

Christian Steurer

**Die Wertschätzung der dualen
Berufsausbildung aus Sicht von
Unternehmen der Medienbranche und ihre
Einflußfaktoren**

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

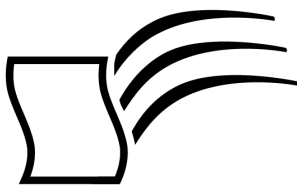
Copyright © 2000 Diplom.de
ISBN: 9783832423766

**Die Wertschätzung der dualen Berufsausbildung aus
Sicht von Unternehmen der Medienbranche und ihre
Einflußfaktoren**

Christian Steurer

Die Wertschätzung der dualen Berufsausbildung aus Sicht von Unternehmen der Medienbranche und ihre Einflußfaktoren

Diplomarbeit
an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Fachbereich Wirtschaftspädagogik
Prüfer Prof. Dr. J. Stender
Lehrstuhl für Pädagogik
Januar 2000 Abgabe



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 2376

Steurer, Christian: Die Wertschätzung der dualen Berufsausbildung aus Sicht von Unternehmen der Medienbranche und ihre Einflußfaktoren / Christian Steurer - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 2000

Zugl.: Erlangen, Universität, Diplom, 2000

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg 2000
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey —
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —

Hermannstal 119 k —
22119 Hamburg —

Fon: 040 / 655 99 20 —
Fax: 040 / 655 99 222 —

agentur@diplom.de —
www.diplom.de —

Der besseren Lesbarkeit wegen werden im folgenden Text anstelle der Doppelbezeichnung Begriffe wie Auszubildender, Mitarbeiter u. a., die sowohl eine männliche als auch eine weibliche Form haben, in der männlichen Schreibweise verwendet.

Für Berufsbezeichnungen gilt unabhängig hiervon, daß die Berufe sowohl Männern als auch Frauen offenstehen.

Bei Prozentangaben können sich durch Rundung Abweichungen von 100 ergeben.

Es wird die alte Rechtschreibung verwendet.

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	1
B. Wirtschaftliche Bedeutung der Medienbranche, insb. der AV-Medienbranche: Fernsehen, Film, Video, Multimedia	2
I. Wirtschaftliche Lage der Medienbranche insgesamt, insb. der AV-Medienbranche	2
1. <i>Positionierung der Medienbranche innerhalb der Gesamtwirtschaft und Entwicklungstendenzen</i>	<i>2</i>
2. <i>Positionierung der Medienbranche auf dem Arbeitsmarkt und Entwicklungstendenzen</i>	<i>5</i>
II. Wirtschaftliche Lage von Teilbereichen der AV-Medienbranche	7
1. <i>Rundfunkwirtschaft, insb. Fernsehbereich</i>	<i>7</i>
a. <i>Programmveranstaltung</i>	<i>7</i>
b. <i>Programmproduktion</i>	<i>13</i>
2. <i>Filmwirtschaft</i>	<i>16</i>
3. <i>Videowirtschaft</i>	<i>17</i>
4. <i>Multimedia-Wirtschaft</i>	<i>17</i>
C. Tätigkeitsbereiche und Qualifikationsanforderungen in der AV-Medienbranche	19
I. Tätigkeitsbereiche im Überblick	19
1. <i>Tätigkeitsbereiche im „klassischen“ AV-Bereich: Fernsehen, Film, Video</i>	<i>19</i>
2. <i>Tätigkeitsbereiche im Multimedia-Bereich</i>	<i>21</i>
II. Fachliche, methodische und soziale Anforderungen	22
1. <i>Tätigkeitsbereichsübergreifende Anforderungen</i>	<i>22</i>
2. <i>Anforderungen im „klassischen“ AV-Bereich</i>	<i>23</i>
3. <i>Anforderungen im Multimedia-Bereich</i>	<i>25</i>
4. <i>Anforderungen auf der Facharbeiter- und Fachangestelltebene</i>	<i>26</i>
D. Qualifizierungsmöglichkeiten innerhalb des dualen Systems für Tätigkeiten in der Medienbranche	27
I. Ansätze zur Weiterentwicklung des dualen Systems im Hinblick auf sich ändernde und neue Qualifikationsanforderungen	27
1. <i>Forderungen nach modernen Ausbildungsberufen</i>	<i>27</i>
2. <i>Differenzierung und Flexibilisierung von Ausbildungsberufen</i>	<i>30</i>
a. <i>Kombi-Modell: verkürzte, breitere Grundbildung und anschließende Spezialisierung</i>	<i>32</i>
b. <i>Satellitenmodell: Vermittlung von Mindestqualifikationen und Ergänzung um Wahlqualifikationen</i>	<i>33</i>
3. <i>Neugestaltung von Ausbildungsberufen</i>	<i>34</i>
II. Neue und neu geordnete Ausbildungsberufe in der Medienbranche	36
1. <i>Ausbildungsordnungen für die neuen Medienberufe im Überblick</i>	<i>36</i>
2. <i>Die neuen Medienberufe</i>	<i>38</i>
a. <i>Werbe- und Mediovorlagenhersteller</i>	<i>38</i>
b. <i>Mediengestalter für Digital- und Printmedien</i>	<i>39</i>
c. <i>Fotomedienlaborant</i>	<i>41</i>
d. <i>Mediengestalter Bild und Ton</i>	<i>42</i>
e. <i>Film- und Videoeditor</i>	<i>45</i>
f. <i>Fachkraft für Veranstaltungstechnik</i>	<i>47</i>
g. <i>Kaufmann für audiovisuelle Medien</i>	<i>47</i>
h. <i>Fachangestellter für Medien- und Informationsdienste</i>	<i>49</i>
i. <i>Buchhändler</i>	<i>49</i>
j. <i>Verlagskaufmann</i>	<i>50</i>

E. Qualifizierungsmöglichkeiten außerhalb des dualen Systems im Überblick.....	50
I. Studienangebote und sonstige formale Aus- und Weiterbildungsangebote.....	50
II. Betriebliche Ausbildungsangebote.....	52
1. Hospitanzen	52
2. Praktika	53
3. Volontariate	53
III. Training on the Job	55
F. Stellenwert des dualen Systems im Rahmen der Personalbeschaffung	55
I. Alternativen der Personalgewinnung	55
II. Beschäftigungsperspektiven für dual ausgebildete Fachkräfte	57
1. Einschätzung der künftigen Beschäftigungsentwicklung	57
2. Von Facharbeitern und Fachangestellten erreichbare Positionen.....	59
3. Betriebliche Ausbildung im Vergleich mit anderen Beschaffungsinstrumenten, insb. dem Einsatz von Hochschulabgängern.....	60
a. Motive für eine Ausbildung im dualen System.....	60
b. Motive für die Beschäftigung von Hochschulabsolventen	61
4. Bewertung der künftigen Bedeutung der eigenen Ausbildung	63
G. Empirischer Teil: Attraktivität der dualen Berufsausbildung aus Sicht von AV-Medienunternehmen	65
I. Befragungsmethode und Beschäftigungsstruktur der befragten AV-Medienunternehmen.....	65
II. Einschätzung der künftigen Personalentwicklung durch AV-Medienunternehmen	67
1. Erwartete Beschäftigungsentwicklung	67
2. Erwartete Entwicklung des Ausbildungsplatzangebots	68
3. Erwartete Entwicklung des Akademikeranteils	69
III. Qualifikationsbedarf aus Sicht von AV-Medienunternehmen	69
1. Qualifikationsanforderungen für Tätigkeiten im mittleren Bereich	69
2. Qualifizierungsstand der Mitarbeiter im mittleren Bereich	71
IV. Einschätzung der dualen Ausbildung als Instrument der Personalbeschaffung in AV-Medienunternehmen	74
1. Bewertung der Eignung einer betrieblichen Ausbildung im Hinblick auf den Qualifikationsbedarf.....	74
2. Bewertung von Kosten und Nutzen der betrieblichen Ausbildung.....	75
3. Bewertung von alternativen Beschaffungsinstrumenten, insb. dem Einsatz von Akademikern.....	77
H. Schluß	79
I. Anhang	82
I. E-Mail von Frau Andrea Stein, AIM, zu den regionalen Modellen in Köln und Hamburg zur Entwicklung von neuen Berufen im AV-Bereich	82
II. Interviews mit Mitarbeitern in einer Fernsehproduktionsfirma (FPF).....	85
1. Interview mit dem Leiter Meßtechnik	85
2. Interview mit der Verantwortlichen Marketing, Presse, Sponsoring, Marktforschung.....	87
3. Interview mit dem Visual Effects Supervisor.....	88
4. Interview mit einem Auszubildenden	89
5. Interview mit einer Auszubildenden	90
III. Befragung von AV-Medienunternehmen zur Attraktivität der dualen Berufsausbildung	91
1. Anschreiben vom 4. Oktober 1999	91
2. Erinnerungsschreiben vom 5. November 1999	92
3. Anschreiben vom 5. November 1999.....	93
4. Fragebogen zur Attraktivität der dualen Berufsausbildung.....	94
J. Literaturverzeichnis	98
K. Eidesstattliche Erklärung	103

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1:	Anforderungen auf der Facharbeiter- und Fachangestelltebene	28
Abbildung 2:	Satellitenmodell	34
Abbildung 3:	Berufskonzept für einen neuen Medienberuf	40
Abbildung 4:	Von Betrieben erwartete Beschäftigungsentwicklung	58
Abbildung 5:	Gründe für den Einsatz von Hochschulabsolventen	62
Abbildung 6:	Künftige Bedeutung der Ausbildung für die Personalgewinnung	63
Abbildung 7:	Von AV-Medienunternehmen erwartete Beschäftigungsentwicklung	67
Abbildung 8:	Künftige Bedeutung der Ausbildung für AV-Medienunternehmen	68
Abbildung 9:	Mittlere Ränge der Qualifikationsanforderungen aus Sicht von AV-Medienunternehmen.....	71
Abbildung 10:	Gründe für den Einsatz von Hochschulabsolventen aus Sicht von AV-Medienunternehmen.....	78
Tabelle 1:	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland 1995.....	9
Tabelle 2:	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Rundfunks in Deutschland 1998.....	10
Tabelle 3:	Beschäftigung im Rundfunk (erstes Halbjahr 1994).....	12
Tabelle 4:	Entwicklung der Erwerbstätigen im Rundfunk von 1995 bis 1998	13
Tabelle 5:	Beschäftigung in der Programmproduktion (erstes Halbjahr 1994)	15
Tabelle 6:	Umfang der Filmproduktion 1997	16
Tabelle 7:	Beschäftigung in der Filmwirtschaft 1997.....	17
Tabelle 8:	Die neuen Medienberufe	37
Tabelle 9:	Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge in den neuen Medienberufen.....	38
Tabelle 10:	Regionale Modelle in Köln und Hamburg zur Entwicklung von neuen Berufen im AV-Bereich.....	43

Abkürzungsverzeichnis

ABL	Alte Bundesländer
AIM	KoordinationsCentrum für Ausbildung in Medienberufen
AO	Ausbildungsordnung/Ausbildungsordnungen
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
AV	Audiovisuell...
BA	Bundesanstalt für Arbeit
BBiG	Berufsbildungsgesetz
BIBB	Bundesinstitut für Berufsbildung
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BLK	Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung
BLM	Bayerische Landeszentrale für neue Medien
BMBF	Bundesminister/-ministerium für Bildung und Forschung
BMBW	Bundesminister/-ministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie
BMWi	Bundesminister/-ministerium für Wirtschaft
BRD	Bundesrepublik Deutschland
BWP	Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis
BWS	Bruttowertschöpfung
BZR	Berichtszeitraum
DIHT	Deutscher Industrie- und Handelstag
DIW	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DLM	Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten
FH	Fachhochschule
FPF	Fernsehproduktionsfirma
IFO	IFO-Institut für Wirtschaftsforschung
IHK	Industrie- und Handelskammer
IuK	Informations- und Kommunikations...
IW	Institut der Deutschen Wirtschaft
KDG	Kostendeckungsgrad
KMK	Ständige Konferenz der Kultusminister und -senatoren der Länder (Kultusministerkonferenz)
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
KWB	Kuratorium der Deutschen Wirtschaft für Berufsbildung
MW	Mittelwert
NAA	Neu abgeschlossene Ausbildungsverträge
NBL	Neue Bundesländer
NDR	Norddeutscher Rundfunk
NRW	Nordrhein-Westfalen
PABR	Presse- und Informationsamt der Bundesregierung
PW	Produktionswert
RLP	Rahmenlehrplan/Rahmenlehrpläne
SMUKWUK	Bayerisches Staatsministerium für Unterricht, Kultus, Wissenschaft und Kunst
SRT	Schule für Rundfunktechnik
StBA	Statistisches Bundesamt
TDM	Tausend Deutsche Mark
TV	Televisions..., Fernseh...
VPRT	Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation
WDR	Westdeutscher Rundfunk
WuB	Wirtschaft und Berufserziehung
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen