Ingrid Ute Ehlers und Regina Schäfer

Vorsprung für „Besserwisser“

Ausbildungsverantwortliche wünschen sich interessierte, engagierte und gut informierte Auszubildende, die über den Tellerrand blicken. Sie sollten sowohl Branchennachrichten als auch gesamtwirtschaftliche Entwicklungen kennen und einordnen können. Doch wie lässt sich Informationskompetenz zielgruppengerecht vermitteln?

Foto: vege – Fotolia.com

Ein wichtiger Aspekt der Ausbildung besteht darin, bei Auszubildenden die berufsorientierte Informationskompetenz zu fördern. Wenn jedoch Wissen am Arbeitsplatz erforderlich ist, das über das rein Fachliche hinausgeht, ist es mit ihrer Informationskompetenz häufig nicht weit her. Zunächst ist es unverzichtbar, dass die Auszubildenden überhaupt einen Bedarf an Information erkennen. Außerdem sollten sie wissen, wo und wie die benötigten Informationen zu finden sind. Zur Informationskompetenz zählt nicht zuletzt auch die Fähigkeit, das gewonnene Wissen zu selektieren, einzuordnen und zu bewerten. Dass Auszubildende dies häufig noch nicht beherrschen, kann mehrere Ursachen haben:

- Auszubildende trennen streng zwischen Themen, die ihren Arbeitsalltag betreffen und privaten Interessensgebieten.
- Sie erhalten häufig keine klare Ansage von den Vorgesetzten, wie eine berufsbezogene Informationsgewinnung aussehen soll.
- Jugendliche erkennen vielfach den Nutzen eines professionellen Umgangs mit Informationen nicht.
- Auszubildende verfügen über kein ausreichendes Methoden-Know-how für eine seriöse Informationsgewinnung.
- Sie erhalten wenig Gelegenheit zum eigenständigen Recherchieren.

Wenn es sich um private Interessengebiete handelt, nutzen Jugendliche virtuos alle erdenklichen Quellen und sind stets auf dem Laufenden. Es gilt also, die hoch entwickelte Informationskompetenz, die Auszubildende im Privatleben an den Tag legen, für die Ausbildung zu aktivieren. Hier bieten sich für Ausbilderinnen und Ausbilder vielfältige Ansatzpunkte.

Klare Ansagen

Das gewünschte Informationsverhalten sollte den Auszubildenden auch vermittelt werden. Vorgesetzte gehen häufig davon aus, dass Auszubildende sich eigenständig über die Vorgänge im Unternehmen und über die neuesten Branchenentwicklungen informieren. Dabei wissen Auszubildende gar nicht, welches Verhalten zu einer berufsorientierten Informationskompetenz überhaupt gehört. Deshalb ist es wichtig, das Ausbilder/-innen klar und eindeutig formulieren, welches Informationsverhalten sie erwarten und wie die Auszubildenden dies im Ausbildungsalltag zeigen können.

Dazu folgende Beispiele:

„Damit Sie immer über Vorgänge in unserem Unternehmen Bescheid wissen, erwarte ich, dass Sie sich wöchentlich auf unserer Website über aktuelle Pressemeldungen, Änderungen bei der Belegschaft und Produktneuheiten informieren.“

„Diese führende Fachzeitschrift sollten Sie einmal in der Woche zur Hand nehmen und zumindest teilweise durchlesen. Wenn Sie etwas nicht verstehen, fragen Sie.“

„Bitte verfolgen Sie die Wirtschaftsnachrichten mindestens einmal pro Woche über Nachrichtenportale, Zeitungen oder Fernsehen – auch außerhalb der Arbeitszeit, wenn nötig.“

Nutzen zeigen

Wenn Auszubildende nicht erkennen, wozu eine bestimmte Information benötigt wird, befürchten sie eine „Beschäftigungstherapie“ und zeigen nur mäßiges Engagement. Deshalb wirkt es motivierend, ihnen zu zeigen, wozu die Information konkret gebraucht wird, wie in den folgenden Beispielen:

„Ich suche gerade auf dieser Website nach aktuellen Infos zum Förderprogramm der Landesregierung zum Erhalt bedrohter Nutztierrassen. Dieses Programm will ich unserem Kunden Herrn Wallner empfehlen, bei dem ich morgen einen Termin habe.“

„Wussten Sie, dass momentan umweltfreundliche Siloabdeckungen aus Pflanzenöl statt aus Kunststoff getestet werden? Dazu werde

ARTIKELSERIE

Tipps für die Ausbildungspraxis

Damit Ausbildung gelingt, ist das Engagement der Ausbilderinnen und Ausbilder gefragt. In dieser Artikelserie werden typische Problemstellungen im Ausbildungsalltag aufgegriffen und Ausbildungsverantwortlichen Werkzeuge im Umgang damit an die Hand gegeben.

ich mir Detailinfos beschaffen. Das sollten wir bei unserer Kundenkommunikation berücksichtigen."

„In diesem Zeitungsartikel wird auf eine aktuelle Studie hingewiesen, die das Kaufverhalten bei Milchprodukten untersucht. Diese Zahlen kann ich gut für das Gespräch morgen mit der Vertriebsleitung gebrauchen, bei dem es um die neue Markenstrategie geht."

So erkennen Auszubildende am praktischen Beispiel, was mit den gewonnenen Informationen geschieht. Dies motiviert sie, am Ball zu bleiben und ihre Informationskompetenz weiter zu verfeinern. Gefragt ist außerdem eine Nutzenargumentation, die den Auszubildenden persönliche Vorteile im Ausbildungsalltag bringt.

- Je mehr man weiß, desto mehr Spaß macht auch die Arbeit, weil Zusammenhänge besser verständlich werden.
- Wer sich regelmäßig informiert, muss weniger lernen, weil viel Wissen „nebenbei" gesammelt wird.
- Mit Informationskompetenz werden eigene Berichte, Präsentationen und Entscheidungsvorlagen fundiert und überzeugend.
- Man punktet bei Vorgesetzten, weil man engagiert und leistungsbereit „rüberkommt".
- Wer gut informiert ist, kann tragfähige Verbesserungsvorschläge einbringen und blamiert sich nicht.
- Wer Branchenentwicklungen verfolgt, wird von Veränderungen nicht kalt erwischt, sondern ist schon darauf vorbereitet.

Seriöse Quellen

Beim Sammeln von Informationen ist nicht die Menge an Daten und Fakten entscheidend, sondern deren Herkunft, Aussagekraft und Verlässlichkeit. Dies ist vielen „Digital Natives", zu denen die Auszubildenden gehören, nicht klar: Sie reduzieren die Informationsgewinnung auf die Eingabe des Suchbegriffs in eine Suchmaschine. Die daraus resultierenden Ergebnisse werden dann unreflektiert zusammengestellt und ungefiltert genutzt.

Deshalb ist es notwendig, Auszubildende dazu anzuhalten, unseriöse Informationsquellen zu meiden. Erkennbar sind solche Quellen daran, dass eine Information nicht überprüfbar ist (Quelle unbekannt, Verfasser/-in nicht genannt, Gerüchte, „Hörensagen") oder dass sie lediglich eine Einzelmeinung darstellt (individuelle Behauptungen einzelner Personen). Empfehlenswerte Quellen sind dagegen:

- Intranet des Ausbildungsbetriebes,
- anerkannte Fachbücher zum jeweiligen Thema,
- Artikel in Fachzeitschriften der Branche,
- Publikationen von Branchenverbänden, Ministerien, Nichtregierungsorganisationen (NGO),
- Interviews mit Fachleuten und Spezialisten.

Darüber hinaus sollten Auszubildenden dafür sensibilisiert werden, Informationsquellen regelmäßig zu nutzen – auch wenn jeweils nur ein paar Minuten zur Verfügung stehen. Hierzu können Ausbildungsverantwortliche folgende Empfehlungen weitergeben:

- die für die Branche relevanten Fachzeitschriften in der Pause durchblättern;
- den Branchen-Newsletter abonnieren und beim morgendlichen E-Mail-Check lesen;
- Nachrichten einmal am Tag verfolgen – im Internet, in der Tageszeitung, im Radio oder im Fernsehen.

Infos-to-go

Informationen lassen sich auch ganz nebenbei gewinnen und leicht einfangen, wenn man seinen Blick dafür schärft, wo überall berufsrelevante Informationen lauern. Beim Einkaufen: Welche neuen Marken gibt es beim Lebensmittelhändler? Wie umfangreich ist das Angebot an Biogemüse im Supermarkt? Welche Stände sind auf dem Bauernmarkt von Kunden umlagert und welche nicht? Beim Autofahren: Plakatwerbung wahrnehmen und Autoradio hören. Wie und womit werben Mitbewerber um Kunden? Welche relevanten Veranstaltungen finden gegenwärtig statt? In Gesprächen mit Familie und Freunden: Welche Veränderungen beim Lebensmittelkonsum zeigen sich? Welche Qualitätsansprüche gibt es? Wo wird eingekauft?

Recherchetraining

Nun ist regelmäßiges Training angesagt. Wenn Vorgesetzte den Auszubildenden ausschließlich fertig portionierte Informationen zukommen lassen, fällt es diesen im „Ernstfall" schwer, eigenständig an relevante Informationen zu gelangen. Wenn sie dagegen Rechercheaufgaben immer wieder selbst bearbeiten, werden Selbstständigkeit und Urteilsvermögen gefördert. Je nach Ausbildungsberuf und Branche bieten sich beispielsweise Rechercheaufgaben aus den folgenden Themenbereichen an:

- Konsumverhalten der Verbraucher (Welche neuen Trends gibt es bei der Entwicklung von Convenience-Produkten? Welche Rolle spielt nachhaltige Produktion für die Kaufentscheidung der Verbraucher?)
- Neue gesetzliche Bestimmungen (Wie hat sich das Futtermittelherstellungsgesetz in den vergangenen zwei Jahren entwickelt? Was bedeuten die Änderungen in der Klärschlammverordnung für die Landwirtschaft? Welche Bestimmungen sind bei genetischen Eingriffen in der Bienenzucht zu beachten?)
- Ökologische Aspekte bei der Produktion von Lebensmitteln (Welche Bio-Siegel werden momentan vergeben und von wem? Was hat die Abholzung des Regenwaldes in Südamerika mit der Rinderzucht zu tun?)

Solche Rechercheaufgaben halten die Auszubildenden auf Trab und der Lernprozess läuft und läuft und läuft … ■

Foto: Milenko Bokan – iStock.com

Wenn es um private Interessensgebiete geht, ist die Informationskompetenz von Auszubildenden hoch entwickelt.

Die Autorinnen

Ingrid Ute Ehlers

Regina Schäfer
Beide: Expertinnen für Kommunikation im Beruf, Frankfurt am Main; Beraterinnen, Trainerinnen, Dozentinnen, Buchautorinnen
office@vitamin-k-plus.de,
www.vitamin-k-plus.de