

# Der Einfluss von Medien auf die Entwicklung von Berufswünschen im Prozess der Berufsorientierung

**KURZFASSUNG:** Der Beitrag skizziert zunächst die Befundlage zu Einflüssen von Medien in der allgemeinen Berufsorientierung junger Menschen und geht dabei insbesondere auf die Effekte auf Berufswünsche und Berufsentscheidungen ein. Anschließend werden anhand von Daten aus einer regionalen Längsschnittuntersuchung mit über 3.500 Jugendlichen systematisch der Zusammenhang von Berufswünschen und Medieneinflüssen analysiert sowie verschiedene Gründe für diese Wechselbeziehung diskutiert. Die Ergebnisse zeigen neben statistisch bedeutsamen Zusammenhängen von Medien und den Interessen und Fähigkeiten der jungen Menschen auch deutliche Schulformeffekte. Ausblicke auf mögliche pädagogische Konsequenzen zu Thema Medienkompetenz im Rahmen von Berufsorientierung schließen den Artikel ab.

**Schlagworte:** Medien und Berufswünsche, Berufsorientierung, Übergang Schule-Beruf

**ABSTRACT:** The aim of this study is to examine the influence of media on the vocational knowledge of young people. The article discusses the relationship of media usage and vocational/occupational aspirations and whether the relationship between the two constructs is causal. A database of a longitudinal study of over 3,500 school kids are used to test this notion. The results indicate a significant effect of media usage on occupational wishes. Also school form effects can be shown. Based on the results, possible educational consequences in the field of school to work transition where discussed.

**Key words:** media and vocational attitude, vocational orientation, school to work transition

## I. Einleitung

Die entwicklungspsychologische Berufswahlforschung betrachtet die Berufswahl als einen längerfristigen, lebenslang stattfindenden Prozess. Die im Jugendalter anstehende erste Wahl eines Berufes unterliegt dabei verschiedenen Einzelentscheidungen in einem mehrphasigen Verlauf, der bereits im Kindesalter beginnt und aus einem Zusammenspiel von internen und externen Faktoren besteht. Der Entscheidungsprozess findet somit nicht in einem luftleeren Raum statt, die Entscheidungen des Jugendlichen werden im Wechselspiel zwischen den persönlichen Voraussetzungen, Interessen und Fähigkeiten einerseits und den Angeboten der Arbeitswelt andererseits getroffen (HERZOG, NEUENSCHWANDER & WANNACK, 2006). Mit dem zeitlichen Fortschreiten wird dieser Entscheidungsprozess immer wegweisender und die be-

rufsrelevanten Teilentscheidungen schränken die Anzahl potentiell wählbarer Berufe sukzessive ein (vgl. ERNST 1996, SCHMUDE 2009).

In der einschlägigen Forschung wurden als zentrale, die Berufsorientierung beeinflussende Faktoren, bisher überwiegend das Geschlecht, der sozioökonomische Status, der regionale Kontext oder die Wirkungen von Unterstützungsmaßnahmen herausgearbeitet (vgl. OERTER & MONTADA 2008, RAHN ET AL. 2013). Die spezifischen Effekte von Medien auf den Berufsorientierungsprozess, insbesondere auf die Entstehung von Berufswünschen, sind bis dato eher sporadisch analysiert bzw. Nebenprodukte bestehender Forschungsprojekte.

Der vorliegende Artikel geht daher systematisch der Frage nach, in welchem Ausmaß man mit Einflüssen von Medieneffekten auf die Berufsorientierung im Allgemeinen sowie auf die Entwicklung von Berufswünschen im Besonderen rechnen kann.

Erste Antworten liefert eine regionale Panelstudie mit über 3.500 Jugendlichen, die über einen mehrjährigen Zeitraum zu ihrem Berufsorientierungsprozess befragt wurden. Durch Fragen zur Begründung von Berufswünschen können detaillierte Aussagen zum Zusammenhang von Berufswünschen und zum Medieneinfluss aufgezeigt und erste daraus resultierende pädagogische Konsequenzen diskutiert werden.

## II. Berufe – Berufswahl – Berufswünsche und Berufsorientierung

Berufe werden durch „charakteristische Kenntnisse, Fertigkeiten und Erfahrungen sowie eine typische Kombination zusammenfließender Arbeitsverrichtungen gekennzeichnet“ (STATISTISCHES BUNDESAMT 1992, S.15). Einen Beruf wählt man in der Regel erstmalig im Leben am Übergang Schule-Beruf im Jugendalter. Zunächst entscheidet sich der junge Mensch an der ersten Schwelle im Übergang Schule-Beruf für eine entsprechende Ausbildungsphase (Duale Ausbildung, Studium o.ä.), um dann, an der zweiten Schwelle, den tatsächlichen Berufseintritt realisieren zu können.

Berufswahl kann dabei definiert werden als,

- eine in eine lebenslange berufliche Entwicklung eingebundene und
- unter bestimmten gesellschaftlichen Bedingungen und Einflüssen stehende
- interaktive Lern- und Entscheidungsphase,
- deren jeweiliges Ergebnis dazu beiträgt, dass Menschen unterschiedliche berufliche Tätigkeiten ausüben (vgl. BUSSHOFF 1998).

Die Berufswahl ist demnach (mindestens) eine Entscheidung innerhalb des lebenslangen Prozesses der beruflichen Orientierung. Liegt der Fokus der Betrachtung auf der Bildungspassage Schule-Beruf, kann Berufswahl sowohl als Bestandteil der Berufsorientierung und zugleich als Entwicklungsaufgabe von Jugendlichen bezeichnet werden (vgl. BRÜGGEMANN & RAHN 2013, S. 11).

Berufswünsche hingegen müssen noch nicht den Status „einer verfestigten Präferenz für einen bestimmten Beruf aufweisen“ (SCHMUDE 2009, S. 17), sondern stellen

vielmehr einen Bestandteil im Berufswahlprozess dar, der ganz unterschiedliche Spezifizierungsgrade aufweisen kann.

Theorien zur Erklärung, wie der Mensch zum Beruf bzw. zu einem Berufswunsch gelangt, sind vielfältig und werden seit über hundert Jahren diskutiert. In der Fachliteratur werden dabei verschiedene Unterteilungen zur Kategorisierung von Berufswahltheorien aufgeführt.

BUSSHOFF nimmt beispielsweise eine fünfstufige Unterteilung vor: Berufswahl als Zuweisungs-, als Entwicklungs-, als Lern-, als Zuordnungs- und als Entscheidungsprozess. Dabei stehen entweder die Umwelt, die Interaktion zwischen Umwelt und Individuum oder nur das Individuum im Mittelpunkt (vgl. BUSSHOFF 1989, S. 12).

Eine zweite Art der Unterteilung von Theorien stellt die Variante von GOLISCH dar. Dieser unterscheidet die psychologischen Theorien, die soziologischen Konzepte und die mehrperspektivische Betrachtung von Berufswahltheorien (vgl. GOLISCH 2002, S. 30).

LANGE wiederum unterteilt die Theorien auf eine dritte Weise und spricht von drei grundlegenden theoretischen Ansätzen: Erstens dem alloktionstheoretischen Ansatz der Soziologen im deutschsprachigen Raum. Zweitens dem entscheidungstheoretischen Ansatz, der von den Psychologen und sozialpsychologisch orientierten Soziologen im angelsächsischen Raum vertreten wird. Diesen beiden Ansätzen gegenüber stehen entwicklungspsychologische und -soziologische Ansätze (vgl. LANGE 1978, S. 4ff).

SCHMUDE weist aber zu Recht darauf hin, dass „keines der theoretischen Modelle die Komplexität des Phänomens Berufswahl angemessen erfassen kann“ (SCHMUDE 2009, S. 26). Je nach theoretischem Ansatz werden bestimmte Faktoren hervorgehoben, was dazu führt, dass andere Einflüsse zu schwach oder gar nicht Berücksichtigung finden. „Jede einseitige Betrachtung (...) geht an den Realitäten des Entscheidungsprozesses vorbei. Zusammenfassend kann man konstatieren: „Die Berufswahl ist (...) ein Zusammenwirken aus Persönlichkeits-, Interaktions- sowie (...) Umweltinflüssen“ (ERNST 1996, S. 37).

Im individuellen Berufswahlprozess wirken also mit hoher Wahrscheinlichkeit sowohl interne als auch externe Einflüsse auf das Individuum. Hierbei werden als besonders bedeutende externe Einflüsse Faktoren, wie z. B. Geschlecht, Prestige (GOTTFREDSON 2005), Elterneinflüsse und Migrationshintergrund (vgl. z. B. GRANATO 2013, NEUENSCHWANDER 2013) diskutiert. Einflüsse von Medien werden demgegenüber nicht systematisch berücksichtigt.

Das ist zumindest insofern verwunderlich, als z. B. die Paneldaten zur allgemeinen Situationsanalyse der Berufsorientierung von Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe II in Köln zeigen, dass das Medium Internet „stets die wichtigste Informationsquelle“ (SCHMIDT-KODDENBERG & ZORN 2012, S. 94) war. Dem Beitrag von Zeitungen und Fernsehen als Informationsquelle im Prozess der beruflichen Orientierung wurde nicht ganz so viel Bedeutung beigemessen, aber auch diese Medien rangieren über den Zeitverlauf der Studie auf Rang vier, teilweise direkt hinter dem Praktikum (ebd., S. 96). Den hohen Stellenwert von Medien als Informationsquelle

bestätigt auch die Untersuchung von SANDER (2008, S. 7), bei der die befragten 800 jugendlichen Achtklässler aller Schulformen einer Region in NRW angaben, dass sie direkt nach den Eltern und dem Praktikum bei den Medien Antworten auf Ihre Fragen rund um das Thema Berufswahl erhalten, obschon der Begriff „Medien“ hier nicht näher ausdifferenziert wurde, was die Interpretation erschwert.

In der aktuellen Studie der Vodafone Stiftung „Schule, und dann?“, bei der Interviews mit über 500 Schülerinnen und Schülern der letzten drei Klassen der allgemeinbildenden Schulen durchgeführt wurden (HURRELMANN 2014), ist sowohl nach der Nutzung, als auch nach der Bewertung von Informationsquellen sowie nach spezifischen Medien getrennt gefragt worden, was eine deutlich differenzierte Auswertung ermöglicht. Die Recherche im Internet ist auch hier an dritter Stelle hinsichtlich ihrer Nutzung als Informationsquelle (63 Prozent gaben an, dies schon gemacht zu haben) und auch der Nutzen wurde mit 51 Prozent als recht hilfreich angesehen. Andere Medien wie Zeitschriften/Magazine (29 Prozent Nutzung, 24 Prozent positive Bewertung), soziale Netzwerke (26 Prozent Nutzung, 36 Prozent positive Bewertung) und Broschüren/Informationsmaterialien (35 Prozent Nutzung, 30 Prozent positive Bewertung) rangieren eher im Mittelfeld der Informationsquellen. Das Fernsehen wurde in dieser Untersuchung gesondert abgefragt und wurde durchaus häufig genutzt (38 Prozent), die Bewertung hinsichtlich der Nützlichkeit der so gewonnenen Informationen wurde durch die Befragten jedoch eher gering (18 Prozent) eingeschätzt.

Deshalb stehen die möglichen Einflüsse von Medien auf die Berufsorientierung und die Entwicklung von Berufswünschen junger Menschen im Fokus der folgenden Betrachtung. Dabei wird zunächst auf der Ebene theoretische Ansätze und Studien diskutiert, ob Medieneinflüsse im Bereich Berufsorientierung plausibel sind, um diese anschließend anhand eigener empirischer Daten im Verhältnis zu den typischerweise untersuchten Einflussfaktoren zu analysieren.

### III. Kommunikationswissenschaftliche Hypothesen zu Medieneinflüssen

GEHRAU und RÖTTGER (2015) haben jüngst die Einflüsse von Massenmedien in den Feldern individueller Berufsorientierung sowie institutioneller Personalrekrutierung diskutiert. Aus der Perspektive der Arbeitgeber sind Massenmedien ein zentraler Kanal zur Informationsvermittlung über Berufe und Branchen, der in den letzten Jahren gegenüber direkten Kontakten oder interpersonal vermittelten Informationen deutlich an Bedeutung gewonnen hat. Zudem bieten die Massenmedien ein erfolgversprechendes Mittel, das Image von Branchen zu beeinflussen. Hier findet oft ein Wechselspiel zwischen journalistischer Berichterstattung, die Skandale ans Licht bringt und Missstände aufdeckt, und PR gesteuerten Medienkampagnen, die dann das angeschlagene Branchenimage wieder verbessern sollen, statt. Darüber hinaus bieten die Massenmedien großen Unternehmen die Möglichkeit, ein positives Arbeitgeberimage bzw. eine positive Arbeitgebermarke zu etablieren, was dann durch organisationsinterne Medien unterstützt wird. Auf der Seite derjenigen, die einen

Ausbildung- oder Arbeitsplatz suchen, differenzieren GEHRAU und RÖTTGER (2015) grob zwischen Medieneffekten auf Wissen, Vorstellungen und Entscheidungen in Bezug auf Berufe als Komponenten des Berufsorientierungsprozesses.

Medieneffekte auf die Verbreitung von Informationen zu Berufen sowie auf das Berufswissen selbst standen bislang nicht im Fokus der Kommunikationswissenschaft. Unterschiedliche Studien (siehe oben) belegen aber die zunehmende Bedeutung von Massenmedien für die Verbreitung von Wissen über Ausbildung und Berufe. Insbesondere Informationen im Internet avancierten in den vergangenen Jahren zum wichtigsten Informationskanal für Jugendliche und junge Erwachsene. Zum einen ist diese Tendenz auf die generell weit verbreitete und intensive Internetnutzung in Deutschland und hier insbesondere unter den Jüngeren (VON EIMEREN & FREES 2014) zurückzuführen. Zum anderen mag aber auch der sukzessive Rückzug anderer Informationsquellen eine Rolle spielen, z. B. durch den stetigen Rückzug von Handwerksbetrieben aus dem Lebensraum der Bevölkerung hin in spezielle Gewerbegebiete oder zunehmend unstetige Berufsverläufe von Eltern und Verwandten. Vor dem Hintergrund der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur Wissenskluff bzw. dem Digital Divide (ZILLEN & HAUF-SBURGSBERG, 2014) ist zu erwarten, dass durch die Verlagerung der berufsbezogenen Informationen in neue Medien Chancen- und Wissensunterschiede zwischen Bevölkerungssegmenten eher zu- als abnehmen werden. Insofern muss im Auge behalten werden, ob diejenigen, die mangels alternativer Informationsquellen stark von medienvermittelten Berufsinformationen abhängig sind, in Nachteil geraten und zwar insbesondere, wenn ihnen die nötige Medienkompetenz fehlt. Ein anderes Problem besteht in dem zunehmend engen Spektrum bekannter Berufe bei jungen Menschen (BRÜGGEMANN, RAHN & HARTKOPF 2013), die zudem oft rigide an einmal erlangtem Wissenstand und getroffenen Entscheidungen festhalten. Zwar wird dem mit entsprechenden Maßnahmen, z. B. in der Schule, entgegengewirkt, aber oft erst ab den oberen Klassenstufen. In einem Experiment über mehrere Wochen konnten BRÜGGEMANN, GEHRAU und HANDRUP (2015) unlängst zeigen, dass sich das Spektrum bekannter Berufe durch Vorlesen kindgerechter Medien mit Berufsbezug, im vorliegenden Fall handelte es sich um berufsbezogene Pixi-Bücher, deutlich ausdehnen lässt. Fraglich blieb allerdings, wie lange die positiven Effekte gegenüber einer Kontrollgruppe anhielten, da die abschließende Messung nach wenigen Wochen stattfand.

Weit besser sind Medieneffekte auf die Vorstellung von Berufen bzw. dem Berufsleben untersucht. So verweisen beispielsweise die Arbeiten von DOSTAL & TROLL (2005) auf die große Wirkung des Fernsehkonsums Jugendlicher im Berufswahlalter auf den Berufswahlprozess, wobei die vermittelten Wirklichkeiten häufig verkürzt und wenig realitätsnah dargestellt werden. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen auch diverse kommunikationswissenschaftliche Studien, die belegen, dass das medienvermittelte Bild über Berufe nicht mit der realen Berufswelt übereinstimmt. Für das deutsche Fernsehprogramm belegen Analysen von GEHRAU (2014), ESCH (2011) oder z. B. KRÜGER (2005) einen starken Fokus des Fernsehangebotes auf bestimmte Berufssegmente, insbesondere in den Feldern Gesundheit, Justiz/Kriminalität so-



wie Kreativberufe der Bereiche Mode, Musik und Medien. Darüber hinaus konnte GEHRAU (2014) eine starke Betonung positiver Aspekte des Berufslebens nachweisen, in dem attraktive Personen mit wenig Aufwand hohes Einkommen und entsprechende Reputation erlangen. Gemäß der kommunikationswissenschaftlichen Kultivierungshypothese von GERBNER und GROSS (1976; im Überblick ROSSMANN 2013) ist zu erwarten, dass Personen, die viel fern sehen, ihre Vorstellungen von der Berufswelt eher am Medienbild orientieren, im Gegensatz zu Wenigsehern, deren Vorstellungen von der Berufswelt realistischer sind. Im Berufskontext wurde diese Hypothese mit Bezug zur Art der Berufsausübung vor allem im Bereich Kriminalität als CSI-Effekt (SMITH, PATRY & STINSON 2007) sowie im Gesundheitsbereich (z. B. ROSSMANN 2003) untersucht. Die meisten Studien vergleichen die Schätzung des Vorkommens einzelner Berufe zwischen Viel- und Wenignutzern des Fernsehens (im Überblick GEHRAU 2014). Diese belegen eine systematische aber vom Ausmaß her geringe Überschätzung von in den Medien häufig dargestellten Berufen bei Vielsehern im Vergleich mit Wenigsehern. Größere Effekte fand GEHRAU (2014) nur bei Jugendlichen, die viel Castingshows sahen, in Bezug auf die Verbreitung der dort gezeigten Tätigkeiten, die in der Regel eher keine klassischen Berufe waren. Auffällig bei dieser Studie war aber die generelle Tendenz, die Verbreitung medialer Berufe wie Models, Musiker und Detektive extrem zu überschätzen, was also auch die Wenignutzer des Fernsehens taten; hier könnte das Fernsehen ungewöhnliche Tätigkeiten durch deren große mediale Präsenz bei allen Jugendlichen als quasi normale Berufe kultiviert haben. (GEHRAU 2014) Ein solcher Medieneffekt hat zwar zunächst nur Auswirkungen auf die individuellen Vorstellungen, könnte indirekt aber auch Auswirkungen auf Entscheidungen haben.

Auch solche Effekte auf Berufswünsche und -entscheidungen wurden von der Kommunikationswissenschaft in den Blick genommen, meist auf der Basis von BANDURAS (2001) sozial-kognitiver Lerntheorie, die explizit die Orientierung an medial vermittelten Rollenvorbildern modelliert. Entsprechende Phänomene wurden dann als Medieneffekte auf individuelle Berufswünsche untersucht. So konnten NIETSCH, EILDERS und BOGER (2011) den verstärkten Wunsch Jugendlicher, Musiker oder Model zu werden, bei denjenigen belegen, die viel Casting-Shows konsumieren. Denselben Effekte fanden GEHRAU und VOM HOFE (2013) bei Jugendlichen, die viel Fernsehangebote mit Bezug zum Gesundheitssektor sahen, auf den Wunsch, später im Gesundheitssektor arbeiten zu wollen. Diese und ähnliche Studien haben aber ein Kausalitätsproblem, da es ebenso gut sein könnte, dass die Jugendlichen die Angebote nutzen, weil sie zuvor den Berufswunsch hatten und sich dann im Fernsehen darüber informieren wollen, anstatt dass die entsprechende Fernsehnutzung den Berufswunsch angeregt hat. Eine Studie von VAN DEN BULCK und BEULLENS (2009) belegt aber, dass in Belgien nach Einführung attraktiver und verbreiteter Fernsehserien mit engem Bezug zur Tätigkeit z. B. von Hebammen die Nachfrage nach entsprechenden Ausbildungs- und Studiengängen um gut 10 Prozentpunkte angestiegen war. Eine aktuelle Studie von GEHRAU, BRÜGGEMANN und HANDRUP (im Erscheinen) konnte in einem Paneldesign Fernsehnutzungseffekte auf Berufswünsche untermauern. Da-

bei wurden die Berufswünsche in zwei Panelwellen abgefragt, und der Effekt der Berufswünsche in der ersten Panelwelle auf die berufsbezogene Fernsehnutzung in der zweiten Welle kontrolliert. Bei den untersuchten sechs verschiedenen Berufsfeldern zeigte sich immer ein sehr starker Effekt des Berufswunsches der ersten Befragungswelle auf den Berufswunsch in der zweiten, sowie ein für die Bereiche Gesundheit und Bau mittelstarker und die anderen Bereich schwacher aber systematischer Effekt des Berufswunsches der ersten Welle auf die entsprechende Fernsehnutzung in der folgenden Befragungswelle. Darüber hinaus hatte aber der Fernsehkonsum in berufsbezogenen Angebotssegmenten einen eigenen Einfluss auf den entsprechenden Berufswunsch plus einen über die Mediennutzung vermittelten Effekt des Berufswunsches der vorhergehenden Befragungswelle in der Berufssegmenten Gesundheit, Bau, Immobilien und Tierpflege.

Insofern deuten unterschiedliche kommunikationswissenschaftliche Ansätze sowie empirische Evidenzen an, dass Medienangebote und deren Nutzung einen Einfluss auf die Berufsorientierung im Allgemeinen sowie auf die individuellen Berufswünsche im Speziellen haben. Allerdings ist bislang sowohl unklar, welchen Stellenwert Medieninformationen für die Berufsorientierung und die Berufswünsche im Vergleich mit anderen Informations- und Einflussquellen haben. Zudem wurde bislang nicht untersucht, wie die Jugendlichen selbst den Medieneinfluss einschätzen und unter welchen Bedingungen bzw. bei welchen Personen Medieneinflüsse besonders wahrscheinlich sind.

#### **IV. Die Studie – Das Berufsorientierungspanel (BOP)**

Im Rahmen des Berufsorientierungspanels (BOP) (RAHN, BRÜGGEMANN & HARTKOPF 2014) wurden im Zeitraum 2009 bis 2013 im Rhein-Erft-Kreis (NRW) mit Hilfe wiederholter Befragungen von Schülerinnen und Schüler aller Schulformen der Sekundarstufe I rekonstruiert,

- wie die Jugendlichen mit diesen Anforderungen des beruflichen Orientierungsprozesses umgehen,
- welche Unterstützung sie dabei erfahren und wie sie diese Unterstützung selbst erleben,
- welche Berufswünsche und beruflichen Ziele die Jugendlichen entwickeln,
- wodurch diese Wünsche und Ziele beeinflusst werden,
- welche Anschlusswege die Jugendlichen nach Verlassen der Sekundarstufe I beschreiten möchten und inwieweit sie ihre Pläne realisieren.

Sinn der Untersuchung war es, auf diese Weise Daten zu gewinnen, die zur Fortentwicklung der Unterstützungspraxis am Übergang Schule-Beruf im Rhein-Erft-Kreis genutzt werden können. Aufgrund der tatkräftigen Mitwirkung der Lehrerinnen und Lehrer in den Schulen vor Ort und der Abteilung Berufsorientierung im Schulamt des Rhein-Erft-Kreises konnten in den Messzeitpunkten der Schülerbefragung erfreulich gute Rücklaufquoten erzielt werden.

An der im Herbst 2009 durchgeführten Eingangsbefragung der Achtklässler haben insgesamt ca. 3.700 Schülerinnen und Schülern aller Schulformen teilgenommen. Bis zur Abgangsbefragung am Ende der 10. Klasse wurden vier weitere Erhebungen durchgeführt, wobei – je nach Messzeitpunkt und Schulform – Teilnahmequoten zwischen 83 und 94 Prozent erreicht wurden. Aufgrund der vollständigen, oder zumindest weit reichenden Berücksichtigung aller Schulstandorte einer Schulform, kann in den meisten Fällen von einer Vollerhebung gesprochen werden. Die Panelquote, d. h. der Anteil der Schülerinnen und Schüler, die an mehreren Befragungen teilgenommen haben, schwankt – je nach Schulform und betrachtetem Zeitraum – zwischen ca. 60 und knapp 90 Prozent, was für die Gesamtstichprobe einen außerordentlich guten Wert darstellt. Die Anschlussbefragung nach dem Verlassen der allgemein bildenden Schule wurde im Online-Verfahren an den Berufskollegs durchgeführt. Hier konnten noch knapp 800 Schülerinnen und Schüler erreicht und über 1.000 neue Personen befragt werden (vgl. RAHN, BRÜGGEMANN, HARTKOPF 2014).

## V. Medien als Begründung für Berufswünsche

### a. Vorkommen unterschiedlicher Begründungen für Berufswünsche

In der ersten Befragungswelle wurden die Schülerinnen und Schüler nicht nur nach ihrem Berufswunsch gefragt, sondern – wenn sie einen nannten – auch gebeten offen anzugeben, wie sie auf diesen Wunsch gekommen sind bzw. was der Grund für den Wunsch war. Aus diesen offenen Antworten wurden geschlossene Vorgaben entwickelt, die jeweils in zwei Halbjahren der Klassenstufe 9 und 10, also insgesamt viermal für den ersten und den zweiten Berufswunsch abgefragt wurden, wenn ein entsprechender Berufswunsch benannt war. Vorgegeben war die Items (a) eigene Fähigkeiten und Interessen, (b) Eltern, (c) Praktikum, (d) Verwandte oder Bekannte, (e) Medien, (f) weil ich es schon immer wollte, (g) Potenzialcheck<sup>1</sup>, (h) Freunde, (i) Schule und (j) sonstiges. Für den ersten Berufswunsch liegen zwischen knapp 1900 Angaben aus dem ersten Halbjahr der neunten Klasse und gut 1650 Angaben aus dem zweiten Halbjahr der 10. Klasse vor. Die Angaben zum zweiten Berufswunsch fallen jeweils um 400 bis 500 Angaben niedriger aus.

In einem ersten Schritt wurden diese Ergebnisse herangezogen, um die selbst eingeschätzte Wichtigkeit der Medien für die den eigenen Berufswunsch zu taxieren. Dabei ist zu bedenken, dass bei jedem Berufswunsch Mehrfachantworten möglich waren, so dass sich die entsprechenden Prozentangaben nicht auf 100 addieren. Laut Selbsteinschätzung der Schülerinnen und Schüler waren die eigenen Interessen und Fähigkeiten das wichtigste Kriterium für den ersten und damit eigentlichen Berufswunsch. Über alle Befragungswellen hinweg machten sechs von zehn Befragten diese

1 Der Potenzialcheck ist ein 1-tägiges Kompetenzfeststellungsverfahren im Prozess der schulischen Berufsorientierung (vgl. hierzu vertiefend BRÜGGEMANN & WEYER 2015).



Angabe, wobei der Anteil im Laufe der Zeit sogar von anfangs 57 knapp Prozent bis auf gut 62 Prozent anstieg. Ein gutes Drittel der Angaben bezog sich auf die Eltern und auch hier war eine kontinuierliche Steigerung von anfangs knapp 33 Prozent auf knapp 38 Prozent festzustellen. Noch deutlicher fiel ein solcher Anstieg beim dritten Kriterium, dem Praktikum, aus, das anfangs nur von 16 Prozent als Begründung für den Berufswunsch genannt wurde, in den drei Folgewellen demgegenüber von mindestens 33 Prozent, wobei in den letzten drei Wellen kein weiterer linearer Anstieg mehr zu verzeichnen war, so dass der Anteil für das Praktikum insgesamt bei 30 Prozent landete. Mit 28 Prozent folgten Verwandte und Bekannte und zwar wiederum mit einem linearen Anstieg von anfangs 23 Prozent auf schlussendlich 31 Prozent. Demgegenüber erwies sich die nächste Begründungskategorie, die Medien mit insgesamt 27 Prozent, als quasi stabil im Zeitverlauf. Gut ein Viertel der Befragten gaben jeweils an, den Berufswunsch schon immer gehabt zu haben. Bei diesem Item fand sich eine Abnehmende Tendenz, von knapp 29 Prozent im ersten Halbjahr der neunten Klasse auf knapp 24 Prozent im zweiten Halbjahr der zehnten Klasse. Noch deutlicher war die abnehmende Wichtigkeit des Potenzialchecks, der bei insgesamt knapp jedem fünften ersten Berufswunsch angeführt wurde; allerdings waren es zu Beginn der Messung noch gut 25 Prozent, am Ende hingegen nur noch knapp 13 Prozent. Freunde waren in insgesamt 15 Prozent der Fälle wichtig, mit einer Steigerung von 12 auf 17 Prozent. In nur 13 Prozent der Fälle wurde auf die Schule als Begründung verwiesen und zwar mit einem relativ stabilen Anteil und ähnlichen Werten wie auch für sonstiges. Damit landeten die Massenmedien sowohl vom Anteil als auch von der Rangfolge der Begründungen für die Wahl des ersten Berufswunsches im Mittelfeld. In der neunten Klasse landeten Medien sogar auf dem vierten Platz Gründe für den Berufswunsch, vor dem Praktikum, das erst danach an Wichtigkeit gewann.

Tab. 1 Begründungen für den ersten Berufswunsch

	<b>BW 9.1</b> <b>n = 1874</b>	<b>BW 9.2</b> <b>n = 1677</b>	<b>BW 10.1</b> <b>n = 1765</b>	<b>BW 10.2</b> <b>n = 1672</b>	<b>Gesamt</b>
Interessen/Fähigkeiten	57 %	59 %	61 %	62 %	60 %
Eltern	33 %	34 %	37 %	38 %	36 %
Praktikum	16 %	33 %	36 %	34 %	30 %
Verwandte/Bekannte	23 %	27 %	30 %	31 %	28 %
Medien	26 %	28 %	28 %	27 %	27 %
wollte ich schon immer	29 %	25 %	24 %	24 %	26 %
Potenzialcheck	25 %	21 %	18 %	13 %	19 %
Freunde	12 %	13 %	17 %	17 %	15 %
Schule	12 %	14 %	13 %	13 %	13 %
<i>Sonstiges</i>	14 %	14 %	14 %	13 %	14 %

Ein ähnliches Bild ergab sich bei den Begründungen des zweiten Berufswunsches. Naturgemäß wurden davon in allen Befragungswellen weniger genannt, so dass die Basis etwas schmaler war und sich eventuell in Bezug auf persönliche Merkmale leicht von denjenigen unterschied, die Angaben zum ersten Berufswunsch machten. Obgleich pro Befragungswelle zwischen 400 und 500 weniger Befragte zum zweiten Berufswunsch Angaben machten als zum ersten, zeigte die Gesamtverteilung ein in weiten Teilen identisches Bild. Im Zentrum der Begründungen standen die eigenen Interessen und Fähigkeiten, die in gut der Hälfte der Begründungen angeführt wurden, gefolgt von den Eltern mit knapp einem Drittel. Weiter wurden einerseits Verwandte und Bekannte sowie andererseits Medien in jeweils gut einem Viertel der Begründungen genannt. Relativ gleichauf folgten Praktikum, Freunde, Potenzialcheck sowie die Angabe, ich wollte das schon immer werden, mit Werten zwischen 15 und 18 Prozent. Mit 13 Prozent landet auch beim zweiten Berufswunsch die Schule auf dem letzten Platz der Begründungen der Wahl des Berufswunsches. In Vergleich zum ersten Berufswunsch konnten die Medien beim zweiten Berufswunsch sogar etwas an Bedeutung gewinnen. Sie landeten insgesamt auf Platz vier der Begründungen und zwar mit deutlichen Abstand von fast 10 Prozentpunkten zur nächst folgenden Begründung Praktikum und in der ersten Befragungswelle im ersten Halbjahr der neunten Klasse sogar auf dem dritten Platz, noch vor Verwandten und Bekannten.

Tab. 2 Begründungen für den zweiten Berufswunsch

	BW 9.1 n = 1448	BW 9.2 n = 1213	BW 10.1 n = 1186	BW 10.2 n = 1163	Gesamt
Interessen/Fähigkeiten	47 %	53 %	52 %	54 %	52 %
Eltern	30 %	33 %	32 %	33 %	32 %
Verwandte/Bekannte	21 %	27 %	30 %	29 %	27 %
Medien	26 %	25 %	26 %	27 %	26 %
Praktikum	9 %	18 %	22 %	21 %	18 %
Freunde	14 %	16 %	18 %	18 %	17 %
Potenzialcheck	21 %	17 %	15 %	11 %	16 %
wollte ich schon immer	18 %	14 %	15 %	13 %	15 %
Schule	12 %	14 %	15 %	13 %	13 %
Sonstiges	16 %	19 %	17 %	15 %	17 %

## b. Medien im Kontext anderer Begründungen für Berufswünsche

In einem zweiten Schritt wurde untersucht, welche Begründungen der Berufswünsche typischerweise mit der Nennung von Medien als Begründung korrelierten. Als Maß dafür wurde die Pearson-Korrelation herangezogen, die im vorliegenden Fall von

Zusammenhängen als Prozentpunkte Differenz im Vorkommen der Begründungen interpretieren lässt. In Tabelle 3 lässt sich der erste Wert von 0,17 also folgendermaßen interpretieren: Bei denjenigen Begründungen, bei denen Medien genannt wurden, war das Vorkommen von Verweisen auf die eigenen Interessen und Fähigkeiten um knapp 17 Prozentpunkte höher als bei Begründungen, in denen Medien nicht genannt wurden, eine Differenz, die mit 99,9 prozentiger Sicherheit nicht rein zufällig zustande gekommen ist, wobei sich die Signifikanzwerte wegen der vorliegenden Vollerhebung nicht im üblichen Sinne der Inferenzstatistik, sondern nur als Relevanzindikatoren interpretieren lassen. Positive Korrelationen deuten ein symbiotisches Zusammenwirken der entsprechenden Phänomene mit den Medien an, negative Zusammenhänge eher eine antagonistische Beziehung der entsprechenden Phänomene mit den Medien in Bezug auf die Entstehung von Berufswünschen.

Massenmedien regten vor allem dann Berufswünsche an, wenn sie mit den Interessen und Fähigkeiten der Befragten korrespondierten, was durch die gemittelte Korrelation 0,16 über die vier Befragungswellen beim ersten Berufswunsch deutlich wurde. Als einzige Korrelation einer anderen Begründung mit der Begründung Massenmedien lagen alle Werte der vier Halbjahre jeweils über 0,1, indizierten also mindestens 10 Prozentpunkte höheres Auftreten des Verweises auf eigene Interessen und Fähigkeiten, wenn auch auf Medien verwiesen wurde gegenüber Gründen ohne Verweis auf Massenmedien. Ein weiterer Zusammenhang zeigte sich zwischen Medien und Praktikum mit einem gemittelten Wert von -,12. Die negative Korrelation bedeutete, dass, wenn der Berufswunsch mit Medien begründet wurde, zugleich das Vorkommen von Praktikum als Begründung um 12 Prozentpunkte absank, gegenüber Begründungen ohne Medienbezug. Insofern handelte es sich um eine antagonistische Konstellation, die in drei der vier Befragungswellen mindestens zehn Prozentpunkte Differenz ausmachte. Der letzte systematische Zusammenhang betraf Medien und die Aussage, den Berufswunsch schon immer gehabt zu haben. Der Zusammenhang war positiv, so dass im Durchschnitt der vier Erhebungen mit Medien der entsprechenden Aussage um elf Prozentpunkte mehr zugestimmt wurde. In zwei der vier Befragungswellen war das Zusammenhangsmaß größer als 0,1. Eine Tendenz für einen positiven Zusammenhang war zwischen Medien und dem Potenzialcheck auszumachen. Zwei der vier Korrelationen waren statistisch mit größter Sicherheit aussagekräftig und eine kam auf eine Größe von über 0,1. Alle anderen Zusammenhänge waren vom Effekt her so klein, dass sie keine ernstzunehmenden systematischen Zusammenhänge indizierten und statistisch waren sie maximal mit 95-prozentiger Sicherheit vom Zufall zu unterscheiden, was aufgrund der großen Anzahl an Untersuchten nicht ausreichend erschien, zumal die meisten Signifikanzwerte noch deutlich niedriger ausfielen.

In Bezug auf den ersten Berufswunsch deutete sich demnach folgende Konstellation an: Medien schienen vor allem dann für Berufswünschen von Schülerinnen und Schülern von Bedeutung zu sein, wenn die entsprechenden Medienangebote mit dem persönlichem Hintergrund korrespondierten, weshalb dann, wenn Medien als Grund für den Berufswunsch genannt wurden, die Wahrscheinlichkeit von Hinweisen auf persönliche Interessen und Fähigkeiten sowie dem langen Bestehen des

entsprechenden Berufswunsches deutlich anstieg. Hier könnten Medienbeispiele für die Intensivierung und Bestärkung vorhandener und in der eigenen Person verankerter Berufswünsche gesorgt haben. Demgegenüber schlossen sich Medieneinflüsse und eigene Erfahrung, die insbesondere in Praktika erworben wurden, tendenziell aus, was die negativen Assoziationswerte nahelegten. Medien konnten also eher dann Einfluss auf den Berufswunsch entfalten, wenn der Berufswunsch nicht durch Praktikumserfahrung unterfüttert war, Medieneinfahrung also reale Erfahrungen mit Berufen ersetzte.

Tab. 3 Korrelation mit Medienbegründungen beim ersten Berufswunsch

	BW 9.1 n = 1874	BW 9.2 n = 1677	BW 10.1 n = 1765	BW 10.2 n = 1672	Durchschnitt
Interessen/Fähigkeiten	0,17***	0,11***	0,18***	0,15***	0,16
Eltern	-0,06	-0,04	-0,04	-0,05	0,05
Verwandte/Bekannte	-0,03	-0,02	-0,04	-0,01	0,02
Praktikum	-0,09***	-0,14***	-0,13***	-0,13***	-0,12
Freunde	0,04	0,01	0,05	0,05	0,04
Potenzialcheck	0,05	0,10***	0,06***	0,05	0,07
wollte ich schon immer	0,12***	0,07***	0,14***	0,07***	0,11
Schule	0,02	-0,05	-0,01	-0,02	0,02

Ein leicht verändertes Bild ergab sich bei Betrachtung der Begründungen für den zweiten Berufswunsch. Die Zusammenhänge der anderen Begründungen für die Berufswünsche mit dem Verweis auf Medien waren in der Regel geringer. Die Kombination von Begründungen fand insoweit unsystematischer statt. Die einzige Ausnahme stellte die auch schon bei den ersten Berufswünschen wichtigste Kombination von Medien sowie eigene Interessen und Erfahrungen. Nicht nur erwies sich der Durchschnitt der vier Korrelationen mit 0,17 als etwas größer als beim ersten Berufswunsch, sondern auch die größten Einzeleffekte mit grob 0,2 fanden sich hier. Darüber hinaus waren nur drei Tendenzen zu konstatieren. Diese betrafen positive Assoziationen zwischen Medien und dem Potenzialcheck sowie zwischen Medien und dem langen Bestehen des Berufswunsches plus einer negativen Assoziation zwischen Medien und Praktikum als Begründung für den Berufswunsch. Wenngleich schwächer als beim ersten Berufswunsch, spiegelten die Ergebnisse zum zweiten Berufswunsch ein ähnliches Gesamtbild wieder: Medien hatten insbesondere dann Einfluss auf Berufswünsche, wenn sie mit persönlichen Charakteristika korrespondierten, die aus den eigenen Fähigkeiten und Interessen resultieren, schon länger bestehen oder im Potenzialcheck identifiziert wurden. Und auch beim zweiten Berufswunsch traten die Medieneinflüsse eher dann auf, wenn der Berufswunsch nicht direkt mit Erfahrungen aus Praktika verknüpft war.

Tab. 4 Korrelation mit Medienbegründungen beim zweiten Berufswunsch

	BW 9.1 n = 1448	BW 9.2 n = 1213	BW 10.1 n = 1186	BW 10.2 n = 1163	Durchschnitt
Interessen/Fähigkeiten	0,21***	0,13***	0,15***	0,19***	0,17
Eltern	-0,04	-0,02	-0,04	0,01	-0,02
Verwandte/Bekannte	0,02	0,04	-0,01	-0,01	0,01
Praktikum	-0,03	-0,07***	-0,05	-0,11***	-0,07
Freunde	0,07***	0,01	0,05	0,10***	0,06
Potenzialcheck	0,03	0,09***	0,08***	0,08***	0,07
wollte ich schon immer	0,10***	0,06	0,19***	0,09***	0,08
Schule	-0,04	-0,04	0,00	-0,01	-0,02

### c. Demographische Hintergründe von Medienbegründungen

Abschließend wurde geprüft, ob es sich um bestimmte Gruppen von Schülerinnen und Schülern handelte, deren Berufswünsche besonders oft auf Inspiration durch die Massenmedien zurückgingen. Dazu wurden nur diejenigen betrachtet, die in allen vier Wellen einen ersten oder zweiten Berufswunsch angeben konnten. Immerhin 1384 Befragte hatten in allen vier Wellen einen ersten, aber nur 741 in allen Wellen einen zweiten Berufswunsch angegeben. Bei diesen wurde ausgezählt, bei wie vielen der jeweils vier Möglichkeiten zur Begründung auf Medien verwiesen wurde. Bei knapp der Hälfte der Betroffenen fanden sich bei keinem der jeweils vier Berufswünsche Hinweise auf Medienhintergründe (BW1: 49,6 Prozent; BW2: 47,0 Prozent). 17 Prozent beim Erstwunsch und 20 Prozent beim Zweitwunsch nannten eine Begründung mit Medienbezug, 14 Prozent bei beiden Wünschen verwiesen zweimal auf Medien, 12 Prozent des ersten und 13 Prozent des zweiten Berufswunsches hatten einen Medienhintergrund und neun Prozent der Erstwünsche sowie sechs Prozent der Zweitwünsche wiesen in allen vier Fällen einen Medienhintergrund auf. Im Durchschnitt wurden beim ersten sowie beim zweiten Berufswunsch also 1,1 Medienbegründungen bei den vier Abfragen genannt. Dabei korrelierten die Medienangaben in Erst- und Zweitwunsch mit einem Wert von  $r = 0,516$  stark miteinander. Diejenigen, die beim Erstwunsch selten oder gar nicht auf einen Medienhintergrund hinwiesen, taten das ebenso beim zweiten Berufswunsch. Umgekehrt war bei denjenigen, deren erster Berufswunsch oft durch Medien begründet wurde, die Chance für eine Medienbegründung auch beim zweiten Berufswunsch deutlich höher. Das spricht für Personen mit eher medienaffinen versus medienaversen Hintergründen ihrer Berufswünsche. Insofern erschien es angezeigt, zu untersuchen, ob die Medienbegründungen in bestimmten demographischen Gruppen häufiger anzutreffen waren als in anderen.



In Bezug auf die gewählten demographischen Vergleichsgruppen waren nur geringe Unterschiede auszumachen. Obgleich Mädchen und Jungen zum Teil recht unterschiedliche Präferenzen bei der Mediennutzung sowie unterschiedliche Berufswünsche haben, differieren die Begründungen ihrer Berufswünsche kaum in Bezug auf Medienverweise. Mädchen nannten diese mit jeweils im Durchschnitt 1,2 bei Erst- und Zweitwunsch zwar etwas häufiger als Jungen mit 1,0. Diese Unterschiede waren aber weder statistisch bedeutsam, noch konnte das Geschlecht einen nennenswerten Varianzanteil aufklären. Noch eindeutiger waren die fehlenden Einflüsse beim Migrationshintergrund. Die Mittelwerte der Medienhinweise zwischen denjenigen mit und denjenigen ohne Migrationshintergrund waren statistisch gesehen nicht zu unterscheiden. Etwas anders stellt es sich bei den unterschiedlichen Schulformen dar. Hier ergaben sich deutliche Unterschiede, insbesondere zwischen Hauptschule und Gymnasium; Real- und Gesamtschule landeten dazwischen. Schülerinnen und Schüler von Hauptschulen begründeten ihre Berufswünsche nur sehr selten mit Medien, 0,65 der ersten Berufswünsche und 0,78 der zweiten hatte entsprechende Verweise. Im Durchschnitt wurde nicht einmal einer der vier jeweiligen Berufswünsche medial begründet. Bei den Schülerinnen und Schülern an Gymnasien lagen die Werte fast doppelt so hoch: 1,5 Erstwünsche und 1,2 Zweitwünsche hatten medialen Hintergrund. Jugendliche auf Real- oder Gesamtschulen waren mit rund 1,1 Medienbegründungen der vier Berufswünsche dazwischen positioniert. Damit erklärte die Schulform 5 Prozent der Varianz der Medienbegründungen beim ersten und 1,4 Prozent der Varianz beim zweiten Berufswunsch. (Siehe Tab. 5)

Tab. 5 Mittelwerte der Medienbegründungen nach demographischen Gruppen

	Durchschnitt	Mädchen	Jungen	mit MH	ohne MH	Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamtschule
erster Berufsw.	1,13 <i>Eta</i> <sup>2</sup>	1,22 0,005	1,01	1,14 0,000	1,12	0,65	1,10	1,50 0,049***	0,98
zweiter Berufsw.	1,11 <i>Eta</i> <sup>2</sup>	1,18 0,004	1,02	1,16 0,000	1,10	0,78	1,17	1,21 0,014*	1,11

Der Einfluss der Schulform lässt sich vielleicht mit dem der Praktikumserfahrungen in Zusammenhang bringen. In Hauptschulen wird in der neunten und zehnten Klasse deutlich näher an der Berufsrealität unterrichtet als insbesondere an Gymnasien (DRIESEL-LANGE, WEYER & BRÜGGEMANN 2015). Zudem stehen Entscheidung in Bezug auf die eigene Berufswahl in Hauptschulen in den untersuchten Klassenstufen unmittelbar bevor, wohingegen die Gymnasiastinnen und Gymnasiasten noch einige Jahre Zeit haben, eh sie sich entschieden müssen und dann oft auch noch nicht für einen Berufszweig sondern zunächst für einen Studiengang, der in der Regel noch mehr Optionen offen lässt als eine Berufsausbildung. Insofern gewinnen Medien als Hintergrund von Berufswünschen offenbar immer dann an Relevanz, wenn realweltliche Erfahrungen und Anforderungen in den Hintergrund treten, weil sie nicht oder noch nicht vorhanden sind.

## VI. Konsequenzen – Diskussionsteil

Empirisch ist das Nutzungsverhalten von Jugendlichen im Hinblick auf Medien im Prozess der Berufswahl und der Berufsorientierung durchaus auch in anderen Studien beschrieben, wie bereits in Kapitel I ausgeführt.

Der Einflussfaktor Medien wurde bis dato empirisch aber allenfalls randständig untersucht und diffus diskutiert, dabei zeigen die Befunde dieses Artikels eindrücklich, dass Medien ein erstzunehmender und konstanter Faktor im Berufsorientierungsprozess junger Menschen sind. Auf Grund dieser Tatsache erscheint es notwendig, den Faktor Medien als weitere sichere Einflussgröße, auch mit in die theoretischen Betrachtungen des Gesamtzusammenhangs aufzunehmen, was bisher nur im weitesten Sinne als „Umwelteinflüsse“ oder „externe Einflüsse“ geschah (siehe Kapitel I). Neben bekannten Wirkfaktoren, wie bspw. dem Geschlecht und dem Migrationshintergrund muss in theoretischen Ansätzen zum Übergang Schule-Beruf zukünftig die Medienkomponente mehr Berücksichtigung finden als bisher. Auch die Berufsorientierungspraxis ist weit entfernt davon, das Thema Medieneinfluss am Übergang Schule-Beruf praktisch zu bearbeiten.

Der hohe Stellenwert medialer Informationen und Vorbilder für die Entstehung von Berufswünschen zeigt sich bereits in anderen Untersuchungen (SCHMIDT-KODDENBERG & ZORN 2012), diese Tatsache wird aber durch die vorgestellten Daten noch einmal detailliert bestätigt: Abgesehen von den eigenen Interessen und Fähigkeiten, sind es insbesondere die persönlichen Kontakte zu Eltern und Verwandten, die eigenen Erfahrungen aus Praktika und die Medien, die die Entstehung von Berufswünschen initiieren und unterstützen. Medien sind damit deutlich wichtiger als institutionalisierte Maßnahmen wie der Potenzialcheck oder Unterstützungsangebote in der Schule. Da die wichtigen Erfahrungen aus dem Praktikum notwendigerweise nur ein extrem enges Berufsspektrum betreffen und der Austausch der Jugendlichen mit Eltern und Verwandten kaum systematisch zu steuern ist, sollte intensiv darüber nachgedacht werden, wie berufsrelevantes und die Berufsorientierung förderndes Wissen über geeignete mediale Kanäle vermittelt werden. Erste empirische Ansätze zeigen, dass mit geringem Aufwand durch geeignete Medienangebote große positive Effekte auf das relevante Berufswissen erzielt werden können, z. B. indem das in der Regel zu enge Berufsspektrum ausgedehnt wird (BRÜGGEMANN, GEHRAU & HANDRUPP 2015).

In Bezug auf die für den Berufsorientierungsprozess zentrale Bildung von Berufswünschen sind die präsentierten Ergebnisse zu den Medien aus unterschiedlichen Gründen beachtenswert. Sie rangieren nicht nur auf den vorderen Plätzen der Gründe für Berufswünsche, es ist zudem zu erwarten, dass ihre Wichtigkeit von den Betroffenen tendenziell eher unterschätzt wird, da solche Einflüsse oft nicht bewusst stattfinden, viele sich z. B. gar nicht daran erinnern werden, Anregungen aus den Medien erhalten zu haben, die dann mit anderen Quellen, Eltern, Verwandten etc., besprochen wurden. Die Daten zeigen auch, dass andere Quellen für Berufswünsche temporär wichtig werden, wohingegen die Medien relativ konstant Einfluss ausüben.

Auf der einen Seite mag das Probleme schaffen, weil Medien die Berufswünsche auf bestimmte Bereiche wie Mode, Musik, Gesundheit und Polizei fokussieren; sie bieten aber auch eine Chance, indem Berufswünsche durch Vorbilder gezielt anregen, wie z. B. durch attraktive Fernsehköche.

Darüber hinaus deutet das Auftreten von Medienbegründungen für Berufswünsche in Kombination mit anderen Begründungen auf Konstellationen hin, die die besondere Funktion von Medien bei der Entstehung von Berufswünschen beleuchten. Die Medienbegründungen korrelieren beim zentralen Berufswunsch systematisch über alle Befragungswellen hinweg negativ mit dem Praktikum als Grund für den Berufswunsch. Das deutet ein antagonistisches Verhältnis zu eigenen Erfahrungen an, die, wenn sie vorliegen, Berufswünsche entstehen lassen, wenn sie aber fehlen, durch mediale ‚Pseudo‘-Erfahrungen substituiert werden. Ebenso sind auch die Unterschiede nach Schulform zu interpretieren, nach denen Medienbegründungen für Berufswünsche insbesondere von Jugendlichen angeführt werden, die aktuell einen eher berufsfernen Unterricht besuchen und damit derzeit kaum Erfahrungen in Bezug auf Berufe machen. Darüber hinaus ist der positive Zusammenhang von Medien einerseits und den eigenen Interessen und Fähigkeiten sowie dem seit langem bestehendem Berufswunsch andererseits auffällig. Zum einen mag diese Korrelation auf einen Mediennutzungs- und Wirkungszyklus hindeuten: Wenn die Jugendlichen bestimmte Wünsche, Interessen bzw. Fähigkeiten haben, dann nutzen sie verstärkt entsprechende Medienangebote, was dann wiederum die Chance steigert, positive Vorbilder zu finden, die dann entsprechende Berufswünsche anregen oder stabilisieren. Auch für solche Effekte liegen erste empirische Belege vor (GEHRAU, BRÜGGEMANN & HANDRUP im Erscheinen). Auf der anderen Seite könnte die positive Korrelation auch als Indiz für einen indirekten Medieneffekt gedeutet werden. So könnte die Tatsache, dass Jugendliche, die angeben, schon immer diesen Berufswunsch gehabt zu haben, auch auf Medien als Grund verweisen, ein Hinweis darauf sein, dass der schon lange bestehende Wunsch früher durch Medien angeregt wurde. Ähnliches wäre auch im Hinblick auf die eigenen Interessen und Fähigkeiten plausibel, denn auch die Interessen müssen einen Ursprung haben, der durchaus auch aus den Medien stammen könnte, und Fähigkeiten müssen eingeschätzt werden, wozu durchaus auch soziale Vergleiche zu Medienfiguren beigetragen haben könnten.

Es schließen sich an die Befunde dieses Artikels nun praktische Fragen an, wie wir bspw. zukünftig mit dem Wissen um starke Medieneinflüsse umgehen wollen und wer dann wie auf diese Einflüsse reagiert. Der Ruf nach einer Medienkompetenz im Bereich der Berufsorientierung ist dann sicherlich nachvollziehbar, muss aber im Nachgang auch mit Inhalten gefüllt werden.

Wenn Berufswünsche durch Medien entstehen, so ist dies zunächst zu begrüßen, wissen wir doch, dass Jugendliche ohne Berufswünsche ein deutlich erhöhtes Risiko vorweisen, im Leben dauerhaft ohne Arbeit zu bleiben (BEICHT & ULRICH 2008). Wenn diese beruflichen Vorstellungen jedoch im Anschluss nicht systematisch mit realen praktischen Erfahrungen unterfüttert werden, besteht die Gefahr, dass eine darauf folgende Berufswahl unter falschen Prämissen erfolgt und so ein Risiko von Abbrüchen in Kauf genommen wird.

Um also die positiven Effekte der Medieneinflüsse zu nutzen und die negativen Folgen abzuwenden ist es an der Zeit, sich diesem Thema pädagogisch zu widmen und Konzepte zum systematischen Umgang mit Medien am Übergang Schule-Beruf zu entwickeln.

## Literaturverzeichnis

- BANDURA, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology* 3, 265–299.
- BEICHT, U., ULRICH, J.G. (2008). Welche Jugendlichen bleiben ohne Berufsausbildung? Analyse wichtiger Einflussfaktoren unter besonderer Berücksichtigung der Bildungsbiografie. *BIBB Report Heft 6*, 1–16
- BRÜGGEMANN, T., GEHRAU, V., & HANDRUP, J. (2015). Medien und Berufsvorstellungen von Kindern: Eine experimentelle Studie zum Einfluss von Kinderbüchern auf das Berufsspektrum von Kindergartenkindern. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*, S. 203–220.
- BRÜGGEMANN, T., & WEYER, C. (2015). Die Bedeutung von Kompetenzfeststellungsverfahren in der Personalrekrutierung. In: BRÜGGEMANN, T., DEUER, E. (Hrsg.) *Berufsorientierung aus Unternehmenssicht Fachkräfterekrutierung am Übergang Schule – Beruf* (S.163–174). wbv-Verlag: Bielefeld.
- BRÜGGEMANN, T., RAHN, S. 2013. „Der Übergang Schule-Beruf als gesellschaftliche Herausforderung – Entwicklung, rechtliche Verankerung und pädagogischer Auftrag der Berufsorientierung.“ In: BRÜGGEMANN, T. & RAHN, S. (Hrsg.) *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 11–20). Münster: Waxmann.
- BRÜGGEMANN, T., RAHN, S., HARTKOPF, E. (2013). Berufliche Orientierungsprozesse Jugendlicher in der Sekundarstufe I – Ergebnisse aus dem Berufsorientierungspanel (BOP). In: BRÜGGEMANN, T. & RAHN, S. (Hrsg.) *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 109–122). Münster u. a.: Waxmann.
- BUSSHOFF, L. (1998). Berufsberatung als Unterstützung von Übergängen in der beruflichen Entwicklung. In: R. Zihlmann (Hrsg.), *Berufswahl in Theorie und Praxis* (S. 9–84). sabe AG: Zürich.
- DRIESEL-LANGE, K., WEYER, C., & BRÜGGEMANN, T. (2015). Berufsorientierung am Gymnasium. *didacta – Das Magazin für lebenslanges Lernen*, 2015, 78–81.
- DOSTAL, W. & TROLL, L. (2005). Die Berufswelt im Fernsehen: Einführung. In: Dostal, W. & Troll, L. (Hrsg.) *Die Berufswelt im Fernsehen* (Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 292), Nürnberg, S. 1–17 ERNST, C. (1996). Berufswahl und Ausbildungsbeginn in Ost- und Westdeutschland. Eine empirisch-vergleichende Analyse in Bonn und Leipzig. Kurfassung der Dissertation. Philosophische Fakultät der Rheinischen Friedrich-Wilhelm-Universität zu Bonn.
- ESCH, M. (2011). STEM and equal opportunities in German TV – select results of an evaluation of German TV programmes. In ESCH, N. & FALKENROTH, C. (Hrsg.) *STEM and equal opportunities in TV drama formats* (S. 6–15). Berlin, Bonn: BMBF.
- GEHRAU, V., BRÜGGEMANN, T., & HANDRUP, J. (im Erscheinen). Media and occupational aspiration: the effects of television on career aspirations of adolescents. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*.
- GEHRAU, V., & RÖTTGER, U. (2015). Massenmedien, Berufsorientierung und Personalrekrutierung. In BRÜGGEMANN, T. & DEUER, E. (Hrsg.) *Berufsorientierung aus Unternehmenssicht. Fachkräfterekrutierung am Übergang Schule – Beruf*, S. 21–38.
- GEHRAU, V. (2014). Kultivierung von Berufsvorstellungen durch Fernsehen bei Jugendlichen. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 62, 417–438.

- GEHRAU, V. & VOM HOFE, H.J. (2013). Medien und Berufsvorstellungen Jugendlicher. Eine Studie zur Darstellung von Berufen in Fernsehserien und deren Einfluss auf die Berufsvorstellungen Jugendlicher. In: BRÜGGEMANN, T. & RAHN, S. (Hrsg.) *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 123–133). Münster u. a.: Waxmann.
- GERBNER, G. & GROSS, L. (1976). Living with television. The violence profile. *Journal of Communication* 26, 173–199.
- GOLISCH, B. (2002). Wirkfaktoren der Berufswahl Jugendlicher: eine Literaturstudie. Peter Lang: Frankfurt am Main.
- GOTTFREDSON, L. S. (2005). Using Gottfredson's theory of circumscription, compromise in career guidance and counseling. In: BROWN S. D./LENT R. W. (Hrsg.): *Career development and counseling: Putting theory and research to work*. New York: Wiley, S. 71–100.
- GRANATO, M. (2013). Berufliche Orientierung und Berufsorientierungsprozesse junger Frauen und Männer mit Migrationshintergrund. In: BRÜGGEMANN, T. & RAHN, S. (Hrsg.) *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 146–158). Münster: Waxmann.
- HERZOG, W., NEUENSCHWANDER, M. P. & WANNACK, W. (2006). Berufswahlprozess. Wie sich Jugendliche auf ihren Beruf vorbereiten. Bern u. a.: Haupt.
- HURRELMANN, K. (2014). Schule und dann? Herausforderungen bei der Berufsorientierung von Schülerinnen und Schülern in Deutschland. Düsseldorf: Vodafone Stiftung Deutschland.
- KRÜGER, U.M. (2005). Berufe im Fernsehen. In: DOSTAL, W. & TOLL, L. (Hrsg.) *Die Berufswelt im Fernsehen (19–183)*. Nürnberg: Beiträge zur Arbeits- und Berufsforschung (BeitrAB 292).
- LANGE, E. (1978). Berufswahl. München: Fink
- NEUENSCHWANDER, M.P. (2013). Elternarbeit in der Berufsorientierungsphase. In: BRÜGGEMANN, T. & RAHN, S. (Hrsg.) *Berufsorientierung – ein Lehr- und Arbeitsbuch* (S. 198–210). Münster: Waxmann.
- NITSCH, C., EILDERS, C. & BOGER, L. (2011). Berufswunsch: Model oder Popstar. Eine Kultivierungsstudie zur Nutzung von Castingshows durch Jugendliche. *Medien und Erziehung* 11, 43–50.
- OERTER, R., MONTADA, L. (Hrsg.): *Entwicklungspsychologie (6., vollständig überarbeitete Auflage)*. Weinheim: Beltz.
- RAHN, S., BRÜGGEMANN, T., HARTKOPF, E. (2014). Das Berufsorientierungspanel (BOP). 1. Aufl. Münster: Ecotransfer.
- RAHN, S. / BRÜGGEMANN, T. / HARTKOPF, E. 2013. „Berufliche Orientierungsprozesse Jugendlicher in der Sekundarstufe I. Ergebnisse aus dem Berufsorientierungspanel (BOP)“. In *Berufsorientierung – Ein Lehr- und Arbeitsbuch*, herausgegeben von BRÜGGEMANN, TIM / RAHN, SYLVIA (Hrsg.): , 109–121. Münster: Waxmann.
- ROSSMANN, C. (2003). Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie die Patienten. Eine Studie zur Darstellung von Ärzten in Krankenhausserien und ihrem Einfluss auf das Arztbild von Patienten. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 51, 497–522.
- ROSSMANN, C. (2013). Kultivierungsforschung: Idee, Entwicklung und Integration. In SCHWEIGER, W. & FAHR, A. (Hrsg.) *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 207–223). Wiesbaden: Springer VS.
- SANDER, W. (2008). Förderung der Berufs- und Studienorientierung von Schülerinnen und Schülern im Westmünsterland durch den Einsatz des Verfahrens „Berufsnavigator“. Coesfeld: Rotary Club Coesfeld Baumberge.
- SCHMIDT-KODDENBERG, A, ZORN, S. (2012). Zukunft gesucht! Berufs- und Studienorientierung in der Sek. II. Opladen: Barbara Budrich.
- SCHMUDE, C. (2009/2010). Entwicklung von Berufspräferenzen im Schulalter: Längsschnittliche Analysen der Entwicklung von Berufswünschen. Habilitation, Humboldt-Universität Berlin.
- SMITH, S. M., PATRY, M. W. & STINSON, V. (2007). But What is the CSI Effect? How Crime Drama Influences People's Beliefs About Forensic Evidence. *The Canadian Journal of Police and Security Services*, 5 (3/4), S. 187–195.



- STATISTISCHES BUNDESAMT (1992). Klassifizierung der Berufe – Systematisches und alphabetisches Verzeichnis der Berufsbezeichnungen (KlDB 92). Ausgabe 1992. Stuttgart: Metzler-Poeschel.
- VAN DEN BULCK, J. & BEULLENS, K. (2009). The relationship between docu soap exposure and adolescents' career aspirations. *European Journal of Communication* 22, 355–366.
- VON EIMEREN, B. & FREES, B. (2014) 79 Prozent der Deutschen online – Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. *Media Perspektiven*, 378–396.
- ZILLEN, N. & HAUFS-BRUSBERG, M. (2014). *Wissenskluft und Digital Divide*. Baden-Baden: Nomos.

## CHRISTIAN WEYER

Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Erziehungswissenschaft,  
Bispinghof 5/6, D-48143 Münster, Tel.: +49 (0) 251/83-24010, Sekr.: +49 (0) 251/83-24271,  
E-mail: christian.weyer@uni-muenster.de

## PROF. DR. VOLKER GEHRAU

Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft,  
Abteilung Schulpädagogik/Schul- und Unterrichtsforschung,  
Bispinghof 9–14, D-48143 Münster, Tel.: +49 (0) 251/83-24276, Fax: +49 (0) 251/83- 21310  
E-mail: volker.gehrau@uni-muenster.de

## PROF. DR. TIM BRÜGGEMANN

Leiter des Instituts für Weiterbildung & Kompetenzentwicklung (IWK)  
Fachhochschule des Mittelstands (FHM) GmbH – University of Applied Sciences -  
Ravensberger Straße 10 G, 33602 Bielefeld, Tel.: +49(0)521/96655-188  
Mail: brueggemann@fh-mittelstand.de

