

Kurzfassung
zum Schlussbericht der Studie

„Ausbildung für die Internet-Ökonomie“

Im Auftrag des
Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie
(BMW_i)

Essen, November 2000

Kurzfassung

zum Schlussbericht der Studie „Ausbildung für die Internet-Ökonomie“

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig ist die **Multimedia-Branche** in Deutschland zu einem starken **Impulsgeber auf dem Arbeitsmarkt** geworden. Das gilt für den Kern der Branche selbst, die inzwischen annähernd **3.000 Multimedia-Agenturen** oder -Dienstleister, die mittlerweile bereits etwa **60.000 Mitarbeiter** beschäftigen. Das gilt aber auch für die große Zahl der **Multimedia-Abteilungen in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen**, die vor allem durch die zunehmenden E-Commerce-Aktivitäten aller Wirtschaftszweige an Zahl und Umfang **sprunghaft zunehmen**.

Bisher weisen Arbeitsmarktstudien nach, dass die dynamisch wachsende Multimedia-Branche ihren **Personalbedarf** in erster Linie **aus dem Reservoir der Hochschulabsolventen oder Studienabbrecher** deckt. Etwa 80 Prozent der Multimedia-Fachkräfte ist über den „akademischen Weg“ in die Branche gelangt.

Wie steht es in dieser Wachstumsbranche um die **Chancen für Absolventen einer betrieblichen Ausbildung**? Ist das System der **dualen Berufsausbildung** in der jungen Branche **überhaupt bekannt**? Welche **Gründe** haben bisher dazu geführt, dass der **Anteil der Betriebe**, die an der **dualen Berufsausbildung teilnehmen**, noch **eher gering** ist? Welche **Maßnahmen zur Verbesserung der betrieblichen Ausbildung** wünschen die Unternehmen? Hat die Internet-Ökonomie **Bedarf an neuen Ausbildungsberufen** oder Fachrichtungen? Diese Fragen standen im Mittelpunkt einer Studie, die das Essener Institut **MMB** Michel Medienforschung und Beratung im Auftrag des **BMWi** (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) durchgeführt hat.

Die **Ergebnisse der Studie**, die u.a. vom Deutschen Multimediaverband (**dmmv**) unterstützt wurde, **liegen jetzt vor**. Sie basieren in erster Linie auf einer **repräsentativen Unternehmensbefragung**, an der **301 nicht-ausbildende Multimedia-Unternehmen** sowie **104 Multimedia-Abteilungen** in deutschen Großunternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten teilgenommen haben. Außerdem wurden Experteninterviews mit **zehn Ausbildungsexperten** aus Unternehmen, Verbänden sowie Industrie- und Handelskammern durchgeführt.

Die wichtigsten **Ergebnisse der Studie** sowie daraus abgeleitete **Empfehlungen** für die Bildungsplanung werden im folgenden kurz skizziert.

Feststellung 1

Die **Multimedia-Branche**, zu deren wichtigsten Geschäftsfeldern neben dem Web-Design inzwischen die Erstellung von Software-Lösungen und die Erbringung von Dienstleistungen für „Electronic Commerce“ / „Electronic Business“ zählt, beschäftigt eine **zunehmende Zahl von Mitarbeitern auf Fachangestellten- bzw. Facharbeiterebene**. Damit verliert der bisher dominierende Weg in den Multimedia-Beruf, der über die Hochschule und eine anschlie-

ßende Professionalisierung (in Praktika oder Volontariaten, z.T. auch in praxisorientierten Weiterbildungsmaßnahmen) führte, tendenziell an Bedeutung.

Auch wenn die **Multimedia-Branche**, ähnlich wie etwa die Werbewirtschaft oder die Wirtschaftsberatung, **überwiegend eine „Akademiker-Branche“** bleiben wird, führt die Ausdifferenzierung der Tätigkeitsprofile sowie die zunehmende Herausbildung von Hierarchie-Ebenen in den größeren Agenturen zu einem **wachsenden Bedarf an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die** zur qualifizierten Ausübung ihrer Tätigkeit **keiner Hochschulausbildung** – und auch nicht unbedingt der Hochschulreife – **bedürfen**.

Multimedia-bezogene Tätigkeiten, für die sich eine **betriebliche Ausbildung eignet**, finden sich **prinzipiell in allen Arbeitsfeldern** der Multimedia-Produktion. In erster Linie genannt werden die Bereiche Multimedia-Design und -Programmierung (bzw. generell der IT-Bereich). Aber auch im Projektmanagement, in der Multimedia-Konzeption sowie in zahlreichen weiteren Tätigkeitsbereichen ist aus Sicht der meisten befragten Personalverantwortlichen eine **betriebliche Ausbildung grundsätzlich denkbar**.

Zu einem großen Teil werden Mitarbeiter der „mittleren Funktionsebene“, also Multimedia-Fachkräfte mit Assistenten- oder Operator-Funktionen, nach wie vor aus der Gruppe der Hochschulabsolventen oder -abbrecher rekrutiert. Das gilt für die junge Multimedia-Branche ebenso wie für Multimedia-Abteilungen in Großunternehmen der „old economy“.

Zwischen den Statements der Personalverantwortlichen zur prinzipiellen Eignung der betrieblichen Ausbildung und der tatsächlichen Ausbildungsbereitschaft besteht in soweit ein gewisser Widerspruch. **Offenbar fehlt es** hier nicht zuletzt **an Informationen über das duale Ausbildungssystem**, teilweise evtl. auch an der nötigen Bereitschaft, sich intensiv mit dem Thema Ausbildung auseinander zu setzen.

Empfehlung 1

Um die Entwicklungen in der Personalstruktur der jungen Multimedia-Branche ebenso wie bei den Anwenderunternehmen kontinuierlich beobachten zu können, wird die **Schaffung eines Beobachtungsinstruments** empfohlen, **das** zeitnah und aus erster Hand den **Personalbedarf und die Qualifikationsprofile für Multimedia-Fachkräfte erfasst**. Dies könnte in Form einer regelmäßigen Umfrage unter Personalverantwortlichen der Multimedia-Branche und ausgewählter Anwenderunternehmen erfolgen. Die Rückmeldungen dieser regelmäßigen Erhebung, die ohne großen Kostenaufwand als Online-Panel durchgeführt werden kann, könnten auch einen wichtigen Beitrag zur Ermittlung der Akzeptanz der dualen Ausbildung in dieser interessanten Zielgruppe leisten.

Feststellung 2

Das **System der dualen Berufsausbildung** ist in den Unternehmen der Multimedia-Branche **noch nicht sehr bekannt**. Etwa die Hälfte der Personalverantwortlichen in Multimedia-Agenturen räumt ein, keine ausreichenden Kenntnisse des dualen Ausbildungssystems zu haben. Vor allem vielen **kleinen Multimedia-Agenturen fehlen bisher die grundlegenden Informationen** über die Möglichkeiten, die ihnen das System der dualen Berufsausbildung bietet.

Lediglich jede sechste Multimedia-Agentur, die derzeit noch nicht ausbildet, plant für die nächste Zeit den Einstieg in die duale Ausbildung. Auch hier sind es wieder die größeren Unternehmen, die sich als aufgeschlossener für die betriebliche Ausbildung erweisen.

Auch in den **Multimedia-Abteilungen der großen Anwenderunternehmen** verfügt **nur etwa die Hälfte** über ausreichende **Kenntnisse des dualen Ausbildungssystems**. Wer hier die Personalverantwortung für die Mitarbeiter einer Multimedia-Abteilung hat, der befindet sich offenbar in einer ähnlichen Situation wie ein Personalverantwortlicher in der jungen Multimedia-Branche. Das hat nicht zuletzt etwas mit der meist geringen Größe dieser Multimedia-Abteilungen und ihrer relativ kurzen Existenz zu tun. Auch das **Gros der Multimedia-Abteilungen in großen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen** ist auf **gezielte Informationen** über die duale Ausbildung **angewiesen**.

Empfehlung 2

Die **duale Berufsausbildung hat in der Multimedia-Branche** – ebenso wie in der großen Zahl der Multimedia-Abteilungen in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen – **mehr Potential als derzeit ausgeschöpft wird**.

Gemeinsam mit den Verbänden der Multimedia- und IT-Wirtschaft, dem Bundesinstitut für Berufsbildung sowie den Industrie- und Handelskammern sollte das BMWi eine **Informationsoffensive für die betriebliche Ausbildung von Multimedia-Fachkräften** starten. Nicht zuletzt könnten auch die Ergebnisse der vorliegenden Studie in diesem Sinne genutzt werden.

Evtl. bietet es sich an, als Träger einer solchen Informationsoffensive eine schlagkräftige „Task-Force Multimedia-Ausbildung“ ins Leben zu rufen, an der unter anderem etwa der Deutsche Multimedia-Verband (dmmv) sowie ausgewählte ausbildungsaktive Unternehmen aus der Multimedia-Kernbranche und Vertreter ausbildungsaktiver Multimedia-Abteilungen großer deutscher Unternehmen zu beteiligen wären.

Feststellung 3

Das **Fehlen geeigneter Berufe** stellt für viele Unternehmen, die mit dem dualen Ausbildungssystem vertraut sind, einen **entscheidenden Grund für die bisherige Ausbildungsabstinz** dar. **Jede dritte nicht-ausbildende Multimedia-Agentur** nennt das Fehlen eines geeigneten Ausbildungsberufs oder einer geeigneten Fachrichtung in einem bestehenden Beruf als zutreffenden Grund für die bisher fehlende Bereitschaft, sich an der dualen Ausbildung zu beteiligen. Bei den **Multimedia-Abteilungen großer Unternehmen**, die immerhin zu einem Drittel bereits ausbilden, ist dies sogar **der wichtigste Grund**, der gegen die Teilnahme an der dualen Ausbildung von Multimedia-Fachkräften spricht.

Zahlreiche Befragte machen auf die Frage nach neu zu schaffenden Ausbildungsberufen konkrete Angaben. Personalverantwortliche in **Multimedia-Agenturen wünschen sich** in erster Linie die **Schaffung multimedia-spezifischer** (bzw. online-spezifischer) **Berufe** in den Tätigkeitsfeldern IT/Programmierung („**Multimedia-Programmierer**“) und Design („**Webdesigner**“). Für **Multimedia-Abteilungen** in großen Anwenderunternehmen stellen neue **gestalterisch ausgerichtete Multimedia-Berufe** das **wichtigste Desiderat** dar.

Die **neuen multimedia-nahen Ausbildungsberufe**, die Ende der 90er Jahre geschaffen wurden, sind auch den nicht-ausbildenden Multimedia-Unternehmen **weitgehend bekannt**. Während die Personalverantwortlichen in nicht-ausbildenden Multimedia-Agenturen sich bisher überwiegend mit gestalterischen Berufen befasst haben – hier vor allem dem Mediengestalter Digital- und Printmedien (Fachrichtung Mediendesign) –, sind in den Multimedia-Abteilungen großer Anwenderunternehmen derzeit die IT-Berufe besonders bekannt – hier in erster Linie der Informatik-Kaufmann.

Empfehlung 3

Die Studie liefert **konkrete Hinweise auf Lücken**, die das **derzeitige Angebot an multimedia-orientierten Berufen** aufweist. Dabei spielt offenbar auch eine Rolle, dass eine dynamisch wachsende Branche mit inzwischen etwa 60.000 Beschäftigten daran interessiert ist, ihre **spezifischen Qualifikationsanforderungen** im Kanon der Ausbildungsberufe **wiederfinden** zu können. Dies ist nicht zuletzt auch eine wichtige Voraussetzung, um ein erfolgreiches Marketing für die duale Ausbildung in dieser selbstbewussten Branche zu betreiben.

Wenn es richtig ist, dass sich „Multimedia“ in den vergangenen fünf Jahren zu einem eigenen, unverwechselbaren Wirtschaftszweig entwickelt hat – mit spezifischen Verbandsstrukturen, spezialisierten Hochschulstudiengängen und Weiterbildungsangeboten – dann sind solche Ansprüche an das duale Ausbildungssystem gut nachvollziehbar. Dass es dabei **nicht** um die **Schaffung neuer „Branchenberufe“** geht, sondern um **neue Berufe** bzw. neue Fachrichtungen **für spezifische Arbeitsprozesse**, zeigt nicht zuletzt die Tatsache, dass solche neuen Ausbildungsberufe auch in Anwenderunternehmen auf großes Interesse stoßen.

In einer Reihe von Fach- und Querschnittsberufen, etwa im kaufmännischen Bereich, empfiehlt es sich darüber hinaus, die **bestehenden Ausbildungsordnungen um „Multimedia-Bausteine“ zu ergänzen**. Dies gilt nicht zuletzt im Hinblick auf die absehbaren Entwicklungen auf dem Gebiet des Electronic Commerce bzw. Electronic Business.

Vor diesem Hintergrund **empfehlen wir** dem BMWi, möglichst bald in ein **Fachgespräch** mit Vertretern ausbildungsinteressierter Multimedia-Agenturen und Anwender-Unternehmen zu treten, um die in der vorliegenden Studie ermittelten **Wünsche nach neuen Multimedia-Ausbildungsberufen** zu **konkretisieren**. Dabei kann im Einzelfall sowohl die Schaffung eines vollständig neuen Berufsbilds (etwa ein Online-Designer) als auch die Ergänzung einer neuen Fachrichtung zu einem bestehenden Ausbildungsberuf (etwa eine Fachrichtung „Online-Design“ für den Mediengestalter Digital- und Printmedien) zur Diskussion gestellt werden. (Vgl. Schaubild „Ausbildungslücke“ in Kap. 3.4 des vorliegenden Berichts)

Feststellung 4

Außer dem Fehlen geeigneter Berufe wird von den Befragten eine Reihe weiterer **Gründe für die Ausbildungsabstinenz** großer Teile der Multimedia-Branche genannt. Zum einen sind dies **strukturelle Defizite der Unternehmen** selbst, etwa die geringe Belegschaftsgröße, fehlende zeitliche Kapazitäten oder das geringe Alter einer Multimedia-Agentur.

An zweiter Stelle der spontan genannten Gründe für die bisher fehlende Bereitschaft zur Ausbildung rangiert das Fehlen der Ausbildungsbefugnis bzw. Ausbildereignung. Offenbar stellt die **derzeitige Praxis bei der Erteilung der Ausbildereignung** für eine größere Zahl von Multimedia-Unternehmen **ein drängendes Problem** dar.

Vor dem Hintergrund der konstatierten Defizite halten die befragten Personalverantwortlichen eine Reihe von **Maßnahmen zur Verbesserung** der beruflichen Ausbildung in der Multimedia-Branche für erforderlich. An erster Stelle rangieren Maßnahmen zur **Optimierung des Berufsschulunterrichts**. Besonders wichtig erscheint den Befragten der Vorschlag, Berufsschullehrer sollten regelmäßig Fortbildungen absolvieren, um auf dem neuesten Stand der betrieblichen Praxis zu sein. Auch der Vorschlag, die Berufsschule solle Praktiker aus Multimedia-Betrieben als Dozenten integrieren trifft auf breite Zustimmung.

Unter den spontan von den Befragten ergänzten Maßnahmen rangiert die **Erhöhung des Praxisanteils** der Ausbildung an erster Stelle – auch diese Initiative richtet sich nicht zuletzt an den Partner der dualen Ausbildung, die Berufsschule.

Empfehlung 4

Es wird empfohlen, die zahlreichen Vorschläge zur Optimierung der dualen Ausbildung für die Multimedia-Branche aufzugreifen und mit den entsprechenden Institutionen möglichst bald in konkretes Handeln umzusetzen.

Als **Lösungsweg** zur Behebung des Problems, das die Multimedia-Branche mit dem derzeit praktizierten **Verfahren zur Erteilung der Ausbildereignung** hat, bietet sich eventuell an, in Zukunft die „**Beweislast**“ **umzukehren**. Unternehmer und Ausbilder mit abgeschlossener Berufsausbildung oder einem Hochschulabschluss könnten danach solange als geeignet gelten, wie keine objektiven Gründe dagegen sprechen.

Zur **Verbesserung des schulischen Parts** der Berufsausbildung für die Multimedia-Branche können die genannten Maßnahmen – regelmäßige Lehrerfortbildung, Praktiker in die Berufsschule – einen wichtigen Beitrag leisten. Eine unverzichtbare **Voraussetzung** für die erfolgreiche Umsetzung beider Vorschläge ist neben der **Bereitschaft der Schulen** sowie der Unterstützung durch die Schulträger nicht zuletzt auch das **Engagement der Multimedia-Branche** selbst. Hier könnte die oben genannte bundesweite Initiative („Task Force Multimedia-Ausbildung“) einen wichtigen Beitrag leisten.

Denkbar ist jedoch auch, dass eine solche Unterstützung der Berufsschulen das beschriebene Defizit nicht nachhaltig beseitigen kann. Hier sollte evtl. über eine teilweise **Entlastung der Berufsschulen** nachgedacht werden. Es wird deshalb empfohlen, die Chancen für die **Ergänzung des dualen Systems um einen dritten Partner** auszuloten. Gedacht ist hierbei an die Einbindung ausgewiesener Weiterbildungsanbieter, die heute bereits erfolgreich das große Reservoir von Quereinsteigern für die Multimedia-Branche praxisnah qualifizieren.

Eine solche Einbindung würde das duale zu einem „**triadischen System**“ ausweiten. Dabei wäre zu überlegen, ob die spezialisierten Multimedia-Weiterbildungseinrichtungen, die es inzwischen an allen Multimedia-Standorten in Deutschland gibt, nicht nur einen Teil des schulischen Ausbildungsplans übernehmen, sondern auch, je nach Bedarf der Unternehmen, Teile des Rahmenausbildungsplans. Für beide Ansätze gibt es im übrigen bereits **erfolgreiche Beispiele**, etwa bei der Ausbildung des Mediengestalters Bild und Ton.