112
Abbildung 8: Stellenwert Berufsschau .....	113
Abbildung 9: Nutzung Vorbereitungsmaterial.....	113
Abbildung 10: Aufträge an die SchülerInnen für den Messebesuch (N = 46).....	114
Abbildung 11: Nachbereitung des Messebesuchs ( N = 52) .....	114

## 1 Gegenstand und Fragestellungen

Seit Jahren engagieren sich Wirtschaft und öffentliche Hand in unterschiedlich grossen lokalen, regionalen oder zentralen Anlässen dafür, die Berufe vorzustellen, in denen sie Ausbildungsplätze anbieten: **Berufsschauen** zeigen den Jugendlichen in der Berufsorientierungsphase die vielseitigen Möglichkeiten der beruflichen Grundbildung auf, informieren über die verschiedenen Ausbildungsfelder, ihre Berufe und Fachrichtungen und ebenso über die Karrierewege und Weiterbildungsmöglichkeiten. Einige darunter, insgesamt 18, haben sich im Verlaufe der Jahre zu grossen, bis zu sechs Tagen dauernden Veranstaltungen mit oft über 100 Ausstellern entwickelt.

Für den Bund bzw. das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) sind die Berufsschauen Teil der Marketingstrategie zur Förderung der beruflichen Grundbildung. Gestützt auf Art. 55 Abs. 1 lit. b<sup>1</sup> des Berufsbildungsgesetzes (BBG) von 2004 leistet er Finanzhilfen an Veranstalter von Berufsschauen. Die Berechnung der Fördermittel erfolgt aufgrund von Richtlinien des SBFI (*s. Abschnitt 3 4.2, Seite 23*).

17 und somit fast alle der Berufsschauen erfüllen die Förderbedingungen des SBFI<sup>2</sup> (*vgl. Tabelle 2*). Gemäss Art. 64 der Berufsbildungsverordnung (BVV) dürfen die Bundesbeiträge 60% des Aufwandes nicht überschreiten. Ausnahmen sind in begründeten Fällen möglich (*vgl. Art. 64 Abs. 1 BBV*).

Im Jahr 2008 verabschiedete die Eidgenössische Berufsbildungskommission (EBBK) den aktuell gültigen Fördermodus, der auch die Auflage enthielt, die Berufsschauen nach fünf Jahren zu evaluieren. 2013 erteilte das SBFI das entsprechende externe Mandat. Gegenstand der Evaluation waren die vom Bund geförderten Berufsschauen und insbesondere die entsprechende Förderpraxis des Bundes.

Als **Evaluationszweck** waren vorgegeben:

- Überprüfung der **Zielerreichung und Wirtschaftlichkeit** der Berufsschauen,
- **Identifizierung von Verbesserungsmöglichkeiten** hinsichtlich der regionalen Koordination und Zusammenarbeit von Berufsschauen und von **Best-Practice-Beispielen**,
- Prüfung des konformen Mitteleinsatzes und der Erfüllung der **Anforderungen an die Fördermassnahmen des Bundes** sowie Rechenschaft gegenüber der EBBK,
- Prüfung, ob die aktuellen **Berechnungsmodelle** für die Förderung von Berufsschauen **geeignet** sind.

Folgende Fragestellungen sollten behandelt und beantwortet werden:

### Input

- Sind die Förderbeiträge des Bundes an die Berufsschauen verhältnismässig und zweckdienlich?
- Welchen Einfluss haben die Bundesförderbeiträge (Sockelbeiträge und Beiträge für zusätzliche Leistungen) auf die Budgetentwicklungen (2008–2013) der Berufsschauen?
- Ist es sinnvoll, nur Berufsschauen zu unterstützen, die den Jugendlichen Gratiseintritte gewähren?

<sup>1</sup> Art. 55 BBG hat die Beiträge an besondere Leistungen im öffentlichen Interesse zum Gegenstand. In Abs. 1 lit. b sind die Leistungen Information und Dokumentation explizit aufgeführt. Vgl. auch SBFI 2014.

<sup>2</sup> Die Berner Ausbildungsmesse (BAM) erhebt für BesucherInnen, die älter als 16 Jahre alt sind, ein Eintrittsgeld (CHF 10.00) und fällt daher aus der Liste geförderter Veranstaltungen.

- Bewährt sich das Berechnungsmodell der Sockelbeiträge oder entsteht dadurch in Bezug auf die Förderbeiträge ein Ungleichgewicht zwischen den Berufsschauen?

#### **Aktivitäten**

- Welche Aussteller/Branchen können für eine Teilnahme an den Berufsschauen gewonnen werden?
- Ist das Ausstellungsangebot ausreichend, um dem Publikum, insbesondere Lernenden, Vielfalt und Möglichkeiten des dualen Bildungswegs sowie weitere Perspektiven aufzuzeigen?
- Wie kann die Koordination und Zusammenarbeit zwischen regionalen Berufsschauen verbessert werden, um Synergien nutzen zu können und einen Wissenstransfer zu ermöglichen?
- Wie wird die Qualität der Anlässe sichergestellt, wo gibt es Verbesserungsmöglichkeiten?

#### **Output**

- Eignen sich Berufsschauen, um direkte Kontakte zwischen LehrstellenanbieterInnen (Unternehmen) und Jugendlichen/Eltern zu knüpfen? Sind diese Kontakte zielführend und erleichtern sie die Lehrstellensuche bzw. den Berufswahlentscheid?
- Werden die zusätzlichen Leistungen für spezielle Programme zweckmässig eingesetzt und fördern sie innovative Programme?
- Führen die organisatorischen Aktivitäten dazu, dass die Berufsschauen bei den primären Zielgruppen (Lernende, Lehrpersonen, Eltern, MigrantInnen) ausreichend bekannt sind? Gibt es Aktivitäten, die sich dafür besonders gut eignen?
- Eignen sich die eingesetzten Werbemassnahmen und -instrumente, um spezifische Zielgruppen (MigrantInnen, bildungsferne Schichten) und die Gleichstellung der Geschlechter zu thematisieren?
- Welche Zielgruppen werden erreicht? Welche werden nicht erreicht und weshalb?
- Wie viele TeilnehmerInnen werden erreicht? Welche Faktoren haben einen Einfluss auf die Anzahl TeilnehmerInnen?

#### **Outcome**

- Werden die speziellen Programme von den entsprechenden Zielgruppen besucht? Wenn nicht, weshalb können die erwünschten Zielgruppen nicht erreicht werden? Weisen diese Programme eine genügend hohe Qualität auf, um ausführlich über das duale Bildungssystem sowie spezifische Unterstützungsmassnahmen zu informieren?
- Inwiefern nutzen die Lehrpersonen den Anlass «Berufsschau» für den Berufswahlunterricht? Wie integrieren sie ihn in den Berufswahlunterricht? Wo sehen sie Verbesserungsmöglichkeiten?
- Welchen Stellenwert haben Berufsschauen neben anderen Massnahmen des kantonalen Berufsbildungsmarketings?
- Was sind die Gründe, dass sich Kantone an den Berufsschauen beteiligen bzw. nicht beteiligen? Was sind aus ihrer Sicht Stärken und Schwächen von Berufsschauen?

#### **Effizienz**

- Inwiefern profitieren die Jugendlichen von einem Besuch einer Berufsschau?
- Konnten die erwarteten Ziele erreicht werden und sind die Kosten einer Berufsschau hinsichtlich des erzielten Outputs und Outcomes gerechtfertigt und nachvollziehbar?

- Lohnt sich für die Aussteller der Aufwand für eine Teilnahme an einer Berufsschau?

Im Folgenden stellen wir die Ergebnisse und Folgerungen der Evaluation vor. An der Datenerhebung und -analyse sowie der Berichterstattung waren beteiligt: Charles Landert (Projektleitung), Martina Brägger (stv. Projektleitung), Christine Panchaud (verantwortlich für die französische Schweiz) und Daniela Eberli (wissenschaftliche Mitarbeit Deutschschweiz).

Wir bedanken uns beim Auftraggeber, dem SBFJ, insbesondere Herrn Fritz Jordi, Frau Marija Bojanic, Frau Marimée Montalbetti und Herrn Jürg Bieri für die vertrauensvolle Zusammenarbeit, den Mitgliedern der Begleitgruppe für die wertvollen Hinweise und Rückmeldungen, den Projektleitungen der Berufsschauen für die Unterstützung in der Datenerhebung sowie den zahlreichen Befragten, dass sie sich Zeit für ein Gespräch mit uns nahmen.

## 2 Durchführung der Evaluation

Die Abwicklung der Evaluation basierte auf den Elementen

- Dokumentenanalyse,
- Besuche von Berufsschauen und Befragungen vor Ort,
- Schülerbefragungen online oder schriftlich,
- Experteninterviews mit VertreterInnen der Verbundpartner sowie Projektleitungen,
- qualitative Interviews mit Angehörigen der Aussteller (BerufsbildnerInnen und Berufslernende) sowie den Zielgruppen der Berufsschauen (Lernende, Lehrpersonen, Eltern),
- Portraits der 17 vom Bund geförderten Berufsschauen,
- Konsultation von abgeschlossenen Evaluationen der Trägerschaften.

Die Experteninterviews erfolgten in der Mehrzahl persönlich, der Rest telefonisch.

Die qualitativen Interviews mit Ausstellern, Eltern, SchülerInnen und Lehrpersonen wurden in praktisch allen Kontexten (Kantone von elf im Schuljahr 2013/14 durchgeführten Berufsschauen) realisiert, telefonisch, allerdings im Rahmen von kleinen Stichproben.

Die Anzahl der geführten qualitativen Interviews ist aus *Tabelle 1* ersichtlich.

**Tabelle 1: Übersicht über die genutzten Datenquellen (qualitative Interviews)**

Datenquellen	Anzahl
Projektleitungen	14
Gewerbeverbände	9
Kantone	14
Aussteller (Branchenverbände, Betriebe)	29
Eltern	26
Schülerinnen und Schüler und Berufslernende	31
Lehrpersonen	18
<b>Total</b>	<b>141</b>

Die Portraits (*s. Anhang*) entstanden aus den Gesprächen mit ProjektleiterInnen und VertreterInnen der Trägerschaften sowie der Verwertung von schriftlichen und elektronisch verfügbaren Informationen über die Berufsschauen und wurden wo nötig mit Nachfragen bei den Projektleitungen ergänzt.

Wir nahmen folgende Berufsschauen in Augenschein: Aargauer Berufsschau (Lenzburg), Berufsmesse Schaffhausen, Berufsmesse Thurgau (Weinfelden), Salon des métiers et de la formation (Lausanne), Berufsschau Basel-Landschaft (Liestal), ZEBI Zentralschweizer Bildungsmesse (Luzern), Berufsmesse Zürich, Your challenge (Martigny) sowie ESPOprofessioni (Lugano). Diese Berufsschauen fanden in der Zeit zwischen Anfang September 2013 und Ende März 2014 statt.

### 3 Ergebnisse

#### 3.1 Übersicht über die 2008–2013 vom Bund geförderten Berufsschauen

##### 3.1.1 Eckdaten

In den sechs Jahren von 2008 bis 2013 führten 17 Trägerschaften insgesamt 58 Berufsschauen durch, die mit Bundesmitteln gefördert wurden. Da die Durchführungsintervalle der einzelnen Berufsschauen nicht identisch sind (jährliche bis dreijährliche Durchführung), schwankt die Zahl von Jahr zu Jahr zwischen 8 und 13.

In der Periode von 2008 bis 2013 hat die Mehrheit der Veranstalter (9) drei Durchführungen realisiert und dafür Fördergelder erhalten. Die übrigen acht Veranstalter haben zwei (4), vier (2) oder gar sechs (2) Berufsschauen durchgeführt.

**Tabelle 2: In der Periode 2008–2013 realisierte, vom Bund geförderte Berufsschauen**

		Berufsschau	Berufsschau durchgeführt					Total 2008-2013	
			2008	2009	2010	2011	2012		2013
Intervall der Durchführung	jährlich	Berufsmesse Zürich						6	
		Schaffhauser Berufsmesse						6	
		Salon des Métiers et de la Formation						5	
		OBA Ostschweizer Bildungs-Ausstellung						4	
		Berufsmesse Thurgau						3	
	zweijährlich	Zentralschweizer Berufsbildungsmesse zebi (ab 2015 jährlich)						3	
		Basler Berufs- und Weiterbildungsmesse						3	
		Baselbieter Berufsschau						3	
		Berufsinfo-Messe Aareland						3	
		Aargauische Berufsschau						3	
		Fiutscher (Bündner Berufsausstellung für Aus- und Weiterbildung)						2	
		Espoprofessionni						3	
		Salon des Métiers et Formations "Your Challenge"						3	
		START! Forum des métiers						3	
		Salon de la formation Jura / Jura bernois						3	
		Cité des métiers Capa'cité						3	
	alle 3 Jahre	cité des métiers, l'expo						2	
Berufsschauen			8	8	11	9	13	9	58

Die 17 vom Bund geförderten Berufsschauen decken mit Ausnahme des Grossraums Bern<sup>3</sup> alle Regionen der Schweiz ab.

##### 3.1.2 Profil der Berufsschauen

Als Veranstalter treten in der Mehrzahl Organisationen der Wirtschaft (z.B. Gewerbeverband, Wirtschaftskammer, seltener Arbeitnehmerorganisationen) auf. Allen gemeinsam ist eine enge Kooperation von Gewerbe und Industrie, den Kantonen (Berufsbildungsamt) sowie den Veranstaltern (Projektleitungen).

<sup>3</sup> Die Berner Ausbildungsmesse (BAM) erhebt für BesucherInnen, die älter als 16 Jahre alt sind, ein Eintrittsgeld (CHF 10.00) und fällt daher aus der Liste geförderter Veranstaltungen.

**Tabelle 3: Angaben zu den zuletzt durchgeführten 17 Berufsschauen**

	Projekt- leitung	Standort	Intervall der Durchführung	Anzahl Tage	Sa geöffnet	So geöffnet	Obligatorium für Schulklassen
OBA - Ostschweizer Bildungsausstellung	P	St. Gallen	1	5	ja	ja	nein
Aargauische Berufsschau	G	Lenzburg	2	6	ja	ja	nein
Schaffhauser Berufsmesse	P	Schaffhausen	1	2	ja	nein	nein
Berufsmesse Thurgau	G	Weinfelden	1	3	ja	nein	nein
Salon des métiers et de la formation	G	Lausanne	1	6	ja	ja	nein
Berufsschau Basel-Landschaft	G	Liestal / Pratteln	2	5	ja	ja	1./2. Sek
zebi Zentralschweizer Bildungsmesse	P	Luzern	1	6	ja	ja	2. Sek (LU)
Berufsmesse Zürich	G	Zürich	1	5	ja	nein	nein
Your challenge - Salon des métiers et formations	G	Martigny	2	6	ja	ja	1.-3. Sek I
ESPOprofessioni	K	Lugano	2	6	ja	nein	nein
Salon interjurassien de la formation	K	Moutier	2	5	ja	ja	nein
bim - Berufs-Informationsmesse Aareland	G	Olten	2	3	nein	nein	10./11. HarmoS
Capacité des métiers	P	Neuchâtel / La Chaux-de-Fonds	2	6	ja	nein	10./11. HarmoS
Basler Berufs- und Weiterbildungsmesse	G	Basel	2	3	ja	nein	ja
FIUTSCHER - Bündner Berufsausstellung für Aus- und Weiterbildung	G	Chur	2	6	ja	ja	nein
cité des métiers, l'expo	G	Genève	3	6	ja	ja	8.-12. HarmoS
START - Forum der Berufe / Forum des professions	G	Fribourg	2	6	ja	ja	9./10. HarmoS
<p>P Privat (-Unternehmen) G Gewerbeverband, Wirtschaftskammer (z.T. auch im Auftrag einer Trägerorganisation) K Kanton</p>							

13 Berufsschauen finden in der Periode von Ende August („fast zu früh“) bis Ende November („octobre beaucoup mieux que novembre“), deren vier in den Monaten Februar/März statt. Insbesondere bei einer Überschneidung der Einzugsgebiete sprechen sich die betreffenden Trägerschaften im Voraus miteinander ab.

Der Besuch der Berufsschauen ist für die Hauptzielgruppe – meist mindestens die Schülerinnen und Schüler des achten Schuljahres (10. Klasse HarmoS) – in acht Fällen obligatorisch. Cité des métiers, l’expo (Genève), legt ein Obligatorium für fünf Schülerjahrgänge fest, so dass innerhalb einer Dreijahresfrist alle die Chance haben, die Berufsschau zweimal zu besuchen. In den übrigen neun Fällen ergeht seitens der Volksschulämter bzw. der Berufsbildungsämter die Empfehlung an die Schulen, das Angebot zu nutzen und in den Berufswahlunterricht einzubauen.

### 3.1.3 Rahmenbedingungen

#### 3.1.3.1 Öffnungszeiten und Ausstellerfläche

Die Öffnungszeiten der Berufsschauen (Anzahl Tage, Auswahl der Wochentage, Öffnungszeiten an Wochentagen und am Wochenende) orientieren sich an den Kriterien *erwartete Besucherzahl (Kapazität der Räumlichkeiten)*, *Richtlinien der Schulen*, *vermutete oder erfragte Akzeptanz bei den Ausstellern (Verfügbarkeit des Personals)*, *Jahreszeit*, *regionale (Freizeit-)Kultur* und widerspiegeln die bisher gesammelten Erfahrungen der Veranstalter bzw. die Rückmeldungen der Aussteller.

Die Veranstalter öffnen die Berufsschauen in der Mehrzahl um 9 Uhr und schliessen zumeist um 17 oder 18 Uhr (Ausnahme: 16 Uhr). Sie orientieren sich damit an den Agenden der Schulklassen und der Lehrpersonen. Diese machen sich gegen den späteren Nachmittag auf die Rückreise, die in einigen Kantonen (z.B. GR, SG) recht lange dauern kann. Ein Augenschein an mehreren Berufsschauen hat gezeigt, dass die Präsenz der Aussteller an den Ständen nach 16 Uhr (bzw. nach 17 Uhr) nachlässt,

wohl aufgrund der Erfahrung, dass vor der abendlichen Schliessung der Berufsschau der Andrang des Publikums deutlich nachlässt. Etliche Stände bleiben denn auch unbesetzt, obwohl der Zugang zum Ausstellungsgelände noch offen ist.

Fünf Veranstalter, davon vier in der Westschweiz oder an der Sprachgrenze, halten die Ausstellungshallen an mindestens einem Wochentag bis 19, 20 oder 21 Uhr offen. ESPOprofessioni (Lugano) ist von 9–22 Uhr zugänglich. So geben sie auch Eltern – meist mit ihrem Kind im Berufswahlalter –, BerufsbildnerInnen, BranchenvertreterInnen u.a. die Möglichkeit, die Berufsschau am Abend zu besuchen.

Am Samstag sind – abgesehen von einer Ausnahme – alle Berufsschauen geöffnet, am Sonntag deren 10 von insgesamt 17. Samstags und sonntags schliessen die Berufsschauen zumeist um 16 oder 17 Uhr. Eltern nutzen diese beiden Tage, um die Ausstellung gemeinsam mit ihrem Kind oder ihren Kindern zu besuchen, wobei es für die Jugendlichen oft ein Zweitbesuch ist. Während der abendliche Besucheraufmarsch in Lugano beachtlich ist, wurden Versuche in der Deutschschweiz, die Messe den Eltern am Abend zugänglich zu machen, nicht mit einem entsprechenden Besucheraufkommen belohnt.

Der Aufwand für zusätzliche Präsenz ist nicht unbeträchtlich – bei unsicherer Besucherfrequenz. Eine Ausdehnung der Öffnungszeiten – aktuell wie erwähnt zumeist 5 bis 6 Tage – um zusätzliche Tage oder in den Abend hinein stösst denn auch bei Ausstellern auf Skepsis. Vor diesem Hintergrund wird die Trägerschaft der ZEBI die Umstellung auf den Einjahresrhythmus mit einer Reduktion der Öffnungsdauer um zwei Tage verbinden.

Aktuell, d.h. 2012–2013, bewegen sich die Ausstellerflächen in der Grössenordnung von 1'900–15'000 m<sup>2</sup>. Ein systematischer Zusammenhang mit denkbaren Einflussgrössen wie Schülerpopulation, Anzahl Aussteller oder Berufe, Quadratmeterkosten o.a. kann nicht nachgewiesen werden. Die Trägerschaften orientieren sich zunächst einmal an den vorhandenen, geeigneten (Messe-)Angeboten bzw. -Geländen und justieren dann das Konzept. Die Berufsschauen, die eine gemessen an der Schülerzahl des Haupteinzugsgebiets eher grosse Ausstellungsfläche beanspruchen, liegen praktisch ausnahmslos in der lateinischsprachigen Schweiz. Ebenso tendieren diese Berufsschauen auch zu einer längeren Gesamtöffnungsdauer.

### **3.1.3.2 Eintrittspreise, Anreisekosten für Schulklassen**

Die mit Bundesmitteln geförderten Berufsschauen erheben gemäss Vorgabe kein Eintrittsgeld. Für die Veranstalter ist diese Vorgabe des SBFI ein Vorteil: Der für Billettverkauf und -kontrolle nötige Logistikaufwand entfällt. Zudem können die Trägerschaften die Preise pro m<sup>2</sup> Ausstellerfläche ermässigen oder – bei bereits erschwinglichen Quadratmeterpreisen – die Bundesmittel anderweitig einsetzen. Nach Einschätzung der befragten Veranstalter würde ein Eintrittsgeld aber nicht nur den Aufwand der Veranstalter erhöhen, sondern wohl auch die Besucherzahl senken.<sup>4</sup>

Aus der Perspektive der Schulen, deren SchülerInnen aus grösserer Distanz anreisen, ist die Frage des Eintrittsgeldes somit nicht relevant. Indessen stellen die Transportkosten und bisweilen die Organisation fallweise ein Hindernis für den Messebesuch dar. Im Kanton Graubünden, wo besonders lange Anfahrtswege in Kauf genommen werden müssen, kommt der Veranstalter (Fiutscher) den Schulen

---

<sup>4</sup> Die Einschätzung der Veranstalter dürfte allenfalls für die Gruppe der über 16-Jährigen zutreffen, wohl weniger aber für die Gruppe der SchülerInnen, wie die Besucherzahlen der BAM zeigen (Anm. CL).



mit finanzieller Unterstützung (Reisekostenentschädigung) entgegen, die auch Beiträge an die Verpflegung beinhaltet.

### 3.1.3.3 Werbung

Die Veranstalter nutzen die meisten der sich anbietenden Werbeträger, um auf die Berufsschau hinzuweisen: Individuelle postalische oder elektronische Versände insbesondere an Schulen (sofern Adressdateien verfügbar sind), redaktionelle Beiträge, Inserate sowie Sonderbeilagen in Tageszeitungen und Fachzeitschriften, Internetportal<sup>5</sup> (auch mit Fotografien und audiovisuellen Beiträgen über die letzte Berufsschau), Social Media, Apps, Aussenplakate, Aufhänger in öffentlichen Verkehrsmitteln, Lokalradios und -TV, Flyer, Bandenwerbung, Kino. Mehrere Trägerschaften laden Lehrpersonen auch ein, übersetztes Informationsmaterial für fremdsprachige Eltern zu bestellen.

Das mediale Echo ist sehr gross (vgl. die umfangreichen Medienspiegel, die den Berichten an das SBF beigelegt sind).<sup>6</sup> Dabei zeigt sich, dass einzelne Sonderveranstaltungen (z.B. SwissSkills Ausscheidungen von Berufsverbänden) sich sehr gut eignen, um die berufliche Grundbildung und ihren hohen gesellschaftlichen Stellenwert noch stärker ins rechte Licht zu rücken.

Die in den Rechnungen ausgewiesenen Werbekosten bewegen sich je nach Veranstalter zwischen CHF 28'000 und CHF 570'000. Die grosse Differenz erklärt sich zum einen durch den unterschiedlichen Stellenwert der Werbung, die sich an die breite Öffentlichkeit richtet. Zum anderen hat sie mit dem von Kanton zu Kanton unterschiedlich aufwändigen Zugang zu den Schulen, Lehrpersonen und Klassen zu tun. Den Zugang zu den Lehrpersonen auf der Volksschulstufe ermöglichen zumeist die Gemeinden oder Schulgemeinden bzw. die Schulleitungen, was nicht immer «auf Knopfdruck» möglich ist. Einige Veranstalter vermerken denn auch Reibungsverluste in der Zusammenarbeit mit der Bildungsdirektion bzw. dem Erziehungsdepartement (z.B. keine Vermittlung von Adressen). Und schliesslich sind die Ausgaben für Internetauftritt, Flyer, Messezeitung/-katalog u.a. je nach Aussteller- und Besucherzahl unterschiedlich – weniger wegen der Auflagengrösse, sondern wegen des gestalterischen Aufwandes. Dieser wächst nicht nur mit der Zahl der Aussteller, sondern auch mit den Ansprüchen der Trägerschaften und des Publikums.

## 3.2 Angaben zu Einzugsgebieten, Besucherzahlen und -struktur

Seit der Bund Fördermittel an die Berufsschauen ausbezahlt, sind auch regionale Zusammenschlüsse von kleineren Berufsschauen erfolgt und die gewünschte Konsolidierung der Einzugsgebiete konnte beobachtet werden. Während die meisten Berufsschauen vor allem die im Kanton angebotenen Ausbildungsmöglichkeiten präsentieren, decken vier Berufsschauen (OBA, BIM, Salon interjurassien de la formation und ZEBI) mehrere Kantone ab. Im Falle der letzten beiden sind zwei oder mehrere Kantone in der Trägerschaft der Berufsschau vertreten.

In den Jahren 2008–2013 besuchten insgesamt 1.4 Mio. Jugendliche und Erwachsene eine oder mehrere der insgesamt 58 Berufsschauen. Die Besucherzahlen schwanken beträchtlich von Jahr zu Jahr – zwischen 164'000 und 312'000 und zwischen den einzelnen Ausstellungen (Minimalwert: 2'000, Ma-

<sup>5</sup> Ein Blick auf die Internetauftritte der 17 Veranstalter ist lohnend (s. Adressen der Websites in Anhang A1).

<sup>6</sup> Vgl. exemplarisch [www.berufsmessezuerich.ch](http://www.berufsmessezuerich.ch) (Stichwort „Für Medien“).

ximalwert; 70'500; Mittelwert: knapp 24'000, Median: 25'000 BesucherInnen). Die grossen Differenzen erklären sich durch die jeweils unterschiedliche Zahl der durchgeführten Veranstaltungen sowie durch die Grösse der jeweiligen Berufsschauen. Obwohl die Schülerzahlen auf der Sekundarstufe I in der Periode von 2008–2013 um rund 8% zurückgegangen sind, erfahren die einzelnen Berufsschauen einen konstanten oder zum Teil wachsenden Zuspruch.

**Tabelle 4: Besucherzahlen am Beispiel der 17 zuletzt durchgeführten Berufsschauen**

Projekt	Jahr	Kanton/e	BesucherInnen total	davon SchülerInnen	Anteil SchülerInnen, ca. % *
OBA Ostschweizer Bildungs-Ausstellung St. Gallen	2013	SG AI AR	24'000	15'000	63
Aargauische Berufsschau Lenzburg	2013	AG	35'000	25'000	71
Schaffhauser Berufsmesse	2013	SH	3'000	850	28
Berufsmesse Thurgau Weinfelden	2013	TG	7'000	3'450	49
Salon des Métiers et de la Formation Lausanne	2013	VD	27'800	11'400	41
Baselbieter Berufsschau Liestal	2013	BL	40'000	23'000	58
Zentralschweizer Berufsbildungsmesse Zebi Luzern	2013	LU UR SZ OW NWZG	29'000	18'000	62
Berufsmesse Zürich	2013	ZH	44'400	16'837	38
Salon des Métiers et Formations "Your Challenge" Martigny	2012	VS	19'000	10'000	53
Espoprofessionni Lugano	2012	TI	30'000	k.A.	-
Salon de la formation Jura / Jura bernois Moutier	2012	JU, BE (Jura bernois)	18'000	k.A.	-
Berufsinfo-Messe AareLand Olten	2012	SO	7'500	k.A.	-
Capacité - Cité des Métiers et de la Formation La Chaux-de-Fonds	2012	NE	15'000	4'800	32
Basler Berufs- und Weiterbildungsmesse Basel	2012	BS	30'000	k.A.	-
Fiutscher - Bündner Berufsausstellung für Aus- und Weiterbildung Chur	2012	GR	11'000	4'000	36
cité des métiers, l'expo Genève	2012	GE	77'080	28'000	36
START! Forum des métiers Fribourg	2013	FR	26'000	8'000	31
<b>Total</b>			<b>443'780</b>		

\* Die Werte sind zum Teil approximativ, da von einigen Berufsschauen Schätzwerte angegeben wurden.

Verlässliche Ausgaben über die Besucherstruktur zu machen, fällt schwer. Die Bestimmung derjenigen Anzahl SchülerInnen, die sich anmelden und die Berufsschau im Klassenverband besuchen, ist in etwa möglich. Ohne Reihenbefragungen ist es indessen schwierig, die Besucherstruktur an Nachmittagen, Abenden und Wochenenden zu erfassen. Aus diesem Grund basieren die Ausführungen über die Besucherstruktur auf dem begrenzten Zeitraum der 17 in den Jahren 2012 und 2013 zuletzt durchgeführten Berufsschauen und beziehen einzelne Besucherbefragungen der Veranstalter ein.

Alle Berufsschauen zusammen mobilisierten in den Jahren 2012–2013 rund 440'000 BesucherInnen (vgl. Tabelle 4, bei zweimaliger Durchführung wurde nur die letzte berücksichtigt). Um nun eine Einschätzung der Zahl und des Anteils der SchülerInnen am Besucheraufkommen vorzunehmen, kann die bekannte Zahl der SchülerInnen im Klassenbesuch der statistisch erfassten Schülerpopulation im Berufswahlalter gegenübergestellt werden.

Im Einzugsgebiet der vom Bund subventionierten Berufsschauen umfasst eine Jahrgangskohorte von Jugendlichen rund 74'000 Personen (vgl. Tabelle 5, «Kohorte der 14-Jährigen»). Aufgrund der Angaben in Tabelle 5 sowie Einschätzungen der Veranstalter dürften die Berufsschauen deutlich mehr als 90% der im Berufswahlalter stehenden SchülerInnen erreichen, dies mit einem Schwerpunkt bei den SchülerInnen der achten Klasse (HarmoS: 10. Klasse).

**Tabelle 5: Approximative Darstellung der Besucherprofile**

Durchführungsintervall	Anzahl	Kohorte der 14-Jährigen	BesucherInnen				
			Total	SchülerInnen in Klassen	in %	SchülerInnen als ZweitbesucherInnen, andere	in %
jährlich	5	32'035	106'200	47'537	44.8	58'663	55.2
zwei Jahre	11	36'433	260'500	123'614 *	47.5	136'886	52.5
drei Jahre	1	4'912	77'080	28'000	36.3	49'080	63.7
<b>Alle Berufsmessen</b>	<b>17</b>	<b>73'380</b>	<b>443'780</b>	<b>199'151</b>	<b>44.9</b>	<b>244'629</b>	<b>55.1</b>

\* Bei vier Berufsschauen (s. Tabelle 4) wurden die Schülerzahlen wegen fehlender Angaben hochgerechnet.

Die Berufsschauen geben für die Vergleichsperiode über 199'000 Jugendliche an, die die Berufsschau mit ihrer Klasse besuchten (vgl. Tabelle 5, Rubrik «SchülerInnen in Klassen»). Der Vergleich der Berufsschauen nach Durchführungsintervall zeigt, dass in jährlich durchgeführten Berufsschauen etwa ein- einhalb, in zweijährlich durchgeführten Berufsschauen fast dreieinhalb und in der dreijährlich durchgeführten Berufsschau fast sechs Schülerjahrgänge die Berufsschau mit ihrer Klasse besuchen. Die Altersheterogenität der jugendlichen BesucherInnen akzentuiert sich somit, wenn eine Berufsschau im Zwei- oder Dreijahresrhythmus durchgeführt wird. Am deutlichsten ist dies in Genf (cité des métiers, l'expo) der Fall, wo der Besuch der Berufsschau für fünf Schülerjahrgänge obligatorisch (erklärt) ist.<sup>7</sup>

Wanderungsbewegen der Zielpublika über die Kantonsgrenzen hinaus erfolgen überschaubar vor allem innerhalb einer Wirtschaftsgrossregion, wie dies anhand einzelner Berufsschauen nachgezeichnet werden kann (Tabelle 6). Bezogen auf die ganze Besucherpopulation weist die Berufsmesse Zürich 2013 einen Anteil von 80,3% aus dem Kanton Zürich und 19,7% aus anderen Kantonen aus.

**Tabelle 6: Angemeldete SchülerInnen und Lehrpersonen nach Kanton (Berufsmesse Zürich 2013)**

Kanton	Anteil in %	Berufsmessen in der Herkunftsregion der BesucherInnen
<b>ZH</b>	<b>86.9</b>	
SZ	3.2	ZEBI 2013
SG	2.8	OBA 2013
AG	2.5	ab '13 (Lenzburg AG)
ZG	1.7	ZEBI 2013
GR	1.3	-
SO	0.9	-
GL	0.6	-
andere	0.2	Berufsmessen Thurgau 2013 und Schaffhausen 2013
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	

Basis: 16'800 SchülerInnen und Lehrpersonen.

<sup>7</sup> Vorbehalte von AusstellerInnen gegenüber zu jungen SchülerInnen als BesucherInnen sind in der Evaluation der Haute école de gestion (HEG) de Fribourg von 2009 festgehalten. So nennen 9% der AusstellerInnen das Zielpublikum als Verbesserungspunkt („trop de gamins“) und Bemerkungen derjenigen 13% Aussteller, die an einer nächsten Durchführung der Berufsschau „nicht sicher“ teilnehmen werden (z.B. „de public-cible non approprié), gehen in eine ähnliche Richtung. Die Autoren der Evaluation vermuten denn auch, dass die Rückmeldung über 25% nicht vorbereitete SchülerInnen mit deren Alter zu tun haben könnte: „[25%] nous semble élevé, c'est peut-être la manifestation du manque de motivation des plus jeunes étudiants“.

Bei der ZEBI 2012 stammen 95,9% aller BesucherInnen aus einem der sechs Zentralschweizer Kantone. Bei der OBA (St. Gallen) stammen 85,8% der SchülerInnen und Lehrpersonen aus den Kantonen SG, AR und AI. Weitere 6,9% kommen aus dem Kanton TG und 7,3% aus weiteren Kantonen und dem Fürstentum Liechtenstein. Beim Salon des métiers et de la formation (Lausanne) gaben 95,7% der SchülerInnen den Kanton Waadt als Wohnort an.

### 3.3 Aufwand und Finanzierung der Berufsschauen

#### 3.3.1 Aufwand

Innerhalb der Beobachtungsperiode von 2008–2013 erreichte der kumulierte Aufwand für alle 58 Berufsschauen den Betrag von CHF 49.2 Mio. Der von den Berufsschauen ausgewiesene Gesamtaufwand bewegt sich je nach Grösse, Dauer und beanspruchter Infrastruktur einer Berufsschau innerhalb einer sehr grossen Bandbreite (*Tabelle 7*).

**Tabelle 7: Eckwerte zum Aufwand der Berufsschauen 2008–2013**

	Mio. CHF
<b>Aufwand total, ohne Zeit- und Materialaufwand der Aussteller</b>	<b>49.205</b>
Minimum	0.113
Maximum	3.119
Mittelwert	0.833
Median	0.764

Die grossen Differenzen sind durch die Kosten des Ausstellungsorts bzw. der Infrastruktur, die wirtschaftliche Bedeutung des Einzugsgebiets der Berufsschau sowie die Grösse der Schülerpopulation und damit die notwendige Öffnungsdauer der Berufsschau bedingt. Berufsschauen, die beträchtliche Mittel für die beanspruchte Ausstellerfläche aufwenden müssen, haben es wegen resultierenden, vergleichsweise hohen Standmieten schwerer, kleine Verbände für eine Teilnahme zu gewinnen als Berufsschauen mit günstigen Konditionen.

Die einzelnen Berufsschauen stellen die Aufwandpositionen nicht nach einem einheitlichen Raster dar. Ein näherer Vergleich der Aufwandpositionen war nicht Gegenstand des Mandats und wurde auch aus forschungsökonomischen Gründen nicht weiterverfolgt.

In den Budgets der Veranstalter ist der Aufwand der Aussteller für die Bereitstellung eines Standes nicht enthalten, da er durch die Aussteller selber finanziert wird. Wie gross diese Investitionskosten ausfallen, kann exemplarisch der Befragung der Genfer Aussteller (2009)<sup>8</sup> entnommen werden:

- 9% der 80 antwortenden Aussteller investierten weniger als CHF 1'000 in ihren Stand
- CHF 1'000 – 3'000: 15%
- CHF 3'000 – 10'000: 20%
- CHF 10'000 – 20'000: 10%
- mehr als CHF 20'000: 20%

26% der befragten Aussteller machten keine Angabe.

<sup>8</sup> HEG (2010, S. 28f.).

Die Zahlen dürften die Aussage eines Projektleiters stützen, der Äusserungen von Ausstellern entnahm, ihr Aufwand für die Konzeption und Realisierung des Standes wäre in etwa gleich gross wie die Standmiete.

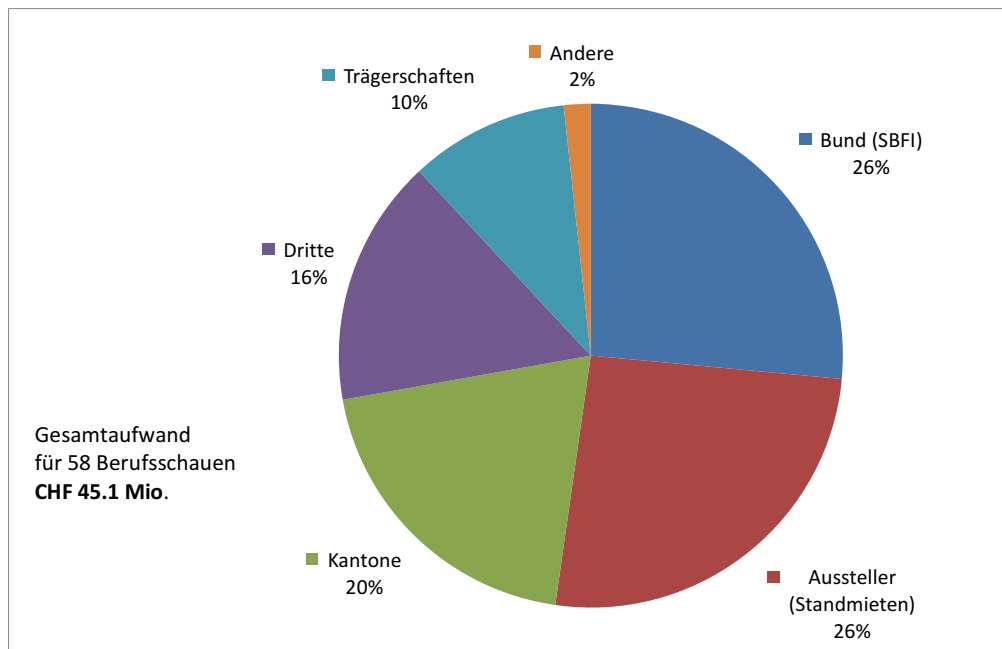
### 3.3.2 Finanzierung

Die Finanzierung der Berufsschauen stützt sich auf mehrere Säulen:

- Einnahmen aus Standmieten und für genutzte Infrastruktur<sup>9</sup>,
- Fördermittel des Bundes,
- Kantonale Beiträge (aus laufender Rechnung),
- Entnahmen der Kantone aus Fonds (Berufsbildungs- oder Wirtschaftsförderungsfonds, swisslos),
- Beitrag oder Defizitgarantie des Wirtschaftsdachverbandes,
- Unternehmenssponsoring (z.B. von einzelnen Veranstaltungen oder Produkten), Spenden<sup>10</sup>,
- Erlass von Raum- oder Infrastrukturkosten der Kantone,
- Erlass von Personalaufwand (z.B. Dienstleistungen von Standortkanton oder -gemeinde),
- Synergienutzung (kostengünstige Ausstellungsräume).

Den weitaus grössten Teil der Kosten tragen in der klaren Mehrzahl der Berufsschauen die Aussteller bzw. ihre Branchenverbände (Standmieten, Sponsoring) und die kantonalen Dachorganisationen (Gewerbeverband, Wirtschaftskammer, seltener Arbeitnehmerorganisationen).

**Abbildung 1: Finanzierung der Berufsschauen; Aufteilung auf Beteiligte (Mittelwerte 2008–2013)**



<sup>9</sup> Einzelne Berufsschauen differenzieren den Tarif für die Standmiete, etwa durch einen Rabatt für Verbandsmitglieder.

<sup>10</sup> Fiutscher (Kanton GR), das die sehr kostengünstige Hallenmiete an die Aussteller weitergeben kann, lässt kommerzielle Aussteller nur zu, wenn sie sich für ein Sponsoring der Berufsschau verpflichten.

Dabei erscheinen der Personalaufwand für die Präsenz am Stand sowie der über die Standmiete hinausgehende Sachaufwand der Aussteller nicht in der Kostenzusammenstellung, da die Berufsschauen mehrheitlich keine Vollkostenrechnung führen.<sup>11</sup>

In jeder zweiten Berufsschau decken die Standmieten der Aussteller einen wesentlichen Anteil des variablen Aufwandes. Fast alle Standortkantone leisten einen finanziellen Beitrag an «ihre» Berufsschau, wobei auch – fallweise – auf Fondsgelder zurückgegriffen wird.

### 3.4 Bedeutung der Bundesmittel für Trägerschaften und Berufsschauen

#### 3.4.1 Gesetzlicher Rahmen

Die *Richtlinie über Bundesbeiträge nach Art. 54/55 BBG* (SBFI 2014) hält die Bedingungen fest, an die die Auszahlung von Fördermitteln an Berufsschauen geknüpft sind:

- Berufsbildung steht im Vordergrund (mehr als die Hälfte der Stände). Ausbildungen, die nicht zu eidgenössisch anerkannten Abschlüssen führen, bleiben in der Minderheit. Präsentiert werden primär Berufe und nicht Firmen.
- Berufsschauen werden im Rahmen der Verbundpartnerschaft realisiert und koordiniert, so dass möglichst in jeder Grossregion eine Berufsschau zustande kommt.
- Das Angebot muss umfassend sein und mehrere Branchen (Liste) einschliessen.
- Gratis Eintritt für Jugendliche bis 20 Jahre.
- Beide Geschlechter werden gleichermassen angesprochen.
- Veranstalter weisen öffentlich darauf hin, dass der Anlass vom Bund mitfinanziert wird.

Das SBFI zahlt seine Fördergelder an Berufsschauen auf der Basis des erwähnten Art. 55 Abs. 1 lit. b BBG nach einer Projektlogik. Jede Berufsschau wird als singuläres Projekt betrachtet. Der Anspruch auf Bundesmittel basiert einerseits auf einer erbrachten Grundleistung («Sockelbeitrag»)<sup>12</sup>, andererseits auf der Konzeption und Umsetzung von zusätzlichen Leistungen<sup>13</sup> (Art. 55 Abs. 1 lit. a und f BBG), so z.B. spezielle Programme für Eltern, Angehörige und Lehrpersonen, besondere Anstrengungen für die Integration von Jugendlichen mit schulischen, sozialen oder sprachlichen Schwierigkeiten u.a. *Überschreitet die Summe von Sockelbeitrag und den Beiträgen für zusätzliche Leistungen den Anteil von 60% des Nettoaufwands des Veranstalters, so wird die veranschlagte Summe der Auszahlung um die entsprechende Differenz gekürzt.*

---

<sup>11</sup> Die Wirtschaftskammer Baselland hat eine Vollkostenrechnung vorgenommen. Aus dieser geht hervor, dass der Personalaufwand der Aussteller bei Annahme eines mittleren Stundenlohns zusätzliche rund 50% aller übrigen Kosten ausmachen dürfte.

<sup>12</sup> „Der Sockelbeitrag deckt die üblichen Organisationskosten (Projektleitung, Administration, Mieten etc.). Er richtet sich pauschal nach der Grösse der Veranstaltung. Er berechnet sich durch die Multiplikation der Ausstellungsfläche (von Ständen benutzte Fläche) in m<sup>2</sup> und der Dauer des Anlasses (Anzahl Stunden, während denen die Stände zugänglich sind).“ (SBFI 2014: 16).

<sup>13</sup> ebd.

### 3.4.2 Berechnungsformel des SBFI

Gemäss Richtlinie des SBFI errechnet sich der *Sockelbeitrag* nach einer einfachen Formel: Die Ausstellerflächen (m<sup>2</sup>) werden mit der gesamten Öffnungsdauer (Std.) multipliziert<sup>14</sup>. Das Produkt ergibt den Sockelbetrag in Franken.

Anspruch auf *Beiträge für zusätzliche Leistungen* hat, wer die inhaltlichen Kriterien des Bundes erfüllt. Maximal 60%, im Ausnahmefall 80% des Nettoaufwandes für diese Leistungen können als Förderbeitrag für die einzelnen zur Mitfinanzierung geltend gemacht werden.

Der der Berechnungsformel innewohnende Mechanismus führt dazu, dass die im Abstand von zwei oder drei Jahren durchgeführten Berufsschauen höhere Fördermittel beantragen. Das grössere Durchführungsintervall bewirkt grössere Besucherzahlen bei den SchülerInnen, die zu bewältigen es einer entsprechenden längeren Öffnungszeit bedarf. Denkbar ist auch, dass Aussteller leichter zu motivieren sind, alle zwei oder drei Jahre an der Berufsschau teilzunehmen. Somit steigen die Zahl der Aussteller und der Bedarf an Ausstellerfläche.

Tatsächlich spiegelt sich diese «Mechanik» in der Statistik wider: Die jährlich durchgeführten Berufsschauen sind im Mittel weniger lang zugänglich (35 Std.) als die alle zwei Jahre durchgeführten (44 Std.). Das gleiche Bild zeigt sich bei den Ausstellerflächen: Den durchschnittlich rund 3'800 m<sup>2</sup> bei den jährlich durchgeführten Berufsschauen stehen rund 4'500 m<sup>2</sup> bei den alle zwei Jahre durchgeführten Berufsschauen gegenüber.

### 3.4.3 Ausmass der Fördermittel 2008–2013

Die vom Bund im Zeitraum von 2008–2013 ausbezahlten Fördermittel erreichen einen Wert von CHF 12.2 Mio. (entsprechen 26% des Nettoaufwands). Davon gingen CHF 0.2 Mio. an Berufsschauen, die im Rahmen der regionalen Integration der Berufsschauen nicht weitergeführt wurden.

Unterschiede ergeben sich beim jährlichen Total der Ausschüttungen (*Tabelle 8*). Bedingt durch die fallweise unterschiedlichen Durchführungsintervalle (1, 2 oder 3 Jahre) schwankt die Zahl der Berufsschauen und damit die Summe der ausbezahlten Fördermittel von Jahr zu Jahr.

**Tabelle 8: An Berufsschauen ausbezahlte Fördermittel des SBFI; 2008–2013**

Durchführungsjahr	Anzahl	Gesamtbetrag CHF	pro Berufsschau CHF
2008	8	1'412'698	176'587
2009	8	2'334'331	291'791
2010	11	2'187'240	198'894
2011	9	1'543'414	171'490
2012	13	3'178'609	244'508
2013	9	1'748'084	194'231

Aus Tabelle 8 geht nicht hervor, wie sich die Berufsschauen bezüglich der von ihnen beanspruchten Bundesmittel entwickeln. Die differenzierte Auswertung der Förderbeiträge pro Veranstalter zeigt zwar, dass 14 Berufsschauen bei ihrer letzten Durchführung mehr Bundesmittel bezogen haben als bei

<sup>14</sup> SBFI 2014: 16.

ihrer ersten. Daraus kann aber keine allgemeine Tendenz zu Wachstum abgeleitet werden, bewegen sich doch die Fördermittel je Berufsschau in der Regel unsystematisch nach oben oder unten.

Welcher Anteil der Bundesmittel als Sockelbeitrag bzw. für zusätzliche Leistungen ausbezahlt wird, kann nicht präzise beschrieben werden, da ja – s. oben – ein zugesicherter Betrag reduziert wird, wenn er die Grenze von 60% der tatsächlichen Nettoausgaben überschreitet. Auf der Ebene der Finanzierungsgesuche an das SBFI liegt das Verhältnis von Sockelbeitrag / zusätzlichen Leistungen bei etwa 9:1 (Gesuche für Sockelleistungen sind in etwa neunmal grösser als diejenigen für die zusätzlichen Leistungen).

#### **3.4.4 Bedeutung der Fördermittel für die Berufsschauen**

Mit seinem Anteil von mehr als einem Viertel an der Deckung der Kosten ist der Bundesbeitrag für die Berufsschauen substantiell (*vgl. Abschnitt 3.3.2, Seite 21*).

Die Höhe der Fördermittel des Bundes, die Vorgabe an die Veranstalter, kein Eintrittsgeld für unter 20-Jährige zu erheben sowie die verbreiteten Obligatorien oder Empfehlungen für einen Besuch der Berufsschauen gewährleisten eine hohe Reichweite der Berufsschauen bei den Jugendlichen im Berufswahlalter. Sie dürften aber auch positiv wirken, indem sie den Veranstaltern eine Ausdehnung der Öffnungszeiten (Abend, Wochenende) erleichtern und damit auch mehr Eltern den Zugang zur Berufsschau eröffnen.

#### **3.5 Aussteller und ihre Angebote**

Bei einem Teil der Berufsschauen stehen die duale berufliche Grundbildung, damit verbundene Karrieremöglichkeiten (HF, FH) sowie schulische berufliche Ausbildungen klar im Vordergrund, während andere breiter ausgerichtet sind und auch Universitätsstudien sowie Angebote der Erwachsenenbildung im weitesten Sinne präsentieren. Entsprechend fällt die jeweilige Zusammensetzung der Aussteller unterschiedlich aus.

Die Mehrzahl der Aussteller kann einer oder mehreren der folgenden vier Rubriken zugeordnet werden:

- Die berufliche Grundbildung wird von Berufs- und Branchenverbänden, Ausbildungsbetrieben, Lehrbetriebsverbänden, projektbezogenen Verbänden von Betrieben und ihren BerufsbildnerInnen, Berufsfachschulen und privaten Ausbildungsinstitutionen abgedeckt. (Private) Gymnasien repräsentieren die Allgemeinbildung auf Sekundarstufe II.
- Höhere Fachschulen (HF): Präsent, wenn auch als eigene Kategorie nicht immer gut erkennbar, sind auch Aussteller anerkannter HF, an denen sich junge Fachleute nach Abschluss ihrer beruflichen Grundbildung EFZ weiterqualifizieren können.
- Weiterbildungsangebote von Berufsfachschulen, Fachhochschulen, Universitäten und kommerziellen privaten Institutionen, die nicht zu einem eidgenössisch anerkannten Abschluss führen.
- Annexangebote verschiedener staatlicher und privater Akteure des Bildungs- oder Gesundheitsbereichs: Informations- und Beratungsstellen, z.B. Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung, Case Management Berufsbildung (CM BB); Brückenangebote; kommerzielle Anbieter von Berufswahlanalysen, Sprachaufenthalten; Präventionsangebote u.a.



Die Berufsschauen tendieren dazu, Ausbildungsfelder sinnvoll zu gruppieren, was vor allem jenen BesucherInnen entgegenkommt, die ihre Neigungen schon kennen und sich gezielter mit möglichen Berufen auseinandersetzen wollen. Dabei achten die Trägerschaften auch darauf, berufliche Grundbildung und ihre jeweiligen Möglichkeiten auf Stufe HF und FH zusammenzufassen. Aussteller des Bereichs berufliche Grundbildung mit Abschluss EFZ und EBA erwähnen in den Gesprächen mit Jugendlichen und Eltern logischerweise die Möglichkeiten einer weiteren beruflichen Qualifikation (Ebene HF) oder je nach Beruf auch FH, PH, Universität.

Angesprochen auf die angestrebte Zusammensetzung der Aussteller geben die Trägerschaften an, in erster Linie möglichst viele Berufe der Landwirtschaft, des Gewerbes, der Industrie und des Dienstleistungsbereichs vorstellen zu wollen. Dabei haben die Berufe Priorität, die im Einzugsgebiet der Berufsschau tatsächlich auch Ausbildungsplätze anbieten. Das Ergebnis entsprechender Anstrengungen kann an der Liste der ausgewiesenen Berufsausbildungen und in Aussagen der Trägerschaften (z.B. 95% aller im Kanton angebotenen Ausbildungsberufe) abgelesen werden.

Die Zahl der Aussteller allein besagt noch wenig. So gelingt es der Aargauischen Berufsschau, mit 65 Ausstellern – je nach Zählweise – fast 200 eidgenössisch anerkannte Berufe EFZ und EBA (inkl. allfälliger Fachrichtungen) vorzustellen; die Berufsmesse Zürich weist mit 125 Ausstellern 240 Berufe aus.<sup>15</sup> Für die unterschiedlichen Verhältnisse zwischen Ausstellern und repräsentierten beruflichen Grundbildungen gibt es mehrere, teilweise miteinander verknüpfte Erklärungen.

- Zum einen gelingt es nicht allen Berufsschauen gleich gut, potenzielle Aussteller für eine Beteiligung an der Berufsschau zu gewinnen. Der «Akquisitionserfolg» hängt vom Personaleinsatz und der Vernetzung der Projektleitung, von der Standmiete, von der wirtschaftlichen Situation, der Grösse des Einzugsgebiets (bzw. der Grösse einer Branche und damit auch der Anzahl von Ausbildungsbetrieben und BerufsbildnerInnen), der Stärke und «Performance» eines (Regional-)Verbandes und weiteren Faktoren – manchmal auch von etwas Glück – ab.
- Obige Zahlen weisen darauf hin, dass die ersten paar Dutzend Aussteller, die schon einen Grossteil der beruflichen Grundbildungen abbilden, schneller gewonnen sind als die danach folgenden. Meist handelt es sich bei diesen eher um Repräsentanten kleinerer Ausbildungsfelder, die sehr unterschiedlich gut organisiert sind und über deutlich weniger Verbandsmittel verfügen als KollegInnen grosser Ausbildungsfelder. Erfreut sind die Projektleitungen, wenn es ihnen gelingt, Vertreter «fehlender» Berufe oder Ausbildungsfelder zur Teilnahme zu bewegen – bisweilen unter Einsatz von individuellen Anreizen wie z.B. Reduktion/Subvention der Standmiete.
- Die Aussteller sind nicht nur Vertreter einer oder mehrerer Ausbildungen, sondern tragen auch – in zehn von 17 Berufsschauen – als Mieter von Ausstellungsflächen zur Finanzierung von Berufsschauen bei. Nun fällt es zweifellos leichter Aussteller zu finden, ohne sie mit Standmieten belasten zu müssen, als wenn die Standmieten auf einem hohen Niveau angesetzt werden müssen. Aus diesem Grund werden wohl auch kommerzielle Akteure unter Vertrag genommen, die keine oder nur mittelbar Informationen zur Berufsorientierung oder Berufsfindung beisteuern. Die Präsenz von Ausstellern dieses Profils wirkt meist nicht besonders störend, im besten Fall ergänzend.

---

<sup>15</sup> Im Frühling 2013 (Stand der Erlasse bis 30.5.2013) fanden sich auf der Liste des SBFI 340 berufliche Grundbildungen EFZ und EBA, davon 127 mit zusätzlicher Bezeichnung einer Fachrichtung, die 35 Ausbildungsfeldern (z.B. Design; Chemie und Verfahrenstechnik; Baugewerbe, Hoch- und Tiefbau; Ernährungsgewerbe; Maschinenbau und Metallverarbeitung) zugeordnet sind.

- Kantone platzieren (z.T. als «Gegengeschäft» für Subventionen) Aussteller der kantonalen Verwaltung oder von subventionierten Institutionen (z.B. Suchtpräventionsstelle) um von der Anwesenheit einer grossen Zahl von vorwiegend jungen Zielpersonen zu profitieren.

Lehrpersonen zeigen sich zufrieden mit der breiten Palette von präsentierten möglichen Ausbildungen, dies sowohl in Bezug auf EFZ- als auch auf EBA-Abschlüsse. Berufsschauen werden auch von Berufsvorbereitungsklassen sonderpädagogischer Einrichtungen besucht. Rückmeldungen zeigen, dass deren Lehrpersonen sich noch mehr Aufschluss über Praktische Ausbildungen (PrA nach INSOS) wünschen.

Zentrale Funktion der Berufsschauen ist die Vermittlung von Informationen über die vielfältigen Möglichkeiten der beruflichen Grundbildung. Nicht allen Ausstellern gelingt es, diesen Anspruch gleich gut einzulösen. Als problematisch erachten es Befragte, wenn Aussteller ihre Firma als möglichen Ausbildungsanbieter in den Vordergrund stellen und weniger die firmenunabhängige, neutrale Information über die angebotenen Berufe.

Die Teilnahme an den Berufsschauen ist ein «must» für viele (regionale) Berufs- oder Fachverbände. Insbesondere in einer Periode, die gekennzeichnet ist durch den Wettbewerb mit den Mittelschulen um die besten SchulabgängerInnen wollen sie sich dem Publikum möglichst attraktiv darstellen. Als Aussteller kümmern sie sich meist um den Stand, die Berufsinformationen, Materialien und das Verbrauchsmaterial sowie die Finanzierung. Letztlich hängt die Qualität der Präsenz an der Berufsschau wesentlich von den Fähigkeiten und dem Engagement derjenigen Verbandsmitglieder und ihrer Lernenden ab, die den Stand betreuen. Diese – Betriebsinhaber, BerufsbildnerInnen, Vorstandsmitglieder, pensionierte Fachleute – geben in der Befragung an, freiwillig und aus Überzeugung, manchmal auch auf leichten Druck des Verbands an der Berufsschau mitzumachen (oder eingesprungen zu sein). Sie verstehen ihre Präsenz als Beitrag zum Lehrstellenmarketing und zur Präsentation ihres Berufs bzw. ihrer Branche und vertreten das Kollektiv der Betriebe bzw. Ausbildungsbetriebe.

Einen unmittelbaren, materiell sichtbaren Gewinn haben sie kaum. Unterstützt vom Verband stellen sie ihre und die Zeit ihrer Lernenden für Vorbereitung, Aufbau des Stands, Präsenz und Abbau zur Verfügung. Wegen der Teilnahme an der Berufsschau bzw. Abwesenheit im Betrieb entfallen oft Einnahmen. Aus diesem Grund wechseln sich mehrere Betriebe in der Präsenz am Stand (BerufsbildnerInnen, Berufslernende) ab, damit die Last nicht einseitig den engagiertesten Betrieben aufgebürdet wird. Als Nachteil resultiert fallweise vor allem bei den teilnehmenden Berufslernenden ein Knowhow-Verlust: Kaum «richtig in Fahrt» als RepräsentantIn eines Berufs, werden sie von KollegInnen abgelöst.

Vor allem für die Aussteller ohne (finanz-)starken Verband im Rücken bedeutet die verlässliche Organisation von 5 bis 6 Tagen Berufsschau eine rechte Herausforderung. Wo eine Schau zweijährlich durchgeführt wird, sträuben sich deshalb Aussteller (Vertreter der Betriebe) gegen eine Verkürzung des Intervalls auf ein Jahr. Auch wo regionale Berufsverbände oder Sektionen eines Schweizerischen Verbands ein Gebiet mehrerer Berufsschauen abdecken, kann es eng werden, z.B. Thurgau, St. Gallen, Appenzell Innerrhoden und Ausserrhoden, Schaffhausen mit den jährlich abgehaltenen Berufsschauen OBA sowie Berufsmesse Thurgau und Schaffhausen.

### 3.6 Aktivitäten der Trägerschaften, Rahmenprogramme

Die Organisatoren der Berufsschauen sowie weitere Akteure der Berufsbildung und Berufsbildungspolitik gewährleisten auch mehr oder weniger ausgedehnte Aktivitäten im Vorfeld und während der Berufsschauen. Dazu gehören einerseits die von den Trägerschaften erstellten zusätzlichen Leistungen, andererseits Rahmenveranstaltungen, die einmalige oder wiederholte Teile des Programms der Berufsschauen darstellen.

#### 3.6.1 Zusätzliche Leistungen

Für Leistungen im öffentlichen Interesse entrichtet der Bund Beiträge (in der Regel 60% des Aufwands, vgl. *SBFI 2014: 16*). Im Kontext der Berufsschauen zählen dazu:

- spezielle Programme für Eltern, Angehörige und Lehrpersonen,
- besondere Anstrengungen für die Integration von Jugendlichen mit schulischen, sozialen oder sprachlichen Schwierigkeiten,
- Werbematerialien, Informationstafeln, Pressemitteilungen etc. in mehreren Amtssprachen des Bundes,
- Besondere Anstrengungen für die Gleichstellung von Mann und Frau.

Die Portraits im *Anhang A2* widerspiegeln die Kreativität, die eingesetzt wird, um den vom Bund verfolgten Zielen gerecht zu werden. Diese werden mit zusätzlichen Leistungen angestrebt, so z.B.:

- Sonderschau Typisch männlich – typisch weiblich? (OBA);
- Übersetzung von Informationsbroschüren in die häufigsten Einwanderersprachen, Führungen für fremdsprachige Eltern (mehrere Berufsschauen);
- Vorbereitungsveranstaltungen für Lehrpersonen (z.B. Zürich, Lausanne);
- Tischgespräche für Familien (ZEBI);
- einmalige Sonderveranstaltungen, z.B. Theater *Egalité – osez tous les métiers (START Fribourg)*.

Manche Veranstalter versuchen explizit, unter diesem Titel Fördergelder des Bundes abzuholen, indem sie Massnahmen zugunsten von schulisch schwachen Jugendlichen, fremdsprachigen Jugendlichen und ihren Eltern sowie genderspezifische Themen auf das Programm setzen. Die zusätzlich akquirierten Fördermittel bewegen sich in der Höhe von ca. CHF 6'000 bis CHF 134'000 pro Berufsschau (Mittelwert CHF 30'200, Median CHF 14'100; Basis 15 Berufsschauen, jeweils letzte Durchführung in den Jahren 2012–2013). In praktisch allen anderen Fällen überstieg der Anteil der Fördergelder für spezielle Programme an allen Fördermitteln nie die 10%-Marke. Bei einer Berufsschau machte der Beitrag des Bundes für zusätzliche Leistungen 2012 einen ansehnlichen Anteil (28%) an den insgesamt erhaltenen Fördermitteln aus.

Nicht alle Trägerschaften sind überzeugt, dass die verbreitetsten Umsetzungen (Übersetzungen, Führungen kleiner Elterngruppen) auch die erwartete Wirksamkeit sowie Breitenwirkung zeigen. Einige regen an, die zusätzlichen Leistungen im öffentlichen Interesse inhaltlich weiter zu fassen. Auch fragen sich einige Gesprächspartner, ob die vom Bund geförderten «zusätzlichen Leistungen» nicht auch stigmatisierende Elemente enthalten. «Normal» sollte sein, so ihre Argumentation, dass alle Jugendli-

chen und ihre Eltern, also ein heterogenes Publikum, auf der gleichen, besucherfreundlichen Ebene abgeholt würden. Schliesslich schlagen Befragte vor, Aktivitäten zu entwickeln, die auf das ganze Publikum Wirkung hätten, zum Beispiel eine Stimulierung der Interaktion zwischen BesucherInnen und Ausstellern. Einige Berufsschauen gehen bereits in diese Richtung (z.B. Wettbewerb «besten Stand» mit verschiedenen Kategorien wie Interaktion, Vermittlung eines Berufsbildes, selbst erfahren von typischen Berufstätigkeiten, Thematisierung von Genderaspekten in der Arbeitswelt).

Einige wenige Veranstalter beanspruchen keine oder nicht in jeder Durchführung Mittel für zusätzliche Leistungen (2012–2013: 2). Als Grund nennen die befragten Projektleiter, dass die personellen Mittel fehlten, um vom Bund geförderte zusätzliche Leistungen zu erstellen. Auch wird angeführt, dass ein Abwägen von Aufwand (vor allem Planung und Organisation) und Ertrag (Höhe der Entschädigung) zu Ungunsten eines Beitragsgesuchs ausfalle. Dennoch bedeutet dies nicht, dass sie den Intentionen der vom Bund geförderten Massnahmen grundsätzlich keine spezielle Aufmerksamkeit schenken.

### **3.6.2 Veranstaltungen, interaktive Angebote**

Die oben (*Abschnitt 3.6.1*) exemplarisch erwähnten Aktivitäten der Berufsschauen erfahren eine Ergänzung durch weitere Veranstaltungen, die nicht speziell vom SBFI mitfinanziert werden. Sie haben zum Ziel, die Berufsschau zusätzlich attraktiv zu machen, sei dies für das Zielpublikum Lernende oder auch ihre Eltern und andere an der Berufsbildung interessierte Personen. Dazu gehören etwa:

- Modeschauen, bestritten von Lernenden des Berufs BekleidungsgestalterIn,
- Kurzveranstaltungen, die mehrmals während der Berufsschau durchgeführt werden, z.B. «Selbstbewusst auftreten» (Zürich), Tipps vom Motivationstrainer zur erfolgreichen Stellensuche (OBA),
- (Regionale) Berufsmeisterschaften (diverse Berufsschauen),
- Fachtagungen (z.B. Konferenz der Berufsfachschullehrpersonen in Liestal),
- Podiumsdiskussionen (praktisch alle Berufsschauen),
- Berufswahlradio (mehrere Berufsschauen),
- Berufsschau-TV (z.B. ESPOprofessioni: espo live webtv).

Die zeitlich klar begrenzten Aktivitäten (z.B. 15 bis 20 Minuten Bewerbungsgespräch) werden von den Befragten zumeist als funktional und organisch in die Berufsschau eingefügt erfahren. Einzelne andere Veranstaltungen (z.B. Podien, Quizveranstaltung u.a.) absorbieren indessen einzelne Jugendliche sehr stark, so dass sie in der begrenzten Zeit ihres Besuchs kaum dazu kommen, sich die Stände der Aussteller vorzunehmen. Von einigen Befragten skeptisch beobachtet werden kommerzielle Berufswahltests.

### **3.7 Berufsschauen aus unterschiedlicher Perspektive**

Die qualitativen Interviews mit VertreterInnen der Verbundpartner und Ausstellern einerseits sowie Lehrpersonen, SchülerInnen und Eltern als den drei wichtigsten Nutzergruppen andererseits geben Aufschluss über Erfahrungen und Sichtweisen der verschiedenen an den Berufsschauen beteiligten Akteure. Die Heterogenität der Ausgangssituationen, Funktionen und Erwartungen der Befragten ist zwar sehr gross. Dennoch können Gemeinsamkeiten der Anliegen herausgeschält werden, die das beobachtbare Gelingen der Berufsschauen verstehbar machen.

### 3.7.1 Projektsteuerung und Projektleitung

Für die Konzeption und erfolgreiche Durchführung, aber auch für die Qualitätskontrolle der Berufsschauen stehen die Projektsteuergruppe sowie vor allem die Projektleitung, bisweilen auch ein Beirat in der Verantwortung. Oberstes Ziel ist eine möglichst hohe und kontinuierliche Präsenz von Verbänden und BerufsbildnerInnen der im Kanton oder im Einzugsgebiet angebotenen Lehrberufe. Dabei werden professionelle Auftritte engagierter Aussteller und möglichst hohe Besucherzahlen angestrebt, insbesondere von SchülerInnen im Berufswahlalter und ihren Eltern.

Die konstruktive Zusammenarbeit der Verbundpartner Bund, Kantone und Organisationen der Arbeitswelt (Oda) an einem gemeinsamen Projekt wirkt sich – über die Berufsschau hinaus – positiv auf deren Beziehungen aus. Dies ist vonnöten, sind doch kontinuierliche Anstrengungen nötig, um die Qualität der Berufsschauen zu sichern. Den Befragten sind folgende Aspekte und Massnahmen ein grosses Anliegen:

- Motivation der Berufs- und Branchenverbände, sich an der Berufsschau zu beteiligen (Rundschreiben an die Verbände).
- Nachhaken bei potenziellen, aber unentschlossenen Ausstellern; Unterstützung bieten, wenn sich bei diesen Probleme abzeichnen.
- Proaktiv vorgehen bei sich abzeichnenden Lücken (Fehlen wichtiger Berufe, eines Ausbildungsfeldes), etwa bei Verbänden mit wenigen Ausbildungsplätzen oder einzelnen Gewerbetreibenden.
- Allenfalls Firmen anfragen, ob sie bereit sind, ihre Berufe und Fachrichtungen vorzustellen.
- Eine gute Infrastruktur gewährleisten.
- Erforschen der Bedürfnisse der Aussteller.
- Optimale Platzierung / Anordnung der Aussteller.
- Briefing der Aussteller in einer frühen Phase vor der Berufsschau (allgemein, Tipps für gute Stände).
- Zielführende Leitfäden für die Jugendlichen anbieten, damit die Berufsschau optimal genutzt wird und die Aussteller nicht verärgert werden.
- Für Eltern Informationen aufbereiten, wie die Berufsschau optimal genutzt werden kann.
- Begrüssungsanlass; persönliche, individuelle Betreuung; Geselligkeitsanlässe.
- Beziehungspflege über die Berufsschau hinaus (Auswertungsrunden, Feedbacks).
- Evaluation, Nachbefragungen, Debriefing.

Die Rückblende auf die realisierte Berufsschau – im formellen oder informellen Rahmen – ist Teil der Qualitätssicherung. Die Projektleitungen zeigen sich aufmerksam und interessiert an Beobachtungen und Rückmeldungen der verschiedenen Zielgruppen.

Die meisten Projektleitungen führen Publikumsbefragungen durch, wobei mehrheitlich externe Akteure beigezogen werden.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Der Einblick in die eingesetzten Fragebogen (als Instrument einer systematischen Qualitätskontrolle) vermittelt den Eindruck, dass sich viele Projektleitungen im Moment noch auf quantitative Zufriedenheitsbefragungen beschränken. Überdies kann bei den Erhebungsinstrumenten auch nach mehrfachem Einsatz kaum eine inhaltliche Weiterentwicklung beobachtet werden.

Ein Vertreter des Gewerbes verfolgt mit Unbehagen die steigende Anzahl von Wettbewerben, Elemente von Firmenwerbung und Spektakel, die nichts mit den Zielsetzungen der Berufsschau zu tun haben. Er plädiert dafür, im Sinne der Qualitätssicherung eine Ethik-Charta (o.ä.) zu entwerfen, die zumindest zum Nachdenken anregt, welche Art der Präsentation eines Berufs zielführend ist und welche nicht.

### 3.7.2 Kantone (Berufsbildungsämter, Berufs- und Laufbahnberatung)

Für die Kantone ist die Mitarbeit in der Organisation der Berufsschauen (Steuerungsgremium, Beirat) ebenso selbstverständlich wie deren Unterstützung, sei sie ideell oder in der klaren Mehrzahl auch finanziell oder in Form von Sach- und Dienstleistungen, Rauminfrastruktur, Unterstützung in der Kommunikation u.a. Breite Abstützung der Trägerschaft, Organisation, Infrastruktur, Einsatz der teilnehmenden Betriebe, Verbände, Verwaltungsstellen und Schulen, animierte Kontakte sowie systematische Evaluation der Strategie und Umsetzung werden als wesentlichste Elemente des Erfolgs der Berufsschauen identifiziert.

Die gleichberechtigte Zusammenarbeit von kantonaler Verwaltung (Amt für Berufsbildung, Berufs- und Laufbahnberatung/BIZ), Berufsfachschulen und Wirtschaft (Betriebe, Verbände) basiert auf einer mittlerweile oft mehrmaligen gemeinsamen Organisation der Berufsschauen sowie einem hohen Konsens in Bezug auf deren Ziele. Berufsschauen stellen für die Kantone eines der wichtigsten Elemente der Berufsorientierungsphase dar (neben dem Zukunftstag in der Primarschule alle Aktivitäten auf der Sekundarstufe I, so die Arbeit an Berufsbildern, Berufswahlunterricht, Elterninformationen, Forumsveranstaltungen, Rent-a-Stift, Nutzung von Berufswahltools). Gleichzeitig dienen sie – „Perlen“ – dem Lehrstellen- und Berufsbildungsmarketing. Berufsschauen dienen auch der Vernetzung der Akteure und haben allgemein eine grosse Hebelwirkung in der Förderung der Berufsbildung.

Einen Bedarf zur Koordination mit anderen Berufsschauen erkennen die befragten Kantonsvertreter nicht. Die Berufsschauen konzentrieren sich zwar in erster Linie auf das Publikum aus dem eigenen Kanton bzw. der Region (Zentralschweiz). Dennoch haben sich Durchführungsdaten in der Deutschschweiz eingespielt, und für die Romandie und das Tessin besteht über den *Calendrier des salons des métiers de Suisse romande et du Tessin 2014–2017* auch formell eine terminliche Koordination<sup>17</sup>. Einzig die im Zweijahresintervall alternierend durchgeführten Berufsschauen in den Kantonen Basel Landschaft und Basel Stadt sollten aus der Sicht eines Befragten mehr kooperieren.

In den letzten Jahren, in etwa zeitlich parallel mit der Förderung durch den Bund, haben die Berufsschauen aus der Sicht der befragten KantonsvertreterInnen einen grossen Sprung nach vorne gemacht in Bezug auf die Präsentation der Berufe und die Kommunikation mit den BesucherInnen. Waren auf Interaktion angelegte Stände bis vor einigen Jahren noch selten zu sehen, finden sich solche heute in der Mehrzahl. Die Diskrepanz zwischen den Vorstellungen und Wünschen der Jugendlichen und Eltern über die Berufslehre einerseits und die Realität derselben andererseits können an den Berufsschauen im direkten Gespräch zwischen den Beteiligten geprüft werden und werden dadurch realitätsnäher.

Einige Punkte erscheinen den Befragten diskussionswürdig. In Bezug auf ein Obligatorium des Besuchs für bestimmte Zielgruppen scheiden sich die Ansichten. Skeptisch äussern sich einige wenige, die finden, ein Obligatorium wirke sich eher kontraproduktiv auf die Motivation sowohl der Lehrpersonen als

---

<sup>17</sup> [http://www.cijp.ch/domaines/degre\\_secondaire\\_2/documents\\_et\\_liens](http://www.cijp.ch/domaines/degre_secondaire_2/documents_et_liens)

auch der Jugendlichen aus. Ein weiterer Punkt ist die Frage, wie sehr einzelne Firmen sich in den Vordergrund rücken dürfen oder ob sie nicht dazu ermuntert werden sollten, ihre Berufslehren prominenter darzustellen. Und schliesslich sind sich die KantonsvertreterInnen nicht ganz einig, in welchem Verhältnis zueinander die berufliche Grundbildung einerseits und allgemeinbildende Schulen (Gymnasien) andererseits an den Berufsschauen auftreten sollten – dies nicht zuletzt vor dem Hintergrund des beiderseitigen Bemühens dieser Akteure, Jugendliche für sich zu gewinnen.

### **3.7.3 Berufsverbände und Lehrbetriebe (Aussteller)**

Die Befragung von Ausstellern konzentrierte sich auf Berufsverbände und Lehrbetriebe, die mit einem eigenen Stand an mindestens einer Berufsmesse präsent waren. Sie alle stellen die berufliche Grundbildung aus der Praxisperspektive dar; sie haben also ein unmittelbares Interesse daran, ihre Lehrberufe so attraktiv zu präsentieren, dass der potenzielle Nachwuchs auf ihre Branche aufmerksam wird.

Die Aussteller treten mehrheitlich als Vertreter einer Branche mit verschiedenen Lehrberufen (EFZ, EBA, Fachrichtungen) auf: Bei den sie unterstützenden Berufsverbänden ist zwischen nationalen und regionalen Verbänden zu unterscheiden, bzw. zwischen grossen und kleinen oder zwischen finanziell gut und weniger gut gestellten Verbänden. Bei den Lehrbetrieben handelt es sich um KMU, zum Zwecke der Präsenz an der Berufsschau gegründete Kooperationen verschiedener Betriebe, Grossbetriebe, die gleich in mehreren Ausbildungsfeldern eine berufliche Grundbildung anbieten, oder Kleinstbetriebe (oft Vertreter von Berufen mit geringer Zahl an Ausbildungsplätzen).

#### **3.7.3.1 Motivation und Stellenwert des Messeauftritts**

Der Stellenwert, den die Aussteller der Berufsmesse beimessen, hängt davon ab, wie die Aussteller die Situation auf dem Lehrstellenmarkt einschätzen. Je nach Branche und/oder Beruf bekunden Ausbildungsbetriebe mehr oder weniger Mühe, qualifizierte und gut motivierte Jugendliche zu finden. Wer Berufe vertritt, die ein eher tiefes Sozialprestige geniessen oder kaum bekannt sind, sieht in den Berufsschauen eine gute Möglichkeit für eine Imagekorrektur oder zur Bekanntmachung. Entsprechend hoch wird der Stellenwert des Messeauftritts eingeschätzt. Aber auch Befragte, die sehr gefragte Berufslehren vertreten und die Lehrstellen problemlos besetzen können, haben ein Interesse daran, dass die Jugendlichen eine möglichst realitätstreue Vorstellung vom Beruf, der Ausbildung und den weiterführenden Möglichkeiten gewinnen. So soll die Zahl der Lehrabbrüche möglichst klein gehalten werden.

Gross ist also das Buhlen um die guten SchulabgängerInnen. Die Berufsschauen bieten für Aussteller – unabhängig von der Nachfrage nach ihren Lehrstellen – eine gute Gelegenheit, um mit Jugendlichen ins Gespräch zu kommen und geeignete KandidatInnen zu motivieren, weiterführende Schritte Richtung Schnupperlehre oder Lehrstelle zu unternehmen. Einige Aussteller nutzen die Gelegenheit auch ganz gezielt, um potenziellen Berufslernenden den Zugang zu Ausbildungsbetrieben zu erleichtern. So hat der Bäcker-Konditorverband Thurgau alle Betriebe aufgefordert, Steckbriefe über freie Lehrstellen zu erstellen (inkl. Kontaktangaben), und beim Schweizerischen Textilverband konnten sich Jugendliche auf Listen eintragen, wenn sie an einem Schnuppertag interessiert waren. Viele Aussteller legen Listen von Betrieben mit Lehrstellen oder Schnupperlehren auf.

Die befragten Aussteller weisen darauf hin, dass die Anforderungen an Schnupperlehren steigen und allgemein auch weniger Betriebsbesichtigungen angeboten werden. Dadurch vergrössert sich bei den

Jugendlichen die Kluft zwischen eigenen Vorstellungen von der Berufswelt und der Realität. Einzelne Aussteller sehen die Berufsschauen denn auch als Beitrag zur Reduktion dieser Kluft. Sie beurteilen die Berufsschauen als geeignete Massnahme, die ihren Zweck besonders dann gut erfüllt, wenn möglichst viele Berufe vertreten sind. Allgemein, so der Tenor der befragten Aussteller, zeigen die AusstellerkollegInnen Goodwill und möchten ihren Beitrag zur Stärkung der Berufsbildung und zur Unterstützung des Berufswahlprozesses der Jugendlichen auch weiterhin leisten. Damit dies so bleibt, ist aber darauf zu achten, dass die Standgebühr nicht zu hoch ausfällt.

### 3.7.3.2 Strategie und Standkonzeption

Stände werden entweder für lediglich eine oder für mehrere Berufsschauen in verschiedenen Kantonen konzipiert. Die Verbände bzw. Verbandssekretariate liefern das Material, der Aussteller baut auf und ab und ergänzt den Stand passend für die jeweilige Region. Mehrheitlich sind die regionalen Akteure selber für die Standkonzeption verantwortlich. Geeignete Plakate, Videos und Flyer oder andere Handouts können meist vom Verband bezogen werden, wenn solche zur Verfügung stehen.

Mehrere Befragte gaben an, eine oder mehrere Berufsschauen besucht zu haben, bevor sie den eigenen Stand planten. Dies gilt auch heute noch, wenn der Auftritt neu konzipiert werden soll. Letzteres dürfte häufig vorkommen, da Aussteller für ihren ersten Auftritt – gewissermassen ein begrenzter Probedurchgang – bisweilen noch nicht allzu viel investieren. Mit Blick auf das Erzielen eines guten Kosten-Nutzen-Verhältnisses wollen sie erst einmal Erfahrungen sammeln. Je nach Resonanz bei den BesucherInnen definiert dann der eine oder andere Aussteller die Strategie wieder von Grund auf. Die Befragten lassen sich gerne auf das junge Publikum ein, erweisen sich als sehr lernbereit und scheinen mit wachsender Erfahrung auch mehr und originelle Ideen zu entwickeln, wie sie ihr Berufsfeld dem Publikum noch besser vorstellen könnten.

Ausstellern ist es grosses ein Anliegen, ihre/n Beruf/e durch Standaktivitäten, die eine typische Berufstätigkeit darstellen, ein Stück weit erlebbar zu machen. Einige ProjektleiterInnen machen dies auch zu einer der Auflagen an die Aussteller. Die Möglichkeiten sind allerdings branchenabhängig. Tätigkeiten eines Handwerkerberufs lassen sich im Allgemeinen besser darstellen und durch die BesucherInnen ausprobieren als klassische Büroberufe im Handel und in Dienstleistungsunternehmen.

Die Absicht, (interessierte) Jugendliche für einen Besuch des eigenen Stands zu gewinnen, haben natürlich alle Aussteller. Erfolg ist aber nicht allen gegeben, insbesondere, wenn sie zu sehr auf BesucherInnen warten. Die Aussteller verfolgen auf den ersten Blick ähnliche, bei differenzierter Betrachtung aber doch auch unterschiedliche Strategien.

- Je nach Branche oder Lehrberuf müssen Aussteller kaum oder grosse Anstrengungen unternehmen, um auf ihren Stand aufmerksam zu machen. Im einen Fall resultiert aus der Demonstration von typischen Berufstätigkeiten, Wettbewerben und Giveaways ein gleichmässiger Besucherstrom, der für beide beteiligten Seiten zufriedenstellend ist. Im andern Fall wird ein Stand förmlich überannt, was die Qualität von Gesprächen mit den einzelnen (wirklich interessierten) BesucherInnen beeinträchtigt (*vgl. dazu auch Abschnitt 3.8 Beobachtungen, Seite 46*).
- Je eher den BesucherInnen attraktive Preise oder Giveaways ohne grosse Anstrengung winken, desto grösser ist die Gefahr für letztere Situation. Fördern Aktivitäten und Wettbewerbe stattdessen eine Auseinandersetzung mit den vorgestellten Berufen, etwa indem Wettbewerbsantworten



nur im direkten Kontakt in Erfahrung gebracht werden können, findet eher eine Selektion statt und kommt eher ein Gespräch mit den BesucherInnen zustande.

- Einzelne Aussteller schicken auch Personal los, um Jugendliche auf ihrem Gang durch die Berufsschau anzusprechen und an den Stand zu holen. Allerdings goutieren es nicht alle Mitaussteller, wenn dies auf zu offensive Weise geschieht.
- Originell erschien jener Stand (Informatik-Berufe), deren BerufsbildnerInnen und Berufslernende das Problem mit den „scheuen Jugendlichen“ mithilfe von T Shirts mit dem Aufdruck «Frag mich!» lösten.
- Statt auf Fragen der BesucherInnen zu warten, stellen Aussteller ihrerseits Fragen an die Jugendlichen, verwickeln sie in ein Gespräch über den Beruf und allgemeine Aspekte der dualen Berufslehre.
- Einzelne Aussteller haben ihr Standpersonal – zum Teil unter Einsatz von Videotrainings – einer Schulung durch eine Kommunikationsfachperson unterzogen.
- Die Aussteller setzen Plakate, Videos, Broschüren, Flyer und interaktive Medien als Informationsträger ein, die von den BesucherInnen individuell konsultiert oder im Gespräch einbezogen werden können.

### 3.7.3.3 Anzahl und Qualität der Besucherkontakte

Die Aussteller der ZEBI beurteilen die Besucherzahlen zu 84% und die Qualität der Gespräche zu 85% als (sehr) gut.

Quelle: ZEBI-Ausstellerbefragung

Bis auf wenige Ausnahmen zeigen sich alle befragten AusstellerInnen mit den Besucherzahlen an ihren Ständen zufrieden. In einem Fall wurde ein ungünstiger Standort (kleiner Stand abseits der Hauptgänge) für tiefe Besucherzahlen verantwortlich gemacht. Einzelne Aussteller sahen sich demgegenüber von Jugendlichen sprichwörtlich überannt, sodass für fruchtbare Gespräche kaum Zeit blieb.

Alle Aussteller berichten von guten Begegnungen mit SchülerInnen mit einem glaubhaften Interesse an den vorgestellten Lehrberufen. Diese Kontakte machen in der Regel aber nur einen kleinen Teil aller BesucherInnen am Stand aus. Am Wochenende ist der Anteil erfahrungsgemäss höher, wenn die SchülerInnen in die Berufsschau wirklich interessanten Gesprächen teilnehmen, denn während den Wochentagen, wenn die die Gruppendynamik unterschätzende Gruppe für einen dem «Anführer»

*„Was muss ich einem jungen Mensch sagen, wenn er fragt: was sind die Sonnen- und die Schattenseiten des Berufes? [...] je nach Erwartungen kann eine Situation für den einen Sonne und für den nächsten Schatten bedeuten.“*

Quelle: ZEBI-Ausstellerbefragung

Viele Aussteller nehmen

grossen Unterschiede darin wahr, wie die SchülerInnen von ihren Lehrpersonen auf die Berufsschau vorbereitet werden und welche Aufträge sie zu erfüllen haben (vgl. Abschnitt 3.7.4, Seite 36). Gut vorbereitete SchülerInnen besuchen den Stand gezielt, haben sich etwas überlegt und im Idealfall auf den Beruf und die eigenen Interessen abgestimmte Fragen vorbereitet. Eher auf Ablehnung stossen bei den Ausstellern „vorgefertigte Fra-

*gebogen, die von den SchülerInnen blind abgearbeitet“* werden. Teilweise würden „ohne zu studieren Fragen vorgelesen“, die mit dem vorgestellten Beruf gar nichts zu tun haben (*Welche Werkzeuge werden benutzt? – bei Berufen, die ohne Werkzeuge i.e.S. auskommen*), die zu allgemein sind oder die die Jugendlichen offensichtlich selber nicht verstanden haben.

Der Vergleich zwischen den Berufsschauen ergibt, dass SchülerInnen aus Sicht der Aussteller besser vorbereitet an die Berufsschau kommen, wenn die Projektleitung der Berufsschau den Lehrpersonen konkrete Hilfsmittel zur Verfügung stellt und so Einfluss nehmen kann, auf welchem Boden die Gespräche aufbauen. Bei den Aufträgen an die SchülerInnen sollte aus Sicht einzelner Aussteller aber nicht vergessen gehen, dass die Berufsschauen auch dazu einladen sollen, unbekannte Berufe zu erkunden.

#### **3.7.3.4 Kosten-Nutzen-Verhältnis**

Bei einer Vollkostenrechnung fallen für die Aussteller folgende Kostenarten an:

- Konzeption des Standes, Planungs- und Vorbereitungsarbeiten
- Produktion gemeinsam verwendeter und eigener Standelemente
- gemietete Standfläche und Standelemente (inkl. Nebenkosten)
- Zeit für Standaufbau und -abbau
- Präsenzzeiten am Stand

Der grösste Einzelposten ist in der Regel die Miete. Sie kann schon bei einem kleinen Stand von 20 m<sup>2</sup> CHF 5'000 ausmachen, bei einer sechstägigen Berufsschau ist bald einmal ein Budget von CHF 15'000 – 20'000 erforderlich. Aussteller, die grosse Flächen mieten, zahlen bisweilen allein für die Miete CHF 30'000 und mehr, offerieren Wettbewerbspreise für gesamthaft bis zu CHF 10'000 usw. So kommen beträchtliche Beträge zusammen, die sich nicht alle Verbände leisten können, insbesondere, wenn sie nicht mitgliederstark sind.

Je nach den verfügbaren finanziellen Mitteln und dem kreativen Potenzial der Aussteller resultieren unterschiedlich grosse Stände mit unterschiedlichem Equipment. Die finanzielle Situation entscheidet auch, ob die geleisteten Stunden entschädigt werden oder nicht. Für überregionale Verbände stellt sich abhängig vom Budget zudem die Frage, an wie vielen und an welchen Messen teilgenommen werden kann. Es liegt auf der Hand, dass die Höhe der Standmiete für die eher finanzschwachen Aussteller mehr ins Gewicht fällt. Aber selbst bei überregionalen Akteuren entscheidet mitunter die Standmiete, ob ein Auftritt an einer bestimmten Messe in Frage kommt. Dabei kann ein Unterschied von einigen tausend Franken bedeutend sein.

Kosten und Zeitaufwand für einen Messeauftritt lassen sich recht gut abschätzen. Demgegenüber ist der konkrete Nutzen für viele Aussteller schwierig fassbar, allein auch deshalb, weil wenige Versuche unternommen werden, einmal bei Verbandsmitgliedern systematisch nachzufragen. Einzelne befragte Aussteller beobachten im Anschluss an die Messe aber mehr Anfragen für Schnupperlehren; andere wissen von Berufslernenden oder Jugendlichen in der Schnupperlehre, die über einen Erstkontakt an der Berufsschau rekrutiert wurden. Mehrere Befragte sind zudem überzeugt, dass der Messeauftritt aufgrund der vielen Kontakte mit BesucherInnen zur Bekanntheit ihrer Berufe beiträgt. Auch das Gefühl, etwas Gutes für die Jugendlichen geleistet zu haben, ist für manche Aussteller eine Entschädigung. (Weitere Ergebnisse zum Nutzen eines Messeauftritts unter Anhang A3.2)

Keiner der von uns befragten Aussteller stellt das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Berufsschauen als untragbar in Frage, was den hohen Stellenwert widerspiegelt, den Berufsverbände und Lehrbetriebe den Berufsschauen beimessen.

Finanziell schwächere und überregionale oder nationale Akteure wägen die Teilnahme an den einzelnen Messen aber besonders genau ab. Für erstere entscheidet mitunter nicht das subjektive Kosten-Nutzen-Verhältnis über eine Teilnahme, sondern die absolute Höhe der Kosten. National tätige Akteure vergleichen das Kosten-Nutzen-Verhältnis zwischen den einzelnen Berufsschauen, wobei Berufsschauen mit vergleichsweise hoher Standmiete nicht unbedingt einen höheren subjektiven Nutzen zu generieren scheinen.

#### **3.7.3.5 Organisation und Infrastruktur**

Die Organisation der Berufsschauen erfolgt aus Sicht der Aussteller reibungslos. Überregionale Akteure, die ihre Berufe an mehreren Berufsschauen vorstellen und deshalb Vergleiche anstellen können, beobachten zwar Unterschiede in der Professionalität. Allerdings bewerten sie diese nicht als sehr gravierend. Abgesehen von einer möglichst einfachen Abwicklung der Stand- und Materialmiete wird von den Ausstellern besonders geschätzt, wenn

- genügend Zeit zum Einrichten besteht (z.B. ZEBI zwei Tage im Voraus),
- eine gute Zufahrt zum Ausstellungsgelände gewährleistet wird, auch während der Berufsschau,
- die Standzuweisung thematisch erfolgt und
- den BesucherInnen die Orientierung durch lesbare Pläne sowie eine gute Ausschilderung der Hallen, Stände oder Ausbildungsfelder leicht gemacht wird.

#### **3.7.3.6 Diskussion**

Aussteller gehören meist einer grösseren Gruppe von Akteuren einer Branche an, die die Berufsschau zusammen bestreiten. Es kommt aber auch vor, dass jemand einen Stand allein betreibt, etwa wenn weit und breit kein weiterer Berufskollege greifbar ist, der bei der Standbetreuung mitmacht. In diesen Fällen ist es gut möglich, dass ein Stand während der Öffnungszeiten auch einmal unbedient bleibt (Pausen, Mittagszeit). Dies muss nicht schlimm sein. In Berufsschauen etwa mit engen Platzverhältnissen sind Nachbarn nahe und helfen aus, melden den Jugendlichen, wann der Fachmann oder die Fachfrau wieder am Arbeitsplatz ist.

Die Aussteller bringen offenkundig eine hohe Motivation mit, den interessierten Jugendlichen ihren Beruf bzw. ihre Fachrichtung oder gar ihr Ausbildungsfeld zugänglich und verstehbar zu machen. Zumeist können sie seitens ihres Verbandes auf Unterstützung zählen. Diese kann grösser oder kleiner, professioneller oder wenig professionell ausfallen. Am Ende liegt es ohnehin immer an den lokalen Akteuren, Ökonomie, Qualität des Auftritts und Präsenzzeit während der ganzen Dauer der Berufsschau unter einen Hut zu bringen. Natürlich legen die einzelnen Aussteller die persönliche Messlatte unterschiedlich hoch. Die Balance zwischen dem Wünschbaren und dem Machbaren scheinen die meisten zu finden, nicht zuletzt mit kreativen Ideen.

Eher finanzschwache Aussteller nehmen logischerweise weniger häufig an einer Messe teil oder schliessen sich einem anderen Aussteller an, um erste Erfahrungen und eine Entscheidungsgrundlage zu gewinnen, ob sie auch zukünftig in die Messeauftritte investieren möchten.

### **3.7.4 Lehrerinnen und Lehrer**

#### **3.7.4.1 Aufbau des Berufswahlunterrichts und Integration der Berufsschau**

Die meisten befragten Lehrpersonen orientieren sich an kantonalen Bestimmungen zum Berufswahlunterricht. Je nach Kanton beginnen die Schülerinnen und Schüler in der 7. Klasse im Rahmen der ersten Berufsorientierung, ihre beruflichen Interessen zu erkunden. Vereinzelt findet bereits ein erster Kontakt mit der Berufswelt statt. Der Berufswahlunterricht startet in den meisten Kantonen in der 8. Klasse (10. Klasse HarmoS). Die Jugendlichen machen sich mit verschiedenen Berufsbildern vertraut (Filme, [www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch), Berufskataloge u.a.), besuchen das BIZ, stellen einen ersten Kontakt zur Berufsberatung her. Ein Elternabend fokussiert auf die Berufswahl, die SchülerInnen bereiten eine Schnupperlehre vor und absolvieren diese, schreiben Bewerbungen mit Lebensläufen und üben die Kontaktaufnahme mit den Lehrbetrieben und das richtige Auftreten (keine abschliessende Aufzählung). Mehrere der befragten Lehrpersonen sehen sich in der Rolle als Coach, um insbesondere jene SchülerInnen zu unterstützen, die sich schwer tun, ihre Fähigkeiten überschätzen oder sich nur auf einen Beruf fokussieren.

Der Besuch einer Berufsschau eignet sich aus Sicht der Lehrpersonen am besten im ersten Semester der 8. Klasse, bevor Schnupperlehren eingefädelt und absolviert werden. Die meisten SchülerInnen befinden sich zu diesem Zeitpunkt mitten in der Auseinandersetzung mit verschiedenen Ausbildungsoptionen und haben bisweilen bereits erste Richtungsentscheide gefällt oder sogar Prioritäten gesetzt. Die Berufsschau kann an den Berufswahlunterricht anknüpfen – die Termine August und September sind allerdings dazu etwas früh angesetzt – und vermittelt zusätzliche Informationen und Eindrücke. Findet eine Berufsmesse im Jahr statt, in dem die Jugendlichen des Einzugsgebiets die 7. Klasse besuchen (bei Berufsschauen, die alle zwei oder drei Jahre durchgeführt werden), gibt es weniger Bezüge zum Unterricht. Der Besuch der Berufsschau dient den SchülerInnen in diesem Fall vor allem der Erkundung der Berufsvielfalt und dem Mittun, wo Hand angelegt werden kann. Während die meisten befragten Lehrpersonen einen Messebesuch in der 9. Klasse als zu spät betrachten, kann er aus Sicht einzelner Lehrpersonen für jene SchülerInnen hilfreich sein, die zu diesem Zeitpunkt noch keine Wahl getroffen haben, sich mit der Lehrstellensuche besonders schwer tun und Anwärter auf einen Platz in einem Brückenangebot sind.

#### **3.7.4.2 Vor- und Nachbereitung des Besuchs der Berufsschau**

Die grosse Mehrheit der Lehrpersonen bereitet den Besuch der Berufsschau vor und schickt ihre SchülerInnen mit einem konkreten Auftrag an die Messe. Solche Aufträge variieren aber stark in der Konzeption und Ausführung. Zumindest kann dies aus Aussagen der Lehrpersonen, aber auch der Aussteller und der SchülerInnen sowie aufgrund von eigenen Beobachtungen geschlossen werden.

Die Aufträge lassen sich danach beschreiben, welcher Fokus definiert wurde, ob und wie Fragen vorbereitet werden und wie der Besuch der Berufsschau nachbereitet wird. *Tabelle 9* vermittelt eine schematische Übersicht dieser drei Elemente mit jeweils vier Unterteilungen. Die idealtypisch höchste Stufe (Niveau 1) entspricht dabei dem höchsten Konkretisierungsgrad und verlangt am stärksten nach einer Vorbereitung und einer persönlichen Auseinandersetzung der SchülerInnen.

**Tabelle 9: Beschreibung der Aufträge an die SchülerInnen für den Messebesuch**

Stufe	Fokus	Fragen vorbereiten	Nachbereitung
1	1–4 Beruf(e), sorgfältige Auswahl, Anforderungen müssen erfüllt sein	Persönliche, individuelle Fragen für eine Auswahl an Berufen (was muss ich noch wissen, um mich entscheiden zu können?)	Persönliche Auseinandersetzung, was habe ich gelernt, wie bringt mich der Messebesuch weiter in meiner Berufwahl
2	1–6 Beruf(e), Auswahl nach Interessen (Traumberuf),	Vorgefertigte Fragen von ExpertInnen (aus Berufswahltagbuch o.ä.)	Portrait über eine Auswahl an Berufen (Vorträge, Reportagen, Video, Poster etc.), Vorstellen der Berufe in der Klasse
3	Berufe erkunden, ausprobieren, Vielfalt erkennen	Vorgefertigte Fragebogen/Checklisten	wenig strukturierte Nachbesprechung
4	kein Fokus	keine Fragen vorbereitet	keine Nachbereitung

Die Liste könnte mit der Angabe ergänzt werden, ob die SchülerInnen aufgefordert werden, den direkten Kontakt mit Ausstellern zu suchen (*vgl. unten, Abschnitt 3.7.4.3*), ob andere Informationsquellen ([www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch), Berufskataloge u.a.) genutzt und Fragen für die Berufsschau darauf abgestimmt werden. Zudem kann ergänzt werden, ob unter den ausgewählten Berufen (Niveaus 1 und 2) auch ein unbekannter Beruf sein soll, ob die Messepläne studiert werden und ob die SchülerInnen die Aufträge alleine, zu zweit oder in der Gruppe auszuführen haben. In einem Beispiel waren die SchülerInnen zudem aufgefordert, Berufe auszuwählen, die sie nicht interessieren, was mit Blick auf die Unterstützung der SchülerInnen in ihrem Berufswahlprozess aber nicht sinnvoll ist.

Die Übersicht und Aufzählung will dafür sensibilisieren, wie unterschiedlich die in der Praxis verwendeten Instrumente sein können. Aus den qualitativen Gesprächen geht nicht hervor, wie viele Lehrpersonen ihren SchülerInnen entsprechende Aufträge erteilen. Falls die Projektleitung der Berufsschau die Lehrpersonen dazu animiert und anleitet, mit ihren SchülerInnen eine Auswahl an Berufen zu treffen und individuelle Fragen vorzubereiten, wird dieses Angebot von den meisten Lehrpersonen aufgegriffen und umgesetzt. Entsprechend vorbereitete Hilfsmittel beurteilen die Lehrpersonen mehrheitlich als nützlich. Stellt eine Berufsschau den Lehrpersonen keine Hilfestellungen zur Verfügung, geben diese häufiger selber vorgefertigte Fragebogen an ihre Klasse ab, mit vergleichsweise schlechterem Resultat. Die Nachbereitung mit den SchülerInnen scheint am häufigsten darin zu bestehen, dass diese einander verschiedene Berufe vorstellen müssen (*Tabelle 9, Niveau 2*).

### **3.7.4.3 Direkter Kontakt zwischen SchülerInnen und Ausstellern**

Dass Berufsleute und PraktikerInnen vor Ort Auskünfte geben und unverbindlich befragt werden können, sehen einige befragten Lehrpersonen als grossen Vorteil der Berufsschauen gegenüber anderen Informationsangeboten. Die meisten Lehrpersonen motivieren ihre SchülerInnen und üben mit ihnen zuweilen auch den direkten Kontakt mit den Ausstellern. Einige Lehrpersonen verlangen (in den Aufträgen) von den SchülerInnen auch, dass sie mit den Ausstellern das Gespräch führen. Dagegen wenden mehrere Lehrpersonen ein, dass viele SchülerInnen zu gehemmt seien, den Kontakt zu den Ausstellern von sich aus zu suchen. Einige appellieren daher an die Aussteller, nicht einfach zu warten, sondern auch selber auf die Jugendlichen zuzugehen und sie in ein Gespräch zu verwickeln. Im Übrigen falle es den SchülerInnen allgemein leichter Kontakt mit den anwesenden Ausstellern zu suchen, wenn Berufslernende an den Ständen präsent seien.

Einzelne Lehrpersonen motivieren ihre SchülerInnen, die Aussteller auf Möglichkeiten für Schnupperlehren oder Lehrstellen anzusprechen.

#### **3.7.4.4 Vorteile der Berufsschauen und resultierender Nutzen**

Neben der Möglichkeit, mit BerufspraktikerInnen und Lernenden ins Gespräch zu kommen, bieten Berufsschauen aus Lehrerperspektive zwei weitere Vorteile gegenüber anderen Berufsinformationsangeboten: Zum einen wird in sehr kompakter Art und Weise eine Vielzahl von Berufen vorgestellt. Zum anderen können viele Berufe anhand der dargestellten praktischen Handlungen wenigstens annäherungsweise praktisch erlebt werden. Letzteres ist aus Sicht einer befragten Lehrperson besonders wichtig, da es für die SchülerInnen immer schwieriger werde, eine Schnupperlehre absolvieren zu können.

Bis auf eine sind alle befragten Lehrpersonen davon überzeugt, dass die SchülerInnen vom Besuch der Berufsschau profitieren. Der individuelle Nutzen sei aber stark vom Stand im Berufswahlprozess und von der Reife der einzelnen SchülerInnen abhängig. Letztlich sei es schwierig, den Einfluss einer Intervention auf den Berufswahlprozess zu beschreiben. Insofern ist der Messebesuch für die meisten Lehrpersonen ein «*Puzzleteil*» unter vielen in diesem Prozess.

Einzelne Lehrpersonen gaben an, die Berufsschau auch selber zu nutzen, um sich über die verschiedenen Berufe zu informieren und auf dem Laufenden zu bleiben, wie sich die Berufsbildung entwickelt. Bisweilen nutzen Lehrpersonen den Messebesuch auch gezielt, um individuell mit einzelnen SchülerInnen Berufe näher kennenzulernen, für die die SchülerInnen bezüglich Anforderungsniveau in Frage kommen. Die Berufsschau hilft ihnen in diesem Fall auf effiziente Weise bei der Unterstützung jener SchülerInnen, die sich mit der Berufswahl schwer tun.

#### **3.7.4.5 Angebot und Qualität der Berufsschauen**

Alle befragten Lehrpersonen zeigen sich mit der Angebotspalette sowie mit den Sonderveranstaltungen zufrieden. Nur in Einzelfällen wird eine Berufsrichtung vermisst. Mehrere Lehrpersonen äussern aber den Wunsch, dass mehr Attestausbildungen (EBA) vorgestellt werden. Anregungen zu weiteren Sonderveranstaltungen werden in der Befragung keine geäußert.

Die Qualität der Berufsschau hängt einerseits von der Organisation ab, die von den Lehrpersonen durchweg positiv beurteilt wird. Geschätzt wird, wenn der Besuch der Schulklassen zeitlich koordiniert wird, wenn die Lehrpersonen alle für sie nötigen Informationen zugestellt bekommen oder diese gebündelt abrufen können und wenn die Anreise von der Messeleitung unterstützt wird (Extrazüge, Shuttlebus, Infos zur Anreise).

Mehrere Lehrpersonen zeigen sich beeindruckt, welchen Aufwand die Aussteller zur Darstellung von typischen Tätigkeiten in ihrem Beruf betreiben, welche Mühe sie sich geben und wie gut sie auf das junge Publikum zugehen. Lehrpersonen, die bereits in früheren Jahren mit ihren Klassen eine Berufsschau besucht haben, beobachten laufende Verbesserungen. Aus Sicht einiger Lehrpersonen bewege sich das Pendel zuweilen aber in die Gegenrichtung, etwa wenn einzelne Aussteller im Kampf um Aufmerksamkeit in Aktionismus verfallen (Wettbewerbe, attraktive Giveaways oder Aktionen ohne Bezug zum Beruf), der die SchülerInnen nur ablenke. Aus Sicht der Lehrpersonen vermittelt der ideale Stand einen praktischen Eindruck eines Berufes und wird von Personen betreut, die kompetent Auskunft geben können und von sich aus auf die Jugendlichen (BesucherInnen) zugehen. Wichtig sei

zudem, dass das Personal auf die unterschiedlichen Voraussetzungen der SchülerInnen eingehen könne. In diesem Zusammenhang würden es mehrere befragte Lehrpersonen begrüssen, wenn vermehrt auch EBA-Lernende oder ehemalige SchülerInnen der Sek B oder C am Stand präsent wären.

### 3.7.4.5 Diskussion

Zu erwarten, dass alle SchülerInnen von sich aus den Besuch der Berufsschau optimal nutzen, wäre nicht realistisch. Die Momente der Ablenkung sind einfach zu gross und zu zahlreich. Der Nutzen aus einem Besuch wächst umso mehr, je konkreter die von den Lehrpersonen übertragene Aufgabe ist und je mehr diese individualisiert ist. Dies bedingt eine Vorbereitung. Je eher im Vorfeld des Besuchs der Berufsschau eine Auseinandersetzung im Berufwahlunterricht stattfand, desto weiter sind die SchülerInnen schon. Der Zeitpunkt der Berufsschau passt da mehr oder weniger gut. Wird der Berufsschau ein hoher Stellenwert beigemessen, ist auch die Bereitschaft höher, im Vorfeld etwas mehr zu investieren. Die Chance, selber davon zu profitieren, scheint von etlichen Lehrpersonen nicht genutzt zu werden. Letztlich hängt der Vorbereitungsprozesse auch davon ab, wie stark eine Lehrperson die Unterstützung der SchülerInnen im Berufwahlprozess als ihre Aufgabe betrachtet.<sup>18</sup>

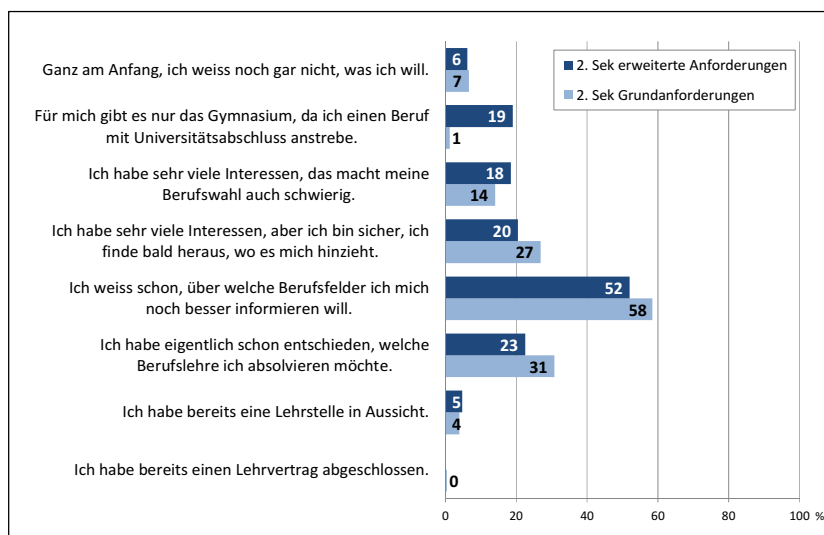
### 3.7.5 Schülerinnen und Schüler

Die Betrachtung der Berufsschauen aus der Perspektive der SchülerInnen basiert auf der Online-Befragung der SchülerInnen an drei Berufsschauen (n=693) sowie auf 27 qualitativen Interviews mit SchülerInnen an Berufsschauen sowie einige Wochen danach.

#### 3.7.5.1 Besuch der Berufsschau

Die überwiegende Mehrheit der SchülerInnen besucht die Berufsschau in der achten Klasse (10. Klasse HarmoS), sofern die Messen im Jahresrhythmus organisiert werden.

**Abbildung 2: Stand Berufswahl im Zeitpunkt des Besuchs der Berufsschau (N = 630)**



Die achte Klasse erweist sich als günstiger Zeitpunkt für den Besuch einer Berufsschau. Zwar haben vor allem SchülerInnen aus Klassen mit erweiterten Anforderungen „*eigentlich schon entschieden*“, welche Berufslehre sie ergreifen möchten bzw. dass sie ein Universitätsstudium anstreben. Dennoch steckt die grosse Mehrheit der Jugendlichen am Anfang

<sup>18</sup> Der Stand des Berufswahlunterrichts ist kantonal sehr unterschiedlich. Bemühungen für eine allgemeine Verbesserung der Situation (Strukturierung des Berufswahlprozesses, Rollenklärungen, Kooperation Berufs- und Laufbahnberatung und Schulen usw.) laufen aber oder sind mancherorts bereits abgeschlossen.

oder mitten in einem Suchprozess, in dem sich zwar schon eine Neigung zu bestimmten Berufslehren herauskristallisiert hat, aber noch nichts definitiv ist (*Abbildung 2*).

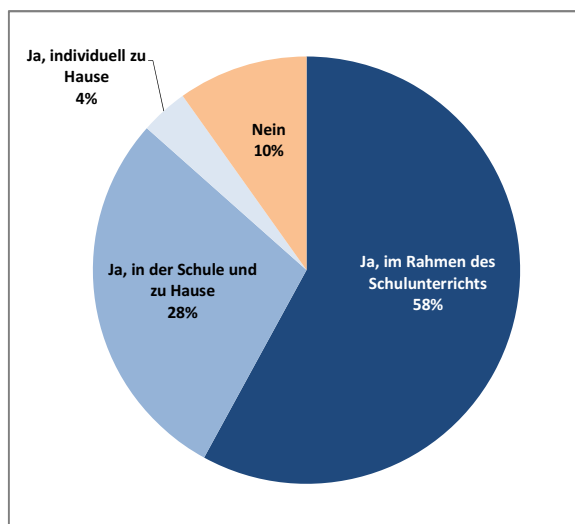
Der Besuch der Berufsschau erfolgt im Klassenverband, wobei rund ein Drittel der befragten SchülerInnen die Berufsschau ein zweites Mal besuchten. Meistens sind es die Eltern oder MitschülerInnen, die sie dabei begleiten.

### 3.7.5.2 Vor- und Nachbereitung des Messebesuchs

Mehr als vier Fünftel der SchülerInnen geben an, den Messebesuch in der Schule vorzubereiten. Ein Teil dieser SchülerInnen befasst sich zusätzlich zu Hause mit der Vorbereitung. Ohne Vorbereitung in der Schule findet zu Hause nur selten eine Vorbereitung statt (*Abbildung 2*).

Die Hälfte der SchülerInnen gibt an, dass ihre Lehrperson den Messebesuch mit ihnen ausführlich vorbereitet hat. Gut die Hälfte der SchülerInnen wurde von der Lehrperson aufgefordert, eine Auswahl an Berufen zu treffen und sich an der Berufsschau an den entsprechenden Ständen über sie zu informieren. Wie die Auswahl dieser Berufe erfolgte, ist aufgrund der Daten jedoch nicht zu beantworten.

**Abbildung 3: Vorbereitung des Messebesuchs**



Quelle: Online-Schülerbefragung

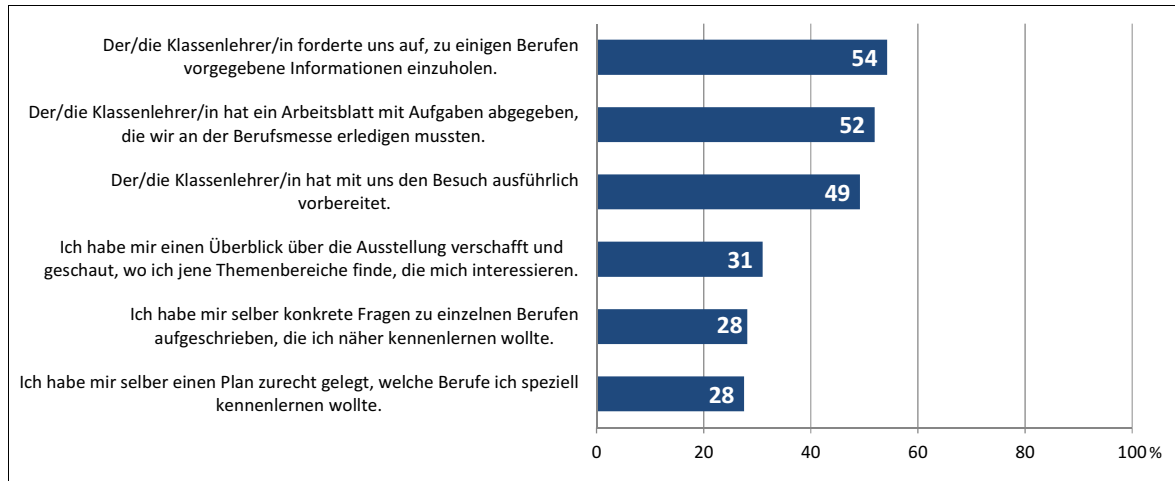
In den Interviews führen die SchülerInnen die Plattform [www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) oder Lehrmittel wie das Berufswahltagbuch als Hilfsmittel auf. Zuweilen erfolgte die Auswahl auch frei nach Interessen oder um unbekannte Berufe zu erforschen. Ebenfalls die Hälfte der SchülerInnen hat von der Lehrperson ein Aufgabenblatt erhalten, das an der Berufsschau durchzugehen war. Es sind keine Aussagen über den Inhalt möglich. Aufgrund der Aussagen von SchülerInnen, Lehrpersonen und Ausstellern ist davon auszugehen, dass es sich in einigen Fällen um vorgefertigte Fragen handelt, um das Gespräch mit Ausstellern zu suchen. Gut ein Viertel der Befragten SchülerInnen (Online-Befragung) gibt an, sich mit individuellen Fragen auf den Messebesuch vorbereitet zu haben.

Eine Nachbearbeitung findet im Gegensatz zur Vorbereitung seltener statt. Rund zwei Drittel der SchülerInnen gaben an, dass sie den Messebesuch in der Schule ausgewertet haben. Die Erzählungen der SchülerInnen decken sich mit dem Schema, das für die Lehrpersonen erstellt wurde (*siehe Tabelle 9*). Allerdings erwähnen die SchülerInnen meistens, dass der Besuch im Klassenverband nachbereitet und nicht individuell besprochen wurde. Daher bleibt offen, wie stark sich die SchülerInnen persönlich mit ihrem Besuch der Berufsschau auseinandergesetzt haben. Die gängigste Methode, die Berufsschau und die gezeigten Berufe in der Schulklasse zu diskutieren, ist das Vorstellen eines Portraits eines Berufes, entweder im Rahmen eines Vortrags, Plakates oder seltener eines Berichts. Die Ausführungen der SchülerInnen lassen jedoch darauf schliessen, dass sich diese Portraits noch weiter differenzieren lassen. Während einige SchülerInnen eine Kurzpräsentation von wenigen Minuten halten, mussten in



einem angetroffenen Beispiel die SchülerInnen je einen Beruf mit einem Plakat vertreten und so eine Mini-Berufsschau für die Eltern oder Bekannte durchführen.

**Abbildung 4: Art und Weise der Vorbereitung auf den Messebesuch (N = 693)**



Quelle: Online-Schülerbefragung

### 3.7.5.3 Direkter Kontakt zwischen SchülerInnen und Ausstellern

Gut die Hälfte der SchülerInnen (Online-Befragung) gab an, direkt mit Ausstellern in Kontakt gekommen zu sein. Werden eher flüchtige Kontakte oder das Mithören bei KollegInnen mitgezählt, dürfte der Anteil noch etwas höher liegen.<sup>19</sup> Aus den Interviews ist bekannt, dass die SchülerInnen ihre bereits vorbereiteten Fragen stellten und eher selten spontan handelten. Trotz der Vorbereitung gaben einige SchülerInnen an, dass sie sich zuerst überwinden mussten, auf die Aussteller zuzugehen. Meistens wurde ihnen dies aber erleichtert, indem Aussteller auf sie zukamen. Dies war vor allem dort der Fall, wo genügend Personal an den Ständen vertreten war. Im Gespräch lieferten die Aussteller den SchülerInnen meist zusätzliche Informationen, so dass ein Nachfragen von Seiten der SchülerInnen nicht als notwendig erachtet wurde und sie sogar mehr Informationen erhielten als gedacht. Dieses Verhalten wurde von den SchülerInnen sehr geschätzt. Die SchülerInnen hatten den Eindruck, dass die Aussteller ihnen die Berufe ausführlich erklärten, was dazu beitrug, dass die SchülerInnen sich eine bessere Vorstellung vom betreffenden Beruf machen konnten. Nach dem direkten Gespräch fühlten sich die SchülerInnen daher allgemein gut informiert, und die grosse Mehrheit der SchülerInnen schätzte das persönliche Gespräch als (sehr) hilfreich ein. Selbst jene SchülerInnen, die insgesamt wenig Nutzen aus der Berufsschau zogen, äusserten sich positiv zum persönlichen Gespräch.

77% der SchülerInnen in der Online-Befragung, die ein persönliches Gespräch mit den Ausstellern führten, fanden dies hilfreich bis sehr hilfreich.

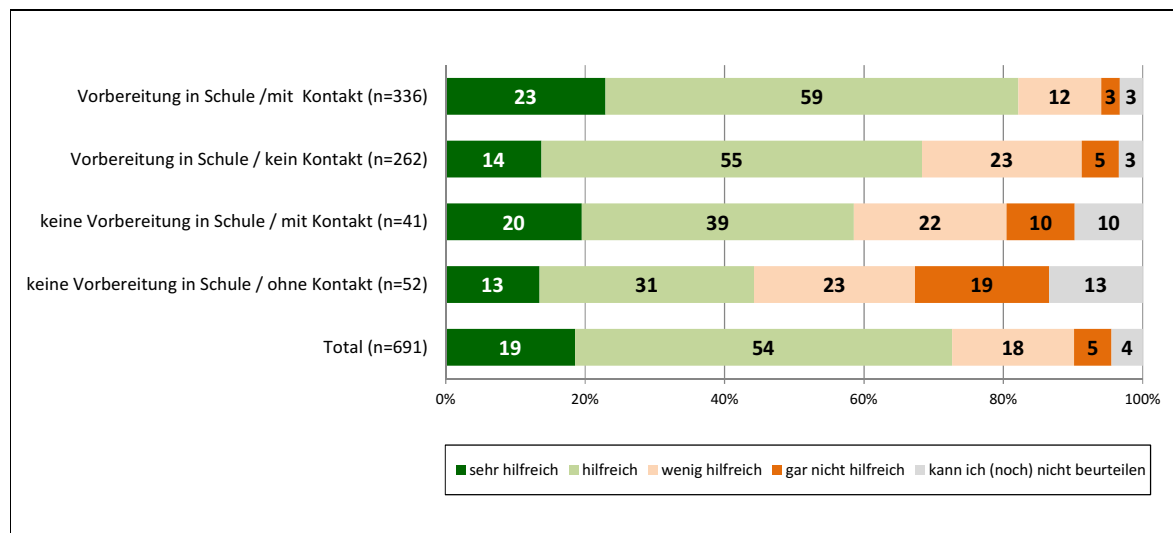
Quelle: Eigene Online-Befragung

<sup>19</sup> Mehrere SchülerInnen gaben an, keinen direkten Kontakt zu Ausstellern gehabt zu haben, aus ihren offenen Antworten wird aber ersichtlich, dass zuweilen doch ein Austausch stattfand.

### 3.7.5.4 Nutzen der Berufsschau für den Berufswahlprozess

Mit rund drei Vierteln beurteilte eine deutliche Mehrheit der befragten SchülerInnen den Besuch der Berufsschau als hilfreich bis sehr hilfreich für ihren Berufswahlprozess. Ob in der Schule eine Vorbereitung des Messebesuchs stattfand und ob die SchülerInnen in direkten Kontakt mit Ausstellern kamen – diese Faktoren haben einen wesentlichen Einfluss darauf, wie hoch der Nutzen eingestuft wird (s. *Abbildung 4, Seite 41*). Vor allem die Vorbereitung in der Schule wirkt sich positiv aus, da diese auch die Reflexion über den Nutzen zu fördern vermag. Auch durch den direkten Kontakt mit Ausstellern erhöht sich der Nutzen (zusätzlich). Dies wird in den offenen Antworten zum konkreten Nutzen immer wieder bekräftigt, indem die SchülerInnen deutlich häufiger auf die Gespräche mit Ausstellern verwiesen als beispielsweise auf das Ausprobieren von Tätigkeiten.<sup>20</sup>

**Abbildung 5: Vorbereitung, persönlicher Kontakt und Nutzen des Messebesuchs**



Die SchülerInnen profitierten vor allem von Informationen, die ihnen halfen, bisherige Vorstellungen von den Berufen zu bestätigen oder allenfalls zu korrigieren. Ebenso befanden die SchülerInnen den Messebesuch als nützlich, um einen Überblick über die Berufe zu gewinnen und so auch neue Berufe oder Alternativen zu ihrem bisherigen Berufswunsch zu entdecken. Insgesamt trug damit die Berufsschau zu einer Konkretisierung des Berufswunsches bei.

Demgegenüber fiel es den meisten SchülerInnen schwer, einen konkreten Nutzen zu benennen. Eine Minderheit der SchülerInnen sah gar keinen Nutzen in der Berufsschau. Diese BesucherInnen begründeten dies meist damit, dass sie bereits vor dem Messebesuch wussten, welchen Beruf sie erlernen wollen. Daher konnte die Berufsschau lediglich etwas bereits Bekanntes bestätigen (falls der von ihnen ausgewählte Beruf überhaupt vertreten war).

Eine weitere Ursache des fehlenden Nutzens sahen einige SchülerInnen in der geringen Zeit, die sie an der Berufsschau zur Verfügung hatten. Je nach Auftrag der Lehrperson und Fahrplan der Züge blieb ihnen mehr oder weniger Zeit, sich mit ihren bevorzugten Berufen auseinandersetzen.

<sup>20</sup> Auch wer die Messe zweimal besucht, beurteilt den Nutzen durchschnittlich höher, wobei diesbezüglich ein wechselseitiger Zusammenhang bestehen dürfte.

### 3.7.5.5 Angebot und Qualität

Das Angebot und die Qualität der Stände wurden mit den SchülerInnen nur am Rande diskutiert. Vielleicht auch weil die meisten ausgewählten Berufe an den Berufsschauen vertreten waren, beurteilten die SchülerInnen das Angebot der Stände als genügend und vielseitig. Einzig Kreativberufe oder Berufe mit Tieren wurden ab und zu vermisst. Ebenso war es für SchülerInnen, die eine Attestausbildung ins Auge fassen, schwieriger, entsprechende Angebote an den Berufsschauen zu finden.

### 3.7.5.6 Diskussion

Die Ergebnisse der Schülerbefragung decken sich mit den Ergebnissen der Aussteller- und Lehrerinterviews. Die Ergebnisse verweisen auf die Notwendigkeit, den Besuch der Berufsschau in der Schule vorzubereiten. Die Lehrpersonen sollen die SchülerInnen auffordern, den Kontakt zu den Ausstellern zu suchen und die Gesprächsführung oder Kontaktaufnahme auch mit den SchülerInnen üben.

Trotz Vorbereitung stellt das persönliche Gespräch mit einem Aussteller immer noch eine Herausforderung für die SchülerInnen dar. Gemäss den Lehrpersonen können die Aussteller dem durch klare Beschriftung der Stände entgegenkommen und indem sie proaktiv auf die SchülerInnen zugehen. Dem Dialog mit den Ausstellern ist gleiches Gewicht beizumessen wie den praktischen Betätigungsmöglichkeiten.

## 3.7.6 Eltern

Die folgenden Ausführungen zur Wahrnehmung und zum Nutzen der Berufsschauen aus der Perspektive der Eltern basiert auf 26 Gesprächen. Die meisten dieser Gespräche wurden vor Ort geführt. Rund ein Viertel der Gespräche sind plangemäss erst vier bis fünf Wochen nach der Berufsschau telefonisch geführt worden und bezweckten daher eine retrospektive Betrachtung des Nutzens. Die SchülerInnen der befragten Eltern besuchten in der Regel die siebte oder achte Klasse<sup>21</sup>. Bis auf einzelne Ausnahmen waren sie im höchsten oder mittleren Leistungsniveau, weswegen sich deren Fokus ausschliesslich auf EFZ- und weniger auf EBA-Ausbildungen richtete. Entweder besuchten die Kinder der befragten Eltern die Berufsschau bereits im Klassenverbund oder ein solcher Besuch war noch vorgesehen.

### 3.7.6.1 Vorbereitung und Absicht des Messebesuches

Von der Berufsschau hatten die meisten Eltern durch die Schule erfahren. Explizit zum Besuch aufgerufen wurden die befragten Eltern aber nicht von der Schule; einzelnen wurde der Messebesuch vom BIZ empfohlen.

Sämtliche befragten Elternteile besuchten die Berufsschau in Begleitung ihres Sohnes oder ihrer Tochter (und eventuell weiterer Familienmitglieder). Auf den Besuch der Berufsschau hatten sich die Eltern meist nicht speziell vorbereitet. Teilweise war ihnen die Berufsschau schon bekannt oder sie liessen sich von ihrem Sohn oder ihrer Tochter führen, zumal diese die Berufsschau schon vom Klassenbesuch kannten. Einige Eltern bereiteten sich kurz auf den Messebesuch vor, indem sie die Homepage oder den Plan studierten und sich Gedanken machten, welche Berufe sie anschauen möchten.

Das Beschaffen von Informationen über verschiedene Berufe stand beim Besuch der Berufsschau im Vordergrund, sei es im Gespräch oder anhand von Informationsblättern. Wie zielgerichtet die Eltern

---

<sup>21</sup> Die Eltern wurden unter anderem an der ZEBI sowie an der Berufsschau Liestal befragt. Diese Messen finden nur alle zwei Jahre statt, weswegen der Anteil SiebtklässlerInnen vergleichsweise hoch ist.

und Jugendlichen dabei vorgehen, hängt von den Bedürfnissen der Jugendlichen ab. Während Eltern mit Jugendlichen, die einen bestimmten Berufswunsch haben, auf einzelne Berufe fokussierten, verschafften sich andere einen allgemeinen Überblick. Zusätzlich nutzten mehrere der befragten Eltern die Berufsschau, um nach einer Alternative zu suchen, falls es mit dem ersten, meist sehr ausgeprägten Berufswunsch nicht klappen sollte.

Als zweiten Grund des Messebesuchs gaben die Eltern an, dass sie ihrem Kind zusätzlich zum Klassenbesuch noch mehr Zeit geben wollten. Diesen zweiten Besuch betrachteten sie als notwendig, da die Ausstellungshallen während des Klassenbesuches sehr voll waren und die SchülerInnen daher nicht alle notwendigen Informationen erhielten.

### **3.7.6.2 Angebot und Qualität der Stände**

Im Fokus des Interesses standen die Stände und weniger die angebotenen Sonderveranstaltungen, da für Letztere die Zeit zu knapp war oder gewisse Themen bereits in der Schule behandelt worden waren. Vom Angebot der Stände zeigten sich die Eltern sehr überzeugt. Sie bezeichneten die Qualität der Stände als sehr hoch. Sehr geschätzt wurden vor allem Aussteller, die sich grosse Mühe gaben, den Jugendlichen die typischen Tätigkeiten des Berufes zu veranschaulichen und so einen realistischen praktischen Einblick ermöglichten. Mehrere zeigten dabei auch Verständnis, dass sich nicht alle Berufe gleich gut veranschaulichen lassen.

Das Ausstellungsangebot empfanden die Eltern als ausreichend, um den Jugendlichen die Vielfalt der Berufswelt und des Bildungswegs aufzuzeigen. Je nach den eigenen Bedürfnissen kam es vereinzelt vor, dass einige Befragte einen Beruf vermissten. Ein Elternteil kritisierte, dass „EBA-Ausbildungen eher stiefmütterlich behandelt“ würden und die Aussteller selten fundierte Kenntnisse über Ausbildungsgänge mit EBA hätten. Einige Eltern wünschten sich, dass Aussteller noch konkreter zeigen, welche Tätigkeiten in einem Beruf ausgeübt werden – und sich dafür mit Wettbewerben zurückhalten. Ebenso fänden es einige Eltern<sup>22</sup> besser, wenn die Berufe noch stärker gruppiert würden.

### **3.7.6.3 Direkter Kontakt mit den Ausstellern**

Nahezu alle der befragten Eltern kamen in direkten Kontakt mit Ausstellern und führten ein vertiefendes Gespräch. Die Eltern empfanden die Aussteller als freundlich, hilfsbereit und sehr kompetent, so dass diese persönliche Interaktion als grosser Mehrwert der Berufsschau betrachtet wurde. Nicht nur die Eltern, sondern auch die Jugendlichen suchten das Gespräch, wobei die Eltern mit zusätzlichem Nachfragen weiterhalfen. Den Einbezug von Lernenden an den Ständen bewerteten die Eltern sehr positiv, da die Jugendlichen einen einfacheren Zugang zu Lernenden hätten und diese gleichzeitig auch eher wüssten, was die SchülerInnen beschäftigt. Einzelne Befragte erhofften sich denn auch, dass ihre Kinder die Berufslernenden ernster nehmen würden als erwachsene BerufsbildnerInnen. Zuweilen erkannten die Eltern die Notwendigkeit, die Berufslernenden an den Ständen besser zu schulen, damit diese die Jugendlichen auch auf weitere, wichtige Fragen lenken können.

### **3.7.6.4 Nutzen der Berufsschau für den Berufswahlprozess**

Mit der Berufsschau können die Eltern einerseits ihr eigenes Wissen über den Berufsbildungsbereich und die Ausbildungswelt aktualisieren, erhalten sie doch einen Überblick über zahlreiche Berufe und

---

<sup>22</sup> Nur Deutschschweiz.

deren aktuelle Bezeichnungen. Informationen kann zwar auch das Internet bieten. Viele der befragten Eltern fanden die Informationen aber unkomplizierter, ansprechender und kompakter in der Form der Berufsschau. Andererseits hilft der Messebesuch den Eltern, den Berufswahlprozess ihres Kindes zu begleiten. Indem sie ihr Kind an der Berufsschau erleben und selbst mit Ausstellern in Kontakt kommen, können sie in einer neuen Umgebung nachempfinden, wo ihr Kind steht und wie es an der Berufsschau auf unterschiedliche Impulse reagiert.

Aus der Sicht der Eltern unterstützt die Berufsschau ihre Kinder dabei, einen Überblick über die Berufswelt zu gewinnen und auch unbekannte Berufe kennenzulernen. Berufsschauen erlauben es den Jugendlichen zudem (ähnlich wie in einer Schnupperlehre), Berufe in der Praxis zu erleben, bisherige Vorstellungen von Berufen zu überprüfen und schliesslich den Berufswunsch einzugrenzen. In den retrospektiven Interviews gaben die meisten Eltern denn auch an, dass ihre Kinder den Berufswunsch nach dem Besuch der Berufsschau (weiter) eingrenzen konnten. Inwiefern dieser Effekt den Berufsschauen alleine zugeschrieben werden kann, bleibt allerdings offen, da zwischen Messebesuch und Interview der Berufswahlunterricht nicht stillstand (Besuch BIZ, Zukunftstag).

Die Rolle der Schule in der Berufswahl wurde in den Gesprächen mit den Eltern nur in vereinzelten Gesprächen thematisiert. Diese befragten Eltern bezeichneten einen Auftrag für die SchülerInnen als unerlässlich, damit diese von der Berufsschau profitieren. Einige Eltern sprachen sich dafür aus, dass die Berufswahl bereits in der siebten Klasse Priorität geniessen sollte, da ansonsten der Berufswahlprozess für die Jugendlichen mit den verschiedenen Etappen (Auswahl treffen, Schnuppern, Lehrbetriebe suchen, Bewerbungen) „zu stressig“ werde.

### **3.7.6.5 Diskussion**

Auch wenn sich nicht alle Eltern gleich stark beteiligen: Die tragende Rolle der Eltern im Berufswahlprozess ihrer Kinder kann nicht genug hervorgehoben werden. Berufsschauen unterstützen die Eltern darin, diese Aufgabe wahrzunehmen. Eltern sind deshalb ebenso eine wichtige Zielgruppe der Berufsschauen, und dementsprechend müsste man (noch) mehr Anstrengungen unternehmen, um die Eltern auf das Angebot aufmerksam zu machen, und ihnen mittels optimaler Rahmenbedingungen den Zugang erleichtern.

## **3.8 Beobachtungen (Augenschein vor Ort)**

*Unsere Rundgänge vor Ort ermöglichten praktische Anschauungen und vermittelten ein Gefühl der Atmosphäre an den Berufsschauen. Die (teilnehmende) Beobachtung zu allen Tageszeiten, also vom Eintreffen der Klassen am Morgen bis zur Schliessung um 17 Uhr (diverse Berufsschauen) oder am späten Abend (ESPOprofessioni) sowie an Wochentagen und Wochenenden lieferte einen wertvollen Hintergrund für die qualitativen Gespräche. Je näher die Datenaufnahme der Evaluation am Geschehen ist, desto besser gelingt es, Stärken und Schwächen auszumachen und sich zu einem Wirkmodell der Berufsschauen vorzuarbeiten. Was in den Fragebogen und in den Interviews aufscheint, gewinnt Kontur und Lebendigkeit.*

Nach Ankunft der Klassen – sie treffen den ganzen Tag zu vereinbarten Zeiten ein – entlassen die Lehrpersonen ihre SchülerInnen. Diese sind ab nun mehrheitlich auf sich selbst gestellt. Lehrpersonen blei-

ben anwesend, folgen bisweilen ihrer Klasse, machen sich mit einzelnen SchülerInnen auf den Rundgang oder besuchen die Stände für die eigene Information über Berufsbilder, Neuerungen u.a.m.

Praktisch bei allen besuchten Berufsschauen fällt die Schwierigkeit der Jugendlichen auf, sich anhand des Plans zu orientieren. Die Jugendliche bewegen sich selten allein, häufiger zu zweit, zu dritt oder in einer Gruppe, wobei nicht selten jemand den Ton angibt, den Weg vorgibt und entscheidet, wo angehalten und wann weitergegangen wird. Die Dynamik der Gruppe Gleichaltriger darf nicht unterschätzt werden. Die spontane Befragung von Schülergruppen zeigt, dass aufmerksame, interessierte Jugendliche zuerst die Vorgaben ihrer Lehrperson erfüllen (in der Regel das Beantworten von Fragen zu vorgegebenen oder selbst gewählten Berufsbildern) um nachher – gewissermassen in der «Kür» – den eigenen Vorlieben nachzugehen.

Die Fähigkeit der Aussteller (BerufsbildnerInnen und -lernende), interessierten Jugendlichen ihren Beruf zu vermitteln, ist zwar unterschiedlich entwickelt, meist aber auf einem erfreulichen Niveau. Die Liebe zum Beruf und das Engagement in der Funktion als BerufsbildnerIn sind unübersehbar. Ihr Fundus der Erfahrung beinhaltet nicht nur das eigene Berufsfeld, sondern alle Aspekte der Berufsbildung und der Berufslehre. Auf den zahlreichen kopierten oder von Lehrpersonen selbst produzierten Formularen fehlen oft entsprechende allgemeinere Fragen, die das Gespräch thematisch öffnen könnten. Im Zentrum stehen einzelne Berufsbilder, zu denen die jeweils gleichen – nicht immer zielführenden – Fragen gestellt werden. Jugendliche kleben an der Vorlage, waren bisweilen gar nicht dazu angehalten worden, eine eigene Strategie zu entwickeln, wie die 2–3 (kurzen) Stunden optimal zu nutzen wären.

Es ist schade zu beobachten, dass «es» die Jugendlichen oft schnell weiterzieht, zum nächsten Stand, dahin, wo «etwas läuft». Die an den Wochentagen mitgehörten Gespräche erreichen deshalb nicht immer die gewünschte Tiefe. (Anders sieht es aus, wenn die Eltern mitgehen. Es ist mehr Ruhe, keine KollegIn, die ablenkt.)

Der kritische Punkt ist der Moment der Kontaktaufnahme. Einige der anwesenden Berufslernenden sind zum Teil noch zurückhaltend, abwartend, was ein Problem ist, wenn sie am Stand nicht über einen Blickfang verfügen. Anders die Maurerlehrlinge. Schnell gelingt es, Schülerinnen zur Mithilfe beim Mauerbau zu bewegen – Spiegel der unterschiedlichen Berufskulturen und Berufsleute? Wohl ja.

Ein befragter Gipsermeister hat sich vorgenommen, an einem Morgen vier Gespräche mit interessierten Jugendlichen durchzuführen. Um 11 Uhr hat er dieses Soll erreicht und zeigt sich trotz vieler vorbeieilender Schülergruppen sehr zufrieden. Ein Kaminfegermeister und eine ausgelernte Berufsfrau empfangen die BesucherInnen, die von einem Berufslernenden abgefangen werden, zum Gespräch – funktionierende Arbeitsteilung!

Die Aussteller präsentieren ihre Berufe unterschiedlich ideenreich, was nur bedingt in einem Zusammenhang mit den Ressourcen der Verbände steht. Eine Kantonalbank wartet mit einer Lounge auf; die Lernenden warten am Schalter mit der an der Deskfront aufgedruckten Einladung «Grüezi». Die Jugendlichen haben keine Möglichkeit, die Tätigkeit in einer Bank visuell zu erfassen. Anders beim Schreinerhandwerk – fast eine ganze Werkstatt ist aufgebaut; ebenso bei den Automobilberufen (in den

ÜK-Räumen der Berufsschule), bei den KöchInnen, den Metallberufen, den Berufen in Elektronik und Automation oder Textil und Bekleidung, um nur ein paar Beispiele zu nennen.

Dass es natürlich auch Beschränkungen durch Vorschriften der Gesundheitsbehörde (Fleischfachmann/-fachfrau), des Lärmschutzes, der Arbeitssicherheit oder der Feuerpolizei gibt, nimmt man naiverweise erst mit der Zeit zur Kenntnis. Das Arbeiten mit Trennscheibe, Schweißgerät, Hammer und Meissel kommt deshalb allenfalls in Aussenräumen infrage. Etwas verloren stehen denn auch die bereits gefertigten Steinbänke als Ausstellungsgegenstände da. Das Problem ist erkannt, umso eher vermisst man in solchen Fällen mehr visuelle Formen der Präsentation (Fotoserien, Video).

Die Aussteller bemühen sich, die Berufe inklusive Karrieremöglichkeiten aufzuzeigen. Manchmal fällt auf, dass die höchste Sprosse der Karriere am Stand fast auffälliger gekennzeichnet ist als die berufliche Grundbildung, die «Lehre», die an ihrem Anfang steht.

Die Ablenkungen. In jeder von uns beobachteten Berufsschau hat es einige «Renner», die das Publikum in Strömen anlocken. Aber lange nicht alle dieser Aussteller sind darin erfolgreich, auch ein paar der anwesenden Jugendlichen in ein Gespräch einzubeziehen. Einige Aktivitäten haben nicht oder nur sehr entfernt mit Berufsinformation zu tun. Dies zeigt sich auch in Gesprächen mit anwesenden Lehrpersonen, die mit Skepsis auf die bisweilen überschwappende Jahrmarktatmosphäre hinweisen. Dann auch: Was gibt es wo zu holen? Giveaways landen in den Papiertaschen. Wissen die Jäger der Geschenke, auf welche Berufe, Karrieremöglichkeiten, Chancen die Spender hinweisen wollten?

Eine gewisse Erschöpfung, vielleicht auch Orientierungslosigkeit demonstrieren Jugendliche, die bereits nach einer Stunde am Boden sitzen und von ihrem Lehrer kaum dazu zu bringen sind, sich weiterzubewegen. Auf Nachfrage stellt sich heraus, dass es sich bei den Pausierenden unter anderem um AnwärterInnen auf das Gymnasium handelt. Ist es nicht möglich, sie für die Welt des Gewerbes und der Industrie zu interessieren? Doch – der Blick auf die Befragungsdaten (*vgl. z.B. Abschnitt 3.7.5, Seite 39*) zeigt es auf.

## 4. Beantwortung der Evaluationsfragen und Diskussion

### 4.1 Input

#### ***Welche Arten von Berufsschauen existieren bzw. lassen sich Berufsschauen in unterschiedliche Typen kategorisieren?***

Es lassen sich keine Typen im engeren Sinne beschreiben. Indessen gibt es einige Unterscheidungsmerkmale, bezüglich derer sich Berufsschauen mehr oder weniger stark voneinander abheben:

- **Professionalisierung der Organisation:** Berufsschauen mit meist grossen Einzugsgebieten und grossem Besucherpotenzial übertragen die Durchführung einer professionellen (Messe-)Organisation<sup>23</sup>. Die Verantwortlichen dieser Unternehmen zeichnen sich durch hohes Engagement aus. Die übrigen Berufsschauen organisieren sich selber, ziehen allenfalls für die Infrastruktur und Aufbauarbeiten Fachleute bei. Das Ergebnis lässt sich ebenfalls sehr gut sehen; diese Organisationsform passt gut zu kleineren Kontexten, wo Vernetzung und kurze Wege zum Tragen kommen.
- **Intervall der Durchführung:** Ab 2015 werden sechs der 17 Berufsschauen jährlich stattfinden. Alle anderen finden alle zwei, *cité des métiers*, *l'expo* (Genève) alle drei Jahre statt. Die zweijährige Durchführung ist einladender für kleinere Branchenverbände, die einjährige Durchführung besser eingepasst in den Berufswahlunterricht der Sekundarstufe I.
- **Dauer:** Fünf oder sechs Tage Öffnungszeit, davon ein Samstag, sind die Regel. Schaffhausen, Thurgau haben zwei, Aareland drei Tage offen.
- **Ausstellerprofil:** In einigen Berufsschauen sind Einzelfirmen häufiger unter den Ausstellern zu finden als in anderen. Dabei zeigen sich Unterschiede in der Präsentation dieser Firmen. Während die einen die Lehrberufe in den Vordergrund der Präsentation rücken, ist bei anderen der Beitrag zur Berufsschau marginal. Die Trägerschaften scheinen unterschiedlich strikt auf die Einhaltung der Richtlinie (Berufe im Vordergrund) zu achten, möglicherweise weil der finanzielle Beitrag (Standmiete) für eine ausgeglichene Rechnung willkommen und eine «Belehrung» dieser Aussteller seitens der Veranstalter nicht opportun ist.
- **Abgedeckte Berufsfelder:** In allen Berufsschauen stehen die (dualen) beruflichen Grundbildungen im Vordergrund. Wiederum eher die grossen Berufsschauen lassen aber mehr Raum für Höhere Fachschulen, Schulen der Tertiärstufe (FH, PH, Universitäten und Eidgenössische Hochschulen) oder vom Bund nicht anerkannte Angebote im weiten Gebiet der Erwachsenenbildung.
- **Obligatorischer Besuch:** Die Standortkantone der Berufsschauen halten sich in etwa die Waage in Bezug auf ein Obligatorium für Oberstufenschülerinnen und -schüler (meist 8. oder 7./8. Schuljahr, 6.–10. Schuljahr bzw. 8.–12. HarmoS im Kanton Gen v). Kantone ohne Obligatorium empfehlen den Besuch der Berufsschau. Lehrpersonen von Klassen mit erweiterten Anforderungen scheinen etwas häufiger auf einen Besuch der Berufsschau zu verzichten als solche von Klassen mit grundlegenden Anforderungen.

---

<sup>23</sup> Die Berufsschauen Zürich und Lausanne werden von den Trägerschaften vor Ort in Partnerschaft mit der MCH Group (Messe Schweiz) organisiert und profitieren so von Synergien.



***Ist es sinnvoll, nur Berufsschauen mit Fördergeldern zu unterstützen, die den Jugendlichen Gratiseintritte gewähren?***

Ja, die Regelung hat bei den unterstützten Trägerschaften grosse Akzeptanz. Sie sehen die Auflage nicht als Nachteil, eher als Vorteil. Der Gratiseintritt erleichtert es, den Besuch für Schulklassen zu empfehlen bzw. gar als obligatorisch zu erklären. Er setzt die Zugangsschwelle für die Zielgruppe Eltern tiefer und ist für die Trägerschaften einer der Gründe für den guten Publikumsaufmarsch.

***Bewährt sich das Berechnungsmodell der Sockelbeiträge oder entsteht dadurch in Bezug auf die Förderbeiträge ein Ungleichgewicht zwischen den Berufsschauen?***

Die Richtlinie des Bundes zum Mitteleinsatz beinhaltet Vorgaben, die relativ einfach zu erfüllen sind, gleichzeitig den Trägerschaften einen genügenden Handlungsspielraum belassen. Da der Modus zur Errechnung der Sockelbeiträge bekannt ist, sind die einer Berufsschau zustehenden Fördermittel transparent berechenbar und für das Budget planbar.<sup>24</sup> Die Formel hat den Vorteil einer einfachen administrativen Umsetzung – besonders auch nach Durchführung mehrerer Berufsschauen.

Sockelbeitrag und Beiträge für zusätzliche Leistungen haben allgemein eine die Budgets entlastende Wirkung. Für die Berufsschauen bedeuten sie eine willkommene und im Ausmass relevante finanzielle Unterstützung (rund 26% des Nettoaufwands). Dementsprechend kann die Evaluation die Frage nach der Zweckdienlichkeit der Fördermittel positiv beantworten.

Aufgrund der geltenden Berechnungsformel fliessen Mittel in besonderem Masse an Berufsschauen, die sich für grosse Flächen und lange Öffnungszeiten entscheiden. Trägerschaften, die sich auf diese Logik einstellen – häufiger die Trägerschaften in der Romandie und im Tessin – bevorzugen den Zwei- oder Dreijahresrhythmus. Die Konsequenzen sind

- eine Ausdehnung der «Kernzielgruppe» (grössere Altersspanne der SchülerInnen),
- eine weniger optimale Passung von Berufswahlunterricht und Besuch der Berufsschau,
- für kleine Berufs- und Branchenverbände eine Senkung der Teilnahmeschwelle,
- grössere Besucherzahlen pro Durchführung,
- geringere Kontinuität in Bezug auf die mit ihren Stammklassen teilnehmenden Lehrpersonen<sup>25</sup>,
- und vermutlich – hierzu gibt es keine verlässlichen Zahlen – auch eine andere Besucherstruktur.

Für Lehrpersonen, Schulklassen und Eltern der Einzugsgebiete der 17 Berufsschauen ergibt sich durch die unterschiedlichen Durchführungsintervalle eine gewisse Ungleichheit. Diese kann zwar individuell und bisweilen wohl auch als Schulklasse aufgefangen werden (Besuch einer anderen Berufsschau in den Jahren ohne Berufsschau im eigenen Kanton). Indessen bleibt der Fakt, dass die ausstellenden Betriebe dann nicht oder kaum Lehrbetriebe der eigenen Region sind.

Ein abschliessender Befund über die Vor- und Nachteile der jährlichen oder zwei- bzw. dreijährlichen Durchführung ist nicht möglich, da verschiedene Fragen noch offen bleiben. Da aber möglicherweise

---

<sup>24</sup> Die auf dem Finanzierungsgesuch basierende Verfügung des SBFJ beinhaltet provisorische Werte für die Fördermittel. Im Einzelfall erfahren sie nach dem Abschlussbericht eine Korrektur (z.B. wenn die Parameter – v.a. Standfläche oder zusätzliche Leistungen – zwischenzeitlich verändert wurden). Etwaige Korrekturen sind transparent und von den betroffenen Trägerschaften vorhersehbar.

<sup>25</sup> Beschliesst beispielsweise ein Volksschulamt ein Obligatorium für die 8. Klassen, kann es mitunter bis zu sechs Jahre dauern, bis eine Klassenlehrperson der Sekundarstufe I mit ihrer nächsten (8.) Klasse erneut eine Berufsschau besucht (gilt für Durchführungsintervall 2 Jahre).

ein Zusammenhang zwischen Finanzierungsmodus, Durchführungsrhythmus und Profil der Berufsschauen besteht, sollte die Finanzierungsfrage weiter im Auge behalten werden.

## 4.2 Aktivitäten

***Welche Aussteller und Branchen können für eine Teilnahme an den Berufsschauen gewonnen werden? Ist das Ausstellungsangebot ausreichend, um den BesucherInnen Vielfalt und Möglichkeiten des dualen Bildungswegs sowie weitere Perspektiven aufzuzeigen?***

Je grösser und (finanziell, personell) potenter ein Branchenverband oder ein Berufsverband ist, desto wahrscheinlicher ist seine Teilnahme an den Berufsschauen und desto wahrscheinlicher sind auch ein ausgeglichenes Kosten-Nutzen-Verhältnis und Synergien. Potenzielle Aussteller aus Berufsfeldern mit einer kleinen Zahl an Ausbildungsplätzen sind doppelt gefordert: Bei der Gestaltung eines attraktiven Standes und für die Gewährleistung der 5- bis 6-tägigen Präsenz an der Berufsschau mit geeignetem Personal. An kleinen Berufsschauen sind diese Aussteller zwangsläufig weniger vertreten.

Die Berufsschauen führen in ihrem Messekatalog, ihrer Messezeitung lange Listen der vorgestellten beruflichen Grundbildungen EFZ und EBA sowie eidgenössisch anerkannten Abschlüsse der höheren Berufsbildung auf. Die Stände der Ausbildungsfelder, Berufe und von Informations- und Beratungsstellen erfüllen erfolgreich den Zweck, einen Blick in die Berufsbildung zu ermöglichen. Die Projektleitungen sind sich allfälliger Lücken bewusst und versuchen, diese durch Kontaktaufnahme mit den entsprechenden Branchenverbänden, Betrieben oder Betriebsverbänden zu schliessen. Viele der in Befragungen als „*fehlend*“ monierten Berufe sind in den Berufsschauen vertreten, man muss sie nur finden (*vgl. Orientierungsprobleme der Jugendlichen*).

***Wie kann die Koordination und Zusammenarbeit zwischen regionalen Berufsschauen verbessert werden, um Synergien nutzen zu können und einen Wissenstransfer zu ermöglichen?***

Die Bezugsgrösse einer Berufsschau ist der jeweilige, geografisch definierte Aktionsraum der Trägerschaft. Da diese Aktionsräume (Gebiet eines oder mehrere Kantone) untereinander abgegrenzt sind, haben die Befragten kaum Koordinations- und nur beschränkt Kooperationsbedarf. Die französischsprachigen Berufsschauen und ESPOprofessioni sprechen ihre Termine im Voraus ab. In der Deutschschweiz haben sich die bisherigen Termine etabliert. 2014 wurden die ersten nationalen Berufsmeisterschaften (SwissSkills) ausgetragen. Der Termin überschneidet sich mit der Thurgauer Berufsschau, die dadurch Nachteile erwartet (voraussichtlich deutlich weniger Präsenz der Aussteller). Alle Projektleitungen sowie auch viele Trägerschaftsmitglieder besuchen eine, meist aber mehrere andere Berufsschauen, um sich auszutauschen, zu lernen und Anregung zu holen.

Die Projektleitungen der grossen Berufsschauen haben sich auch schon zum Gedankenaustausch getroffen. Sehr willkommen sind weitere, vom SBFI initiierte Erfa-Veranstaltungen auf nationaler Ebene, allenfalls auch unter Einbezug interessierter Aussteller.

***Wie wird die Qualität der Anlässe sichergestellt, wo gibt es Verbesserungsmöglichkeiten?***

Alle Berufsschauen zeichnen sich durch eine starke Partnerschaft von öffentlicher Hand und Wirtschafts(dach)verbänden sowie (weniger häufig) Arbeitnehmerorganisationen aus. Diese Kooperation bildet ein verlässliches Fundament der Berufsschauen. Weitgehend Standard ist auch die gemeinsame Präsenz von BerufsbildnerInnen und -lernenden an den Ständen. Einige der Aussteller unternehmen

zudem sehr viel, um die Lernenden auf ihre Rolle an der Berufsschau vorzubereiten (spezielles Briefing, Training mit externen Coaches u.a.). Weitere beobachtete Qualitätsmerkmale sind:

- Funktionierende Kooperation von Projektleitung und beauftragter Messeorganisation.
- Vermittlung der Erwartungen an die Aussteller und Übermittlung von hilfreichen Tipps zur Standgestaltung.
- Besondere Unterstützung für kleine Verbände bzw. Kleinst-Berufsfelder (Tipps, Mietnachlässe u.a.), so dass die Vielfalt der vorgestellten Berufe zustande kommt.
- Unterstützung der Lehrpersonen bei der Vorbereitung ihrer Klassen auf den Besuch der Berufsschau; effiziente Anmeldeprozedur; Zuteilung von Slots um Staus und Massenandrang zu vermeiden.
- Durchgehende Präsenz der Aussteller während der ganzen Öffnungszeiten.
- Attraktive Begleitprogramme kreieren, um Erwachsene anzuziehen, die eine Verbindung zur Berufsbildung haben. Besuch der Berufsschau unverzichtbar machen.
- Wert und Chancen der beruflichen Grundbildung hervorheben und Lehrpersonen und potenziellen Berufslernenden bewusst machen (*T-Shirt mit Aufdruck «voglio fare l'apprendista»*).
- Eltern den Besuch der Berufsschau erleichtern, vor allem durch Texthilfen in mehreren verbreiteten Migrantensprachen; spezielle Führungen für Zielgruppen (z.B. Zielgruppe EBA).

Als Felder für Verbesserungen zeichnen sich ab:

- Vergewisserung über den Zweck der Berufsschauen und das Zielpublikum: Die Besucherzahl an sich ist weniger relevant als die Frage, ob die Berufsschauen die «richtigen» BesucherInnen anziehen. Im Vordergrund sollten SchülerInnen und ihre Eltern sowie die Lehrpersonen und BerufsbildnerInnen stehen. Andere Zielgruppen sollten nur soweit ins Auge gefasst werden, als sie Jugendliche, Eltern und Lehrpersonen auf ihren Erkundungsgängen nicht stören (z.B. die Zeit der Aussteller beanspruchen, nach Giveaways hetzen u.a.).
- Darauf achten, dass die kommunikativsten BerufsbildnerInnen und -lernenden – beide haben viel Interessantes zu berichten – an den Ständen präsent sind.
- Auf die BesucherInnen zugehen erweist sich als essenzielle Massnahme, um in ein Gespräch zu kommen.
- Die anwesenden Berufslernenden darin unterweisen, dass sie nicht nur zu Arbeiten am Stand anleiten, sondern Jugendliche auch in ein Gespräch verwickeln – über die Berufsarbeit, die Arbeitswelt und die Rolle der Berufslernenden.
- (*vgl. auch Empfehlungen in Kapitel 5*).

### ***Eignen sich Berufsschauen, um direkte Kontakte zwischen Lehrstellenanbietern (Unternehmen) und Jugendlichen/Eltern zu knüpfen?***

Die Berufsschauen sind meist früh im achten Schuljahr (August bis November) der Zielgruppe SchülerInnen angesetzt, einem Zeitpunkt, in dem die Orientierung über mögliche Berufe erst richtig beginnt – auch im Rahmen eines Ausstellungsbesuchs. Der erste Schritt besteht auch beim Besuch der Berufsschau in der Berufsorientierung. Ein zweiter Schritt, die Erkundigung nach Schnupperlehren, ist sinnvoll und wird von Ausstellern (trotz gewissen Vorbehalten gegenüber diesen „oft zu kurzen“ Einblicken

in den Berufsalltag) auch unterstützt, z.B. durch die Abgabe von Adressen von Betrieben im Kanton, die Schnupperlehren anbieten. Insofern ist ein Resultat der Evaluation kohärent, dass BerufsbildnerInnen in erster Linie als InformantInnen eines Ausbildungsfeldes und nicht als Anlaufstelle für einen Ausbildungsplatz oder eine Schnupperlehre wahrgenommen werden.

Keine Massnahme eignet sich so gut wie die Berufsschauen, innert kürzester Zeit und niederschwellig mit der Arbeitswelt, BerufsbildnerInnen und Arbeitgebern in Kontakt zu treten. Umso wichtiger ist die gute Vorbereitung der Jugendlichen auf den relativ kurzen Aufenthalt in der Berufsschau und auch das Motivieren der Eltern, mit ihrem Kind die Berufsschau (nochmals) zu besuchen. Beobachtungen und Befragungen ergeben, dass der gemeinsame Besuch der Berufsschau sowohl den Eltern als auch ihren Kindern sehr viel bringt, weil störende Ablenkungen (z.B. durch KlassenkameradInnen) weniger wirksam sind als im Klassenbesuch. So gesehen sind Samstage, Sonntage und sehr lange Öffnungszeiten abends (auch nur an ausgewählten Tagen) fast unabdingbar.

***Sind diese Kontakte mit den Ausstellern zielführend und erleichtern sie die Lehrstellensuche bzw. den Berufswahlentscheid?***

Die Berufsschauen sind neben anderen Massnahmen sehr hilfreich für die Orientierung über die Berufswelt und ihre vielfältigen Möglichkeiten, aber noch nicht ausreichend für die Berufswahl selbst. Kontakte mit den Ausstellern öffnen den Blick und damit die Wahrnehmung des Gegenstands «Berufswahl».

Die Berufsschau soll die Jugendlichen auch dazu ermuntern, sich zunehmend gezielter umzuschauen. Der nach der Berufsschau fortzuführende individuelle Orientierungsprozess sollte also nicht allein auf die weiteren Impulse der Schule abstellen müssen, sondern an Eindrücke und Erkenntnisse aus der Berufsschau anschliessen können. In den Regionen organisieren Firmen Tage der offenen Tür, Einblicke hinter die Kulissen, Betriebsschnuppertage oder VertreterInnen von Berufsfeldern besuchen Schulen. Diese Gelegenheiten müssen geschaffen und wahrgenommen werden. Berufsschauen erleichtern es den Jugendlichen (und wohl auch vielen Eltern), sich für Berufe zu interessieren und den Orientierungsprozess gezielt anzugehen: 2011 gaben 54% der über 4'900 befragten Baselbieter SchülerInnen nach dem Besuch der Berufsschau an, diese habe ihnen bei der Berufswahl geholfen. Die im Rahmen der Evaluation durchgeführte Schülerbefragung hat gezeigt, dass 38% der SchülerInnen ihren bereits gehegten Berufswunsch bestätigt und 23% sich für eine Berufslehre entschieden haben.

### **4.3 Output**

***Werden die Mittel für zusätzliche Leistungen/spezielle Programme zweckmässig eingesetzt und fördern sie innovative Programme?***

Fast alle Berufsschauen bemühen sich, eine oder mehrere Massnahmen als «zusätzliche Leistungen» umzusetzen, die mit Bundesmitteln gefördert werden. Thematisch und in Bezug auf die ins Auge gefassten Zielgruppen (fremdsprachige Eltern, Jugendliche mit besonderen Schwierigkeiten, Lehrpersonen) und Themen (Gleichberechtigung von Mann und Frau) bewegen sie sich zweckgerichtet im vorgegebenen Rahmen.

Die Vergabe der Mittel für zusätzliche Leistungen ist nicht mit einer Aufforderung verknüpft, sie innovativ einzusetzen. Die entsprechend deklarierten Aktivitäten bereichern die Berufsschauen und wer-

den insbesondere von den Zielgruppen Lehrpersonen und Eltern explizit gewürdigt. Dies schliesst Überlegungen zu einer allfälligen inhaltlichen Ausweitung der zusätzlichen Leistungen nicht aus.

***Eignen sich die eingesetzten Werbemassnahmen und -instrumente, um spezifische Zielgruppen (MigrantInnen, bildungsferne Schichten) und Themen (Gleichstellung von Mann und Frau) anzusprechen?***

Bezüglich fremdsprachiger Zielgruppen (v.a. mit dem Schweizer Berufsbildungssystem wenig vertraute Eltern) sind einige Massnahmen praktisch zur Routine geworden (übersetzte schriftliche Informationen, Führungen durch geschulte MultiplikatorInnen). Dennoch dürfte diese Gruppe (Jugendliche und ihre Eltern) immer noch zu wenig erreicht werden und es sind innovative Werbekonzepte gefragt, die audiovisuelle Mittel und den persönlichen Kontakt mit dieser Zielgruppe in den Vordergrund stellen.

Jugendliche mit Schwierigkeiten verschiedener Natur erfahren zwar besondere Aufmerksamkeit (z.B. durch besondere Hinweise auf Attestausbildungen). Ganzheitliche Strategien für die auf diese Zielgruppe ausgerichtete Werbung (social media, besondere Apps, verwendete Sprache, Verknüpfung von Werbung und Gestaltung der Benutzerführung an den Berufsschauen usw.) sind aber erst am Rande erkennbar. Indessen scheinen bei Ausstellern und Veranstaltern auch Zweifel zu bestehen, ob Berufsschauen dieser Zielgruppe überhaupt gerecht werden können.

***Welche Zielgruppen werden erreicht? Welche nicht, und weshalb?***

Die Berufsschauen erreichen ihre Hauptzielgruppe (Jugendliche im Alter der Berufsorientierung bzw. Berufswahl, also v.a. des 7. und 8. Schuljahres) grundsätzlich sehr gut, dies dank verbreiteter Obligationen und Empfehlungen für einen Besuch mit den Schulklassen.

Es fällt deutlich schwerer, Jugendliche mit Schwierigkeiten verschiedener Art anzusprechen als sozial integrierte Schüler und Schülerinnen mit mittleren und guten Schulleistungen und Sprachkompetenzen. Die Reichweite der Berufsschauen ist bei ersteren deshalb deutlich kleiner. Auch hier stossen die Berufsschauen an Grenzen. Die Trägerschaften sind aber auf der Suche nach Verbesserungen.

Migranteneltern werden nur bedingt – in eher kleiner Zahl – erreicht, trotz einiger Anstrengungen, sie adäquat anzusprechen. Die Schwierigkeiten sind jedoch allgemeiner Natur und haben nur bedingt mit den Konzeptionen der Berufsschauen zu tun.

Lehrpersonen werden gut erreicht, sofern sie die Berufsschau – allenfalls als Begleitperson – mit einer Klasse besuchen und nicht zuletzt auch, weil der Besuch der Berufsschau oft Teil der Berufsorientierung der Schulen ist. Aufgabe der Kantone als Teil der Trägerschaften oder sogar als Träger der Berufsschauen ist es, über die Schulämter auf die Schulleitungen einzuwirken, dass einzelne Lehrpersonen davon absehen, ihren Schülerinnen und Schülern den Besuch der Berufsschau als Klasse vorzuenthalten. Kritischen Stimmen von Lehrpersonen, die aufgrund subjektiv zu geringer Ausbeute auf den Besuch der Berufsschau verzichten, ist gleichwohl nachzugehen. Vielleicht steckt hinter deren Absenz ein kritisches Potenzial, das genutzt werden könnte. Insbesondere ist fallweise zu überprüfen, wie hilfreich die Materialien sind, die den Lehrpersonen zur Vorbereitung auf die Berufsschau und zur Auswertung zur Verfügung gestellt werden.

**Wie viele TeilnehmerInnen werden erreicht? Welche Faktoren haben einen Einfluss auf die Anzahl TeilnehmerInnen?**

Die Berufsschauen kennen (dank Anmeldeverfahren) die Zahl der teilnehmenden Lehrpersonen und Klassen, kaum verlässlich aber die Gesamtzahl der BesucherInnen (ZweitbesucherInnen, unbegleitete ältere Jugendliche bzw. junge Erwachsene, Eltern, andere Erwachsene usw.), die deshalb in der Regel auf Schätzungen basiert.

Die kumulierte Besucherzahl aller 58 zwischen 2008–2013 durchgeführter Berufsschauen liegt bei 1,4 Mio. Zum Vergleich: Addiert man die Besucherzahlen der jeweils letzten «Ausgabe» der 17 Berufsschauen, resultieren 440'000 BesucherInnen.

Die Klassenbesuche machen in den jährlich durchgeführten Berufsschauen eineinhalb Jahrgangskohorten aus, bei den zweijährlich durchgeführten dreieinhalb und bei cité des métiers (alle drei Jahre) rund sechs Jahrgangskohorten. Somit werden die jeweils als Hauptzielgruppe bezeichneten Klassen bzw. Schülerjahrgänge sehr gut erreicht. Die Projektleitungen geben zumeist an, dass deutlich mehr als 90% („99%...“) der Hauptzielgruppe der SchülerInnen (meist eine oder mehrere Jahrgänge) die Berufsschau besucht hätten.

Die Befragungen der SchülerInnen geben weiter plausible Hinweise, dass viele Jugendliche mit FreundInnen oder Eltern einen zweiten Besuch unternehmen und zahlreiche mit Berufsbildung befasste Akteure (BerufsbildnerInnen, Berufsfachschullehrpersonen, VerbandsvertreterInnen und PolitikerInnen) die Berufsschauen besuchen.

Einfluss auf den Publikumszuspruch haben die Attraktivität der Berufsschauen an sich, die aktive kommunikative Unterstützung seitens der Berufsbildungsämter und Volksschulämter, die Öffnungszeiten (s. zeitliche Verfügbarkeit der Eltern) und zum Teil der Anfahrtsweg. Das Obligatorium (in einigen Kantonen im Lehrplan der Volksschule festgeschrieben) dürfte nur noch beschränkt eine Rolle spielen, da der klassenweise Besuch einer Berufsschau für Lehrpersonen der Sekundarstufe I zu einem «Must» geworden zu sein scheint.

Der Einfluss der Öffnungszeiten auf die Besucherzahl und das Besucherprofil ist aufgrund der unsicheren Datenlage schwer zu beschreiben. Dennoch kann wohl gesagt werden, dass noch Ausbaupotenzial besteht in Bezug auf (Zweit-)Besuche durch Jugendliche fremdsprachiger Eltern, Lehrpersonen (aller Stufen), Jugendliche mit vorgefasstem Ziel Gymnasium sowie Klassen des Progymnasiums.

**Werden die speziellen Programme von den entsprechenden Zielgruppen besucht?**

Die Veranstalter erachten den Besuch der speziellen Programme als gut. Tatsächlich sind die Nutzerfrequenzen sehr unterschiedlich, dies in Abhängigkeit vom Programm, den Rahmenbedingungen, der Zielgruppe und den Inhalten. In Bezug auf die jugendlichen Besucherinnen und Besucher der Berufsschauen zeigt sich als Problem, dass sich der Besuch der Stände und von speziellen Programmen bisweilen konkurrenzieren, weil die Klassen – zumal in den Berufsschauen mit grossem Publikumszuspruch – nur während zwei bis drei Stunden anwesend sind.

#### 4.4 Outcome

***Inwiefern nutzen die Lehrpersonen den Anlass «Berufsschau» für den Berufswahlunterricht? Wie integrieren sie den Anlass in den Berufswahlunterricht? Wo sehen sie Verbesserungsmöglichkeiten?***

Die Art und Qualität der Nutzung (Vorbereitung, Besuch, Auswertung, Einbezug der Eltern) der Berufsschauen ist im Detail wohl so verschieden und individuell, wie dies auch der Unterricht in der Berufsorientierung und Berufswahl generell ist. Übereinstimmend geht aus den Lehrer- und Schülerinterviews hervor, dass in 90% der Klassen eine Vorbereitung und Auswertung oder beides stattfindet.

Die ansatzweisen Schilderungen von Details nähren die Vermutung, dass individuellen Auswertungen noch wenig Platz eingeräumt wird. Vieles scheint sich im Plenum abzuspielen, ungeachtet der doch zu erwartenden stark auseinandergehenden Interessenschwerpunkte. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in einigen Kantonen die Berufsschau relativ kurz nach Schuljahresbeginn stattfindet, was die Vorbereitung sicher etwas erschwert. Verbesserungsmöglichkeiten sind automatisch gegeben im Rahmen eines allgemein verbesserten Berufswahlunterrichts. Berufsorientierung und Berufswahl weisen immer – auch in einer Klasse – stark individualisierende Elemente auf. Wenn also Lehrpersonen, Berufsschauen und Berufsberatung zusammen an Vorbereitungs- und Auswertungstools arbeiten (Unterrichtshilfen, animierende Vorgaben für die SchülerInnen), ist dies mitzudenken. Verbesserungen sind auch notwendig in der individuellen Begleitung von besonders unterstützungsbedürftigen SchülerInnen sowie ihren Eltern. Hier gibt es noch viel Raum für kreative Umsetzungen (MentorInnen, Besuch der Berufsschau mit fähigen «PatInnen» der Berufswahl u.a.).

***Welchen Stellenwert haben Berufsschauen neben anderen Massnahmen des kantonalen Berufsbildungsmarketings?***

Die Berufsschau ist eine herausragende Veranstaltung, die die Bedeutung der Berufsbildung breit sichtbar macht und Jugendliche in ihrer Berufsorientierung und Berufswahl unterstützt. Die Massnahme zielt auf Jugendliche wie auf Eltern und die breite Öffentlichkeit (auch dank der medialen Ausstrahlung) und hat auch grosse Reichweite. Sie erlaubt den Branchenverbänden, ihre Berufe darzustellen und motiviert dazu, eine Berufslehre zu ergreifen. Jugendliche können im direkten Dialog mit BerufsbildnerInnen und -lernenden erkennen, dass eine Berufslehre machbar ist und Wege in die Zukunft öffnet.

Die Berufsschau ist aber kein singuläres Ereignis, sondern eingebettet in den Berufsorientierungsprozess der Schulen sowie im Zusammenhang zu sehen mit weiteren lokalen und regionalen Bemühungen der Betriebe und Gewerbeverbände, sich und ihre Berufe darzustellen. Berufsschauen bieten nicht zuletzt der Politik und den Bildungsbehörden die Plattform, berufliche Grundbildung und allgemeinbildende Schulen der Sekundarstufe II gleichwertig darzustellen bzw. das riesige Potenzial der (dualen) Berufsbildung ins rechte Licht zu rücken. Dies scheint trotz den Fortschritten in den letzten Jahren nach wie vor dringend nötig. Einzelne Lehrpersonen sehen – fern jeder Realität – immer noch die Maturität als Königsweg für Jugendliche, die am Übergang in die Arbeitswelt stehen.

***Was sind die Gründe, dass sich Kantone an den Berufsschauen beteiligen bzw. nicht beteiligen?***

Berufsbildung und Berufsorientierung sind eine gemeinsame Aufgabe der Wirtschaft und der Kantone sowie des Bundes. Für alle Beteiligten impliziert dies selbstverständlich ein personelles und finanzielles

Engagement. Die Kantone, in den Trägerschaften vertreten durch die Leiterin bzw. den Leiter des Berufsbildungsamts, der Berufs- und Studienberatung oder fallweise auch das zuständige Mitglied der Exekutive, beteiligen sich engagiert und verlässlich an der Vorbereitung, Organisation und Durchführung der Berufsschauen.

In zwei Fällen übernehmen die Kantone den Lead in der Durchführung. Als Verbundpartner in der Berufsbildung erkennen sie unschwer das grosse Potenzial einer Berufsschau. Es ist denn auch evident, dass sich kein Kanton seiner Unterstützungsaufgabe entzieht.

Diese fällt jedoch unterschiedlich aus und beinhaltet fallweise

- die Mitgliedschaft in der Trägerschaft, Steuerung oder Projektleitung,
- das Überlassen von Räumen, Infrastruktur und Betriebspersonal,
- Sach-/Naturalleistungen,
- die Delegation von Verwaltungsmitarbeitenden,
- Standmieten (Berufs- und Studienberatung, Berufsfach- und Berufsmaturitätsschulen, Verwaltung als Ausbildungsbetrieb u.a.),
- Repräsentation an Anlässen der Berufsschau,
- finanzielle Beteiligung.

Zumindest im einen von zwei Fällen, wo sich der Kanton nicht mit finanziellen Mitteln an der Berufsschau engagiert, wird dies von den an der Berufsschau beteiligten WirtschaftsvertreterInnen nicht nur akzeptiert, sondern auch unterstützt.

Konsolidierte Übersichten (Vollkostenrechnungen) zu den Engagements der Kantone liegen nicht vor und wären auch kaum sinnvoll. Erkennbare Unterschiede in Bezug auf das Ausmass der Unterstützung gründen in der politischen Kultur eines Kantons und damit auch im persönlichen Beziehungsnetz der bedeutsamen Akteure.

### ***Was sind aus Sicht der Kantone die Stärken und Schwächen der Berufsschauen?***

Als Stärken der Berufsschauen stellen sich zweifellos der grosse Einsatz der Branchen und ihrer Verbände, letztlich immer auch einzelne, engagierte Personen (ProjektleiterInnen, BerufsbildnerInnen, Berufslernende, Lehrpersonen an Berufsfachschulen und Mitarbeitende in Servicestellen des Kantons), die partnerschaftliche Trägerschaft und das resultierende Produkt heraus: eine zeitlich und örtlich verdichtete Darstellung eines Grossteils der Ausbildungsgänge, die in einem bestimmten Einzugsgebiet angeboten werden. Diese an den Berufsschauen gebotene grosse Gesamtleistung wird von vielen, sicher den erwachsenen BesucherInnen wahrgenommen. Für die im Zentrum stehende Zielgruppe der Jugendlichen ist es schwieriger, sich des hinter dem Angebot stehenden Engagements bewusst zu werden. Nichtsdestotrotz werden die SchülerInnen von der spürbar positiven Atmosphäre in den Hallen erfasst – mit dem Risiko, dass sie in Jahrmarktstimmung umschlägt und vom Ziel des Besuchs ablenkt.

Schwächen zeigen sich, wo den alleine sich bewegendem Jugendlichen Orientierung geboten werden müsste. Befragungen und vor allem Beobachtungen zeigen, dass die Präsenzzeit von rund drei Stunden sehr knapp ist angesichts der Tatsache, dass viele Jugendliche (insbesondere auch in der Gruppe) sich



schwertun mit einer zielstrebigem Nutzung der Zeit bzw. des Ausstellungsangebots. Schwächen zeigen sich auch dort, wo der Anziehungskraft des vorgestellten Berufs misstraut wird und (beispielsweise) Jugendliche mit Anreizen angelockt werden wollen, die nur bedingt mit dem Beruf zu tun haben. So gilt es allgemein vor Augen zu halten, dass die Aussteller und ihre Stände den wohl wichtigsten Qualitätsfaktor der Berufsschauen darstellen.

#### ***Inwiefern profitieren die Jugendlichen von einem Besuch einer Berufsschau?***

Eine für alle Jugendlichen gültige Antwort fällt schwer, da der individuelle Nutzen auch von der persönlichen Situation (schulische Leistung, Stand der Berufswahl, Unterstützung im Elternhaus, soziale Integration) abhängt. Wenn die Vorbereitung der Klasse und einzelner SchülerInnen auf den Besuch der Berufsschau, die Begleitung, und die Auswertung in der Schule gezielt erfolgen, und wenn die Zahl und Qualität der Kontakte mit Ausstellern befriedigend ausfällt, können die jugendlichen Besucherinnen und Besucher maximal profitieren. Einen besonderen zusätzlichen Gewinn dürften jene Jugendlichen mitnehmen, die mit ihren Eltern oder einer anderen erwachsenen Begleitperson einen (fokussierten) Zweitbesuch machen.

Ein kritischer Punkt ist, wie initiativ («mutig») Jugendliche sind, Aussteller über einen Beruf oder eine Berufslehre allgemein auszufragen bzw. mit ihnen ein Gespräch aufzunehmen. Ist der Beruf (oder die weiterführende Schule) schon gewählt, können (müssen aber nicht) Desinteresse und dysfunktionale Nutzung der Berufsschau resultieren.

## **4.5 Effizienz**

#### ***Konnten die erwarteten Ziele erreicht werden und sind die Kosten einer Berufsschau hinsichtlich des erzielten Outputs und Outcomes gerechtfertigt und nachvollziehbar?***

Die Befragten der finanziell beteiligten Kantone sind fast ausnahmslos der klaren Überzeugung, dass die Ziele der Berufsschauen erreicht werden, wenngleich die Wirkungen wegen methodischer Begrenzungen kaum gültig messbar und der Einfluss von anderen Faktoren (Wirtschaftslage, Verbesserungen in der Berufsinformation der Schulen, Grösse der Jugendlichenpopulation, Langzeitwirkung der Anstrengungen der Verbundpartner usw.) kaum isolierbar sind. Zahlen in den Kantonen lassen es als plausibel erscheinen, dass mit mehreren aufeinander folgenden Berufsschauen langfristig und in Verbindung mit anderen Massnahmen Ergebnisse erzielt werden können wie

- Bessere Bekanntheit der Berufsbildung und stärkeres Bewusstsein ihrer Leistungen,
- Ausdehnung des Lehrstellenangebots,
- Evtl. Reduktion der Lehrabbrüche dank verbesserter Information über die Berufslehre,
- Zusammenarbeit der Verbundpartner in den Regionen,
- seitens der Wirtschaftsunternehmen Unterstützung des Berufswahlprozesses in den Schulen.

Objektive Hinweise auf die Zielerreichung sind:

- Grosse Besucherandrang, insbesondere seitens der Schulen/SchülerInnen,
- Grosse Besucherzufriedenheit,
- Steigende Besucherzahlen trotz Rückgang der Schülerzahlen,
- Grosse Zufriedenheit der Aussteller,

- Akzeptanz von Berufsschau-Krediten der Branchen- und Berufsverbände.

Dass die Mittel des SBFI sinnvoll und zweckmässig eingesetzt werden, lässt sich mit qualitativen Aussagen von Kantonsvertretern belegen. Diese geben sinngemäss an, dass die Berufsschauen zu den besten Einsatzfeldern für Mittel des SBFI gehörten.

Synergiepotenzial ist vorhanden und noch nicht ausgeschöpft. Eine systematische Identifikation möglicher Synergien durch die gezielte Kooperation von 17 dezentral durchgeführten Berufsschauen steht noch aus.

#### ***Lohnt sich für die Aussteller der Aufwand für eine Teilnahme an einer Berufsschau?***

Die an den Ständen engagierten Aussteller vertreten das Kollektiv der Betriebe bzw. Ausbildungsbetriebe ihrer Branche. Lohnend ist der Aufwand für den Verband, das Ansehen der repräsentierten Berufe und allgemein der beruflichen Grundbildung und erst dann indirekt für die einzelnen BerufsbildnerInnen oder Lehrbetriebe, die an der Berufsschau aktiv teilnehmen. Der Wert der Teilnahme lässt sich materiell nicht messen und dementsprechend nur in den subjektiven Wahrnehmungen der Befragten ablesen:

- Wirksamer Beitrag zur Imagebildung/Imagekorrektur der Berufslehre, eines Berufs,
- Eigenen Beruf, eigene Branche potenziellen Berufslernenden vorstellen, nahebringen können,
- Idealistisches Engagement: Verantwortung für Beruf, für die Jugend, für die duale Berufsbildung.

#### ***Welchen Einfluss haben die Bundesförderungsbeiträge und Mittel für zusätzliche Leistungen auf die Budgetentwicklungen (2008–2013) der Berufsschauen?***

Die Bundesförderung der Berufsschauen hat vor allem die Stabilität in der Budgetierung erhöht sowie grössere Planungssicherheit gebracht. Tendenziell sind bei der Mehrzahl der Berufsschauen die Kosten in mehr oder weniger grossem Umfang gestiegen, nicht zuletzt, weil einige Berufsschauen noch relativ jung und in Entwicklung begriffen sind.

Gleichzeitig zeigte sich in einem Einzelfall, dass die Akquisition öffentlicher Mittel private Geldgeber dazu einlädt, sich aus der Finanzierung (à-fonds-perdu-Beiträge aus verschiedenen Quellen, Sponsorenbeiträge, Barspenden) zu verabschieden.

## 5. Folgerungen und zielgruppenspezifische Empfehlungen

Die Evaluation der vom Bund geförderten Berufsschauen widerspiegelt 17 über weite Strecken kongruente Konzeptionen mit fallweise regionalen und kulturellen Besonderheiten. Die Organisation der Berufsschauen fusst auf einer verlässlichen und eingespielten Zusammenarbeit der Verbundpartner Wirtschaft (Gewerbe, Industrie, Handel und Dienstleister) und Kantone (Berufsbildung, Berufs- und Studienberatung und Volksschule). Da die Kooperation in den Berufsschauen funktioniert, bedarf es zunächst keiner dringlichen Modifikation auf der systemisch-strukturellen Ebene: Entwicklung und Problemlösung erfolgen innerhalb der einzelnen Berufsschauen. Eine Koordination unter den Berufsschauen ist lediglich zur Abstimmung der Termine notwendig, was nicht heisst, dass eine engere Zusammenarbeit oder Austauschaktivitäten keinen Gewinn für alle Beteiligten bringen könnten.

### **Fokussierung auf die Qualität der Stände sowie die Wirkungen der Berufsschauen**

Die verlässliche Planung und Durchführung einer Berufsschau bleibt immer noch erstes Ziel und Herausforderung für alle Projektleitungen und Trägerschaften. Gleichwohl haben die bisherigen Erfahrungen zu Routine und Sicherheit der Beteiligten geführt, was es zulässt, den Fokus des Engagements zusätzlich auf die Wirksamkeit einer Berufsschau zu richten. Der Besuch einer Berufsschau dauert für SchülerInnen zweieinhalb bis drei Stunden. Diese Zeit optimal zu nutzen, kann mit (didaktischen) Hilfen für Aussteller und ihre Berufslernenden an den Ständen sowie Unterrichtshilfen und erfolgreich erprobten Arbeitsmitteln für Lehrpersonen (Leitfäden) bzw. SchülerInnen (Leitfäden, gute Vorbereitung) unterstützt werden. Es gilt lediglich, das bereits Vorhandene im Austausch mit anderen Berufsschauen selbstkritisch zu betrachten und gemeinsam zu optimieren (*vgl. unten*).

Bei befragten Lehrpersonen, aber auch bei einigen ProjektleiterInnen von Berufsschauen besteht ein gewisses Unbehagen gegenüber Aktionen und Aktivismus von Ausstellern, die nichts mit dem Ausstellungszweck zu tun haben. Solche Elemente würden die Schülerinnen und Schüler zu sehr vom engeren Ziel des Messebesuchs abbringen. Sicher ist es nicht einfach, den Ausstellern Dinge zu verbieten, die nicht als funktional für den Erfolg der Berufsschau betrachtet werden. Wie es einige Berufsschauen aber bereits zeigen, sind die Aussteller dankbar für Tipps und gut formulierte Empfehlungen zur Standgestaltung.

### **Werbung**

Die Ausgaben für Werbung nehmen im Einzelfall einen beträchtlichen Umfang ein. Der Blick auf die von den Berufsschauen anvisierten Zielpublika (in erster Linie Lernende der Sekundarstufe I und ihre Eltern sowie Lehrpersonen der Sekundarstufe I und von Brückenangeboten) und die Zugangskanäle zu diesen wirft die Frage auf, ob im Einzelfall nicht «zu viel» (redundant) geworben wird. Dies gilt vor allem, weil der Besuch der Berufsschau für definierte Klassen obligatorisch ist oder zumindest empfohlen wird. Zwar ist es in der Praxis nicht immer ganz einfach, Lehrpersonen, Jugendliche und ihre Eltern über die Schulen zu erreichen, was einigermaßen erstaunt. Mit sorgfältiger Planung und Kooperation der beteiligten Partner und einer Fokussierung der Werbung liesse sich wohl einiges einsparen. Nicht zuletzt können Synergien besser genutzt werden: eine attraktive Dokumentation einer abgeschlossenen Berufsschau (v.a. auf dem Internet) ist auch gute Werbung für die nächstfolgende.

### **Erfahrungsaustausch über den Kreis der eigenen Berufsschau hinaus**

Die Initiative des SBFI, Vertreter der geförderten Berufsschauen zusammenzubringen um den Erfahrungsaustausch zu pflegen, ist bei den zu einem ersten Austausch Eingeladenen sehr gut angekommen. Sehr geschätzt wurde auch der Besuch des SBFI-Projektleiters Berufsschauen vor Ort, der oft mit einem angeregten Austausch über die jeweilige Berufsschau abschloss.

An solche guten Erfahrungen ist anzuschliessen, und es wären Fokusthemen zu definieren, die zunächst in Arbeitsgruppen und dann im Plenum behandelt werden könnten. Themen könnten sein: Dauer des Besuchs der Berufsschau, der Besuch mit Eltern, Störungen/Ablenkungen, «der gute Stand», Ansprache der Besucherinnen und Besucher durch die Berufslernenden und die Lehrmeister, Best Practice der Unterrichtshilfen für Lehrpersonen, Lesbarkeit des Hallenplans usw.

Wenn 17 Berufsschauen dezentral umgesetzt werden, ist mit Sicherheit Synergiepotenzial identifizierbar. Dementsprechend sind Überlegungen anzustellen, inwiefern es sinnvoll wäre, an gemeinsamen Textmodulen zu arbeiten, Übersetzungsarbeiten zu koordinieren, Apps zu entwickeln oder Strategien einer hilfreichen Selbstevaluation zu entwerfen usw.

### **Durchführungsintervall der Berufsschauen**

Die Berufsschauen der Nordostschweiz (Berufsmesse Thurgau, OBA, Berufsmesse Schaffhausen und Berufsmesse Zürich) sowie der mit Zürich kooperierende Salon des métiers et de la formation in Lausanne sind dem Jahresrhythmus der Durchführung verpflichtet. Alle übrigen Berufsschauen (Ausnahme cité des métiers, l'expo, Genève: 3 Jahre) werden alle zwei Jahre durchgeführt. Die ZEBI wird ab 2015 auf den Jahresrhythmus wechseln.

Die Ausgangslage für Schulen der Nordostschweiz und der Waadt ist insofern komfortabel, als sie den Besuch der Berufsschau ihrer Region optimal in den Berufswahlfahrplan einbetten können: Die Berufsschauen finden in den ersten drei Monaten nach Beginn des Schuljahres statt. Für die achten Klassen ist es das Schuljahr, in dem die Informationen über Berufe gesammelt, geordnet und zunehmend gezielt genutzt werden. Die siebten Klassen können noch etwas unbeschwerter losziehen und in die Werkstätten und Offices hineinschauen, einen ersten Eindruck von der Vielfalt der Berufe gewinnen und wissen bereits in etwa, was sie im nächsten Jahr erwarten wird. Auch Jugendliche der letzten Klasse der Volksschule oder in einem Brückenangebot haben nochmals die Gelegenheit, sich umzusehen. Jedes Jahr haben die Klassen bzw. einzelne Jugendliche also die Chance einer «altersgerechten» Nutzung der Berufsschau. In Kantonen mit Zwei- oder Dreijahresrhythmus der Berufsschauen und damit «Wartezeiten» von einem oder zwei Jahren ist dieser Komfort nicht gegeben. Die Mobilität, das Ausweichen auf andere Kantone, ist erwiesenermassen nur bedingt gegeben. Eine Diskussion wert ist der Einfluss von grösseren Durchführungsintervallen auf die Besucherstruktur. Immerhin sind Zeichen erkennbar, dass Aussteller einer zu grossen Ausdehnung des Alters nach unten (6. Klasse und jünger) wenig Vorteile abgewinnen können.

Projektleitungen und Verbundpartner sowie Aussteller der Berufsschauen mit längerem Intervall finden die jährliche Durchführung nicht schlechter als den von ihnen gewählten Rhythmus. Aus ihrer Sicht würden einjährige Engagements aber den Rahmen ihrer Möglichkeiten sprengen. Ebenso besteht die Gefahr, dass bisherige Aussteller abspringen, d.h. sich nur alle zwei Jahre an der Berufsschau zu beteiligen, auch wenn auf das einjährige Intervall der Durchführung gewechselt würde.

Wieso es in den Nordostschweizer Kantonen sowie in der Waadt gelungen ist, den einjährigen Rhythmus zu pflegen und in den anderen Regionen nicht, ist nicht schlüssig rekonstruierbar. Die ZEBI Luzern hat für 2015 den Schritt zur einjährigen Durchführung beschlossen und wird nach der Durchführung der ZEBI 2016 dann berichten können, wie sich die bisherigen (und potenziell neuen) Aussteller verhalten haben.

### **Fördermittel des Bundes und Finanzierungsaspekte der Berufsschauen**

Der Bund, vertreten durch das SBFI, beteiligt sich unter der Rubrik «Sockelbeitrag» an den Kosten für Basisleistungen wie Projektleitung, Administration, Mieten. Die Trägerschaften schätzen diese Unterstützung, trägt sie doch dazu bei, dass die Standmieten nicht in unbezahlbarer Höhe landen oder Bundesmittel für andere Auslagen eingesetzt werden können, und ebenso, dass der Bund an den Berufsschauen auch persönlich vertreten ist.

Die Formel des SBFI zur Berechnung des Sockelbeitrags bedient sich zweier Faktoren (Standfläche in m<sup>2</sup>, Öffnungszeit in Stunden). Ihr Produkt, ausgedrückt in Franken, ergibt den Anspruch auf Fördermittel der jeweiligen Berufsschau. Die Berechnungsformel ist nun sechs Jahre wirksam. In dieser Zeit haben die früher bereits bestehenden sowie die neu hinzugekommenen Berufsschauen ihre Budgets justiert und setzen den einigermaßen präzise voraussehbaren Betrag in der Finanzplanung ein.

Die vom SBFI eingesetzte Formel ist einfach handhabbar. Sie spiegelt aber nur bedingt die Struktur und Höhe der Basiskosten der Berufsschauen wieder, dies vor allem, weil sich die Quadratmeterpreise der Mietflächen von Ort zu Ort stark unterscheiden. Folge ist, dass Berufsschauen auf «teuren» Messegebieten mit professioneller Infrastruktur wesentlich höhere Mieten verlangen müssen – auf das Risiko hin, dass der Ausstellermix darunter leidet, weil es für kleine oder finanziell schwächere Branchenverbände schwieriger ist, die Mittel für die Standmiete aufzubringen. Gleichzeitig haben die weniger zentral gelegenen Berufsschauen mit günstigeren Mietpreisen in ihren Budgets – trotz einer maximalen Unterstützung im Rahmen von 60% des Aufwands – tendenziell mehr Spielraum für andere Ausgaben. Die Berufsschauen drängen nicht darauf, diesen Zustand rasch zu ändern. Bei genauer Betrachtung scheinen jedoch eine Optimierung der Formel und ein stärkerer Bezug auf Inputfaktoren eine Überlegung wert, so dass Grundleistungen und variable Leistungen besser gespiegelt werden.

Der Bund versucht, die Berufsschauen über diesen Sockelbeitrag hinaus mit Fördermitteln für «zusätzliche Leistungen» von öffentlichem Interesse (Massnahmen für spezielle Zielgruppen und besondere Inhalte) zu belohnen. Dies ist ihm gelungen, wenngleich einige Berufsschauen noch mehr unternehmen bzw. das Angebot des Bundes überhaupt nutzen könnten. Auch ist davon auszugehen, dass Mitnahmeeffekte spielen, was für den Subventionsgeber nicht erwünscht sein kann. Fremdsprachige Eltern, Jugendliche mit schulischen, sozialen oder sprachlichen Schwierigkeiten und Lehrpersonen (als Hauptzielgruppen) sollen und können kontinuierlich über den Kanal Schule erreicht werden, wenn Informationen zur Berufswahl vermittelt werden möchten. Dementsprechend ist zu überlegen, ob die Ansprache der erwähnten Zielgruppen nicht den Schulen und Schulleitungen zu überlassen, dafür die inhaltliche Definition der zusätzlichen Leistungen auszudehnen wäre.

## Empfehlungen

### **Adressat: SBFI**

- 1 **Initiative für weitere Erfahrungstreffen der Berufsschauen:** Wir schlagen eine Unterscheidung der Treffen bezüglich der behandelten Gegenstände vor. Im Plenum der Projektleitungen zu behandeln wären grundsätzliche Themen wie Durchführungsrhythmus, Finanzierungsmodus (*s. unten*), Gewährleistung einer möglichst grossen Ausstellervielfalt, mögliche weitere Hilfestellungen des SBFI. In thematisch ausgerichteten Arbeitsgruppen stünden praktische Fragestellungen der Durchführung und der Optimierung der Wirksamkeit (*good practice*) im Vordergrund. Dabei wäre der Teilnehmerkreis dieser Arbeitsgruppen auszuweiten auf Personen, die – als LehrerIn, Aussteller – ein konkretes Interesse an der Entwicklung des Outcomes der Berufsschauen haben und ihre Erfahrungen und Ideen einfliessen lassen könnten.
- 2 **Einflussnahme zur Förderung der Qualität der Stände:** Wir schlagen vor zu prüfen, ob das SBFI über die Moderation von Erfa-Veranstaltungen hinaus Einfluss nehmen soll auf die Qualität der Ausstellerstände (Präsentation, der Publikumskontakte, der Schülerbegleitung, der Vor- und Nachbereitung des Messebesuchs u.a.). Im Vordergrund stehen dabei Formen des Anreizes und der Verbreitung von Good-Practice-Beispielen.
- 3 **Modifikation der Formel zur Berechnung der Förderbeiträge:** Im Vordergrund dieser Empfehlung steht die Frage, ob die Mittel für den Sockelbeitrag nicht (neu) in einen fixen Bestandteil (z.B. als Beitrag für die Projektleitungskosten) und einen variablen Bestandteil (z.B. Anteil an den Kosten der Hallenmiete, Beitrag pro Jugendlicher im Einzugsgebiet der Berufsschau) aufgeteilt werden sollten. Zu prüfen wäre dabei, ob damit ein Anreiz geschaffen würde für die künftig vermehrt jährliche Durchführung der Berufsschauen.

### **Adressaten: Projektleitungen**

- 4 **Koordination der Ausstellungstermine:** Im Moment zeigen sich die Trägerschaften mit den bestehenden Durchführungsterminen zufrieden, zumal in der Romandie und im Tessin, die sich auch untereinander absprechen. Allerdings sind nicht alle Trägerschaften ganz sicher in Bezug auf die Adäquanz der jahreszeitlichen Ansetzung ihrer Berufsschau. Deshalb empfehlen wir im Sinne einer wünschbaren Vergewisserung, die Durchführungstermine und bi- oder multilateralen Abhängigkeiten auf die Traktandenliste zu setzen.
- 5 **Öffnungszeiten:** Eine Öffnung der Berufsschauen zu Abendzeiten und am Wochenende erhöht die Chance für Eltern, mit ihrem Kind/ihren Kindern einen gemeinsamen Besuch einzuplanen. Mit Blick auf diesen Zusammenhang sind die Spielräume der Berufsschauen auszuloten.
- 6 **Staffelung der Mietpreise:** Wo nicht bereits praktiziert, sind Wege zu suchen, wie kleinen und finanzschwachen Verbänden eine Teilnahme an der Berufsschau erleichtert werden kann (Äufnen eines Fonds, Quersubventionierung, Support bei der Sponsorensuche).
- 7 **Überprüfung der Werbung und Werbekosten:** Werbung und Werbekosten sollen in einem vertretbaren Verhältnis zur Grösse und Erreichbarkeit der anvisierten Hauptzielgruppen stehen. Dementsprechend ist kritisch zu prüfen, ob mit einem überdimensionierten Werbebudget nicht «falsche» BesucherInnen an die Berufsschauen gelockt werden und in der Folge Einsparungen in der Werbung vorgenommen werden könnten.

- 8 **Chancen der Berufsschauen wiederentdecken lassen:** Wenig motivierten Lehrpersonen oder mit dem Nutzen von Berufsschauen nicht vertrauten Lehrpersonen sind die Chancen eines gut vorbereiteten und ausgewerteten Besuchs der Berufsschau verstärkt zu vermitteln. Dies gilt insbesondere für Lehrpersonen von Sekundarklassen mit erweiterten Anforderungen und von Langzeitgymnasien.
- 9 **Vorbereitung der Lehrpersonen auf die Berufsschau:** Mit Blick auf den grossen Mehrwert einer Einstimmung der Lehrpersonen auf den Besuch der Berufsschau empfehlen wir Vorbereitungsveranstaltungen für Lehrpersonen und allfällige KlassenbegleiterInnen, ebenso (auch mit Blick auf Kosten und Kapazitätsgrenzen) aber auch knapp formulierte schriftliche Hilfen.
- 10 **Vorbereitung der SchülerInnen auf den Besuch der Berufsschau:** Die den Lehrpersonen und SchülerInnen zur Verfügung gestellten Besucherhilfen überprüfen und Wege zeigen, wie Lehrpersonen ihre Klassen oder SchülerInnen wirkungsvoll vorbereiten und begleiten können.
- 11 **Hilfen für interessierte Eltern:** Führungen in der Landessprache und in verbreiteten Migrantensprachen eher für MultiplikatorInnen vorsehen, die ihrerseits die Begleitung von Eltern, Elterngruppen oder auch (fremdsprachigen) SchülerInnen vornehmen. An entfernter wohnende Eltern denken und über die Lehrpersonen und die Homepage der Berufsschau schriftliche, knapp formulierte (übersetzte) Tipps verfügbar machen.
- 12 **Freiwillige Lotsen/MentorInnen:** Möglicherweise gibt es Freiwillige mit einer Affinität zur (dualen) Berufsbildung, die bereit sind, SchülerInnen aus Schulklassen als Lotsen zu begleiten und bei der Ausführung des Auftrags der Schule zu unterstützen.
- 13 **Funktionalität der Orientierungshilfen (Hallenpläne, Beschriftungen) überdenken/verifizieren:** Hier geht es darum, sich in die Lage von SchülerInnen im Alter ab 12 Jahren zu versetzen und ihnen die schnelle Orientierung in der Ausstellung zu erleichtern.
- 14 **Audiovisuelle Kommunikation:** Daran denken, dass schriftliche Kommunikation nicht jedermanns Sache ist. Mit audiovisuellen Mitteln (Kurzvideo) versuchen, die wichtigsten Botschaften zu übermitteln. Produktionskosten mit anderen Berufsschauen teilen.
- 15 **Support für Aussteller:** Mit dem Ziel optimaler Standauftritte der Aussteller und in Kooperation mit anderen Berufsschauen Textbausteine/Tipps zuhanden der Aussteller entwickeln, die – gestalterisch angepasst – von allen Berufsschauen genutzt werden können.

**Adressaten: Bildungsdirektionen bzw. für die Berufsbildung zuständige Ämter**

- 16 **Im Kontakt mit dem Schweizerischen Dokumentationszentrum Berufsbildung (SDBB):** Möglichkeiten erörtern, wie öffentlich zugängliche Materialien der Berufsschauen (Unterrichtsmaterialien, Leitfäden, Flyer für Eltern usw.) einem breiteren Nutzerkreis zugänglich gemacht werden könnten.
- 17 **Multicheck «Optimierung der Organisation und Wirksamkeit» der Berufsschauen:** In einer Arbeitssitzung der relevanten Akteure (Volksschulamt, Berufs- und Studienberatung, Case Management, Berufsbildungsamt und Mittelschulamt, Gleichstellungs- und Integrationsbeauftragte, BerufsbildnerInnen, Lehrerververtretungen) mit der Projektleitung werden systematisch die Verbesserungs- und Optimierungsmöglichkeiten inventarisiert, mit denen die Organisation und die Reichweite der Berufsschauen bei schlecht erreichbaren Zielgruppen verbessert sowie die Wirksamkeit der Berufsschauen im Berufswahlprozess erhöht werden könnten.

**18 Lehrpersonen als MultiplikatorInnen:** Den Lehrpersonen ist von der Bildungsdirektion noch stärker bewusst zu machen, dass sie eine Multiplikatoren- und Türöffnerrolle haben. Dementsprechend sind sie verstärkt auf Vorbereitungsveranstaltungen hinzuweisen, zu ermuntern, Eltern den Ausstellungsbesuch zu empfehlen und insbesondere mit fremdsprachigen Eltern rechtzeitig den Besuch der Berufsschau zu besprechen.

**19 Kanal zu den Eltern öffnen:** Insbesondere auf den Volksschulämtern ist zu überprüfen, ob sie die Möglichkeiten, Informationen an die Schulen, SchülerInnen und Eltern zu übermitteln, bereits optimal gestalten. Da die Schulen und Schulgemeinden praktisch ein Monopol auf den Zugang zu den Eltern haben, ist diesem Kanal besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

**Adressaten: Aussteller**

**20 Selbstkritische Prüfung des Standauftritts und der Aktivitäten:** Die Verbände und die beteiligten Aussteller sind eingeladen, ihren Stand und die am Stand geplanten Aktivitäten im Hinblick auf die Zielsetzungen der Berufsschau zu prüfen. Vor allem spektakuläre Elemente am Messestand sind in Bezug auf ihre Funktionalität zu hinterfragen und zu vermeiden, wenn sie Jugendliche von der Auseinandersetzung mit Ausstellern und Lehrberufen abhalten.

**21 Giveaways zurückhaltend einsetzen:** Giveaways sollten zweckmässig eingesetzt und Wettrennen im Ausstellungsstände möglichst verhindert werden. Verbände und vor allem auch einzelne Firmen sollten sie massvoll und mit einem intelligenten Bezug zu den präsentierten Berufsausbildungen einsetzen.

**22 Auf dem Gespräch mit den Jugendlichen beharren:** Aussteller und die sie unterstützenden Bildungsabteilungen der Branchenverbände sollten Aktionsmodi entwickeln, wie mit planlos vorbeigehenden Jugendlichen ein Gespräch aufgenommen werden kann. Ob sich Anknüpfungspunkte ergeben und was BerufsbildnerInnen oder Berufslernende mitgeben können, soll sich auch erst im Gespräch ergeben dürfen.

**23 Scheue, zurückhaltende Jugendliche** sind im Auge zu behalten, in ein Gespräch zu verwickeln. Aussteller sollen demnach proaktiv auf Jugendliche zugehen und ihnen die Orientierung im Gelände erleichtern.

**24 Mehr interaktive Momente vorsehen:** Es sind Situationen zu kreieren, die ein gehaltvolles Gespräch zwischen Schülerinnen und Schülern und BerufsbildnerInnen bzw. -lernenden zustande kommen lassen. Dazu sind Inhalte, Gesprächsstoffe, Themen zu eruieren, die sich für Diskussionen mit Jugendlichen eignen bzw. bewähren.

**Adressaten: Lehrpersonen**

**25 Planung:** Es gibt sehr viel von den Berufsschauen angebotenes Material, das sich lohnt, in der Planung berücksichtigt zu werden. Daran denken, dass Anregungen auch bei anderen Berufsschauen geholt werden können (Konsultation der Internetseiten der Berufsschauen).

**26 Vor dem Ausstellungsbesuch:** Gute Vorbereitung («Einstimmung») der Schüler und Schülerinnen gewährleisten, sie auf die Chancen von Gesprächen mit erfahrenen BerufsbildnerInnen und Berufslernenden aufmerksam machen und sie dazu ermuntern, Fragen zu stellen bzw. mit gut durchdachten Instrumenten dazu zwingen.



- 27 **Besuchszeit:** Darauf achten, dass der Besuch nicht zu kurz gehalten und die maximale Präsenzzeit sinnvoll genutzt wird.
- 28 **Funktionale Aufträge für die SchülerInnen:** Die Klassen sollen mit Aufträgen bedacht werden, mit denen die Besuchszeit zur eigenen Bereicherung und ergebniswirksam ausgefüllt werden kann. Bei der Formulierung der Aufträge an die Aussteller denken!
- 29 **Wertschätzung zeigen:** Der Aufwand der Berufsverbände und der an der Berufsschau anwesenden BerufsbildnerInnen und Berufslernenden ist nicht unerheblich. Dies darf und soll den SchülerInnen im Rahmen der Vorbereitung auf den Besuch der Berufsschau bewusst gemacht werden. Die SchülerInnen sollen ermuntert werden den Ausstellern zu zeigen, dass sie ihr Engagement für die Jugendlichen schätzen.

**Adressaten: TeilnehmerInnen an Erfa-Anlässen des SBFI**

- 30 **Vertiefte Evaluation der bisherigen Ausstellungstage und Öffnungszeiten:** Mit dem Ziel, Eltern und Jugendlichen einen gemeinsamen Besuch der Berufsschau zu erleichtern, sind die Vor- und Nachteile der bisherigen Praxis zu evaluieren und die realen Möglichkeiten sowie die Chancen modifizierter Öffnungszeiten zu prüfen. Die Ergebnisse sind als Input in allfällige Erfa-Anlässe des SBFI einzubringen.
- 31 **Vertiefte Evaluation der Finanzierungsformel:** Die Vor- und Nachteile der bisher verwendeten Formel zur Berechnung des Sockelbeitrags sind einer kritischen Prüfung zu unterziehen. Entsprechende Erkenntnisse sind den KollegInnen im Rahmen eines Erfa-Anlasses des SBFI vorzustellen.
- 32 **Fach austausch:** In einer gemeinsamen Sichtung und Beurteilung guter bzw. wenig nützlicher «Schülerfragebogen», Lehrerunterlagen, Elterntipps usw. sollen die Projektleitungen und allenfalls andere Beteiligte zu einer gemeinsamen *good practice* kommen.

## 6. Benutzte Dokumente

Viele der in der Evaluation benutzten Informationen entstammen den Finanzierungsgesuchen der Projektleitungen, der Korrespondenz zwischen den GesuchstellerInnen und dem SBFI sowie einer Vielzahl von Verlautbarungen der Berufsschauen sowie Medienberichten. Wir haben auf die Auflistung dieser Quellen verzichtet, da deren Nutzung unsystematisch – wenn auch zum Teil exemplarisch – erfolgte und eine Liste die Realität zwangsläufig nur höchst unvollständig abbilden würde.

Die Lücke füllen wir mit einem allgemeinen Hinweis auf die Internetplattformen der Berufsschauen, wo zumeist vielfältiges Material (Angaben über die beteiligten Partner, Informationen über die abgeschlossene(n) sowie die kommende Berufsschau(en), Ausstellerlisten, Materialien für Lehrpersonen und SchülerInnen usw.) aufgeschaltet sind, ebenso Links zu Medienartikeln oder audiovisuelle Beiträge. Die Internet-Adressen der Berufsschauen finden sich im Anhang A1.

### Gesetzestexte

- BBG Bundesgesetz über die Berufsbildung (Berufsbildungsgesetz, BBG) vom 13. Dezember 2002 (Stand am 1. Januar 2013).
- BBV Verordnung über die Berufsbildung (Berufsbildungsverordnung, BBV) vom 19. November 2003 (Stand am 1. Juli 2014).
- SuG Bundesgesetz über Finanzhilfen und Abgeltungen (Subventionsgesetz) vom 5.10.1990, SR 616.1. <http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19900241/index.html> (Zugriff 23.7.14).
- [...]

### Andere Dokumente (Auswahl)

- Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (2014). Richtlinie über die Gewährung von Bundesbeiträgen an Projekte zur Entwicklung der Berufsbildung und zur Qualitätssicherung nach Artikel 54 BBG und für besondere Leistungen im öffentlichen Interesse nach Artikel 55 BBG. Ausgabe vom 1. April 2014. Bern: SBFI.
- [...]

## Anhang

### A1 Internetportale der von Bund geförderten Berufsschauen

<a href="http://www.oba.sg">www.oba.sg</a>	OBA (St. Gallen)
<a href="http://www.ab13.ch">www.ab13.ch</a>	Aargauische Berufsschau (Lenzburg)
<a href="http://www.berufsmesse-sh.ch">www.berufsmesse-sh.ch</a>	Berufsmesse Schaffhausen
<a href="http://www.berufsmesse-thurgau.ch">www.berufsmesse-thurgau.ch</a>	Berufsmesse Thurgau (Weinfelden)
<a href="http://www.metiersformation.ch">www.metiersformation.ch</a>	Salon des métiers et de la formation (Lausanne)
<a href="http://www.berufsschau.org.ch">www.berufsschau.org.ch</a>	Berufsschau Basel-Landschaft (2013: Liestal)
<a href="http://www.ZEBI.ch">www.ZEBI.ch</a>	Zebi Zentralschweizer Bildungsmesse (Luzern)
<a href="http://www.berufsmessezuerich.ch">www.berufsmessezuerich.ch</a>	Berufsmesse Zürich
<a href="http://www.yourchallenge.ch">www.yourchallenge.ch</a>	Your challenge - Salon des métiers et formation (Martigny)
<a href="http://www.ti.ch/espoprofessionni">www.ti.ch/espoprofessionni</a>	ESPOprofessionni (Lugano)
<a href="http://www.salon-formation.ch">www.salon-formation.ch</a>	Salon interjurassien de la formation (2014 : Moutier)
<a href="http://www.bim-aareland.ch">www.bim-aareland.ch</a>	bim Berufs-Informationsmesse Aareland (Olten)
<a href="http://www.capacite.ch">www.capacite.ch</a>	Capa'cité des métiers (Neuchâtel)
<a href="http://www.basler-berufsmesse.ch">www.basler-berufsmesse.ch</a>	Basler Berufs- und Bildungsmesse (Basel)
<a href="http://www.fiutscher">www.fiutscher</a>	FIUTSCHER – Bündner Berufsausstellung für Aus- und Weiterbildung (Chur)
<a href="http://www.cite-metiers.ch">www.cite-metiers.ch</a>	Cité des métiers, l'expo (Genève)
<a href="http://www.start-fr.ch">www.start-fr.ch</a>	START – Forum der Berufe / Forum des professions (Fribourg)

## A2 Portraits der Berufsschauen

### A2.1 OBA Ostschweizer Bildungsausstellung, St. Gallen

<b>Termin</b>	30.8. – 3.9.2013	<b>Aussteller Grund- und Weiterbildung (2013)</b>	100
<b>Öffnungszeiten</b>	Fr, Mo und Di (8:30 – 16:30); Sa und So (10:00 – 17:00).	<b>Besucher (2013)</b>	24'000
<b>Durchführung</b>	Jährlich, seit 1994	<b>Davon SchülerInnen</b>	15'000
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Berufliche Grundbildung</li> <li>✓ Weiterbildung</li> </ul>	<b>Klassenobligatorium</b>	nein
<b>Internet</b>	<a href="http://www.oba.sg.ch">www.oba.sg.ch</a>		

#### Organisation

Die OBA entstand als private Initiative (Institut für Wirtschaftskommunikation, Markus Berger) und blieb dies bis zur 20. Durchführung im Jahr 2013. Die Organisation lag bei YJOO Communications AG, mit der OLMA als Kooperationspartnerin, welche ab 2014 die OBA als Eigenmesse durchführen wird.

Das Amt für Berufsbildung des Kantons St. Gallen und der Kantonale St. Gallische Gewerbeverband sind als Verbundpartner engagiert und sitzen im Steuergremium ein. Vertretungen der Politik, Wirtschaft und Berufsbildung aus dem Einzugsgebiet der OBA sowie auf nationaler Ebene bilden den 31 Mitglieder umfassenden OBA Beirat. Unterstützung erwächst zudem aus dem Förderkreis Ostschweizer Bildungsplattform (FOB).

#### Strategie, Angebot

Die OBA bezieht abgesehen von den Fördermitteln des SBFJ keine öffentlichen Gelder, auch keine Beiträge aus der Wirtschaft. Das Standbein der Finanzierung sind deshalb die Standmieten (mehr als 90% des Budgets). Deren Höhe muss so bemessen sein, dass die Kosten kein Hindernis für eine Teilnahme der Aussteller darstellen. Tatsächlich ist der Anteil an (Gross-)Firmen sowie privaten Schulen relativ hoch im Vergleich zu anderen Berufsschauen, wo Berufs- und Branchenverbände etwas stärker präsent sind. Ein jährlich neues Schwerpunktthema, Rahmenprogrammen, Berufswettbewerben und Sonderschauen erhöhen die Attraktivität der OBA für das Zielpublikum, was wiederum Aussteller aus Gewerbe, Handel und Industrie zusätzlich motiviert, sich mit einem Stand zu beteiligen.

- Sonderschau der Gleichstellungsförderung des Kantons SG: Typisch männlich – typisch weiblich?
- Achtsprachige Informationsbroschüre sowie Führungen (Sa/So) für fremdsprachige Eltern.
- Berufsmeisterschaften (Bodenparkettleger/innen, Jungschreiner/innen und Fachmann/-frau Gesundheit EFZ).
- Gate/way – Berufswahlanalyse.
- Handshake: Trainingsgespräche für ein Lehrstellen-Bewerbungsgespräch (unterstützt vom FOB).
- Sonderschau der Stiftung Suchthilfe St. Gallen: Wenn Eltern trinken.
- OBA Radio live: Berufswahlradio während der Dauer der OBA.

- Rahmenprogramme: Informationsveranstaltung für AbsolventInnen der Sekundarstufe II, Tipps vom Motivationstrainer zur erfolgreichen Stellensuche; Skills 2013: Technische Projektarbeiten mit Podiumsdiskussion; Theater zum Thema Bewerbungsprozedere; Veranstaltung zu den Möglichkeiten mit einer Attestausbildung, der Bedeutung der Berufsmaturität sowie zu den Mittelschulen.

### **Standort, Infrastruktur, Anreise**

Veranstaltungsort der OBA ist St. Gallen. Die OBA verfügt mit der OLMA über eine professionelle Messepartnerin und eine ebensolche Infrastruktur. Die Aussteller im Bereich berufliche Grundbildung und Weiterbildung sind in drei Messehallen der OLMA präsent.

Die OLMA kann mit Bus ab Bahnhof SBB in 15 Minuten erreicht werden. St. Gallen liegt im Einzugsgebiet der Kantone SG, AR und AI sowie des Oberthurgaus. Die An- und Heimreise von Schulklassen aus den entfernteren Regionen des Kantons St. Gallen kann insgesamt 4-5 Stunden in Anspruch nehmen. Sie müssen denn auch in der Regel einen ganzen Schultag für den Besuch der OBA einplanen. Die «Abwanderung» von St. Galler Jugendlichen bzw. Schulen zu leichter erreichbaren Messen (FIUTSCHER Chur, Berufsmesse Zürich) hält sich dennoch in Grenzen (*vgl. Tabelle 6, Seite 19 in diesem Bericht*), wohl auch, weil an den Berufsschauen nicht nur Berufe, sondern auch Ausbildungsplätze im Wohnortskanton erkundet werden wollen.

### **Qualitätssicherung**

Die Projektleitung befragt im Anschluss an die OBA Lehrpersonen, Aussteller und Veranstalter eines Forums. Die Fragen werden über die Jahre weit möglichst unverändert behalten. In etwa jede dritte Lehrperson und etwas mehr als ein Viertel der Aussteller beteiligten sich 2013 an den Umfragen.

### **Zielgruppenerreichung**

Der Besuch der OBA ist für St. Galler Klassen der Sekundarstufe I (bzw. 8. Schuljahr) nicht obligatorisch. Aus Angaben der befragten Lehrpersonen, den Klassenanmeldungen und der amtlichen Statistik sind Teilnahmeschätzungen möglich. Wir gehen davon aus, dass 80% der Lernenden im achten Schuljahr mindestens einmal im Jahr 2013 die OBA besuchten. Unter den organisierten Besuchen mit der Klasse machen die SchülerInnen der achten Klasse ebenfalls vier Fünftel aus. Klassen des 7. und 9. Schuljahres sowie von Brückenangeboten Sonderschulen teilen sich zu etwa gleichen Teilen im Rest. Die Reichweite der OBA bei Eltern ist nicht bekannt. Indessen deuten die ausgewiesenen jugendlichen bzw. erwachsenen BesucherInnen darauf hin, dass Samstag und Sonntag wohl rege benutzt werden für gemeinsame Besuche von Eltern und Jugendlichen (gemäss Beobachtung der Projektleiterin mit steigender Tendenz).

### **Werbemassnahmen**

Die OBA wird auf allen möglichen Kanälen beworben. Der Werbeaufwand ist sehr gross und kostenintensiv. Internet: Werbebanner, social media; Direktmarketing (Schulleitungen, Schulräte, Elternbriefe) Plakate, TV- und Radio-Spots, OBA-Sonderbeilage in St. Galler Tagblatt, Print-Inserate in Zeitungen und Zeitschriften des Einzugsgebiets. Erschwert wird das direkte Ansprechen der Eltern.

### **Unterstützung durch Kanton(e)**

Die OBA erfährt keine finanzielle Unterstützung durch den Standortkanton oder andere Kantone des Einzugsgebiets. Ohne Bundesmittel würde die Messe ein grosses Finanzierungsproblem haben.

## A2.2 Aargauische Berufsschau, Lenzburg

<b>Termin</b>	03. – 08.09.2013	<b>Aussteller (2013)</b>	65
<b>Öffnungszeiten</b>	Di bis So (9:00 – 16:00).	<b>BesucherInnen (2013)</b>	35'000
<b>Durchführung</b>	alle zwei Jahre, 2013 zum 13. Mal	<b>davon SchülerInnen (Schätzung)</b>	12'000
<b>Inhalt</b>	✓ Berufliche Grundbildung Weiterbildung	<b>Klassenobligatorium</b>	nein
<b>Internet</b>	<a href="http://www.ab13.ch">www.ab13.ch</a>		

### Organisation

Der Aargauische Gewerbeverband organisiert seit 1981 die Aargauische Berufsschau. Im Organisationskomitee vertreten sind die Abteilung Berufsbildung und Mittelschulen des kantonalen Departements für Bildung, Kultur und Sport, die kantonalen Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf sowie die Berufsschule Lenzburg (u.a.).

### Strategie, Angebot

Im Fokus der Berufsschau steht die Berufsbildung (Grundbildung). Der Organisator ist darum bemüht, dass in erster Linie Berufs- und Branchenverbände und nur in Ausnahmefällen Einzelbetriebe ausstellen. Die Berufsbilder sollen klar im Vordergrund stehen.

Neben mehreren Fachreferaten rund um die Berufswahl- und Berufsbildung (inkl. basic-check) finden folgende Sonderveranstaltungen und -angebote statt:

- Führungen für fremdsprachige Eltern (auf Anmeldung)
- Entscheidungstraining (Samstag)
- Vorführung von seltenen Berufen (täglich ein Beruf)
- Teacher's Corner

### Standort, Infrastruktur, Anreise

Die Berufsschau befindet sich auf dem Areal der Berufsschule Lenzburg. Zwei Zelthallen, ein Aussengelände sowie die ÜK-Räume der Berufsschule stehen für die Ausstellung zur Verfügung. Mehrere Aussteller (Metall-, Elektro- und Maschinenindustrie, Metallbau und Landtechnik, Berufe im Autogewerbe, Zimmermann/frau, Schreiner/in, Maurer/in) profitierten dadurch von Original-Infrastruktur.

Zwischen dem Bahnhof Lenzburg und der Berufsschau fahren Shuttlebusse.

### Qualitätssicherung

Bei den letzten beiden Durchführungen wurden die Aussteller vermehrt aufgefordert, interaktive Stände zu konzipieren. Um die Besucherführung zu vereinfachen, übernimmt der Organisator die Standbeschriftung, die einheitlich gestaltet ist und die Berufsbezeichnungen in den Vordergrund rückt.

In der Informationsbroschüre für Lehrpersonen werden diese aufgefordert, den Messebesuch mit der Klasse vorzubereiten, indem die SchülerInnen zu einigen wenigen Berufen Interviews planen (Verweis auf [www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) für weitere Hilfsmittel).

Ein unabhängiges Treuhandbüro führt eine Besucher- und Ausstellerbefragung durch.

### **Zielgruppenerreichung**

Da die Berufsschau alle zwei Jahre stattfindet, richtet sich die Berufsschau an alle OberstufenschülerInnen und deren Eltern. Ein Obligatorium besteht nicht. Die Klassenlehrpersonen sind aber aufgefordert, die Berufsschau mit ihren Klassen zu besuchen. Da sich die Klassen nicht anmelden müssen, besteht keine Kontrolle, inwiefern die Lehrpersonen dieser Aufforderung folgen. Die Organisatoren gehen aufgrund der Besucherzahlen davon aus, dass nahezu alle Klassenlehrpersonen die Berufsschau mindestens einmal mit einer Klasse besuchen. Untervertreten sind Klassen aus den Bezirksschulen<sup>26</sup>, in den letzten Jahren ist aber ein Anstieg in den Besucherzahlen zu beobachten.

### **Werbemassnahmen**

Alle Oberstufenklassen im Kanton erhalten im Sommer Informationsunterlagen zur Berufsmesse (Flyer mit Plänen, Aussteller- und Berufslisten, Informationsbroschüre für Lehrpersonen). Weiter wird eine Sonderausgabe der Gewerbezeitung in alle Aargauer Haushalte verschickt und Zeitungsinserate geschaltet. Die Berufsschau ist auch mehrfach in der Schüleragenda aufgeführt.

### **Unterstützung durch Kanton(e)**

Der Kanton Aargau unterstützt die Aargauische Berufsschau bereits seit den 1980er Jahren finanziell und ideell. Die Abteilung Berufsbildung und Mittelschulen ist im Organisationskomitee vertreten. Verschiedene kantonale Fachstellen wie die Berufsberatung, die kantonalen Berufsbildungszentren und gymnasialen Mittelschulen sind mit einem eigenen Stand an der Berufsmesse vertreten.

### **Förderung der Berufsbildung, Lehrstellenmarketing**

Für das Berufsbildungsmarketing sind in erster Linie die OdA verantwortlich. Der Kanton Aargau betrachtet es als seine Aufgabe, ebenfalls einen Beitrag zu leisten. Die Abteilung Berufsbildung und Mittelschulen engagiert sich stark für den RadioTag ([www.radiotag.ch](http://www.radiotag.ch)). In den Schulen startet die Berufswahl wie im Lehrplan verankert in der 8. Klasse.

---

<sup>26</sup> Bezirksschulen eröffnen den Übertritt in eine allgemeinbildende Mittelschule.

### A2.3 Schaffhauser Berufsmesse

<b>Termin</b>	13. – 14.9.2013	<b>Anzahl Aussteller (2013)</b>	90
<b>Öffnungszeiten</b>	Fr 8:30 – 16:30, Sa 9:00 – 15:00	<b>Anzahl Besucher</b>	3'000
<b>Durchführung</b>	jährlich, 2013 zum achten Mal	<b>davon Schüler/innen</b>	850
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Berufliche Grundbildung</li> <li>✓ Weiterbildung</li> </ul>	<b>Kein Obligatorium.</b> Praktisch alle Klassen im 8. Schuljahr besuchen die SHB.	
<b>Internet</b>	<a href="http://www.berufsmesse-sh.ch">www.berufsmesse-sh.ch</a>		

#### Organisation

Veranstalter der Schaffhauser Berufsmesse sind der Kantonale Gewerbeverband Schaffhausen und die Dienststelle Mittelschul- und Berufsbildung des Kantons SH. Die Organisation obliegt der Firma *Schwerpunkt*, die auch die Projektleitung wahrnimmt, sowie den Verantwortlichen Raumplanung bzw. Hausdienst des Berufsbildungszentrums (BBZ) Schaffhausen. Der Steuergruppe gehören der Geschäftsführer des Kantonalen Gewerbeverbandes, der Leiter der Dienststelle Mittelschul- und Berufsbildung, der Schulinspektor sowie der Rektor des BBZ Schaffhausen an.

#### Strategie, Angebot

Die SHB ist ein Element des «Berufswahlfahrplans», an dem sich die Klassen der Sekundarstufe I ausrichten. Die Trägerschaft verfolgt denn auch das Ziel, die Ausbildungsmöglichkeiten der beruflichen Grundbildung im Kanton möglichst vollständig zu präsentieren. Dies gelingt ihr auch weitgehend, zum Teil auch dank Anwerbung von Ausstellern aus anderen Kantonen. Zudem sind das BBZ sowie die Kantonsschule Schaffhausen, Brückenangebote, Kanton etablierte Weiterbildungsinstitutionen und Anbieter von Informationen oder Beratung (u.a. Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung/BIZ) präsent.

Während der beiden Besuchstage gibt es kein Rahmenprogramm. Indessen lädt die Trägerschaft drei Monate vor der Durchführung der Berufsmesse zu einem Infoanlass ein (*s. unten*). Am Vorabend der Messe sind die Lehrerinnen und Lehrer auch zur Rekognosizierung und den Feierlichkeiten eingeladen.

#### Standort, Infrastruktur, Anreise

Die Berufsmesse hat ihren Standort im BBZ, unmittelbar neben dem Bahnhof Schaffhausen SBB. Während der zwei Messtage stehen die beiden Schulgebäude (Schulzimmer und Korridore, Foyer, ÜK-Räumlichkeiten und sanitäre Anlagen) sowie die zum Teil mit Zelten überdachten Aussenräume zur Verfügung. Praktisch alle Schulklassen im Kanton SH erreichen das Messegelände innerhalb von maximal 20-30 Minuten.

#### Qualitätssicherung

Die Projektleiterin versucht, die vollständige Präsenz der im Kanton angebotenen Ausbildungsberufe durch direktes Kontaktieren von Betrieben zu erreichen. Am vorgängig organisierten Info-Anlass erhalten die Teilnehmenden Ratschläge für den Standaufbau, die Präsentation u.a. bzw. Hinweise zur Vorbereitung des Messebesuchs in der Klasse. Auf der Homepage der Berufsmesse stehen darüber hinaus Dokumente zum Download bereit (z.B. Merkblatt, Messeführer)



Die Projektleitung veranlasst jährlich alternierend Befragungen der Zielgruppen Jugendliche, Aussteller und Eltern. Die Rückmeldungen fliessen in die Planung der folgenden Berufsmesse(n) ein. So wurde für 2014 eine Neugestaltung des Messeführers beschlossen.

### **Zielgruppenerreichung**

Als Zielgruppe im engeren Sinne spricht die Schaffhauser Berufsmesse die Klassen des 8. Schuljahres an. Für sie ist der Freitag als Besuchstag reserviert. Am Samstag stossen auch Eltern, weitere SchülerInnen sowie SchülerInnen einiger Thurgauer Gemeinden dazu. Die SHB erreicht praktisch alle SchülerInnen im achten Schuljahr.

### **Werbemassnahmen**

Die Kleinräumigkeit des Kontextes erfordert lediglich einen begrenzten Werbeaufwand. Die Mobilisierung gelingt vor allem über die Schulen (Elternbrief in 13 Sprachen), Printmedien (u.a. Spezialausgabe des «Schaffhauser Bock», in allen Haushaltungen des Kantons und angrenzender Gemeinden verteilt) sowie weitere Kommunikationskanäle (Lokalradio, Busplakate in 13 Sprachen).

### **Unterstützung durch den Kanton**

Der Kanton Schaffhausen stellt die Räumlichkeiten des BBZ Schaffhausen zur Verfügung und gewährleistet den Zugang zu den Schulen und Eltern. Er ist durch die Dienststelle Mittelschulen und Berufsbildung in der Trägerschaft vertreten und unterhält eigene Ausstellungsstände (z.B. Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung, Berufsvorbereitungsjahr).

### **Förderung der Berufsbildung, Lehrstellenmarketing**

Die Nachwuchssicherung ist Aufgabe der OdA. Der Kanton Schaffhausen unterstützt deren Bemühungen durch den Berufswahlunterricht der Sekundarstufe I. Ausserdem unterhält er eine Internet-Plattform ([www.berufsbildung-sh.ch](http://www.berufsbildung-sh.ch)), die Ausbildungsbetrieben und Lehrstellensuchenden Informationen und Orientierung anbietet.

#### A2.4 Berufsmesse Thurgau

<b>Termin</b>	19. – 21.09.2013	<b>Aussteller (2013)</b>	74
<b>Öffnungszeiten</b>	Do, Fr (9:00 – 17:00), Sa (9:00 – 16:00).	<b>Besucher (2013)</b>	7'000
<b>Durchführung</b>	Jährlich, 2013 zum 3. Mal	<b>davon Schüler/innen</b>	3'200
<b>Inhalt</b>	✓ Berufliche Grundbildung Weiterbildung	<b>Klassenobligatorium</b>	nein
<b>Internet</b>	<a href="http://www.berufsmesse-thurgau.ch">www.berufsmesse-thurgau.ch</a>		

#### Organisation

Der Thurgauer Gewerbeverband ist der Veranstalter der Berufsmesse. Für die Organisation der Messe ist die Firma MESSEN WEINFELDEN verantwortlich. Durch den Beirat ist die Berufsmesse breit abgestützt (vertreten sind das kantonale Amt für Berufsbildung und -beratung sowie das Volksschulamt, Berufsbildungszentren, Kantonsschulen, der Verband Schulleiterinnen und Schulleiter und die Lehrerschaft, sowie Berufsverbände und einzelne Betriebe).

#### Strategie, Angebot

Die Berufsmesse konzentriert sich auf die Grundbildung, wobei der Fokus auf der Berufsbildung liegt. Aus Sicht der Organisatoren ist es (auch dank tiefen Standpreisen) gelungen, alle Branchenverbände im Kanton als Aussteller zu gewinnen, deren Mitglieder auch Lehrstellen anbieten.

Das Rahmenprogramm setzt sich aus folgenden Sonderveranstaltungen zusammen:

- Probe-Vorstellungsgespräch und Bewerbungsscheck (jeweils vormittags)
- Coachinggespräch für SchülerInnen mit eher schlechten schulischen Leistungen (jeweils vormittags)
- GATEWAY Berufswahlanalyse
- Berufsbildungsforum für alle, die sich mit der Berufsbildung beschäftigen (Donnerstagnachmittag)
- Führungen für fremdsprachige Eltern (Samstagvormittag)

#### Standort, Infrastruktur, Anreise

Weinfelden liegt in der Mitte des Kantons. Die Berufsmesse findet in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof auf dem Areal des Gewerblichen Bildungszentrums Weinfelden statt. Neben drei Zelthallen können die ÜK-Räumlichkeiten, Foyer und die sanitären Anlagen des Bildungszentrums genutzt werden. Für mehrere Berufe (SchreinerIn, Zimmermann/frau, Autoberufe, Gastronomie, BäckerIn u.a.) steht dadurch Infrastruktur zur Verfügung, wie sie sich auch in den Betrieben findet und die an einem konventionellen Messestand nur unter grossem Aufwand aufgebaut werden könnte.

Die Anreise der Schulklassen wird mit der Regionalbahn thurbo koordiniert und organisiert (auf Anmeldung der Lehrpersonen).

#### Qualitätssicherung

Jeweils im Frühling findet eine Informationsveranstaltung für Aussteller statt, an der die zielgruppen-gerechte Präsentation im Vordergrund steht. Im Weiteren besteht ein Ausstellungsreglement. Wäh-

rend der Messe sucht die Messeleitung auch das Gespräch mit Ausstellern, wenn ein Stand die Besucher wenig anzieht.

Aussteller sowie Lehrpersonen, die die Messe mit ihren Klassen besucht haben, werden im Anschluss an die Messe schriftlich befragt. Anregungen werden aufgenommen und geprüft. So wurde auf Anregung der Aussteller 2013 ein neues Konzept eingeführt, um den Besucherfluss zu steuern. Die Ausstellung wurde neu als Rundgang konzipiert, damit die Besucher an jedem Stand vorbeikommen. Zudem wurde der Besuch von Schulklassen zeitlich koordiniert, um einen stetigen Besucherfluss zu gewährleisten.

Den Lehrpersonen wird weiter ein UBS-Stick mit Hilfsmaterialien verschickt, darunter ein Arbeitsblatt für SchülerInnen, Ideen für die Lehrpersonen sowie «Das gute Interview». Die Lehrpersonen werden explizit aufgefordert, die Messe nicht ohne Vorbereitung mit der Klasse zu besuchen. Auch raten die Organisatoren von der Verwendung vorgefertigter Fragebogen ab und legen stattdessen nahe, die SchülerInnen eigene Fragen zu 1-3 Berufen formulieren zu lassen.

### **Zielgruppenerreichung**

Die Berufsmesse richtete sich an die OberstufenschülerInnen und ihre Eltern. Insbesondere 8-Klässler sind angesprochen. Zwar besteht kein Obligatorium – alle Klassenlehrpersonen der 8. Klasse sind aber aufgefordert, die Berufsmesse mit ihren SchülerInnen zu besuchen. Besuchten in den ersten zwei Jahren einzelne Schulgemeinden noch die OBA, kamen 2013 die Schulklassen aus allen Thurgauer Gemeinden nach Weinfelden (100% Abdeckung). Es ist daher anzunehmen, dass auch bei den Schulklassen der 8. Klasse eine sehr grosse Abdeckung erzielt wird (kein Beleg). Die Besucherzahlen steigen seit der ersten Durchführung 2001 kontinuierlich.

### **Werbemassnahmen**

Da über die Schulen die Hauptzielgruppe (Jugendliche) praktisch flächendeckend erreicht werden, beschränken sich die Werbemassnahmen mit einer Sonderbeilage für die lokalen Tageszeitungen auf ein Minimum. Hingegen werden spezielle Bemühungen unternommen, um fremdsprachige Eltern über die Berufsmesse und die fremdsprachigen Führungen zu informieren (Informationsverbreitung über verschiedene Multiplikatoren wie Schulen, Ärzte, Vereine).

### **Unterstützung durch Kanton(e)**

Der Kanton Thurgau beteiligt sich finanziell an der Berufsmesse und stellt die Räumlichkeiten im Bildungszentrum zur Verfügung. Zudem ist das Amt für Berufsbildung und -beratung sowie das Volksschulamt im Beirat vertreten. Verschiedene kantonale Fachstellen wie die Berufsberatung sind mit einem eigenen Stand an der Berufsmesse vertreten. Im Weiteren erfolgt der Versand an die Schulen (Informationen und Vorbereitungsmaterial) über das Volksschulamt.

### **Förderung der Berufsbildung, Lehrstellenmarketing**

Die Nachwuchssicherung ist Aufgabe der OdA, während die kantonalen Ämter eine optimale Berufswahlvorbereitung und Berufsorientierung fördern. Bereits in der Primarschule findet mit dem Vater-/Muttertag eine erste Auseinandersetzung mit der Berufswelt statt. In der 1. Sek setzen sich die SchülerInnen mit Berufsbildern auseinander, in der 2. Sek folgt der eigentliche Berufswahlunterricht (im Lehrplan verankert) mit Besuchen in den BIZ und der Berufsberatung.

## A2.5 Salon des métiers et de la formation, Lausanne

<b>Dates</b>	01 – 06.10.2013	<b>Exposants</b>	95
<b>Horaires</b>	ma à ve (8:00 – 17:00) sa et di (9:00 – 17:00)	<b>Métiers et formations</b>	489
		<b>Visiteurs</b>	27'800
<b>Fréquence</b>	Tous les ans, 4 <sup>ème</sup> salon cantonal	<b>Dont élèves</b>	11'400
<b>Contenu</b>	✓ formation professionnelle de base ✓ formation supérieure et continue	<b>Visite obligatoire pour les classes</b>	non
<b>Web</b>	<a href="http://www.metiersformation.ch">www.metiersformation.ch</a>		

### Organisation

Depuis 4 ans le Salon des Métiers et de la Formation Lausanne remplace les quatre salons régionaux, organisés sur une base bénévole, existant auparavant. Il est le seul salon romand à avoir lieu chaque année. L'autorité responsable est le Giip (Groupe d'intérêt pour l'information professionnelle) en partenariat avec MCH Beaulieu Lausanne SA et trois entités de l'Etat de Vaud : la Direction générale de l'enseignement obligatoire, la Direction générale de l'enseignement postobligatoire et le Service de l'enseignement spécialisé et de l'appui à la formation. Les partenaires se mettent d'accord sur le concept au sein du Comité d'organisation tripartite fort d'une quinzaine de membres et dans lequel sont présents Etat, organisations patronales et professionnelles et MCH Beaulieu.

Le salon cantonal bénéficie de l'expérience accumulée et des réseaux déjà créés au cours des salons régionaux précédents. Le financement est mixte avec une subvention du SEFRI, une contribution du Fonds cantonal pour la formation professionnelle FONPRO, de l'Etat de Vaud et du centre patronal ainsi que par les recettes de la location des stands.

### Stratégie, offre

Le salon des métiers et de la formation vise à offrir une plate-forme cantonale d'information pour l'orientation professionnelle portant sur les choix professionnels, la formation professionnelle initiale, continue et supérieure dans le canton de Vaud. La formation continue et la formation des adultes sont certes présentes, mais ne sont pas une cible prioritaire du salon. Celui-ci offre au visiteur une vue d'ensemble des métiers et du monde du travail. Il lui permet aussi d'approfondir sa connaissance des filières de formation et des métiers grâce aux contacts directs avec les exposants et aux présentations sur les différents stands des métiers en action. Le salon fait partie intégrante du processus d'orientation professionnelle dans le canton de Vaud. Les exposants sont principalement des associations professionnelles et des entreprises formant un grand nombre d'apprentis, y compris les services de l'Etat, mais aussi des institutions de formation ou des écoles, publiques et privées. Les manifestations et prestations suivantes ont en outre été offertes aux visiteurs :

- Séance de préparation pour les enseignants (2 heures).
- Infos-métiers : séance d'information approfondie sur une vingtaine de domaines professionnels auxquelles les élèves pouvaient s'inscrire.

- Journal du salon Perspectives parution quotidienne à 1'000 exemplaires, rédigé par une dizaine de jeunes de l'OPTI (Organisme de perfectionnement scolaire, de transition et d'insertion professionnelle) ; maquette et impression offset par les étudiants de l'ERACOM (Ecole romande d'arts et communication) et mise en page par des apprentis polygraphes.
- Forum : espace pour de brèves présentations sur les métiers ; des conférences (le week-end : quel rôle pour les parents ?).
- Défilés de mode quotidiens par les apprenties du Centre d'orientation et de formation professionnelle (COFOP).
- Zone vivante: pour donner une place aux métiers ne pouvant rester toute la durée du salon.
- Simulation d'entretiens individuels (sur inscription préalable) : 40 spécialistes en recrutement d'apprentis de diverses entreprises ont réalisé des entretiens d'embauche fictifs avec 214 élèves.
- Exposition d'affiches réalisées par les étudiants de l'ERACOM.

#### **Lieu, infrastructure, accès**

Le salon a lieu au centre de congrès et d'exposition de Beaulieu, en ville de Lausanne ; il est facilement accessible en transports publics et privés. Une halle entière (sur 2 étages) lui est dédiée, pour une surface d'exposition brute de 7'400m<sup>2</sup> dont 3'308m<sup>2</sup> sont occupés par des exposants. Le salon bénéficie d'infrastructures et d'une organisation professionnelle de haut niveau qui permet un accueil soigné tant pour les visiteurs que pour les exposants.

#### **Assurance qualité**

Les mesures en amont du salon incluent notamment des séances de préparation avec les enseignants, les partenaires et les exposants ; l'inscription des classes en ligne afin de planifier les visites de classes et d'assurer la maîtrise du flux des visiteurs ; des guidelines et un soutien professionnel aux exposants pour assurer la qualité des stands ; le carnet pédagogique distribué et le guide du salon distribué aux élèves bien avant la visite pour qu'ils puissent s'y préparer en classe ; le Comité d'organisation prend aussi le temps de visiter d'autres salons pour partager les bonnes pratiques et s'en inspirer. Pendant le salon, les visiteurs peuvent répondre à un questionnaire (sur des tablettes alors que les exposants remplissent un questionnaire d'évaluation après le salon. Un débriefing approfondi de la Direction et du Comité d'organisation a lieu après le salon, y compris avec les enseignants, les parents (association de parents d'élèves) et une quinzaine d'exposants.

#### **Atteinte des groupes cibles**

La visite du salon n'est pas obligatoire. Les statistiques d'inscription des classes montrent qu'environ 2/3 des élèves et des enseignants des classes des élèves visés (10<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> | HarmoS) le visitent. Ce chiffre est en augmentation de 8.7% comparé à 2012. Comme le salon a lieu tous les ans, en principe presque tous les élèves ont une chance d'y aller au moins une fois en classe. Le canton encourage les écoles à mettre une telle visite à leur programme. Au fil des ans, il semble que le salon est devenu un point de passage presque obligé pour toutes les classes.

#### **Publicité**

La publicité tout public est faite largement par voie d'affiches dans les transports publics et les centres commerciaux ainsi que par des flyers et des prospectus. Une campagne média très active, radio et TV

locales et presse écrite, avant et pendant le salon, donne aussi une bonne visibilité ; des suppléments thématique ont été inclus dans les journaux partenaires d'audience cantonale et régionale. De l'information plus ciblée envers les enseignants (newsletter) et les parents (courrier d'invitation) a aussi été faite. Les médias électroniques ont finalement été mobilisés, avec le site internet enrichi quotidiennement, une page Facebook et une application pour smartphone. Des sacs en papier aux couleurs du salon distribués à l'entrée aux visiteurs a propagé le visuel du salon dans tout le canton.

### **Soutien du canton**

Le canton de Vaud apporte son soutien politique, financier et opérationnel au salon cantonal depuis sa création. Il offre également un appui logistique pour la coordination des services de l'Etat et la distribution de l'information. Il participe au Comité d'organisation avec quatre représentants et met du personnel à disposition tant pour l'organisation du salon que pendant celui-ci pour la tenue des stands de l'Etat notamment.

### **Promotion de la formation professionnelle, marketing des places d'apprentissage**

Le partenariat entre canton, l'organisation patronale et les associations professionnelles est solide et la collaboration excellente. Le patronat reste cependant le moteur en matière de marketing des places d'apprentissage. Le canton est actif en ce qui concerne l'information sur la voie de l'apprentissage (il a édité le guide de l'apprentissage disponible sur le site de l'orientation scolaire et professionnelle) et les mesures d'orientation et de soutien au choix professionnel auprès des élèves.

## A2.6 Berufsschau Basel-Landschaft, Liestal

<b>Termin 2013</b>	23. – 27.10.2013	<b>Aussteller 2013</b>	125
<b>Öffnungszeiten</b>	Mi-Fr (9:00-18:00); Sa/So (10:00-17:00)	<b>Anzahl BesucherInnen</b>	> 40'000
<b>Durchführung</b>	Alle 2 Jahre	<b>davon Schüler/innen</b>	21'000
<b>Inhalt</b>	Duale Berufslehre (Fokus), Weiterbildung	<b>Obligatorium BL</b>	1./2. Sek
<b>Internet</b>	<a href="http://www.berufsschau.org.ch">www.berufsschau.org.ch</a>		

### Organisation

Die Wirtschaftskammer Baselland ist die Entwicklerin und Trägerin der Berufsschau Baselland und führt diese auch durch. Die Projektleitung liegt bei deren Vizedirektor, der seitens der Wirtschaftskammer auf breites Knowhow und eine verlässliche Infrastruktur zurückgreifen kann sowie eine grosse Nähe zu den KMU des Kantons aufweist. Im Partnerschaftsrat sind 25 Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung/Schulen vertreten. Eine wichtige Stütze bei der Durchführung der Berufsschau sind auch die beiden Standortgemeinden.

### Angebot

Die Berufsschau will auch Plattform für Kontakte zwischen Wirtschaft, Berufsbildung und Politik sein. Dementsprechend fördert die Wirtschaftskammer auch alle Aktivitäten, die diesem Ziel dienen (Eröffnung, Berufsbildungstag, Verbandstagungen usw.). Der Fokus liegt bewusst auf den im Kanton Basel-Land angebotenen beruflichen Grundbildungen: 90% der Aussteller präsentieren duale Ausbildungen. Der Projektleiter schreibt die Berufsverbände als mögliche Aussteller an und wendet sich, wenn diese nicht mitmachen wollen, an einzelne Firmen. Das Angebot muss sich an den Platzkapazitäten orientieren. Kanton. Pro Zeitfenster à 3½ Std. können 3'000 SchülerInnen empfangen werden. Die Berufsschau Baselland ist bemüht, die Berufe genderneutral darzustellen, führt Führungen für Eltern in zwölf Sprachen durch und gestaltet die Infrastruktur behindertengerecht. Auf allfällige Subventionen seitens des SBFI für diese zusätzlichen Leistungen verzichtet sie.

### Standort/Infrastruktur/Anreise

Die Berufsschau findet alle zwei Jahre alternierend in Liestal und Pratteln statt, in Liestal in der Sporthalle Frenkenbündten. Zusätzlich zu den Sporthallen verfügt die Berufsschau über vier temporär aufgebaute Zelte. Für 7. und 8. Klassen (1. und 2. Sekundarklassen) ist der Besuch obligatorisch. Die Anreise der Schulklassen aus dem Kanton BL erfolgt mit dem öffentlichen Verkehr: Gleichzeitig mit der Online-Anmeldung einer Klasse geht auch eine Meldung an die SBB, die die Transportkapazität zeitgenau bereitstellt.

### Qualitätssicherung

Implizit geschieht Qualitätssicherung zunächst durch den Wettbewerb unter den Ausstellern. Mit den Projektleitungen der ZEBI, OBA, bam, Berufsmesse Bern und Zürich erfolgt ein Fachaustausch. Die

Qualitätssicherung ist weiter gewährleistet durch Besucherbefragungen sowie die Mitglieder des Partnerschaftsrats, die aus je spezifischer Perspektive an der Evaluation (Rückmeldungen, Anregungen) und Verbesserungen beteiligt sind. Die Logistik arbeitet mit einer Software, die in mehrjähriger Entwicklung programmiert, erweitert und verbessert wurde. Möglichst alle Informations- und Supportleistungen sollen über die Homepage abrufbar sein. Um eine wirkungsvolle Nutzung der Berufsschau zu begünstigen, stehen den Schülerinnen und Schülern Merklisten zur Vorbereitung zur Verfügung, ebenso wie ein Onlinetool zur Ermittlung des persönlichen Berufsprofils.

### **Zielgruppenerreichung**

Für die Baselbieter SchülerInnen im 7. und 8. Schuljahr ist der Besuch der Berufsschau obligatorisch. Tatsächlich nehmen die meisten das Angebot wahr. Am 28. November 2013 wurde allerdings eine Motion im Landrat eingereicht, die das Durchsetzen des Obligatoriums auch für die Stufe P (progymnasialer Zug) zum Ziel hat.

### **Werbemassnahmen**

Die an die Zielpublika gerichteten Werbemassnahmen erfolgen spezifisch über die jeweils möglichen bzw. bestgeeigneten Kommunikationskanäle. Berufsberatung, Ausbilder/innen und Politik/Behörden erhalten persönliche Einladungen. Schulen und Eltern erreicht die Berufsschau über Plakate, Radio und die Berufsberatung, letztlich über die Homepage [www.berufsschau.org](http://www.berufsschau.org). Die breitere Öffentlichkeit erfährt von der Berufsschau auch über die Medien. Für die Berufsschau wirbt der Vizedirektor der Wirtschaftskammer Baselland auch unter dem Jahr, in der Regel zusammen mit Auszubildenden (Klassenbesuche, Teilnahme an Elternabenden).

### **Unterstützung Kanton**

Seitens des Kantons flossen aus dem Wirtschaftsförderungsfonds CHF 950'000 an die Durchführungskosten der Berufsschau Baselland.

### **Kantonales Berufsbildungsmarketing**

Das Berufsbildungsmarketing obliegt der Wirtschaftskammer Baselland. Es umfasst neben der in Partnerschaft mit dem Kanton durchgeführten Berufsschau die Lehrabschlussprämierungsfeier, den Alpenflug (Anerkennung für AbsolventInnen einer Berufslehre mit einem Abschluss 5.3 und höher), das Lehrstellenmarketing (kantonaler Leistungsauftrag), den KMU-Lehrbetriebsverbund, Projekt «fit in die Lehre».



## A2.7 Zentralschweizer Bildungsmesse ZEBI

<b>Termin</b>	7. – 12.11.2013	<b>Aussteller (2013)</b>	150
<b>Öffnungszeiten</b>	Do bis Di (9:00 – 17:00)	<b>Besucher (2013)</b>	29'000
<b>Durchführung</b>	alle zwei Jahre, 2013 zum 7. Mal. Ab 2015 jährlich.	<b>davon Schüler/innen</b>	18'000
<b>Inhalt</b>	✓ Berufliche Grundbildung ✓ Weiterbildung	<b>Klassenobligatorium</b>	ja (Kanton LU)
<b>Internet</b>	<a href="http://www.ZEBI.ch">www.ZEBI.ch</a>		

### Organisation

Die ZEBI geht aus der Berufsmesse des Luzerner Gewerbeverbandes hervor. Seit 2001 ist der Verein Berufsbildung Zentralschweiz Träger der ZEBI, in dem die Gewerbeverbände und die kantonalen Berufsbildungsämter der Kantone Luzern, Uri, Schwyz, Obwalden, Nidwalden und Zug sowie weitere Wirtschafts- und Branchenverbände vertreten sind. Für die Organisation ist der Messebeirat in Zusammenarbeit mit der Messe Luzern AG verantwortlich. Nicht zuletzt dank dieser breiten Verankerung und dem daraus verfügbaren dichten Kontaktnetz zu Berufsverbänden und OdAs ist es gelungen, das Angebot der ZEBI laufend auszubauen und zu einem Anlass mit regionaler Bedeutung zu etablieren. Eine grosse Herausforderung wird darin bestehen, die Aussteller für eine jährliche Teilnahme ab 2015 zu gewinnen, um diese Ausstrahlung aufrechtzuerhalten.

### Strategie, Angebot

Die ZEBI deckt mit der beruflichen Grundbildung, dem Maturitätsweg sowie der Weiterbildung den gesamten Bildungsweg ab der Sekundarstufe II ab. Das Angebot umfasst 130 Berufe der Grundbildung sowie über 600 Weiterbildungen. Auch im Rahmenprogramm bestehend aus 16 Sonderveranstaltungen widerspiegelt sich die Breite des Messeangebots. So gibt es auch einen Studienwahltag für Maturanden sowie Laufbahnberatungen für Erwachsene. Mit Bezug auf die Berufswahl sind folgende Sonderveranstaltungen zu nennen:

- Der Parcours Berufsmatura-Check-up
- Ein Perspektiven-Workshop für Schulklassen (auf Anmeldung)
- Theaterszenen zum Thema Chancengleichheit in der Berufswahl
- Tischgespräche für Familien
- Führungen für fremdsprachige Eltern
- Eine Informationsveranstaltung für Lehrpersonen zum Übergang Schule - Beruf
- Weitere Referate und Podiumsdiskussionen

### Standort, Infrastruktur, Anreise

Die Messe findet in den neuen Hallen der Messe Luzern AG am Stadtrand von Luzern statt. Das Messengelände ist mit dem öffentlichen Verkehr sehr gut erreichbar (Bus ab Bahnhof Luzern, eigene S-Bahn-Station).

### **Qualitätssicherung**

Die Betreuung und der Kontakt mit den Ausstellern ist der Messeleitung ein wichtiges Anliegen, da die Qualität der ZEBI letztlich stark von deren Auftritten abhängt. Die Aussteller erhalten in den Messeunterlagen Tipps, wie sie ihren Auftritt gestalten sollen (Stand mit Berufsbezeichnung anschreiben, praktische Tätigkeiten zeigen, Auszubildende und Lernende am Stand, Namensschilder, Ausbildungsmöglichkeiten aufzeigen, Frauen und Männer gleich ansprechen). Eine freiwillige Informationsveranstaltung thematisiert ebenfalls den Messeauftritt. Wer Unterstützung sucht, wird auch individuell beraten. Umgekehrt sucht die Messeleitung das Gespräch mit Ausstellern, wenn ein Stand die Besucher wenig anspricht.

Auch die Lehrpersonen erhalten Unterlagen und Tipps zur Vorbereitung des Messebesuchs mit ihren Klassen. Die Schülerinnen und Schüler sollen ein bis drei Berufe anschauen, über die sie bereits im Vorfeld Informationen eingeholt haben (inkl. Voraussetzungen), sie sollen individuelle Fragen («das gute Interview») stellen und auch unbekannte Berufe erkunden. Um den Besucherfluss zu lenken, melden sich Schulklassen für ihren Besuch für ein bestimmtes Zeitfenster an.

Um ein direktes Feedback einzuholen wird eine Aussteller- und Besucherumfrage durchgeführt.

Auch die breite Abstützung bei Kantons- und Wirtschaftsvertreter/innen sowie die langjährige Zusammenarbeit mit der Messeleitung seitens Messe Luzern AG tragen zur Qualität der Messe bei.

### **Zielgruppenerreichung**

Der Versand von Flyern und Informationen erfolgt über die Berufsbildung in den Zentralschweizer Kantonen, die mit den Lehrpersonen in Kontakt stehen. Dadurch kann gewährleistet werden, dass jede/r Schüler/in die Informationen erhält.

Im Kanton Luzern ist der Besuch an einer Berufsmesse für Schulklassen der 8. Oberstufe überdies obligatorisch. In Jahren mit einer ZEBI dürften diese Schulklassen alle an die ZEBI kommen. In den anderen Kantonen des Verbundes besteht kein Obligatorium. Unter anderem weil der Messebesuch vor allem für 8. Klässler geeignet ist, soll die ZEBI ab 2015 alljährlich stattfinden.

Aufgrund der Anmeldung der Schulklassen ist bekannt, dass die Abdeckung in den Kantonen Luzern, Zug, Obwalden und Nidwalden allgemein hoch ist (Schulklassen aus allen Gemeinden). Die Abdeckung im Kanton Schwyz ist nicht ganz so hoch, weil einige Bezirke wohl stärker Richtung Zürich oder St. Gallen ausgerichtet sind. Tief ist die Abdeckung im Kanton Uri (nur einzelne Klassen).

### **Werbemassnahmen**

Die ZEBI wird über verschiedene Werbekanäle bekannt gemacht: Mittels Plakaten (an Zentralschweizer Bahnhöfen), Inseraten (vor allem in der Lehrerzeitschrift) sowie mittels einer Präsentation an einer Lehrpersonentagung. 2013 wurde zudem zum ersten Mal das Magazin Berufsbildung Luzern in alle Luzerner Haushalte verschickt, das nicht nur die ZEBI sondern die Berufsbildung im Allgemeinen thematisiert. Das Magazin soll auch 2014 erscheinen, wenn keine ZEBI stattfindet.

### **Unterstützung durch Kanton(e)**

Die Zentralschweizer Berufsbildungsämter-Konferenz spricht der ZEBI einen hohen Stellenwert zu und engagiert sich daher stark für die Bildungsmesse. Die Zentralschweizer Kantone beteiligen sich finanziell und strategisch/planerisch (Messebeirat/Trägerschaft) und wirken durch eigene Stände (Berufs-

Studien- und Laufbahnberatung), durch Sonderveranstaltungen und die Beteiligung an Podiumsdiskussionen am Gelingen der ZEBI mit.

#### **Förderung der Berufsbildung, Lehrstellenmarketing**

Die enge Vernetzung von Kantons- und Wirtschaftsvertreter/innen in den Zentralschweizer Kantonen ist auch bei weiteren Massnahmen und Projekten zur Förderung der Berufsbildung spürbar. Zum einen laufen unter der Zentralschweizer Berufsbildungsämter-Konferenz mehrere Projekte. Zum anderen fördert und koordiniert der Verein Berufsbildung Zentralschweiz verschiedene Aktivitäten in der Berufsbildung und gewährleistet einen Austausch zwischen den Akteuren. Neben der ZEBI werden verschiedenen Massnahmen zur Förderung der Berufsbildung von den kantonalen Berufsbildungsämtern, den Gewerbe- und Branchenverbänden sowie von den Wirtschaftskammern alleine oder im Verbund durchgeführt.

## A2.8 Berufsmesse Zürich, Zürich

<b>Termin</b>	19. – 23.10.2013	<b>Aussteller (2013)</b>	125
<b>Öffnungszeiten</b>	Di bis Fr (8:30 – 17:00); Sa (10:00-17:00).	<b>Berufe</b>	240
<b>Durchführung</b>	alle zwei Jahre, 2013 zum 13. Mal	<b>Besucher (2013)</b>	44'400
<b>Inhalt</b>	✓ Berufliche Grundbildung ✓ Weiterbildung	<b>davon Schüler/innen</b>	16'800
		<b>Klassenobligatorium</b>	nein
<b>Internet:</b>	<a href="http://www.berufsmessezuerich.ch">www.berufsmessezuerich.ch</a>		

### Organisation

Die Berufsmesse Zürich ist aus der Züspa-Sonderschau «Berufe an der Arbeit» des Kantonalen Gewerbeverbandes Zürich (KGV) hervorgegangen. Seit 2005 wird die Berufsschau als eigenständige Veranstaltung («Berufsmesse Zürich») in enger Zusammenarbeit mit der Messe Zürich (Teil der MCH Group) durchgeführt. Der KGV, vertreten durch eine externe Projektleiterin, und die Messe Zürich bringen ihre spezifischen Kernkompetenzen, Erfahrungen und Netzwerke ein. Dank langjähriger Zusammenarbeit der Beauftragten des KGV und der Messe Zürich ist eine hohe Qualität und Stabilität der Kooperation gewährleistet. Der Kanton Zürich (Bildungsdirektion) sowie die Zürcher Kantonalbank als Sponsorin sind weitere Beteiligte dieser Public Private Partnership. Sechs Personen bilden das Kernteam, dem der Messebeirat zur Seite steht<sup>27</sup>.

### Strategie, Angebot

Die berufliche Grundbildung (Berufsbilder, Angebote zur Vorbereitung auf eine Berufslehre) steht im Zentrum der fünftägigen Berufsmesse. Die Veranstalter streben eine bestmögliche Abdeckung der im Kanton Zürich angebotenen Grundbildungen an. Die Anstrengungen, über die bereits angemeldeten Aussteller hinaus weitere Teilnehmer zu gewinnen, konzentrieren sich auf Kontaktaufnahmen mit Berufsverbänden, deren Berufe nicht vertreten sind. Fallweise, wenn seitens des Berufsverbands kein Beitrag möglich scheint, motivieren die Veranstalter Betriebe, die in die Lücke springen. Berufsverbänden mit nur kleinen Ressourcen wird im Einzelfall auch Unterstützung gewährt (Beratung, erleichterte Zugangsbedingungen).

Während der vollen Dauer der Ausstellung finden im Forum der Halle 2 Veranstaltungen für das Zielpublikum Schüler/innen (seltener für Eltern) statt. Im Jahr 2013 sind es 23 spezifischen Themen gewidmete Veranstaltungen von 10-25 Minuten Dauer, die während der Messe zwischen drei- und fünfmal durchgeführt werden, so z.B. «*Selbstbewusst auftreten*», «*Richtig bewerben im Jahr 2013*», «*Mein erster Tag im neuen Lehrbetrieb*» oder «*Stolpersteine für Lernende*».

Besondere Massnahmen für schulschwache Schüler/innen, Migrant/innen oder genderspezifischer Natur sind nicht programmiert. Die Relation von Aufwand und Ertrag den Verantwortlichen wenig

<sup>27</sup> Vertretern/innen des Kantonalen Gewerbeverbandes Zürich, der MCH Messe Zürich, des Gewerbeverbandes der Stadt Zürich, der Bildungsdirektion des Kantons Zürich, des Berufsverbandes KZEI, der Berufsberatung von Stadt und Kanton Zürich, der Zürcher Lehrmeistervereinigung Informatik, der Schweizerischen Metall-Union, des Zürcher Bankverbandes, des Volksschulamtes Zürich, des Kaufmännischen Verbandes Zürich, der Lehrerschaft, des Apothekerverbandes, des Schreinermeisterverbandes Kanton Zürich, des Verbandes Zürcher Handelsfirmen und der Vereinigung Zürcher Arbeitgeberverbände der Industrie.

attraktiv. Gleichwohl verlieren die Veranstalter diese Zielgruppen nicht aus den Augen, etwa im Rahmen der Werbung für die Berufsmesse oder wenn sie Aussteller und Lehrpersonen auf den Messebesuch vorbereiten.

### **Standort, Infrastruktur, Anreise**

Die Berufsmesse Zürich findet auf dem Messegelände der MZH (Zürich Oerlikon) statt. Die Anreise per ÖV ist komfortabel (eine Viertelstunde ab Zürich HB). Forumsveranstaltungen und Pausen-/Ruhezone sind übersichtlich unmittelbar im Eingangsbereich platziert. Die Bedürfnisse des KGV können mit dem vollen Dienstleistungspaket und den gesamten Erfahrungen der Messe Zürich gedeckt werden.

### **Qualitätssicherung**

Die Organisatoren geben den Ausstellern Tipps, wie ein Stand und die Ansprache der Jugendlichen optimal «funktionieren». Lehrpersonen werden zu einer Vorinformation eingeladen, und für sie und die Klassen stehen evaluierte und innerhalb der letzten Jahre optimierte Materialien zur Verfügung, um den Messebesuch vorzubereiten. Das in Lausanne entwickelte und für Zürich adaptierte Berufsmesseheft für Schüler/innen fand bei den Lehrpersonen äusserst positive Aufnahme. Während und nach der Messe finden Befragungen statt. Die Ergebnisse fliessen in die (öffentlich zugängliche) Berichterstattung ein. Das kurze Zeit nach Abschluss der Berufsmesse durchgeführte Debriefing dient dem Erkennen von Entwicklungsfeldern sowohl auf Seiten der Organisatoren als auch der weiteren beteiligten Akteure, insbesondere der Aussteller.

### **Zielgruppenerreichung**

Die Berufsmesse Zürich erreicht Schulklassen aus zwölf Kantonen, wobei die Schulen aus dem Kanton Zürich den grössten Anteil (87%) stellen. Eine bedeutende Zahl von Klassen stammt aus den Kantonen Schwyz («Ausser-Schwyz»), Zug, St. Gallen (Seegemeinden) und Aargau. In den letzten beiden Jahren wurde ein vermehrtes Interesse bereits von Sechstklässlern festgestellt. Eltern machen am Besucheraufkommen 28% aus (Befragungsdaten). Die Reichweite bei den Eltern – sie erscheinen vor allem am Mittwochnachmittag und am Samstag – ist allerdings schwer abschätzbar.

### **Werbemassnahmen**

Die Werbung für die Berufsmesse Zürich erfolgt über alle relevanten, vor allem auf Jugendliche und Lehrpersonen ausgerichteten Kanäle (Printinserate, Radio- und TV-Spots, Plakataushang, Email- sowie Infoset-Versände an Schulleitungen bzw. Berufsberatung und Pro Juventute, Internetbanner). Die Veranstalter bedauern, dass – offenbar aus Datenschutzgründen – eine direkte Ansprache der Lehrpersonen unmöglich ist. Der Kontakt mit den Lehrpersonen ist lediglich über die Schulleitungen möglich, wodurch sich eine gewisse Unsicherheit in Bezug auf die tatsächliche Reichweite dieses Werbeelements ergibt. Aktuell laufen Bemühungen der Veranstalter, verstärkt die Möglichkeiten der Social Media auszuloten.

### **Unterstützung durch Kanton(e)**

Der Kanton Zürich beteiligt sich finanziell mit CHF 250'000 aus dem Berufsbildungsfonds. Er präsentiert an der Messe die Berufsberatung, die Berufsmaturität, die Wirtschaftsmittelschule sowie die gymnasiale Matura. Ferner ist er im Messebeirat vertreten.

## A2.9 Salon des Métiers et Formations «Your challenge», Martigny

<b>Dates</b>	18-23.02.2014	<b>Exposants</b>	90+
<b>Horaires</b>	Ma – ve (8:00 – 17:00)	<b>Métiers</b>	400+
	Sa (10:00 – 19:00) Di (10:00 – 17:00)	<b>Visiteurs</b>	19'000
<b>Fréquence</b>	Tous les 2 ans, 4 <sup>ème</sup> salon cantonal (2012)	<b>Dont élèves</b>	9'000
<b>Contenu</b>	✓ formation de base et supérieure ✓ formation continue	<b>Visite obligatoire pour les classes</b>	oui (9 <sup>ème</sup> -10 <sup>ème</sup> )
<b>Internet:</b>	<a href="http://www.yourchallenge.ch">www.yourchallenge.ch</a>		

### Organisation

Le salon «Your challenge» est organisé tous les deux ans par le FVS Group en partenariat étroit avec l'Union Valaisanne des Arts et Métiers (UVAM) et l'Etat du Valais – Service de la formation professionnelle (SFOP). Le financement est mixte, avec une subvention de la Confédération (SEFRI), un financement direct par les exposants et l'UVAM (location des stands), une contribution du Fonds cantonal en faveur de la formation professionnelle alimenté par les entreprises du canton et des sponsorings (privés et de la Ville de Martigny). A cela s'ajoutent des contributions importantes du canton sous forme de prestations directes.

### Stratégie, offre

Le salon s'inscrit dans une stratégie menée en partenariat entre le canton et l'UVAM pour la promotion de la formation professionnelle, la valorisation de la formation duale et le soutien à l'orientation professionnelle de jeunes. Depuis deux éditions, le salon présente aussi l'offre disponible liée à la formation continue, au perfectionnement et à la réorientation professionnelle.

Ainsi, toutes les possibilités de formations et d'emplois du canton et en Suisse sont rassemblées et réparties en huit domaines: 1) Nature et Construction; 2) Santé, Social & Enseignement; 3) Alimentation, Hôtellerie & Tourisme; 4) Commerce, Transport & Sécurité; 5) Art, Médias, Habillement & Soins esthétiques; 6) Technique & Industrie; 7) Formation supérieure & continue; 8) Etat du Valais.

Le Salon est entièrement bilingue. Tous les documents d'information, les supports pédagogiques, la signalétique, la publicité et l'information existent en deux langues. Le salon propose aussi une journée, le vendredi, entièrement réservée aux élèves du Haut-Valais avec des interlocuteurs alémaniques sur tous les stands. Les prestations et manifestations suivantes ont en outre été proposées aux visiteurs:

- Séances d'information et visites guidées en langues étrangères avec interprètes communautaires
- Documentation en langue étrangère
- Déclinaison systématique de tous les métiers au féminin et masculin
- Dégustations sur le stand des métiers de la bouche (plus de 200m<sup>2</sup>) tout au long du salon, par les professions de l'hôtellerie, des bouchers-charcutiers et des boulangers-pâtisseries-confiseurs
- Démonstrations quotidiennes par des cuisiniers de renom sur l'espace « Découvertes culinaires
- Championnat romand des installateurs électriciens CFC

- Défilé de mode par l'Ecole de Couture du Valais (dimanche)
- Show coiffure Suisse section Valais Romand (dimanche)
- Show d'abattage de bois (samedi et dimanche)

### **Lieu, infrastructure, accès**

Le salon a lieu au CERM (Centre d'Expositions et de Réunions, Martigny). Il est facilement accessible en voiture et en transports publics. Il est organisé par le FVS Group spécialisé dans l'organisation de Foires et Salons professionnels. Le salon bénéficie ainsi d'une infrastructure et d'une organisation professionnelles adaptées aux besoins d'une telle manifestation. Il se déroule sur une surface d'exposition brute de 10'000m<sup>2</sup>, dont 3'600 m<sup>2</sup> dédiés aux stands eux-mêmes.

### **Assurance qualité**

En amont, les exposants ont été encouragés à concevoir des stands beaucoup plus interactifs. La direction du salon a prodigué des conseils et montré des exemples de ce qui se fait ailleurs pour les aider dans cette démarche. Il a aussi été demandé expressément aux exposants d'engager des apprentis sur les stands pour aller au-devant des jeunes. L'Etat de Valais prépare ses enseignants et leur demande d'encadrer les élèves de façon active pendant la visite. Des documents pédagogiques spécifiques sont développés pour le salon et permettent aux enseignants de bien préparer les élèves en classe avant la visite du salon et d'en faire le suivi après le salon.

La direction du salon procède à une évaluation interne, pendant et après le salon, notamment par le biais d'un sondage auprès des exposants (horaire, signalétique, préparation des élèves, etc.). L'Etat du Valais récolte les avis des enseignants et effectue un sondage auprès des élèves. Les résultats des différentes évaluations sont partagés entre tous les partenaires.

### **Atteinte des groupes cibles**

La visite est obligatoire pour tous les élèves du canton de 9<sup>ème</sup> et 10<sup>ème</sup> année. Les élèves suivant une 11<sup>ème</sup> année sont encouragés à visiter le salon et 80% le font. Le salon ayant lieu tous les deux ans, tous les élèves du canton visitent ainsi le salon au moins une fois au cours de leur scolarité. La direction du salon organise le planning des visites de classes et le transport des élèves. Les écoles privées sont aussi nombreuses à demander le matériel pédagogique et à visiter le salon. Enfin, les visiteurs sont très nombreux le week-end : parents et enfants visitent le salon en famille. Des efforts particuliers ont été faits en 2014 pour encourager les familles migrantes à visiter le salon. Cette démarche sera poursuivie et améliorée pour la prochaine édition du salon.

### **Publicité**

Le grand public et les parents sont informés grâce à des affiches et banderoles dans tout le canton, ainsi que par une campagne média très active à la radio et à la TV et dans les quotidiens principaux du canton, qui proposent aussi des suppléments rédactionnels avant et pendant le salon. Un site internet contient toutes les informations nécessaires. Des flyers et les réseaux sociaux contribuent aussi à la publicité auprès des jeunes. Chaque jeune reçoit en outre un exemplaire de l'édition spéciale du magazine

Planet J sur le salon. Le manuel du professeur et le cahier de l'élève servent à préparer la visite en classe, à la structurer une fois sur place et à en faire le suivi après. Une information spécifique parvient

finalemt aux parents par le canal scolaire. Des séances d'information et des documents en langues étrangères sont aussi proposés aux parents.

#### **Soutien du canton**

Le canton ne soutient pas le salon par une contribution financière, mais il offre des contributions importantes sous forme de prestations directes (en 2014: subvention à l'organisation du concours des apprentis électriciens; développement du matériel pédagogiques ; contribution à la traduction du matériel d'information et pédagogique; soutien de stands thématiques (compagnonnage) ; information aux parents ; transports des élèves lors des deux première éditions (depuis 2012 à la charge des communes). Il soutient aussi le salon et montre l'importance qu'il lui accorde en rendant la visite obligatoire pour les élèves de 9<sup>ème</sup> et 10<sup>ème</sup> année. Il fait aussi de gros efforts auprès des enseignants pour une bonne préparation des élèves.

#### **Promotion de la formation professionnelle, marketing des places d'apprentissage**

Les entreprises et le canton travaillent en partenariat pour sensibiliser les élèves, les enseignants et la population, dont les parents, à l'importance et à la valeur de la formation professionnelle. Une attention particulière est donnée aux métiers pour lesquels la relève risque de manquer. Les organisations professionnelles et patronales s'occupent de la promotion auprès des entreprises. C'est le canton qui s'occupe de la préparation des élèves et de leur orientation après l'école obligatoire.



## A2.10 ESPOprofessioni, Lugano

<b>Termin</b>	24. – 29.3.2014	<b>Aussteller (2014)</b>	k.A.
<b>Öffnungszeiten</b>	Di (18:00 – 22:00); Mi – Sa (9:00 – 22:00); So (9:00 – 18:00).	<b>Berufe</b>	227
<b>Durchführung</b>	alle zwei Jahre	<b>Besucher (2014)</b>	30'000 ++
<b>Inhalt</b>	✓ Berufliche Grundbildung ✓ Weiterbildung	<b>davon Schüler/innen</b>	ca. 8'000
		<b>Klassenobligatorium</b>	nein
<b>Internet</b>	<a href="http://www.espoprofessioni.ch">www.espoprofessioni.ch</a>		

### Organisation

Die Trägerschaft der ESPOprofessioni obliegt in der Verantwortung des Dipartimento dell'educazione, della cultura e dello sport mit der Divisione della formazione professionale (Berufsbildung) und Divisione della Scuola (Ufficio dell'orientamento scolastico e professionale; entsprechend der Berufs- und Studienberatung). Die Durchführung erfolgt in enger Kooperation mit der Scuola professionale artigianale e industriale (Bellinzona), der Scuola d'arte applicata (CSIA-SAA; Lugano), der Camera di commercio dell'industria e dell'artigianato del Cantone Ticino sowie interessierten Ausbildungsinstitutionen und Berufsverbänden. Im mit der operativen Verantwortung betrauten Organisationskomitee (OK) haben sowohl Vertreter der kantonalen Verwaltung und von Berufsfachschulen als auch private Akteure Einsitz. Präsiert wird das OK von der Leiterin des Ufficio dell'orientamento scolastico e professionale.

### Strategie, Angebot

ESPOprofessioni versteht sich als Schaufenster der beruflichen Aus- und Weiterbildungen auf der Sekundarstufe II sowie der Tertiärstufe. Im Bereich der *beruflichen Grundbildung* fokussiert die Veranstaltung dementsprechend auf Schülerinnen und Schüler des 7. und 8., teilweise auch des 9. Schuljahres und ihre Familien sowie die Lehrpersonen.

Besondere Veranstaltungen richten sich an Eltern, die ihre Kinder an die Berufsschau begleiten, an Jugendliche mit schulischen, sozialen oder sprachlichen Schwierigkeiten oder sensibilisieren für die Chancengleichheit von Mann und Frau in der Berufsbildung.

Auffallend am Programm der ESPOprofessioni sind einerseits die grosszügigen Platzverhältnisse, die den Ausstellern viel Raum für Kreativität lassen. Andererseits ist ein sehr dichtes und vielfältiges Angebot an Sonderveranstaltungen zu beobachten – sowohl informative Veranstaltungen, die einen Bezug zur beruflichen Grundbildung haben, als auch Events, die insgesamt den Eindruck vermitteln, dass eine Lehre eine solide und attraktive Option für das spätere Berufsleben darstellt und schliesslich auch auflockernde Intermezzi mit eher unterhaltendem Charakter. Insgesamt setzt die ESPOprofessioni mit diesen Beiträgen einen im schweizerischen Vergleich deutlichen Akzent auf den Dialog mit den Jugendlichen und den Eltern. Auszüge aus dem Begleitprogramm:

- SUVA – Informationsabend für Berufsverbände
- Stages und Sprachaufenthalte im Ausland
- Atypische Berufe für Frauen

- ESPO trifft sich mit Eltern
- Berufe der Filmbranche
- «Notte di primavera» (Schau und Wettbewerb der Kosmetikerinnen)
- Manuele Bertoli (Regierungsrat, DECS) im Dialog mit Jugendlichen

Jeden Tag liegen am Eingang die jeweils neuen *espoNews* mit hilfreichen Informationen für die Jugendlichen sowie Lehrpersonen und speziellen Hinweisen auf das Tagesprogramm auf.

### **Standort, Infrastruktur, Anreise**

Standort der ESPOprofessioni ist das Centro Esposizioni Lugano. Alle acht zur Verfügung stehenden Hallen werden genutzt, inklusive einem vom Militär erstellten und während der Ausstellung selbst genutzten temporären Ausstellungspavillon. Für Forumsveranstaltungen stehen «Palco» (Bühne, separater Saal für festliche Akte), und «Arena», ein mit Stoffbahnen abgetrennter Ort für mittlere Forumsveranstaltungen, zur Verfügung. Es steht grosszügig Platz zur Verfügung, so dass die Besucher sich gut zwischen den Ständen fortbewegen können. Die fest installierte Infrastruktur ist bescheiden und wird fallweise für die spezifischen Bedürfnisse ausgebaut.

Die Anreise mit ÖV erfolgt im Bus ab Lugano FFS; für privat Anreisende steht ein grosser Parkplatz zur Verfügung. Für aus entlegenen Gemeinden Anreisende erweisen sich die Öffnungszeiten als Vorteil.

### **Zielgruppenerreichung**

ESPOprofessione geniesst hohe Attraktivität an den Schulen und in der Bevölkerung, weshalb die Hauptzielgruppe (Schülerinnen und Schüler v.a. der 3. – 4. Klassen der Scuola Media) praktisch vollständig erreicht wird. Einen wesentlichen Beitrag zur grossen Reichweite der Tessiner Berufsmesse dürften die Öffnungszeiten (Messedauer, Zugang bis 22 Uhr, Sonntag offen) leisten, die es insbesondere den berufstätigen Eltern erleichtern, ESPOprofessioni mit ihren Kindern zu besuchen.

### **Werbemassnahmen**

In den Schulen werden Flyer verteilt, Lehrpersonen werden didaktische Hilfsmittel zugänglich gemacht, Die Werbung für ESPOprofessioni bedient sich zahlreicher Kanäle wie Schulen, Tageszeitungen (mit einer starken Präsenz im redaktionellen Teil), Gratisblätter, Plakate und Aushänger, Radio und TV. Hinweise auf Elternführungen und Events erhöhen die Attraktivität der Berufsschau. Indem den jugendlichen Besucherinnen und Besuchern ein T-Shirt mit dem Aufdruck «Voglio fare l'apprendista» abgegeben wird, machen der Kanton und die Ausbildner nicht nur auf ESPOprofessioni aufmerksam, sondern ebenso auf die Berufslehre.

### **Unterstützung durch den Kanton**

Die Bedeutung des Kantons als Träger der ESPOprofessioni und für die Durchführung verantwortlicher Akteur drückt sich auch in einer namhaften finanziellen Beteiligung aus, trägt er doch rund 38% der Kosten (2012: CHF 219'000). Ausserdem entnimmt er dem kantonalen Berufsbildungsfonds Mittel, die weitere 9% des Aufwandes abdecken. Schliesslich ist der Kanton beteiligt als Aussteller (Berufsfachschulen, schulische Weiterbildungsangebote, Case Management oder Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (Ufficio dell'orientamento scolastico e professionale). Letztere stattet im Übrigen die Stände mit den offiziellen Berufsbeschreibungen (doppelseitige Berufsbeschreibungen aus der Dokumentation InfoProf) aus.

### A2.11 Salon interjurassien de la formation Moutier (Jura et Jura bernois)

<b>Dates</b>	26. – 29.3.2014	<b>Exposants /stands</b>	64
<b>Horaires</b>	me à ve (9:00 – 13:00 et 14:00 – 18:00) sa (9:00 – 17:00) ; di (9:00 – 16:00)	<b>Métiers</b>	150
		<b>Visiteurs</b>	18'000
<b>Fréquence</b>	Tous les 2 ans	<b>Dont élèves</b>	6'000
<b>Contenu</b>	✓ formation professionnelle initiale ✓ formation supérieure et continue	<b>Visite obligatoire pour les classes</b>	BE : non JU : non
<b>Web</b>	<a href="http://www.salon-formation.ch">www.salon-formation.ch</a>		

#### Organisation

Le salon est le fruit d'une collaboration entre le Groupement interprofessionnel (GIP) et les cantons du Jura et de Berne. Le Groupement interprofessionnel du canton du Jura et du Jura bernois – GIP, est l'institution porteuse officielle du Salon interjurassien de la Formation. Le Service de la Formation des niveaux secondaire et tertiaire du canton du Jura – SFO, l'Office de l'enseignement secondaire du 2e degré et de la formation professionnelle - section francophone - du canton de Berne – OSP et- le GIP font partie du Comité d'organisation. Le financement du salon est mixte, avec une subvention de la Confédération (SEFRI), un soutien financier des deux cantons à part égale, une contribution de la Ville de Moutier, une participation des associations professionnelles et des dons et sponsorings.

#### Stratégie, offre

Le Salon interjurassien de la formation, organisé tous les deux ans, vise la promotion de la formation professionnelle initiale, supérieure et continue. Le salon présente les métiers et les formations, et plus particulièrement la voie de l'apprentissage, susceptibles d'être offerts dans la région. Les exposants sont avant tout les associations professionnelles membres du GIP et les institutions subventionnées s'occupant de formation et de perfectionnement professionnels. Il s'agit non seulement de promouvoir l'image de l'apprentissage et de présenter les métiers, mais aussi d'informer un large public sur toutes les possibilités de carrières et d'évolution dans le domaine de la formation professionnelle. Développer des liens entre partenaires de la formation professionnelle fait également partie des objectifs du salon. Finalement, il s'agit aussi de promouvoir les métiers techniques en général et auprès des jeunes filles, et de susciter des vocations. Les prestations et manifestations suivantes ont été proposées aux visiteurs du salon :

- Visites guidées de toutes les classes.
- Première éliminatoire nationale des maçons pour Swissskills, premier pas vers la finale de septembre 2014 à Berne et le championnat du monde 2015 à São Paulo au Brésil.
- Nuit de l'apprentissage : réservée aux élèves de 11<sup>ème</sup> année à la recherche d'un apprentissage pour la rentrée d'août 2014 sous la forme d'une soirée sous la forme de rencontres courtes, individuelles et dynamiques entre jeunes qui cherchent à confirmer leur choix de formation et des professionnels souhaitant offrir des informations relatives aux possibilités de formation au sein de leur branche et de leur entreprise.
- Invité d'honneur : Ecole d'horticulture de Lullier.

- Conférence et table ronde.
- Teeshirts produits spécialement pour le salon pour les apprentis et les jeunes en formation présents sur les stands afin qu'ils soient faciles à identifier pour les visiteurs.

### **Lieu, infrastructure, accès**

Le salon se tient au complexe Forum de l'Arc à Moutier, facile d'accès en voiture, accessible au besoin en transports publics. Il est bien situé par rapport au bassin de population visé. Le salon s'est tenu jusqu'ici en alternance à Delémont et à Moutier. Les installations proposées par le forum de l'Arc permettent au salon de bénéficier d'infrastructures de haut niveau, ce qui satisfait tant les exposants que les visiteurs. Ainsi le salon devrait continuer de s'y tenir lors des prochaines éditions. En 2014, le salon a couvert une surface de 4'600 m<sup>2</sup> au total, dont 2'885 m<sup>2</sup> sont dédiés aux stands.

### **Assurance qualité**

Un nouveau document pédagogique a été élaboré par les Offices d'orientation du canton du Jura et de Berne. Ce document permet une préparation spécifique de la visite, en une démarche simple, afin de la rendre active, grâce à un accompagnement en quatre étapes : 1) Le Salon, c'est quoi ? 2) Le Salon, pourquoi ? 3) Le Salon, comment ? 4) Le Salon et moi ? Les exposants ont répondu à un questionnaire avant le salon sur les aspects principaux des métiers présentés aux stands et la formation qui y mène afin que les accompagnants de classes puissent se préparer. Les exposants sont encadrés et conseillés pour la préparation des stands.

Deux enquêtes sont menées après le salon: auprès des exposants qui répondent à un questionnaire ; les directions d'école renvoient une évaluation après avoir discuté avec les enseignants. Les échanges réguliers avec d'autres salons permettent aussi d'évaluer et d'améliorer la qualité du salon en comparant avec les offres proposées ailleurs.

### **Atteinte des groupes cibles**

Bien que la visite ne soit pas obligatoire dans le canton de Berne, la très grande majorité des classes du secondaire I (9 à 11 hamos ?) visitent le salon. Pour le canton du Jura, c'est la totalité des classes qui doit visiter le salon (visite obligatoire pour les 9<sup>e</sup> et 10<sup>e</sup>). Le salon ayant lieu tous les deux ans, chaque élève a la possibilité de visiter le salon au moins une fois pendant sa scolarité. Le salon est également très visité le samedi et le dimanche.

### **Publicité**

L'information est faite systématiquement dans les écoles et le support pédagogique est distribué à toutes les classes concernées. Les directions transmettent l'information aux enseignants. Une large publicité (affiches et banderoles) s'adresse au grand public. Les médias des deux cantons travaillent de concert et assurent une couverture journalière de l'événement sur une page entière d'articles rédactionnels. Les radios et TV locales contribuent également à la publicité.

### **Soutien du canton**

Les deux cantons soutiennent activement le salon. Ils le cofinancent à part égale. Tous deux sont membres du comité d'organisation ; ils financent, à part égale aussi, le stand d'information du salon. Ils participent encore en prenant en charge les frais de présidence du salon pour l'un et le secrétariat général pour l'autre. Du personnel est mis à disposition pour la préparation et pendant le salon. Les

cantons montrent finalement l'importance qu'ils accordent au salon en s'impliquant activement pour que les écoles y participent.

**Promotion de la formation professionnelle, marketing des places d'apprentissage**

La collaboration entre acteurs est clé et fonctionne très bien dans la région (canton du Jura et Jura bernois). La plate-forme Formation-Emploi-Économie (PFEE) a été mise en place par le canton du Jura en 2012 pour la promotion de la formation professionnelle et pour encourager et faciliter l'accès à des formations en phase avec le tissu économique jurassien. Afin de faciliter la recherche de places d'apprentissage, le Service de la formation des niveaux secondaire II et tertiaire a ouvert, en 1998, le site [www.bapp.ch](http://www.bapp.ch). Ce site contient près de 200 places d'apprentissage disponibles pour l'année scolaire suivante. Dans les deux cantons, le plan d'études prévoit des plages horaires pour aborder en classe les questions liées au choix professionnel.

Au delà de ces mesures, les acteurs relèvent qu'il est essentiel de se poser la question de la relève et des besoins futurs pour assurer la prospérité de la région. Des efforts tout particuliers sont faits pour la promotion des métiers techniques, essentiels au tissu économique de la région.

## A2.12 Berufs-Informationsmesse (BIM) Aareland, Olten

<b>Termin (2012)</b>	19. – 21. September (Mi – Fr)	<b>Aussteller (2012)</b>	62
<b>Öffnungszeiten (2012)</b>	Ab 8:00 Uhr. Mi bis 18.00, Do bis 20.00, Fr bis 17 Uhr	<b>Berufe (2012)</b>	105
		<b>Besucher (2012)</b>	7'500
<b>Durchführung</b>	alle zwei Jahre (2014 zum 4. Mal)	<b>davon Schüler/innen</b>	4'000 Schätzung
<b>Inhalt</b>	✓ Berufliche Grundbildung Weiterbildung	<b>Klassenobligatorium</b>	nein
<b>Internet</b>	<a href="http://www.bim-aareland.ch">www.bim-aareland.ch</a>		

### Organisation

Die Projektleitung der BIM Aareland haben die Wirtschaftsförderung Region Olten sowie der Gewerbeverband Kanton Solothurn inne. Letzterer ist im Auftrag des kantonalen Amtes für Berufsbildung für die Lehrstellenförderung verantwortlich. Beide Organisationen sind in der Trägerschaft vertreten, in der im Weiteren die Stadt Olten, der Gewerbeverband Gäu, der Industrie- und Handelsverein Olten & Umgebung, der Regionalverein Olten-Gösgen-Gäu sowie das BIZ Olten vertreten sind.

Das Haupt-Einzugsgebiet der Berufsmesse – sowohl was Aussteller als auch Besucher anbelangt – erstreckt sich auf den Kanton Solothurn sowie über die Wirtschaftsregion Aareland. Letztere umfasst auch die ausserkantonalen Regionen Aarau-Zofingen (AG) und Oberaargau (BE).

### Strategie, Angebot

Im Fokus der Berufsschau steht die berufliche Grundbildung. 2012 waren 105 Berufe vertreten, davon 21 Attestlehren. Laut Einschätzung der Organisatoren konnte sich die BIM Aareland gut etablieren und stösst in der Wirtschaft auf Akzeptanz. Dies spiegelt sich darin, dass die regionale Branchenlandschaft gut an der Messe vertreten ist. Einzig kaufmännische Berufe, insbesondere aus der Bankenbranche, sind untervertreten. Neben den Ständen der einzelnen Aussteller wird jeweils ein thematischer Schwerpunkt prominenter dargestellt (ein grosser Stand mit themenverwandten Berufen). 2012 wurden in Kooperation mit SWISSMEM technische Berufe unter dem Titel «funtastic technic» vorgestellt. An der diesjährigen Berufsmesse werden Berufe rund ums Thema Lebensmittel in den Fokus gerückt.

Da die Berufsmesse nur an Wochentagen geöffnet ist, sind die Türen an einem Abend für die Eltern (und ihre Kinder) bis 20:00 geöffnet. Verschiedene Informationsveranstaltungen bilden das Rahmenprogramm dieses Elternabends. Ansonsten setzt sich das Rahmenprogramm bewusst aus einzelnen, auserlesenen Angeboten (Bewerbungscheck und Berufswahltest Gate Way) zusammen, damit sich die SchülerInnen (Besucher) in erster Linie auf die Messestände konzentrieren, was auch im Interesse der Aussteller ist. Zudem findet der jährliche Berufsbildneranlass des Kantonalen Gewerbeverbandes in den Durchführungsjahren der BIM Aareland in deren Rahmen statt.

### **Standort, Infrastruktur, Anreise**

Die Berufsmesse findet in der für Grossanlässe geeigneten Stadthalle Kleinholz am Stadtrand von Olten statt. Die Stadthalle ist gut mit dem öffentlichen Verkehr erschlossen und zu Fuss in 15 Minuten vom Bahnhof zu erreichen. Die Ausstellungsfläche in der Halle (inkl. Eingangsbereich) wird durch Aussenzelte ergänzt.

### **Qualitätssicherung**

Die Qualität der Berufsmesse bemisst sich aus Sicht der Organisatoren aus folgenden Aspekten: Der Nutzen für die Schüler und die weiteren Besucher (alle Schüler sollen etwas Neues erfahren, das ihnen in der Berufswahl hilft), ein möglichst gutes Aufwand-Nutzen-Verhältnis für die Aussteller und eine effiziente Organisation. Die Organisatoren setzen bezüglich Letzterem auf möglichst schlanke Strukturen und kurze Wege. Um eine zielgruppengerechte Gestaltung der Stände zu fördern, erhalten die Aussteller entsprechende Tipps im Ausstellerhandbuch und im Rahmen einer Informationsveranstaltung im Vorfeld der Messe. Auch im direkten Kontakt mit den Ausstellern wird das Standkonzept häufig thematisiert. Vorführungen und Wettbewerbe dürfen nur in Absprache mit den Organisatoren durchgeführt werden. Nach den Kriterien «Praxisnähe», «Originalität» und «besondere Aktivitäten» wird zudem ein Ausstelleraward verliehen. Um einen stetigen Besucherstrom zu gewährleisten, müssen sich die Schulklassen anmelden und bekommen ein Zeitfenster zugeteilt. Jede Klasse wird bei ihrer Ankunft über die Ziele der Berufsmesse und die Verhaltensregeln unterrichtet (Briefing). Auf der Webseite wird den SchülerInnen ein Instrument aus dem Berufswahlordner der kantonalen Berufs- und Studienberatung zur Befragung von Berufspraktikern zur Verfügung gestellt. Schliesslich wird die Beurteilung der Aussteller und Schüler mittels eines schriftlichen Fragebogens eingeholt, während ein Feedback der Lehrpersonen mündlich bei der Verabschiedung verlangt wird.

### **Zielgruppenerreichung**

Alle Sekundarschulklassen im Kanton Solothurn und den ausserkantonalen Regionen im Einzugsgebiet werden schriftlich eingeladen (über Schulleitungen). Da sich die Lehrpersonen mit ihren Klassen anmelden müssen, ist bekannt, dass rund 90% der 7. und 8. Klasse die Berufsmesse besuchen. Den Schulleitungen werden jene Lehrpersonen gemeldet, die die Berufsmesse nicht besucht haben. Ein Obligatorium seitens der jeweiligen Bildungsdirektionen besteht aber nicht.

### **Werbemassnahmen**

Bereits am Jahresanfang wird ein Terminstopper (an wen) verschickt. Neben den Einladungen an die Lehrpersonen werden diese über eine regionale Lehrer-Fachzeitschrift zum Berufswahlprozess und die Berufsmesse informiert. An alle Haushalte der Region wird eine Messezeitung verteilt. Dank der Partnerschaft mit dem Oltner Tagblatt können zudem mehrere Artikel zur Berufsmesse (vor und während der Durchführung) in einer der leserstärksten Zeitungen der Region platziert werden.

### **Unterstützung durch Kanton(e)**

Das Berufsbildungsamt des Kantons Solothurn hat den Kantonalen Gewerbeverband mit der Lehrstellenförderung bzw. dem Berufsbildungsmarketing beauftragt (Leistungsvereinbarung). Darunter fällt auch die Organisation der BIM Aareland. Im Weiteren leistet der Kanton Solothurn einen finanziellen Beitrag an die Berufsmesse. Über das BIZ Olten ist die kantonale Berufsberatung in der Trägerschaft

sowie mittels eines Standes an der Berufsmesse selber vertreten. Der Berufswahlfahrplan im Kanton Solothurn startet in der 7. Klasse (Selbstbild erstellen und mit Fremdbild abgleichen, Menschen und ihrer Arbeitswelterforschen).

#### **Förderung der Berufsbildung, Lehrstellenmarketing**

Im Auftrag des Kantons führt der Kantonale Gewerbeverband verschiedene weitere Massnahmen zur Förderung der Berufsbildung durch. Ein Schwerpunkt liegt darin, im direkten Kontakt mit den Firmen neue Lehrstellen zu schaffen. Neben den Berufsmessen organisiert der Gewerbeverband auch Berufsinfotage (Tischmessen). Im Weiteren wird der Kontakt mit der Volksschule gesucht, um die Lehrpersonen über die Bedürfnisse der Lehrbetriebe zu informieren. Der Gewerbeverband unterstützt die Schulen u.a. auch auf Anfrage bei der Durchführung von Projektwochen zum Thema Berufswahl. Schliesslich baute der Kantonale Gewerbeverband den Berufslernverbund auf, mittels welchem u.a. auch ein finanzieller Beitrag an die Berufsmesse gewährleistet werden soll. Im Weiteren finden auch Anlässe von einzelnen Branchenverbänden und Interessensgemeinschaften statt, in deren Rahmen die jeweiligen Berufe vorgestellt und ein Austausch zwischen den Jugendlichen, Berufspraktikern und Ausbildnern stattfinden kann.



### A2.13 Capa'cité des métiers, Neuchâtel/La Chaux-de-Fonds

<b>Dates</b>	3-8.9.2012 (prochain : 11-17.9.2014)	<b>Exposants</b>	250
<b>Horaires</b>	lu-ve (8:00 – 19:00) Sa (9:00-16:00)	<b>Métiers</b>	200
		<b>Visiteurs</b>	30'000
<b>Fréquence</b>	Tous les 2 ans, 4 <sup>ème</sup> salon cantonal (2012-2014)	<b>dont élèves</b>	4'800
<b>Contenu</b>	✓ formation de base et continue ✓ réinsertion professionnelle	<b>Visite obligatoire pour les classes</b>	Oui (10 <sup>e</sup> -11 <sup>e</sup> HarmoS et préapprentissage)
<b>Web</b>	<a href="http://www.capacite.ch">www.capacite.ch</a>		

#### Organisation

L'Association Capa'cité organise le salon depuis 2006. Elle réunit notamment les associations professionnelles, les services du canton (avec le Chef de l'Office cantonal de l'orientation scolaire et professionnelle, du Service des formations postobligatoires et de l'orientation) et les trois grandes écoles professionnelles (CPMB à Colombier, Littoral Neuchâtelois et Montagnes Neuchâteloises). Le Comité d'organisation fort d'une dizaine de personnes est issu de l'Association Capa'cité et constitue la cheville ouvrière du salon. Le partenariat étroit et solide entre les associations professionnelles, le canton de Neuchâtel, et les institutions de formation, ainsi que la participation active des deux villes impliquées à tour de rôle dans le salon, Neuchâtel et La Chaux de Fonds, assurent la solidité et la continuité du salon. Le financement privé-public, avec des contributions des pouvoirs publics (Confédération par le biais du SEFRI et canton), des associations professionnelles et les dons & sponsoring privés, est essentiel à la durabilité du concept.

#### Stratégie, offre

Ajouter qui expose Le concept choisi est d'aller à la rencontre de la population en implantant le salon au coeur de la ville, là où se trouvent les gens, plutôt que les faire se déplacer à un endroit spécifique. Il s'agit de sensibiliser les élèves, les enseignants, les parents, les autorités politiques, les patrons et le grand public à la formation professionnelle duale et à la variété des métiers et perspectives de formation professionnelle présentes dans le canton. La formation de base duale est présente, mais aussi les possibilités de formation continue pour l'ensemble de la population qui souvent doit s'adapter au cours de la vie professionnelle à l'évolution des métiers. Le salon vise aussi à mobiliser les entreprises et à les encourager à former des jeunes. Il permet par ailleurs de consolider les liens entre les entreprises, les associations professionnelles, les services de l'Etat et les écoles. C'est finalement l'amélioration de l'image de la formation duale qui est visée.

Le salon est organisé en 7 villages thématiques, soit : Village Vert, Village Santé & Social, Village Bâtiment & Construction, Village Gourmand, Village des Arts, Village Technique, Village Commerce & Gestion et un 8<sup>ème</sup> Village d'Information. Les associations professionnelles, avec l'appui des entreprises formatrices et des écoles (Centres professionnels, ES et HES), présentent les formations de leur champ professionnel, du niveau AFP, CFC au niveau HES, en passant par les maturités professionnelles, les écoles supérieures et les diplômes supérieurs (brevets et diplômes fédéraux).

Des événements, annoncés dans le programme du jour, sont organisés tout au long du salon pour tisser des liens, créer des ponts et faire comprendre les enjeux de la formation professionnelle :

- démonstrations des métiers dans chaque village et dans la rue, par des apprentis des deux sexes
- discussions, débats, tables rondes et conférences en fin de journée
- visites guidées, notamment pour les jeunes avec des difficultés d'insertion professionnelle
- théâtre-forum Camélon sur le genre
- atelier au tour du CV, simulations d'entretiens d'embauche
- nuit de l'apprentissage et journée radiophonique de l'apprentissage (ont lieu au printemps de chaque année)
- en 2014: visites guidées (2h) pour les classes avec des accompagnants formés et coin parents dans le village information, animé par les associations de parents d'élèves

### **Lieu, infrastructure, accès**

Le salon Capa'cité a lieu au centre-ville, en alternance à Neuchâtel et à La Chaux-de-Fonds, sous des tentes ouvertes à tous. L'accès est gratuit. Les stands couvrent une surface de plus de 7'000m<sup>2</sup>. Les organisations professionnelles gèrent chaque village. Un maire est choisi par chaque village pour assurer le lien et la coordination entre organisateurs et exposants. L'association Capa'cité met gratuitement l'enveloppe extérieure, les espaces bruts et leurs équipements (électricité, eau, internet, chauffage) à la disposition des exposants, qui assument les coûts de l'infrastructure des stands et leurs animations.

### **Assurance qualité**

Une évaluation externe indépendante fouillée et intéressante auprès des publics cibles (élèves, enseignants, exposants, apprentis et grand public) est réalisée par la HEG Arc. Des améliorations sont discutées et mises en place à chaque édition sur la base de l'évaluation réalisée. Un nouveau support didactique a notamment été développé pour 2014.

Des séances d'information sont organisées avec les exposants et les directeurs d'école avant le salon. Un dossier d'information et du matériel pédagogique révisé selon les résultats des évaluations sont à disposition des enseignants. Le support pédagogique pour les élèves vise à soutenir une participation active de leur part pendant le salon. Pour 2014, pour encourager une participation encore plus active des élèves un nouveau concept de visite active en petits groupes l'"Expédition" sera testé pour les 10<sup>ème</sup> années, avec une mission à réaliser en relation avec leur choix professionnel, afin de favoriser des interactions plus riches avec les exposants ; et de mieux atteindre les parents, avec un espace qui leur sera dédié au sein du salon.

Sur le plan de l'organisation, la continuité au sein du Comité d'organisation, les relations de proximité entre les acteurs, propres à un petit canton, ainsi que les partenariats forts qui se sont développés entre les organisations professionnelles, le canton, les villes où se tient le salon, les écoles et les médias permettent d'assurer la qualité année après année.

### **Atteinte des groupes cibles**

Tous les élèves des 10<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> années, ainsi que ceux en préapprentissage consacrent une demi-journée à la visite du salon. Comme celui-ci a lieu tous les 2 ans, tous les élèves le visitent au moins

une fois. En outre, de nombreux élèves y reviennent avec leurs parents. Parce qu'il est localisé en plein centre-ville et qu'il est gratuit, un large public, y compris les parents et les adultes souhaitant se réorienter, visite le salon et peut ainsi se familiariser avec la formation professionnelle et découvrir la variété des métiers et formations présents dans le canton de Neuchâtel. Le salon est aussi l'occasion pour les enseignants et les directions d'école d'actualiser leurs connaissances, notamment sur les exigences toujours renouvelées du monde du travail. Les organisateurs estiment à au moins 30'000 le nombre de personnes qui visitent les tentes de Capa'cité.

### **Publicité**

Tous les élèves concernés reçoivent de l'information en classe, ainsi que le support pédagogique pour la visite ; tous les enseignants concernés reçoivent une information à travers leur Direction, un dossier d'information rédigé par Capa'cité, et du matériel pédagogique. Un flyer et des informations sont disponibles au Service de l'emploi et au Service des formations postobligatoires et de l'orientation professionnelle. Tous les parents concernés sont informés par courrier. Sinon, des flyers et des affiches contribuent à la promotion du salon. Un partenariat étroit existe avec les différents médias (journaux, radio et TV locales) qui sont très présents avant et pendant le salon. Finalement, le site internet donne des informations détaillées sur les métiers présents dans chaque village, le programme général et le programme du jour.

### **Soutien du canton**

Le canton de Neuchâtel soutient le salon financièrement, opérationnellement et politiquement depuis sa première édition en 2006. Le Service des formations postobligatoires et de l'orientation est membre de l'Association Capa'cité qui organise le salon. Il est en charge d'organiser le Village Information qui réunit notamment les différents stands concernant l'orientation et les formations postobligatoires. Le canton marque aussi son soutien et l'importance qu'il accorde au salon en rendant la visite obligatoire pour tous les élèves de 10<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> année et en préapprentissage. Le salon est finalement un des instruments pour réaliser la politique du Conseil d'Etat de revalorisation de l'image de la formation duale en entreprise.

### **Promotion de la formation professionnelle, marketing des places d'apprentissage**

L'excellente collaboration qui existe actuellement entre le canton et les organisations professionnelles permet de mener une politique et des actions cohérentes. Les services de l'Etat et les directions des trois écoles professionnelles du canton sont actifs dans l'organisation du salon et d'autres actions en faveur de l'apprentissage. Le Canton et l'association Capa'cité envisagent des innovations pour encore renforcer leur action ces prochaines années, notamment avec la création d'une Cité des Métiers, espace ouvert toute l'année aux élèves et au public, sur le modèle de ce que fait Genève. Les organisations professionnelles sont actives auprès de leurs membres et des entreprises en général. Le plan d'étude du secondaire I prévoit par ailleurs une plage horaire hebdomadaire pour aborder en classe notamment les questions du choix professionnel.

#### A2.14 Basler Berufs- und Weiterbildungsmesse, Basel

<b>Termin (2014)</b>	23. – 25.10.2014	<b>Aussteller (2012)</b>	108
<b>Öffnungszeiten</b>	Do, Fr (10.00 – 18.00), Sa (9.00 – 17.00).	<b>Berufe (2012)</b>	112
		<b>Besucher (2012)</b>	30'000
<b>Durchführung</b>	alle zwei Jahre (2014 zum 5. Mal)	<b>davon Schüler/innen</b>	9'000 Schätzung
<b>Inhalt</b>	✓ Berufliche Grundbildung ✓ Weiterbildung	<b>Klassenobligatorium</b>	ja
<b>Internet</b>	<a href="http://www.basler-berufsmesse.ch">www.basler-berufsmesse.ch</a>		

#### Organisation

Der Gewerbeverband Basel-Stadt ist der Organisator der Basler Berufs- und Weiterbildungsmesse. Der Bereichsleiter Berufsbildung hat die Projektleitung inne. Das kantonale Volksschulamt und die Berufsberatung des Amtes für Mittelschulen und Berufsbildung (beides unter dem Erziehungsdepartement) sind im Messebeirat vertreten.

#### Strategie, Angebot

Im Fokus der Berufsmesse stehen die berufliche Grund- und Weiterbildung. 2012 wurden 112 Lehrberufe (davon 21 EBA) sowie über 300 formale Weiterbildungen vorgestellt. Gymnasien, Brückenangebote und Anbieter von weiteren, strukturierten Weiterbildungen ergänzten das Angebot.

Das Rahmenprogramm der Messe 2012 bestand neben dem Bewerbungsscheck aus Podiumsveranstaltungen, die von einzelnen Ausstellern durchgeführt wurden. An Führungen in verschiedenen Sprachen nahmen rund 200 fremdsprachige Eltern teil. Für 2014 sind keine solchen Gruppenführungen mehr vorgesehen, sondern Einzelführungen, um stärker auf die jeweiligen Bedürfnisse eingehen zu können. Zudem sind für 2014 «Speed-Datings» vorgesehen, die BerufsbildnerInnen mit potentiellen Berufslernenden zusammenbringen sollen. Um Aussteller wie Besucher für die Gleichstellung von Männer und Frauen in der Berufswelt zu sensibilisieren, kommen seit 2008 Genderbotschafter zum Einsatz. Dabei handelt es sich um geschulte junge BerufspraktikerInnen in je geschlechtsuntypischen Berufen, die über ihren Berufsalltag und ihre Erfahrungen berichten. Neben einem eigenen Messestand gehen die Genderbotschafter auf dem ganzen Messegelände auf Besucher und Aussteller zu und sprechen diese an.

#### Standort, Infrastruktur, Anreise

Die Berufsmesse findet in der Halle 2 der Messe Basel statt. Die professionelle Infrastruktur ist für Messen aller Grössen ausgerichtet (z.B. MUBA mit 160'000 Besuchern als einer der publikumsstärksten) und ist auch Veranstaltungsort von international angesehen Messen wie «Baselworld» oder «Art Basel». Das Messegelände ist gut an den öffentlichen Verkehr angeschlossen.

#### Qualitätssicherung

Die Qualität der Berufsmesse ist wesentlich vom Auftritt der Aussteller abhängig. Zusammen mit diesen ist es seit der ersten Durchführung der Berufsmesse gelungen, die Qualität der Stände laufend zu

verbessern. Dass immer mehr Branchenverbände ein professionelles Berufsmarketing betreiben, unterstützt diesen Prozess. Bei Bedarf leistet die Messeleitung Unterstützung bei der Standkonzeption. Für den Messeaufbau steht im Projektteam eine erfahrene Fachperson zur Verfügung. Im Weiteren ist die Messeleitung darum bemüht, die Bedürfnisse der Aussteller (z.B. bezüglich Öffnungszeiten) zu berücksichtigen.

Bei jeder Durchführung der Messe wird zudem einem Thema ein besonderes Augenmerk geschenkt: So gab die Messeleitung 2010 beispielsweise eine Elternbefragung in Auftrag, um die Gründe für den Messe-Besuch oder für den Nicht-Besuch zu untersuchen und die Wirkung der verschiedenen Informationsmassnahmen zu evaluieren. Dafür wurden fast 1'500 Eltern in der Stadt Basel angeschrieben, deren Kinder die Orientierungsschule, eine Weiterbildungsschule, eine Schule für Brückenangebote oder ein Gymnasium besuchten. 2014 soll die Wirksamkeit der verschiedenen Werbe- und Kommunikationsmittel evaluiert werden.

### **Zielgruppenerreichung**

Zusammen mit dem Kantonalen Volksschulamt ist die Messeleitung stark darum bemüht, dass möglichst viele Schulklassen und Eltern die Berufsmesse besuchen. Ein gemeinsames Schreiben in verschiedenen Sprachen richtet sich an alle Schüler und ihre Eltern, die die Orientierungsschule, eine Weiterbildungsschule, eine Schule für Brückenangebote oder ein Gymnasium besuchen. Zusätzlich wird die Berufsmesse über Mediatoren in den verschiedenen Kulturkreisen bekannt gemacht. Alle Klassenlehrpersonen (ab 8. Klasse) sind aufgefordert, die Berufsmesse mit ihrer Klasse zu besuchen. Über die Schulleitung wird den Lehrpersonen ein bestimmtes Zeitfenster mitgeteilt. Die Messeleitung schätzt, dass mindestens 90% der Lehrpersonen der Einladung folgen.

In Jahren, in denen die Basler Berufsmesse nicht stattfindet, werden die Lehrpersonen, Schüler und Eltern auf die Berufsmesse in Liestal (Basel-Landschaft) aufmerksam gemacht.

### **Werbemassnahmen**

Neben den spezifischen zielgruppenausgerichteten Massnahmen wird die Basler Beruf- und Weiterbildungsmesse über verschiedene Werbemassnahmen bekannt gemacht. Unter anderem wird die Messezeitung als Beilage der Basler Zeitung in die Haushalte verschickt.

### **Unterstützung durch Kanton**

Der Kanton leistet einerseits einen finanziellen Beitrag an die Basler Berufsmesse und ist im Messebeirat vertreten. Zum anderen übernimmt das Erziehungsdepartement den Versand der Informationsschreiben an die Schulen, die SchülerInnen und ihre Eltern. Die Weiteren sind mehrere kantonale Institutionen mit eigenen Ständen an der Messe vertreten.

### **Förderung der Berufsbildung, Lehrstellenmarketing**

Die Förderung der Berufsbildung nimmt im Kanton Basel einen besonderen Stellenwert ein, da die Einstiegsquote in die Berufsbildung im kantonalen Vergleich auf dem untersten Platz rangiert. Bis vor fünf Jahren waren allgemein zu wenige Lehrstellen vorhanden, weshalb lange – mit Unterstützung von Regierungsräten – in die Schaffung neuer Lehrstellen investiert wurde. Heute gibt es noch immer zu wenige EBA-Lehrstellen. Ansonsten hat sich das Blatt jedoch gewendet und es wird zunehmend schwieriger, die bestehenden Lehrstellen zu besetzen, vor allem wenn es sich um Lehrstellen mit ho-

hen Anforderungen handelt. Um sowohl Lehrbetriebe wie auch die Öffentlichkeit über die Berufsmaturität zu informieren, lancierte der Kanton zusammen mit dem Gewerbeverband eine entsprechende breite Kampagne. Der Gewerbeverband zeichnet darüber hinaus «Lehrlinge des Jahres» aus und ist in der Planung eines Berufsbildungscampus, um mehr leistungsstarke Jugendliche für die Berufsbildung zu gewinnen. Mit Blick auf HARMOS ist das Erziehungsdepartement zusammen mit Partnern aus der Berufsbildung und Wirtschaft daran, den Berufswahlunterricht neu auszurichten.

## A2.15 FIUTSCHER, Chur

<b>Termin</b>	6. – 11.11.2012	<b>Aussteller (2012)</b>	78
<b>Öffnungszeiten</b>	[2014] Mi bis Sa (8 – 17h); So (9 - 16h).	<b>Berufe</b>	250
<b>Durchführung</b>	seit 2010, alle zwei Jahre	<b>Besucher (2012)</b>	ca. 11'000
<b>Inhalt</b>	✓ Berufliche Grundbildung ✓ Weiterbildung	<b>davon Schüler/innen</b>	4'000
		<b>Klassenobligatorium</b>	nein
<b>Internet</b>	<a href="http://www.fiutscher.ch">www.fiutscher.ch</a>		

### Organisation

Träger von FIUTSCHER ist der Bündner Gewerbeverband (BGV). Die Ausstellung organisiert er in enger Zusammenarbeit mit den OdA im Kanton sowie EXPO Chur. Die Realisierung obliegt dem Organisationskomitee, in dem die Aussteller, die Abteilung Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung im Amt für Berufsbildung, des BGV, dem Messebauleiter der EXPO Chur, dem Restaurateur und den Marketingfachleuten vertreten sind. Die Hauptaufgaben werden einem Ausschuss übertragen (Mitarbeiter des BGV und fallweise Spezialisten).

### Strategie, Angebot

FIUTSCHER versteht sich als „*Plattform für eine umfassende, qualitativ einmalige Berufs- und Weiterbildungsinformation*“, die von allen Aussteller- und Besucherzielgruppen gemeinsam getragen wird. Als Zielgruppe fokussiert FIUTSCHER die 13-16jährigen sowie die Lehrpersonen der Sekundarstufe I, Eltern und Berufsberater/innen.

78 Aussteller präsentierten in der Ausgabe FIUTSCHER 2012 rund 250 Berufsausbildungen und 120 Weiterbildungsangebote. Zudem wurden die folgenden Rahmenprogramme geboten:

- Conditoria (Sonderschau des Bäckerei-, Konditoren- und Confiseurmeisterverbandes), mit juriertem Lehrlingswettbewerb.
- Bewerbungsplattform
- Robot-Dance des swissmem Botschafters Fatlum Musliji
- Klassenwettkämpfe, Roboter Parcours, Chemie-Cocktail, Catwalk

### Standort, Infrastruktur, Anreise

FIUTSCHER findet in Chur in der Stadthalle auf zwei Stockwerken statt. Der grosse zusätzliche Andrang von Ausstellern erforderte in der zweiten Auflage den zusätzlichen Aufbau eines Zeltes. Die topografisch und durch die Ausdehnung des Kantons bedingte oft lange Anreise der Schulklassen erfolgt mit ÖV.

### Qualitätssicherung

Es werden grosse Anstrengungen unternommen, um möglichst alle im Kanton angebotenen Berufslehren und zahlreiche Weiterbildungen (2102: 121) vorstellen zu können. Ein Mittel dazu ist die Verrechnung lediglich der Betriebskosten eines Ausstellungsstandes. Aussteller, die FIUTSCHER zu sehr als Marketing für ihr Unternehmen nutzen wollen, versucht man auf den engeren Zweck der Berufsschau hinzuweisen. Eine möglichst deutliche Unterscheidung der beruflichen Grundbildung und der Weiter-

bildungen wird zwar angestrebt, fällt aber aus verschiedenen Gründen – darunter auch Ausstellerinteressen – nicht ganz leicht. Das Organisationskomitee lädt die Aussteller ein, ihre Berufe möglichst praxisbezogen und mit dem Einsatz von Lernenden vorzustellen. Die Aussteller werden überdies motiviert, eine möglichst permanente Präsenz an den Ständen zu gewährleisten.

Die Veranstalter sind besorgt, den Schulklassen den Besuch einer Teilnahme zu ermöglichen bzw. zu erleichtern. Mit einem Leitsystem auf der Internetplattform wird ein gleichmässiger Besucherstrom (Schulklassen) angestrebt.

Das OK holt Feedbacks bei Ausstellern und Besuchern ein und setzt die Erkenntnisse nach ausgedehnter Reflexion im Organisationskomitee in der Neuauflage FIUTSCHER um.

### **Zielgruppenerreichung**

Trotz der teilweise lange dauernden An- und Rückreise fehlten 2012 nur vier aller Schulen mit 7. und 8. Klassen. Die grosse Reichweite ist nicht zuletzt Resultat der Attraktivität einer fast vollständigen Präsentation der im Kanton Graubünden angebotenen Berufslehren sowie des Gratispackages (kostenfrei an- und Heimreise, Mittagessen – allerdings eine logistische Herausforderung), das den zugereisten Schülerinnen und Schülern abgegeben wird.

### **Werbemassnahmen**

Die Werbemassnahmen beinhalten *Direct Mailings* an die Schulen, Lehrpersonen und BIZ, *Sonderbeilagen* im *Bündner Tagblatt* bzw. in der *Südostschweiz* und anderes (z.B. *Besucherprospekt*, *Banderolen in Chur und der Surselva*, *Radio- und TV-Spots*, *Buswerbung in Chur*, *Homepage*, *Kinowerbung*). Eine Medienpartnerschaft besteht mit der Südostschweiz Mediengruppe sowie Radio Television Rumantsch.

### **Unterstützung durch den Kanton**

Der Kanton Graubünden unterstützt FIUTSCHER finanziell mit einem Beitrag von CHF 219'000 (2012), was einem Drittel des Gesamtaufwandes gleichkommt. Darüber hinaus nimmt er mit einem Stand der Studien-, Berufs- und Laufbahnberatung teil (vgl. oben *Angebot*) sowie zur *Berufsmaturität* teil und öffnet FIUTSCHER den Zugang zu den Schulen.



## A2.16 Cité des métiers, l'expo, Genève

<b>Dates</b>	20-25.11.2012 (prochain : 3-8.11.2015)	<b>Exposants</b>	250
<b>Horaires</b>	Ma, je, sa (9:00 – 18:00), Me, ve (9 :00 – 20 :00), Di (9 :00 – 17h)	<b>Métiers</b>	300
		<b>Visiteurs</b>	77'080
<b>Fréquence</b>	Tous les 3 ans, 4 <sup>ème</sup> salon cantonal (2012)	<b>dont élèves</b>	30'000
<b>Contenu</b>	✓ formation de base et supérieure ✓ formation continue	<b>Visite obligatoire</b>	oui
		<b>pour les classes</b>	(8è-12è)
<b>Web</b>	<a href="http://www.cite-metiers.ch">www.cite-metiers.ch</a>		

### Organisation

La manifestation est organisée conjointement de façon tripartite depuis la première édition en 2001, par le Département de l'Instruction publique, de la culture et du sport (DIP), l'Union des Associations Patronales Genevoises (UAPG) et la Communauté Genevoise d'Action Syndicale (CGAS) – unis à l'association porteuse Cité des Métiers et de la Formation».

Ce salon présente l'ensemble des filières de formation, y compris les filières de formation supérieure et continue. L'objectif est de permettre à un très large public de connaître toute la richesse, la diversité et l'évolution des formations et des métiers, les possibilités de reconversion et de retour en emploi. Un accent est toutefois mis sur les jeunes scolarisés de 11 à 17 ans. Le salon permet aux jeunes comme aux adultes de découvrir plus de 300 métiers «en action», de s'informer, de dialoguer avec des professionnel-le-s et d'affiner leur démarche de recherche et d'orientation. Le salon de Genève réunit parmi les exposants des associations professionnelles, des entreprises, les pouvoirs publics et les écoles/ lieux de formation, mais ce sont bien les secteurs d'activité et les métiers qui sont visés, même lorsque les exposants sont des d'entreprises.

Les métiers sont présentés selon sept pôles de formation, avec la présence d'apprentis sur les stands. En dehors des prestations complémentaires qui visent l'égalité des genres et l'orientation professionnelle des jeunes ayant des difficultés scolaires, avec notamment des ateliers permettant à ces jeunes de rencontrer pendant quelques heures des chefs d'entreprise et de bénéficier de leurs conseils, d'innombrables activités et manifestations ont été proposées pendant toute la durée du salon, comme par exemple :

- des conférences et tables rondes (y compris sur le thème de l'égalité), avec notamment *l'invité du jour*, soit une personnalité par jour pour décrire et partager un métier, une passion
- des soirées (avec remise de prix, comme celui de la meilleure entreprise formatrice ou du meilleur stand lors de l'expo)
- des concerts, de la danse, un défilé de mode (organisé par des apprentis)
- la réalisation pendant le salon de 3 fresques monumentales par les élèves du pôle Arts Appliqués
- le *café des parents*, animé par des conseillers d'orientation.

### **Lieu, infrastructure, accès**

Le salon a lieu à Palexpo, où se tiennent tous les grands salons à Genève. L'accès est facile en voiture et en transports publics. Le salon occupe une surface totale de plus de 25'000m<sup>2</sup> dont 17'500m<sup>2</sup> pour les stands à proprement parler. Il jouit d'une infrastructure et d'une organisation professionnelles de haut niveau permettant à Cité-métiers.ch, l'expo de répondre aux exigences les plus actuelles dans ce domaine.

### **Assurance qualité**

Du matériel pédagogique pour favoriser une participation active lors de la visite, évalué chaque année et révisé si nécessaire, est mis à disposition de tous élèves et enseignants pour leur préparation préalable et pour accompagner leur visite. Des documents d'information et un concours du meilleur stand encouragent les exposants à concevoir des stands attractifs et interactifs. Une évaluation indépendante sur mandat du Comité d'organisation est menée par le HEG (Haute école de gestion) auprès des élèves, des exposants et du grand public. Un système automatique de comptage des entrées permet d'avoir une idée exacte du nombre de visites. Finalement, l'impact du Salon sur le nombre de contrats d'apprentissage et d'entreprises formatrices est étudié.

### **Atteinte des groupes cibles**

Le salon a lieu tous les 3 ans à Genève. Comme les élèves de 8<sup>ème</sup> à la 12<sup>ème</sup> année (Harmos) y vont obligatoirement en classe, chaque élève le visite au moins deux fois. Cette approche permet aussi de débiter la sensibilisation à la diversité des métiers dès un assez jeune âge. Le salon s'adresse aussi aux adultes en transition professionnelle et au grand public, ce qui permet de sensibiliser l'ensemble de la population à la diversité et la qualité des différentes filières de formation. La continuité entre les salons est assurée par la Cité des Métiers du Grand Genève et ses centres associés ([www.citedesmetiers.ch/geneve/](http://www.citedesmetiers.ch/geneve/)). Ouverts toute l'année, ces lieux permettent aux jeunes et aux adultes de trouver gratuitement et sans rendez-vous l'essentiel de l'information et des conseils en matière d'orientation, de formation, d'aide financière, de formation continue, d'insertion et d'emploi.

### **Publicité**

En 2012, tous les enseignants et tous les élèves concernés ont reçu un cahier pédagogique à leur intention. Chaque foyer a reçu avant la manifestation du magazine « les clés de l'école » traitant du salon. L'information du grand public a été assurée par un affichage dans la ville, sur les bus et dans les gares de Genève et de Lausanne, un tram identifié aux couleurs de l'expo avec des clips de promotion diffusés à l'intérieur, des articles, émissions et spots dans les médias ainsi qu'un tiré à part offert au public lors de la manifestation, et enfin un site internet et un profil Facebook.

### **Soutien du canton**

Le canton de Genève est partie prenante de l'organisation du salon depuis sa 1<sup>ère</sup> édition en 2001. Il est membre du Comité d'organisation du salon. Le soutien est à la fois financier, opérationnel et politique. L'Office pour l'orientation, la formation professionnelle et continue met à disposition du personnel pour l'organisation et la tenue le salon. D'autres services de l'Etat ont également un stand lors du salon : l'Office Cantonal de l'Emploi (OCE), le Centre de Transition Professionnelle (CTP) et le Service pour la promotion de l'égalité entre homme et femme (SPPE).

**Promotion de la formation professionnelle, marketing des places d'apprentissage**

Pour le canton de Genève autant que pour les autres partenaires de la Cité des Métiers, le partenariat tripartite, avec l'implication des pouvoirs publics, des organisations patronales et des syndicats de travailleurs, est essentiel pour résoudre toutes les questions de formation, d'orientation et d'insertion professionnelle. L'école a aussi un rôle clé à jouer : la réforme du Cycle d'orientation a permis d'introduire des périodes d'enseignement sur le thème du choix professionnel.

### A2.17 START Forum der Berufe / Forum des métiers, Fribourg

<b>Dates</b>	29.01-3.02.2013 (prochain: 3-8.02.2015)	<b>Exposants</b>	86
<b>Horaires</b>	Ma- je (8:00 – 17:00)	<b>Métiers</b>	220
	Ve (8:00 – 21:00) Sa-di (9:00 – 17:00)	<b>Visiteurs</b>	26'000
<b>Fréquence</b>	Tous les 2 ans ; 4 <sup>ème</sup> salon cantonal (2015)	<b>dont élèves</b>	8'000 (dont 2'000 alémaniques)
<b>Contenu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ métiers</li> <li>✓ formation professionnelle duale</li> <li>✓ autres voies de formation tertiaire (HES et université)</li> </ul>	<b>Visite obligatoire pour les classes</b>	oui (9 <sup>ème</sup> - 10 <sup>ème</sup> )
<b>Web</b>	<a href="http://www.start-fr.ch">www.start-fr.ch</a>		

#### Organisation

Le salon est le fruit de la collaboration entre les milieux étatiques et patronaux, soit entre l'Union Patronale du canton de Fribourg, la Chambre de commerce et d'industrie Fribourg, le Service de la formation professionnelle et celui de l'orientation professionnelle et de la formation des adultes. L'Association du Forum des métiers réunit ces différents acteurs. Elle porte la responsabilité du projet. Un comité dans lequel les différents partenaires sont représentés suit la réalisation du projet au quotidien. Le chef de projet opérationnel est un collaborateur engagé par la CCIF (Chambre de Commerce et d'Industrie Fribourg). Le financement est assuré par la subvention du SEFRI, une subvention du canton, une participation des associations professionnelles faitières et des sponsorings d'entreprises.

#### Stratégie, offre

Destiné en priorité aux élèves des écoles du cycle d'orientation, mais également ouvert au grand public, START est une véritable plate-forme d'échanges et de rencontres avec des professionnels. L'enjeu (réussi) à Fribourg était d'arriver à fédérer l'ensemble des organisations professionnelles autour d'un même projet, en y ralliant les manifestations régionales ou liées à un seul métier organisées auparavant ici et là. Il s'agissait donc de créer un événement rassembleur pour présenter la meilleure palette possible des métiers, créer des ponts et favoriser des échanges entre le monde de l'école et celui du travail. Les stands sont occupés par les associations professionnelles et quelques grandes entreprises, des Services de l'Etat (Bureau de l'égalité, Police), des écoles et lieux de formation. Une scénographie attractive qui imite un réseau de métro a été mise en place dès la 1<sup>ère</sup> édition, où chaque ligne est une branche professionnelle et chaque arrêt un groupe de métiers, reliées entre elles par des tunnels ; elle sera revue en 2015 pour faciliter la perméabilité et les contacts entre les branches professionnelles.

Un autre enjeu est d'organiser un salon qui convienne à l'ensemble du canton quand bien même l'orientation professionnelle se fait de façon assez différente dans la partie alémanique (avec une implication plus grande des professeurs de classe) et romande (avec le rôle très important des conseillers en orientation, présents dans chaque école). La stratégie est aussi d'impliquer activement les jeunes, sur chaque stand, mais aussi au stand d'information à l'entrée qui est tenu par les jeunes du SEMO

(semestre de motivation).

Le salon est également entièrement bilingue: tous les documents d'information, le matériel pédagogique, le stand d'information et la couverture médiatique sont dans les deux langues, en français et en allemand ou suisse allemand; de plus, une journée est réservée pour la visite des élèves des écoles alémaniques, avec bilinguisme des exposants assuré dans tous les stands.

Les principales prestations complémentaires à la présentation des métiers sur les stands sont :

- Job Aventure (mercredi, vendredi soir et week-end) : animation pour les enfants (10-12 ans) pour découvrir le monde professionnel de façon ludique.
- Nuit de l'apprentissage (vendredi soir) : speed-dating des métiers pour s'entraîner à l'art de l'entretien d'embauche avec la participation de 250 jeunes et 40 entreprises formatrices pour 340 entretiens réalisés.
- Traduction du plan de l'exposition et de la liste explicative des métiers en 4 langues, en plus du français et de l'allemand (portugais albanais, turc, anglais) + 2'000 flyers dans ces langues disponibles dans les centres culturels des différentes communautés.
- Visite guidée (sur demande) dans une de ces 4 langues avec un interprète (2 visites par jour)
- Théâtre forum « Egalité, osez tous les métiers » (dimanche après-midi).
- Présence active du Bureau de l'intégration et des migrations et du Bureau cantonal de l'égalité hommes-femmes et de la famille avec deux stands attractifs.
- Prix du meilleur stand.

#### **Lieu, infrastructure, accès**

Le salon couvre 10'000m<sup>2</sup> (dont 4'218 m<sup>2</sup> pour les stands eux-mêmes), dans des halles du Forum Fribourg, un centre de congrès et d'exposition situé près de Fribourg, à Granges-Paccot ; bien desservi par les transports publics, il est aussi facile d'accès en voiture. La collaboration avec Forum Fribourg permet de disposer d'une infrastructure de grande qualité.

#### **Assurance qualité**

Diverses démarches complémentaires visent à assurer la qualité, dont notamment deux enquêtes de satisfaction internes auprès des exposants et des élèves, ainsi qu'une évaluation spécifique de la Nuit de l'apprentissage. Une Charte d'engagement est signée par la presque totalité des exposants pour impliquer des apprentis, étudiants et stagiaires sur tous les stands. Le chef de projet veille à la qualité pédagogique des stands : des standards de qualité des stands clairement énoncés sont communiqués aux exposants (bilinguisme, présence d'apprentis, présentation épicène des métiers, interactivité). Le Concours du meilleur stand, évalué par les représentants des milieux patronaux et les élèves de quelques écoles récompense l'exposant qui a le mieux respecté les standards de qualité. Le Comité est également présent pendant le salon et recueille des avis.

Des efforts constants sont faits pour améliorer la participation des élèves et stimuler les contacts entre élèves et exposants et les outils de préparation préalable en classe sont nombreux (films explicatifs, jeux de rôle et Passeport START - à faire tamponner chaque fois que le jeune a pu engager un dialogue avec un exposant).

Dès 2013, un groupe de travail mixte (écoles, orientation professionnelle et exposants) discute les résultats des évaluations pour améliorer le concept et optimiser la préparation des élèves. Ce groupe,

très productif sera reconduit en 2015. Finalement. Les visites réciproques et autres échanges entre salons permet de s'ouvrir à d'autres idées et évite de réinventer la roue.

### **Atteinte des groupes cibles**

Le salon se tient tous les 2 ans. Comme la visite est obligatoire pour tous les élèves de 9<sup>ème</sup> et 10<sup>ème</sup> année, ils ont tous l'occasion de visiter le salon au moins une fois. Les élèves se destinant à des études académiques sont aussi sensibilisés aux alternatives qui s'offrent à eux et aux possibilités de réorientations ultérieures. Un effort particulier a été fait pour atteindre les communautés migrantes, tant les jeunes que les parents, avec un bon taux de succès, même si des améliorations sont possibles. Une adaptation des horaires a aussi amélioré l'accès des parents. De nombreux jeunes sont en effet revenus avec leur famille.

### **Publicité**

La visite étant obligatoire, les efforts d'information et de publicité s'adressent avant tout aux parents et au grand public, par voie d'affiches en ville, dans les écoles et les entreprises participantes ; d'affichettes dans les transports publics, de bannières en ville et au stade de foot et de flyers. Un partenariat est conclu avec les principaux média écrits et TV radio du canton, ce qui assure pour une très large couverture médiatique avant et pendant le salon. Le site internet (avec des pages spécifiques destinées aux élèves, aux parents et aux enseignants) et une page Facebook complètent la panoplie.

### **Soutien du canton**

Le canton de Fribourg soutient le salon depuis sa première édition, tant sur le plan financier que par sa participation active à l'association Forum de Métiers qui organise la manifestation. Il assure aussi la coordination pour la participation des écoles. Deux de ses services issus de deux Directions cantonales différentes tiennent chacun un stand pendant le salon. Rendre obligatoire la visite pour toutes les classes de 9<sup>ème</sup> et 10<sup>ème</sup> années montrent bien l'importance que le canton attache au salon.

### **Promotion de la formation professionnelle, marketing des places d'apprentissage**

Le partenariat entre l'Etat et les organisations professionnelles est essentiel pour la promotion de la formation professionnelle. L'Association Forum des métiers concrétise ce partenariat au delà de l'organisation du salon. La responsabilité est ainsi partagée. Ceci, dit, les organisations professionnelles ont un rôle prioritaire en ce qui concerne la promotion de la formation d'apprentis auprès des entreprises. L'organisation des activités dans le cadre scolaire auprès des élèves pour les soutenir tout au long de l'année dans leur choix de formation professionnelle et leurs démarches pour obtenir un stage et/ou une place d'apprentissage, relève des services de l'Etat.

### A3 Ausgewählte Ergebnisse der Befragungen durch die Messeleitungen

Die Darstellung der Ergebnisse konzentriert sich auf ausgelesene Befragungen, die durch die jeweiligen Messeleitungen durchgeführt wurden. Im Weiteren konzentriert sich die Darstellung der Ergebnisse auf ausgewählte Fragen, die der Beantwortung der Fragestellungen dienen. Mehrheitlich handelt es sich dabei um Fragen, die auf Vorschlag von Landert Brägger Partner in den Fragebogen aufgenommen wurden.

#### A3.1 Ausstellerbefragung Berufsmesse Thurgau

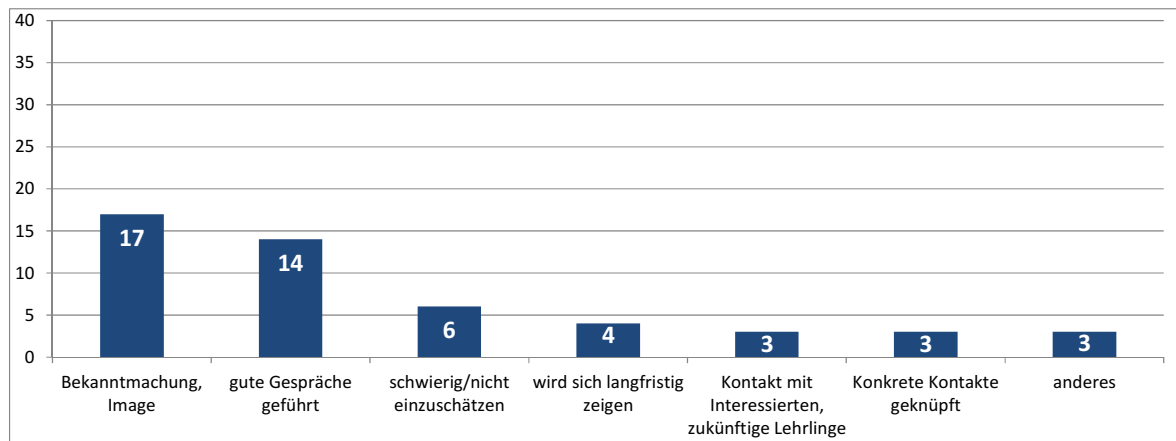
89% der Aussteller beurteilen die Besucherzahlen an ihren Ständen (sehr) positiv. 94% zeigen sich mit der Qualität der Kontakte mit Besuchern (sehr) zufrieden. 97% stufen das Interesse der Besucher als (sehr) hoch ein.

#### A3.2 ZEBI-Ausstellerbefragung

An der Ausstellerbefragung der ZEBI beteiligten sich 79 Aussteller. 40 davon konnten als Berufsverbände oder Lehrbetriebe identifiziert werden. Die Darstellung der Ergebnisse konzentriert sich auf diese Aussteller.

Abbildung 5 stellt die Anzahl Nennungen von Nutzen aus der Berufsmesse dar. Insgesamt wurden 50 Nutzen genannt. Demgegenüber wurden Gründe zur Enttäuschung nur in Einzelfällen aufgeführt (9 Aussteller, 10 Gründe). Mehrheitlich beziehen sich diese auf zu geringe Besucherzahlen ab einer bestimmten Tageszeit oder in Abhängigkeit des Standortes.

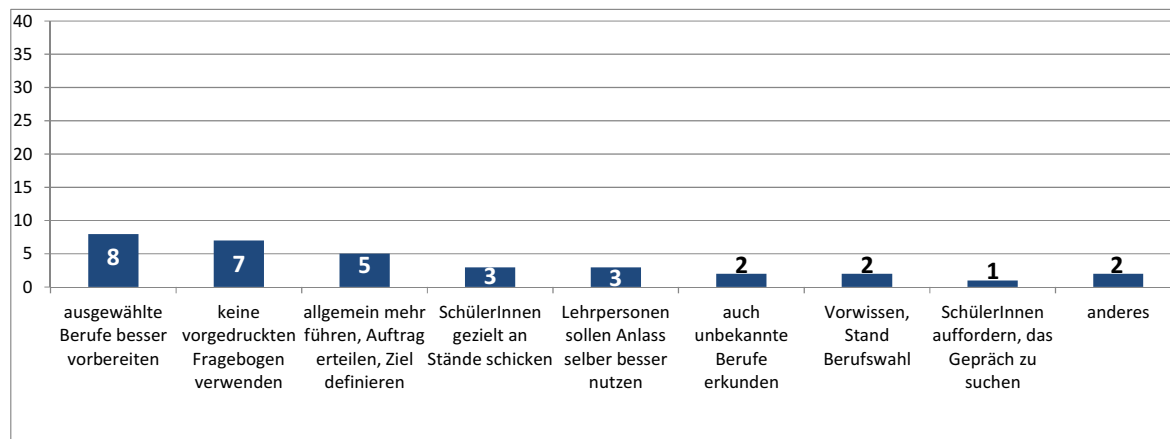
#### Abbildung 6: Inwiefern hat sich die Präsenz an der Berufsmesse gelohnt (N = 40)



Quelle: ZEBI-Ausstellerbefragung

Fast jede Lehrperson richtet mindestens einen Wunsch an Lehrpersonen (Abbildung 6). Einzelne Aussteller richten den Wunsch an die Eltern, das Gespräch mehr ihren Kindern zu überlassen, wenn sie einen Stand gemeinsam mit diesen besuchen.

**Abbildung 7: Wunsch an die Lehrpersonen (N = 40)**



Quelle: ZEBI-Ausstellerbefragung L<sup>2</sup>P

### A3.3 OBA-Lehrerbefragung

An der Befragung beteiligten sich 110 Lehrpersonen. 92 davon unterrichten an einer Sekundarschule, mehrheitlich eine 2. Sekundarklasse. Die restlichen Lehrpersonen sind von Sonderschulen oder Brückenangeboten. Aufgrund der zur Verfügung gestellten Daten ist keine Differenzierung der Ergebnisse nach Schulstufe oder Schulart möglich. Aufgrund dieser Unschärfe verzichten wir auf die Angabe von konkreten Werten und stellen die Ergebnisse qualitativ dar:

- Alle Lehrpersonen sind der Meinung, dass die Berufsmesse für den Berufswahlprozess (für einige) ihrer SchülerInnen hilfreich ist.
- Eine grosse Mehrheit ist überzeugt, dass sich Berufsmessen dazu eignen, Kontakte zwischen Lehrstellenanbietern und Jugendlichen zu knüpfen.
- Lediglich knapp jede achte Lehrperson zeigt Interesse an Informationsständen oder Forumsveranstaltungen für Lehrpersonen.
- Gut die Hälfte der Lehrpersonen empfiehlt die Berufsmesse an die Eltern der SchülerInnen weiter.
- Gut ein Viertel der Lehrpersonen hat die Elternbriefe in verschiedenen Sprachen an die Eltern der SchülerInnen weitergeleitet.
- Praktisch alle Lehrpersonen geben an, den Messebesuch in den Unterricht zu integrieren und auszuwerten.

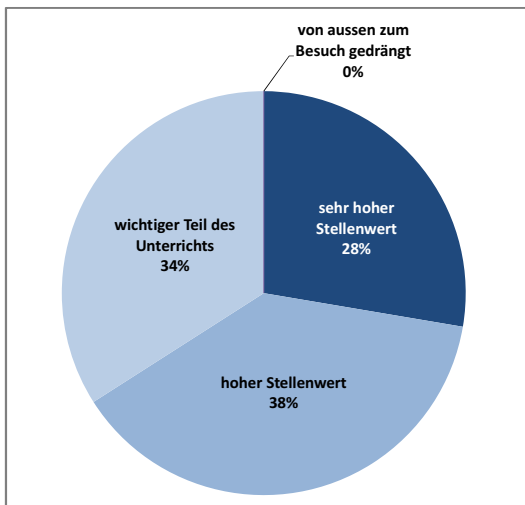
### A3.4 Lehrerbefragung Berufsmesse Thurgau

46 Lehrpersonen der Sekundarschule nahmen an der Befragung teil. 36 davon unterrichten eine 2. Sekundarklasse.

Die Lehrpersonen stufen den Stellenwert des Messebesuchs mehrheitlich als (sehr) hoch ein (*Abbildung 7*). Niemand fühlte sich von aussen zu einem Besuch gedrängt. 78% empfehlen die Berufsmesse an die Eltern der SchülerInnen weiter, 46% haben die Flyers für die Führungen in verschiedenen Sprachen an die Eltern der SchülerInnen weitergeleitet.

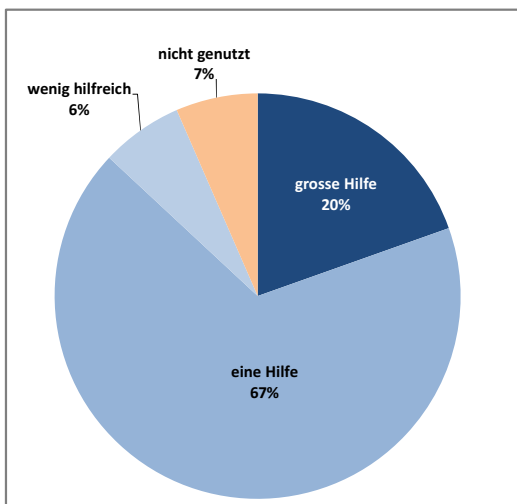


Abbildung 8: Stellenwert Berufsschau



Quelle: Ausstellerbefragung Berufsmesse Thurgau

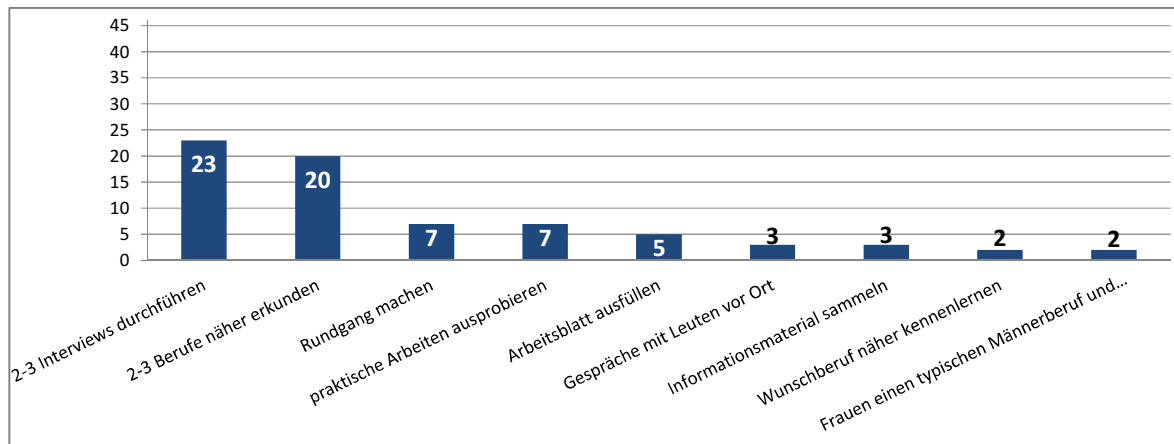
Abbildung 9: Nutzung Vorbereitungs-material



Quelle: Ausstellerbefragung Berufsmesse Thurgau

85% der Lehrpersonen nutzten die zugestellten Vorbereitungsunterlagen und stufen diese als (grosse) Hilfe ein. Alle bis auf zwei Lehrpersonen gaben an, Ihren SchülerInnen einen Auftrag für den Messebesuch erteilt zu haben. Je (gut) die Hälfte der Lehrpersonen forderte die SchülerInnen auf, Interviews mit ausgewählten Ausstellern zu führen oder eine Auswahl von zwei bis drei Berufen näher zu erkunden (Abbildung 9). Diese Lehrpersonen folgen somit der Empfehlung der Messeleitung. 93% sehen ihre Erwartungen erfüllt oder übertroffen.

**Abbildung 10: Aufträge an die SchülerInnen für den Messebesuch (N = 46)**



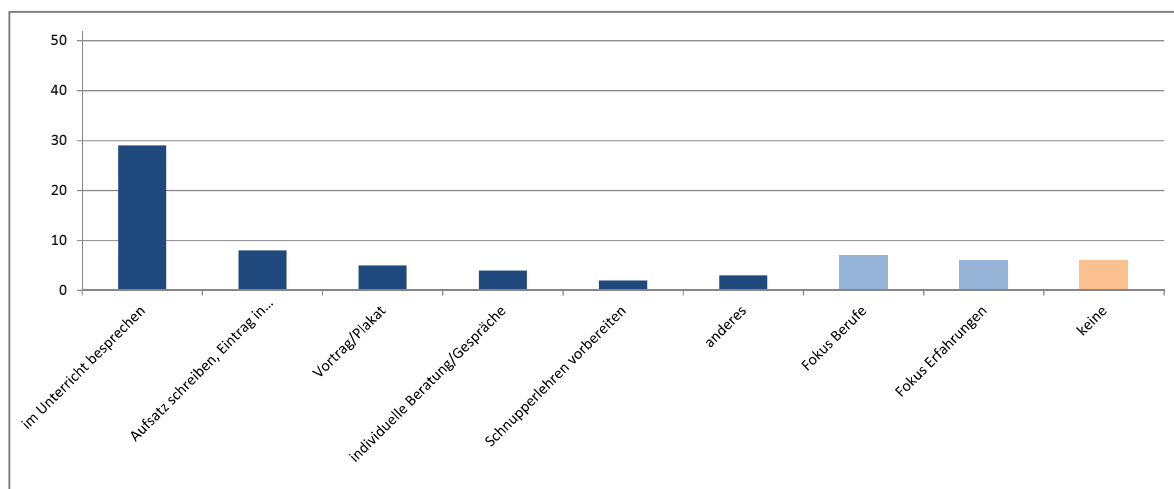
Quelle: Ausstellerbefragung Berufsmesse Thurgau

### A3.5 ZEBI-Lehrerbefragung

82 Lehrpersonen wurden an der ZEBI befragt. Es ist keine Differenzierung nach Stufe oder Leistungs-niveau möglich, weshalb die Ergebnisse in qualitativer Form dargestellt werden.

- Rund ein Drittel gibt an, über Prospekte oder über die Schule von der ZEBI erfahren zu haben. Dies stellt in Anbetracht dessen, dass alle Lehrpersonen über die kantonale Berufsberatung hätten an-geschrieben werden müssen, einen tiefen Wert dar.
- Die grosse Mehrheit sieht seine Erwartungen erfüllt, rund jede achte Lehrperson sieht sie gar über-troffen.
- Die Nachbereitung des Messebesuchs mit der Klasse erfolgt in den meisten Fällen als Besprechung im Unterricht. In einigen Fällen müssen die SchülerInnen auch einen Vortrag halten oder ein Plakat gestalten, einen Aufsatz schreiben oder einen Eintrag in ihr (Berufswahl-)Heft machen. Aussagen, ob bei der Nachbereitung eher Berufe oder die Erfahrungen im Fokus standen, heben sich in etwa auf. (vgl. Abbildung 10)

**Abbildung 11: Nachbereitung des Messebesuchs (N = 52)**



Quelle: ZEBI-Lehrerbefragung