



**HEFP**

HAUTE ÉCOLE FÉDÉRALE  
EN FORMATION  
PROFESSIONNELLE

*L'excellence suisse  
en formation professionnelle*

**TOP**   
Ausbildungsbetrieb

# WEITERBILDUNGS - BEDARF UND WEITERBILDUNGS - WÜNSCHE VON BERUFSBILDNERINNEN UND BERUFSBILDNERN

**Analyse der Online-Befragung – Schlussbericht**

**Autorinnen**

Matilde Wenger und Nadia Lamamra

Im Auftrag der Stiftung TOP-Ausbildungsbetrieb

Renens, 23. Februar 2024



## INHALTSVERZEICHNIS

|                                                                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE IN KÜRZE .....</b>                                                          | <b>6</b>  |
| <b>1 EINLEITUNG .....</b>                                                                                 | <b>8</b>  |
| 1.1 Kontext der Studie .....                                                                              | 8         |
| <b>2 ABLAUF DER STUDIE .....</b>                                                                          | <b>9</b>  |
| 2.1 Der Online-Fragebogen .....                                                                           | 9         |
| 2.2 Die Antworten .....                                                                                   | 10        |
| <b>3 RESULTATE .....</b>                                                                                  | <b>11</b> |
| 3.1 Deskriptive Analysen .....                                                                            | 11        |
| 3.1.1 Die Antwortgeber/innen .....                                                                        | 11        |
| 3.1.2 Bevorzugte Weiterbildungsthemen .....                                                               | 17        |
| 3.1.3 Kursformate .....                                                                                   | 23        |
| 3.1.4 Weiterbildungsbereitschaft .....                                                                    | 24        |
| 3.1.5 Situation der Berufsbildner/innen .....                                                             | 26        |
| 3.2 Korrelationen .....                                                                                   | 28        |
| 3.3 Vergleichsanalysen .....                                                                              | 29        |
| 3.3.1 Vergleich nach Funktion .....                                                                       | 30        |
| 3.3.2 Vergleiche nach Unternehmensgrösse .....                                                            | 36        |
| 3.3.3 Vergleich nach Tätigkeitsbereich .....                                                              | 41        |
| 3.3.4 Vergleich nach geografischer Region .....                                                           | 49        |
| 3.3.5 Vergleich nach räumlicher Verteilung .....                                                          | 54        |
| 3.4 Profilanalysen .....                                                                                  | 57        |
| <b>4 SCHLUSSFOLGERUNGEN .....</b>                                                                         | <b>71</b> |
| 4.1 Für die Entwicklung von Weiterbildungsangeboten ( <i>Meilenstein III</i> ) .....                      | 71        |
| 4.2 Für die Umsetzung: ein praktisches Hilfsmittel für die Berufsbildungsakteurinnen und -akteure .....   | 71        |
| 4.3 Für das Wissen über die Zielgruppe der Berufsbildner/innen und ihr Verhältnis zur Weiterbildung ..... | 72        |
| <b>MERKBLÄTTER – UNTERNEHMENSGRÖSSE .....</b>                                                             | <b>73</b> |
| <b>MERKBLÄTTER – BRANCHE .....</b>                                                                        | <b>78</b> |
| <b>MERKBLÄTTER – GEOGRAFISCHE REGIONEN .....</b>                                                          | <b>87</b> |
| <b>5 LITERATURVERZEICHNIS .....</b>                                                                       | <b>95</b> |
| <b>ANHÄNGE .....</b>                                                                                      | <b>96</b> |



## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1: Weiterbildungsangebote sortiert von am meisten ausgewählt bis am wenigsten ausgewählt ..... | 17 |
| Abbildung 2: Unterthemen der Weiterbildungsangebote .....                                                | 20 |
| Abbildung 3: Rangfolge der als am relevantesten eingeschätzten Weiterbildungsangebote .....              | 23 |
| Abbildung 4: Bevorzugte Monate im Jahr für Weiterbildung .....                                           | 24 |
| Abbildung 5: Antworten der verschiedenen Profile auf Weiterbildungsangebote .....                        | 60 |

## TABELLENVERZEICHNIS

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabelle 1: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Geschlecht.....                                 | 11 |
| Tabelle 2: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Altersgruppen.....                              | 11 |
| Tabelle 3: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Zivilstand .....                                | 12 |
| Tabelle 4: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Funktion .....                                  | 13 |
| Tabelle 5: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Beschäftigungsgrad.....                         | 13 |
| Tabelle 6: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Unternehmensgrösse ....                         | 14 |
| Tabelle 7: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Tätigkeitsbereich .....                         | 15 |
| Tabelle 8: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Antwortsprache .....                            | 15 |
| Tabelle 9: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Grossregionen der Schweiz.....                  | 16 |
| Tabelle 10: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach territorialer Verteilung..                     | 17 |
| Tabelle 11: Anzahl und Prozentsatz der Kurs- und Bildungsformen von Weiterbildungsangeboten .....             | 23 |
| Tabelle 12: Anzahl und Prozentsatz der idealen Zeitspannen, um eine Weiterbildung zu absolvieren .....        | 24 |
| Tabelle 13: Ideale Dauer (in Tagen pro Jahr), um Weiterbildungen zu absolvieren.....                          | 25 |
| Tabelle 14: Maximale Distanz (von Tür zu Tür) zu einer Weiterbildung.....                                     | 26 |
| Tabelle 15: Anzahl und Prozentsatz der Zugangswege zur BB-Funktion .....                                      | 26 |
| Tabelle 16 : Anzahl und Prozentsatz der Rahmenbedingungen, die für eine gute Ausbildung notwendig wären ..... | 27 |
| Tabelle 17: Anzahl und Prozentsätze der Entlastungen, um auszubilden .....                                    | 27 |
| Tabelle 18: Weiterbildungsangebote nach Funktionen (in Anzahl und Prozent) .....                              | 31 |
| Tabelle 19: Weiterbildungsangebote nach zusammengefassten Funktionen (in Anzahl und Prozent) .....            | 33 |
| Tabelle 20: Kursform, Bildungsform und Zeit nach zusammengefassten Funktionen (in Anzahl und Prozent).....    | 34 |
| Tabelle 21: Dauer und Distanz für die Kurse nach zusammengefassten Funktionen (Mittelwerte).....              | 35 |
| Tabelle 22: Weiterbildungsangebote nach Betriebsgrösse (in Anzahl und Prozent) .....                          | 37 |
| Tabelle 23: Kursform, Bildungsform und Zeit nach Betriebsgrösse (in Anzahl und Prozent).....                  | 39 |
| Tabelle 24: Dauer und Distanz für Kurse nach Betriebsgrösse (Mittelwerte).....                                | 40 |
| Tabelle 25 : Weiterbildungsangebote nach Tätigkeitsbereich (in Anzahl und Prozent) .....                      | 42 |
| Tabelle 26 : Kursform, Bildungsform und Zeit nach Tätigkeitsbereich (in Anzahl und Prozent) .....             | 45 |
| Tabelle 27 : Bevorzugte Monate nach Tätigkeitsbereich (in Anzahl und Prozent) .....                           | 47 |
| Tabelle 28 : Dauer und Distanz für Kurse nach Tätigkeitsbereich (Mittelwerte).....                            | 48 |
| Tabelle 29: Kursangebote nach Regionen (in Anzahl und Prozent) .....                                          | 50 |
| Tabelle 30: Kursform, Bildungsform und Zeit nach Betriebsgrösse (in Anzahl und Prozent) .....                 | 52 |
| Tabelle 31: Dauer und Distanz für Kurse nach Region (Mittelwerte) .....                                       | 53 |
| Tabelle 32 : Weiterbildungsangebote nach räumlicher Verteilung (in Anzahl und Prozent) .....                  | 54 |



|                                                                                                                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabelle 33 : Kursform, Bildungsform und Zeit nach räumlicher Verteilung (in Anzahl und Prozent).....                                                           | 55  |
| Tabelle 34 : Dauer und Distanz für Kurse nach räumlicher Verteilung (Mittelwerte) .....                                                                        | 56  |
| Tabelle 35 : Weiterbildungsangebote nach Profilen (in Anzahl und Prozent) .....                                                                                | 61  |
| Tabelle 36 : Kursform, Bildungsform und Zeit nach Profilen (in Anzahl und Prozent) .....                                                                       | 62  |
| Tabelle 37 : Dauer und Distanz für Kurse nach Profilen (Mittelwerte) .....                                                                                     | 63  |
| Tabelle 38 : Geschlecht und Profilen (in Anzahl und Prozent) .....                                                                                             | 64  |
| Tabelle 39 : Altersgruppen und Profilen (in Anzahl und Prozent) .....                                                                                          | 65  |
| Tabelle 40 : Funktionen und Profilen (in Anzahl und Prozent) .....                                                                                             | 66  |
| Tabelle 41 : Beschäftigungsgrad und Profile (Anzahl und Prozentsatz) .....                                                                                     | 66  |
| Tabelle 42 : Unternehmensgrösse und Profile (Anzahl und Prozentsatz).....                                                                                      | 67  |
| Tabelle 43 : Tätigkeitsbereich und Profile (Anzahl und Prozentsatz).....                                                                                       | 68  |
| Tabelle 44 : Grossregionen und Profile (Anzahl und Prozentsatz) .....                                                                                          | 69  |
| Tabelle 45 : Anzahl und Prozentsatz der von den Antwortgeber/innen ausgewählten Kursangebote .....                                                             | 96  |
| Tabelle 46 : Anzahl und Prozentsatz der Unterthemen im Zusammenhang mit Weiterbildungsangeboten .....                                                          | 98  |
| Tabelle 47 : Unterthemen, die das grösste Interesse fanden .....                                                                                               | 99  |
| Tabelle 48 : Rangfolge der Weiterbildungsangebote .....                                                                                                        | 100 |
| Tabelle 49 : Anzahl und Prozentsatz der Monate, die für eine Weiterbildung bevorzugt werden .....                                                              | 101 |
| Tabelle 50 : Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten .....                                                                            | 102 |
| Tabelle 51 : Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den Unterthemen.....                                                         | 103 |
| Tabelle 52 : Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den Unterthemen (Fortsetzung Tabelle 51).....                                | 104 |
| Tabelle 53 : Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit .....                        | 105 |
| Tabelle 54: Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit (Fortsetzung Tabelle 53)..... | 106 |
| Tabelle 55 : Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den soziodemografischen Eigenschaften .....                                  | 107 |
| Tabelle 56: Korrelationen zwischen den soziodemografischen Eigenschaften und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit .....                             | 108 |
| Tabelle 57: Korrelationen zwischen den soziodemografischen Eigenschaften und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit (Fortsetzung Tabelle 56).....     | 108 |
| Tabelle 58 : Bevorzugte Monate nach gruppierter Funktion (Anzahl und Prozentsatz).....                                                                         | 109 |
| Tabelle 59 : Bevorzugte Monate nach Betriebsgrösse (Anzahl und Prozentsatz).....                                                                               | 110 |
| Tabelle 60 : Bevorzugte Monate nach Regionen (Anzahl und Prozentsatz) .....                                                                                    | 111 |



## DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE IN KÜRZE

- **Dank der Online-Umfrage konnten Informationen von 5068 Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmern gewonnen werden.** Es waren alle Regionen, Branchen, Unternehmensgrössen und alle Funktionen (Berufsbildner/innen und Firmeninhaber/innen) vertreten.
- Die zahlreichen eingegangenen Antworten sowie die Rückmeldungen zur Umfrage deuten darauf hin, dass das Zielpublikum nach **Anerkennung strebt**. Sie scheinen auch auf den Wunsch nach einer «Professionalisierung» der Funktion hinzudeuten.
- **Die Beziehungs- und Begleitdimension hat den höchsten Stellenwert.** Allgemein bevorzugen die Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer Weiterbildungsangebote zu den Themen *Rollen, Aufgaben und Herausforderungen von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern (BB), Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* sowie *Beziehungs- und Kommunikationskompetenzen*.
- **Präsenzunterricht ist deutlich beliebter als Fernunterricht oder Blended Learning.** Die BB geben Präsenzveranstaltungen in Form von Kursen den Vorzug vor Fernunterricht oder hybriden Bildungsveranstaltungen sowie vor Workshops und Veranstaltungen zwecks Erfahrungsaustauschs.
- **Weiterbildung als ganze Tage:** Die Umfrageteilnehmer/innen bevorzugen ganz- oder halbtägige Bildungsveranstaltungen. Weitaus weniger gefragt sind Wochenend- und Abendkurse. Aus den Umfrageergebnissen geht weiter hervor, dass durchschnittlich 2.5 Weiterbildungstage pro Jahr gewünscht werden.
- **Der Übernahme der BB-Funktion liegt eine persönliche Wahl oder eine Chance zugrunde.** Zahlreiche BB geben an, dass sie die Funktion als BB übernommen haben, weil sich die Chance dazu ergab. Die Mehrheit der Umfrageteilnehmer/innen allerdings gibt an, dass ihrer Funktion eine persönliche Wahl zugrunde liegt.  $\frac{3}{4}$  der BB geben an, dass sie für ihre Funktion nicht anderweitig entlastet werden.
- **Die Umfrageteilnehmer/innen legen Wert auf folgende Rahmenbedingungen:** mehr Zeit für die Ausbildung, anerkannter Status im Betrieb und ausdrückliches Engagement des Betriebs. Die finanzielle Entschädigung dagegen spielt eine weitaus weniger wichtige Rolle.
- **Das Verhältnis zur Weiterbildung variiert je nach Funktion.** So zeigt die Umfrage, dass BB mit oder ohne Berufsbildnerkurs (40 Lernstunden) eher geneigt sind, Bildungsveranstaltungen zu besuchen, als Firmeninhaber/innen mit oder ohne Ausbildungsfunktion. Daraus lässt sich ableiten, dass es zwei unterschiedliche Gruppen gibt, nämlich die BB und die Firmeninhaber/innen, wobei beide Gruppen mit spezifischen Herausforderungen konfrontiert sind. Einerseits sind das Interesse und das Engagement für die Ausbildungsfunktion vorhanden, andererseits gibt es Einschränkungen, weil zugleich der Betrieb geführt werden muss oder weil die Möglichkeiten, Personal für die Weiterbildung freizustellen oder die eigene Zeit dafür freizuhalten, beschränkt sind. Dies zeigt sich insbesondere daran, dass Firmeninhaber/innen im Vergleich zu BB eher an Bildungsveranstaltungen ausserhalb der Arbeitszeit (Abend oder Wochenende) interessiert sind.
- **Deutliche Unterschiede je nach Unternehmensgrösse:** Umfrageteilnehmer/innen aus grossen und mittleren Betrieben nehmen häufiger an Bildungsveranstaltungen teil als Mitarbeitende in Klein- und Kleinstbetrieben. In Bildungsbelangen ist die Einteilung von kleinen und mittleren Betrieben in einer Gruppe (KMU) also nicht zweckmässig. Hier werden die Einschränkungen, denen kleine Betriebe unterworfen sind, deutlich (Produktionsdruck, weniger Handlungsspielraum bei der Organisation der Ausbildung, wenn Personal fehlt usw.). Diese Unterschiede zeigen sich auch bei den erwünschten Kurszeiten: Mitarbeitende in mittleren und grossen Betrieben bevorzugen halb- oder ganztägige Bildungsveranstaltungen, während Mitarbeitende von Kleinst- und Kleinbetrieben eher zu Abend- und Wochenendveranstaltungen neigen.
- **Die Weiterbildungsbedürfnisse unterscheiden sich je nach Branche.** In einigen Branchen (Landwirtschaft, Bau, Industrie) ist das Interesse an Weiterbildungen geringer als in anderen (Gesundheit, Soziales, Bildung, Administration). Über alle Branchen betrachtet stossen Kurse zu den Themen *Rollen, Aufgaben und Herausforderungen von BB* auf das grösste Interesse. Besonders grossen Einfluss hat der Tätigkeitsbereich auf die Frage nach dem geeigneten Durchführungszeitpunkt von Weiterbildungskursen im Jahresverlauf. Dieser Tatsache gilt es bei der Umsetzung von Bildungsangeboten Rechnung zu tragen.



- **Regionale Unterschiede:** Es besteht ein Zusammenhang zwischen dem Interesse an Weiterbildungen und der Verankerung des dualen Bildungssystems. Die regionalen Unterschiede bilden auch die lokalen Herausforderungen ab (Anreizmassnahmen, lokale Nachfrage nach qualifiziertem Personal usw.). Zieht man diese ersten Beobachtungen weiter, lässt sich auch ein Unterschied zwischen ländlichen, intermediären und städtischen Gebieten feststellen. Menschen aus der Stadt und der Agglomeration zeigen ein grösseres Interesse an Weiterbildungen als solche aus ländlichen Regionen. Überdies bevorzugen Personen aus ländlichen Gebieten eher Weiterbildungsveranstaltungen, die abends stattfinden.

- **Vier verschiedene Profile zeichnen sich ab.** Zwei Profile beziehen sich auf das Verhältnis zur Weiterbildung. Hier haben wir zum einen die *Enthusiasten*, die sich für verschiedenste Weiterbildungsthemen interessieren, und zum andern die *Gleichgültigen*, die eher zurückhaltend sind. Die zwei anderen Profile beziehen sich auf das Verhältnis zur Funktion als BB. Hier gibt es einerseits die *Begleitenden*, die ihre Rolle ganzheitlicher betrachten und die jungen Lernenden bei ihrem Einstieg in die Arbeitswelt und beim Übergang in die Welt der Erwachsenen anleiten wollen, und andererseits die *Investierten*, die ihre Funktion in den Vordergrund stellen und sich vor allem für dementsprechende Weiterbildungen interessieren. Das Profil der *Enthusiasten* umfasst mehr Frauen und Personen, die Teilzeit arbeiten, sowie BB. Unter den *Gleichgültigen* sind mehr Männer und Vollzeitbeschäftigte sowie Firmeninhaber/innen zu finden. Das Profil der *Begleitenden* setzt sich aus jüngeren Personen zusammen und dem Profil der *Investierten* gehören eher ältere Personen an. Personen, die in der Mitte ihrer Berufslaufbahn stehen, sind eher dem Profil der *Gleichgültigen* zuzuordnen.

- **Die Kursorganisation ist von den Profilen abhängig.** So sind die *Enthusiasten* zwar geneigt, mehr Weiterbildungen zu absolvieren, sie bevorzugen allerdings Ganztagesveranstaltungen und sind nicht bereit, Abendveranstaltungen zu besuchen, anders als die *Gleichgültigen*, die bei der Anzahl der Weiterbildungsveranstaltungen zurückhaltender sind, dafür aber mehr als die Angehörigen der anderen Profile bereit sind, sich in Abendveranstaltungen weiterzubilden.

- **Übereinstimmungen zwischen verschiedenen Unternehmensstrukturen und Funktionen:** Tendenziell ist eine Übereinstimmung der Antworten von Firmeninhaber/innen und

Mitarbeitenden von Kleinst- und Kleinbetriebe-  
nen festzustellen, während andererseits über-  
einstimmende Antworten zwischen BB und Mit-  
arbeitenden von mittleren und grossen Betrie-  
ben zu beobachten sind. Die Profile bestätigen  
diese Einteilung: Umfrageteilnehmende, die in  
einem Kleinst- oder Kleinbetrieb arbeiten, sowie  
Firmeninhaber/innen sind eher dem Profil der  
*Gleichgültigen* zuzuordnen, während Umfrage-  
teilnehmer/innen aus mittleren und grossen Be-  
trieben sowie BB eher zu den *Enthusiasten* ge-  
hören.

- **Die Kurswahl nach Branchen bildet so-  
wohl spezifische als auch branchenübergrei-  
fende Herausforderungen ab.** Unabhängig  
vom Tätigkeitsbereich erweisen sich die Kom-  
plexität der Rolle als BB, die damit verbundenen  
Schwierigkeiten sowie die alltäglichen Heraus-  
forderungen als branchenübergreifende Pro-  
bleme. Aus den von den Umfrageteilnehmern/  
-teilnehmerinnen ausgewählten Kursthemen  
lassen sich allerdings auch branchenspezifi-  
sche Herausforderungen herauslesen (Rekru-  
tierung von Lernenden in Branchen mit offenen  
Lehrstellen, Zeitmanagement, Saisonalität, Be-  
ziehungsdimension in Dienstleistungsberufen  
usw.).

- **Zwischen geringerem Interesse an Weiter-  
bildungen und der Bereitschaft, an Abend-  
oder Wochenendveranstaltungen teilzuneh-  
men, besteht ein Zusammenhang.** Personen,  
die sich weniger interessiert an Weiterbildungen  
zeigen, neigen dazu, Abend- und Wochenend-  
veranstaltungen den Vorzug zu geben. Daraus  
kann man schliessen, dass sie Weiterbildungen  
nicht grundsätzlich ablehnen, sondern ihre Zu-  
rückhaltung in der Sorge gründet, dass ihre Ar-  
beit liegen bleibt.

- **Die Analysen der verschiedenen Antwor-  
ten, insbesondere die profilbezogenen, ma-  
chen deutlich, dass Bildungsangebote vor-  
wiegend als nicht berufsbezogene Bildungs-  
veranstaltungen betrachtet werden.** Obwohl  
die Bildungsveranstaltungen im Zusammen-  
hang mit der Tätigkeit als BB stehen, werden sie  
selten als berufsbezogene Weiterbildungsver-  
anstaltungen betrachtet. Dies, obwohl sie für  
eine angemessene Betreuung von Lernenden  
unabdingbar sind.

- **Die Analysen zeigen die unterschiedlichen  
Auffassungen von Weiterbildung auf.** Weiter-  
bildung liegt den Umfrageergebnissen zufolge  
mal in der Verantwortung der Arbeitgeber und  
mal in der Verantwortung der Mitarbeitenden.

## **1 EINLEITUNG**

### **1.1 Kontext der Studie**

Die hier vorgestellte Studie wurde auf der Grundlage der Erkenntnisse entwickelt, die in einer früheren Phase des von der Stiftung TOP-Ausbildungsbetrieb (TAB) in Auftrag gegebenen Projekts gewonnen wurden. Im Rahmen der damaligen Untersuchung wurden mehrere Gespräche mit Berufsbildnerinnen/Berufsbildnern (BB), mit Firmeninhaberinnen/-inhabern sowie mit Lernenden geführt. Ebenfalls befragt wurden Personen, die die Doppelfunktion Firmeninhaber/in und Berufsbildner/in (Firmeninhaber/in mit Ausbildungsfunktion) innehaben, sowie Berufsverbände. Ziel dieser Befragung war es, die Probleme und Herausforderungen, mit denen BB in ihrem Alltag konfrontiert sind, sowie ihre Weiterbildungsbedürfnisse zu beleuchten. Nach der Analyse der in den deutschsprachigen Interviews gewonnenen Daten wurden verschiedene zentrale Themen identifiziert, die im Hinblick auf die Erarbeitung von Weiterbildungsangeboten weiterverfolgt werden sollten. Anschliessend wurden auch in der lateinischen Schweiz Einzelgespräche mit BB durchgeführt (Bericht Lamamra und Wenger, Dezember 2021), um die identifizierten Themen zu verfeinern.

Nach dieser ersten Projektphase wurde ein Fragebogen erarbeitet, dessen Ergebnisse sich leichter verallgemeinern lassen. Diese Ergebnisse sind Gegenstand des vorliegenden Forschungsberichts. Nun gilt es, auf der Grundlage der erhaltenen Antworten Weiterbildungsangebote zu entwickeln, die die Berufsbildungsverantwortlichen in ihrer Funktion unterstützen und ihnen Werkzeuge in die Hand geben, um die mit der Funktion verbundenen Herausforderungen zu meistern.

Der vorliegende Bericht beinhaltet konkrete Informationen zu den bevorzugten Weiterbildungsthemen, den erwünschten Bildungsformen, Modalitäten, Kurszeiten und zum erwünschten Umfang von Weiterbildungen. In den Analysen werden verschieden kontextabhängige Faktoren wie Unternehmensgrösse, Branche, Region usw. berücksichtigt. So können personalisierte und möglichst praxisorientierte Angebote geschaffen werden.

Der Bericht ist wie folgt aufgebaut: Zuerst werden die Ergebnisse präsentiert (Bericht Wenger und Lamamra, Dezember 2022) und anschliessend mit Korrelationsanalysen, Vergleichs- und Profilanalysen ergänzt. Ein Kapitel beschäftigt sich mit der Frage, welche Schlussfolgerungen aus den gewonnenen Erkenntnissen für das weitere Projektvorgehen gezogen werden können, sowohl in Bezug auf die Angebotsentwicklung und -umsetzung als auch in Bezug auf das Wissen über die Bildungsverantwortlichen als Zielpublikum. Und schliesslich fassen Merkblätter die wichtigsten Ergebnisse nach Branche, Region und Unternehmensgrösse zusammen.

## **2 ABLAUF DER STUDIE**

### **2.1 Der Online-Fragebogen**

Eine erste Version des Fragebogens in Deutsch, Französisch und Italienisch wurde der Stiftung TAB im Sommer 2022 vorgelegt. Er war in verschiedene Fragenblöcke gegliedert:

- Weiterbildungsangebote (mit Themenbereichen, die aus den Analysen der Interviews im ersten, qualitativen Teil der Studie abgeleitet wurden oder sich aus den vom Bund identifizierten *Trends* in der Berufsbildung ergaben):
  - o Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung usw.)
  - o Soziale und familiäre Problematik
  - o Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung
  - o Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen
  - o Beziehungs- und Kommunikationskompetenzen
  - o Pädagogische Methoden
  - o Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung)
  - o Digitale Kompetenzen
  - o Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschulen usw.)
  - o Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem
  - o Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG usw.)
  - o Andere
- Klassierung der Weiterbildungsangebote
- Kursform, Bildungsform, Durchführungszeitpunkt und weitere Eigenschaften von Weiterbildungsveranstaltungen
- Soziodemografische Informationen

Nach Rücksprache mit der Projektsteuergruppe 2030 wurde die Umfrage überarbeitet und ausgebaut und insbesondere um detailliertere Unterthemen zu den jeweiligen Weiterbildungsangeboten ergänzt.

Anfang Oktober 2022 wurde der Fragebogen an die Kantone, den SGV und den Schweizerischen Arbeitgeberverband übermittelt, die ihn direkt an die Lehrbetriebe oder an die Organisationen der Arbeitswelt (OdA) weiterleiteten. Die Fragebögen waren an die BB und an die Inhaber/innen von Lehrbetrieben adressiert. Die Frist für die Einreichung der Antworten wurde auf Ende Oktober 2022 festgesetzt.

Zwar gingen zahlreiche Antworten ein, trotzdem gab es einige Einschränkungen, die an dieser Stelle erwähnt seien: Die indirekte Art der Übermittlung könnte allenfalls dazu geführt haben, dass nicht alle betroffenen Personen Zugang zum Fragebogen hatten. Das heisst auch, dass die Repräsentativität der Stichprobe nicht garantiert werden kann, da uns nicht bekannt ist, wer überhaupt Zugang zum Fragebogen hatte. Aufgrund von gestaffelten Ferienzeiten in den verschiedenen Kantonen musste zum Teil nachgefasst werden, insbesondere weil der Anteil der Antworten aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz im Vergleich zur Deutschschweiz relativ tief war. Schliesslich sei erwähnt, dass der Kanton Tessin den Fragebogen nicht an die Betriebe weiterleiten wollte, weil er befürchtete, die Umfrage könnte ein damals laufendes Tessiner Projekt beeinträchtigen. Dieser Entscheid hat den Rücklauf von Fragebögen aus der italienischsprachigen Schweiz drastisch reduziert.



## 2.2 Die Antworten

5068 Personen haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt.<sup>1</sup> 227 weitere Personen haben den ersten Frageblock ausgefüllt, der Fragen zur Relevanz von Weiterbildungsangeboten aus Sicht der Befragten enthielt. Infolgedessen haben wir beschlossen, die Angaben dieser zusätzlichen Umfrageteilnehmer/innen bei der Auswertung der Antworten zu den Weiterbildungsangeboten zu berücksichtigen.

Die Zahlen und Prozentsätze, die sich auf die soziodemografischen Informationen beziehen, werden im nachfolgenden Kapitel kurz vorgestellt und kommentiert.

---

<sup>1</sup> Die Anzahl der Umfrageteilnehmer/innen ist somit vergleichbar mit jener der Kosten-Nutzen-Erhebung der beruflichen Grundbildung (<https://www.ehb.swiss/forschung/obs/kosten-nutzen-berufsbildung-2019>).

## 3 RESULTATE

### 3.1 Deskriptive Analysen

Bei den deskriptiven Analysen werden in den folgenden Abschnitten die Zahlen, Prozentanteile und Mittelwerte angegeben.

#### 3.1.1 Die Antwortgeber/innen

Es wurden verschiedene soziodemografische Informationen zu den Antwortgeberinnen und Antwortgebern erhoben.

##### *Geschlecht*

Bei der Verteilung der Antwortgeber/innen nach Geschlecht (vgl. Tabelle 1) zeigt sich interessanterweise, dass mehr Frauen als Männer den Fragebogen beantwortet haben. Der Frauenanteil liegt bei 55.51%, der Männeranteil bei 42.74%. Ein relativ kleiner Anteil der Antwortgeber/innen (<2%) gab bei der Frage nach dem Geschlecht «andere» an oder wollte die Frage nicht beantworten.

|            | <b>Merkmale</b>          | <b>Anzahl</b> | <b>%</b> |
|------------|--------------------------|---------------|----------|
| Geschlecht | Weiblich                 | 2813          | 55.51    |
|            | Männlich                 | 2166          | 42.74    |
|            | Sonstige                 | 7             | 0.13     |
|            | Möchte nicht beantworten | 82            | 1.62     |

Tabelle 1: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Geschlecht

Zu einem späteren Zeitpunkt werden diese Zahlen mit anderen Eigenschaften in Beziehung gesetzt, insbesondere mit der Branche, um herauszufinden, ob der hohe Anteil der Antwortgeberinnen mit der Übervertretung der Frauen in einigen weiblich dominierten Berufen zu tun hat oder ob dafür andere Hypothesen denkbar sind. Der hohe Frauenanteil ist umso erstaunlicher, wenn man bedenkt, dass insgesamt mehr Männer die Funktion als BB bekleiden (Chabloz et al., 2017). Er könnte darauf hindeuten, dass sich weibliche Berufsbildnerinnen stärker mit Themen rund um die pädagogische Weiterbildung befassen als ihre männlichen Kollegen und deshalb auch häufiger den Fragebogen ausgefüllt haben.

##### *Alter*

Um das Alter der Antwortgeber/innen zu ermitteln, wurde nach dem Geburtsjahr gefragt. Anschliessend wurde eine Variable mit Zehn-Jahres-Abstufungen geschaffen (siehe Tabelle 2).

| <b>Variable</b> | <b>Merkmale</b> | <b>Anzahl</b> | <b>%</b> |
|-----------------|-----------------|---------------|----------|
| Altersgruppe    | ≤ 24 Jahre      | 306           | 6.04     |
|                 | 25–34 Jahre     | 1469          | 28.99    |
|                 | 35–44 Jahre     | 1262          | 24.90    |
|                 | 45–54 Jahre     | 1212          | 23.91    |
|                 | 55–64 Jahre     | 792           | 15.63    |
|                 | ≥ 65 Jahre      | 27            | 0.53     |

Tabelle 2: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Altersgruppen

Mehr als drei Viertel der Personen, die den Fragebogen beantwortet haben, sind zwischen 25 und 55 Jahre alt, wobei sich die Anteile relativ gleichmässig auf die drei Altersgruppen (25–34 Jahre, 35–44 Jahre und 45–54 Jahre) verteilen. Eher erstaunlich war, dass einzelne Antwortgeber/innen das 65. Lebensjahr und somit das gesetzliche AHV-Alter bereits überschritten haben. Es wäre interessant, diese Information mit dem Beschäftigungsstatus in Beziehung zu setzen, da Firmeninhaber/innen über das Pensionsalter hinaus arbeiten können.

### *Zivilstand*

Beim Zivilstand (siehe Tabelle 3) fällt auf, dass der Grossteil der Antwortgeber/innen, nämlich fast 90%, in die Kategorie «verheiratet» oder «ledig» fällt. Die anderen Antwortoptionen wurden weitaus weniger häufig gewählt und der Anteil derjenigen, die die Frage nicht beantwortet haben, liegt unter 5%.

| <b>Variable</b> | <b>Merkmale</b>            | <b>Anzahl</b> | <b>%</b> |
|-----------------|----------------------------|---------------|----------|
| Zivilstand      | Ledig                      | 1976          | 38.99    |
|                 | Eingetragene Partnerschaft | 63            | 1.24     |
|                 | Verheiratet                | 2401          | 47.38    |
|                 | Getrennt                   | 47            | 0.93     |
|                 | Geschieden                 | 330           | 6.51     |
|                 | Verwitwet                  | 32            | 0.63     |
|                 | Möchte nicht beantworten   | 219           | 4.32     |

Tabelle 3: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Zivilstand

Was sich aus den Antworten nicht herauslesen lässt, ist, ob die Personen, die beim Zivilstand «ledig» angegeben haben, in einer Partnerschaft leben oder nicht.

Wie bei der Geschlechterfrage wäre es auch hier interessant, die Zivilstandsinformationen mit anderen Informationen, insbesondere dem Alter, Geschlecht oder Beschäftigungsgrad, in Beziehung zu setzen. Aufgrund der ersten Daten, die mit der Frage nach dem Zivilstand gewonnen werden konnten, ist allerdings denkbar, dass diese Variable für die weitere Analyse nicht mehr verwendet wird.

### *Ausgeübte Funktion*

Mit der Frage nach der ausgeübten Funktion (siehe Tabelle 4) sollte festgestellt werden, ob Antwortgeber/innen als Angestellte mit Ausbildungsfunktion und mit abgeschlossenem BB-Kurs (40 Lernstunden) oder als Angestellte mit Ausbildungsfunktion, aber ohne abgeschlossenen BB-Kurs tätig sind, ob sie die Doppelfunktion Firmeninhaber/in mit Ausbildungsfunktion ausüben oder als Firmeninhaber/innen keine Lernenden betreuen. Aus den Antworten geht hervor, dass nahezu zwei Drittel der Antwortgeber/innen angestellte BB sind, die den Kurs mit 40 Lernstunden absolviert haben; etwas weniger als 20% der Antwortgeber/innen haben die Doppelfunktion BB und Firmeninhaber/in inne und eine von zehn Personen ist angestellte BB, die den Kurs mit 40 Lernstunden noch nicht absolviert hat. Der Anteil der Firmeninhaber/innen ohne Ausbildungsfunktion schliesslich beläuft sich auf 6%.

| Variable | Merkmale                                                                              | Anzahl | %     |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|
| Funktion | Angestellte/r mit Ausbildungsfunktion (abgeschlossener Kurs mit 40 Lernstunden)       | 3251   | 64.15 |
|          | Angestellte/r mit Ausbildungsfunktion (Kurs mit 40 Lernstunden noch nicht absolviert) | 625    | 12.33 |
|          | Firmeninhaber/in mit Ausbildungsfunktion                                              | 888    | 17.52 |
|          | Firmeninhaber/in ohne Ausbildungsfunktion                                             | 304    | 6.00  |

Tabelle 4: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Funktion

Erwähnenswert ist insbesondere, dass es sich bei der Mehrheit der Befragten, die sich die Zeit zum Ausfüllen des Fragebogens genommen haben, um Angestellte handelt, die als BB tätig sind und den Kurs mit 40 Lernstunden absolviert haben. Das dürfte die Praxisrealität der BB gut widerspiegeln. Hervorzuheben ist weiter der Anteil der Personen mit Ausbildungsfunktion, die den Kurs mit 40 Lernstunden noch nicht absolviert haben. Auch dies widerspiegelt die Realität der betrieblichen Ausbildung, zeigt es doch, dass die Ausbildungsfunktion mitunter von Personen ausgeübt wird, die die entsprechende Ausbildung nicht oder noch nicht abgeschlossen haben.

#### *Beschäftigungsgrad*

Die Frage nach dem Beschäftigungsgrad (siehe Tabelle 5) ergibt, dass nahezu drei Viertel der Antwortgeber/innen Vollzeit, also in einem Pensum von mindestens 90% arbeiten. Nur wenige Befragte (2.67%) arbeiten weniger als 50%; ein Viertel der Befragten arbeitet mit einem Pensum zwischen 50 und 89%.

| Variable           | Merkmale           | Anzahl | %     |
|--------------------|--------------------|--------|-------|
| Beschäftigungsgrad | Teilzeit (<50%)    | 135    | 2.67  |
|                    | Teilzeit (50-89%)  | 1219   | 24.05 |
|                    | Vollzeit (90-100%) | 3714   | 73.28 |

Tabelle 5: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Beschäftigungsgrad

Diese Ergebnisse könnten Gegebenheiten in Bezug auf die BB abbilden, die bereits früher beobachtet wurden, nämlich, dass es sich bei den BB meistens um Personen handelt, die Vollzeit arbeiten, einerseits weil der anspruchsvolle gesetzliche Rahmen ein hohes Pensum erfordert und andererseits, weil die eigene Arbeit und die Lernendenbetreuung miteinander vereinbart werden müssen. Es wäre sicher interessant, diese Erkenntnisse mit dem Weiterbildungsinteresse und der Weiterbildungsbereitschaft, dem Geschlecht oder der Branche in Beziehung zu setzen.

### *Unternehmensgrösse*

Bei der Frage nach der Unternehmensgrösse (siehe Tabelle 6) zeigt sich, dass die Antwortgeber/innen relativ gleichmässig auf alle drei Unternehmensgrössen (Mikrobetriebe, kleine und mittlere Betriebe, Grossbetriebe) verteilt sind. Der höchste Antwortanteil entfällt auf Personen, die in einem kleinen Unternehmen arbeiten. Weiter geben fast vier von fünf Befragten an, dass sie in einem KMU arbeiten.

| <b>Variable</b>    | <b>Merkmale</b>                | <b>Anzahl</b> | <b>%</b> |
|--------------------|--------------------------------|---------------|----------|
| Unternehmensgrösse | Mikro (<10 Beschäftigte)       | 906           | 17.88    |
|                    | Kleine (10-49 Beschäftigte)    | 1738          | 34.29    |
|                    | Mittlere (50-249 Beschäftigte) | 1299          | 25.63    |
|                    | Grosse (>250 Beschäftigte)     | 1125          | 22.20    |

Tabelle 6: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Unternehmensgrösse

In der BFS-Statistik für das Jahr 2018 sieht die Verteilung wie folgt aus: 33.21% der Lehrbetriebe sind Mikrounternehmen, 33.14% Kleinbetriebe, 30.61% mittelgrosse Betriebe und 3.04% Grossbetriebe (Bundesamt für Statistik [BFS], 2020b). In unserer Stichprobe kommen die kleinen und Mittlerenunternehmen auf vergleichbare Prozentanteile, die Mikrounternehmen dagegen sind im Vergleich zur BFS-Statistik untervertreten, die grossen Betriebe übervertreten. Die schwache Vertretung der Mikrounternehmen sowie die starke Vertretung der Grossbetriebe dürfte sich damit erklären, dass in Grossbetrieben die Zeit und Infrastruktur für die Beantwortung einer derartigen Umfrage innerhalb einer kurzen Frist eher verfügbar sind als in Mikrobetrieben.

Die relativ homogene Verteilung der Antwortgeber/innen auf kleinere und grössere Betriebe lässt überdies Vergleiche nach diesem Merkmal zu, ob in Bezug auf das Weiterbildungsinteresse und die Weiterbildungsbereitschaft oder in Bezug auf den Beschäftigungsstatus und den Beschäftigungsgrad.

### *Branchen*

Bei der Frage nach dem Tätigkeitsbereich (siehe Tabelle 7) zeigt sich folgendes Bild: Der grösste Anteil der Antwortgeber/innen, nämlich ein Viertel, ist im Bereich Gesundheit, Lehrberufe und künstlerische Berufe tätig. Weiter gibt jede/r fünfte Antwortgeber/in an, im Bereich Verwaltung, Administration, Banken, Versicherung und Recht<sup>2</sup> tätig zu sein. Darauf folgen das Bau- und Baunebengewerbe, einschliesslich Bergbauindustrie, und schliesslich gibt eine von zehn befragten Personen an, im Bereich Produktion in der Industrie oder im Gewerbe tätig zu sein.

<sup>2</sup> Die Übervertretung der Bereiche Gesundheits- und Lehrberufe sowie Verwaltung und Administration erklärt den hohen Anteil weiblicher Antwortgeberinnen, da Frauen im erstgenannten Bereich mit 85.39% und im letztgenannten mit 77.28% vertreten sind.

| Variable                                                       | Merkmale                                                        | Anzahl | %     |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------|-------|
| Tätigkeitsbereich<br>(nach der Schweizer<br>Berufsnomenklatur) | Land-, Forst- und Viehwirtschaft                                | 150    | 2.96  |
|                                                                | Produktion, Industrie, Gewerbe (ausser Bau)                     | 585    | 11.55 |
|                                                                | Technische und Informatikberufe                                 | 415    | 8.19  |
|                                                                | Bau- und Baunebengewerbe, einschliesslich<br>Bergbauindustrie   | 841    | 16.60 |
|                                                                | Handel und Transportwesen                                       | 324    | 6.40  |
|                                                                | Gastgewerbe und Personendienstleistungen                        | 341    | 6.73  |
|                                                                | Verwaltung, Administration, Banken, Versi-<br>cherung und Recht | 1028   | 20.29 |
|                                                                | Gesundheitsberufe, Lehrberuf und künstleri-<br>sche Berufe      | 1309   | 25.84 |
|                                                                | Andere                                                          | 73     | 1.40  |

Tabelle 7: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Tätigkeitsbereich

Offenbar war die Fragestellung für die Befragten nicht ganz unproblematisch; ein nicht zu vernachlässigender Anteil der Antwortgeber/innen (12%) konnte nicht angeben, welcher Branche er angehört, beantwortete die Frage ursprünglich mit «andere» und gab den ausgeübten Beruf an. Anhand der Berufsangabe konnten die meisten Antworten einer der von der Schweizer Berufsnomenklatur vorgeschlagenen Kategorien zugeordnet werden, ein paar wenige vage Antworten verblieben aber in der Kategorie «andere».

Die Verteilung der Antwortgeber/innen auf die Tätigkeitsbereiche bildet zum einen die Berufe ab, die in der beruflichen Grundbildung am stärksten vertreten sind, aus den gewonnenen Informationen dürfte sich aber auch ableiten lassen, in welchen Branchen der Weiterbildungsbedarf besonders gross ist.

### *Sprachliche Verteilung*

Die sprachliche Verteilung (siehe Tabelle 8) stellt sich wie folgt dar: Eine deutliche Mehrheit der Befragten (83.68%) beantwortete die Fragen auf Deutsch; der Anteil der französischsprachigen Antwortgeber/innen liegt bei 15.68% und jener der italienischsprachigen bei unter 1%. Wie vorgängig erwähnt, wurde der Fragebogen im Kanton Tessin nicht verbreitet, was die deutliche Untervertretung erklärt.

| Variable | Merkmale    | Anzahl | %     |
|----------|-------------|--------|-------|
| Sprache  | Deutsch     | 4431   | 83.68 |
|          | Französisch | 830    | 15.68 |
|          | Italienisch | 34     | 0.64  |

Tabelle 8: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Antwortsprache

Wie in Abschnitt 2.1 erwähnt, wurde der Fragebogen über die Dachorganisationen (SGV, Schweizerischer Arbeitgeberverband, OdA) und die Kantone an die Betriebe übermittelt. Das dürfte auch erklären, warum eine deutliche Mehrheit der Antwortgeber/innen deutschsprachig ist, organisieren sich doch auch die meisten Organisationen der Arbeitswelt von der Deutschschweiz aus und haben dort ihren Sitz.

Ein weiterer Grund für die Übervertretung der deutschsprachigen Antwortgeber/innen dürften die unterschiedlichen Ferienzeiten in den Kantonen sein. So gaben die lateinischen Kantone denn auch die Feriensaison als Grund für den schwächeren Rücklauf aus der lateinischen Schweiz an.

Die massive Untervertretung italienischsprachiger Antwortgeber/innen ist bedauerlich, bei einer breiteren Teilnahme an der Befragung hätten sich vielleicht gewisse für die italienische Schweiz spezifische Trends erkennen lassen.

### *Geografische Situation*

Anhand der erfragten Postleitzahl (PLZ) wurde als Erstes eine Variable zu den Grossregionen der Schweiz gebildet (siehe Tabelle 9).

| <b>Variable</b>                          | <b>Merkmale</b>                         | <b>Anzahl</b> | <b>%</b> |
|------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------|----------|
| Grossregionen der Schweiz (nach dem BFS) | Genferseeregion (VD, VS, GE)            | 393           | 7.76     |
|                                          | Mittelland (BE, FR, SO, NE, JU)         | 1929          | 38.11    |
|                                          | Nordwestschweiz (BS, BL, AG)            | 205           | 4.05     |
|                                          | Zürich (ZH)                             | 145           | 2.86     |
|                                          | Ostschweiz (GL, SH, AR, AI, SG, GR, TG) | 1846          | 36.47    |
|                                          | Zentralschweiz (LU, UR, SZ, OW, NW, ZG) | 521           | 10.29    |
|                                          | Tessin (TI)                             | 23            | 0.45     |

Tabelle 9: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach Grossregionen der Schweiz

Wie sich zeigte, arbeitet ein Drittel der Antwortgeber/innen in einem Unternehmen mit Sitz im Mittelland, ein weiteres Drittel entfällt auf die Ostschweiz. Die Zentralschweiz und die Genferseeregion sind in der Stichprobe weniger stark vertreten, die Nordwestschweiz, die Region Zürich und das Tessin gar nur mit Anteilen von unter 5%. Berücksichtigt man den Bestand aktiver Unternehmen und Beschäftigter nach Grossregionen (BFS, 2020a)<sup>3</sup>, zeigt sich, dass das dichte Wirtschaftsgefüge der Regionen Zürich (17.57% der Schweizer Unternehmen befinden sich in der Region Zürich) und Genfersee (19.14% der Schweizer Unternehmen sind in dieser Region angesiedelt) in den Antworten nicht abgebildet wird.

Es wäre interessant festzustellen, ob es zwischen den Grossregionen Unterschiede in Bezug auf die Weiterbildungsinteressen und die Weiterbildungsbereitschaft gibt.

### *Räumliche Verteilung*

Ebenfalls anhand der PLZ wurde sodann die Variable «räumliche Verteilung» für den Standort der Lehrbetriebe gebildet (siehe Tabelle 10). Fast zwei Drittel der Antwortgeber/innen arbeiten im städtischen Raum. Personen, die in intermediären oder ländlichen Gebieten arbeiten, halten sich mit je ca. 20% die Waage. Diese aus der Umfrage ermittelten Anteile sind mit den BFS-Daten zur räumlichen Verteilung der Arbeitsplätze in der Schweiz (BFS, 2020c) vergleichbar; auch in der BFS-Statistik entfallen 70% der Arbeitsplätze auf städtisches Gebiet.

<sup>3</sup> Die Zahlen sind allerdings zu relativieren, da die BFS-Statistik alle Schweizer Unternehmen erfasst und nicht ausschliesslich die Lehrbetriebe.

| Variable                                  | Merkmale                                              | Anzahl | %     |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------|-------|
| Territoriale Verteilung<br>(nach dem BFS) | Städtisch                                             | 3141   | 62.06 |
|                                           | Intermediär (dichter Stadtrand und ländliche Zentren) | 1032   | 20.39 |
|                                           | Ländlich                                              | 888    | 17.55 |

Tabelle 10: Anzahl und Prozentsatz der Antwortgeber/innen nach territorialer Verteilung

Das deutet auf eine hohe Rücklaufquote von Personen hin, die in städtischen Gebieten arbeiten, und wirft die Frage auf, wie gross das Interesse von Personen aus den anderen beiden Gebieten an der Umfrage war. Diese räumliche Verteilung sollte nun mit den Tätigkeitsgebieten in Beziehung gesetzt werden. So könnte festgestellt werden, ob die Antworten mit der Verwurzelung des Betriebs in einer bestimmten Region oder mit einem bestimmten Berufsfeld in einem Zusammenhang stehen.

### 3.1.2 Bevorzugte Weiterbildungsthemen

Am Anfang des Fragebogens wurde den Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmern eine Liste mit Weiterbildungsangeboten vorgelegt (siehe Abbildung 1 nachfolgend und Tabelle 45 im Anhang). Die Frage wurde wie folgt formuliert: «Welche Weiterbildungsangebote sind aus Ihrer Sicht relevant? Bitte kreuzen Sie alle Felder an, die für Sie relevant sind.»

Die Antwortgeber/innen kreuzten im Durchschnitt 4.56 Antworten pro Person an (Median: 4), was darauf hinweisen dürfte, dass sie unsere Vorschläge als relevant erachteten, aber auch, dass ein echtes Interesse an Weiterbildungen besteht, die nicht direkt mit dem ausgeübten Beruf zu tun haben. Zu jedem ausgewählten Weiterbildungsangebot erschienen Unterthemen zum angekreuzten Thema und die Antwortgeber/innen hatten die Möglichkeit, ihr Interesse an bestimmten Themen genauer zu bestimmen.

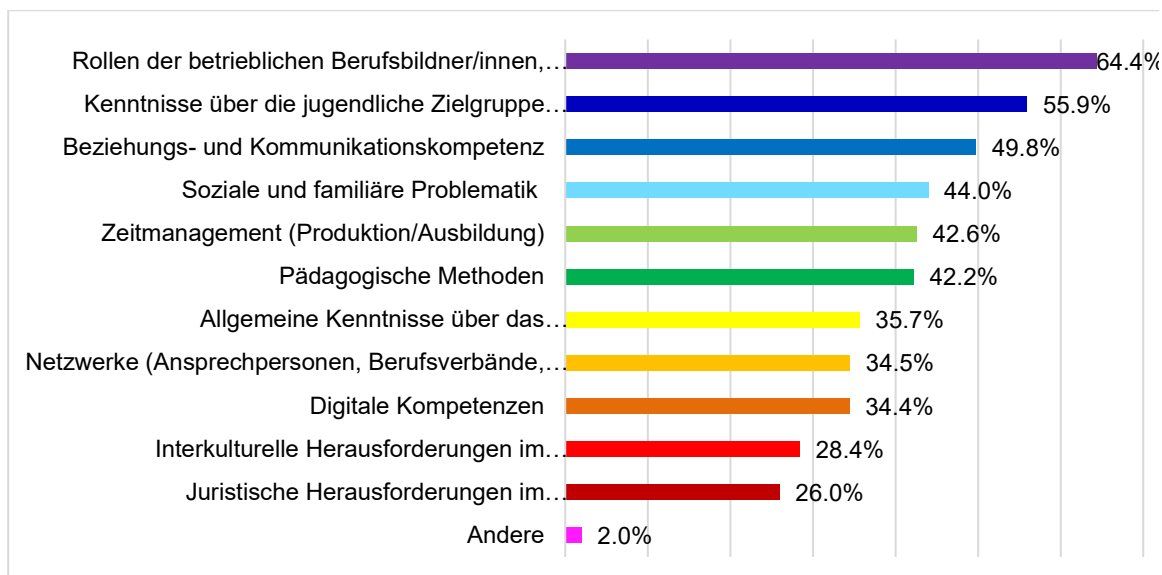


Abbildung 1: Weiterbildungsangebote sortiert von am meisten ausgewählt bis am wenigsten ausgewählt

Wie Abbildung 1 zeigt, wurde das Thema «Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen» von fast zwei Dritteln der Antwortgeber/innen auf den ersten Platz gewählt. Das unterstreicht insbesondere die Komplexität der BB-Funktion und das Bedürfnis, die Rollen klar abzugrenzen, lässt aber indirekt auch erahnen, dass sich hinter der Doppelfunktion, die insbesondere Angestellte mit Ausbildungsfunktion ausüben, auch Spannungen zwischen produktiver Arbeit und Ausbilden verbergen. Dieser Aspekt taucht in einem geringeren Masse auch im Weiterbildungsangebot «Zeitmanagement» auf, das von den befragten BB auf den fünften Rang gewählt wurde.

Ebenfalls auf viel Interesse stiess das Kursangebot «Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe», das von 55.95% der Antwortgeber/innen ausgewählt wurde. Das zeugt davon, dass die BB-Funktion weitaus mehr umfasst als die reine Wissens- und Knowhow-Vermittlung. Vielmehr geht mit der Funktion die Aufgabe einher, Jugendliche beim Übergang zwischen Schule und Arbeitswelt und den damit verbundenen Schwierigkeiten und Herausforderungen oder, breiter gefasst, auf dem Weg ins Erwachsenenleben zu begleiten.

Am dritthäufigsten (von der Hälfte der Antwortgeber/innen) ausgewählt wurde das Thema «Beziehungs- und Kommunikationskompetenz», was deutlich macht, dass die Wissens- und Knowhow-Vermittlung mit grossen zwischenmenschlichen Herausforderungen verbunden ist, die darüber entscheiden können, ob jemand seine Ausbildung fortsetzt oder seinen Lehrvertrag auflöst. Weiter zeigt es, dass Berufsbildner/innen sich regelmässig mit heiklen Situationen, Spannungen oder sogar mit Konflikten mit ihren Lernenden oder den restlichen Teammitgliedern auseinandersetzen müssen. Es braucht also unbedingt Hilfsmittel für den Umgang mit solchen Situationen, damit Bildungsverantwortliche schwierige Situationen angemessen begleiten und vorzeitige Lehrvertragsauflösung möglichst verhindern können.

Von 44% der Antwortgeber/innen auf den vierten Platz gewählt wurde das Thema «Soziale und familiäre Problematik». Hier zeigen sich einmal mehr, wenn auch indirekt, die verschiedenen Rollen, die Berufsbildner/innen bei der Begleitung von Jugendlichen einnehmen. Das Thema ergänzt die drei vorangehenden Themenbereiche und unterstreicht die Komplexität und insbesondere die Grenzen der BB-Rolle. In der Tat haben es BB regelmässig mit Problemen zu tun, die über kognitive Fragen im Zusammenhang mit der Vermittlung von Wissen und Know-how hinausgehen. Gewisse komplexe Situationen erfordern vertiefte Kenntnisse, insbesondere über die vorhandenen Ressourcen.

Über 40% der Antwortgeber/innen interessierten sich für Bildungsangebote, in denen sie ihre pädagogischen Methoden erweitern können. Das lässt darauf schliessen, dass einige BB ihre Funktion «professionalisieren» und ihre Kompetenzen in der Wissens- und Knowhow-Vermittlung ausbauen möchten.

Einige Themen stossen auf weniger Interesse, so etwa «Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem», «Netzwerke» oder «Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung». Möglicherweise liegt dies daran, dass ein Teil dieser Themen im Berufsbildnerkurs mit 40 Lernstunden bereits behandelt wurde und somit weniger von Belang ist.

Ebenfalls fällt auf, dass bestimmte Themen, die vom Bund als «Trends» identifiziert wurden, so etwa «digitale Kompetenzen» oder «interkulturelle Herausforderungen» bei den Berufsbildungsverantwortlichen auf mässiges Interesse stossen (34.43% bzw. 28.43% der Antwortgeber/innen haben diese Angebote ausgewählt).



## *Unterthemen der Weiterbildungsangebote*

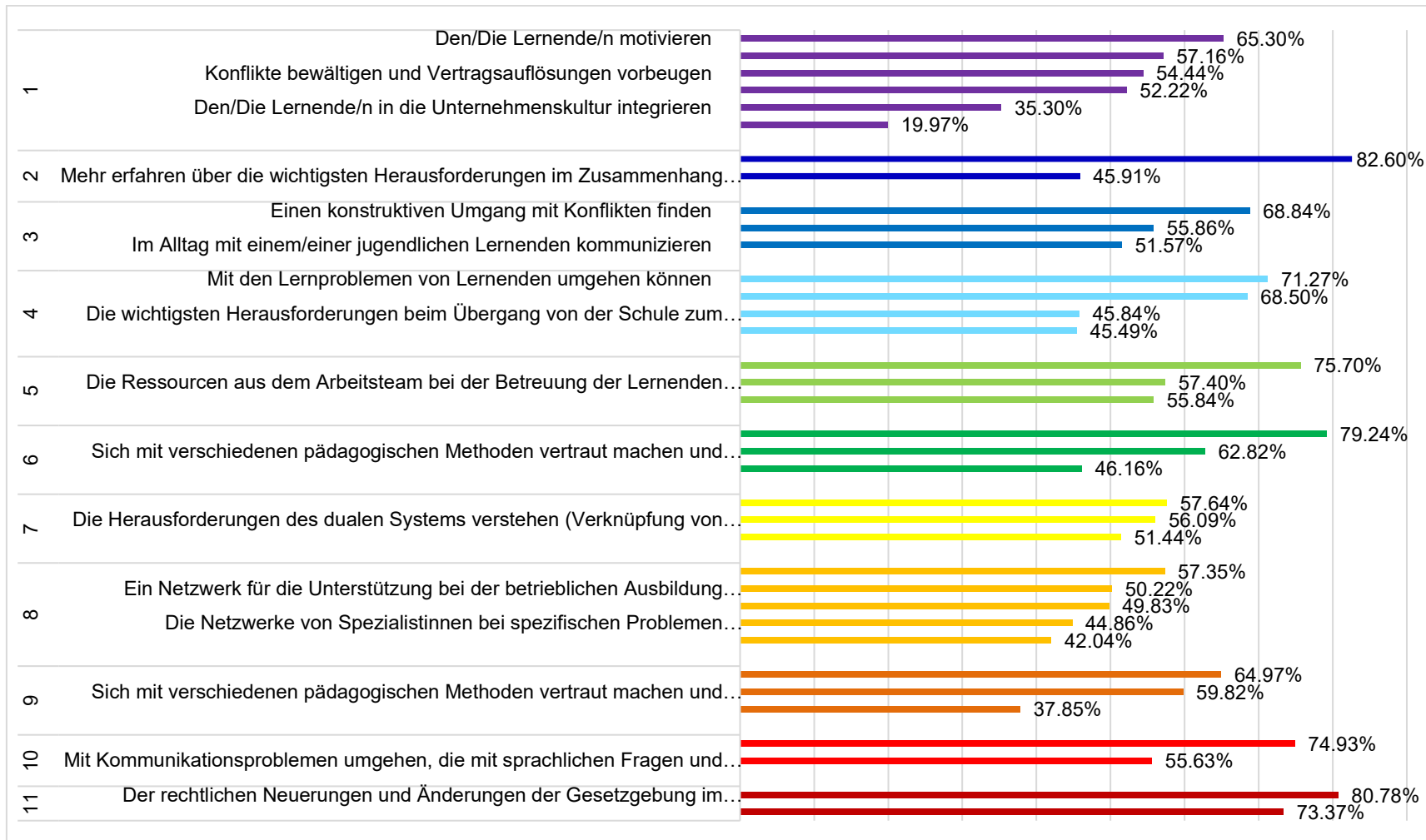
Um umfassende Informationen zu den Interessen der Antwortgeber/innen zu gewinnen, wurden im Fragebogen Unterthemen zu den verschiedenen Weiterbildungsangeboten vorgeschlagen. Bei der Auswahl eines Weiterbildungsangebots erschienen mehrere detaillierte Themenbereiche zusammen mit der folgenden Anweisung: «Oben haben Sie die Weiterbildung [Bezeichnung des Weiterbildungsangebots] ausgewählt. Wenn Sie möchten, können Sie angeben, welche Themen für Sie im Zusammenhang mit einer solchen Weiterbildung am relevantesten sind.»<sup>4</sup>

In Abbildung 2 (sowie in Tabelle 46 im Anhang) sind die gewählten Unterthemen mit der Anzahl Nennungen und ihren jeweiligen Anteilen zu finden. Insgesamt haben mehr als die Hälfte (57.06%) der Antwortgeber/innen Unterthemen zu den von ihnen ausgewählten Kursangeboten ausgewählt; in einzelnen Fällen lag der Anteil bei über 80%, d. h. vier von fünf Befragten haben Unterthemen ausgewählt.

Abbildung 2 zeigt, welche Unterthemen den Antwortgeber/innen am relevantesten erschienen. Zu jedem Hauptthema gibt es ein oder zwei Unterthemen, die deutlich hervorstechen, entweder mit besonders hohen Prozentanteilen oder mit starken Abweichungen von den Anteilen der anderen Angebote. Tabelle 47 im Anhang zeigt, welche Unterthemen auf besonders viel Interesse stiessen, und gibt somit eine erste Vorstellung von den zu erarbeitenden Weiterbildungsinhalten.

---

<sup>4</sup> Die Unterthemen wurden nur angezeigt, wenn das zugehörige Bildungsangebot ausgewählt wurde.



1 : Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen; 2 : Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.); 3 : Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung); 4 : Beziehungs- und Kommunikationskompetenz; 5 : Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.); 6 : Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem; 7 : Digitale Kompetenzen; 8 : Soziale und familiäre Problematik; 9 : Pädagogische Methoden; 10 : Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung; 11 : Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArbZ, OR, GIG, usw.)

Abbildung 2: Unterthemen der Weiterbildungsangebote

Beim Blick auf die bevorzugten Unterthemen (siehe Tabelle 47 im Anhang) stechen einige übergreifende Elemente hervor:

1. **Die lernende Person im Zentrum der Aufmerksamkeit:** Die BB scheinen ihre Tätigkeit über den Stellenwert zu definieren, den sie der lernenden Person einräumen. Die ausgewählten Themen stehen daher vorwiegend im Zusammenhang mit ihrer Begleitfunktion (motivieren, interkulturelle Herausforderungen bewältigen), ihrer Betreuungsfunktion (pädagogische Methoden und digitale Tools für die Lernendenbetreuung) und ihrer Unterstützungsfunktion (jugendliche Lernende unterstützen, Lernende betreuen).
2. Indirekt äussert sich die Aufmerksamkeit, die BB der Beziehung zu ihren Lernenden schenken, auch in ihrem Interesse an **Konfliktmanagement-** und Problemlösekompetenzen (sowohl für den Umgang mit familiären Problemen als auch mit interkulturellen Herausforderungen). Hier zeigt sich die Beziehungskomponente und insbesondere die Tatsache, dass Konflikte Teil des Alltags von Berufsbildungsverantwortlichen sind; die BB möchten für den Umgang mit Konflikten gewappnet sein, was wiederum die Frage aufwirft, wie es um die aktuell zur Verfügung stehenden Hilfsmittel für den Umgang mit komplexen Situationen, insbesondere für eine jugendliche Zielgruppe, steht. Das Resultat veranschaulicht überdies deutlich, dass Berufsbildungsverantwortlichen Hilfsmittel in die Hand gegeben werden müssen, die sie bei der Bewältigung aller ausbildungsrelevanten Herausforderungen unterstützen.
3. Die **pädagogische Dimension der Ausbildungsfunktion:** Den BB geht es nicht nur darum, Berufswissen und -knowhow zu vermitteln. Sie möchten auch als echte Pädagoginnen und Pädagogen wirken. So ist das Interesse an Weiterbildungen auch dahingehend zu verstehen, dass die BB sich mit ihrer Rolle identifizieren (pädagogische Methoden individualisiert einsetzen, mit Lernproblemen umgehen, Technologien zu pädagogischen Zwecken einsetzen).
4. Die **Einschränkungen der BB-Funktion** zeigen sich auf zwei Ebenen. Einerseits verweist das Interesse an den Themenbereichen Zeitmanagement, Arbeitsorganisation und stressfreies Arbeiten auf das grösste Problem der BB, nämlich den chronischen Mangel an Zeit für die Ausbildungstätigkeit. Andererseits zeigt das Interesse an Unterstützungsangeboten auch die Grenzen der BB-Funktion auf und zeugt von einer gewissen Isolation der BB, gerade wenn sie in kleinen Betrieben arbeiten. Berufsbildungsverantwortliche, die die Unterstützungsangebote kennen, können sich eher Hilfe holen und die Verantwortung weitergeben, wenn ein Problem den Rahmen ihrer Tätigkeit sprengt.
5. Interesse am **juristischen Kontext der Tätigkeit.** Bildungsangebote, die die juristischen Herausforderungen und die Rechte und Pflichten von BB thematisieren, werden bei den Unterthemen besonders häufig genannt. Das dürfte wohl so zu verstehen sein, dass die BB ihre Rolle klären und deren Grenzen kennen möchten.

Zwar liefern die ausgewählten Unterthemen eine Reihe an Informationen, interessant erscheint uns aber, welche Erkenntnisse sich aus der Analyse der Antwortoptionen, die von mehr als 50% der Befragten ausgewählt wurden, ableiten lassen. In diesem Zusammenhang sei zuallererst erwähnt, dass 25 der 36 zur Auswahl vorgeschlagenen Unterthemen von mehr als 50% der Personen, die diese Frage beantwortet haben, ausgewählt wurden. Das liefert schon deutliche Hinweise auf die Inhalte, die zu jedem Hauptthema erarbeitet werden könnten.

Ein möglicher Inhalt ist die bereits oben erwähnte **Fokussierung auf die Lernenden**, insbesondere die Kommunikation mit den Lernenden. Ebenso interessiert scheinen die BB an Aspekten im Zusammenhang mit nicht beruflichen Problemfeldern sozialer oder familiärer Natur.



Als weiteres Thema sticht das **Konfliktmanagement** hervor, insbesondere im Zusammenhang mit vorzeitigen Lehrvertragsauflösungen, wobei BB eher an der Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen interessiert scheinen als am Umgang mit solchen. Ihr Ziel ist es, Lehrvertragsauflösungen vorzubeugen oder sie zu verhindern, weil Lehrabbrüche als Scheitern und verlorene Investition (von Zeit und Engagement) der BB wahrgenommen werden können. Angesichts der Antworten ist davon auszugehen, dass der Umgang mit Lehrvertragsauflösungen eher für Bildungsverantwortliche, HR-Fachleute und die Lehraufsichtskommissionen von Interesse ist.

Ein weiteres Unterthema, das in mehr als 50% der Antworten genannt wurde, ist die **Komplexität der BB-Funktion**, die sich sowohl auf den Umgang mit «mehreren Hüten», die Spannungen zwischen Ausbilden und produktiver Arbeit als auch auf die Frage der Rollenabgrenzung bezieht. Die Doppelrolle verlangt nach einer Klärung der Frage der angemessenen Distanz. BB beschäftigt überdies die Frage, an wen sie die Unterstützungsarbeiten delegieren, die über den Rahmen der dualen Berufsbildung oder die Beziehung BB – lernende Person hinausgehen.

Die **Aufgaben der BB** zeigen sich bei den Unterthemen ebenfalls in ihrer ganzen Vielfalt. Insbesondere sind es die weniger interessanten Aufgaben und diejenigen, die am meisten Probleme mit sich bringen, die die BB umtreiben, so etwa der administrative Teil der Ausbildungsarbeit und neue digitale Technologien für die Lernendenbetreuung.

Die **Arbeitsorganisation** beschäftigt die BB ebenfalls, und zwar gleich auf zwei Ebenen. Einerseits interessiert die BB die Arbeits- und Ausbildungsorganisation für die Lernenden, die einen grossen Teil ihrer Tätigkeit ausmacht. Dafür müssen sie den Turnus der Lernenden im Betrieb zusammen mit den Kolleginnen und Kollegen organisieren und die Ausbildung mit Unterstützung des gesamten Teams planen. Andererseits bezieht sich die Arbeitsorganisation indirekt auch auf die Arbeit der BB selbst, die den Spagat zwischen eigener produktiver Arbeit und der Ausbildung der Lernenden schaffen müssen.

Beim Weiterbildungsangebot **«Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem»** wurden alle Unterthemen ähnlich oft ausgewählt, hier sticht kein Angebot besonders hervor. Allerdings wurden alle vorgeschlagenen Unterthemen von mehr als 50% der Antwortgeber/innen ausgewählt. Es scheint somit, als wären einige der Befragten an einer Weiterbildung interessiert, die allgemeine Themen aufgreift, also eine Art «Wiederholungskurs» der BB-Ausbildung mit 40 Lernstunden. Das zeigt, dass die BB sich gerne über den allgemeinen Rahmen ihrer Tätigkeit auf dem Laufenden halten, vielleicht, weil einige von ihnen sich als vollwertigen Teil des Berufsbildungssystems betrachten.

Insgesamt lassen der Fokus der BB auf die lernende Person, ihr Interesse an pädagogischen Themen und an Unterstützungsnetzwerken bei Problemen, die den Rahmen ihrer Funktion sprengen, aber auch ihr Wunsch nach einer Abgrenzung der Rollen darauf schliessen, dass der **Wunsch nach einer Professionalisierung der Funktion** besteht. Die bevorzugten Weiterbildungsthemen machen deutlich, dass die BB sich nicht als reine «Wissens- und Knowhow-Vermittler/innen» sehen, sondern vielmehr die Lernenden professionell begleiten, unterstützen und betreuen möchten. Sie möchten sowohl Berufsleute sein, die Wissen weitergeben, als auch Fachpersonen für ihren Beruf und für die Ausbildung.

So liefern die Antworten also einerseits relativ fein gegliederte Informationen zu den erwünschten Weiterbildungsthemen und geben andererseits einige Hinweise auf die Situation der BB, auf die Herausforderungen, mit denen sie in ihrem Arbeitsalltag konfrontiert sind, auf die Komplexität der Aufgaben, aber auch auf die Erwartungen der BB zur Zukunft ihrer Funktion.

## Klassierung der Weiterbildungsangebote

Bei einer Frage waren die Antwortgeber/innen angehalten, mindestens drei Kurse aus der bereits an früherer Stelle vorgeschlagenen Liste nach Relevanz zu ordnen. Die Rangliste, die daraus hervorgeht, bildet die Trends ab, die auch bei den bevorzugten Weiterbildungsthemen festgestellt wurden (siehe Abbildung 3 unten und Tabelle 48 im Anhang): Die Bildungsangebote «Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen», «Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe» und «Beziehungs- und Kommunikationskompetenz» führen die Rangliste an und wurden von den BB somit als relevant betrachtet.

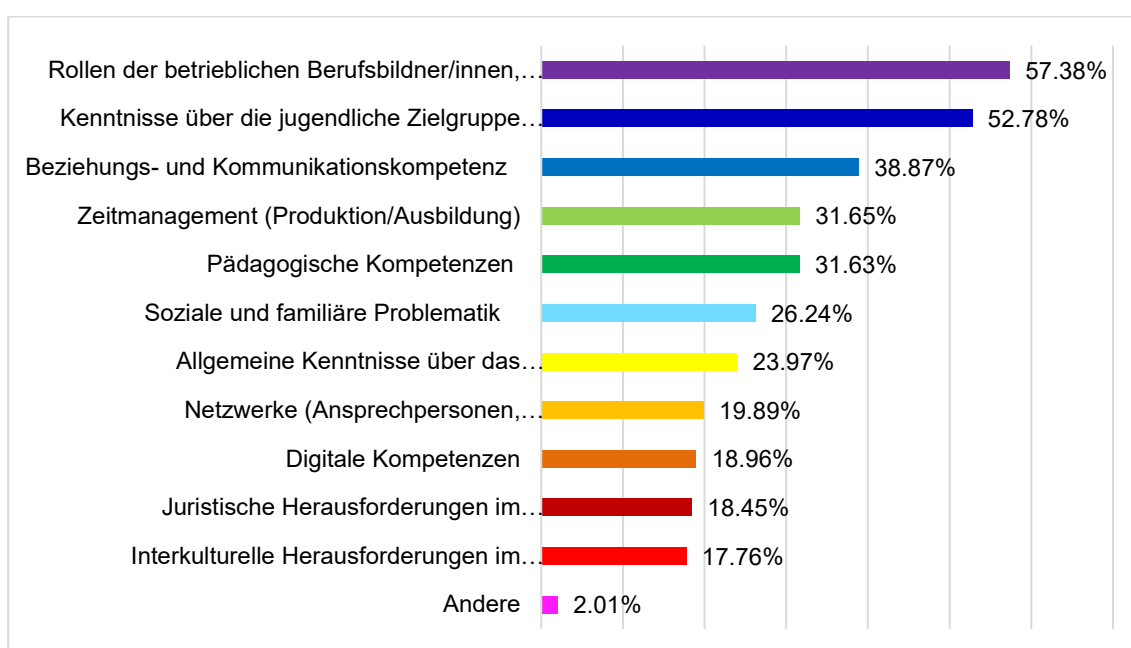


Abbildung 3: Rangfolge der als am relevantesten eingeschätzten Weiterbildungsangebote

Tabelle 48 im Anhang zeigt, wie oft die einzelnen Weiterbildungsangebote auf welchen Rang gewählt wurden. Interessant ist, dass zwei Bildungsangebote mit vergleichbaren Anteilen die Rangliste anführen, nämlich «Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen» und «Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe». Beide Angebote wurden von fast einem Viertel der Befragten auf den ersten Platz gewählt. Es scheint sich also um ein Thema zu handeln, das die BB interessiert und dem sie eine hohe Priorität einräumen.

### 3.1.3 Kursformate

Neben Informationen zu den Weiterbildungswünschen war es uns auch ein Anliegen, herauszufinden, welche Kurs- und Bildungsformen sich die Befragten wünschen (siehe Tabelle 11).

| Kursform          | Anzahl | %     | Bildungsform        | Anzahl | %     |
|-------------------|--------|-------|---------------------|--------|-------|
| Präsenzunterricht | 3737   | 73.58 | Kurs                | 3799   | 74.80 |
| Fernunterricht    | 1565   | 30.81 | Workshop            | 2473   | 48.69 |
| Blended Learning  | 1221   | 24.04 | Erfahrungsaustausch | 2821   | 55.54 |

Tabelle 11: Anzahl und Prozentsatz der Kurs- und Bildungsformen von Weiterbildungsangeboten

Drei Viertel der Antwortgeber/innen gaben der **Kursform** Präsenzunterricht den Vorzug vor Fernunterricht und Blended Learning, die beide weitaus geringere Anteile erreichten. Bei den **Bildungsformen** wurde der Kurs am häufigsten gewählt ( $\frac{3}{4}$  der Antwortgeber/innen), gefolgt von Erfahrungsaustausch und Workshops, wobei die Bildungsform «Workshop» von weniger als der Hälfte der Antwortgeber/innen ausgewählt wurde. Das Interesse für den Erfahrungsaustausch dürfte mit den mit der BB-Funktion verbundenen Arbeitsbedingungen zu tun haben, sind doch viele BB mit ihrer Funktion allein im Betrieb. Im Übrigen ähneln die Erkenntnisse über die erwünschten Kursformate jenen, die in früheren Untersuchungen gewonnen wurden, insbesondere im Zusammenhang mit dem Kurs mit 40 Lernstunden. Auch dort gaben die Befragten dem Präsenzunterricht und dem Erfahrungsaustausch den Vorzug vor anderen Bildungsformen (Lamamra et al., 2020).

### 3.1.4 Weiterbildungsbereitschaft

Um die Weiterbildungsbereitschaft analysieren zu können, wurden den Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmern gezielte Fragen gestellt, so etwa, welche Monate im Jahr (Durchführungsmonate) sich aus ihrer Sicht am besten für Weiterbildungen eignen. Ebenfalls gefragt wurde nach dem idealen Umfang von Weiterbildungen (in Tagen pro Jahr) und nach der Distanz, die die Befragten für die Reise an den Bildungsort zurückzulegen bereit sind.

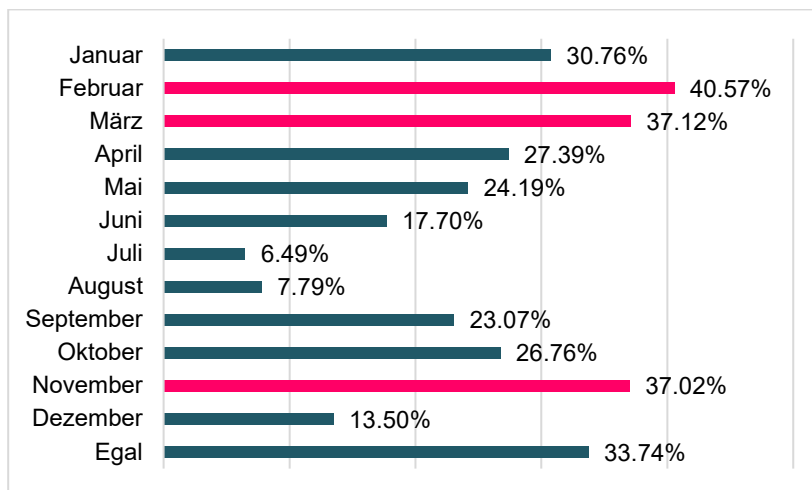


Abbildung 4: Bevorzugte Monate im Jahr für Weiterbildung

Die Auswertung der Antworten (siehe Abbildung 4 und Tabelle 49 im Anhang) ergibt, dass die **Monate** Februar (40.57%), März (37.12%) und November (37.02%) sich aus Sicht der Antwortgeber/innen am besten für die Weiterbildung eignen. Es handelt sich aus Sicht der Berufsbildung um relativ ruhige Monate, da keine Prüfungen oder anderen wichtigen Termine anstehen. In bestimmten Branchen wie etwa in der Land- und Forstwirtschaft oder in Bäckereien-Confisereien geht es in diesen Monaten überdies ruhiger zu und her als etwa im Sommer in der Land- und Forstwirtschaft bzw. rund um Festtage in Bäckereien-Confisereien. Auf dem vierten Platz ist die Kategorie «egal» (33.74%) zu finden; vielen Befragten scheint es also nicht auf den Zeitpunkt anzukommen. Eine Analyse nach Branche könnte hier weiterführende Informationen liefern.

| Zeit und/oder Dauer | Anzahl | %     |
|---------------------|--------|-------|
| Halbe Tage          | 2977   | 58.61 |
| Ganze Tage          | 3233   | 63.65 |
| Abend               | 887    | 17.46 |
| Wochenende          | 214    | 4.21  |

Tabelle 12: Anzahl und Prozentsatz der idealen Zeitspannen, um eine Weiterbildung zu absolvieren

Nach **Kurszeit und/oder Dauer** von Weiterbildungen gefragt (siehe Tabelle 12), nannten die Antwortgeber/innen Ganztage an erster Stelle, gefolgt von Halbtagen, die ebenfalls von mehr als der Hälfte der Befragten ausgewählt wurden. Das liegt möglicherweise am Organisationsaufwand, der nötig ist, um sich von der produktiven und der Betreuungsarbeit zu befreien. Abend- und Wochenendveranstaltungen erweisen sich als Zeitpunkt für Weiterbildungen als weniger beliebt. Dies ist dahingehend zu verstehen, dass die Weiterbildungsbereitschaft zwar durchaus vorhanden ist, dass die Weiterbildung aber fester Bestandteil der Arbeit sein und während der üblichen Arbeitszeiten stattfinden sollte.

Die Frage nach dem idealen **Umfang** von Weiterbildungen (siehe Tabelle 13) ergibt, dass 2.5 Tage pro Jahr (Median: 2 Tage) als angemessen erachtet werden. Das Ergebnis ist interessant, erlaubt es doch in einem zweiten Schritt herauszufinden, wie viel Zeit Firmeninhaber/innen den BB für den Besuch von pädagogischen Weiterbildungen zur Verfügung zu stellen bereit sind. Im ersten, qualitativen Teil der Untersuchung hat sich gezeigt, dass ein Teil der Arbeitgeber/innen durchaus bereit ist, die BB für einen kürzeren Zeitraum freizustellen, wobei sie eher geneigt waren, fachliche und berufsbezogene Weiterbildungen zu bewilligen als andere. Bei Weiterbildungen, die auf die pädagogische Rolle der BB abzielen, dürften die Verhandlungen über die Weiterbildungsdauer also weitaus schwieriger sein.

| <b>Dauer</b> | <b>Anzahl</b> | <b>%</b> |
|--------------|---------------|----------|
| ½ Tag        | 358           | 7.08     |
| 1 Tag        | 1000          | 19.77    |
| 1.5 Tage     | 166           | 3.28     |
| 2 Tage       | 1453          | 28.73    |
| 2.5 Tage     | 64            | 1.27     |
| 3 Tage       | 964           | 19.06    |
| 3.5 Tage     | 19            | 0.38     |
| 4 Tage       | 362           | 7.16     |
| 4.5 Tage     | 11            | 0.22     |
| 5 Tage       | 490           | 9.69     |
| 6 Tage       | 58            | 1.15     |
| 7 Tage       | 113           | 2.23     |

Tabelle 13: Ideale Dauer (in Tagen pro Jahr), um Weiterbildungen zu absolvieren

In einer weiteren Frage sollten die Umfrageteilnehmer/innen angeben, welche maximale **Distanz** in Minuten sie für die Anreise zum Weiterbildungsort zurückzulegen bereit wären (siehe Tabelle 14). Im Schnitt halten die Antwortgeber/innen eine Reisedauer von 48 Minuten (Median: 45 Minuten) für angemessen. Interessanterweise sind die BB also bereit, für die Teilnahme an einer Weiterbildungsveranstaltung relativ lange Reisezeiten in Kauf zu nehmen. Weiterführende Analysen zu einem späteren Zeitpunkt (insbesondere nach Branche, Unternehmensgrösse und Region) könnten helfen, potenzielle Unterschiede zwischen den Unternehmen zu identifizieren, ist es doch durchaus möglich, dass längere Reisen zum Weiterbildungsort in einigen Unternehmen völlig normal sind, während in anderen Betrieben die BB weniger gewillt sind, lange Distanzen zurückzulegen, um sich weiterzubilden.

| <b>Distanz</b> | <b>Anzahl</b> | <b>%</b>     |
|----------------|---------------|--------------|
| 5 Minuten      | 17            | 0.33         |
| 10 Minuten     | 13            | 0.25         |
| 15 Minuten     | 54            | 1.05         |
| 20 Minuten     | 127           | 2.47         |
| 25 Minuten     | 38            | 0.74         |
| 30 Minuten     | 1093          | 21.30        |
| 35 Minuten     | 99            | 1.93         |
| 40 Minuten     | 334           | 6.51         |
| 45 Minuten     | 827           | 16.11        |
| 50 Minuten     | 176           | 3.43         |
| 55 Minuten     | 11            | 0.21         |
| 60 Minuten     | 1856          | <b>36.17</b> |
| >60 Minuten    | 487           | 9.49         |

Tabelle 14: Maximale Distanz (von Tür zu Tür) zu einer Weiterbildung

Die ersten Resultate aber deuten auf jeden Fall darauf hin, dass längere Anfahrtswege und -zeiten für die BB kein Hindernis sind, was wiederum darauf schliessen lässt, dass die Weiterbildungsbereitschaft unabhängig von zeitlich-räumlichen Einschränkungen vorhanden ist.

Zu einem späteren Zeitpunkt kann mit Analysen nach Branchen ermittelt werden, wie Weiterbildungsangebote spezifisch auf die Bedürfnisse der jeweiligen Branchen zugeschnitten werden können.

### 3.1.5 Situation der Berufsbildner/innen

Um mehr Informationen über die Situation der BB zu gewinnen, wurde in einer Frage die Art des **Zugangs zur Funktion** (siehe Tabelle 15) erhoben. Weiter wollten wir wissen, welche Rahmenbedingungen aus Sicht der Befragten für eine qualitativ gute Ausbildung erfüllt sein müssen und ob sie für ihre BB-Funktion entlastet werden.

Fast die Hälfte der Antwortgeber/innen gab an, sie habe die Funktion selbst gewählt (*Auswahl*). Mehr als ein Fünftel der Befragten wurde zur Berufsbildnerin/zum Berufsbildner ernannt (*Bestimmung*). Ein Drittel gibt an, die Ausbildungsfunktion übernommen zu haben, weil sich die *Gelegenheit* dazu bot.

| <b>Art und Weise des Zugangs zur Funktion</b> | <b>Anzahl</b> | <b>%</b>     |
|-----------------------------------------------|---------------|--------------|
| Auswahl                                       | 2165          | <b>45.44</b> |
| Bestimmung                                    | 617           | 12.95        |
| Gelegenheit                                   | 1778          | 37.33        |
| Andere                                        | 204           | 4.28         |

Tabelle 15: Anzahl und Prozentsatz der Zugangswege zur BB-Funktion

Während bei Berufsbildner/innen, die sich selbst für die Funktion entschieden haben, das Interesse an der pädagogischen Ausbildung selbstverständlich sein dürfte, könnte es schwieriger sein, Personen, die eine Gelegenheit genutzt haben oder ernannt wurden, für pädagogische Weiterbildungen zu gewinnen. Personen, die ihre Funktion und Rolle nicht selbst gewählt haben, dürften sich eher für berufliche Weiterbildungen interessieren als für Aspekte, die mit der Ausbildungsfunktion einhergehen. Anhand der in der Umfrage gewonnenen Ergebnisse kann später festgestellt werden, ob die Art des Zugangs zur Funktion sich auf das Weiterbildungsverhalten auswirkt und je nach Zugangsart unterschiedliche Weiterbildungsthemen und -umfänge ausgewählt werden.

Bei der Frage nach den idealen **Rahmenbedingungen** für eine qualitativ gute Ausbildung (siehe Tabelle 16) nennen die Befragten interessanterweise die zeitliche Verfügbarkeit (inkl. Entlastung) für die Ausbildung von Lernenden als wichtigste Rahmenbedingung, gefolgt von einem anerkannten Status im Betrieb. Beide Resultate spiegeln die bevorzugten Weiterbildungsthemen, geht es doch auch da um die Rolle der Berufsbildner/innen und den Umgang mit verschiedenen Rollen (einschliesslich Umgang mit der Zeit). Die Ergebnisse bilden die grösste Herausforderung ab, die mit der Funktion als Berufsbildner/in einhergeht, nämlich das Spannungsfeld Produktion-Ausbilden, in dem die BB die für die Ausbildung von Lernenden benötigte Zeit nicht zur Verfügung haben und Strategien einsetzen müssen, um ihrer Bildungsarbeit trotzdem nachkommen zu können. Die Frage nach dem Status der Berufsbildner/innen findet sich auch im Wunsch nach einem Pflichtenheft, das einerseits die Identifikation der Aufgaben und andererseits die Anerkennung der Funktion ermöglicht. So verbirgt sich hinter den genannten Aspekten denn auch eine zweite grosse Herausforderung, die bereits in anderen Arbeiten identifiziert wurde, nämlich die Frage nach der Anerkennung der Ausbildungsfunktion.

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass die BB die idealen Rahmenbedingungen nicht an einer materiellen Vergütung (*Lohn, Prämie*) festmachen, sondern sich vielmehr eine symbolische Form der Anerkennung wünschen.

| <b>Rahmenbedingungen</b>                                                                                       | <b>Anzahl</b> | <b>%</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|
| Der Betrieb sollte über ein Ausbildungscommitment verfügen, das alle Mitarbeiter/innen kennen und unterstützen | 2690          | 53.08    |
| Es sollte ein Pflichtenheft für Berufsbildner/in vorhanden sein                                                | 2180          | 43.01    |
| Anerkannter Status als Berufsbildner/in im Betrieb                                                             | 3118          | 61.52    |
| Zeit für die Ausbildung der Lernenden zugestehen (Entlastung)                                                  | 4206          | 82.99    |
| Jährliche Ziele in Verbindung mit der Funktion der/des Berufsbildner/in haben                                  | 1997          | 39.40    |
| Eine spezifische Vergütung vorsehen (Lohn, Prämie)                                                             | 2020          | 39.86    |
| Andere                                                                                                         | 114           | 2.25     |

Tabelle 16: Anzahl und Prozentsatz der Rahmenbedingungen, die für eine gute Ausbildung notwendig wären

Die Frage nach **Entlastung** von anderen Aufgaben aufgrund der Ausbildungsfunktion beantwortete nur ein Viertel der Antwortgeber/innen mit «Ja»; drei Viertel der Antwortgeber/innen haben keinerlei Entlastung.

| <b>Entlastung</b> | <b>Anzahl</b> | <b>%</b> |
|-------------------|---------------|----------|
| Nein              | 3601          | 75.59    |
| Ja                | 1163          | 24.41    |

Tabelle 17: Anzahl und Prozentsätze der Entlastungen, um auszubilden

Dies verweist erneut auf das Problem der fehlenden Zeit für Ausbildungsaufgaben. Gibt es keine offizielle Entlastung, bleibt es für die BB nämlich schwierig, die erforderliche Zeit für eine korrekte Ausbildung aufzubringen. Das wiederum stellt das duale System, das vollumfänglich auf Milizarbeit beruht, auf lange Sicht in Frage.

Zusätzliche Analysen nach Branche, Unternehmensgrösse oder anderen Merkmalen werden uns erlauben, eventuelle Besonderheiten in Zusammenhang mit diesem Aspekt zutage zu fördern.

### 3.2 Korrelationen

Um festzustellen, ob Zusammenhänge zwischen verschiedenen Variablen existieren und um welche Art von Zusammenhängen es sich handelt, wurden Korrelationsanalysen durchgeführt. Es wurden Korrelationskoeffizienten von -1 bis +1 errechnet, die die Stärke des Zusammenhangs zwischen zwei Variablen<sup>5</sup> angeben. Sie sind im Anhang (siehe Tabellen 50–57) aufgeführt und nach Variablenblöcken unterteilt.<sup>6</sup>

In einer ersten Analyse wurden die Korrelationen zwischen verschiedenen Weiterbildungsangeboten unter die Lupe genommen (siehe Tabelle 50 im Anhang). Insgesamt sind die Assoziationen zwischen zwei untersuchten Kursangeboten positiv, das heisst, je öfter ein bestimmtes Angebot ausgewählt wurde, desto häufiger stiess auch das andere auf Interesse.

Interessant sind die relativ starken Korrelationen zwischen den drei Angeboten «Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe», «Soziale und familiäre Problematik» und «Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung». Das heisst, dass Befragte, die eines dieser Angebote auswählten, sich tendenziell auch für die anderen beiden interessierten. Das wiederum zeigt, dass Personen, die ihre Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe erweitern möchten, dies auf verschiedenen Ebenen tun möchten, sich also auch für die sozialen, familiären und interkulturellen Herausforderungen eines jugendlichen Zielpublikums interessieren.

Eine ähnliche Korrelation ist zum Beispiel zwischen den Weiterbildungsangeboten «Beziehungs- und Kommunikationskompetenz» und «Pädagogische Methoden» zu beobachten. Das zeugt vom für die BB offensichtlichen Zusammenhang zwischen der Beziehungsdimension und der Wissensvermittlung und ihrem Wunsch, ihre Funktion mit pädagogischen Kompetenzen zu «professionalisieren».

Es wurden auch die Korrelationen zwischen den Kursangeboten und den Unterthemen ermittelt (siehe Tabellen 51 und 52 im Anhang). Wie bereits bei den Weiterbildungsangeboten förderte die Analyse auch hier mehr oder weniger starke positive Korrelationen zutage. Bemerkenswert ist etwa die besonders starke Korrelation zwischen dem Thema «*Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe*» und dem Unterthema «*Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen*». Wer also das Hauptthema auswählte, kreuzte mit hoher Wahrscheinlichkeit auch das Unterthema aus. Mit zusätzlichen Analysen können die ersten Erkenntnisse aus diesen Korrelationsanalysen verfeinert werden.

Aus der Korrelationsanalyse zwischen den Weiterbildungsangeboten, den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit (siehe Tabellen 53 und 54 im Anhang) geht beispielsweise hervor, dass die Kursform *Präsenzunterricht* positiv mit Weiterbildungsangeboten korreliert, bei denen der Mensch im Vordergrund steht. Diese Beziehung ist interessant, zeigt sie doch, dass es offenbar einen gewissen Zusammenhang zwischen dem Interesse an Bildungsangeboten zu menschlichen Aspekten und dem Wunsch nach Präsenzunterricht (anstelle von Fernunterricht) gibt. Einige Durchführungsmonate korrelieren positiv mit bestimmten Bildungsangeboten; diese Korrelationen können zu einem späteren Zeitpunkt mithilfe von detaillierteren Analysen näher beleuchtet werden.

<sup>5</sup> Die Stärke des Zusammenhangs wird mit einem oder zwei Sternen («\*») angegeben: Ein \* nach dem Koeffizienten bedeutet, dass zwischen zwei Variablen ein starker Zusammenhang besteht, zwei \*\* stehen für einen noch stärkeren und signifikanteren Zusammenhang.

<sup>6</sup> Weitere Informationen sind z. B. auf folgender Website zu finden: [https://www.jmp.com/de\\_de/statistics-knowledge-portal/what-is-correlation/correlation-coefficient.html](https://www.jmp.com/de_de/statistics-knowledge-portal/what-is-correlation/correlation-coefficient.html)

Aus der Korrelationsanalyse zwischen den Bildungsangeboten und den soziodemografischen Merkmalen wie etwa dem Zivilstand (siehe Tabelle 55 im Anhang) geht kein wesentlicher Zusammenhang zwischen den beiden Variablen hervor. Das heisst, dass der Zivilstand bei der Auswahl der Bildungsangebote keine Rolle spielt. Dasselbe gilt für das Geschlecht.

Dagegen gibt es Korrelationen zwischen den Weiterbildungsangeboten und der Unternehmensgrösse sowie, wenn auch weniger deutlich, den Tätigkeitsbereichen. Diese ersten aufschlussreichen Resultate werden zu einem späteren Zeitpunkt mit Detailanalysen vervollständigt.

Und schliesslich geht aus der Korrelationsanalyse zwischen soziodemografischen Merkmalen und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit sowie dem Durchführungsmonat (siehe Tabellen 56 und 57 im Anhang) unter anderem hervor, dass die Kursform *Präsenzunterricht* stark und auf unterschiedliche Art und Weise mit mehreren Merkmalen wie Geschlecht, Alter, Arbeitsort oder Funktion der befragten Person korreliert. Es sieht aus, als seien Frauen eher dem Präsenzunterricht zugetan als Männer. Derselbe Trend ist beim Alter zu beobachten: Je älter die Befragten, desto eher bevorzugen sie den Präsenzunterricht. Dieselbe Tendenz zeigt sich bei Personen, deren Arbeitsort sich in einer ländlichen Gegend befindet. Einen Unterschied gibt es auch zwischen Firmeninhaberinnen und -inhabern und BB: Letztere scheinen dem Präsenzunterricht stärker zugeneigt als die Firmeninhaber/innen.

Bei der Korrelationsanalyse zwischen erwünschtem Weiterbildungsumfang (in Tagen pro Jahr) und soziodemografischen Merkmalen fällt auf, dass der erwünschte Weiterbildungsumfang umso höher ausfällt, je jünger die Befragten sind. Dieses Ergebnis könnte einerseits damit zu tun haben, dass jüngere Befragte in ihrer Funktion neu sind und den Kurs mit 40 Lernstunden ergänzen möchten. Andererseits stellt sich mit zunehmendem Alter auch eine gewisse Ermüdung oder das Gefühl ein, keine Weiterbildungen mehr zu benötigen. Weiter fällt auf, dass mit der Grösse des Unternehmens, in dem die Antwortgeber/innen arbeiten, auch die Anzahl der gewünschten Weiterbildungstage steigt. Der Grund dafür liegt auf der Hand, ist es in grossen Betrieben doch einfacher, sich intern zu organisieren, sich von Kolleginnen/Kollegen vertreten zu lassen und die lernende Person für die Dauer der Weiterbildung einem Teammitglied anzuvertrauen. Und schliesslich wünschen sich die BB mehr Weiterbildungstage als die Firmeninhaber/innen.

Wie bereits erwähnt, werden die Korrelationsanalysen später dazu dienen, die Aussagekraft weitergehender, vertiefter Analysen zu stützen, insbesondere Analysen nach Branchen, Unternehmensgrösse oder Funktion der Befragten.

### **3.3 Vergleichsanalysen<sup>7</sup>**

Um die Beziehungen zwischen den Variablen, die im vorangehenden Kapitel (siehe Kapitel 3.2 Korrelationen) beleuchtet wurden, näher untersuchen zu können, wurden verschiedene Vergleichsanalysen vorgenommen. Dabei wurden insbesondere die Funktion der Befragten, die Unternehmensgrösse, der Tätigkeitsbereich und die geografische Region, in der sich das Unternehmen befindet, betrachtet. Aus diesen Analysen können anschliessend auch Beziehungen zwischen den meisten in diesem Bericht berücksichtigten Elementen abgeleitet werden. Dadurch erübrigen sich zusätzliche Interferenzanalysen, da sie Bestandteil der Vergleichsanalysen sind.

---

<sup>7</sup> In den Tabellen, die in diesem Kapitel präsentiert werden, sind in rosaroter Farbe die höchsten Prozentanteile markiert, in Gelb die tiefsten Prozentanteile. So können auf einen Blick die zwei Gruppen erkannt werden, die sich in Bezug auf die untersuchten Aspekte am stärksten voneinander unterscheiden.

### 3.3.1 Vergleich nach Funktion

#### *Weiterbildungsangebote*<sup>8</sup>

Zuerst haben wir die vier Kategorien von Funktionsbezeichnungen betrachtet, die im Fragebogen zur Auswahl vorgeschlagen wurden. Es sind dies:

- Angestellte/r mit Ausbildungsfunktion (abgeschlossener Kurs mit 40 Lernstunden);<sup>9</sup>
- Angestellte/r mit Ausbildungsfunktion (Kurs mit 40 Lernstunden noch nicht absolviert);<sup>10</sup>
- Firmeninhaber/in mit Ausbildungsfunktion;<sup>11</sup>
- Firmeninhaber/in ohne Ausbildungsfunktion<sup>12</sup>.

Um die Verteilung der Antwortgeber/innen auf die vier Kategorien zu ermitteln, wurden statistische Tests<sup>13</sup> durchgeführt. Tabelle 18 enthält die Anzahl Nennungen und die Prozentanteile der einzelnen Kategorien sowie die Ergebnisse der durchgeführten Tests.<sup>14</sup> Wenn in der letzten Spalte mindestens ein Stern (\*) angezeigt wird, bedeutet dies, dass die zahlenmässigen Unterschiede zwischen den Kategorien statistisch signifikant sind. Die Ergebnisse können somit als relevant und analysiert betrachtet werden.

---

<sup>8</sup> Anders als in den vorangehenden Kapiteln wird die Liste der Weiterbildungsangebote so verwendet wie im Fragebogen, das heisst, sie wird nicht mehr nach Vorlieben der Umfrageteilnehmer/innen geordnet.

<sup>9</sup> Nachfolgend als BB mit 40 Std. bezeichnet.

<sup>10</sup> Nachfolgend als BB ohne 40 Std. bezeichnet.

<sup>11</sup> Nachfolgend als Inh./BB bezeichnet.

<sup>12</sup> Nachfolgend als Inh. bezeichnet.

<sup>13</sup> Es handelt sich um den Chi-Quadrat-Test ( $\chi^2$ -Test), mit dem die Antwortanteile verschiedener Gruppen verglichen werden können.

<sup>14</sup> Bei den Zahlen gilt: je höher die Zahl, desto grösser der Unterschied zwischen den beiden Kategorien. Die Differenz wird mithilfe der beobachteten und der theoretischen Zahlen ermittelt, wobei die unterschiedlichen Kategoriengrössen berücksichtigt werden.

|                                                                                                              | <b>BB mit 40 Std<br/>(n=3'251)</b> | <b>BB ohne 40 Std<br/>(n=625)</b> | <b>BB/Firmeninhaber/in<br/>(n=888)</b> | <b>Firmeninhaber/in<br/>(n=304)</b> | $\chi^2$  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------|-----------|
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.) - 55.95% <sup>15</sup>            | 1994<br>61.33%                     | 321<br>51.36%                     | 380<br>42.79%                          | 144<br>47.37%                       | 115.08*** |
| Soziale und familiäre Problematik - 43.98%                                                                   | 1527<br>46.97%                     | 267<br>42.72%                     | 337<br>37.95%                          | 113<br>37.17%                       | 30.80***  |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung - 28.43%                       | 1035<br>31.84%                     | 172<br>27.52%                     | 155<br>17.45%                          | 83<br>27.30%                        | 71.41***  |
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen - 64.41%                        | 2153<br>66.23%                     | 411<br>65.76%                     | 515<br>58.00%                          | 194<br>63.82%                       | 21.14***  |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz - 49.77%                                                             | 1699<br>52.26%                     | 298<br>47.68%                     | 366<br>41.22%                          | 153<br>50.33%                       | 35.16***  |
| Pädagogische Methoden - 42.23%                                                                               | 1449<br>44.57%                     | 254<br>40.64%                     | 328<br>36.94%                          | 128<br>42.11%                       | 17.82***  |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) - 42.59%                                                              | 1392<br>42.82%                     | 277<br>44.32%                     | 378<br>42.57%                          | 119<br>39.14%                       | n.s.      |
| Digitale Kompetenzen - 34.43%                                                                                | 1168<br>35.93%                     | 194<br>31.04%                     | 273<br>30.74%                          | 103<br>33.88%                       | 11.78**   |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.) - 34.49%                                 | 1174<br>36.11%                     | 207<br>33.12%                     | 279<br>31.42%                          | 99<br>32.57%                        | 8.38*     |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem - 35.67%                                                 | 1210<br>37.22%                     | 246<br>39.36%                     | 249<br>28.04%                          | 102<br>33.55%                       | 30.24***  |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG, usw.) - 25.97% | 928<br>28.55%                      | 146<br>23.36%                     | 188<br>21.17%                          | 70<br>23.03%                        | 24.98***  |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 18: Weiterbildungsangebote nach Funktionen (in Anzahl und Prozent)

Betrachtet man die Mittelwerte der Gesamtstichprobe, zeigt sich, dass in Bezug auf die Weiterbildungswünsche nur die Kategorie der BB mit abgeschlossenem Kurs über 40 Lernstunden den Mittelwert überschreitet, und zwar bei allen Weiterbildungsangeboten. Beispiel: Das Weiterbildungsangebot *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* erreicht einen Gesamtschnitt von 55.95%, bei den BB mit 40 Std. dagegen liegt der Wert bei 61.33%.

Weiter sticht die Kategorie BB mit 40 Std. über praktisch alle Weiterbildungsangebote mit den höchsten Prozentanteilen ins Auge. Lediglich bei zwei Angeboten, nämlich *Zeitmanagement* und *Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem* verzeichnet die zweite Kategorie, d. h. die **BB ohne 40 Std.**, höhere Werte.

<sup>15</sup> Diese Prozentzahlen beziehen sich auf die Gesamtstichprobe (siehe Abschnitt 3.1.2). Dies ermöglicht es, die Quoten der verschiedenen Gruppen von Befragten mit den allgemein erhaltenen Antworten zu vergleichen.

Das ist nicht erstaunlich: Berufsbildner/innen ohne entsprechende Ausbildung haben vermutlich einen höheren Bedarf an Bildungsangeboten, die sich mit dem Berufsbildungssystem befassen, und interessieren sich eher für Kenntnisse, Kompetenzen und Werkzeuge, die ihnen helfen, den Spagat zwischen Ausbilden und produktiver Arbeit zu meistern. Überdies dürfte das Zeitproblem bei BB ohne 40 Std. ausgeprägter sein, da sie die Ausbildungsfunktion noch weniger «offiziell» ausüben und ihr Status deshalb noch weniger anerkannt ist als bei den übrigen BB.

Eine weitere Kategorie sticht hervor: **die Firmeninhaber/innen/BB**. Im Gegensatz zu den BB mit 40 Std. scheint diese Kategorie das geringste Interesse an praktisch allen Bildungsangeboten zu haben. Ihre Prozentanteile sind fast überall die tiefsten innerhalb der vier Kategorien. Die **Firmeninhaber/innen** schliesslich haben kaum Interesse an Weiterbildungen zum Thema *Soziale und familiäre Problematik* und *Zeitmanagement*. Sie verzeichnen hier die niedrigsten Prozentanteile der vier Kategorien.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass Antwortgeber/innen mit der Doppelfunktion BB/Firmeninhaber/in tendenziell ähnlich antworten wie die Firmeninhaber/innen ohne Ausbildungsfunktion, wobei die Ergebnisse bei den Befragten mit Doppelfunktion sogar noch deutlicher ausfallen. Es sieht so aus, als würde in Bezug auf die Weiterbildung der Status als Arbeitgeber stärker gewichtet als die Ausbildungsfunktion. Analog dazu sind auch die Antworten der BB, ob mit oder ohne 40 Std., einander ähnlich. In der Folge wurden deshalb für die weiteren Analysen die vier Kategorien auf zwei reduziert, das heisst, die Berufsbildner/innen (mit und ohne Kurs mit 40 Std.) bilden eine Kategorie (abgekürzt: BB) und die Firmeninhaber/innen (mit und ohne Ausbildungsfunktion) bilden die zweite Kategorie (abgekürzt: Inh.).

Tabelle 19 enthält die Anzahl Nennungen und Prozentanteile der Antworten und vergleicht die Kategorie BB (mit und ohne 40 Std.) mit der Kategorie der Firmeninhaber/innen.

|                                                                                                              | BB (n=226)     | Firmeninhaber/in (n=115) | $\chi^2$ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------|----------|
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.) – 55.95%                          | 2315<br>59.73% | 524<br>43.96%            | 91.98*** |
| Soziale und familiäre Problematik – 43.98%                                                                   | 1794<br>46.28% | 450<br>37.75%            | 26.91*** |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung – 28.43%                       | 1207<br>31.14% | 238<br>19.97%            | 55.84*** |
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen – 64.41%                        | 2564<br>66.15% | 709<br>59.48%            | 17.74*** |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz – 49.77%                                                             | 1997<br>51.52% | 519<br>43.54%            | 23.23*** |
| Pädagogische Methoden – 42.23%                                                                               | 1703<br>43.94% | 456<br>38.26%            | 12.04*** |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) – 42.59%                                                              | 1669<br>43.06% | 497<br>41.69%            | n.s.     |
| Digitale Kompetenzen – 34.43%                                                                                | 1362<br>35.14% | 376<br>31.54%            | 5.23*    |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.) – 34.49%                                 | 1381<br>35.63% | 378<br>31.71%            | 6.18*    |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem – 35.67%                                                 | 1456<br>37.56% | 351<br>29.45%            | 26.19*** |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG, usw.) – 25.97% | 1074<br>27.71% | 258<br>21.64%            | 17.31*** |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 19: Weiterbildungsangebote nach zusammengefassten Funktionen (in Anzahl und Prozent)

Über das gesamte Weiterbildungsangebot hinweg betrachtet, haben die **BB** mehr Angebote ausgewählt als die **Firmeninhaber/innen**. Nach wie vor liegen die Anteile der Kategorie BB über dem Mittelwert. Man kann folglich davon ausgehen, dass in Bezug auf das Interesse an Weiterbildungen und die Bereitschaft, an Weiterbildungen teilzunehmen oder das Personal für Weiterbildungen freizustellen, deutliche Unterschiede zwischen BB und Inh. bestehen.

Die grössten Unterschiede zeigen sich bei der Auswahl der Weiterbildungen, die Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe vermitteln. Hier besteht eine Abweichung von über 15% zwischen den Anteilen der BB und der Firmeninhaber/innen, die dieses Weiterbildungsangebot ausgewählt haben. **Kurz zusammengefasst**

- BB mit 40 Std. haben eine hohe Weiterbildungsbereitschaft und verzeichnen über praktisch alle Weiterbildungsangebote hinweg die höchsten Anteile.
- BB ohne 40 Std. bezeugen das grösste Interesse an Angeboten zum Thema Zeitmanagement und Berufsbildungssystem.
- Die Antworten der BB mit und ohne 40 Std. fallen tendenziell ähnlich aus.
- Inh. und Inh./BB antworten ebenfalls ähnlich, die Tendenzen bei den Inh./BB sind aber markanter.
- Die Ergebnisse zeigen, dass sich die verschiedenen Funktionen in der Kurswahl niederschlagen: Sie widerspiegeln den Weiterbildungsbedarf der BB ohne 40 Std., das Engagement der BB mit 40 Std. für ihre Funktion sowie die Einschränkungen, denen Inh./BB und Inh. unterworfen sind.

*Kursform, Bildungsform, Kurszeiten (inkl. Umfang und Distanz)*

|                     |                              | <b>BB (n=226)</b> | <b>Firmeninhaber/in (n=115)</b> | <b><math>\chi^2</math></b> |
|---------------------|------------------------------|-------------------|---------------------------------|----------------------------|
| <b>Kursform</b>     | Präsenzunterricht – 73.58%   | 2875              | 862                             | n.s.                       |
|                     |                              | 74.17%            | 72.32%                          |                            |
|                     | Fernunterricht – 30.81%      | 1233              | 332                             | 6.69*                      |
|                     |                              | 31.81%            | 27.85%                          |                            |
|                     | Blended Learning – 24.04%    | 970               | 251                             | 7.85**                     |
|                     |                              | 25.03%            | 21.06%                          |                            |
| <b>Bildungsform</b> | Kurs – 74.80%                | 2938              | 861                             | 6.18*                      |
|                     |                              | 75.80%            | 72.23%                          |                            |
|                     | Workshop – 48.69%            | 1949              | 524                             | 14.59***                   |
|                     |                              | 50.28%            | 43.96%                          |                            |
|                     | Erfahrungsaustausch – 55.54% | 2180              | 641                             | n.s.                       |
|                     |                              | 56.24%            | 53.78%                          |                            |
| <b>Zeit</b>         | Halbe Tage – 58.61%          | 2288              | 689                             | n.s.                       |
|                     |                              | 59.03%            | 57.80%                          |                            |
|                     | Ganze Tage – 63.65%          | 2642              | 591                             | 136.29***                  |
|                     |                              | 68.16%            | 49.58%                          |                            |
|                     | Abend – 17.46%               | 584               | 303                             | 67.67***                   |
|                     |                              | 15.07%            | 25.42%                          |                            |
|                     | Wochenende – 4.21%           | 150               | 64                              | 5.07*                      |
|                     |                              | 3.87%             | 5.37%                           |                            |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 20: Kursform, Bildungsform und Zeit nach zusammengefassten Funktionen (in Anzahl und Prozent)

Bei den **Kursformen** (siehe Tabelle 20) fällt zuerst auf, dass beide Kategorien mit deutlicher Mehrheit den Präsenzunterricht gewählt haben. Unabhängig von der Kursform haben die **BB** am häufigsten die verschiedenen Antwortoptionen ausgewählt. Beim *Fernunterricht* und beim *Blended Learning* liegt ihr Anteil statistisch signifikant über jenem der **Firmeninhaber/innen**. Beim *Präsenzunterricht* dagegen gibt es keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen den beiden Kategorien. Mit anderen Worten: BB sind eher bereit, Angebote mit Fernunterricht oder Blended Learning zu besuchen, als Firmeninhaber/innen. Die Anteile der BB liegen ferner leicht über dem Mittelwert der Gesamtstichprobe, jene der Firmeninhaber/innen leicht darunter.

Beide Kategorien bevorzugen als **Bildungsform** den Kurs. Die Prozentanteile der BB liegen im Falle der *Kurse* und *Workshops* statistisch signifikant über jenen der Firmeninhaber/innen. Auch beim *Erfahrungsaustausch* verzeichnen die BB leicht höhere Werte, einen statistisch signifikanten Unterschied zu den Firmeninhaberinnen und -inhabern gibt es hier aber nicht. Die Anteile der BB lagen auch hier über dem Gesamtmittelwert, jene der Firmeninhaber/innen darunter.

Bei den **Kurszeiten** wurden am häufigsten *Ganztage* ausgewählt, gefolgt von *Halbtagen*. Interessant ist, dass BB statistisch betrachtet weitaus häufiger *Ganztage* auswählten, während sich Firmeninhaber/innen vergleichsweise öfter für *Abend- und Wochenendveranstaltungen* entschieden. Sowohl bei den Abend- als auch bei den Wochenendveranstaltungen liegen die Anteile der Firmeninhaber/innen über dem Gesamtdurchschnitt.

Das dürfte darauf hindeuten, dass Letztere im Vergleich zu den BB und zur gesamten Stichprobe offener sind für Weiterbildungsveranstaltungen am Abend oder am Wochenende. Für die Organisation von Weiterbildungsveranstaltungen bringt dies zwei grosse Herausforderungen mit sich. Einerseits dürfte es für Firmeninhaber/innen schwierig sein, ihre BB für Weiterbildungen freizustellen oder, wenn sie selbst die Ausbildungsfunktion innehaben, sich die Zeit für Weiterbildungen freizuschaffen, ohne dass der Betrieb gestört wird. Andererseits wird bei Weiterbildungsveranstaltungen (ausserhalb der beruflichen Weiterbildung), die zumindest teilweise in die Freizeit fallen, die Verantwortung für die Weiterbildung den Personen übertragen, die sich weiterbilden wollen, statt dem Unternehmen.

Bei den bevorzugten **Durchführungsmonaten** für Weiterbildungen (siehe Tabelle 58 im Anhang) haben die Firmeninhaber/innen interessanterweise wesentlich häufiger die Monate *Januar, Februar* und *Dezember* ausgewählt. Bei den BB waren dagegen die Monate *April, Mai, September, Oktober* und *November* sowie die Antwortoption «*Egal – kein bevorzugter Weiterbildungsmonat*» am häufigsten vertreten. Für die Monate März sowie die drei Sommermonate gibt es zwischen den beiden Kategorien keine signifikanten Unterschiede. Relevante Unterschiede in Bezug auf die Durchführungsmonate dürfte es eher zwischen den verschiedenen Branchen geben.

|                                         | FEE (n=3876) | Firmeninhaber/in (n=1192) |
|-----------------------------------------|--------------|---------------------------|
| Dauer (Tage/Jahr) – 2.48                | 2.64         | 2.00                      |
| Distanz <sup>16</sup> (Minuten) – 48.64 | 49.54        | 45.71                     |

Tabelle 21: Dauer und Distanz für die Kurse nach zusammengefassten Funktionen (Mittelwerte)

Schliesslich förderte der Vergleich der Antworten von BB und Firmeninhaberinnen/-inhabern in Bezug auf den idealen **Umfang** von Weiterbildungen in Tagen pro Jahr und die maximale **Distanz** für die Anreise zum Weiterbildungsort (siehe Tabelle 21) statistisch signifikante Unterschiede zutage.<sup>17</sup> Die BB halten durchschnittlich 2.64 Weiterbildungstage pro Jahr für ideal, die Firmeninhaber/innen durchschnittlich zwei Tage, was unter dem Gesamtdurchschnitt liegt. Die BB sind überdies bereit, längere Anfahrtswege in Kauf zu nehmen, ihr Wert liegt hier gar leicht über dem Gesamtdurchschnitt. Die Anteile der Firmeninhaber/innen dagegen liegen deutlich darunter. In diesen beiden Aspekten zeigen sich einmal mehr die Unterschiede zwischen BB und Firmeninhaberinnen und -inhabern in Bezug auf die Weiterbildungsbereitschaft und die Bereitschaft, sich selbst oder das Personal für Weiterbildungen freizustellen.

<sup>16</sup> Minuten werden in Dezimalzahlen und nicht im Zeitformat angegeben. So entsprechen z.B. 51.08 Minuten 51 Minuten und 4 Sekunden.

<sup>17</sup> Es handelt sich um Varianzanalysen (ANOVA), mit denen die Mittelwerte von mehreren Gruppen derselben Stichprobe verglichen werden können.

### Kurz zusammengefasst

- Die beliebteste Kursform ist der Präsenzunterricht. Die BB sind allerdings eher auch an Fernunterricht und Blended Learning interessiert als die Inh.
- Beide Kategorien bevorzugen als Bildungsform den Kurs, die BB zeigen mit Anteilen, die systematisch über dem Gesamtdurchschnitt liegen, allerdings mehr Offenheit gegenüber anderen Bildungsformen (Workshops, Erfahrungsaustausch) als die Inh.
- Die BB bevorzugen Ganztage, die Inh. sind hingegen eher bereit, an Abend- und Wochenendveranstaltungen teilzunehmen.
- In Bezug auf die Anzahl Weiterbildungstage pro Jahr und die Distanz zum Weiterbildungsort liegen die Angaben der BB signifikant höher als diejenigen der Inh.
- Insgesamt fördern die Ergebnisse grosse Unterschiede zwischen Inh. und BB in Bezug auf das Weiterbildungsinteresse und die Vorstellungen darüber zutage. Auf BB-Seite ist ein ausgeprägtes Interesse an Weiterbildungen vorhanden, auf Inh.-Seite eine gewisse Zurückhaltung, wenn es darum geht, die benötigten Ressourcen und die Zeit für Weiterbildungen bereitzustellen. Überdies gibt es unterschiedliche Vorstellungen zur Frage, ob Arbeitgeber oder Angestellte für die Weiterbildung verantwortlich sind.

### 3.3.2 Vergleiche nach Unternehmensgrösse

#### *Weiterbildungsangebote*

Eine weitere relevante Variable für den Vergleich der Weiterbildungsbereitschaft der Antwortgeber/innen ist die Unternehmensgrösse. In unserem Fragebogen haben wir dieselben Grössenkategorien der Unternehmen verwendet wie das Bundesamt für Statistik:

- **Mikrounternehmen**, weniger als 10 Beschäftigte
- **Kleinunternehmen**, 10–49 Beschäftigte
- **Mittlereunternehmen**, 50–249 Beschäftigte
- **Grossunternehmen**, >250 Beschäftigte.

### Betriebsgrösse und Weiterbildungswünsche

|                                                                                                              | <b>Mikro<br/>(n=906)</b> | <b>Kleine<br/>(n=1738)</b> | <b>Mittlere<br/>(n=1299)</b> | <b>Grosse<br/>(n=1125)</b> | <b><math>\chi^2</math></b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.) – 55.95%                          | 381<br>42.05%            | 890<br>51.21%              | 810<br>62.36%                | 758<br>67.38%              | 168.13****                 |
| Soziale und familiäre Problematik – 43.98%                                                                   | 353<br>38.96%            | 733<br>42.17%              | 597<br>45.96%                | 561<br>49.87%              | 29.22***                   |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung – 28.43%                       | 176<br>19.43%            | 415<br>23.88%              | 443<br>34.10%                | 411<br>36.53%              | 111.44***                  |
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen – 64.41%                        | 532<br>58.72%            | 1137<br>65.42%             | 853<br>65.67%                | 751<br>66.76%              | 17.14***                   |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz - 49.77%                                                             | 418<br>46.14%            | 855<br>49.19%              | 632<br>48.65%                | 611<br>54.31%              | 14.91**                    |
| Pädagogische Methoden – 42.23%                                                                               | 353<br>38.96%            | 657<br>37.80%              | 578<br>44.50%                | 571<br>50.76%              | 53.78***                   |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) – 42.59%                                                              | 408<br>45.03%            | 736<br>42.35%              | 551<br>42.42%                | 471<br>41.87%              | n.s.                       |
| Digitale Kompetenzen – 34.43%                                                                                | 256<br>28.26%            | 545<br>31.36%              | 480<br>36.95%                | 457<br>40.62%              | 45.37***                   |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.) – 34.49%                                 | 291<br>32.12%            | 576<br>33.14%              | 474<br>36.49%                | 418<br>37.16%              | 9.36*                      |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem – 35.67%                                                 | 291<br>32.12%            | 594<br>34.18%              | 478<br>36.80%                | 444<br>39.47%              | 14.46**                    |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GlG, usw.) – 25.97% | 219<br>24.17%            | 406<br>23.36%              | 378<br>29.10%                | 329<br>29.24%              | 20.16***                   |

Anmerkung: \*:  $p < .05$ ; \*\*:  $p < .01$ ; \*\*\*:  $p < .001$ ; n.s.: nicht signifikant.

Tabelle 22: Weiterbildungsangebote nach Betriebsgrösse (in Anzahl und Prozent)

Bei allen Weiterbildungsangeboten (mit Ausnahme des *Zeitmanagements*, bei dem es allerdings keine signifikanten Unterschiede zwischen den Kategorien gibt), fällt der grösste Anteil der Nennungen auf Personen, die in einem **Grossunternehmen** arbeiten (siehe Tabelle 22). Am anderen Ende des Spektrums ist die Kategorie **Mikrounternehmen** zu finden.

Die markantesten Unterschiede sind beim Angebot *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* zu beobachten. Zwei von fünf Personen, die in einem Mikrounternehmen tätig sind, haben das Angebot ausgewählt. In der Kategorie Grossunternehmen waren es zwei von drei Personen. Eine ähnliche Tendenz, wenn auch weniger ausgeprägt, zeigt sich beim Angebot *Interkulturelle Herausforderungen*. In der Kategorie Mikrounternehmen hat ein Fünftel der Personen das Angebot ausgewählt, bei den Grossunternehmen war es mehr als ein Drittel der Personen.

Im Vergleich mit der Gesamtstichprobe liegen bei den meisten gewählten Angeboten die Anteile der Personen, die in **mittleren und grossen Unternehmen** arbeiten, über dem Gesamtdurchschnitt, in der Kategorie **Mikro- und Kleinunternehmen** dagegen darunter. Es scheint, als würde die Unternehmensgrösse das Weiterbildungsverhalten (ausserhalb der beruflichen Weiterbildung) direkt beeinflussen.



Die Spannungen zwischen produktiver Arbeit und Organisation der Ausbildungsarbeit dürften den Handlungsspielraum von Klein- und Mikrounternehmen einschränken und ihnen die Freistellung des Personals für Weiterbildungen erschweren. Das Fehlen eines signifikanten Unterschieds beim Angebot *Zeitmanagement* ist wohl so zu verstehen, dass das Problem Produktion–Ausbildung und Umgang mit einer Doppelfunktion (siehe Lamamra et al., 2020) alle Unternehmen unabhängig von ihrer Grösse betrifft und nicht ausschliesslich mit dem Unternehmensumfeld zu tun hat, sondern eher mit der Ausbildungsfunktion.

### Kurz zusammengefasst

- Personen, die in Grossunternehmen arbeiten, haben mehr Weiterbildungsangebote ausgewählt als Beschäftigte in Mikrounternehmen.
- Diese Tendenz ist bei Kursen, die eher kontextbezogene Aspekte thematisieren (z. B. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe, interkulturelle Herausforderungen), ausgeprägter als bei den anderen Angeboten.
- Ähnliche Unterschiede gibt es zwischen Beschäftigten in grossen und mittleren Unternehmen einerseits und jenen, die in Mikro- und Kleinbetrieben arbeiten, andererseits: Erstere haben überdurchschnittlich, Letztere unterdurchschnittlich viele Angebote ausgewählt.
- Aus den Ergebnissen lässt sich herauslesen, dass die Unternehmensgrösse Einfluss auf das Weiterbildungsverhalten hat und dass kleinere Betriebe von den diesbezüglichen Einschränkungen besonders betroffen sind.

*Kursform, Bildungsform, Kurszeiten (inkl. Umfang und Distanz)*

|              |                              | Mikro (n=906) | Kleine (n=1738) | Mittlere (n=1299) | Grosse (n=1125) | $\chi^2$  |
|--------------|------------------------------|---------------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------|
| Kursform     | Präsenzunterricht – 73.58%   | 669           | 1276            | 985               | 807             | n.s.      |
|              |                              | 73.84%        | 73.42%          | 75.83%            | 71.73%          |           |
|              | Fernunterricht – 30.81%      | 281           | 554             | 378               | 352             | n.s.      |
|              |                              | 31.02%        | 31.88%          | 29.10%            | 31.29%          |           |
|              | Blended Learning – 24.04%    | 147           | 372             | 349               | 353             | 75.65***  |
|              |                              | 16.23%        | 21.40%          | 26.87%            | 31.38%          |           |
| Bildungsform | Kurs - 74.80%                | 674           | 1330            | 958               | 837             | n.s.      |
|              |                              | 74.39%        | 76.52%          | 73.75%            | 74.40%          |           |
|              | Workshop – 48.69%            | 365           | 783             | 694               | 631             | 70.10***  |
|              |                              | 40.29%        | 45.05%          | 53.43%            | 56.09%          |           |
|              | Erfahrungsaustausch – 55.54% | 484           | 922             | 754               | 661             | 14.00**   |
|              |                              | 53.42%        | 53.05%          | 58.04%            | 58.76%          |           |
| Zeit         | Halbe Tage – 58.61%          | 509           | 1019            | 794               | 655             | n.s.      |
|              |                              | 56.18%        | 58.63%          | 61.12%            | 58.22%          |           |
|              | Ganze Tage – 63.65%          | 476           | 1063            | 888               | 806             | 96.65***  |
|              |                              | 52.54%        | 61.16%          | 68.36%            | 71.64%          |           |
|              | Abend – 17.46%               | 243           | 341             | 177               | 126             | 104.36*** |
|              |                              | 26.82%        | 19.62%          | 13.63%            | 11.20%          |           |
|              | Wochenende – 4.21%           | 59            | 77              | 41                | 37              | 18.01***  |
|              |                              | 6.51%         | 4.43%           | 3.16%             | 3.29%           |           |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 23: Kursform, Bildungsform und Zeit nach Betriebsgrösse (in Anzahl und Prozent)

Bei den **Kursformen** (siehe Tabelle 23) fällt zuallererst der deutliche Unterschied zwischen Mikrounternehmen und Grossunternehmen auf. In erster Linie betrifft dies das Format *Blended Learning*: In der Kategorie Grossunternehmen wurde die Kursform mit 31.38% doppelt so häufig ausgewählt wie in der Kategorie Mikrounternehmen (16.23%). Ein Grund dafür könnte sein, dass Blended Learning in grossen Unternehmen, in denen die für den Fernunterricht benötigten Arbeitsplätze eher vorhanden sind, leichter umgesetzt werden kann.

Antwortgeber/innen aus Grossunternehmen zeigten überdies ein grösseres Interesse an der **Bildungsform Workshop** als andere Antwortgeber/innen, insbesondere als jene aus Mikrounternehmen. Insgesamt steigt das Interesse an Workshops mit zunehmender Unternehmensgrösse: Je grösser das Unternehmen, desto häufiger wurde die Bildungsform Workshop ausgewählt. Das Gleiche gilt, wenn auch weniger ausgeprägt, für den *Erfahrungsaustausch*. Das könnte eventuell daran liegen, dass ein solcher Austausch in Form von Unternehmensseminaren oder internen Schulungen in grossen Betrieben bereits etabliert ist. In Mikro- und Kleinbetrieben ist die Organisation eines Erfahrungsaustauschs dagegen schwierig bis unmöglich. Ausserdem lassen sich an dieser Frage womöglich verschiedene Führungsformen herauslesen (Familienbetriebe mit starker Hierarchie, stark hierarchische Strukturen mit mittlerem Kader, horizontale und/oder partizipative Führungsformen).

Am interessantesten sind aber die Ergebnisse zu den bevorzugten **Kurszeiten**: Befragte aus mittelgrossen und grossen Betrieben bevorzugen eher *Ganztage*. Bei den *Abendveranstaltungen* und, wenn auch in geringerem Umfang, bei *Wochenendveranstaltungen* verhält es sich gerade umgekehrt: Die Antwortgeber/innen aus Mikrounternehmen waren Weiterbildungsveranstaltungen am Abend oder am Wochenende anteilmässig eher zugetan als die Antwortgeber/innen aus Grossbetrieben. In Mikro- und Kleinbetrieben ist es schwieriger, Personal für die Weiterbildung freizustellen oder sich als Firmeninhaber/in die Zeit für Weiterbildungen zu nehmen, da die Organisation der Ausbildung auf wenige Schultern verteilt ist. Eine pragmatische Reaktion darauf ist, Weiterbildungen ausserhalb der Arbeitszeit (Abend, Wochenende) zu besuchen. Die Ergebnisse zeugen überdies von der Auffassung, dass ausserberufliche Weiterbildung eher in der Verantwortung jedes Einzelnen liegt als beim Arbeitgeber.

Die Antwortgeber/innen aus Mikrounternehmen sind anteilmässig eher bereit, sich in den **Monaten** Januar und Februar weiterzubilden als Befragte aus den übrigen (grösseren) Unternehmen (siehe Tabelle 59 im Anhang). Dafür gaben Angehörige von Grossunternehmen häufiger an, für Weiterbildungen in den Monaten März, April, Mai und Juni sowie Oktober und Dezember verfügbar zu sein. In den Sommermonaten gibt es keine statistisch signifikanten Unterschiede nach Unternehmensgrössen.

|                           | <b>Mikro<br/>(n=906)</b> | <b>Kleine<br/>(n=1738)</b> | <b>Mittlere<br/>(n=1299)</b> | <b>Grosse<br/>(n=1125)</b> |
|---------------------------|--------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|
| Dauer (Tage/Jahr)- 2.48   | 2.14                     | 2.35                       | 2.66                         | 2.74                       |
| Distanz (Minuten) – 48.64 | 44.72                    | 48.10                      | 50.40                        | 50.58                      |

Tabelle 24: Dauer und Distanz für Kurse nach Betriebsgrösse (Mittelwerte)

Aus der Analyse zum idealen **Umfang** von Weiterbildungsveranstaltungen (in Tagen pro Jahr) sowie der **Distanz** zum Weiterbildungsort (von Tür zu Tür, siehe Tabelle 24) lassen sich verschiedene Aspekte ableiten: In den Kategorien mittlere und grosse Unternehmen fallen die Antworten ähnlich aus, das heisst, es gibt in Bezug auf die Mittelwerte keine statistisch signifikanten Unterschiede. Vergleicht man allerdings die Antworten der anderen Kategorien, fällt auf, dass insbesondere die Mittelwerte der Kategorie Mikrounternehmen tiefer sind als in den anderen Kategorien. In der Kategorie Kleinunternehmen sind die statistischen Werte höher als bei den Mikrounternehmen, liegen aber unter jenen der Kategorien mittlere und grosse Unternehmen.

Insgesamt ist festzustellen, dass mit zunehmender Unternehmensgrösse auch die Anzahl der erwünschten Weiterbildungstage sowie die Bereitschaft steigt, grössere Distanzen zum Bildungsort zurückzulegen. In anderen Worten: Personen, die in mittelgrossen und grossen Betrieben arbeiten, wünschen sich mehr Weiterbildungstage und wären bereit, längere Anfahrtswege zum Bildungsort auf sich zu nehmen als Personen, die in Mikro- und Kleinbetrieben arbeiten.

### Kurz zusammengefasst

- Bei der Kursform Blended Learning ist ein grosser Unterschied zwischen den Kategorien Grossunternehmen und Mikrounternehmen festzustellen.
- Partizipative Bildungsformen (Workshop, Erfahrungsaustausch) waren bei Befragten aus Grossunternehmen beliebter als bei den übrigen Befragten.
- Befragte, die in Grossunternehmen arbeiten, bevorzugen ganztägige Weiterbildungen, in den Mikro- und Kleinunternehmen dagegen sind Bildungsveranstaltungen am Abend oder am Wochenende beliebter.
- Die Zahl der erwünschten Weiterbildungstage pro Jahr und die zurückzulegende Distanz zum Bildungsort liegt in den Kategorien mittlere und grosse Unternehmen deutlich über jener der Kategorien Mikro- und Kleinunternehmen.
- Die Analyse macht den Einfluss der Unternehmensgrösse auf die Weiterbildungsmöglichkeiten deutlich. Die Ergebnisse hier sind mit jenen in Bezug auf die Funktion vergleichbar: Die Antworten der Kategorien Mikro- und Kleinunternehmen fallen ähnlich aus wie jene der Kategorie Inh./BB, während die Antworten der Kategorien mittlere und grosse Unternehmen mit jenen der Kategorie BB mit/ohne 40 Std. vergleichbar sind.

### 3.3.3 Vergleich nach Tätigkeitsbereich

Im Fragebogen wurden folgende Tätigkeitsbereiche<sup>18</sup> verwendet:

- Land-, Forst und Viehwirtschaft<sup>19</sup>
- Produktion, Industrie, Gewerbe (ausser Bau)<sup>20</sup>
- Technische und Informatikberufe<sup>21</sup>
- Bau- und Baunebengewerbe, einschliesslich Bergbauindustrie<sup>22</sup>
- Handel und Transportwesen<sup>23</sup>
- Gastgewerbe und Personendienstleistungen<sup>24</sup>
- Verwaltung, Administration, Banken, Versicherungen, Recht<sup>25</sup>
- Gesundheitsberufe, Lehrberuf und künstlerische Berufe<sup>26</sup>

<sup>18</sup> Die Kategorie «andere» wird angesichts der beschränkten Anzahl Nennungen nicht mehr berücksichtigt, da keine tragfähige Analyse möglich ist.

<sup>19</sup> In den Tabellen mit «Land» abgekürzt.

<sup>20</sup> In den Tabellen mit «Indu» abgekürzt.

<sup>21</sup> In den Tabellen mit «Info» abgekürzt.

<sup>22</sup> In den Tabellen mit «Bau» abgekürzt.

<sup>23</sup> In den Tabellen mit «Hand» abgekürzt.

<sup>24</sup> In den Tabellen mit «Gast» abgekürzt.

<sup>25</sup> In den Tabellen mit «Admin» abgekürzt.

<sup>26</sup> In den Tabellen mit «Ge-Le» abgekürzt.

### Weiterbildungsangebote

|                                                                                                              | <b>Land<br/>(n=150)</b> | <b>Indu<br/>(n=585)</b> | <b>Info<br/>(n=415)</b> | <b>Bau<br/>(n=841)</b> | <b>Hand<br/>(n=324)</b> | <b>Gast<br/>(n=341)</b> | <b>Admin<br/>(n=1028)</b> | <b>Ge-Le<br/>(n=1309)</b> | <b>X<sup>2</sup></b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------|
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.) - 55.95%                          | 61                      | 310                     | 229                     | 387                    | 175                     | 193                     | 648                       | 784                       | 85.56***             |
|                                                                                                              | 40.67%                  | 52.99%                  | 55.18%                  | 46.02%                 | 54.01%                  | 56.60%                  | 63.04%                    | 59.89%                    |                      |
| Soziale und familiäre Problematik - 43.98%                                                                   | 51                      | 245                     | 190                     | 325                    | 139                     | 124                     | 485                       | 643                       | 48.02***             |
|                                                                                                              | 34.00%                  | 41.88%                  | 45.78%                  | 38.64%                 | 42.90%                  | 36.36%                  | 47.18%                    | 49.12%                    |                      |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung - 28.43%                       | 9                       | 140                     | 100                     | 158                    | 83                      | 103                     | 296                       | 524                       | 180.37***            |
|                                                                                                              | 6.00%                   | 23.93%                  | 24.10%                  | 18.79%                 | 25.62%                  | 30.21%                  | 28.79%                    | 40.03%                    |                      |
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen - 64.41%                        | 88                      | 356                     | 246                     | 495                    | 212                     | 203                     | 739                       | 882                       | 56.26***             |
|                                                                                                              | 58.67%                  | 60.85%                  | 59.28%                  | 58.86%                 | 65.43%                  | 59.53%                  | 71.89%                    | 67.38%                    |                      |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz - 49.77%                                                             | 59                      | 246                     | 186                     | 351                    | 146                     | 163                     | 542                       | 775                       | 107.31***            |
|                                                                                                              | 39.33%                  | 42.05%                  | 44.82%                  | 41.74%                 | 45.06%                  | 47.80%                  | 52.72%                    | 59.21%                    |                      |
| Pädagogische Methoden - 42.23%                                                                               | 53                      | 214                     | 188                     | 282                    | 116                     | 112                     | 442                       | 705                       | 141.18***            |
|                                                                                                              | 35.33%                  | 36.58%                  | 45.30%                  | 33.53%                 | 35.80%                  | 32.84%                  | 43.00%                    | 53.86%                    |                      |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) - 42.59%                                                              | 68                      | 258                     | 153                     | 376                    | 132                     | 166                     | 377                       | 600                       | 34.88***             |
|                                                                                                              | 45.33%                  | 44.10%                  | 36.87%                  | 44.71%                 | 40.74%                  | 48.68%                  | 36.67%                    | 45.84%                    |                      |
| Digitale Kompetenzen - 34.43%                                                                                | 35                      | 206                     | 120                     | 277                    | 126                     | 132                     | 365                       | 455                       | 21.57**              |
|                                                                                                              | 23.33%                  | 35.21%                  | 28.92%                  | 32.94%                 | 38.89%                  | 38.71%                  | 35.51%                    | 34.76%                    |                      |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.) - 34.49%                                 | 39                      | 224                     | 141                     | 266                    | 105                     | 134                     | 353                       | 465                       | 19.00*               |
|                                                                                                              | 26.00%                  | 38.29%                  | 33.98%                  | 31.63%                 | 32.41%                  | 39.30%                  | 34.34%                    | 35.52%                    |                      |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem - 35.67%                                                 | 35                      | 202                     | 131                     | 257                    | 115                     | 134                     | 440                       | 466                       | 47.66***             |
|                                                                                                              | 23.33%                  | 34.53%                  | 31.57%                  | 30.56%                 | 35.49%                  | 39.30%                  | 42.80%                    | 35.60%                    |                      |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG, usw.) - 25.97% | 29                      | 144                     | 106                     | 191                    | 85                      | 88                      | 231                       | 438                       | 52.83***             |
|                                                                                                              | 19.33%                  | 24.62%                  | 25.54%                  | 22.71%                 | 26.23%                  | 25.81%                  | 22.47%                    | 33.46%                    |                      |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 25: Weiterbildungsangebote nach Tätigkeitsbereich (in Anzahl und Prozent)

Das erste Ergebnis, das es in dieser Hinsicht hervorzuheben gilt, ist der Einfluss des Tätigkeitsbereichs auf die Weiterbildungsbereitschaft (siehe Tabelle 25). Tendenziell fallen einzelne Branchen durch ein geringes Interesse an (ausserberuflichen) Weiterbildungen auf, unabhängig vom Thema. Dies trifft insbesondere auf die **Land-, Forst- und Viehwirtschaft** zu, die bei neun von elf Angeboten die tiefsten Werte verzeichnet und mit Werten auffällt, die systematisch den Gesamtdurchschnitt unterschreiten. Auch in der **Industrie** und im **Baugewerbe** liegen viele Werte unter dem Gesamtdurchschnitt. In anderen Tätigkeitsbereichen scheint das Interesse an den vorgeschlagenen Weiterbildungsangeboten dafür umso grösser, so etwa in der Branche **Gesundheit, Lehrberufe und künstlerische Berufe**, die bei sechs von elf Bildungsangeboten die höchsten Werte verzeichnen und über alle Angebote hinweg mit Anteilen über dem Gesamtdurchschnitt hervorstechen. Auch in der Branche **Verwaltung, Administration, Banken, Versicherungen, Recht** liegen viele Werte über dem Gesamtdurchschnitt.

Weiter hervorzuheben ist das Bildungsangebot *Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen*, das in allen Kategorien am häufigsten ausgewählt wurde, was einmal mehr die Bedeutung des Themas unterstreicht. Es zeigt sich deutlich, dass die BB-Funktion übergreifende Merkmale hat, die über Unternehmensgrössen und über den Tätigkeitsbereich hinausgehen.

Ein näherer Blick auf einzelne Tätigkeitsbereiche zeigt, dass in den Bereichen Land-, Forst- und Viehwirtschaft sowie Bau nach dem Angebot zu den Rollen der BB am häufigsten die Bildungsangebote *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* und *Zeitmanagement* ausgewählt wurden. Ein Grund für das Interesse an der jugendlichen Zielgruppe könnte etwa sein, dass in einzelnen Branchen (Land) im Jahr 2022 besonders viele Lehrstellen geschaffen wurden,<sup>27</sup> während andere (Bau) Mühe haben, Lernende zu rekrutieren, und überdies viele Lehrvertragsauflösungen verzeichnen. In beiden Fällen ist Wissen über die Zielgruppe unabdingbar. Nur so können Angebote angepasst werden, Jugendliche für einen Beruf begeistert und an den Beruf gebunden werden. Auch in Branchen, in denen neue Stellen geschaffen wurden, dürfte angesichts von zahlreichen BB, die diese Rolle neu übernommen haben, das Interesse am jugendlichen Zielpublikum gross sein. Das Interesse am Weiterbildungsangebot «Zeitmanagement» dürfte auf die besonderen Arbeitsbedingungen wie Saison- und Wetterabhängigkeit zurückzuführen sein, die das Zeitmanagement zwischen produktiver Arbeit und Ausbildungsfunktion in diesen Branchen besonders schwierig machen.

Weiterbildungen zum Thema Zeitmanagement sind auch im Gastgewerbe gefragt; die Branche verzeichnete gar über alle Tätigkeitsbereiche hinweg das höchste Interesse an diesem Angebot. Das ist nicht erstaunlich, ist die Branche doch starken saisonalen Schwankungen unterworfen und der Alltag durch Hochbetriebszeiten gekennzeichnet, was die Organisation der Lernendenausbildung massiv erschweren kann.

In der Branche Gesundheit und Lehrberufe, die an Weiterbildungen insgesamt am meisten Interesse bekundete, lag der Fokus vorwiegend bei Angeboten mit direktem Bezug zur Beziehung BB-Lernende. Das Weiterbildungsangebot *Beziehungs- und Kommunikationskompetenz* etwa stiess bei drei von fünf Befragten aus besagter Branche auf Interesse. In der Branche Land dagegen waren es lediglich zwei von fünf Personen. Das ist angesichts der Beziehungskomponente, die in diesen Berufen eine zentrale Rolle spielt, etwa im Umgang mit Patienten, der Kundschaft oder mit Schülerinnen und Schülern, nicht erstaunlich.

---

<sup>27</sup> Weitere Informationen sind hier zu finden <https://www.sbfi.admin.ch/sbfi/de/home/bildung/bwb/bgb/nahtstellenbarometer.html>.

Die Branche Administration hebt sich von den anderen Tätigkeitsbereichen mit einem leicht höheren Interesse am Weiterbildungsangebot *Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem* ab. Sie verzeichnet überdies, zusammen mit der Branche Technische und Informatikerberufe, das geringste Interesse am Angebot *Zeitmanagement*. Insgesamt dürfte sich die Spannung zwischen produktivem Arbeiten und Ausbilden in den Berufen des Tertiärbereichs (ohne personenbezogene Dienstleistungen) wohl anders äussern als in den übrigen Branchen; insbesondere ist der Tertiärbereich von externen Einschränkungen und Unvorhersehbarem wahrscheinlich weniger betroffen, wodurch sich die Lernendenausbildung leichter in den Arbeitsalltag integrieren lässt als in anderen Branchen.

In Bezug auf die Weiterbildungsinteressen ist ferner das Angebot *Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung* hervorzuheben. Hier treten mit Werten, die von 6% in der Branche Land bis 40% in der Branche Gesundheit und Lehrberufe reichen, die deutlichsten Unterschiede zwischen den Branchen zutage.

Und schliesslich geht aus den Analysen hervor, dass Bildungsangebote zum Thema *Digitale Kompetenzen* in den Branchen Hand und Gast auf das grösste Interesse stossen. Das könnte auf den massiven Ausbau von E-Services und Online-Reservations- und Bewertungsplattformen im Gastgewerbe zurückzuführen sein. Aufgrund dieser Entwicklung werden von den Fachkräften nunmehr Kompetenzen gefordert, die wenig mit den bisher in der Branche gefragten Kompetenzen zu tun haben (Balsiger et al., 2022).

#### **Kurz zusammengefasst**

- Das Interesse an (ausserberuflicher) Weiterbildung unterscheidet sich je nach Tätigkeitsbereich. Antwortgeber/innen einzelner Branchen (Land, Indu) haben insgesamt wenig Bildungsangebote ausgewählt, Angehörige anderer Branchen (Ge-Le, Admin) zeigen dagegen Interesse an verschiedensten Themen.
- Das Angebot *Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen* stösst über alle Branchen hinweg auf das grösste Interesse.
- Interessant sind die branchenspezifischen Interessen: Die Branchen Land und Bau interessieren sich besonders für Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe und für Zeitmanagement; die Branchen Ge-Le für Beziehungs- und Kommunikationskompetenz; der Bereich Admin zeigt besonderes Interesse für allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem und das Gastgewerbe für Zeitmanagement. Die Branchen Hand und Gast heben sich durch ein grösseres Interesse am Angebot *Digitale Kompetenzen* ab.
- Die Ergebnisse lassen auf einen Zusammenhang zwischen den spezifischen Herausforderungen der jeweiligen Tätigkeitsbereiche und den von den Branchenangehörigen ausgewählten (oder nicht ausgewählten) Angeboten schliessen. Mit Weiterbildungen wollen die Befragten nicht nur ihre Kompetenzen als BB erweitern; vielmehr sollen die Angebote Themen wie Rekrutierungsprobleme oder Bindung von Lernenden an eine Branche und, besonders in Branchen mit starken saisonalen Schwankungen und Hochbetriebszeiten, das Thema Zeitmanagement angehen.

*Kursform, Bildungsform, Kurszeiten (inkl. Umfang und Distanz)*

|              |                                           | Land<br>(n=150) | Indu<br>(n=585) | Info<br>(n=415) | Bau<br>(n=841) | Hand<br>(n=324) | Gast<br>(n=341) | Admin<br>(n=1028) | Ge-Le<br>(n=1309) | $\chi^2$ |
|--------------|-------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|----------|
| Kursform     | Präsenz-<br>unterricht -<br>73.58%        | 121             | 462             | 280             | 680            | 224             | 251             | 748               | 918               | 55.36*** |
|              |                                           | 80.67%          | 78.97%          | 67.47%          | 80.86%         | 69.14%          | 73.61%          | 72.76%            | 70.13%            |          |
|              | Fernunter-<br>richt -<br>30.81%           | 32              | 151             | 161             | 213            | 102             | 89              | 352               | 443               | 52.47*** |
|              |                                           | 21.33%          | 25.81%          | 38.80%          | 25.33%         | 31.48%          | 26.10%          | 34.24%            | 33.84%            |          |
|              | Blended<br>Learning -<br>24.04%           | 22              | 110             | 128             | 134            | 93              | 79              | 292               | 337               | 77.66*** |
|              |                                           | 14.67%          | 18.80%          | 30.84%          | 15.93%         | 28.70%          | 23.17%          | 28.40%            | 25.74%            |          |
| Bildungsform | Kurs -<br>74.80%                          | 114             | 443             | 301             | 632            | 219             | 241             | 818               | 980               | 27.59*** |
|              |                                           | 76.00%          | 75.73%          | 72.53%          | 75.15%         | 67.59%          | 70.67%          | 79.57%            | 74.87%            |          |
|              | Workshop<br>- 48.69%                      | 55              | 265             | 225             | 347            | 170             | 185             | 503               | 676               | 52.85*** |
|              |                                           | 36.67%          | 45.30%          | 54.22%          | 41.26%         | 52.47%          | 54.25%          | 48.93%            | 51.64%            |          |
|              | Erfah-<br>rungsaus-<br>tausch -<br>55.54% | 91              | 327             | 225             | 419            | 184             | 172             | 575               | 773               | 32.06*** |
|              |                                           | 60.67%          | 55.90%          | 54.22%          | 49.82%         | 56.79%          | 50.44%          | 55.93%            | 59.05%            |          |
| Zeit         | Halbe<br>Tage -<br>58.61%                 | 76              | 319             | 240             | 484            | 178             | 188             | 740               | 707               | 99.27*** |
|              |                                           | 50.67%          | 54.53%          | 57.83%          | 57.55%         | 54.94%          | 55.13%          | 71.98%            | 54.01%            |          |
|              | Ganze<br>Tage -<br>63.65%                 | 91              | 351             | 272             | 494            | 193             | 212             | 676               | 889               | 31.64*** |
|              |                                           | 60.67%          | 60.00%          | 65.54%          | 58.74%         | 59.57%          | 62.17%          | 65.76%            | 67.91%            |          |
|              | Abend -<br>17.46%                         | 33              | 138             | 71              | 173            | 59              | 44              | 107               | 253               | 67.93*** |
|              |                                           | 22.00%          | 23.59%          | 17.11%          | 20.57%         | 18.21%          | 12.90%          | 10.41%            | 19.33%            |          |
|              | Woche-<br>nende -<br>4.21%                | 12              | 24              | 16              | 30             | 12              | 15              | 25                | 75                | 23.32**  |
|              |                                           | 8.00%           | 4.10%           | 3.86%           | 3.57%          | 3.70%           | 4.40%           | 2.43%             | 5.73%             |          |

Note : \*:  $p < .05$  ; \*\*:  $p < .01$  ; \*\*\*:  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 26: Kursform, Bildungsform und Zeit nach Tätigkeitsbereich (in Anzahl und Prozent)

Der Blick auf die erwünschten **Kursformen** (siehe Tabelle 26) zeigt, dass die Branchen Bau, Land-, Forst- und Viehwirtschaft die höchsten Anteile beim *Präsenzunterricht* verzeichnen und die Antwortgeber/innen aus diesen Branchen insgesamt weniger Interesse am *Fernunterricht* bekunden, im Gegensatz etwa zu Angehörigen der Branchen Info und Admin, die dieser Bildungsform weniger ablehnend begegnen. Antwortgeber/innen aus den Branchen Info, Admin und Hand – in geringerem Umfang auch Gesundheit und Lehrberufe – sind am ehesten für *Blended Learning* zu haben.

Unter den **Bildungsformen** ist der *Kurs* am beliebtesten; hier ist eine gewisse Homogenität bei den Antworten zu beobachten, trotzdem gibt es auch deutliche Unterschiede. *Workshops* scheinen in den Branchen Gast, Info, Hand und Ge-Le auf mehr Interesse zu stoßen als in den übrigen Tätigkeitsbereichen. Der *Erfahrungsaustausch* verzeichnet die höchsten Anteile in der Branche Land-, Forst- und Viehwirtschaft. In den Branchen Gast und Bau ist er am wenigsten beliebt, erreicht aber auch dort Anteile von rund 50%.



Die unterschiedlichen Vorstellungen der Tätigkeitsbereiche schlagen sich auch in der Auswahl der erwünschten **Kurszeiten** nieder: In der Branche Admin wurden *Halbtage* (71.98%) klar am häufigsten gewählt. Bei den *Ganztagen* gibt es kaum Unterschiede zwischen den Branchen. *Abendveranstaltungen* stossen in den Branchen Indu, Land und Bau auf Interesse und wurden dort doppelt so oft ausgewählt wie in den Branchen Admin und Hotel. *Wochenendveranstaltungen* schliesslich wurden am seltensten ausgewählt. Hier sticht allerdings die Branche Land hervor, die diese Antwortoption doppelt so oft ausgewählt hat wie die anderen Branchen. Hier tut sich ein interessantes Paradox auf: Angehörige der Branchen mit der tiefsten Weiterbildungsbereitschaft haben sich am häufigsten für Abend- und Wochenendveranstaltungen entschieden. Das legt die Hypothese nahe, dass das geringere Interesse an Weiterbildungen nicht als Ablehnung von Weiterbildung an sich zu verstehen ist, sondern vielmehr als Ablehnung von Weiterbildungsveranstaltungen, die in die Arbeitszeit fallen. Das scheint insbesondere auf die Branche Land-, Forst- und Viehwirtschaft zuzutreffen, wo die Arbeit während der Saison nicht einfach ruhen kann und wo oft bis spät am Abend und auch am Wochenende gearbeitet wird. Die Flexibilitätsanforderungen in dieser Branche sind also extrem hoch und bringen es mit sich, dass Personen aus Land-, Forst- und Viehwirtschaft ein anderes Verständnis für die Abgrenzung zwischen Arbeitszeit und arbeitsfreier Zeit entwickeln. Das deckt sich mit den Feststellungen, die wir bereits im Zusammenhang mit den Mikro- und Kleinbetrieben gemacht haben. Auch Antwortgeber/innen aus diesen Betrieben zeigen eine tiefere Weiterbildungsbereitschaft, bekunden zugleich aber mehr Interesse an Weiterbildungen ausserhalb der Arbeitszeit. Lediglich die Gründe für das Phänomen dürften voneinander abweichen.

|                   | Land<br>(n=150) | Indu<br>(n=585) | Info<br>(n=415) | Bau<br>(n=841) | Hand<br>(n=324) | Gast<br>(n=341) | Admin<br>(n=1028) | Ge-Le<br>(n=1309) | X <sup>2</sup> |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|----------------|
| Jan -<br>30.76%   | 89              | 170             | 120             | 359            | 121             | 134             | 159               | 383               | 247.76***      |
|                   | 59.33%          | 29.06%          | 28.92%          | 42.69%         | 37.35%          | 39.30%          | 15.47%            | 29.26%            |                |
| Feb -<br>40.57%   | 91              | 232             | 165             | 442            | 144             | 151             | 297               | 510               | 140.86***      |
|                   | 60.67%          | 39.66%          | 39.76%          | 52.56%         | 44.44%          | 44.28%          | 28.89%            | 38.96%            |                |
| März -<br>37.12%  | 44              | 206             | 149             | 345            | 127             | 121             | 358               | 499               | n.s.           |
|                   | 29.33%          | 35.21%          | 35.90%          | 41.02%         | 39.20%          | 35.48%          | 34.82%            | 38.12%            |                |
| April -<br>27.39% | 23              | 142             | 115             | 196            | 99              | 97              | 327               | 367               | 33.36***       |
|                   | 15.33%          | 24.27%          | 27.71%          | 23.31%         | 30.56%          | 28.45%          | 31.81%            | 28.04%            |                |
| Mai -<br>24.19%   | 22              | 129             | 91              | 118            | 91              | 73              | 301               | 384               | 94.91***       |
|                   | 14.67%          | 22.05%          | 21.93%          | 14.03%         | 28.09%          | 21.41%          | 29.28%            | 29.34%            |                |
| Juni -<br>17.70%  | 24              | 100             | 67              | 69             | 78              | 54              | 218               | 268               | 81.10***       |
|                   | 16.00%          | 17.09%          | 16.14%          | 8.20%          | 24.07%          | 15.84%          | 21.21%            | 20.47%            |                |
| Juli -6.49%       | 12              | 40              | 33              | 29             | 34              | 30              | 72                | 72                | 30.21***       |
|                   | 8.00%           | 6.84%           | 7.95%           | 3.45%          | 10.49%          | 8.80%           | 7.00%             | 5.50%             |                |
| Aug -<br>7.79%    | 14              | 45              | 41              | 29             | 34              | 38              | 86                | 99                | 36.37***       |
|                   | 9.33%           | 7.69%           | 9.88%           | 3.45%          | 10.49%          | 11.14%          | 8.37%             | 7.56%             |                |
| Sept -<br>23.07%  | 20              | 141             | 98              | 99             | 91              | 55              | 261               | 384               | 115.25***      |
|                   | 13.33%          | 24.10%          | 23.61%          | 11.77%         | 28.09%          | 16.13%          | 25.39%            | 29.34%            |                |
| Okt -<br>26.76%   | 19              | 144             | 107             | 141            | 91              | 100             | 329               | 409               | 89.79***       |
|                   | 12.67%          | 24.62%          | 25.78%          | 16.77%         | 28.09%          | 29.33%          | 32.00%            | 31.25%            |                |
| Nov -<br>37.02%   | 59              | 193             | 149             | 271            | 111             | 144             | 385               | 536               | 26.76***       |
|                   | 39.33%          | 32.99%          | 35.90%          | 32.22%         | 34.26%          | 42.23%          | 37.45%            | 40.95%            |                |
| Dez -<br>13.50%   | 56              | 76              | 68              | 140            | 49              | 43              | 101               | 139               | 105.87***      |
|                   | 37.33%          | 12.99%          | 16.39%          | 16.65%         | 15.12%          | 12.61%          | 9.82%             | 10.62%            |                |
| Egal -<br>33.74%  | 24              | 212             | 150             | 247            | 73              | 87              | 400               | 489               | 79.84***       |
|                   | 16.00%          | 36.24%          | 36.14%          | 29.37%         | 22.53%          | 25.51%          | 38.91%            | 37.36%            |                |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 27: Bevorzugte Monate nach Tätigkeitsbereich (in Anzahl und Prozent)

Bei den bevorzugten **Durchführungsmonaten** von Weiterbildungen gibt es im *Januar* die geringsten Unterschiede, gefolgt vom *Februar* und *September* (siehe Tabelle 27). Interessant ist das deutlich grössere Interesse an den Monaten Januar und Februar in den Branchen Land und Bau, also in Bereichen, in denen vorwiegend im Freien gearbeitet wird und die Weiterbildungsbereitschaft in den ruhigeren Wintermonaten folglich grösser ist. In der Branche Admin dagegen scheint sich der Januar für Weiterbildungen weniger zu eignen; er wurde vielmal weniger oft gewählt als in der Branche Land (15.47% vs. 59.33%). Tatsächlich geht es in dieser Branche aufgrund von Rechnungsabschlüssen und neuen Kontenplänen im Januar geschäftig zu und her.

Interessant ist ferner, dass gewisse Branchen bezüglich des Durchführungsmonats flexibler scheinen als andere. So geben Antwortgeber/innen aus den Branchen Admin, Ge-Le, Indu und Info doppelt so häufig wie Angehörige der Branche Land an, dass ihnen der Durchführungsmonat *egal* ist. Befragte aus den Branchen Land, Hand und Gast haben die Antwortoption «egal» am seltensten ausgewählt, was auf die grossen saisonalen Schwankungen in diesen Tätigkeitsbereichen zurückzuführen sein dürfte.

Ein näherer Blick auf die **Branchen**, deren Angehörige bestimmte Monate angegeben haben, zeigt, dass in der Branche Land die weniger arbeitsintensiven Wintermonate November, Dezember, Januar und Februar am häufigsten ausgewählt wurden. Die Branche Bau bevorzugt ebenfalls die Wintermonate November, Januar, Februar und März. Es liegt auf der Hand, dass die Saisonabhängigkeit in einer Branche, in der die Arbeit nicht selten wetterbedingt ruhen muss, Einfluss auf die bevorzugten Durchführungsmonate hat. In der Branche Gast wurden ebenfalls am häufigsten die (ausserhalb der Feiertage) weniger geschäftigen Wintermonate November, Januar, Februar und März ausgewählt. Das unterschiedliche Antwortverhalten innerhalb dieser Branche lässt sich sicher auch mit dem Standort des Betriebs erklären: Je nachdem, ob sich ein Betrieb in den Bergen oder im Flachland befindet, wird der Begriff «Hochsaison» anders ausgelegt. Auch in der Branche Hand schliesslich wurden vorwiegend die weniger arbeitsintensiven Monate Februar, März und November ausserhalb von Schlussverkäufen, Festtagen und anderen Spitzenzeiten (Ostern, Weihnachten) ausgewählt.

|                                   | <b>Land<br/>(n=150)</b> | <b>Indu<br/>(n=585)</b> | <b>Info<br/>(n=415)</b> | <b>Bau<br/>(n=841)</b> | <b>Hand<br/>(n=324)</b> | <b>Gast<br/>(n=341)</b> | <b>Admin<br/>(n=1028)</b> | <b>Ge-Le<br/>(n=1309)</b> |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Dauer<br>(Tage/Jahr)-<br>2.48     | 1.89                    | 2.39                    | 2.33                    | 2.12                   | 2.50                    | 2.83                    | 2.40                      | 2.83                      |
| Distanz (Mi-<br>nuten) -<br>48.64 | 44.31                   | 48.27                   | 47.43                   | 46.97                  | 49.03                   | 51.08                   | 48.69                     | 50.08                     |

Tabelle 28: Dauer und Distanz für Kurse nach Tätigkeitsbereich (Mittelwerte)

In Bezug auf den erwünschten durchschnittlichen **Weiterbildungsumfang** (in Tagen pro Jahr) deckt die Analyse grosse Branchenunterschiede auf (siehe Tabelle 28). So bilden die Branchen Land und Bau mit statistisch vergleichbaren Durchschnittswerten (+/- 2 Tage pro Jahr) das Schlusslicht. Etwas höher liegen die Durchschnittswerte in den Branchen Indu, Info, Hand und Admin (ca. 2.5 Tage), am höchsten ist der erwünschte Weiterbildungsumfang allerdings in den Branchen Gast und Ge-Le, die sich mit Durchschnittswerten von fast 3 Tagen pro Jahr von den anderen Tätigkeitsbereichen abheben.

Bei der **Distanz** zum Weiterbildungsort stechen die signifikanten Unterschiede zwischen den Mittelwerten der Branchen Land, Info und Bau einerseits und den Branchen Gast und Ge-Le andererseits ins Auge. Mit anderen Worten: Die Antwortgeber/innen aus den ersten drei Branchen sind weniger bereit, für die Anreise zum Weiterbildungsort grosse Distanzen zurücklegen, als die Angehörigen der beiden letztgenannten Branchen.

#### **Kurz zusammengefasst**

- In den Branchen Land, Bau und Indu ist der Präsenzunterricht am beliebtesten, Angehörige der Branchen Info, Admin, Hand und in geringerem Umfang Ge-Le zeigen sich offener für Fernunterricht oder Blended Learning.
- Auch bei den Bildungsformen gibt es Branchenunterschiede.
- Die Branchen, in denen am wenigsten Weiterbildungen ausgewählt wurden, sind paradoxerweise jene, in denen das grösste Interesse an Bildungsveranstaltungen am Abend oder Wochenende bekundet wurde.
- Welche Durchführungsmonate sich am besten für Weiterbildungsveranstaltungen eignen, ist von der Branche abhängig. In Branchen, in denen draussen gearbeitet wird, wurden vorwiegend die Wintermonate ausgewählt, Personen aus Branchen mit wiederkehrenden Terminen (Schlussverkauf, Festtage, Hochsaison) bevorzugten andere Durchführungsmonate. Und schliesslich gibt es Branchen, in denen der Durchführungsmonat nicht so entscheidend ist, weil es weniger feste Termine gibt.
- Es scheint einen Zusammenhang zwischen dem erwünschten Weiterbildungsumfang und dem Weiterbildungsinteresse zu geben. Branchen, in denen ein eher geringes Interesse an Weiterbildungen besteht, sind zugleich jene, in denen die Befragten am wenigsten Zeit für Weiterbildungen aufwenden möchten. Dasselbe gilt für die Distanz zum Weiterbildungsort.
- Insgesamt weisen die Resultate auf einen starken Zusammenhang zwischen Tätigkeitsbereich und Weiterbildungsverhalten hin.

#### **3.3.4 Vergleich nach geografischer Region**

Um die Antworten nach geografischer Region zu vergleichen, haben wir uns an der Aufteilung der Schweiz in Grossregionen gemäss BFS orientiert. Diese Verteilung erscheint uns objektiver und repräsentativer als die Aufteilung in Sprachregionen. Die Resultate bilden die Regionen allerdings nicht zwingend repräsentativ ab, was insbesondere auf die geringe Rücklaufquote in bestimmten Regionen (z. B. Genferseeregion, Zürich und Tessin) zurückzuführen ist. Dennoch widerspiegeln die Antworten die unterschiedlichen Trends und Realitäten der verschiedenen Grossregionen der Schweiz.

### Weiterbildungsangebote

|                                                                                                              | Genfersee<br>(N=393) | Mittelland<br>(n=1929) | NW-CH<br>(n=205) | Zürich<br>(n=145) | O-CH<br>(n=1846) | Zentral CH<br>(n=521) | Tessin<br>(n=23) | $\chi^2$ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------|------------------|-------------------|------------------|-----------------------|------------------|----------|
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.) – 55.95%                          | 187                  | 1116                   | 129              | 95                | 994              | 299                   | 14               | 27.42*** |
|                                                                                                              | 47.58%               | 57.85%                 | 62.93%           | 65.52%            | 53.85%           | 57.39%                | 60.87%           |          |
| Soziale und familiäre Problematik – 43.98%                                                                   | 144                  | 871                    | 100              | 73                | 806              | 237                   | 10               | 14.34*   |
|                                                                                                              | 36.64%               | 45.15%                 | 48.78%           | 50.34%            | 43.66%           | 45.49%                | 43.48%           |          |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung – 28.43%                       | 84                   | 603                    | 78               | 54                | 477              | 144                   | 3                | 40.91*** |
|                                                                                                              | 21.37%               | 31.26%                 | 38.05%           | 37.24%            | 25.84%           | 27.64%                | 13.04%           |          |
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen – 64.41%                        | 277                  | 1309                   | 127              | 96                | 1132             | 312                   | 16               | 29.68*** |
|                                                                                                              | 70.48%               | 67.86%                 | 61.95%           | 66.21%            | 61.32%           | 59.88%                | 69.57%           |          |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz – 49.77%                                                             | 225                  | 1023                   | 117              | 84                | 794              | 257                   | 14               | 60.13*** |
|                                                                                                              | 57.25%               | 53.03%                 | 57.07%           | 57.93%            | 43.01%           | 49.33%                | 60.87%           |          |
| Pädagogische Methoden – 42.23%                                                                               | 243                  | 859                    | 90               | 74                | 677              | 201                   | 11               | 96.98*** |
|                                                                                                              | 61.83%               | 44.53%                 | 43.90%           | 51.03%            | 36.67%           | 38.58%                | 47.83%           |          |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) – 42.59%                                                              | 168                  | 874                    | 81               | 53                | 761              | 215                   | 12               | n.s.     |
|                                                                                                              | 42.75%               | 45.31%                 | 39.51%           | 36.55%            | 41.22%           | 41.27%                | 52.17%           |          |
| Digitale Kompetenzen – 34.43%                                                                                | 114                  | 634                    | 77               | 56                | 670              | 175                   | 9                | 12.43(*) |
|                                                                                                              | 29.01%               | 32.87%                 | 37.56%           | 38.62%            | 36.29%           | 33.59%                | 39.13%           |          |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.) – 34.49%                                 | 150                  | 682                    | 75               | 48                | 647              | 149                   | 6                | 12.35(*) |
|                                                                                                              | 38.17%               | 35.36%                 | 36.59%           | 33.10%            | 35.05%           | 28.60%                | 26.09%           |          |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem – 35.67%                                                 | 151                  | 723                    | 67               | 50                | 642              | 161                   | 12               | 13.47*   |
|                                                                                                              | 38.42%               | 37.48%                 | 32.68%           | 34.48%            | 34.78%           | 30.90%                | 52.17%           |          |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG, usw.) – 25.97% | 118                  | 530                    | 74               | 43                | 439              | 118                   | 8                | 25.68*** |
|                                                                                                              | 30.03%               | 27.48%                 | 36.10%           | 29.66%            | 23.78%           | 22.65%                | 34.78%           |          |

Note : \* : p < .05 ; \*\* : p < .01 ; \*\*\* : p < .001 ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 29: Kursangebote nach Regionen (in Anzahl und Prozent)

Bei den ausgewählten Weiterbildungen gibt es einige regionale Unterschiede. Die markantesten Unterschiede betreffen das Angebot *Pädagogische Methoden*: Fast zwei Drittel der Antwortgeber/innen aus der **Genferseeregion** haben dieses Angebot ausgewählt, in der **Zentral- und Ostschweiz** war es nur eine von drei Personen. Das Angebot *Beziehungs- und Kommunikationskompetenz* haben weniger als 50% der Befragten aus der Ost- und Zentralschweiz ausgewählt, das **Tessin** sticht mit einem Anteil von über 60% hervor. *Interkulturelle Herausforderungen* scheinen besonders in der **Nordwestschweiz** und in der Region **Zürich** (1 von 3 Personen) von Interesse zu sein, während die Antwortgeber/innen aus dem Tessin (13%) und der Genferseeregion (21%) kein grosses Interesse am Angebot bekundeten. Das Angebot *Rollen der betrieblichen Berufsbildnerinnen/Berufsbildner, Aufgaben und Herausforderungen* interessiert vor allem die Antwortgeber/innen aus der Genferseeregion (über 70%), in der Nordwest-, Ost- und Zentralschweiz liegen die Anteile bei rund 60% und somit unter dem Gesamtdurchschnitt von 64%. Einmal mehr kommt in diesen Zahlen der unterschiedliche Stellenwert der Berufsbildung in den verschiedenen Regionen und die damit verbundenen Fragen nach dem Rollenverständnis der BB zum Ausdruck. Weiter geht aus den Resultaten hervor, dass das Interesse am Angebot *Kenntnisse über das Berufsbildungssystem* im Tessin und der Genferseeregion grösser ist als anderswo. Das könnte daran liegen, dass der Anteil der Jugendlichen, die eine duale berufliche Grundbildung absolvieren, in beiden Regionen tiefer ist als in der restlichen Schweiz. Gestützt wird diese Annahme durch die Tatsache, dass die Zentralschweiz, wo der Anteil der Jugendlichen, die eine berufliche Grundbildung absolvieren, schweizweit am höchsten ist (BFS, 2022a), zugleich mit dem geringsten Interesse am oben erwähnten Angebot hervorsticht. Das Interesse an bestimmten Angeboten dürfte auch auf die Anreizmassnahmen einzelner Kantone (Genf, Neuenburg, Waadt) zur Aufwertung der beruflichen Grundbildung zurückzuführen sein. Angebote zum Thema *Zeitmanagement* waren bei den Befragten aus dem Tessin am beliebtesten. Zugleich ist in diesem Kanton der Druck auf die Lehrbetriebe besonders gross, (siehe Bericht Lamamra und Wenger, Juni 2022), haben sich gewisse politische Kreise doch zum Ziel gesetzt, die Ausbildung einheimischer Arbeitskräfte zu fördern, um die Abhängigkeit von Grenzgängerinnen und Grenzgängern zu mindern.

#### Kurz zusammengefasst

- Je nach Grossregion gibt es unterschiedliche Weiterbildungsvorlieben.
- Die ausgewählten Kursangebote spiegeln die regionalen Unterschiede bezüglich der beruflichen Grundbildung wider. Die Weiterbildungsinteressen scheinen sich je nach Anteil Jugendlicher, die in einer bestimmten Region eine berufliche Grundbildung absolvieren, zu unterscheiden.
- In den ausgewählten Bildungsangeboten werden auch die regionalen Herausforderungen (Anreizmassnahmen, Wirtschaftspolitik, einheimische Fachkräfte usw.) abgebildet.

*Kursform, Bildungsform, Kurszeiten (inkl. Umfang und Distanz)*

|              |                              | Genfersee<br>(N=393) | Mittelland<br>(n=1929) | NW-CH<br>(n=205) | Zürich<br>(n=145) | O-CH<br>(n=1846) | Zentral<br>CH<br>(n=521) | Tessin<br>(n=23) | $\chi^2$      |
|--------------|------------------------------|----------------------|------------------------|------------------|-------------------|------------------|--------------------------|------------------|---------------|
| Kursform     | Präsenzunterricht – 73.58%   | 203                  | 1456                   | 155              | 102               | 1413             | 391                      | 13               | 114.74**<br>* |
|              |                              | 51.65%               | 75.48%                 | 75.61%           | 70.34%            | 76.54%           | 75.05%                   | 56.52%           |               |
|              | Fernunterricht – 30.81%      | 118                  | 589                    | 75               | 48                | 577              | 151                      | 5                | n.s.          |
|              |                              | 30.03%               | 30.53%                 | 36.59%           | 33.10%            | 31.26%           | 28.98%                   | 21.74%           |               |
|              | Blended Learning – 24.04%    | 171                  | 467                    | 45               | 54                | 363              | 110                      | 9                | 120.48**<br>* |
|              |                              | 43.51%               | 24.21%                 | 21.95%           | 37.24%            | 19.66%           | 21.11%                   | 39.13%           |               |
| Bildungsform | Kurs – 74.80%                | 307                  | 1495                   | 151              | 97                | 1375             | 356                      | 15               | 27.54***      |
|              |                              | 78.12%               | 77.50%                 | 73.66%           | 66.90%            | 74.49%           | 68.33%                   | 65.22%           |               |
|              | Workshop – 48.69%            | 184                  | 968                    | 115              | 86                | 846              | 261                      | 9                | 20.60**       |
|              |                              | 46.82%               | 50.18%                 | 56.10%           | 59.31%            | 45.83%           | 50.10%                   | 39.13%           |               |
|              | Erfahrungsaustausch – 55.54% | 241                  | 1091                   | 109              | 85                | 984              | 296                      | 13               | n.s.          |
|              |                              | 61.32%               | 56.56%                 | 53.17%           | 58.62%            | 53.30%           | 56.81%                   | 56.52%           |               |
| Zeit         | Halbe Tage – 58.61%          | 273                  | 1131                   | 126              | 91                | 1029             | 309                      | 14               | 27.21***      |
|              |                              | 69.47%               | 58.63%                 | 61.46%           | 62.76%            | 55.74%           | 59.31%                   | 60.87%           |               |
|              | Ganze Tage – 63.65%          | 203                  | 1261                   | 129              | 104               | 1195             | 327                      | 12               | 33.47***      |
|              |                              | 51.65%               | 65.37%                 | 62.93%           | 71.72%            | 64.73%           | 62.76%                   | 52.17%           |               |
|              | Abend – 17.46%               | 63                   | 315                    | 51               | 24                | 340              | 86                       | 7                | 14.34*        |
|              |                              | 16.03%               | 16.33%                 | 24.88%           | 16.55%            | 18.42%           | 16.51%                   | 30.43%           |               |
|              | Wochenende – 4.21%           | 15                   | 81                     | 10               | 7                 | 85               | 15                       | 1                | n.s.          |
|              |                              | 3.82%                | 4.20%                  | 4.88%            | 4.83%             | 4.60%            | 2.88%                    | 4.35%            |               |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 30: Kursform, Bildungsform und Zeit nach Betriebsgrösse (in Anzahl und Prozent)

An dieser Stelle sei zuallererst der grosse Unterschied bei der **Kursform Präsenzunterricht** erwähnt (siehe Tabelle 30), der bei Deutschschweizerinnen und Deutschschweizern weitaus beliebter zu sein scheint als bei den Befragten aus der lateinischen Schweiz. Umgekehrt scheinen sich die Romands und die Tessiner/innen mehr für das *Blended Learning* zu interessieren. Das Gleiche gilt für die Zürcher/innen. Es wäre interessant, zu prüfen, ob es sich hier um einen «Röstigraben», einen Stadt-Land-Graben oder eine Auswirkung des Wirtschaftsgefüges handelt.

Die **Bildungsform Kurs** ist in den Regionen Genfersee, Mittelland, Nordwest- und Ostschweiz am beliebtesten, in den anderen Regionen sind die Ergebnisse weniger deutlich. Der *Workshop* ist in der Region Zürich und in der Nordwestschweiz am beliebtesten, in der Genferseeregion und der Ostschweiz wurde er weniger häufig gewählt und im Tessin ist das Interesse an dieser Bildungsform am geringsten.

Der *Erfahrungsaustausch* stösst in der Genferseeregion auf mehr Anklang als in den anderen Regionen. In der Nordwest- und der Ostschweiz ist das Interesse an dieser Bildungsform am geringsten. Die Unterschiede sind allerdings statistisch nicht signifikant.

Befragte aus der Genferseeregion haben bei den Kurszeiten am häufigsten *Halbtage* angegeben (mehr als 2/3 aller Befragten), während man in Zürich, dem Mittelland und der Ostschweiz eher zu *Ganztagen* tendiert. In der Genferseeregion und im Tessin ist das Interesse an Ganztagen am geringsten.

Es fällt überdies auf, dass fast ein Drittel der Personen aus dem Tessin sich für Weiterbildungsveranstaltungen am *Abend* entschieden hat, während die Werte in fast allen anderen Regionen unter 20% liegen. Die Unterschiede bei der Antwortoption *Wochenende* sind statistisch nicht signifikant.

Ebenfalls keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den Grossregionen gibt es bei den **Durchführungsmonaten**, insbesondere in den Monaten *Januar, März, April, Juni, August, November und Dezember* (siehe Tabelle 60 im Anhang). Den Monat *Februar* hat fast die Hälfte der Tessiner/innen ausgewählt, in den anderen Regionen war es nur eine von drei Personen. Die Unterschiede beim Monat *Mai* sind etwas weniger deutlich und doch stechen hier die Genferseeregion und die Nordwestschweiz mit den höchsten Anteilen hervor. Deutliche Unterschiede gibt es beim *Juli*: In der Genferseeregion wurde er als Durchführungsmonat etwa doppelt so oft ausgewählt wie in den anderen Regionen. Das dürfte an den unterschiedlichen Ferienzeiten liegen, insbesondere an den Schulferien, die in den Deutschschweizer Kantonen früher enden als in den lateinischen Kantonen.

|                                | Genfersee<br>(N=393) | Mittelland<br>(n=1929) | NW-CH<br>(n=205) | Zürich<br>(n=145) | O-CH<br>(n=1846) | Zentral<br>CH<br>(n=521) | Tessin<br>(n=23) |
|--------------------------------|----------------------|------------------------|------------------|-------------------|------------------|--------------------------|------------------|
| Dauer<br>(Tage/Jahr) -<br>2.48 | 2.49                 | 2.57                   | 2.47             | 2.71              | 2.40             | 2.35                     | 2.41             |
| Distanz (Minuten) – 48.64      | 37.48                | 49.17                  | 50.26            | 52.33             | 50.20            | 47.90                    | 47.00            |

Tabelle 31: Dauer und Distanz für Kurse nach Region (Mittelwerte)

Beim erwünschten **Umfang** von Weiterbildungen sind die Durchschnittswerte in der Region Zürich mit 2.71 Tagen am höchsten, in der Zentralschweiz, der Ostschweiz und dem Tessin am niedrigsten.

Antwortgeber/innen aus der Genferseeregion sind im Durchschnitt am wenigsten bereit, für die Anreise zum Weiterbildungsort grosse **Distanzen** (in Minuten) zurückzulegen. In der Region Zürich würden die Befragten rund 15 Minuten mehr für die Anreise investieren.

## Kurz zusammengefasst

- Regionale Unterschiede gibt es in Bezug auf die Kursform, die Bildungsform und die erwünschten Durchführungsmonate. In der Deutschschweiz ist der Präsenzunterricht beliebter als in der lateinischen Schweiz.
- Grosse Abweichungen zwischen den Grossregionen gibt es bei den Kurszeiten. In der Region Zürich sind eher Ganztage gefragt, in der Genferseeregion eher halbe Tage. Auffällig sind die Abweichungen vom Mittelwert.
- Sie sind zwar statistisch signifikant, dennoch ist es schwierig, Hypothesen aufzustellen, die diese Unterschiede erklären würden.

### 3.3.5 Vergleich nach räumlicher Verteilung

Zur Vervollständigung unserer Vergleichsanalysen nach geografischer Region haben wir auch die räumliche Gliederung gemäss BFS berücksichtigt, die die Schweiz in drei Stadt-/Land-Typen aufteilt: *städtische* Gemeinden, *intermediäre* Gemeinden und *ländliche* Gemeinden.

#### Weiterbildungsangebote

|                                                                                                              | <b>Städtisch<br/>(n=3141)</b> | <b>Intermediär<br/>(n=1032)</b> | <b>Ländlich<br/>(n=888)</b> | <b><math>\chi^2</math></b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.) - 55.95%                          | 1855<br>59.06%                | 532<br>51.55%                   | 447<br>50.34%               | 31.76***                   |
| Soziale und familiäre Problematik - 43.98%                                                                   | 1429<br>45.50%                | 454<br>43.99%                   | 358<br>40.32%               | 7.57*                      |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung - 28.43%                       | 970<br>30.88%                 | 258<br>25.00%                   | 215<br>24.21%               | 22.96***                   |
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen - 64.41%                        | 2030<br>64.63%                | 656<br>63.57%                   | 582<br>65.54%               | n.s.                       |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz - 49.77%                                                             | 1592<br>50.68%                | 508<br>49.22%                   | 413<br>46.51%               | n.s.                       |
| Pädagogische Methoden - 42.23%                                                                               | 1419<br>45.18%                | 395<br>38.28%                   | 341<br>38.40%               | 22.83***                   |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) - 42.59%                                                              | 1317<br>41.93%                | 445<br>43.12%                   | 401<br>45.16%               | n.s.                       |
| Digitale Kompetenzen - 34.43%                                                                                | 1121<br>35.69%                | 338<br>32.75%                   | 276<br>31.08%               | 7.87*                      |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.) - 34.49%                                 | 1097<br>34.93%                | 339<br>32.85%                   | 321<br>36.15%               | n.s.                       |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem - 35.67%                                                 | 1133<br>36.07%                | 367<br>35.56%                   | 305<br>34.35%               | n.s.                       |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GlG, usw.) - 25.97% | 883<br>28.11%                 | 235<br>22.77%                   | 212<br>23.87%               | 14.65***                   |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 32: Weiterbildungsangebote nach räumlicher Verteilung (in Anzahl und Prozent)

Die festgestellten Unterschiede zwischen den Grossregionen sind noch markanter, wenn man die räumliche Verteilung betrachtet (siehe Tabelle 32). Es gibt einen deutlichen Graben zwischen **städtischen** und **ländlichen** Gebieten. In städtischen Gebieten ist das Interesse an den Weiterbildungsangeboten tendenziell höher als in den ländlichen Regionen, mit drei Ausnahmen: Die Weiterbildungsangebote *Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen* sowie *Zeitmanagement* und *Netzwerke* erreichen in den ländlichen Regionen die höchsten Werte. Die Unterschiede sind allerdings statistisch nicht signifikant.

### Kurz zusammengefasst

- Das Verhältnis zu (ausserberuflicher) Weiterbildung verändert sich je nach Stadt-/Land-Typ.
- In städtischen Räumen ist das Interesse an Weiterbildungen grösser als in ländlichen Gebieten.
- Der Vergleich nach räumlicher Verteilung verweist auf die bereits beschriebenen Unterschiede zwischen den Tätigkeitsbereichen. Das geringere Interesse an Weiterbildungen in ländlichen Gebieten deckt sich teilweise mit dem festgestellten geringeren Interesse in der Branche Land-, Forst- und Viehwirtschaft.

### Kursform, Bildungsform, Kurszeiten (inkl. Umfang und Distanz)

|              |                              | Städ-<br>tisch<br>(n=3141) | Intermediär<br>(n=1032) | Ländlich<br>(n=888) | $\chi^2$ |
|--------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------|----------|
| Kursform     | Präsenzunterricht - 73.58%   | 2274                       | 776                     | 682                 | 8.35*    |
|              |                              | 72.40%                     | 75.19%                  | 76.80%              |          |
|              | Fernunterricht - 30.81%      | 976                        | 330                     | 257                 | n.s.     |
|              |                              | 31.07%                     | 31.98%                  | 28.94%              |          |
|              | Blended Learning - 24.04%    | 846                        | 211                     | 162                 | 37.99*** |
|              |                              | 26.93%                     | 20.45%                  | 18.24%              |          |
| Bildungsform | Kurs - 74.80%                | 2312                       | 801                     | 683                 | 8.75*    |
|              |                              | 73.61%                     | 77.62%                  | 76.91%              |          |
|              | Workshop - 48.69%            | 1616                       | 467                     | 385                 | 24.55*** |
|              |                              | 51.45%                     | 45.25%                  | 43.36%              |          |
|              | Erfahrungsaustausch - 55.54% | 1787                       | 543                     | 489                 | 5.93(*)  |
|              |                              | 56.89%                     | 52.62%                  | 55.07%              |          |
| Zeit         | Halbe Tage - 58.61%          | 1886                       | 585                     | 502                 | 5.80(*)  |
|              |                              | 60.04%                     | 56.69%                  | 56.53%              |          |
|              | Ganze Tage - 63.65%          | 2015                       | 659                     | 556                 | n.s.     |
|              |                              | 64.15%                     | 63.86%                  | 62.61%              |          |
|              | Abend - 17.46%               | 544                        | 178                     | 164                 | n.s.     |
|              |                              | 17.32%                     | 17.25%                  | 18.47%              |          |
|              | Wochenende - 4.21%           | 134                        | 48                      | 32                  | n.s.     |
|              |                              | 4.27%                      | 4.65%                   | 3.60%               |          |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 33: Kursform, Bildungsform und Zeit nach räumlicher Verteilung (in Anzahl und Prozent)

Unterschiede waren auch bei den **Kursformen** festzustellen (siehe Tabelle 33). In den ländlichen Gebieten wurde der *Präsenzunterricht* weitaus häufiger gewählt als in den anderen beiden Räumen, wohingegen das Interesse an *Fernunterricht* in intermediären Gebieten am grössten war. Am häufigsten für die Kursform *Blended Learning* entschieden haben sich Befragte aus städtischen Gebieten.

Die beliebteste **Bildungsform** ist in allen Gebieten der *Kurs*, wobei der Wert in intermediären Räumen am höchsten ist. Die beiden anderen Bildungsformen (*Workshop* und *Erfahrungsaustausch*) wurden von Antwortgeberinnen und Antwortgebern aus städtischen Gebieten häufiger gewählt als von den anderen beiden Kategorien. Die grösste Zurückhaltung gegenüber Workshops ist in ländlichen Regionen festzustellen.

Bei der **Kurszeit** wurden *Ganztage* am häufigsten gewählt, gefolgt von den *Halbtagen*, die in städtischen Regionen am beliebtesten waren. Am häufigsten für *Abende* entschieden haben sich Antwortgeber/innen aus intermediären Gebieten. *Wochenenden* sind eher unbeliebt, wurden aber von Antwortgeber/innen aus ländlichen Gebieten häufiger gewählt als von den Angehörigen der anderen beiden Kategorien. Die Unterschiede sind allerdings statistisch nicht signifikant. Auch diese Resultate decken sich mit den Feststellungen aus dem Branchenvergleich. Dort haben sich Angehörige der Branche Land-, Forst- und Viehwirtschaft öfter für Wochenenden entschieden als Personen aus anderen Tätigkeitsbereichen, was angesichts der enormen zeitlichen Flexibilitätsanforderungen in diesen Berufen (Saison- und Wetterabhängigkeit) und der oft fließenden Grenzen zwischen Arbeitszeit und arbeitsfreier Zeit nicht erstaunlich ist.

|                   | <b>Städtisch<br/>(n=3141)</b> | <b>Intermediär<br/>(n=1032)</b> | <b>Ländlich<br/>(n=888)</b> |
|-------------------|-------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Dauer (Tage/Jahr) | 2.54                          | 2.41                            | 2.33                        |
| Distanz (Minuten) | 48.21                         | 49.58                           | 48.99                       |

Tabelle 34: Dauer und Distanz für Kurse nach räumlicher Verteilung (Mittelwerte)

Beim erwünschten **Umfang** von Weiterbildung (siehe Tabelle 34) sind die Unterschiede zwischen den städtischen Regionen und den anderen beiden Regionen statistisch signifikant. Antwortgeber/innen, die in einem städtischen Gebiet arbeiten, wünschen sich durchschnittlich mehr Weiterbildungstage pro Jahr als die Angehörigen der anderen beiden Kategorien.

Bei der maximalen **Distanz** zum Weiterbildungsort ist lediglich der Unterschied zwischen städtischem und intermediärem Gebiet statistisch signifikant. Antwortgeber/innen aus intermediären Gebieten sind bereit, grössere Distanzen zum Weiterbildungsort zurückzulegen als Personen, die in städtischen Gebieten arbeiten. Für Befragte aus intermediären Räumen scheinen grosse Distanzen zur Tagesordnung zu gehören, während Personen aus städtischen Gebieten es sich gewohnt sind, leichten Zugang zu allen Dienstleistungen zu haben, und somit weniger bereit sind, lange Anfahrtswege in Kauf zu nehmen.

#### Kurz zusammengefasst

- Der Unternehmensstandort (städtisch, intermediär, ländlich) hat Einfluss auf die ausgewählten Kurs- und Bildungsformen und die Kurszeiten.
- Die grössere Bereitschaft zur Teilnahme an abendlichen Weiterbildungen in ländlichen Gebieten bestätigt die Erkenntnisse aus dem Branchenvergleich hinsichtlich der höheren Flexibilitätsanforderungen und der unklarerer Abgrenzung zwischen Arbeitszeit und arbeitsfreier Zeit in gewissen Branchen.
- Auch der gewünschte Umfang von Weiterbildungen und die Distanz zum Weiterbildungsort unterscheiden sich je nach Unternehmensstandort.

### 3.4 Profilanalysen

Angesichts der in den vorangehenden Kapiteln vorgestellten Resultate schien es uns sinnvoll, zu untersuchen, ob sich aus der Gesamtheit der Antworten bestimmte Profile<sup>28</sup> herausarbeiten lassen. Um möglichst auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnittene Weiterbildungsangebote erarbeiten zu können, haben wir in einem sogenannten *personenzentrierten* Ansatz die Verteilung der Antwortgeber/innen auf die Weiterbildungsangebote analysiert.

In diesem Sinn könnten die nachfolgend vorgestellten Kategorien Denkansätze für die Entwicklung von neuen Weiterbildungsangeboten für Berufsbildungsverantwortliche liefern.

Mithilfe von statistischen Analysen<sup>29</sup> haben wir die Befragten nach einem bestimmten Kriterium – in diesem Fall die ausgewählten Bildungsangebote – in Kategorien eingeteilt. Aus diesen Analysen konnten vier verschiedene Profile (oder Klassen) herausgearbeitet werden. In jeder Gruppe wurden möglichst homogen die Personen zusammengefasst, die ähnliche Weiterbildungsangebote ausgewählt haben. Abbildung 5 veranschaulicht die Analyseergebnisse.

Im Folgenden werden die vier Klassen oder Profile beschrieben:

**Profil 1 oder «die Begleitenden»:** Personen mit diesem Profil haben ein ausgeprägtes Interesse für den Bereich *soziale und familiäre Problematik*, insbesondere für Kursangebote zu den sozialen Herausforderungen (Übergang und Unterstützungsangebote) sowie zur Begleitung von Jugendlichen. Diese Personen verstehen sich eher als Begleiter/innen denn als Auszubildende oder «Vermittler/innen von Können und Wissen». Ihr Ziel ist es, den Jugendlichen nicht nur berufliches Know-how zu vermitteln, sondern sie darüber hinaus beim Übergang ins Erwachsenenleben und in die Arbeitswelt zu begleiten.

**Profil 2 oder «die Gleichgültigen»** bezüglich Weiterbildung: Personen mit diesem Profil zeigen sich Weiterbildungsangeboten gegenüber zurückhaltend und scheinen sich für fast kein Thema zu interessieren. Das grösste Interesse erzielt hier mit 40% das Thema «Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe», danach folgen die Themen «Beziehungs- und Kommunikationskompetenz» (35%) und «jugendliche Lernende verstehen und unterstützen» (31%). Damit bildet diese Gruppe den Gegenpol zu Profil 3 («die Enthusiasten»).

*Zu dieser Haltung lassen sich zwei Hypothesen aufstellen.* 1) Es handelt sich um Personen, die sich von ihrer Funktion oder allgemein von ihrer Arbeit distanzieren, sich zurückziehen und deshalb keine Ressourcen in die Weiterbildung investieren möchten. Das Profil ist somit vergleichbar mit dem von Besozzi (2022) identifizierten Typ der «Resignierten». Diese Personen verstehen sich weder als «Begleitende» (Profil 1) noch identifizieren sie sich mit der Berufsbildner-Funktion wie die «Investierten» (Profil 4). Die Rolle der betrieblichen Berufsbildner/innen verbinden sie vor allem mit der «Problematik der jugendlichen Zielgruppe» und der Notwendigkeit, mit dieser Zielgruppe zu kommunizieren und in Beziehung zu treten.

2) Es handelt sich um pragmatische, arbeitszentrierte Personen, die davon ausgehen, dass ihre bisherige Laufbahn oder ihre Stellung als Firmeninhaber/in sie dazu befähigt, berufliches Wissen und Know-how zu vermitteln, und dass sie keine Bildungsangebote benötigen, die über die eigentliche berufliche Weiterbildung hinausgehen. Sie gehen davon aus, dass sie sowohl über die nötigen Fachkompetenzen als auch über die erforderlichen Kompetenzen zur Weitergabe von beruflichem Wissen verfügen. Deshalb bewerten sie nur Inhalte zur jugendlichen Zielgruppe als Kenntnisse, über die sie möglicherweise nicht verfügen und deren Erwerb für sie interessant sein könnte.

<sup>28</sup>Die angewendete Profilanalyse nennt sich latente Klassenanalyse (siehe nächste Fussnote), wir sprechen in der Folge ohne Unterscheidung von Profilen, Klassen oder Gruppen.

<sup>29</sup> Es handelt sich um eine latente Klassenanalyse. Weitere Informationen: <https://www.xlstat.com/fr/solutions/fonctionnalites/latent-class-cluster-models>

**Profil 3 oder «die Enthusiasten»** bezüglich der Weiterbildung: Personen mit diesem Profil bilden den Gegenpol zur Kategorie 2. Sie interessieren sich für Weiterbildungen zu den unterschiedlichsten Themenbereichen: Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, soziale Problematik, Zeitmanagement, pädagogische Methoden, Lernende verstehen, Lernende motivieren, Beziehungs- und Kommunikationskompetenz, pädagogische Kompetenzen usw. Für fast alle Angebote – mit Ausnahme der digitalen Kompetenzen und des Umgangs mit Vertragsauflösungen – haben mehr als 40% der Antwortenden mit diesem Profil ihr Interesse bekundet. Diese Gruppe zeigt nicht nur ein ausgeprägtes Interesse für die übergeordneten Themenbereiche, sondern auch für die vorgeschlagenen Unterthemen, für die bei den anderen drei Profilen allgemein ein geringeres Interesse besteht.

*Zu dieser Haltung lassen sich drei Hypothesen aufstellen:* 1) Es handelt sich um Personen, die sich von ihrer ursprünglichen beruflichen Tätigkeit und Funktion distanziert haben und ihrem beruflichen Alltag wieder Sinn verleihen möchten, indem sie sehr stark auf Weiterbildung setzen, möglicherweise im Hinblick auf einen Stellen- oder Funktionswechsel.

2) Es handelt sich um Personen, die sich überaus stark mit der BB-Funktion identifizieren, die sich weiterbilden möchten, um ihre Qualifikationen für diese Funktion zu verbessern, möglicherweise im Hinblick auf einen Wechsel in eine reine Ausbildungsfunktion (in einem Bildungszentrum oder als Lehrperson für die Sekundarstufe II).

3) Es handelt sich um Personen, die diese Funktion neu übernommen haben und sich eine «universalistische», breit gefächerte Weiterbildung wünschen, weil sie ihre Bedürfnisse sowie die täglichen Herausforderungen und Schwierigkeiten noch nicht genau kennen. Im Gegensatz zu den ersten beiden Hypothesen, die auf eine berufliche Neuausrichtung hinweisen, geht diese dritte Hypothese davon aus, dass diese Personen Ressourcen in ihre BB-Funktion investieren möchten.

**Profil 4 oder «die Investierten»** bezüglich der BB-Funktion: Personen mit diesem Profil zeichnen sich durch eine ausgeprägte berufliche Identität als betriebliche Berufsbildner/innen aus.

Die von diesem Profil ausgewählten Weiterbildungsangebote betreffen die Rolle, die Aufgaben und Herausforderungen der betrieblichen Berufsbildner/innen, den Umgang mit mehreren Funktionen («mehreren Hüten») sowie die Bewältigung der administrativen Aufgaben. Dieses pragmatische ausgerichtete Profil betrachtet die Rolle als Berufsbildner/in unter dem Aspekt der mit ihrer Funktion verbundenen Schwierigkeiten und Aufgaben, der Mehrfachfunktionen, der Motivierung von Lernenden und der administrativen Aufgaben. Diese Interessen scheinen typisch für erfahrene Berufsbildner/innen, welche die nötigen Fähigkeiten erwerben möchten, um trotz dieser Schwierigkeiten gut ausbilden zu können.

Die vier Profile illustrieren einerseits die Einstellung gegenüber der Berufsbildner-Funktion und andererseits die Haltung gegenüber Weiterbildungsangeboten. Bezüglich der Einstellung zur Berufsbildner-Funktion stehen bei den «Investierten» eher die Funktion und deren Herausforderungen im Zentrum, während «die Begleitenden» sich eher (über die reine Vermittlung des beruflichen Know-hows hinaus) auf die Lernenden konzentrieren. Bezüglich der Haltung gegenüber Weiterbildungen sind «die Enthusiasten» äusserst motiviert für verschiedenste Kursangebote, während «die Gleichgültigen» eine zurückhaltende Einstellung zu Bildungsangeboten haben.



In der Gesamtstichprobe ist das Profil der «Investierten» am stärksten vertreten, danach folgen «die Begleitenden», «die Gleichgültigen» und zuletzt «die Enthusiasten». Die am häufigsten auftretenden Profile sind also jene, welche die Einstellung zur BB-Funktion abbilden. Erst danach folgen die Profile, die sich über die Haltung zur Weiterbildung definieren. Diese Tatsache ist erfreulich, denn sie bestätigt, dass die Antworten auch Aussagen über die Situation der betrieblichen Berufsbildner/innen und nicht nur über ihrer Einstellung zu den Weiterbildungsangeboten zulassen.

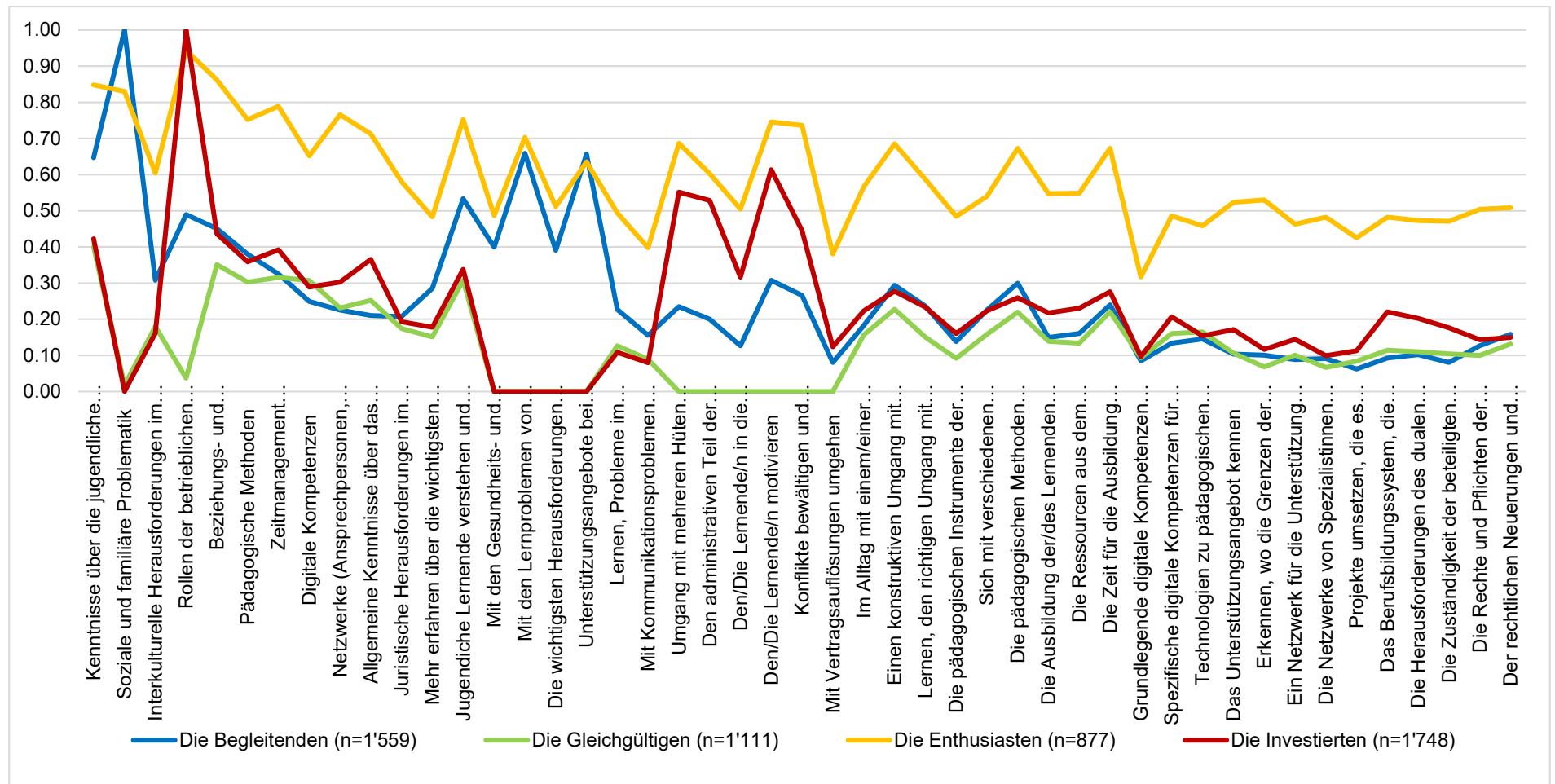


Abbildung 5: Antworten der verschiedenen Profile auf Weiterbildungsangebote



## Lesart von Abbildung 5

- Jedes Profil wird mit einer andersfarbigen Kurve dargestellt.
- Die Zahlen auf der vertikalen Achse entsprechen dem Anteil der Personen, die die unterschiedlichen Weiterbildungsangebote ausgewählt haben.
- Beispiel: Das Bildungsangebot *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* wurde von 65% der Angehörigen von Profil 1 (die Begleitenden), von 42% der Angehörigen von Profil 2 und 4 (die Gleichgültigen und die Investierten) und schliesslich von 85% der Angehörigen von Profil 3 (die Enthusiasten) ausgewählt.

In den Tabellen 35, 36 und 37 sind die Anzahl Nennungen und die jeweiligen Prozentanteile der vier Profile betreffend die Weiterbildungsangebote, die Kurs-, Bildungsformen und Kurszeiten, den Umfang und die Distanzen zu finden.

|                                                                                                              | Die Begleitenden<br>(n=1559) | Die Gleichgültigen<br>(n=1111) | Die Enthusiasten<br>(n=877) | Die Investierten<br>(n=1748) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.) - 55.95%                          | 1009                         | 445                            | 744                         | 738                          |
|                                                                                                              | 64.72%                       | 40.05%                         | 84.83%                      | 42.22%                       |
| Soziale und familiäre Problematik - 43.98%                                                                   | 1559                         | 20                             | 728                         | 1                            |
|                                                                                                              | 100.00%                      | 1.80%                          | 83.01%                      | .06%                         |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung - 28.43%                       | 480                          | 200                            | 530                         | 282                          |
|                                                                                                              | 30.79%                       | 18.00%                         | 60.43%                      | 16.13%                       |
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen - 64.41%                        | 763                          | 41                             | 828                         | 1748                         |
|                                                                                                              | 48.94%                       | 3.69%                          | 94.41%                      | 100.00%                      |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz - 49.77%                                                             | 703                          | 390                            | 756                         | 763                          |
|                                                                                                              | 45.09%                       | 35.10%                         | 86.20%                      | 43.65%                       |
| Pädagogische Methoden - 42.23%                                                                               | 592                          | 336                            | 660                         | 628                          |
|                                                                                                              | 37.97%                       | 30.24%                         | 75.26%                      | 35.93%                       |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) - 42.59%                                                              | 507                          | 351                            | 692                         | 685                          |
|                                                                                                              | 32.52%                       | 31.59%                         | 78.91%                      | 39.19%                       |
| Digitale Kompetenzen - 34.43%                                                                                | 389                          | 341                            | 572                         | 505                          |
|                                                                                                              | 24.95%                       | 30.69%                         | 65.22%                      | 28.89%                       |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.) - 34.49%                                 | 352                          | 257                            | 672                         | 529                          |
|                                                                                                              | 22.58%                       | 23.13%                         | 76.62%                      | 30.26%                       |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem - 35.67%                                                 | 328                          | 280                            | 625                         | 639                          |
|                                                                                                              | 21.04%                       | 25.20%                         | 71.27%                      | 36.56%                       |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GlG, usw.) - 25.97% | 323                          | 194                            | 509                         | 337                          |
|                                                                                                              | 20.72%                       | 17.46%                         | 58.04%                      | 19.28%                       |

Tabelle 35: Weiterbildungsangebote nach Profilen (in Anzahl und Prozent)

Wenig überraschend kommen die **Enthusiasten** bei neun von elf Angeboten auf die höchsten Anteile, und zwar in den verschiedensten Themenbereichen (siehe Tabelle 35). Ihre Anteile liegen überdies systematisch über dem Durchschnitt. Die **Gleichgültigen** dagegen erzielen bei mehr als der Hälfte der Angebote die tiefsten Werte und liegen systematisch unter dem Mittelwert.

Einige Angebote wurden von 100% der Angehörigen eines Profils ausgewählt, so etwa *Soziale und familiäre Problematik* (100% der **Begleitenden**) oder *Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen* (100% der **Investierten**). Die Prozentanteile bestätigen die Aussagekraft der erarbeiteten Profile. Einzelne Angebote stechen mit besonders tiefen Werten hervor, sie weckten also kaum Interesse oder stiessen gar auf Ablehnung, so etwa das Angebot *Soziale und familiäre Problematik* mit einem Anteil von gerade mal 0.06% bei den Investierten oder das Angebot *Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen* mit einem Anteil von 3.69% bei den Gleichgültigen. Besonders deutlich wird die Ablehnung dieser Angebote durch diese beiden Profile, wenn man ihre Anteile mit dem Mittelwert vergleicht.

### Kurz zusammengefasst

- In Bezug auf die Weiterbildungsangebote haben sich vier Profile herauskristallisiert. Zwei davon (die Begleitenden und die Investierten) beziehen sich auf das Verhältnis zur Funktion der Berufsbildner/innen und zwei auf das Verhältnis zur Weiterbildung (die Engagierten und die Gleichgültigen).
- Die Profile bilden verschiedene Haltungen in Bezug auf die Funktion und die Weiterbildung ab und dürften bei der Erarbeitung von passenden Bildungsangeboten von Nutzen sein.

### Kursform, Bildungsform, Kurszeiten (inkl. Umfang und Distanz)

|              |                              | Die Begleitenden<br>(n=1559) | Die Gleichgültigen<br>(n=1111) | Die Enthusiasten<br>(n=877) | Die Investierten<br>(n=1748) |
|--------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Kursform     | Präsenzunterricht - 73.58%   | 1126                         | 748                            | 672                         | 1237                         |
|              |                              | 72.23%                       | 67.33%                         | 76.62%                      | 70.77%                       |
|              | Fernunterricht - 30.81%      | 472                          | 300                            | 288                         | 522                          |
|              |                              | 30.28%                       | 27.00%                         | 32.84%                      | 29.86%                       |
|              | Blended Learning - 24.04%    | 350                          | 185                            | 267                         | 440                          |
|              |                              | 22.45%                       | 16.65%                         | 30.44%                      | 25.17%                       |
| Bildungsform | Kurs - 74.80%                | 1113                         | 739                            | 688                         | 1306                         |
|              |                              | 71.39%                       | 66.52%                         | 78.45%                      | 74.71%                       |
|              | Workshop - 48.69%            | 753                          | 444                            | 536                         | 775                          |
|              |                              | 48.30%                       | 39.96%                         | 61.12%                      | 44.34%                       |
|              | Erfahrungsaustausch - 55.54% | 853                          | 497                            | 567                         | 940                          |
|              |                              | 54.71%                       | 44.73%                         | 64.65%                      | 53.78%                       |
| Zeit         | Halbe Tage - 58.61%          | 864                          | 569                            | 528                         | 1054                         |
|              |                              | 55.42%                       | 51.22%                         | 60.21%                      | 60.30%                       |
|              | Ganze Tage - 63.65%          | 1010                         | 574                            | 636                         | 1050                         |
|              |                              | 64.79%                       | 51.67%                         | 72.52%                      | 60.07%                       |
|              | Abend - 17.46%               | 247                          | 216                            | 145                         | 287                          |
|              |                              | 15.84%                       | 19.44%                         | 16.53%                      | 16.42%                       |
|              | Wochenende - 4.21%           | 64                           | 40                             | 52                          | 62                           |
|              |                              | 4.11%                        | 3.60%                          | 5.93%                       | 3.55%                        |

Note : \*:  $p < .05$  ; \*\*:  $p < .01$  ; \*\*\*:  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 36: Kursform, Bildungsform und Zeit nach Profilen (in Anzahl und Prozent)

Wenig überraschend stechen bei praktischeren Fragen zur Kursorganisation die beiden Profile hervor, die sich auf das Verhältnis zur Weiterbildung beziehen. Die Enthusiasten haben die höchste Weiterbildungsmotivation und ebenfalls am häufigsten alle **Kurs- und Bildungsformen** ausgewählt (siehe Tabelle 36). Ihnen gegenüber stehen die Gleichgültigen, deren Desinteresse an den Weiterbildungsangeboten sich mit den niedrigsten Anteilen bei den ausgewählten Kurs- und Bildungsformen äussert. Ein breites Interesse an Weiterbildungsangeboten geht also mit einer grösseren Offenheit gegenüber verschiedenen Kurs- und Bildungsformen einher.

Bei den **Kurszeiten** haben sich die Investierten, also Angehörige eines funktionsorientierten Profils, am häufigsten für *Halbtage* entschieden. Hier haben wir es höchstwahrscheinlich mit einem «Realitätseffekt» zu tun. Die Investierten sind sich der Spannung zwischen produktiver Arbeit und Ausbilden bewusst und wissen um die Schwierigkeiten, die ihr Fehlen am Arbeitsplatz aufgrund von Weiterbildung mit sich bringt. Die Enthusiasten entschieden sich am häufigsten für *Ganztage*, während die Gleichgültigen im Vergleich zu den anderen Profilen eher bereit sind, sich am *Abend* weiterzubilden. Trotz ihrer Zurückhaltung gegenüber Weiterbildung insgesamt, scheinen die Gleichgültigen also bereit, sich nötigenfalls ausserhalb der Arbeitszeit weiterzubilden. Das würde mit der für das Profil aufgestellten Hypothese 2 übereinstimmen, wonach es sich um pragmatische, arbeitszentrierte Menschen handelt, die ihre Weiterbildung wenn möglich in die arbeitsfreie Zeit legen. Ein ähnliches Antwortverhalten war bereits bei den Firmeninhaberinnen und -inhabern und den Angehörigen von Mikro- und Kleinbetrieben zu beobachten.

Bei den *Wochenenden* verzeichnen die Enthusiasten die höchsten und die Investierten die tiefsten Anteile. Somit scheinen sich die beiden Profile, die sich auf das Verhältnis zur Weiterbildung beziehen, auch durch eine gewisse Bereitschaft für Weiterbildungen ausserhalb der Arbeitszeit auszuzeichnen, während Angehörige der beiden funktionsbezogenen Profile Weiterbildung eher als festen Bestandteil der Arbeit sehen.

|                            | Die Begleitenden (n=1559) | Die Gleichgültigen (n=1111) | Die Enthusiasten (n=877) | Die Investierten (n=1748) |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Durée (jours/année) - 2.48 | 2.54                      | 2.24                        | 2.95                     | 2.34                      |
| Distance (minutes) - 48.64 | 49.17                     | 46.74                       | 49.66                    | 48.79                     |

Tabelle 37: Dauer und Distanz für Kurse nach Profilen (Mittelwerte)

Beim Blick auf den erwünschten **Umfang** der Weiterbildung und die **Distanz**, die die Befragten für die Reise zum Weiterbildungsort zurückzulegen bereit sind (siehe Tabelle 37), fällt einmal mehr der Unterschied zwischen den beiden «Gegenpolen» *Enthusiasten* mit den höchsten und *Gleichgültige* mit den tiefsten Werten auf. Interessant ist überdies das tendenziell ähnliche Antwortverhalten der *Begleitenden* und der *Enthusiasten*, während zugleich auch die Antworten der *Investierten* und der *Gleichgültigen* einander ähneln. Mit anderen Worten: Personen, die ihre Funktion als BB in den Vordergrund stellen und die weiter oben als pragmatisch beschrieben wurden, scheinen Weiterbildungen und allem, was damit einhergeht, gegenüber weniger offen zu sein als Personen, die die lernende Person ins Zentrum stellen.

### Kurz zusammengefasst

- Die Profile haben Einfluss auf die Kursorganisation, wobei zwei Profile (Enthusiasten vs. Gleichgültige) mit sehr unterschiedlichen Haltungen hervorstechen.
- Die Investierten haben aus Rücksicht auf die Komplexität ihrer Funktion vorwiegend halbtägige Bildungsveranstaltungen ausgewählt, die Enthusiasten bevorzugen ganze Tage.
- Die Enthusiasten bekunden eine gewisse Bereitschaft für Wochenendveranstaltungen, sind aber – anders als die Gleichgültigen – kaum für Abendkurse zu motivieren.
- Beim Umfang und der Distanz zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den beiden Profilen, die sich auf das Verhältnis zur Weiterbildung beziehen (Enthusiasten und Gleichgültige).

### Profile und soziodemografische Eigenschaften

Um die anhand der ausgewählten Weiterbildungen erarbeiteten vier Profile möglichst genau zu beschreiben, haben wir uns auch mit ihren soziodemografischen Merkmalen beschäftigt.

|                                   | Die Begleitenden<br>(n=1492) | Die Gleichgültigen<br>(n=982) | Die Enthusiasten<br>(n=843) | Die Investierten<br>(n=1662) | $\chi^2$ |
|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------|
| Manlich -<br>42.74% <sup>30</sup> | 643                          | 526                           | 290                         | 707                          | 69.59*** |
|                                   | 43.10%                       | 53.56%                        | 34.40%                      | 42.54%                       |          |
| Weiblich -<br>55.51%              | 849                          | 456                           | 553                         | 955                          |          |
|                                   | 56.90%                       | 46.44%                        | 65.60%                      | 57.46%                       |          |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 38: Geschlecht und Profilen (in Anzahl und Prozent)

Vergleicht man den Anteil **Frauen** und **Männer** (siehe Tabelle 38), fallen die zwei Profile auf, die sich auf das Verhältnis zur Weiterbildung beziehen. Männer sind in der Kategorie der *Gleichgültigen* stärker und in der Kategorie der *Enthusiasten* weniger stark vertreten als in den übrigen Kategorien. Die umgekehrte Tendenz zeigt sich bei den Frauen, die bei den *Enthusiasten* stärker und bei den *Gleichgültigen* weniger stark vertreten sind. In den anderen zwei Kategorien ist die Vertretung vergleichbar mit der Gesamtstichprobe.

Die Übervertretung der Frauen bei den *Enthusiasten* erstaunt nicht, liegt in den offiziellen Statistiken der Frauenanteil in Weiterbildungen doch leicht über jenem der Männer (BFS, 2022b). Überdies bekunden Frauen das weitaus grössere Interesse an ausserberuflichen Weiterbildungen. Die Resultate könnten deshalb auch ein Hinweis darauf sein, dass die in unserem Fragebogen vorgeschlagenen Angebote als ausserberufliche Weiterbildung betrachtet wurden. Dieser Aspekt darf bei der Art und Weise, wie die künftigen Angebote präsentiert werden, nicht vernachlässigt werden.

<sup>30</sup> Ausgehend von dieser Tabelle konnten die 100% nicht für die gesamte Stichprobe berechnet werden, da einige Personen nicht antworten wollten oder von den Analysen ausgeschlossen wurden. Die Anzahl der Befragten ist daher leicht reduziert.

|                         | Die Begleitenden<br>(n=1512) | Die Gleichgültigen<br>(n=1009) | Die Enthusiasten<br>(n=858) | Die Investierten<br>(n=1689) | $\chi^2$ |
|-------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------|
| 17-24 Jahre<br>- 6.04%  | 120<br>7.94%                 | 52<br>5.15%                    | 50<br>5.83%                 | 84<br>4.97%                  | 32.96**  |
| 25-34 Jahre<br>- 28.99% | 473<br>31.28%                | 282<br>27.95%                  | 247<br>28.79%               | 467<br>27.65%                |          |
| 35-44 Jahre<br>- 24.90% | 376<br>24.87%                | 261<br>25.87%                  | 216<br>25.17%               | 409<br>24.22%                |          |
| 45-54 Jahre<br>- 23.91% | 331<br>21.89%                | 245<br>24.28%                  | 201<br>23.43%               | 435<br>25.75%                |          |
| 55-64 Jahre<br>- 15.63% | 209<br>13.82%                | 163<br>16.15%                  | 138<br>16.08%               | 282<br>16.70%                |          |
| >65 Jahre -<br>0.53%    | 3<br>0.20%                   | 6<br>0.59%                     | 6<br>0.70%                  | 12<br>0.71%                  |          |

Note : \*:  $p < .05$  ; \*\*:  $p < .01$  ; \*\*\*:  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 39: Altersgruppen und Profilen (in Anzahl und Prozent)

Bei der Verteilung nach **Altersgruppen** (siehe Tabelle 39) stechen zuallererst die Profile ins Auge, die sich auf das Verhältnis zur Funktion beziehen. So sind die zwei jüngsten Altersgruppen (17–24 und 25–34 Jahre) bei den *Begleitenden* am stärksten vertreten, während bei den *Investierten* vor allem ältere Personen zu finden sind (45–64 und >65 Jahre). Es lohnt sich, diese Verteilung näher zu betrachten, zeigt sie doch, dass jüngere Personen offenbar ein ganzheitlicheres Bild ihrer Aufgabe haben und sich ihrer Rolle als Begleitperson beim Übergang Schule–Arbeitswelt oder in die Erwachsenenwelt bewusst sind, vielleicht, weil diese Zeit bei ihnen noch weniger weit zurückliegt. Die *Investierten* ihrerseits sind jene, die am meisten Erfahrung in der BB-Funktion haben und die damit verbundenen Schwierigkeiten und Herausforderungen kennen. Dass hier Personen anzutreffen sind, die das gesetzliche AHV-Alter bereits überschritten haben, dürfte wohl mit der Funktionsorientierung des Profils zu tun haben, gerade weil sich darunter viele Firmeninhaber/innen befinden dürften.

Am zweithäufigsten sind die jüngeren Altersgruppen im Profil der *Enthusiasten* zu finden. Es scheint also, als sei dieses Verhältnis zu Weiterbildung ein Teil des Professionalisierungsprozesses. Unter den *Gleichgültigen* befinden sich insbesondere Angehörige der Altersgruppe 35–44, gefolgt von den 45- bis 64-Jährigen. Sie setzen sich vorwiegend aus arbeitszentrierten Personen in einem Lebensabschnitt zusammen, in dem die Karriere sich noch im Aufbau befindet oder bereits gefestigt ist (35–44 Jahre), umfasst aber auch Personen, die ihre Kompetenzen und Erfahrungen als ausreichend betrachten und der Meinung sind, keine Weiterbildungen zu benötigen.

Das Verhältnis zur Weiterbildung, das in diesen beiden Profilen zum Ausdruck kommt, stimmt zum Teil mit den jüngsten statistischen Daten des BFS überein (BFS, 2022). Auch aus diesen Statistiken ist herauszulesen, dass die Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen und (anders als bei unseren Befragten) die Altersgruppe 35–44 sich am häufigsten weiterbilden und das Weiterbildungsinteresse mit zunehmendem Alter abnimmt. Der beobachtete Unterschied bei der Altersgruppe 35–44 könnte erneut mit der Wahrnehmung der vorgeschlagenen Weiterbildungsangebote als ausserberufliche Weiterbildung zu tun haben.

Das würde sich auch mit den Daten des BFS (2022b) zu ausserberuflicher Weiterbildung decken, zeigt sich doch auch dort, dass das Interesse an derartigen Angeboten besonders in dieser Altersgruppe abnimmt. Wenn man bedenkt, dass in diesem Alter die berufliche Stellung gefestigt wird, ist anzunehmen, dass diese Altersgruppe eher Weiterbildungen mit Zertifikat und mit Bezug zum ausgeübten Beruf im Auge hat.

|                     | Die Begleitenden<br>(n=1512) | Die Gleichgültigen<br>(n=1009) | Die Enthusiasten<br>(n=858) | Die Investierten (n=1689) | $\chi^2$ |
|---------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|---------------------------|----------|
| BB - 76.48%         | 1198                         | 694                            | 708                         | 1276                      | 57.82*** |
|                     | 79.23%                       | 68.78%                         | 82.52%                      | 75.55%                    |          |
| Inhaber/in - 23.52% | 314                          | 315                            | 150                         | 413                       |          |
|                     | 20.77%                       | 31.22%                         | 17.48%                      | 24.45%                    |          |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 40: Funktionen und Profilen (in Anzahl und Prozent)

Betrachten wir die Verteilung der **Funktionen** auf die verschiedenen Profile, ist es wiederum das Verhältnis zur Weiterbildung, das die Gruppen unterscheidet. So sind die BB bei den *Enthusiasten* am stärksten vertreten und zugleich gibt es unter den BB den tiefsten Anteil an *Gleichgültigen*. Bei den Firmeninhaberinnen und -inhabern verhält es sich umgekehrt. Die Anteile der BB und der Firmeninhaberinnen und -inhaber in den anderen beiden Gruppen sind mit der Gesamtstichprobe vergleichbar. Angesichts der Erkenntnisse aus früheren Arbeiten zur Situation der BB (siehe Lamamra et al., 2019: Bericht Lamamra und Wenger, Juni 2022; Bericht Wenger und Lamamra, Dezember 2022) kann dieser Unterschied so interpretiert werden, dass BB die Bedeutung ihrer Rolle unterstreichen und sich stärker in ihrer Funktion engagieren wollen. Umfassende Weiterbildung sehen sie als Möglichkeit, Anerkennung für ihre Funktion zu erlangen und die Notwendigkeit einer Professionalisierung in dem Sinn zu unterstreichen, dass die Aufgabe allgemeine und spezifische Kompetenzen erfordert.

|                                | Die Begleitenden<br>(n=1512) | Die Gleichgültigen<br>(n=1009) | Die Enthusiasten<br>(n=858) | Die Investierten<br>(n=1689) | $\chi^2$ |
|--------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------|
| Teilzeit (<50%) -<br>2.67%     | 42                           | 24                             | 25                          | 44                           | 52.54*** |
|                                | 2.78%                        | 2.38%                          | 2.91%                       | 2.61%                        |          |
| Teilzeit (50-89%)<br>- 24.05%  | 328                          | 194                            | 278                         | 419                          |          |
|                                | 21.69%                       | 19.23%                         | 32.40%                      | 24.81%                       |          |
| Vollzeit (90-100%) -<br>73.28% | 1142                         | 791                            | 555                         | 1226                         |          |
|                                | 75.53%                       | 78.39%                         | 64.69%                      | 72.59%                       |          |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 41: Beschäftigungsgrad und Profile (Anzahl und Prozentsatz)

Ein Blick auf den **Beschäftigungsgrad** (siehe Tabelle 41) zeigt deutliche Unterschiede zwischen den beiden Profilen, die sich auf das Verhältnis zur Weiterbildung beziehen. Unter den Teilzeitbeschäftigten gibt es besonders viele *Enthusiasten* und umso weniger *Gleichgültige*. Andersherum verhält es sich mit den Vollzeitbeschäftigten:

Hier bilden die *Gleichgültigen* die Mehrheit. Beim Vergleich mit der Gesamtstichprobe fällt auf, dass die *Enthusiasten* in der Kategorie Teilzeit übervertreten und in der Kategorie Vollzeit untervertreten sind. Umgekehrt verhält es sich mit den *Gleichgültigen*. Die *Begleitenden* und *Investierten* kommen dagegen auf ähnliche Anteile wie die Gesamtstichprobe.

Diese Ergebnisse stehen im Gegensatz zur Weiterbildungsstatistik der Schweizer Bevölkerung, wo sich die Weiterbildungsteilnahme proportional zum Beschäftigungsgrad verhält: je tiefer der Beschäftigungsgrad (<50%), desto geringer die Teilnahme an Weiterbildungen; je höher der Beschäftigungsgrad, desto grösser die Weiterbildungsteilnahme, wobei Personen mit höheren Teilzeitpensen (50–89%) mehr Weiterbildungen absolvieren als solche mit kleinem Teilzeitpensum. Umgekehrt verhält es sich mit den ausserberuflichen Weiterbildungen. Hier steigt die Teilnahme mit abnehmendem Beschäftigungsgrad (BFS, 2022b). Dies ist ein weiterer Hinweis darauf, dass die Befragten pädagogisch orientierte Weiterbildungen als ausserberuflich wahrnehmen.

|                                         | Die Begleitenden (n=1'512) | Die Gleichgültigen (n=1'009) | Die Enthusiasten (n=858) | Die Investierten (n=1'689) | $\chi^2$ |
|-----------------------------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------------|----------------------------|----------|
| Mikro (<10 Beschäftigte) - 17.88%       | 244                        | 253                          | 114                      | 295                        | 91.86*** |
|                                         | 16.14%                     | 25.07%                       | 13.29%                   | 17.47%                     |          |
| Kleine (10-49 Beschäftigte) - 34.29%    | 516                        | 331                          | 252                      | 639                        |          |
|                                         | 34.13%                     | 32.80%                       | 29.37%                   | 37.83%                     |          |
| Mittlere (50-249 Beschäftigte) - 25.63% | 374                        | 250                          | 262                      | 413                        |          |
|                                         | 24.74%                     | 24.78%                       | 30.54%                   | 24.45%                     |          |
| Grosse (>250 Beschäftigte) - 22.20%     | 378                        | 175                          | 230                      | 342                        |          |
|                                         | 25.00%                     | 17.34%                       | 26.81%                   | 20.25%                     |          |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 42: Unternehmensgrösse und Profile (Anzahl und Prozentsatz)

Bei den **Unternehmensgrössen** (siehe Tabelle 42) sind die Unterschiede zwischen den Profilen, die sich auf das Verhältnis zur Funktion beziehen, und jenen, die sich auf das Verhältnis zur Weiterbildung beziehen, weniger deutlich. In Mikrounternehmen sind die *Gleichgültigen* häufiger anzutreffen als die anderen drei Profile, die *Investierten* sind am häufigsten in kleinen Betrieben zu finden und die *Enthusiasten* sind bei den mittleren und grossen Unternehmen am stärksten vertreten. Vergleicht man diese Ergebnisse mit den Anteilen der Gesamtstichprobe, weisen die beiden Kategorien, die nicht den höchsten oder tiefsten Prozentanteil verzeichnen, ähnliche Anteile auf wie die Gesamtstichprobe.

Diese Resultate bestätigen frühere Erkenntnisse zum Verhältnis zu den Weiterbildungsangeboten; auch dort fielen die Mikrounternehmen mit geringerem Interesse auf. Wahrscheinlich liegt das am Umfeld und den Einschränkungen (Produktionsdruck, weniger Handlungsspielraum bei Abwesenheit einer Person, Organisation der Lernendenbetreuung), die in den Mikrounternehmen besonders gross sind. Ebenso wenig erstaunt, dass die *Enthusiasten* besonders oft in mittelgrossen und grossen Betrieben anzutreffen sind, wo die Möglichkeiten, interne oder externe Weiterbildungen fürs Personal zu organisieren, viel grösser sind. Die Übervertretung der *Investierten* in den kleinen Unternehmen schliesslich dürfte die Realität der Lehrbetriebe unter den Kleinbetrieben abbilden. In diesem Profil kommt ein starkes Engagement der Beschäftigten in Kleinbetrieben für die Lernendenausbildung zum Ausdruck.

|                                                                     | Die Begleitenden (n=1'511) | Die Gleichgültigen (n=1'008) | Die Enthusiasten (n=858) | Die Investierten (n=1'689) | $\chi^2$  |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------------|----------------------------|-----------|
| Land-, Forst- und Viehwirtschaft - 2.96%                            | 38                         | 43                           | 14                       | 55                         | 150.46*** |
|                                                                     | 2.51%                      | 4.27%                        | 1.63%                    | 3.26%                      |           |
| Produktion, Industrie, Gewerbe (ausser Bau) - 11.55%                | 171                        | 139                          | 78                       | 197                        |           |
|                                                                     | 11.32%                     | 13.79%                       | 9.09%                    | 11.66%                     |           |
| Technische und Informatikberufe - 8.19%                             | 132                        | 96                           | 59                       | 128                        |           |
|                                                                     | 8.74%                      | 9.52%                        | 6.88%                    | 7.58%                      |           |
| Bau- und Baunebengewerbe, einschliesslich Bergbauindustrie - 16.60% | 248                        | 219                          | 92                       | 282                        |           |
|                                                                     | 16.41%                     | 21.73%                       | 10.72%                   | 16.70%                     |           |
| Handel und Transportwesen - 6.40%                                   | 96                         | 62                           | 51                       | 115                        |           |
|                                                                     | 6.35%                      | 6.15%                        | 5.94%                    | 6.81%                      |           |
| Gastgewerbe und Personendienstleistungen - 6.73%                    | 80                         | 91                           | 56                       | 114                        |           |
|                                                                     | 5.29%                      | 9.03%                        | 6.53%                    | 6.75%                      |           |
| Verwaltung, Administration, Banken, Versicherung und Recht - 20.29% | 330                        | 146                          | 183                      | 369                        |           |
|                                                                     | 21.84%                     | 14.48%                       | 21.33%                   | 21.85%                     |           |
| Gesundheitsberufe, Lehrberuf und künstlerische Berufe - 25.84%      | 395                        | 206                          | 304                      | 404                        |           |
|                                                                     | 26.14%                     | 20.44%                       | 35.43%                   | 23.92%                     |           |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 43: Tätigkeitsbereich und Profile (Anzahl und Prozentsatz)

Aus der Untersuchung nach **Tätigkeitsbereich** (siehe Tabelle 43) geht hervor, dass die Branchen Land, Indu, Info, Bau und Gast im Profil der *Gleichgültigen* häufiger vertreten sind als in den anderen Profilen. Die Kategorien Hand und Admin sind bei den *Investierten* leicht höher vertreten. Bei den *Enthusiasten* gibt es anteilmässig mehr Angehörige der Branche Ge-Le als in den anderen Profilen. Die Anteile der beiden Profile, die nicht die höchsten oder tiefsten Anteile aufweisen, sind mit jenen der Gesamtstichprobe vergleichbar. Zwar kommt in einigen Resultaten die gleiche Haltung gegenüber den vorgeschlagenen Weiterbildungen zum Ausdruck wie bereits im Branchenvergleich (siehe Kapitel 3.3.3), dennoch ist es schwierig, Hypothesen aufzustellen, ausser für die Branche Ge-Le. Ein Teil dieser Berufsleute (Gesundheit, Soziales) ist neu in der beruflichen Grundbildung tätig und möchte wohl seine Kenntnisse über eine Vielzahl von kontext- und branchenspezifischen Themen erweitern und dadurch eine Professionalisierung anstreben.

|                         | Die Begleitenden (n=1'510) | Die Gleichgültigen (n=1'008) | Die Enthusiasten (n=857) | Die Investierten (n=1'687) | $\chi^2$ |
|-------------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------------|----------------------------|----------|
| Genferseeregion - 7.76% | 92<br>6.09%                | 71<br>7.04%                  | 78<br>9.10%              | 152<br>9.01%               | 50.48*** |
| Mittelland - 38.11%     | 548<br>36.29%              | 349<br>34.62%                | 370<br>43.17%            | 662<br>39.24%              |          |
| Nordwestschweiz - 4.05% | 70<br>4.64%                | 33<br>3.27%                  | 36<br>4.20%              | 66<br>3.91%                |          |
| Zürich - 2.86%          | 49<br>3.25%                | 24<br>2.38%                  | 26<br>3.03%              | 46<br>2.73%                |          |
| Ostschweiz - 36.47%     | 566<br>37.48%              | 413<br>40.97%                | 274<br>31.97%            | 593<br>35.15%              |          |
| Zentralschweiz - 10.29% | 180<br>11.92%              | 114<br>11.31%                | 68<br>7.93%              | 159<br>9.43%               |          |
| Tessin - 0.45%          | 5<br>0.33%                 | 4<br>0.40%                   | 5<br>0.58%               | 9<br>0.53%                 |          |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 44: Grossregionen und Profile (Anzahl und Prozentsatz)

Untersuchen wir nun, wie die **Regionen** sich auf die vier Profile verteilen (siehe Tabelle 44). Hier fällt auf, dass es in der Genferseeregion mehr *Enthusiasten* gibt als *Begleitende*. Das trifft ebenfalls auf den Mittelland zu, wo der höchste Anteil auf die *Enthusiasten* und der tiefste auf die *Gleichgültigen* entfällt. In den Regionen Nordwestschweiz und Zürich entfallen die höchsten Anteile auf die *Begleitenden* und die niedrigsten auf die *Gleichgültigen*, in der Region Ostschweiz ist das Profil der *Gleichgültigen* besonders stark und jenes der *Enthusiasten* am wenigsten vertreten und die Zentralschweiz sticht mit besonders hohen Anteilen im Profil der *Begleitenden* hervor. Und schliesslich sei trotz der wenigen Befragten auch noch der Kanton Tessin erwähnt. Der höchste Anteil entfällt hier auf die *Enthusiasten*, der tiefste auf die *Begleitenden*.

### **Kurz zusammengefasst**

- Die vier Profile lassen sich in zwei Gruppen aufteilen, wobei sich je zwei Profile auf das Verhältnis zur Funktion beziehen und die beiden anderen auf das Verhältnis zur Weiterbildung. Diese Aufteilung hilft, das unterschiedliche Antwortverhalten zu verstehen.
- In Bezug auf die Kursorganisation, d. h. Kursformen, Bildungsformen und Kurszeit, können die Antwortgeber/innen nach ihrer Haltung gegenüber Weiterbildung unterschieden werden; die Enthusiasten sind an verschiedenen Kursformen (Präsenzunterricht, Fernunterricht, Blended Learning) interessiert, bevorzugen ganztägige Weiterbildungen oder Wochenenden, wünschen sich mehr Weiterbildungstage (Umfang) und sind bereit, längere Distanzen zum Weiterbildungsort zurückzulegen.
- Die Gleichgültigen sind wenig überraschend insgesamt eher zurückhaltend, dafür aber am ehesten bereit, sich am Abend weiterzubilden. Ihre Zurückhaltung ist folglich nicht unbedingt als Ablehnung von Weiterbildung an sich zu verstehen, sondern vielmehr als Zurückhaltung gegenüber Weiterbildungen während der Arbeitszeit.
- Die Verteilung auf die beiden Gruppen unterscheidet sich auch in Bezug auf das Geschlecht. Unter den weiblichen Antwortgeberinnen gibt es mehr Enthusiasten, unter den männlichen mehr Gleichgültige. Ähnlich verhält es sich, wenn man die Verteilung der Befragten nach Beschäftigungsgrad betrachtet. Bei den Teilzeitbeschäftigten entfallen die höchsten Anteile auf die Enthusiasten, bei den Vollzeitbeschäftigten bilden die Gleichgültigen die Mehrheit.
- In Bezug auf das Alter lassen sich eher die beiden Profile unterscheiden, die sich auf das Verhältnis zur Funktion beziehen. Das Profil der Begleitenden ist besonders häufig bei den jüngeren Altersgruppen anzutreffen, das Profil der Investierten am häufigsten in den ältesten Altersgruppen. Die Angehörigen der mittleren Altersgruppe (35–44 Jahre), deren Karriere sich gerade festigt, sind besonders häufig unter den Gleichgültigen anzutreffen.
- Auch bei den Funktionen gibt es insbesondere Unterschiede zwischen den beiden Profilen, die sich auf das Verhältnis zur Weiterbildung beziehen. Die BB sind bei den Enthusiasten gut vertreten, die Firmeninhaber/innen dagegen bei den Gleichgültigen. Dieser Unterschied lässt sich teilweise auch zwischen Mikro- und Kleinbetrieben (Gleichgültige) einerseits und mittelgrossen und grossen Betrieben (Enthusiasten) andererseits feststellen.
- Auch die Vertretung der Branchen innerhalb der Profile fällt unterschiedlich aus. Einige Branchen (Land, Indu, Info, Bau, Gast) sind besonders bei den Gleichgültigen vertreten, andere dagegen bei den Enthusiasten (Ge-Le) oder bei den Investierten (Admin).
- Insgesamt bilden die Profile das Weiterbildungsverhalten der Schweizer Bevölkerung ab, wenn auch nicht so, wie erwartet. Insbesondere war das Antwortverhalten in unserer Umfrage vergleichbar mit jenem, das in der BFS-Statistik in Bezug auf ausserberufliche Weiterbildungen zum Ausdruck kommt. Die Antworten (nach Geschlecht, Beschäftigungsgrad, Alter) könnten folglich ein Hinweis darauf sein, dass die Antwortgeber/innen unserer Umfrage die vorgeschlagenen Weiterbildungen nicht als berufliche Weiterbildung wahrnehmen.

## **4 SCHLUSSFOLGERUNGEN**

Der vorliegende Bericht führt die vorangehenden deskriptiven Analysen (Bericht vom Dezember 2022) sowie die detaillierteren statistischen Analysen zusammen. Letztere ermöglichen es, die Bildungsangebote bestmöglich auf die Bedürfnisse der einzelnen Branchen und Unternehmen, aber auch auf personenspezifische Bedürfnisse je nach ausgeübter Funktion (BB, Firmeninhaber/in) oder Profil abzustimmen.

### **4.1 Für die Entwicklung von Weiterbildungsangeboten (*Meilenstein III*)**

Je nach Tätigkeitsbereich, Unternehmensgrösse oder Region sind andere Themen gefragt. Bei der Erarbeitung der Kursangebote muss diesen unterschiedlichen Interessen Rechnung getragen werden.

Grosse Branchenunterschiede gibt es auch in Bezug auf den Durchführungszeitpunkt, was bei der Erarbeitung von möglichst praxisgerechten Bildungsangeboten zu berücksichtigen ist.

Die erarbeiteten Profile unterstreichen die sehr unterschiedlichen Einstellungen gegenüber Weiterbildung; die von grossem Bildungshunger bis hin zu Zurückhaltung/Ablehnung reichen. Da die Einstellung gegenüber Weiterbildung von der Branche, der Funktion, der Unternehmensgrösse, aber auch vom Geschlecht und dem Beschäftigungsgrad abhängig ist, muss sie bei der Erarbeitung von Angeboten unbedingt berücksichtigt werden.

Es lohnt sich insbesondere, die Vorbehalte gegenüber Weiterbildung näher zu betrachten, zeigen die Antworten doch, dass die festgestellte Zurückhaltung nicht der Weiterbildung im Allgemeinen gilt, sondern eher den Auswirkungen geschuldet ist, die die Teilnahme an Weiterbildung auf den Arbeitsalltag hat, insbesondere in Kleinbetrieben und bei Firmeninhaberinnen und -inhabern. Bei der Vermarktung künftiger Kursangebote darf dieser Aspekt nicht vernachlässigt werden.

Zum Teil lässt sich diese Zurückhaltung wohl auch damit erklären, dass die vorgeschlagenen Bildungsangebote als ausserberufliche Weiterbildung wahrgenommen wurden, wie die Profile und der Vergleich mit den statistischen Daten zur Haltung der Gesamtbevölkerung gegenüber Weiterbildung zeigen. Diese Tatsache muss bei der Vermarktung von Kursangeboten ebenfalls unbedingt berücksichtigt werden. Dem Zielpublikum muss aufgezeigt werden, dass diese Angebote genauso wie berufliche Weiterbildungen die Erweiterung der Fachkompetenzen von Berufsbildner/innen und damit nicht zuletzt die Professionalisierung zum Ziel haben.

### **4.2 Für die Umsetzung: ein praktisches Hilfsmittel für die Berufsbildungsakteurinnen und -akteure**

Um die Umsetzung von Kursangeboten zu erleichtern, wurden Merkblätter nach Branche, Unternehmensgrösse oder Region für die Berufsbildungsverantwortlichen erarbeitet. Sie beinhalten die wichtigsten Erkenntnisse wie bevorzugte Weiterbildungsthemen und Unterthemen, Kursformen, Bildungsformen, Kurszeiten und der bevorzugte Kursumfang die am besten geeigneten Durchführungsmonate und die dominierenden Profile.

Diese Merkblätter können somit direkt als Hilfestellung für die Erarbeitung gezielter Kursangebote genutzt werden.



## 4.3 Für das Wissen über die Zielgruppe der Berufsbildner/innen und ihr Verhältnis zur Weiterbildung

Die Befragung hat verschiedene allgemeine Informationen zur Situation der BB geliefert, in erster Linie zu ihrem Engagement für ihre Funktion und für die komplexe Aufgabe, die sie ausüben. Weiter lieferten die Antworten Informationen zu den Erwartungen der BB an die Anerkennung und Professionalisierung ihrer Funktion. Weiterbildung wird klar als Möglichkeit wahrgenommen, das eigene Engagement für die Funktion zum Ausdruck zu bringen und zu betonen, dass Berufsbildungsverantwortliche in ihrer Funktion verbleiben und als Fachperson für die Begleitung und/oder die Vermittlung von Berufswissen und -knowhow anerkannt werden möchten.

In der Zurückhaltung gegenüber Weiterbildung kommt einerseits ein gewisser Pragmatismus zum Ausdruck. Das zeigt sich etwa daran, dass die *Investierten*, die Firmeninhaber/innen und die Antwortgeber/innen aus Mikro- und Kleinbetrieben eher halbtägige Bildungsveranstaltungen und Abend- oder Wochenendveranstaltungen ausgewählt haben, weil es ihnen so leichter fällt, die produktive Arbeit und die Ausbildung von Lernenden miteinander zu vereinbaren. Diese Haltung zeigt andererseits aber auch, dass die vorgeschlagenen Bildungsangebote als ausserberufliche Weiterbildung wahrgenommen werden, und zeugt von unterschiedlichen Vorstellungen der Antwortgeber/innen zur Frage, wer für Weiterbildung verantwortlich ist. So sehen einige die Weiterbildung, insbesondere die ausserberufliche, in der Verantwortung des Arbeitgebers, weshalb sie während der Arbeitszeit stattfinden und vom Arbeitgeber bezahlt werden sollte. Andere hingegen sehen das Individuum in der Verantwortung und möchten sich demnach ausserhalb der Arbeitszeit, insbesondere am Abend oder am Wochenende weiterbilden.



**MERKBLÄTTER – UNTERNEHMENSGRÖSSE**

# Mikrounternehmen

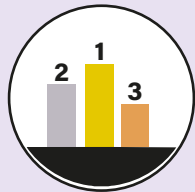


[N=1125 Pers]



Mikro (<10 Beschäftigte)

## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [58.72%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (62.95%)
- Umgang mit mehreren Hüten (53.01%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (52.07%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (50.38%)

## Präferenzen

### 2. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [46.14%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (63.40%)
- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (55.74%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (53.35%)



**Kursform**  
Präsenz  
73.84%

### 3. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [45.03%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (78.43%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (54.17%)

**Bildungsform**  
Kurs  
74.39%



### 4. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [42.05%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (79.00%)



**Zeit**  
Halb Tag  
56.18%

### 5. Soziale und familiäre Problematik / Pädagogische Methoden [38.96%]

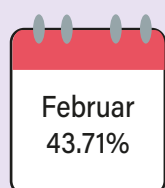
- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (69.41%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (63.74%)
- Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (75.64%)
- Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden (56.66%)

## Max. Distanz der Fahrt

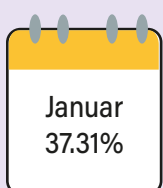


44.43 Min

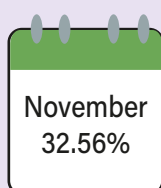
## TOP 5 der Monate



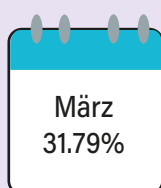
Februar  
43.71%



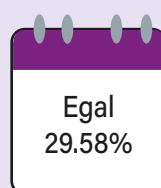
Januar  
37.31%



November  
32.56%



März  
31.79%



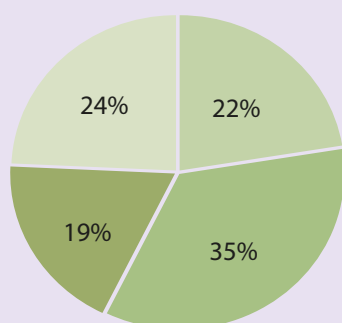
Egal  
29.58%

## Ideale Ausbildungsdauer



2.14 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

\*Die Daten stammen aus dem Bericht "Weiterbildungsbedarf und Weiterbildungswünsche von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern". Für weitere Informationen lesen Sie bitte den vollständigen Bericht.

# Kleinunternehmen

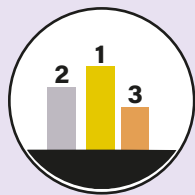


[N=1738 Pers]



Kleine (10-49 Beschäftigte)

## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [65.42%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (68.07%)
- Umgang mit mehreren Hüten (56.55%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (52.33%)

## Präferenzen

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [51.21%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (84.04%)



**Kursform**  
Präsenz  
73.42%

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [49.19%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (68.77%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (56.96%)

**Bildungsform**  
Kurs  
76.52%



### 4. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [42.35%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (75.68%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (59.38%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (57.61%)



**Zeit**  
Ganze Tage  
61.16%

### 5. Soziale und familiäre Problematik [42.17%]

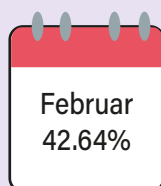
- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (70.94%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (67.94%)

## Max. Distanz der Fahrt

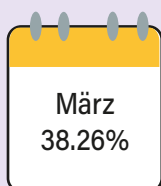


48.06 Min

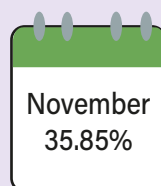
## TOP 5 der Monate



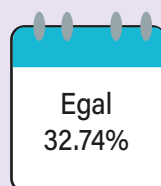
Februar  
42.64%



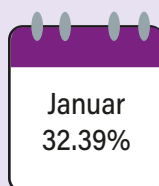
März  
38.26%



November  
35.85%



Egal  
32.74%



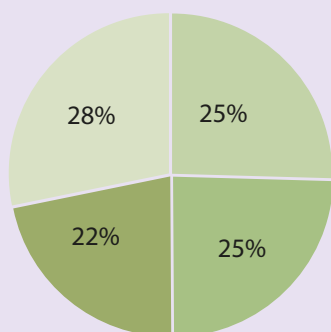
Januar  
32.39%

## Ideale Ausbildungsdauer



2.35 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

\*Die Daten stammen aus dem Bericht "Weiterbildungsbedarf und Weiterbildungswünsche von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern". Für weitere Informationen lesen Sie bitte den vollständigen Bericht.

# Mittlerenunternehmen

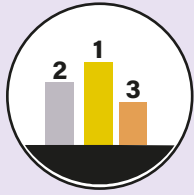


[N=1299 Pers]



Mittlere (50-249 Beschäftigte)

## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [65.67%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (67.41%)
- Umgang mit mehreren Hüten (59.55%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (59.55%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (56.39%)

## Präferenzen

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [62.36%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (82.84%)
- Mehr erfahren über die wichtigsten Herausforderungen im Zusammenhang mit Jugendlichen (50.74%)



**Kursform**  
Präsenz  
75.83%

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [48.65%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (73.73%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (58.23%)
- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (52.22%)

**Bildungsform**  
Kurs  
73.75%



### 4. Soziale und familiäre Problematik [45.96%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (73.37%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (71.02%)



**Zeit**  
Ganze Tage  
68.36%

### 5. Pädagogische Methoden [44.50%]

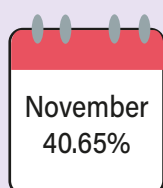
- Die pädagogischen Instrumente der Ausbildung am Arbeitsplatz beherrschen (80.62%)
- Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden (65.22%)

## Max. Distanz der Fahrt

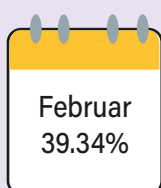


50.24 Min

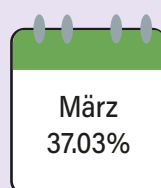
## TOP 5 der Monate



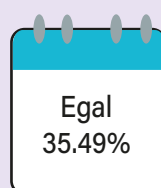
November  
40.65%



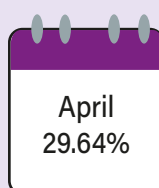
Februar  
39.34%



März  
37.03%



Egal  
35.49%



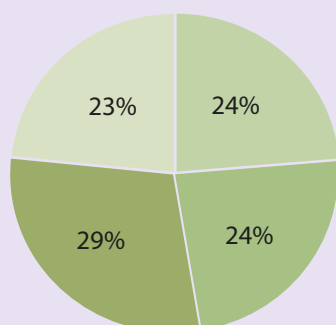
April  
29.64%

## Ideale Ausbildungsdauer



2.66 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung (24%)
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung (23%)
- Die Begleitenden von Lernenden (29%)
- Die Engagierten in die BB-Funktion (24%)

### Zwei Profile verweisen auf das Verhältnis zur Weiterbildung:

- Die *Enthusiasten*, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die *Gleichgültigen*, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

### Zwei weitere Profile verweisen auf die Beziehung zur BB-Funktion:

- Die *Begleitenden*, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die *Engagierten*, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

\*Die Daten stammen aus dem Bericht "Weiterbildungsbedarf und Weiterbildungswünsche von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern". Für weitere Informationen lesen Sie bitte den vollständigen Bericht.

# Großunternehmen

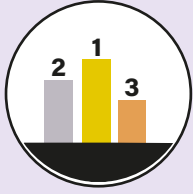


[N=1125 Pers]



Grosse (>250 Beschäftigte)

## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [67.38%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (83.64%)

### 2. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [66.75%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (62.05%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (59.92%)
- Umgang mit mehreren Hüten (59.65%)

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [54.31%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (69.23%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (53.85%)
- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (52.54%)

### 4. Pädagogische Methoden [50.76%]

- Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (83.19%)
- Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden (62.87%)

### 5. Soziale und familiäre Problematik [49.87%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (71.66%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (70.05%)

## Präferenzen



**Kursform**  
Präsenz  
71.73%

## Bildungsform

Kurs  
74.40%



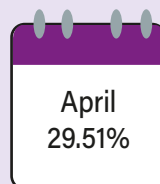
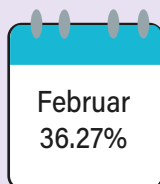
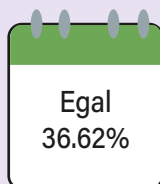
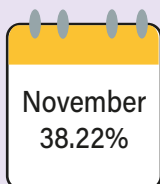
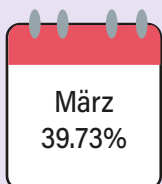
**Zeit**  
Ganze Tage  
71.64%

## Max. Distanz der Fahrt



50.35 Min

## TOP 5 der Monate

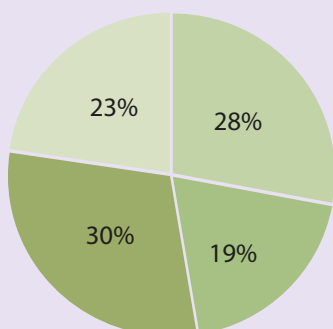


## Ideale Ausbildungsdauer



2.74 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung (28%)
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung (19%)
- Die Begleitenden von Lernenden (30%)
- Die Engagierten in die BB-Funktion (23%)

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

\*Die Daten stammen aus dem Bericht "Weiterbildungsbedarf und Weiterbildungswünsche von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern". Für weitere Informationen lesen Sie bitte den vollständigen Bericht.



**MERKBLÄTTER – BRANCHE**

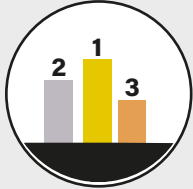
# Land-, Forst und Viehwirtschaft



[N=150 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [58.67%]

- Umgang mit mehreren Hüten (64.77%)
- Den/Die Lernende/n motivieren (61.36%)

### 2. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [45.33%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (70.59%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (69.12%)

### 3. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [40.67%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (75.41%)

### 4. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [39.33%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (64.41%)
- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (61.02%)

### 5. Pädagogische Methoden [35.33%]

- Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (75.47%)
- Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden (64.15%)

## Präferenzen



### Kursform

Präsenz  
80.67%

### Bildungsform

Kurs  
76.00%



### Zeit

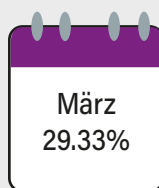
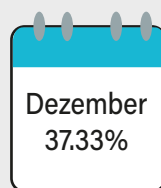
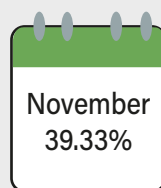
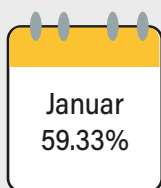
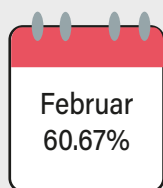
Ganze Tage  
60.67%

## Max. Distanz der Fahrt



44.31 Min

## TOP 5 der Monate

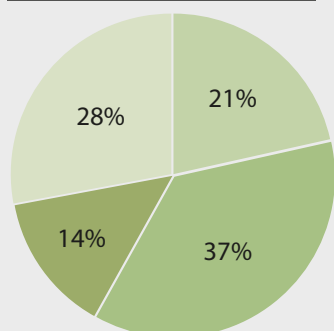


## Ideale Ausbildungsdauer



1.89 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

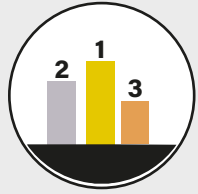
# Produktion, Industrie, Gewerbe (ausser Bau)



[N=585 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [60.85%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (66.57%)
- Umgang mit mehreren Hüten (55.90%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (52.25%)

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [52.99%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (82.90%)

### 3. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [44.10%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (75.19%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (53.88%)

### 4. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [42.05%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (67.07%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (51.63%)
- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (50.41%)

### 5. Soziale und familiäre Problematik [41.88%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (66.53%)
- Die wichtigsten Herausforderungen beim Übergang von der Schule zum Beruf erkennen (66.12%)

## Präferenzen



**Kursform**  
Präsenz  
78.97%

**Bildungsform**  
Kurs  
75.73%



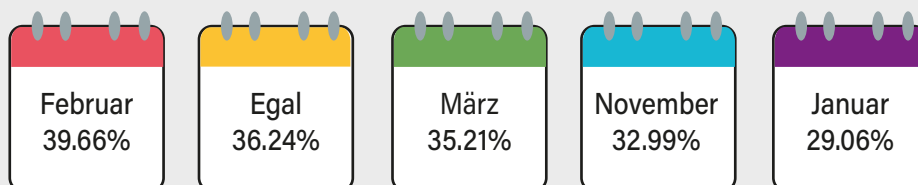
**Zeit**  
Ganze Tage  
60.00%

## Max. Distanz der Fahrt



48.16 Min

## TOP 5 der Monate

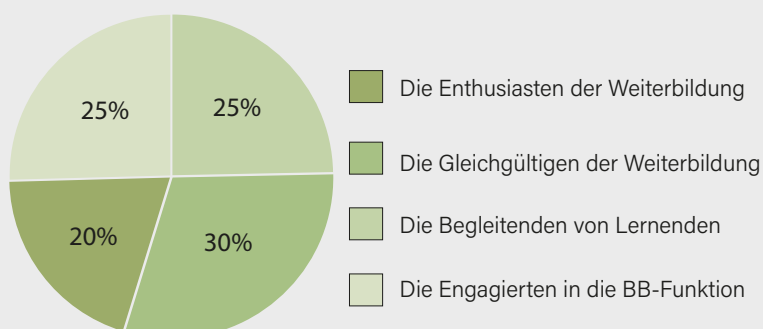


## Ideale Ausbildungsdauer



2.39 Tagen

## Dominante Profile



Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

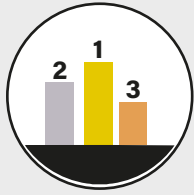
# Technische und Informatikberufe



[N=415 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [59.28%]

- Umgang mit mehreren Hüten (69.11%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (64.63%)

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [55.18%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (82.97%)

### 3. Soziale und familiäre Problematik [45.78%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (67.37%)
- Die wichtigsten Herausforderungen beim Übergang von der Schule zum Beruf erkennen (63.16%)

### 4. Pädagogische Methoden [45.30%]

- Die pädagogischen Instrumente der Ausbildung am Arbeitsplatz beherrschen (75.00%)
- Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (67.02%)

### 5. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [44.82%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (70.97%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (54.84%)

## Präferenzen



**Kursform**  
Präsenz  
67.47%

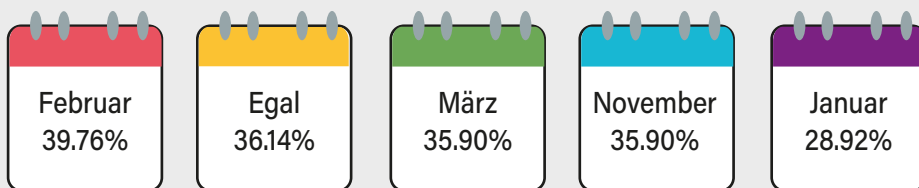
## Bildungsform

Kurs  
72.53%

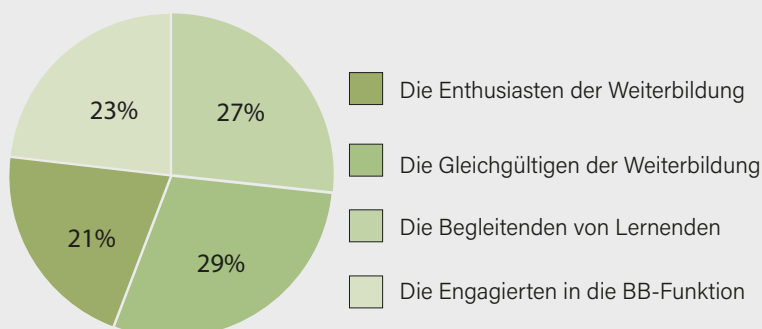


**Zeit**  
Ganze Tage  
65.54%

## TOP 5 der Monate



## Dominante Profile



## Max. Distanz der Fahrt



47.26 Min

## Ideale Ausbildungsdauer



2.33 Tagen

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

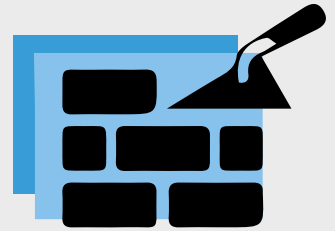
Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

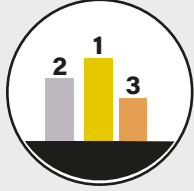
# Bau- und Baunebengewerbe, einschliesslich Bergbauindustrie



[N=841 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [58.86%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (69.70%)
- Umgang mit mehreren Hüten (51.92%)

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [46.02%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (82.17%)

### 3. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [44.71%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (71.28%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (54.52%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (52.93%)

### 4. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [41.74%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (63.25%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (52.42%)

### 5. Soziale und familiäre Problematik [38.64%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (70.15%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (62.15%)
- Die wichtigsten Herausforderungen beim Übergang von der Schule zum Beruf erkennen (51.08%)

## Präferenzen



### Kursform

Präsenz  
80.86%

### Bildungsform

Kurs  
75.15%



### Zeit

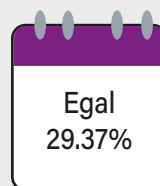
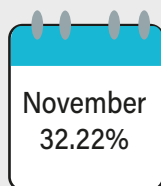
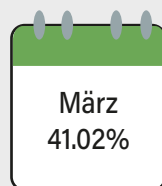
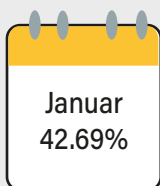
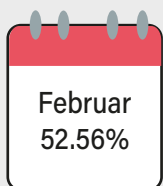
Ganze Tage  
58.74%

## Max. Distanz der Fahrt



46.58 Min

## TOP 5 der Monate

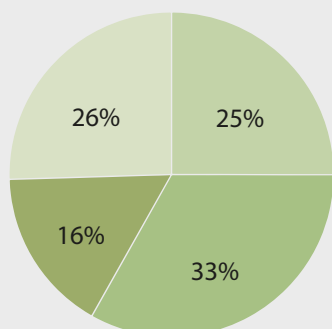


## Ideale Ausbildungsdauer



2.12 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

### Zwei Profile verweisen auf das Verhältnis zur Weiterbildung:

- Die *Enthusiasten*, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die *Gleichgültigen*, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

### Zwei weitere Profile verweisen auf die Beziehung zur BB-Funktion:

- Die *Begleitenden*, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die *Engagierten*, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

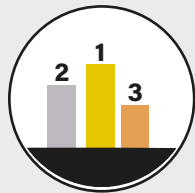
# Handel und Transportwesen



[N=324 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [65.43%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (59.91%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (57.55%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (55.66%)
- Umgang mit mehreren Hüten (54.72%)

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [54.01%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (81.14%)

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [45.06%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (58.90%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (52.05%)
- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (50.68%)

### 4. Soziale und familiäre Problematik [42.90%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (71.94%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (71.94%)

### 5. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [40.74%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (65.15%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (63.64%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (54.55%)

## Präferenzen



### Kursform

Präsenz  
69.14%

### Bildungsform

Kurs  
67.59%



### Zeit

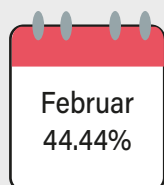
Ganze Tage  
59.57%

## Max. Distanz der Fahrt

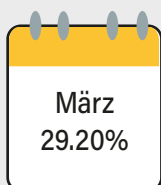


49.02 Min

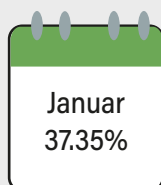
## TOP 5 der Monate



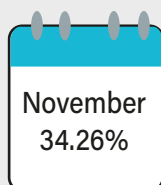
Februar  
44.44%



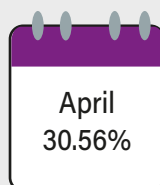
März  
29.20%



Januar  
37.35%



November  
34.26%



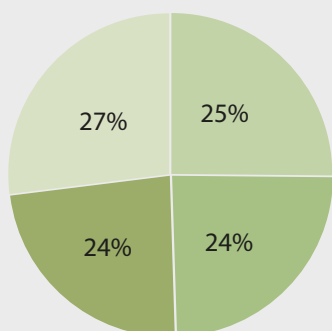
April  
30.56%

## Ideale Ausbildungsdauer



2.50 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das Verhältnis zur Weiterbildung:

- Die *Enthusiasten*, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die *Gleichgültigen*, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

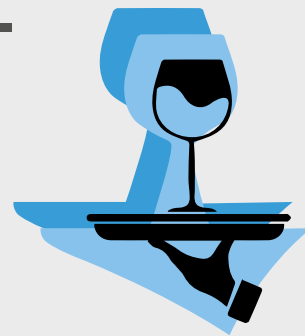
Zwei weitere Profile verweisen auf die Beziehung zur BB-Funktion:

- Die *Begleitenden*, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die *Engagierten*, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

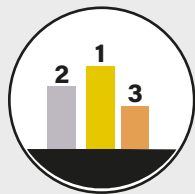
# Gastgewerbe und Personendienstleistungen



[N=341 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [59.53%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (65.52%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (61.08%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (57.14%)
- Umgang mit mehreren Hüten (50.74%)

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [56.60%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (83.94%)

### 3. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [48.68%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (78.31%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (55.42%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (51.20%)

### 4. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [47.80%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (72.39%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (56.44%)

### 5. Netzwerke / Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem [39.30%]

- Das Unterstützungsangebot kennen (57.46%)
- Projekte umsetzen, die es ermöglichen, die verschiedenen Lernorte miteinander zu verknüpfen (55.22%)
- Das Berufsbildungssystem, die beteiligten Akteurinnen und Akteure sowie deren Kernaufgaben kennen (60.45%)
- Die Herausforderungen des dualen Systems verstehen (53.73%)

## Präferenzen



**Kursform**  
Präsenz  
73.61%

**Bildungsform**  
Kurs  
70.76%



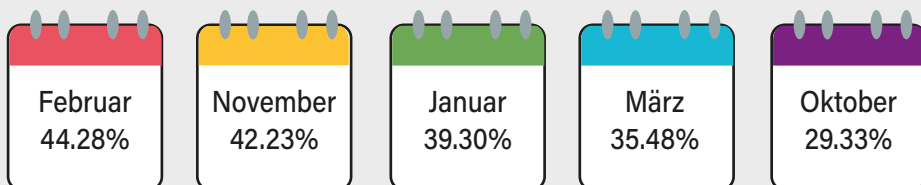
**Zeit**  
Ganze Tage  
62.17%

## Max. Distanz der Fahrt



51.05 Min

## TOP 5 der Monate

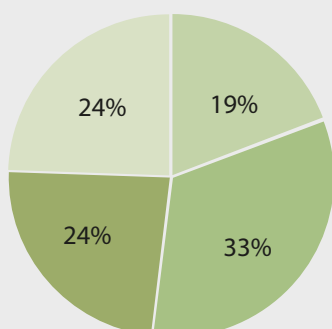


## Ideale Ausbildungsdauer



2.83 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das Verhältnis zur Weiterbildung:

- Die *Enthusiasten*, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die *Gleichgültigen*, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die Beziehung zur BB-Funktion:

- Die *Begleitenden*, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die *Engagierten*, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

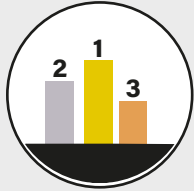
# Verwaltung, Administration, Banken, Versicherung und Recht



[N=1028 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [71.89%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (66.17%)
- Umgang mit mehreren Hüten (55.48%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (54.94%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (54.80%)

## Präferenzen



**Kursform**  
Präsenz  
72.76%

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [63.04%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (83.95%)

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [52.72%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (67.16%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (60.15%)
- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (53.87%)

## Bildungsform

Kurs  
79.57%



### 4. Soziale und familiäre Problematik [47.18%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (72.58%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (69.90%)



**Zeit**  
Halbtage  
71.98%

### 5. Pädagogische Methoden [43.00%]

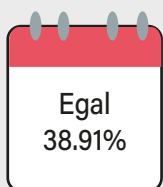
- Die pädagogischen Instrumente der Ausbildung am Arbeitsplatz beherrschen (80.32%)
- Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (68.33%)

## Max. Distanz der Fahrt

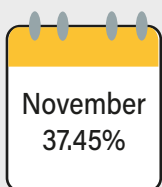


48.41 Min

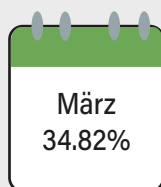
## TOP 5 der Monate



Egal  
38.91%



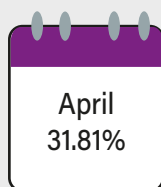
November  
37.45%



März  
34.82%



Oktober  
32.00%



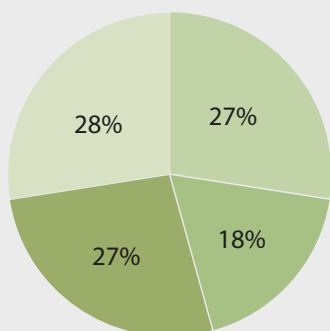
April  
31.81%

## Ideale Ausbildungsdauer



2.40 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

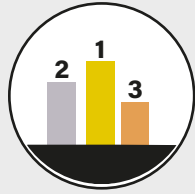
# Gesundheitsberufe, Lehrberuf und künstlerische Berufe



[N=1309 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [67.38%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (63.04%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (62.81%)
- Umgang mit mehreren Hüten (60.88%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (57.60%)

## Präferenzen



### Kursform

Präsenz  
70.13%

### Bildungsform

Kurs  
74.87%



### Zeit

Ganze Tage  
67.91%

## Max. Distanz der Fahrt

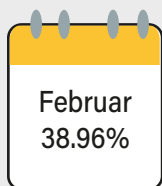


50.05 Min

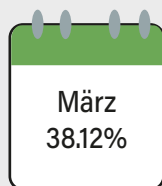
## TOP 5 der Monate



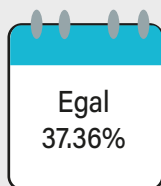
November  
40.95%



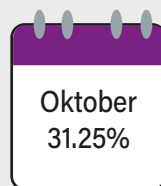
Februar  
38.96%



März  
38.12%



Egal  
37.36%



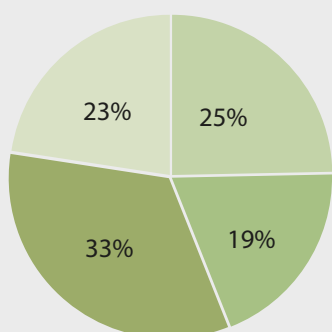
Oktober  
31.25%

## Ideale Ausbildungsdauer



2.83 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung (25%)
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung (19%)
- Die Begleitenden von Lernenden (33%)
- Die Engagierten in die BB-Funktion (23%)

### Zwei Profile verweisen auf das Verhältnis zur Weiterbildung:

- Die *Enthusiasten*, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die *Gleichgültigen*, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

### Zwei weitere Profile verweisen auf die Beziehung zur BB-Funktion:

- Die *Begleitenden*, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die *Engagierten*, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

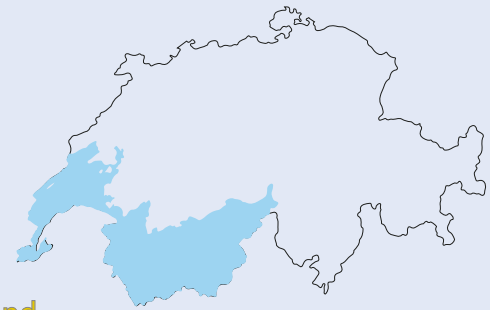


**MERKBLÄTTER – GEOGRAFISCHE REGIONEN**

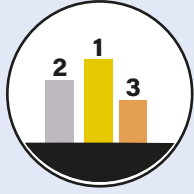
# Genferseeregion



[N=393 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [70.48%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (71.84%)
- Umgang mit mehreren Hüten (65.34%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (55.23%)

## Präferenzen

### 2. Pädagogische Methoden [61.83%]

- Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (76.95%)
- Die pädagogischen Instrumente der Ausbildung am Arbeitsplatz beherrschen (60.91%)
- Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden (57.20%)



**Kursform**  
Präsenz  
51.65%

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [57.25%]

- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (75.11%)
- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (64.00%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden

**Bildungsform**  
Kurs  
78.12%



**Zeit**  
Halbtag  
69.47%

### 4. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [47.58%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (86.10%)

### 5. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [42.75%]

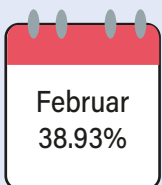
- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (75.00%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (58.33%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (56.55%)

## Max. Distanz der Fahrt

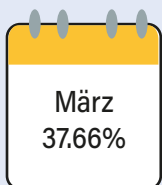


37.29 Min

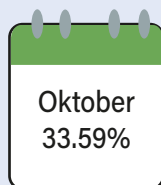
## TOP 5 der Monate



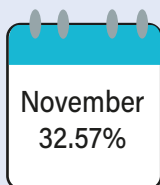
Februar  
38.93%



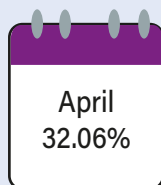
März  
37.66%



Oktober  
33.59%



November  
32.57%



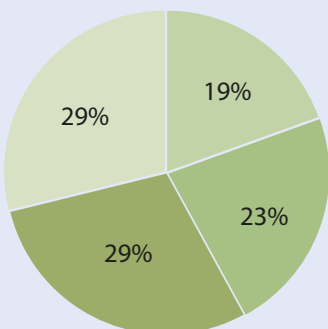
April  
32.06%

## Ideale Ausbildungsdauer



2.49Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

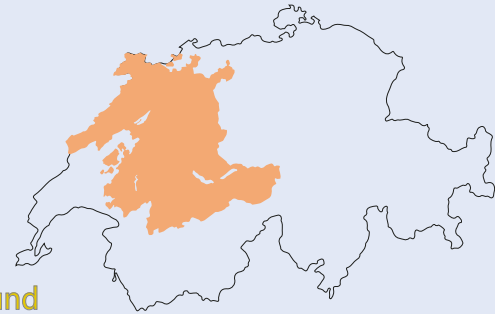
Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

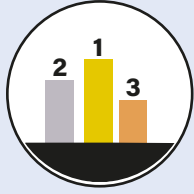
# Mittelland



[N=1929 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [67.86%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (63.03%)
- Umgang mit mehreren Hüten (59.82%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (56.53%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (53.55%)

## Präferenzen

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [57.85%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (83.87%)

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [53.03%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (67.16%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (56.01%)
- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (53.86%)

### 4. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [45.31%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (77.12%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (57.09%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (55.95%)

### 5. Soziale und familiäre Problematik [45.15%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (74.40%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (69.58%)



**Kursform**  
Präsenz  
75.48%

**Bildungsform**  
Kurs  
77.50%



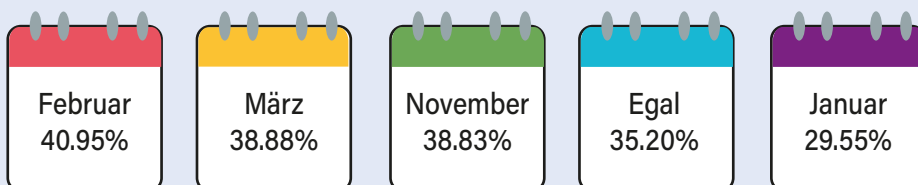
**Zeit**  
Ganze Tage  
65.37%

## Max. Distanz der Fahrt



49.10 Min

## TOP 5 der Monate

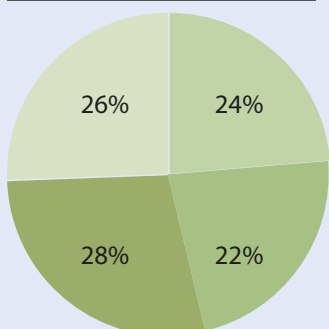


## Ideale Ausbildungsdauer



2.57 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

\*Die Daten stammen aus dem Bericht "Weiterbildungsbedarf und Weiterbildungswünsche von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern".  
Für weitere Informationen lesen Sie bitte den vollständigen Bericht.

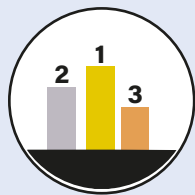
# Nordwestschweiz



[N=205 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



1. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [62.93%]  
Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (79.07%)

2. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [61.95%]

- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (66.14%)
- Den/Die Lernende/n motivieren (65.35%)
- Umgang mit mehreren Hüten (55.12%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (54.33%)

3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [57.07%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (74.36%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (51.28%)

4. Soziale und familiäre Problematik [48.78%]

- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (79.00%)
- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (78.00%)

5. Pädagogische Methoden [43.90%]

- Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (82.22%)
- Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden (62.22%)
- Die pädagogischen Instrumente der Ausbildung am Arbeitsplatz beherrschen (54.44%)

## Präferenzen



Kursform  
Präsenz  
75.61%

## Bildungsform

Kurs  
73.66%



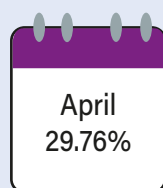
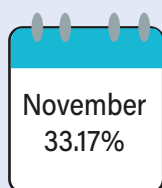
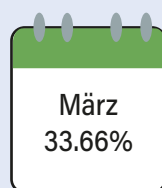
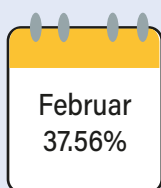
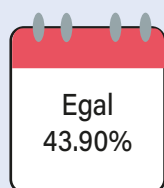
Zeit  
Ganze Tage  
62.93%

## Max. Distanz der Fahrt



50.16 Min

## TOP 5 der Monate

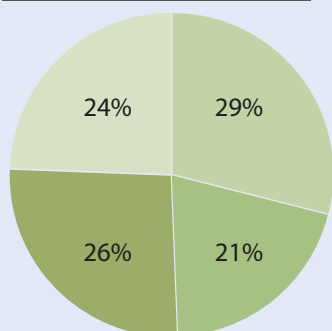


## Ideale Ausbildungsdauer



2.47 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

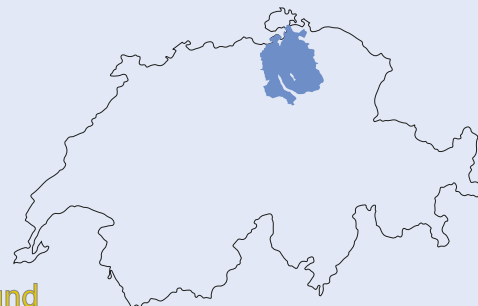
Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

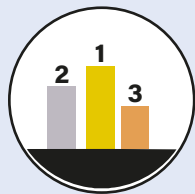
Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

\*Die Daten stammen aus dem Bericht "Weiterbildungsbedarf und Weiterbildungswünsche von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern". Für weitere Informationen lesen Sie bitte den vollständigen Bericht.



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [66.21%]

- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (67.71%)
- Umgang mit mehreren Hüten (66.67%)
- Den/Die Lernende/n motivieren (62.50%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (53.13%)

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [65.52%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (80.00%)
- Mehr erfahren über die wichtigsten Herausforderungen im Zusammenhang mit Jugendlichen (55.79%)

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [57.93%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (75.00%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (60.71%)

### 4. Pädagogische Methoden [51.03%]

- Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (81.08%)
- Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden (74.32%)

### 5. Soziale und familiäre Problematik [50.34%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (73.97%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (72.60%)
- Mit den Gesundheits- und Abhängigkeitsproblemen von Lernenden umgehen können (53.42%)

## Präferenzen



**Kursform**  
Präsenz  
70.34%

## Bildungsform

Kurs  
66.90%



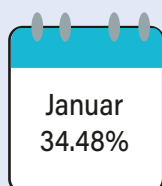
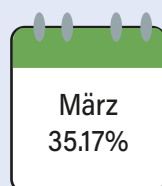
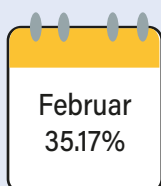
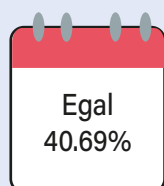
**Zeit**  
Ganze Tage  
71.72%

## Max. Distanz der Fahrt



50.20 Min

## TOP 5 der Monate

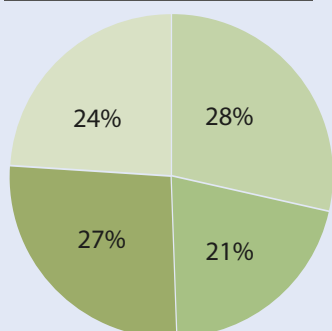


## Ideale Ausbildungsdauer



2.71 Tagen

## Dominante Profile



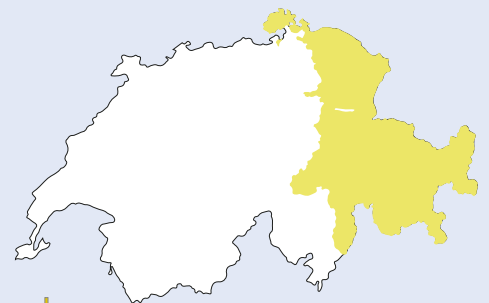
- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

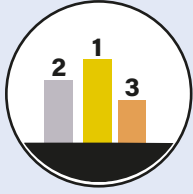
- Die *Enthusiasten*, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die *Gleichgültigen*, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die *Begleitenden*, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die *Engagierten*, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [61.32%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (66.96%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (53.18%)
- Umgang mit mehreren Hüten (52.47%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (51.77%)

## Präferenzen



**Kursform**  
Präsenz  
76.54%

**Bildungsform**  
Kurs  
74.49%



**Zeit**  
Ganze Tage  
64.73%

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [53.85%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (81.49%)

### 3. Soziale und familiäre Problematik [43.66%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (67.87%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (67.12%)

### 4. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [43.01%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (70.40%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (55.54%)

### 5. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [41.22%]

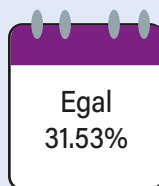
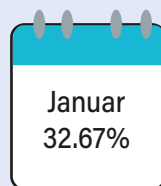
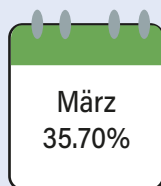
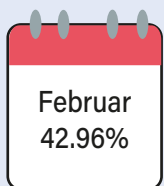
- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (75.95%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (56.90%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (56.11%)

## Max. Distanz der Fahrt



50.12 Min

## TOP 5 der Monate

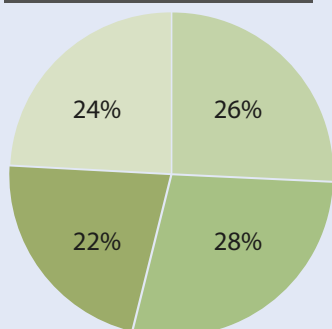


## Ideale Ausbildungsdauer



2.40 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

### Zwei Profile verweisen auf das Verhältnis zur Weiterbildung:

- Die *Enthusiasten*, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die *Gleichgültigen*, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

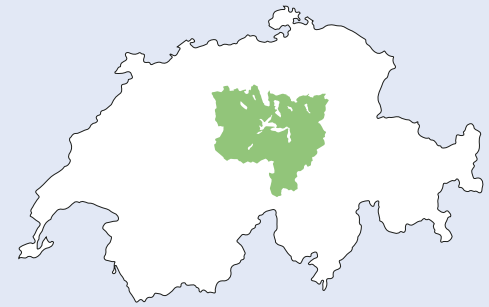
### Zwei weitere Profile verweisen auf die Beziehung zur BB-Funktion:

- Die *Begleitenden*, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die *Engagierten*, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

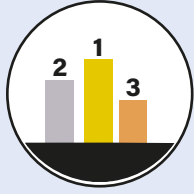
# Zentralschweiz



[N=521 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [59.88%]

- Den/Die Lernende/n motivieren (67.95%)
- Umgang mit mehreren Hüten (57.05%)
- Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen (50.32%)

## Präferenzen

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [57.39%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (83.95%)

### 3. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [49.33%]

- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (73.93%)
- Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden (54.86%)

### 4. Soziale und familiäre Problematik [45.49%]

- Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (72.15%)
- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (65.82%)

### 5. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [41.27%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (74.88%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (59.07%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (51.63%)



**Kursform**  
Präsenz  
75.05%

**Bildungsform**  
Kurs  
68.33%



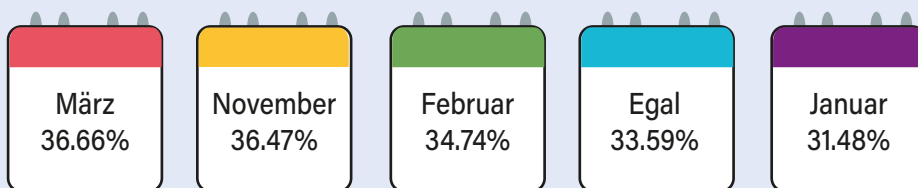
**Zeit**  
Ganze Tage  
62.76%

## Max. Distanz der Fahrt



47.54 Min

## TOP 5 der Monate

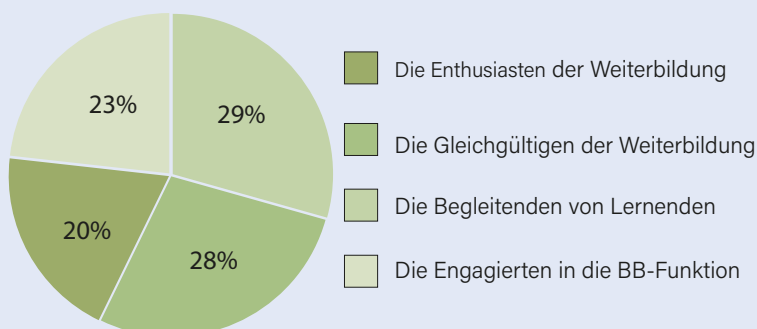


## Ideale Ausbildungsdauer



2.32 Tagen

## Dominante Profile



Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

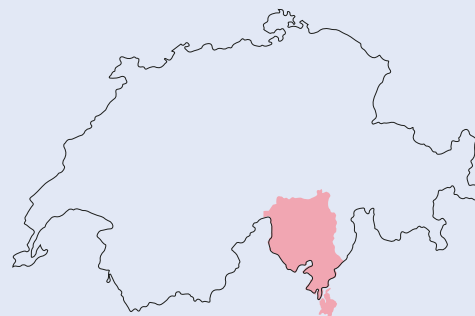
Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

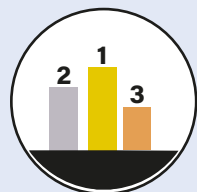
\*Die Daten stammen aus dem Bericht "Weiterbildungsbedarf und Weiterbildungswünsche von Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern". Für weitere Informationen lesen Sie bitte den vollständigen Bericht.



[N=23 Pers]



## TOP 5 der am häufigsten gewählten Weiterbildungsangebote



### 1. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen [69.57%]

- Umgang mit mehreren Hüten (56.25%)
- Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen (56.25%)
- Den/Die Lernende/n motivieren (50.00%)

Präferenzen

### 2. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe [60.87%]

- Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (92.86%)



**Kursform**  
Präsenz  
56.52%

### 2. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz [60.87%]

- Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren (85.71%)
- Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (71.43%)

**Bildungsform**  
Kurs  
65.22%



### 3. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung) [52.17%]

- Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (83.33%)
- Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen (58.33%)
- Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren (58.33%)



**Zeit**  
HalbTag  
60.87%

### 3. Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem [52.17%]

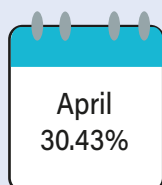
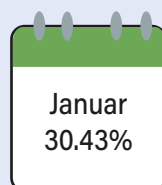
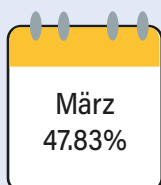
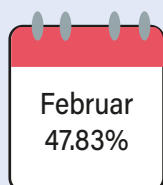
- Die Herausforderungen des dualen Systems verstehen (66.67%)
- Die Zuständigkeiten der beteiligten Akteure in der Berufsbildung kennen (58.33%)

Max. Distanz der Fahrt



47.00 Min

## TOP 5 der Monate

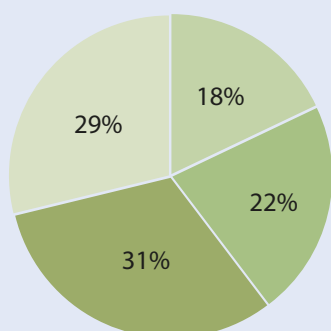


Ideale Ausbildungsdauer



2.41 Tagen

## Dominante Profile



- Die Enthusiasten der Weiterbildung
- Die Gleichgültigen der Weiterbildung
- Die Begleitenden von Lernenden
- Die Engagierten in die BB-Funktion

Zwei Profile verweisen auf das **Verhältnis zur Weiterbildung**:

- Die **Enthusiasten**, die an den meisten Kursangeboten interessiert sind;
- Die **Gleichgültigen**, die kaum an Kursangeboten interessiert sind.

Zwei weitere Profile verweisen auf die **Beziehung zur BB-Funktion**:

- Die **Begleitenden**, die sich auf die Begleitung der Lernenden als Jugendliche/r im Übergang konzentrieren;
- Die **Engagierten**, die auf ihre Funktion fokussiert sind und sich für diese interessieren. Sie sind vor allem an entsprechenden Weiterbildungen interessiert.

## 5 LITERATURVERZEICHNIS

- Balsiger, P., Jammet, T., Cianferoni, N., & Surdez, M. (2022). Coping with digital market re-organization: How the hotel industry strategically responds to digital platform power. *Competition and Change*, 27(1). <https://doi.org/10.1177/10245294211055612>
- Besozzi, R. (2022). *Former les apprenti-e-s en entreprise : diversité des parcours professionnels et rapports à la fonction des personnes formatrices en Suisse romande*. [Thèse non publiée].
- Chabloz, J.-M., Lamamra, N., & Perrenoud, D. (2017). *La situation des formateurs et formatrices en entreprise. Un état des lieux en 2014*. Institut fédéral des hautes études en formation professionnelle IFFP.
- Lamamra, N., Duc, B., & Besozzi, R. (2020). *Au cœur du système dual : les formateurs et formatrices en entreprise. Résultats d'une recherche et pistes d'action pour les acteurs et actrices de la formation professionnelle*. IFFP.
- Lamamra, N. & Wenger, M. (décembre 2021). *Rapport d'analyse des données alémaniques. Projet TOP-Ausbildungsbetrieb*. Haute école fédérale en formation professionnelle HEFP.
- Lamamra, N. & Wenger, M. (juin 2022). *Quotidien et besoins des formateurs et formatrices d'entreprise. Rapport d'analyse et propositions d'offres de formations continues*. HEFP.
- OFS (2020a). *Population des entreprises actives et emplois par grande région*. <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/23705279>
- OFS (2020b). *Répartition des entreprises formatrices par cantons*. Chiffres fournis sur demande.
- OFS (2022a). *Degré secondaire II : choix de formation*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/education-science/indicateurs-formation/indicators/choix-formation-secii.html>
- OFS (2022b). *Microrecensement formation de base et formation continue (MZB)*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/education-science/enquetes/mzb.asset-detail.22484099.html>
- OFS (2022c). *Répartition spatiale des emplois*. <https://www.are.admin.ch/are/fr/home/developpement-et-amenagement-du-territoire/bases-et-donnees/observation-du-territoire/bevolkerung-gesellschaft/raumliche-verteilung-arbeitsplatze.html>
- Wenger, M. & Lamamra, N. (décembre 2022). *Premiers résultats de l'enquête TAB. Rapport des analyses descriptives*. HEFP.

**ANHÄNGE**

| <b>Weiterbildungsangebote</b>                                                                       | <b>Anzahl</b> | <b>%<sup>31</sup></b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------|
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen                        | 3380          | 64.41                 |
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.)                          | 2936          | 55.95                 |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz                                                             | 2612          | 49.77                 |
| Soziale und familiäre Problematik                                                                   | 2308          | 43.98                 |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung)                                                              | 2235          | 42.59                 |
| Pädagogischen Methoden                                                                              | 2216          | 42.23                 |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem                                                 | 1872          | 35.67                 |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.)                                 | 1810          | 34.49                 |
| Digitale Kompetenzen                                                                                | 1807          | 34.43                 |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung                       | 1492          | 28.43                 |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG, usw.) | 1363          | 25.97                 |
| Andere                                                                                              | 104           | 1.98                  |

Tabelle 45: Anzahl und Prozentsatz der von den Antwortgeber/innen ausgewählten Kursangebote

<sup>31</sup> Bitte beachten der Prozentsatz wurde für alle ausgewählten Antworten berechnet und nicht für die Größe der Stichprobe. Daher liegt die Gesamtzahl weit über 100%.

**Weiterbildungsangebote**

|                                                                              | Unterthemen                                                                             | Anzahl | %     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen | Umgang mit mehreren Hüten (Berufsbildner/in, Profi, Kollege/in, usw.)                   | 1932   | 57.16 |
|                                                                              | Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen                             | 1765   | 52.22 |
|                                                                              | Den/Die Lernende/n in die Unternehmenskultur integrieren                                | 1193   | 35.30 |
|                                                                              | Den/Die Lernende/n motivieren                                                           | 2207   | 65.30 |
|                                                                              | Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen                                  | 1840   | 54.44 |
|                                                                              | Mit Vertragsauflösungen umgehen                                                         | 675    | 19.97 |
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe                                   | Mehr erfahren über die wichtigsten Herausforderungen im Zusammenhang mit Jugendlichen   | 1348   | 45.91 |
|                                                                              | Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen                                         | 2425   | 82.60 |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz                                      | Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren                          | 1347   | 51.57 |
|                                                                              | Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden                                        | 1798   | 68.84 |
|                                                                              | Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden               | 1459   | 55.86 |
|                                                                              | Mit den Gesundheits- und Abhängigkeitsproblemen von Lernenden umgehen können            | 1050   | 45.49 |
| Soziale und familiäre Problematik                                            | Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können                                      | 1645   | 71.27 |
|                                                                              | Die wichtigsten Herausforderungen beim Übergang von der Schule zum Beruf erkennen       | 1058   | 45.84 |
|                                                                              | Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen | 1581   | 68.50 |
|                                                                              | Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen                                      | 1248   | 55.84 |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung)                                       | Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren         | 1283   | 57.40 |
|                                                                              | Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten                          | 1692   | 75.70 |

|                                                                                                     |                                                                                                                                                                                         |      |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|
| Pädagogische Kompetenzen                                                                            | Die pädagogischen Instrumente der Ausbildung am Arbeitsplatz beherrschen                                                                                                                | 1023 | 46.16 |
|                                                                                                     | Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden                                                                                                        | 1392 | 62.82 |
|                                                                                                     | Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (wissen, welche/r Lernende/r was braucht)                                                                                 | 1756 | 79.24 |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem                                                 | Das Berufsbildungssystem, die beteiligten Akteurinnen und Akteure sowie deren Kernaufgaben kennen                                                                                       | 1079 | 57.64 |
|                                                                                                     | Die Herausforderungen des dualen Systems verstehen (Verknüpfung von Theorie und Praxis)                                                                                                 | 1050 | 56.09 |
|                                                                                                     | Die Zuständigkeit der beteiligten Akteure in der Berufsbildung kennen (Staat, Kantone, Verbände, ODA's, Betriebe, ÜK Zentren, Berufsfachschulen)                                        | 963  | 51.44 |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.)                                 | Das Unterstützungsangebot kennen                                                                                                                                                        | 1038 | 57.35 |
|                                                                                                     | Erkennen, wo die Grenzen der eigenen Rolle sind und gezielt Hilfe anfordern                                                                                                             | 902  | 49.83 |
|                                                                                                     | Ein Netzwerk für die Unterstützung bei der betrieblichen Ausbildung aufbauen und gezielt einsetzen (Erfahrungsaustausch)                                                                | 909  | 50.22 |
|                                                                                                     | Die Netzwerke von Spezialistinnen bei spezifischen Problemen identifizieren und bestmöglich mobilisieren (familiäre, soziale, kognitive Probleme, Gesundheitsfragen, Sucht usw.)        | 812  | 44.86 |
|                                                                                                     | Projekte umsetzen, die es ermöglichen, die verschiedenen Lernorte (Schule, ÜK) miteinander zu verknüpfen                                                                                | 761  | 42.04 |
| Digitale Kompetenzen                                                                                | Grundlegende digitale Kompetenzen erwerben                                                                                                                                              | 684  | 37.85 |
|                                                                                                     | Spezifische digitale Kompetenzen für die Betreuung von Lernenden erwerben (Plattform usw.)                                                                                              | 1174 | 64.97 |
|                                                                                                     | Technologien zu pädagogischen Zwecken einsetzen (Software, Smartphones, virtual reality, augmented reality, usw.)                                                                       | 1081 | 59.82 |
| Interkulturelle Herausforderungen                                                                   | Lernen, Probleme im Zusammenhang mit unterschiedlichen Kulturen und Werten zu erkennen und zu bewältigen                                                                                | 1118 | 74.93 |
|                                                                                                     | Mit Kommunikationsproblemen umgehen, die mit sprachlichen Fragen und dem Sprachverständnis zusammenhängen                                                                               | 830  | 55.63 |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG, usw.) | Die Rechte und Pflichten der Berufsbildner/innen kennen (BBG, Bildungsverordnungen, Verträge, Auflösungen, usw.)                                                                        | 1000 | 73.37 |
|                                                                                                     | Der rechtlichen Neuerungen und Änderungen der Gesetzgebung im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (inkl. Änderungen der Verordnungen) und der Reformen in der Berufsbildung kennen | 1101 | 80.78 |

Tabelle 46: Anzahl und Prozentsatz der Unterthemen im Zusammenhang mit Weiterbildungsangeboten



| Weiterbildungsangebote                                                                              | Bevorzugte Unterthemen                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen                        | - Den/Die Lernende/n motivieren (65.30%)                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.)                          | - Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen (82.60%)                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz                                                             | - Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden (68.84%)                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Soziale und familiäre Problematik                                                                   | - Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können (71.27%)<br>- Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen (68.50%)                                                                                                                                                               |
| Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung)                                                              | - Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten (75.77%)                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Pädagogische Kompetenzen                                                                            | - Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (wissen, welche/r Lernende/r was braucht) (79.24%)                                                                                                                                                                                                                |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem                                                 | *                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.)                                 | - Das Unterstützungsangebot kennen (57.35%)                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Digitale Kompetenzen                                                                                | - Spezifische digitale Kompetenzen für die Betreuung von Lernenden erwerben (Plattform usw.) (64.87%)<br>- Technologien zu pädagogischen Zwecken einsetzen (Software, Smartphones, virtual reality, augmented reality, usw.) (59.82%)                                                                                             |
| Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung                       | - Lernen, Probleme im Zusammenhang mit unterschiedlichen Kulturen und Werten zu erkennen und zu bewältigen (74.93%)                                                                                                                                                                                                               |
| Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG, usw.) | - Der rechtlichen Neuerungen und Änderungen der Gesetzgebung im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (inkl. Änderungen der Verordnungen) und der Reformen in der Berufsbildung kennen (80.78%)<br>- Die Rechte und Pflichten der Berufsbildner/innen kennen (BBG, Bildungsverordnungen, Verträge, Auflösungen, usw.) (73.37%) |

\* : dieses Zeichen erscheint, wenn sich kein Unterthema von den anderen abhebt

Tabelle 47: Unterthemen, die das grösste Interesse fanden



| Weiterbildungsan-<br>gebote                                                                                              | Rangfolge (wie oft auf welchem Platz) |                     |                     |                |                |                |                |                |                |                 | An-<br>zahl | %     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|---------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-------------|-------|
|                                                                                                                          | 1 <sup>e</sup><br>%                   | 2 <sup>e</sup><br>% | 3 <sup>e</sup><br>% | 4 <sup>e</sup> | 5 <sup>e</sup> | 6 <sup>e</sup> | 7 <sup>e</sup> | 8 <sup>e</sup> | 9 <sup>e</sup> | 10 <sup>e</sup> |             |       |
| Rollen der betriebli-<br>chen Berufsbild-<br>ner/innen, Aufga-<br>ben und Herausfor-<br>derungen                         | 1187<br>23.42                         | 831<br>16.40        | 723<br>14.27        | 86             | 49             | 14             | 6              | 6              | 3              | 3               | 2908        | 57.38 |
| Kenntnisse über die<br>jugendliche Ziel-<br>gruppe (Psycholo-<br>gie, Entwicklung<br>etc.)                               | 1225<br>24.17                         | 648<br>12.79        | 647<br>12.77        | 100            | 31             | 8              | 5              | 5              | 3              | 3               | 2675        | 52.78 |
| Beziehungs- und<br>Kommunikations-<br>kompetenz                                                                          | 468<br>9.23                           | 737<br>14.54        | 613<br>12.10        | 92             | 35             | 9              | 8              | 4              | 2              | 2               | 1970        | 38.87 |
| Zeitmanagement<br>(Pruktion/Ausbil-<br>dung)                                                                             | 396<br>7.81                           | 522<br>10.30        | 517<br>10.20        | 94             | 33             | 16             | 9              | 5              | 9              | 3               | 1604        | 31.65 |
| Pädagogische<br>Kompetenzen                                                                                              | 391<br>7.72                           | 517<br>10.20        | 534<br>10.54        | 96             | 31             | 16             | 7              | 5              | 2              | 4               | 1603        | 31.63 |
| Soziale und famili-<br>äre Problematik                                                                                   | 351<br>6.93                           | 390<br>7.70         | 426<br>8.41         | 90             | 23             | 22             | 11             | 6              | 11             | -               | 1330        | 26.24 |
| Allgemeine Kennt-<br>nisse über das Be-<br>rufsbildungssystem                                                            | 284<br>5.60                           | 407<br>8.03         | 371<br>7.32         | 75             | 34             | 6              | 13             | 13             | 5              | 7               | 1215        | 23.97 |
| Netzwerke (An-<br>sprechpersonen,<br>Berufsverbände,<br>Berufsfachschule<br>usw.)                                        | 210<br>4.14                           | 316<br>6.24         | 348<br>6.87         | 59             | 25             | 12             | 10             | 12             | 5              | 11              | 1008        | 19.89 |
| Digitale Kompeten-<br>zen                                                                                                | 166<br>3.28                           | 282<br>5.56         | 369<br>7.28         | 78             | 21             | 16             | 6              | 7              | 6              | 10              | 961         | 18.96 |
| Juristische Heraus-<br>forderungen im Zu-<br>sammenhang mit<br>der Lernendenaus-<br>bildung (BBG, ArG,<br>OR, GIG, usw.) | 254<br>5.01                           | 228<br>4.50         | 307<br>6.06         | 67             | 35             | 16             | 13             | 2              | 8              | 5               | 935         | 18.45 |
| Interkulturelle Her-<br>ausforderungen im<br>Zusammenhang mit<br>der Lernendenaus-<br>bildung                            | 209<br>4.12                           | 273<br>5.39         | 284<br>5.60         | 66             | 25             | 16             | 9              | 8              | 4              | 6               | 900         | 17.76 |
| Andere                                                                                                                   | 33                                    | 23                  | 35                  | 3              | 3              | 4              | -              | -              | 1              | -               | 102         | 2.01  |

Tabelle 48: Rangfolge der Weiterbildungsangebote



| Monate    | Anzahl | %     |
|-----------|--------|-------|
| Januar    | 1559   | 30.76 |
| Februar   | 2056   | 40.57 |
| März      | 1881   | 37.12 |
| April     | 1388   | 27.39 |
| Mai       | 1226   | 24.19 |
| Juni      | 897    | 17.70 |
| Juli      | 329    | 6.49  |
| August    | 395    | 7.79  |
| September | 1169   | 23.07 |
| Oktober   | 1356   | 26.76 |
| November  | 1876   | 37.02 |
| Dezember  | 684    | 13.50 |
| Egal      | 1710   | 33.74 |

Tabelle 49: Anzahl und Prozentsatz der Monate, die für eine Weiterbildung bevorzugt werden

|                                                                                                         | 1.     | 2.     | 3.     | 4.      | 5.     | 6.     | 7.     | 8.     | 9.     | 10.    | 11.  | 12. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|-----|
| 1. Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe (Psychologie, Entwicklung etc.)                           | --     |        |        |         |        |        |        |        |        |        |      |     |
| 2. Soziale und familiäre Problematik                                                                    | .288** | --     |        |         |        |        |        |        |        |        |      |     |
| 3. Interkulturelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung                        | .216** | .253** | --     |         |        |        |        |        |        |        |      |     |
| 4. Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben und Herausforderungen                         | .060** | -.018  | .048** | --      |        |        |        |        |        |        |      |     |
| 5. Beziehungs- und Kommunikationskompetenz                                                              | .175** | .156** | .159** | .156**  | --     |        |        |        |        |        |      |     |
| 6. Pädagogische Methoden                                                                                | .182** | .133** | .143** | .110**  | .224** | --     |        |        |        |        |      |     |
| 7. Zeitmanagement (Produktion/Ausbildung)                                                               | .002   | .091** | .087** | .141**  | .132** | .070** | --     |        |        |        |      |     |
| 8. Digitale Kompetenzen                                                                                 | .087** | .069** | .161** | .074**  | .110** | .080** | .159** | --     |        |        |      |     |
| 9. Netzwerke (Ansprechpersonen, Berufsverbände, Berufsfachschule usw.)                                  | .072** | .093** | .135** | .164**  | .124** | .096** | .145** | .151** | --     |        |      |     |
| 10. Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem                                                 | .045** | .025   | .089** | .189**  | .101** | .048** | .137** | .118** | .243** | --     |      |     |
| 11. Juristische Herausforderungen im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (BBG, ArG, OR, GIG, usw.) | .112** | .133** | .182** | .099**  | .090** | .135** | .120** | .096** | .183** | .132** | --   |     |
| 12. Andere                                                                                              | -.026  | -.006  | .002   | -.041** | -.031* | .001   | -.013  | -.001  | .004   | -.014  | .007 | --  |

\*:  $p < .05$ ; \*\*:  $p < .01$

Tabelle 50: Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten

#### Lesart der Tabelle

- Grün: alle signifikanten positiven Korrelationen. Rot: alle signifikanten negativen Korrelationen.
- Die Tabelle ist wie folgt zu lesen: Personen, die das Angebot 1 (*Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe*) ausgewählt haben, haben signifikant häufig auch das Weiterbildungsangebot 2 (*Soziale und familiäre Problematik*; .288) ausgewählt. Umgekehrt haben Personen, die das Angebot 4 (*Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben, Herausforderungen*) ausgewählt haben, signifikant seltener das Angebot 12 (*Andere*; -.041) ausgewählt.

|                                                     | Mehr erfahren über die wichtigsten Herausforderungen im Zusammenhang mit Jugendlichen | Mehr erfahren über die wichtigsten Herausforderungen im Zusammenhang mit Jugendlichen | Mit den Gesundheits- und Abhängigkeitsproblemen von Lernenden umgehen können | Mit den Lernproblemen von Lernenden umgehen können | Die wichtigsten Herausforderungen beim Übergang von der Schule zum Beruf erkennen | Unterstützungsangebote bei herausfordernden familiären Situationen der Lernenden kennen | Lernen, Probleme im Zusammenhang mit unterschiedlichen Kulturen und Werten zu erkennen und zu bewältigen | Mit Kommunikationsproblemen umgehen, die mit sprachlichen Fragen und dem Sprachverständnis zusammenhängen | Umgang mit mehreren Hüten (Berufsbildner/in, Profi, Kollege/in, usw.) | Den administrativen Teil der Lernendenausbildung bewältigen | Den/Die Lernende/n in die Unternehmenskultur integrieren | Den/Die Lernende/n motivieren | Konflikte bewältigen und Vertragsauflösungen vorbeugen | Mit Vertragsauflösungen umgehen | Im Alltag mit einem/einer jugendlichen Lernenden kommunizieren | Einen konstruktiven Umgang mit Konflikten finden | Lernen, den richtigen Umgang mit Nähe und Distanz mit Lernenden zu finden | Die pädagogischen Instrumente der Ausbildung am Arbeitsplatz beherrschen | Sich mit verschiedenen pädagogischen Methoden vertraut machen und diese anwenden | Die pädagogischen Methoden individuell und situativ einsetzen (wissen, welcher/r Lernende/r was braucht) |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kenntnisse jugend.                                  | .524**                                                                                | .824**                                                                                | .230**                                                                       | .240**                                             | .195**                                                                            | .247**                                                                                  | .215**                                                                                                   | .131**                                                                                                    | .103**                                                                | -.002                                                       | .066**                                                   | .095**                        | .136**                                                 | .107**                          | .134**                                                         | .156**                                           | .129**                                                                    | .121**                                                                   | .153**                                                                           | .183**                                                                                                   |
| Soz. und fam. Problematik                           | .197**                                                                                | .257**                                                                                | .566**                                                                       | .764**                                             | .568**                                                                            | .742**                                                                                  | .235**                                                                                                   | .193**                                                                                                    | .012                                                                  | -.025                                                       | .036**                                                   | .046**                        | .119**                                                 | .112**                          | .094**                                                         | .144**                                           | .137**                                                                    | .106**                                                                   | .111**                                                                           | .151**                                                                                                   |
| Interkulturelle Herausforderung                     | .154**                                                                                | .183**                                                                                | .229**                                                                       | .245**                                             | .179**                                                                            | .244**                                                                                  | .826**                                                                                                   | .688**                                                                                                    | .100**                                                                | .031*                                                       | .074**                                                   | .055**                        | .125**                                                 | .117**                          | .086**                                                         | .153**                                           | .127**                                                                    | .111**                                                                   | .122**                                                                           | .159**                                                                                                   |
| BB Rollen                                           | .053**                                                                                | .056**                                                                                | .014                                                                         | .036**                                             | .063**                                                                            | -.007                                                                                   | .042**                                                                                                   | .040**                                                                                                    | .571**                                                                | .532**                                                      | .406**                                                   | .636**                        | .549**                                                 | .288**                          | .145**                                                         | .108**                                           | .145**                                                                    | .134**                                                                   | .094**                                                                           | .097**                                                                                                   |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz             | .119**                                                                                | .172**                                                                                | .138**                                                                       | .181**                                             | .146**                                                                            | .133**                                                                                  | .143**                                                                                                   | .132**                                                                                                    | .155**                                                                | .084**                                                      | .167**                                                   | .180**                        | .191**                                                 | .104**                          | .592**                                                         | .727**                                           | .625**                                                                    | .174**                                                                   | .185**                                                                           | .222**                                                                                                   |
| Pädagogische Methoden                               | .140**                                                                                | .168**                                                                                | .120**                                                                       | .162**                                             | .110**                                                                            | .129**                                                                                  | .150**                                                                                                   | .104**                                                                                                    | .143**                                                                | .060**                                                      | .102**                                                   | .123**                        | .141**                                                 | .091**                          | .176**                                                         | .186**                                           | .173**                                                                    | .577**                                                                   | .704**                                                                           | .830**                                                                                                   |
| Zeitmanagement                                      | .013                                                                                  | .016                                                                                  | .069**                                                                       | .127**                                             | .129**                                                                            | .082**                                                                                  | .058**                                                                                                   | .107**                                                                                                    | .160**                                                                | .187**                                                      | .139**                                                   | .141**                        | .127**                                                 | .131**                          | .113**                                                         | .118**                                           | .108**                                                                    | .110**                                                                   | .057**                                                                           | .077**                                                                                                   |
| Digitale Kompet.                                    | .077**                                                                                | .072**                                                                                | .077**                                                                       | .082**                                             | .078**                                                                            | .067**                                                                                  | .143**                                                                                                   | .128**                                                                                                    | .061**                                                                | .102**                                                      | .074**                                                   | .075**                        | .106**                                                 | .090**                          | .083**                                                         | .091**                                           | .083**                                                                    | .060**                                                                   | .070**                                                                           | .069**                                                                                                   |
| Netzwerke                                           | .057**                                                                                | .078**                                                                                | .097**                                                                       | .102**                                             | .101**                                                                            | .113**                                                                                  | .116**                                                                                                   | .116**                                                                                                    | .128**                                                                | .169**                                                      | .128**                                                   | .113**                        | .143**                                                 | .156**                          | .081**                                                         | .126**                                           | .085**                                                                    | .106**                                                                   | .079**                                                                           | .107**                                                                                                   |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem | .023                                                                                  | .046**                                                                                | .046**                                                                       | .050**                                             | .081**                                                                            | .038**                                                                                  | .067**                                                                                                   | .090**                                                                                                    | .126**                                                                | .222**                                                      | .141**                                                   | .142**                        | .175**                                                 | .175**                          | .090**                                                         | .096**                                           | .097**                                                                    | .101**                                                                   | .052**                                                                           | .055**                                                                                                   |
| Juristische Herausforderungen                       | .107**                                                                                | .103**                                                                                | .136**                                                                       | .138**                                             | .109**                                                                            | .139**                                                                                  | .167**                                                                                                   | .145**                                                                                                    | .085**                                                                | .106**                                                      | .068**                                                   | .078**                        | .173**                                                 | .236**                          | .070**                                                         | .112**                                           | .084**                                                                    | .128**                                                                   | .133**                                                                           | .141**                                                                                                   |
| Andere                                              | -.005                                                                                 | -.021                                                                                 | .029*                                                                        | -.004                                              | .018                                                                              | .003                                                                                    | .003                                                                                                     | .018                                                                                                      | -.014                                                                 | -.002                                                       | -.008                                                    | -.018                         | -.018                                                  | -.001                           | -.014                                                          | -.027                                            | -.005                                                                     | .007                                                                     | .008                                                                             | .016                                                                                                     |

\* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$

Tabelle 51: Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den Unterthemen

### Lesart der Tabelle

- Die signifikanten positiven Korrelationen sind grün gekennzeichnet. Dunkelgrün sind die Korrelationskoeffizienten mit besonders starkem Zusammenhang ( $\geq .60$ ).
- Die Tabelle ist wie folgt zu lesen: Personen, die das Angebot *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* ausgewählt haben, haben sich auch signifikant oft für das Unterthema *Jugendliche Lernende verstehen und unterstützen* entschieden.

|                                                     | Die Ausbildung der/des Lernenden im Betrieb planen | Die Ressourcen aus dem Arbeitsteam bei der Betreuung der Lernenden mobilisieren | Die Zeit für die Ausbildung optimieren und stressfrei arbeiten | Grundlegende digitale Kompetenzen erwerben | Spezifische digitale Kompetenzen für die Betreuung von Lernenden erwerben (Plattform usw.) | Technologien zu pädagogischen Zwecken einsetzen (Software, Smartphones, virtual reality, augmented reality, usw.) | Das Unterstützungsangebot kennen | Erkennen, wo die Grenzen der eigenen Rolle sind und gezielt Hilfe anfordern | Ein Netzwerk für die Unterstützung bei der betrieblichen Ausbildung aufbauen und gezielt einsetzen (Erfahrungsaustausch) | Die Netzwerke von Spezialist:innen bei spezifischen Problemen identifizieren und bestmöglich mobilisieren (familiäre, soziale, kognitive Probleme, Gesundheitsfragen, Projekte umsetzen, die es ermöglichen, die verschiedenen Lernorte (Schule, UK) miteinander zu verknüpfen | Das Berufsbildungssystem, die beteiligten Akteur:innen und Akteure sowie deren Kernaufgaben kennen | Die Herausforderungen des dualen Systems verstehen (Verknüpfung von Theorie und Praxis) | Die Zuständigkeit der beteiligten Akteure in der Berufsbildung kennen (Staat, Kantone, Verbände, ODA's, Betriebe, UK Zentren, Berufsfachschulen) | Die Rechte und Pflichten der Berufsbildner:innen kennen (BBG, Bildungsverordnungen, Verträge, Auflösungen, usw.) | Der rechtlichen Neuerungen und Änderungen der Gesetzgebung im Zusammenhang mit der Lernendenausbildung (inkl. Änderungen der Verordnungen) und der Reformen in der Berufsbildung kennen |        |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Kenntnisse jugend.                                  | .003                                               | .032*                                                                           | .030*                                                          | .038**                                     | .083**                                                                                     | .118**                                                                                                            | .061**                           | .122**                                                                      | .064**                                                                                                                   | .124**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .042**                                                                                             | .032*                                                                                   | .059**                                                                                                                                           | .048**                                                                                                           | .100**                                                                                                                                                                                  | .111** |
| Soz. und fam. Problematik                           | .080**                                             | .076**                                                                          | .103**                                                         | .074**                                     | .053**                                                                                     | .092**                                                                                                            | .075**                           | .139**                                                                      | .064**                                                                                                                   | .143**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .067**                                                                                             | .018                                                                                    | .035*                                                                                                                                            | .037**                                                                                                           | .121**                                                                                                                                                                                  | .126** |
| Interkulturelle Herausforderung                     | .066**                                             | .092**                                                                          | .093**                                                         | .098**                                     | .132**                                                                                     | .169**                                                                                                            | .103**                           | .135**                                                                      | .130**                                                                                                                   | .163**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .098**                                                                                             | .081**                                                                                  | .070**                                                                                                                                           | .094**                                                                                                           | .155**                                                                                                                                                                                  | .174** |
| BB Rollen                                           | .152**                                             | .151**                                                                          | .116**                                                         | .065**                                     | .105**                                                                                     | .053**                                                                                                            | .150**                           | .140**                                                                      | .123**                                                                                                                   | .126**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .115**                                                                                             | .165**                                                                                  | .161**                                                                                                                                           | .145**                                                                                                           | .120**                                                                                                                                                                                  | .087** |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz             | .117**                                             | .135**                                                                          | .136**                                                         | .096**                                     | .099**                                                                                     | .098**                                                                                                            | .097**                           | .151**                                                                      | .109**                                                                                                                   | .141**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .092**                                                                                             | .100**                                                                                  | .083**                                                                                                                                           | .077**                                                                                                           | .106**                                                                                                                                                                                  | .086** |
| Pädagogische Methoden                               | .059**                                             | .087**                                                                          | .079**                                                         | .023                                       | .078**                                                                                     | .116**                                                                                                            | .089**                           | .139**                                                                      | .083**                                                                                                                   | .130**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .070**                                                                                             | .059**                                                                                  | .064**                                                                                                                                           | .073**                                                                                                           | .133**                                                                                                                                                                                  | .140** |
| Zeitmanagement                                      | .650**                                             | .662**                                                                          | .802**                                                         | .153**                                     | .132**                                                                                     | .117**                                                                                                            | .136**                           | .147**                                                                      | .106**                                                                                                                   | .111**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .147**                                                                                             | .105**                                                                                  | .121**                                                                                                                                           | .117**                                                                                                           | .138**                                                                                                                                                                                  | .100** |
| Digitale Kompet.                                    | .129**                                             | .129**                                                                          | .147**                                                         | .535**                                     | .742**                                                                                     | .704**                                                                                                            | .127**                           | .122**                                                                      | .127**                                                                                                                   | .133**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .138**                                                                                             | .091**                                                                                  | .092**                                                                                                                                           | .117**                                                                                                           | .074**                                                                                                                                                                                  | .088** |
| Netzwerke                                           | .154**                                             | .117**                                                                          | .126**                                                         | .105**                                     | .131**                                                                                     | .117**                                                                                                            | .685**                           | .629**                                                                      | .632**                                                                                                                   | .591**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .568**                                                                                             | .206**                                                                                  | .168**                                                                                                                                           | .252**                                                                                                           | .186**                                                                                                                                                                                  | .170** |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem | .155**                                             | .115**                                                                          | .117**                                                         | .114**                                     | .128**                                                                                     | .066**                                                                                                            | .234**                           | .175**                                                                      | .159**                                                                                                                   | .167**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .182**                                                                                             | .684**                                                                                  | .673**                                                                                                                                           | .638**                                                                                                           | .160**                                                                                                                                                                                  | .126** |
| Juristische Herausforderungen                       | .105**                                             | .097**                                                                          | .124**                                                         | .054**                                     | .085**                                                                                     | .118**                                                                                                            | .160**                           | .182**                                                                      | .139**                                                                                                                   | .199**                                                                                                                                                                                                                                                                         | .137**                                                                                             | .115**                                                                                  | .130**                                                                                                                                           | .165**                                                                                                           | .820**                                                                                                                                                                                  | .870** |
| Andere                                              | -.014                                              | -.001                                                                           | -.012                                                          | -.018                                      | .016                                                                                       | .009                                                                                                              | -.008                            | -.006                                                                       | .019                                                                                                                     | .015                                                                                                                                                                                                                                                                           | .016                                                                                               | -.011                                                                                   | -.002                                                                                                                                            | .014                                                                                                             | .012                                                                                                                                                                                    | .005   |

\*:  $p < .05$ ; \*\*:  $p < .01$

Tabelle 52: Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den Unterthemen (Fortsetzung Tabelle 51)

#### Lesart der Tabelle

- Die signifikanten positiven Korrelationen sind grün gekennzeichnet. Dunkelgrün sind die Korrelationskoeffizienten mit besonders starkem Zusammenhang ( $\geq .60$ ).
- Hier gibt es keine signifikanten negativen Korrelationen zwischen Weiterbildungsangeboten und Unterthemen.



|                                                     | Präsenzunterricht | Fernunterricht | Blended Learning | Bildungsform - Kurs | Bildungsform - Workshop | Bildungsform - Erfahrungsaustausch | Zeitspanne - Halbe Tage | Zeitspanne - Ganze Tage | Zeitspanne - Abend |
|-----------------------------------------------------|-------------------|----------------|------------------|---------------------|-------------------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|
| Kenntnisse jugend.                                  | .033*             | .032*          | .091**           | -.006               | .156**                  | .075**                             | .043**                  | .093**                  | -.016              |
| Soz. und fam. Problematik                           | .046**            | .021           | .027             | .012                | .088**                  | .067**                             | -.005                   | .091**                  | -.013              |
| Interkulturelle Herausforderung                     | .040**            | -.012          | .079**           | -.001               | .141**                  | .057**                             | .023                    | .096**                  | -.008              |
| BB Rollen                                           | .045**            | .010           | .070**           | .090**              | .044**                  | .066**                             | .072**                  | .076**                  | -.044**            |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz             | .038**            | -.023          | .082**           | .014                | .113**                  | .066**                             | .020                    | .091**                  | -.017              |
| Pädagogische Methoden                               | -.007             | .007           | .105**           | .046**              | .102**                  | .050**                             | .019                    | .092**                  | .006               |
| Zeitmanagement                                      | .041**            | .002           | .014             | .042**              | .022                    | .033*                              | .014                    | .043**                  | .009               |
| Digitale Kompet.                                    | .019              | -.006          | .082**           | -.017               | .081**                  | .050**                             | .030*                   | .012                    | -.004              |
| Netzwerke                                           | .042**            | .015           | .045**           | .029*               | .069**                  | .077**                             | .042**                  | .034*                   | .018               |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem | .055**            | .019           | -.004            | .062**              | .024                    | .029*                              | .007                    | .063**                  | -.036**            |
| Juristische Herausforderungen                       | .017              | .038**         | .046**           | .062**              | .025                    | .044**                             | .036**                  | .030*                   | .061**             |
| Andere                                              | -.004             | -.018          | .012             | -.029*              | .018                    | .011                               | .013                    | -.003                   | -.006              |

\* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$

Tabelle 53: Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit

Siehe Lesart der Tabelle auf der nachfolgenden Seite.

|                                                                | Monat -<br>Januar | Monat -<br>Februar | Monat -<br>März | Monat -<br>April | Monat -<br>Mai | Monat -<br>Juni | Monat -<br>Juli | Monat -<br>August | Monat -<br>Septem-<br>ber | Monat -<br>Oktober | Monat -<br>Novem-<br>ber | Monat -<br>Dezem-<br>ber | Monat -<br>Egal | Dauer<br>(t/Jahr) | Max. Dis-<br>tanz (in<br>Min) |
|----------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------|-----------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------|---------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|-------------------|-------------------------------|
| Kenntnisse jugend.<br>Soz. und fam.<br>Problematik             | .004              | .012               | .049**          | .059**           | .062**         | .033*           | .020            | .023              | .043**                    | .085**             | .077**                   | .029*                    | .012            | .126**            | .107**                        |
| Interkulturelle<br>Herausforderung<br>BB Rollen                | .023              | .028*              | .046**          | .033*            | .019           | .030*           | .040**          | .028*             | .032*                     | .038**             | .034*                    | .053**                   | .006            | .100**            | .035*                         |
| Beziehungs- und<br>Kommunikations-<br>kompetenz                | .000              | .025               | .051**          | .049**           | .050**         | .028*           | .003            | .007              | .030*                     | .050**             | .062**                   | .021                     | .025            | .124**            | .116**                        |
| Pädagogische<br>Methoden                                       | -.014             | -.010              | .035**          | .031*            | .056**         | .062**          | .018            | .017              | .035*                     | .032*              | .031*                    | -.005                    | .026            | .039**            | .032*                         |
| Zeitmanagement                                                 | .006              | .008               | .042**          | .040**           | .044**         | .013            | .005            | .012              | .029*                     | .070**             | .039**                   | -.012                    | .022            | .116**            | .030*                         |
| Digitale Kompet.                                               | -.009             | .020               | .044**          | .050**           | .081**         | .058**          | .017            | .025              | .031*                     | .084**             | .066**                   | .027*                    | .017            | .104**            | .031*                         |
| Netzwerke                                                      | .039**            | .039**             | .045**          | .039**           | .026           | .009            | .030*           | .030*             | .015                      | .012               | .017                     | .036**                   | -.016           | .073**            | .009                          |
| Allgemeine<br>Kenntnisse über<br>das Berufsbil-<br>dungssystem | .063**            | .046**             | .060**          | .059**           | .051**         | .039**          | .024            | .018              | .038**                    | .053**             | .090**                   | .051**                   | -.067**         | .077**            | .072**                        |
| Juristische Her-<br>ausforderungen                             | .001              | .007               | .029*           | .038**           | .037**         | .043**          | .024            | .042**            | .023                      | .028*              | .023                     | .023                     | .029*           | .089**            | .029*                         |
| Andere                                                         | -.011             | -.021              | .006            | .010             | .020           | .039**          | .025            | .016              | .028*                     | .053**             | .009                     | .008                     | .033*           | .087**            | -.006                         |
|                                                                | .022              | .006               | .009            | .032*            | .052**         | .031*           | .024            | .027              | .036**                    | .039**             | .038**                   | .031*                    | .026            | .070**            | .020                          |
|                                                                | .003              | .006               | -.001           | .005             | .005           | -.007           | -.003           | -.025             | -.007                     | .013               | .017                     | .022                     | .000            | -.017             | -.012                         |

\* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$

Tabelle 54: Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit (Fortsetzung Tabelle 53)

#### Lesart der Tabellen

- Grün: alle signifikanten positiven Korrelationen. Rot: alle signifikanten negativen Korrelationen.
- Die Tabelle ist wie folgt zu lesen: Personen, die das Angebot *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* ausgewählt haben, haben auch die Kursformen *Präsenzunterricht* (.033), *Fernunterricht* (.032) und *Blended Learning* (.091; Tabelle 53) ausgewählt.
- Weiteres Beispiel: Personen, die das Angebot *Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem* ausgewählt haben, haben am wenigsten häufig die Kurszeit *Abend* ausgewählt. (-.036; Tabelle 53).
- Die Korrelation zwischen dem Angebot *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* und mehreren Monaten (z. B. März, April, Mai usw.) ist positiv und signifikant. Das heisst, wer das Bildungsangebot ausgewählt hat, hat häufig auch verschiedene Durchführungsmonate ausgewählt (Tabelle 54).

|                                                     | Sprache | Geschlecht | Zivilstand | Altersgruppe | Tätigkeitsbereich | Territoriale Verteilung | Grossregionen der Schweiz | Beschäftigungsgrad | Unternehmensgrösse | BB vs Firmeninhaber/in |
|-----------------------------------------------------|---------|------------|------------|--------------|-------------------|-------------------------|---------------------------|--------------------|--------------------|------------------------|
| Kenntnisse jugend.                                  | -.040** | -.029*     | -.002      | -0.012       | .057**            | -.075**                 | -.002                     | -.083**            | .180**             | -.141**                |
| Soz. und fam. Problematik                           | -.042** | -.021      | -.009      | -.060**      | .044**            | -.038**                 | .011                      | -.025              | .076**             | -.077**                |
| Interkulturelle Herausforderung                     | -.073** | .004       | .018       | .039**       | .076**            | -.064**                 | -.029*                    | -.081**            | .143**             | -.096**                |
| BB Rollen                                           | .040**  | -.016      | -.011      | .017         | .033*             | .004                    | -.072**                   | -.070**            | .047**             | -.050**                |
| Beziehungs- und Kommunikationskompetenz             | .065**  | -.006      | .003       | -.034*       | .071**            | -.031*                  | -.082**                   | -.077**            | .048**             | -.064**                |
| Pädagogische Methoden                               | .142**  | .007       | .007       | .032*        | .077**            | -.061**                 | -.107**                   | -.077**            | .094**             | -.048**                |
| Zeitmanagement                                      | .017    | -.010      | -.015      | -.056**      | .013              | .024                    | -.030*                    | .012               | -.017              | -.011                  |
| Digitale Kompet.                                    | -.060** | -.017      | -.003      | .105**       | -.003             | -.039**                 | .035*                     | -.040**            | .094**             | -.037**                |
| Netzwerke                                           | -.003   | .006       | -.022      | .012         | .025              | .003                    | -.033*                    | -.036*             | .041**             | -.038**                |
| Allgemeine Kenntnisse über das Berufsbildungssystem | .025    | -.011      | .006       | -.038**      | .015              | -.013                   | -.037**                   | -.036*             | .053**             | -.056**                |
| Juristische Herausforderungen                       | .026    | .032*      | .003       | -.054**      | .019              | -.046**                 | -.050**                   | .005               | .053**             | -.064**                |
| Andere                                              | .022    | -.008      | .029*      | .069**       | .015              | .001                    | -.022                     | -.015              | -.009              | .034*                  |

\*:  $p < .05$ ; \*\*:  $p < .01$

Tabelle 55: Korrelationen zwischen den verschiedenen Weiterbildungsangeboten und den soziodemografischen Eigenschaften

### Lesart der Tabellen

Grün: alle signifikanten positiven Korrelationen. Rot: alle signifikanten negativen Korrelationen.

Die Tabelle ist wie folgt zu lesen: Antwortgeber/innen, die das Bildungsangebot *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe* ausgewählt haben, waren vorwiegend deutschsprachig (-.040). Die Variable *Sprache* ist wie folgt codiert: 1 = Deutsch, 2 = Französisch, 3 = Italienisch. Je höher also der Wert des Angebots *Kenntnisse über die jugendliche Zielgruppe*, desto tiefer der Wert der Variable *Sprache*. Das heisst, dass das Angebot am häufigsten von Deutschschweizerinnen und Deutschschweizern ausgewählt wurde. Umgekehrt gibt es eine positive Korrelation zwischen der *Sprache* und dem Angebot *Rollen der betrieblichen Berufsbildner/innen, Aufgaben, Herausforderungen*. Das heisst, dass das Angebot häufiger von Französisch- und Italienischsprachigen ausgewählt wurde (.040).

|                           | Präsenzunter-<br>richt | Fernunterricht | Blended Lear-<br>ning | Bildungsform -<br>Kurs | Bildungsform - Work-<br>shop | Bildungsform - Er-<br>fahrungsaustausch | Zeitspanne -<br>Halbe Tage | Zeitspanne -<br>Ganze Tage | Zeitspanne -<br>Abend | Zeitspanne -<br>Wochenende |
|---------------------------|------------------------|----------------|-----------------------|------------------------|------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|----------------------------|
| Sprache                   | -.163**                | -.045**        | .146**                | .005                   | -.046**                      | .057**                                  | .031*                      | -.075**                    | .011                  | .015                       |
| Geschlecht                | -.043**                | .047**         | .026                  | .021                   | -.025                        | -.013                                   | .019                       | -.022                      | -.002                 | -.010                      |
| Zivilstand                | -.049**                | .046**         | .021                  | .002                   | .008                         | .010                                    | .013                       | -.004                      | -.015                 | .004                       |
| Altersgruppe              | .039**                 | -.116**        | .014                  | -.049**                | .017                         | .047**                                  | -.004                      | -.055**                    | -.045**               | -.025                      |
| Tätigkeitsbereich         | -.019                  | .009           | .044**                | -.014                  | .049**                       | .047**                                  | .013                       | .039**                     | -.031*                | .017                       |
| Territoriale Verteilung   | .040**                 | -.013          | -.084**               | .036*                  | -.068**                      | -.022                                   | -.031*                     | -.011                      | .010                  | -.009                      |
| Grossregionen der Schweiz | .064**                 | -.002          | -.090**               | -.058**                | -.022                        | -.030*                                  | -.042**                    | .020                       | .019                  | -.001                      |
| Beschäftigungsgrad        | .029*                  | -.004          | -.077**               | -.003                  | -.036*                       | -.036*                                  | -.040**                    | -.026                      | .038**                | -.008                      |
| Unternehmensgrösse        | -.008                  | -.006          | .122**                | -.010                  | .116**                       | .047**                                  | .017                       | .135**                     | -.140**               | -.053**                    |
| BB vs Firmeninhaber/in    | -.028*                 | -.032*         | -.028*                | -.032*                 | -.054**                      | -.039**                                 | -.011                      | -.147**                    | .083**                | .024                       |

\* : p < .05 ; \*\* : p < .01

Tabelle 56: Korrelationen zwischen den soziodemografischen Eigenschaften und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit

|                           | Monat -<br>Januar | Monat -<br>Februar | Monat -<br>März | Monat -<br>April | Monat -<br>Mai | Monat -<br>Juni | Monat -<br>Juli | Monat -<br>August | Monat - Sep-<br>tember | Monat -<br>Oktober | Monat - No-<br>vember | Monat - De-<br>zember | Monat -<br>Egal | Dauer<br>(t/Jahr) | Max. Dis-<br>tanz (in<br>Min) |
|---------------------------|-------------------|--------------------|-----------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------|------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|-------------------|-------------------------------|
| Sprache                   | -.026             | .014               | .033*           | .054**           | .055**         | .018            | .031*           | .004              | .009                   | .042**             | -.026                 | -.027                 | -.056**         | -.037**           | -.253**                       |
| Geschlecht                | -.013             | -.008              | -.020           | -.009            | -.013          | -.020           | .012            | .004              | -.034*                 | -.010              | -.016                 | -.018                 | .027            | -.018             | -.033*                        |
| Zivilstand                | -.008             | -.021              | -.010           | -.009            | -.011          | -.020           | -.004           | -.017             | -.040**                | -.023              | .004                  | -.015                 | .033*           | -.025             | -.017                         |
| Altersgruppe              | .078**            | .087**             | .036*           | -.013            | -.043**        | -.027           | -.065**         | -.058**           | -.027                  | -.050**            | .080**                | .000                  | -.112**         | -.148**           | .047**                        |
| Tätigkeitsbereich         | -.022             | -.041**            | .015            | .021             | .023           | .038**          | .013            | .022              | .030*                  | .013               | .017                  | -.015                 | .022            | .053**            | .009                          |
| Territoriale Verteilung   | .054**            | .053**             | .002            | .003             | .009           | .009            | -.025           | -.012             | -.005                  | .000               | .019                  | .011                  | -.048**         | -.057**           | .026                          |
| Grossregionen der Schweiz | .032*             | .000               | -.022           | -.015            | -.036*         | -.002           | -.017           | -.022             | .045**                 | -.054**            | -.005                 | .022                  | -.019           | -.051**           | .093**                        |
| Beschäftigungsgrad        | .057**            | .009               | -.039**         | -.037**          | -.065**        | -.020           | .029*           | .025              | -.043**                | -.042**            | -.069**               | .038**                | -.002           | -.023             | -.010                         |
| Unternehmensgrösse        | -.081**           | -.055**            | .042**          | .053**           | .062**         | .045**          | .027            | -.019             | .026                   | .049**             | .046**                | .006                  | .051**          | .144**            | .123**                        |
| BB vs Firmeninhaber/in    | .130**            | .113**             | .015            | -.042**          | -.056**        | -.021           | -.020           | -.023             | -.048**                | -.064**            | -.025                 | .024                  | -.107**         | -.171**           | -.094**                       |

\* : p < .05 ; \*\* : p < .01

Tabelle 57: Korrelationen zwischen den soziodemografischen Eigenschaften und den Kursformen, Bildungsformen und der Kurszeit (Fortsetzung Tabelle 56)

#### Lesart der Tabellen

- Grün: alle signifikanten positiven Korrelationen. Rot: alle signifikanten negativen Korrelationen.
- Die Tabelle ist wie folgt zu lesen: Die Korrelation zwischen der *Sprache* und der Kursform *Präsenzunterricht* ist signifikant negativ. Das bedeutet, dass vorwiegend Deutschsprachige diese Kursform gewählt haben (-.163).



|                | BB (n=3'876) | Firmeninhaber/in (n=1'192) | $\chi^2$  |
|----------------|--------------|----------------------------|-----------|
| Jan - 30.76%   | 1038         | 521                        | 122.65*** |
|                | 26.78%       | 43.71%                     |           |
| Feb - 40.57%   | 1436         | 620                        | 84.68***  |
|                | 37.05%       | 52.01%                     |           |
| März - 37.12%  | 1430         | 451                        | n.s.      |
|                | 36.89%       | 37.84%                     |           |
| April - 27.39% | 1110         | 278                        | 12.95***  |
|                | 28.64%       | 23.32%                     |           |
| Mai - 24.19%   | 998          | 228                        | 21.79***  |
|                | 25.75%       | 19.13%                     |           |
| Juni - 17.70%  | 707          | 190                        | n.s.      |
|                | 18.24%       | 15.94%                     |           |
| Juli - 6.49%   | 261          | 68                         | n.s.      |
|                | 6.73%        | 5.70%                      |           |
| Aug - 7.79%    | 310          | 85                         | n.s.      |
|                | 8.00%        | 7.13%                      |           |
| Sept - 23.07%  | 936          | 233                        | 10.88***  |
|                | 24.15%       | 19.55%                     |           |
| Okt - 26.76%   | 1107         | 249                        | 27.37***  |
|                | 28.56%       | 20.89%                     |           |
| Nov - 37.02%   | 1465         | 411                        | 4.30*     |
|                | 37.80%       | 34.48%                     |           |
| Dez - 13.50%   | 496          | 188                        | 6.91**    |
|                | 12.80%       | 15.77%                     |           |
| Egal - 33.74%  | 1433         | 277                        | 76.90***  |
|                | 36.97%       | 23.24%                     |           |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 58: Bevorzugte Monate nach gruppierter Funktion (Anzahl und Prozentsatz)

|                    | <b>Mikro<br/>(n=906)</b> | <b>Kleine<br/>(n=1'738)</b> | <b>Mittlere<br/>(n=1'299)</b> | <b>Grosse<br/>(n=1'125)</b> | <b>X<sup>2</sup></b> |
|--------------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|----------------------|
| Januar - 30.76%    | 338                      | 563                         | 360                           | 298                         | 35.71***             |
|                    | 37.31%                   | 32.39%                      | 27.71%                        | 26.49%                      |                      |
| Februar - 40.57%   | 396                      | 741                         | 511                           | 408                         | 16.24***             |
|                    | 43.71%                   | 42.64%                      | 39.34%                        | 36.27%                      |                      |
| März - 37.12%      | 288                      | 665                         | 481                           | 447                         | 15.30**              |
|                    | 31.79%                   | 38.26%                      | 37.03%                        | 39.73%                      |                      |
| April - 27.39%     | 203                      | 468                         | 385                           | 332                         | 17.35***             |
|                    | 22.41%                   | 26.93%                      | 29.64%                        | 29.51%                      |                      |
| Mai - 24.19%       | 177                      | 400                         | 343                           | 306                         | 21.04***             |
|                    | 19.54%                   | 23.01%                      | 26.40%                        | 27.20%                      |                      |
| Juni - 17.70%      | 143                      | 277                         | 254                           | 223                         | 12.53**              |
|                    | 15.78%                   | 15.94%                      | 19.55%                        | 19.82%                      |                      |
| Juli - 6.49%       | 58                       | 96                          | 86                            | 89                          | n.s.                 |
|                    | 6.40%                    | 5.52%                       | 6.62%                         | 7.91%                       |                      |
| August - 7.79%     | 83                       | 135                         | 92                            | 85                          | n.s.                 |
|                    | 9.16%                    | 7.77%                       | 7.08%                         | 7.56%                       |                      |
| September - 23.07% | 198                      | 375                         | 328                           | 268                         | n.s.                 |
|                    | 21.85%                   | 21.58%                      | 25.25%                        | 23.82%                      |                      |
| Oktober - 26.76%   | 195                      | 466                         | 375                           | 320                         | 17.26***             |
|                    | 21.52%                   | 26.81%                      | 28.87%                        | 28.44%                      |                      |
| November - 37.02%  | 295                      | 623                         | 528                           | 430                         | 16.78***             |
|                    | 32.56%                   | 35.85%                      | 40.65%                        | 38.22%                      |                      |
| Dezember - 13.50%  | 138                      | 211                         | 164                           | 171                         | 8.72*                |
|                    | 15.23%                   | 12.14%                      | 12.63%                        | 15.20%                      |                      |
| Egal - 33.74%      | 268                      | 569                         | 461                           | 412                         | 13.75**              |
|                    | 29.58%                   | 32.74%                      | 35.49%                        | 36.62%                      |                      |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 59: Bevorzugte Monate nach Betriebsgrösse (Anzahl und Prozentsatz)

|                   | <b>Genfer-see<br/>(n=393)</b> | <b>Mittel-land<br/>(n=1929)</b> | <b>NW-CH<br/>(n=205)</b> | <b>Zürich<br/>(n=145)</b> | <b>O-CH<br/>(n=1846)</b> | <b>Zentral<br/>CH<br/>(n=521)</b> | <b>Tessin<br/>(n=23)</b> | <b>χ²</b> |
|-------------------|-------------------------------|---------------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|-----------|
| Jan -<br>30.76%   | 111                           | 570                             | 54                       | 50                        | 603                      | 164                               | 7                        | n.s.      |
|                   | 28.24%                        | 29.55%                          | 26.34%                   | 34.48%                    | 32.67%                   | 31.48%                            | 30.43%                   |           |
| Feb -<br>40.57%   | 153                           | 790                             | 77                       | 51                        | 793                      | 181                               | 11                       | 15.28*    |
|                   | 38.93%                        | 40.95%                          | 37.56%                   | 35.17%                    | 42.96%                   | 34.74%                            | 47.83%                   |           |
| März -<br>37.12%  | 148                           | 750                             | 69                       | 51                        | 659                      | 191                               | 11                       | n.s.      |
|                   | 37.66%                        | 38.88%                          | 33.66%                   | 35.17%                    | 35.70%                   | 36.66%                            | 47.83%                   |           |
| April -<br>27.39% | 126                           | 520                             | 61                       | 42                        | 487                      | 144                               | 7                        | n.s.      |
|                   | 32.06%                        | 26.96%                          | 29.76%                   | 28.97%                    | 26.38%                   | 27.64%                            | 30.43%                   |           |
| Mai -<br>24.19%   | 114                           | 477                             | 60                       | 36                        | 410                      | 123                               | 5                        | 12.31(*)  |
|                   | 29.01%                        | 24.73%                          | 29.27%                   | 24.83%                    | 22.21%                   | 23.61%                            | 21.74%                   |           |
| Juni -<br>17.70%  | 82                            | 323                             | 34                       | 33                        | 334                      | 88                                | 2                        | n.s.      |
|                   | 20.87%                        | 16.74%                          | 16.59%                   | 22.76%                    | 18.09%                   | 16.89%                            | 8.70%                    |           |
| Juli -<br>6.49%   | 51                            | 103                             | 12                       | 11                        | 116                      | 34                                | 1                        | 32.23***  |
|                   | 12.98%                        | 5.34%                           | 5.85%                    | 7.59%                     | 6.28%                    | 6.53%                             | 4.35%                    |           |
| Aug -<br>7.79%    | 42                            | 150                             | 14                       | 11                        | 143                      | 33                                | 1                        | n.s.      |
|                   | 10.69%                        | 7.78%                           | 6.83%                    | 7.59%                     | 7.75%                    | 6.33%                             | 4.35%                    |           |
| Sept -<br>23.07%  | 92                            | 394                             | 48                       | 32                        | 458                      | 139                               | 4                        | 15.12*    |
|                   | 23.41%                        | 20.43%                          | 23.41%                   | 22.07%                    | 24.81%                   | 26.68%                            | 17.39%                   |           |
| Okt -<br>26.76%   | 132                           | 552                             | 50                       | 40                        | 432                      | 142                               | 6                        | 24.07***  |
|                   | 33.59%                        | 28.62%                          | 24.39%                   | 27.59%                    | 23.40%                   | 27.26%                            | 26.09%                   |           |
| Nov -<br>37.02%   | 128                           | 749                             | 68                       | 48                        | 684                      | 190                               | 7                        | n.s.      |
|                   | 32.57%                        | 38.83%                          | 33.17%                   | 33.10%                    | 37.05%                   | 36.47%                            | 30.43%                   |           |
| Dez -<br>13.50%   | 40                            | 259                             | 20                       | 23                        | 274                      | 65                                | 3                        | n.s.      |
|                   | 10.18%                        | 13.43%                          | 9.76%                    | 15.86%                    | 14.84%                   | 12.48%                            | 13.04%                   |           |
| Egal -<br>33.74%  | 117                           | 679                             | 90                       | 59                        | 582                      | 175                               | 6                        | 21.86***  |
|                   | 29.77%                        | 35.20%                          | 43.90%                   | 40.69%                    | 31.53%                   | 33.59%                            | 26.09%                   |           |

Note : \* :  $p < .05$  ; \*\* :  $p < .01$  ; \*\*\* :  $p < .001$  ; n.s. : nicht signifikant.

Tabelle 60: Bevorzugte Monate nach Regionen (Anzahl und Prozentsatz)