

Ausbilden!

Whitepaper zu Fachinhalten



ArsAzubi

... die Kunst zu entwickeln
statt nur auszubilden



**Intrinsisch
motiviert
in der Aus-
bildung +**

Oder das Phänomen "seinen
Hintern nicht hochbekommen".

Intrinsische Motivation oder „seinen Hintern nicht hochbekommen“

Wie kann intrinsische Motivation als Basis zur Wahl seines Berufs im Bewerbungsprozess festgestellt werden? Kann intrinsische Motivation geweckt werden? Und wie können Lehrer in der Schule und Ausbilder im Betrieb intrinsische Motivation fördern und entwickeln? Was haben in- und extrinsische Motivation mit dem Ausbildungsmarketing zu tun?

Die Autorin

Jutta Mohamed-Ali, Diplom-Betriebswirtin, Inhaberin von ArsAzubi, Ausbildungsberatung für KMU. Als Beraterin, Trainerin und Coach beschäftigt sie sich seit über 15 Jahren mit der Ausbildung von Azubis und dual Studierenden. Erst in einem der größten, deutschen DAX-Konzerne, dann als selbständige Beraterin. Als Psychotherapeutin (HPG) und Lernprozessbegleiterin begleitet sie Azubis im Auftrag der KMU durch die Ausbildung, berät und unterstützt die Betriebe in allen Ausbildungsfragen und trainiert die Mitarbeiter in Seminaren und Workshops. Als Dozentin schult sie an Industrie- und Handelskammern zukünftige Ausbilder.

Kontakt: ArsAzubi, Rosenhof 36, 64560 Riedstadt, Tel.: 06158/9170340

E-Mail: jutta.mohamedali@arsazubi.de www.arsazubi.de

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1.) Intrinsische Motivation	3
2.) Extrinsische Motivation	5
3.) Feststellen vorhandener intrinsischer Motivation	6
4.) Intrinsische Motivation im Lernprozess fördern	8
5.) Der Flow-Zustand – die optimale Steigerung der intrinsischen Motivation	9
6.) Intrinsisch motivierte Bewerber für Ausbildungsstellen, geht das überhaupt?	11
9.) Digitale Medien und intrinsische Motivation	13
10.) Fazit	14

1.) Intrinsische Motivation

Intrinsische Motivation Zitat: *„bezieht sich auf einen Zustand, bei dem wegen eines inneren Anreizes, der in der Tätigkeit selbst liegt, z.B. im Empfinden des Flow-Erlebens, gehandelt wird.“¹*

Was wir laut obiger Definition unter intrinsischer Motivation verstehen und an intrinsischer Motivation bei unseren Schülern und Azubis gerne sehen möchten, ist der innere Antrieb lernen und sich informieren zu wollen. Was jedoch häufig in der Realität, gerade im Berufsleben erlebt wird, ist das Phänomen des „seinen Hintern nicht hoch bekommen“. Das begegnet Lehrern in der Schule wie Ausbildern im Betrieb. Obwohl die jungen Leute auf Nachfrage hin wissen, dass sie sich z.B. um ihre spätere Berufswahl kümmern müssen, oder sich ein bestimmtes Thema erarbeiten sollen (z.B. in Schule und Betrieb) reicht das als Anreiz nicht aus, um entsprechend tätig zu werden. Sie sehen oft keinen Sinn darin.

Woher kommt dieses Phänomen? Intrinsische Motivation hat etwas mit dem vorhandenen Interesse an einem bestimmten Thema zu tun und wie stark, wie groß dieses Interesse ist. Wenn ich jedoch noch gar nicht weiß wofür ich überhaupt Interesse haben könnte, weil ich so viele Themen und Dinge noch gar nicht kenne, dann kann ich dafür auch gar kein Interesse haben. Frei nach dem Motto „wenn ich nicht weiss, dass es etwas gibt, suche ich auch nicht danach“. Interesse kann aber geweckt werden, indem ich etwas Neues hinzu lerne und eine Ahnung davon bekomme, dass es da noch mehr geben könnte. Durch neues hinzulernen kann intrinsische Motivation also auch erst entstehen.

Wichtig ist es herauszufinden, wie intrinsische Motivation geweckt, gefördert und erhöht werden kann. Welche Maßnahmen können Lehrer und Ausbilder ergreifen?

Zitat: *„Maßnahmen zur Steigerung der intrinsischen Motivation liegen z.B. darin, Motivatoren verfügbar zu machen oder das Motivationspotenzial der Tätigkeit zu erhöhen.“²*

¹ Und ² Quelle:

Autor: Prof. Dr. Günter W. Maier, Universität Bielefeld, Fakultät für Psychologie, Sportwissenschaften
Abteilung für Psychologie, Professor für Arbeits- und Organisationspsychologie,

Ort: Internetseite Gabler Wirtschaftslexikon

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/intrinsische-motivation-41764/version-265123>

Revision von intrinsische Motivation vom 14.02.2018 - 17:36

Geladen und aufgerufen am 08.04.2019 um 18:40 Uhr

Springer Gabler | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Motivatoren sind *Zitat: „[...]jene Bestandteile der Arbeitssituation, die langfristig Arbeitszufriedenheit bedingen und zugleich die Leistungsbereitschaft verbessern. Wichtige Motivatoren sind Leistung, Anerkennung, Aufgabeninhalt, Verantwortung, Aufstiegsperspektive sowie Wachstumsmöglichkeit.“³*

Vor Beginn der Ausbildung, also im Rahmen der Berufsorientierung hat „Interesse wecken“ und „Bewusstsein schaffen“ einen direkten Zusammenhang mit dem Wecken von intrinsischer Motivation. Denn spannende Aufgabeninhalte, Selbständigkeit und Verantwortung für die Bearbeitung der Aufgabe, Wertschätzung der Leistung und eine Bewusstmachung der erworbenen Kompetenzen und der daraus entstehenden Wachstumsmöglichkeiten sind oberste Aufgabe von Lehrern und Ausbildern.

Hier besteht auch eine große Chance für Ausbildungsbetriebe. Ziel einer jeden Berufsorientierungskampagne, Schulkooperation, Ausbildungsmarketing-Kampagne kann es also nur sein, möglichst großes Interesse für die Aufgaben und Inhalte des ausgeschriebenen Ausbildungsberufes, für die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens, für die Werte und die Unternehmenskultur, Aufstiegsmöglichkeiten und Wachstumspotentiale zu schaffen und zu wecken. Dies gelingt am ehesten durch direkte Testimonials, Aussagen (am besten per Video), der bisherigen Auszubildenden und Mitarbeiter und dem Aufzeigen von Zukunftsperspektiven.

Für den Schulunterricht und während der Ausbildung gilt dies in gleichem Maße für die Lerninhalte.

³ Quelle:

Autor: Prof. Dr. Günter W. Maier, Universität Bielefeld, Fakultät für Psychologie, Sportwissenschaften
Abteilung für Psychologie, Professor für Arbeits- und Organisationspsychologie,
Ort: Internetseite Gabler Wirtschaftslexikon
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/motivatoren-37697/version-261130>
Revision von Motivatoren vom 14.02.2018 - 17:36
Geladen und aufgerufen am 08.04.2019 um 18:40 Uhr
Springer Gabler | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

2.) Extrinsische Motivation

Extrinsische Motivation ist *Zitat: „ein Zustand, bei dem wegen äußerer Gründe, d.h. wegen der Konsequenzen der Handlungsergebnisse (z.B. positive Personalbeurteilung, Gehaltssteigerung etc.), gehandelt wird“⁴* kann hier nur als Unterstützung angesehen werden.

Extrinsische Motivation ist das, was eine bereits vorhandene intrinsische Motivation fördern, intensivieren, und steigern kann. Sie ist nicht geeignet, um dauerhaft Lust und Spaß am Lernen zu wecken oder zu erhalten.

„Wenn, dann ...“ als Anreiz zum Lernen und Arbeiten, egal ob in Schule oder Beruf, egal ob positiv zur Verstärkung oder negativ als Drohung, kann also nicht funktionieren, zumindest nicht dauerhaft. Das ist der große systemimmanente Fehler unseres Schulnotensystems und des Beurteilungssystems in Unternehmen.

Zitat: „Belohnungen helfen da auch nicht weiter, denn damit ändert man zwar das Verhalten des Mitarbeiters, nicht jedoch seine Einstellung. Um ein erwünschtes Verhalten aufrechtzuerhalten, muss man immer wieder erneut belohnen oder mit Bestrafung drohen. Dies führt dazu, dass der Mitarbeiter Strategien entwickelt, wie er ---die Belohnung mit möglichst wenig Aufwand erhält, beziehungsweise die Bestrafung vermeidet, ohne dass es jemand merkt. Auf diese Weise bekommt man Mitarbeiter, die sich einerseits vor der Arbeit drücken und andererseits wann immer möglich Belohnungen einfordern. In diesem System leiden die Führungskräfte sogar noch mehr als die Mitarbeiter, denn sie müssen sich immer mehr anstrengen, um die gleiche Leistung aus den Mitarbeitern herauszukitzeln.“⁵

⁴ Quelle:

Autor: Regina Nissen, IPP-Institut GmbH, Geschäftsführung

Ort: Internetseite Gabler Wirtschaftslexikon

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/extrinsische-motivation-32084/version-255632>

Revision von extrinsische Motivation vom 14.02.2018 - 17:36

Springer Gabler | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

⁵ Quelle:

Autor: Prof. Dr. Gerald Hüther im Interview mit dem Magazin Faktor A

Ort: Internetseite Faktor A

<https://faktor-a.arbeitsagentur.de/richtig-fuehren/gerald-huether-mitarbeiter-motivieren/>

zuletzt geladen und aufgerufen am 08.04.2019 um 18.40 Uhr

Bundesagentur für Arbeit (BA)

Regensburger Straße 104

90478 Nürnberg

arbeitsagentur.de

3.) Feststellen vorhandener intrinsischer Motivation

Doch wie genau stellt ein Ausbildungsunternehmen vorhandene intrinsische Motivation fest? Durch die bisherigen Methoden des klassischen Vorstellungsgespräches, in dem Fragen gestellt werden ist dies so gut wie nicht möglich, denn jeder Bewerber schlüpft im Bewerbungsgespräch in eine Rolle.

Intrinsische Motivation ist aber immer auch ein Prozess, bestehend aus Motiven, die in Handlungen umgesetzt werden und zu einem Ziel führen. Ein Prozess lässt sich am ehesten durch Beobachtung, nicht aber durch Fragestellungen im Gespräch ermitteln. Prozesse beobachten können Lehrer nur dann, wenn sie prozessorientiert unterrichten, z.B. in Projekten, Ausbilder nur dann, wenn sie handlungsorientiert ausbilden und Arbeitgeber nur, oder Ausbildungsbetriebe im Bewerbungsprozess, indem sie Erlebnisse und Erfahrungen schaffen, bei denen sie ihre Kandidaten über eine gewisse längere Zeit beobachten können.

Dies ist am leichtesten in Gruppenauswahlverfahren möglich. Im geeigneten Mix von spielerischen Gruppenaufgaben, Einzeltests, Einzel- und Gruppenaufgaben, sowie sozialen Elementen, wie einer Diskussion, einem gemeinsamen Essen, oder ähnlichem, lassen sich über die entstehende Gruppendynamik vielfache Kompetenzen entdecken, die Rückschlüsse auf die Motivation, auf die intrinsische Motivation, die zur Bewerbung auf den Ausbildungsplatz geführt hat, zulassen.

Intrinsische Motivation während des eigentlichen Lernprozesses, also in der Ausbildungszeit, kann nur dann gefördert werden, wenn also zuerst die Motive gefördert werden:

Zitat: „[...die wollen in ihrer Autonomie gesehen werden, d.h. die wollen zeigen, dass sie was drauf haben, die wollen Verantwortung übernehmen können, die wollen gesehen werden und ernstgenommen werden. ...-...das ist ein Grundbedürfnis eines jeden Menschen, überall ...-... und dann gibt es noch ein 2. Bedürfnis: jeder Mensch will dazugehören, will Teil einer Gemeinschaft sein, will sich in dieser Gemeinschaft geborgen, sicher und aufgehoben fühlen...-.. das Kunststück besteht darin, dass man ein Klima schafft, ein sog. Betriebsklima ...-... und dieses Klima müsste so sein, dass sich alle Mitarbeiter am Sonntag schon wieder freuen, dass es am Montag wieder zur Arbeit geht...]“⁶

Wenn ein Ausbildungsbetrieb es also schafft, das Grundbedürfnis nach Zugehörigkeitsgefühl, sich aufgehoben fühlen, ein Teil einer neuen Familie zu sein, zu erfüllen, dann ist eine gute Grundlage gelegt, um die intrinsische Motivation als Lernmotivator zu nutzen und zu fördern.

⁶ Quelle:

Autor: Prof. Dr. Gerald Hüther im Interview mit dem Magazin Faktor A

Ort: Internetseite Faktor A

<https://faktor-a.arbeitsagentur.de/richtig-fuehren/gerald-huether-mitarbeiter-motivieren/>

zuletzt geladen und aufgerufen am 08.04.2019 um 18.40 Uhr

Bundesagentur für Arbeit (BA)

Regensburger Straße 104

90478 Nürnberg

arbeitsagentur.de

Im Übrigen sind dies auch exakt die Grundbedürfnisse der neuen Generation Z. Wir erleben heute eine Generation, die noch mehr als ihre Vorgängergenerationen nach dem Sinn von Aufgaben fragt, nach dem Wert, den ein Thema oder ein Lerninhalte für sie hat, und nach dem Nutzen, den dieser Lerninhalte für Ihre persönliche berufliche Zukunft hat.

Wichtig ist es daher für die Lehrer und Ausbilder, nicht nur Aufgaben und deren Inhalte als solches zu erklären, sondern immer Sinnzusammenhänge festzustellen und zu erklären. Es ist wichtig, die einzelne Aufgabe für den Auszubildenden nachvollziehbar in größere Prozesszusammenhänge zu setzen und den Nutzen nicht nur für die tägliche Berufspraxis, sondern auch für die persönliche Lebenswelt des Azubis darzustellen.

Mit einer Aussage, wie „das haben wir schon immer so gemacht“ kann keine intrinsische Motivation gefördert werden. Trotz allem haben Prozesse, die schon lange in Unternehmen bestehen, oft auch ihren Sinn und Zweck. Dann sollten diese Prozesszusammenhänge, oder Wertschöpfungsketten dem Auszubildenden auch in Zusammenhang mit der gerade aktuellen Aufgabe erklärt werden. Dies ist auch gemeint, wenn in der Motivationstheorie nach Herzberg von den so genannten Hygienefaktoren und den Motivatoren gesprochen wird:

Hygienefaktoren Zitat: „[...]verhindern die Entstehung von Unzufriedenheit, ihre positive Ausprägung trägt jedoch nicht zur Zufriedenheit bei. Beispiele: Führungsstil, Unternehmenspolitik und -verwaltung, Arbeitsbedingungen, Beziehungen zu Gleichgestellten, Unterstellten und Vorgesetzten, Status, Arbeitssicherheit und Gehalt.“⁷

Motivatoren sind Zitat: „[...]jene Bestandteile der Arbeitssituation, die langfristig Arbeitszufriedenheit bedingen und zugleich die Leistungsbereitschaft verbessern. Wichtige Motivatoren sind Leistung, Anerkennung, Aufgabeninhalt, Verantwortung, Aufstiegsperspektive sowie Wachstumsmöglichkeit.“⁸

⁷ Quelle:

Autor: Prof. Dr. Günter W. Maier, Universität Bielefeld, Fakultät für Psychologie, Sportwissenschaften
Abteilung für Psychologie, Professor für Arbeits- und Organisationspsychologie,
Ort: Internetseite Gabler Wirtschaftslexikon
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/hygienefaktoren-35183/version-258671>
Revision von Hygienefaktoren vom 14.02.2018 - 17:36
Geladen und aufgerufen am 08.04.2019 um 18:40 Uhr
Springer Gabler | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

⁸ Quelle:

Autor: Prof. Dr. Günter W. Maier, Universität Bielefeld, Fakultät für Psychologie, Sportwissenschaften
Abteilung für Psychologie, Professor für Arbeits- und Organisationspsychologie,
Ort: Internetseite Gabler Wirtschaftslexikon
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/motivatoren-37697/version-261130>
Revision von Motivatoren vom 14.02.2018 - 17:36
Geladen und aufgerufen am 08.04.2019 um 18:40 Uhr
Springer Gabler | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

4.) Intrinsische Motivation im Lernprozess fördern

Extrinsische Motivation finden wir also im Bereich der Hygienefaktoren, während die Motivatoren das Fördern der intrinsischen Motivation darstellen. Übertragen auf den Ausbildungsbereich kann das im folgenden praktischen Beispiel erklärt werden:

Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel, Thema: Grundlagen eines Verkaufsgesprächs. Wichtig ist es, den Auszubildenden in seiner momentanen Lebenswelt abzuholen, bevor es in das Detail der theoretischen Erklärungen geht (*1. Anerkennung und Wertschätzung seines bisherigen Wissens und seiner Lebenserfahrung, Verknüpfung mit Bekanntem*)

In welchen Situationen hat der Auszubildende selbst Verkaufsgespräche bereits erlebt? Im Normalfall wird er dies als Kunde erlebt haben. Fragt der Ausbilder nun intensiv nach Situationen, in denen der Auszubildende sich in seiner Rolle als Käufer nicht gut betreut und beraten gefühlt hat, legt er die Grundlage für einen Perspektivenwechsel. Wichtig ist es nun, den Sinnzusammenhang herzustellen, was hätte der Auszubildende als Käufer in der jeweiligen Kaufsituation erwartet? Was hätte er sich gewünscht? Der Ausbilder sollte hier intensiv auf die Gefühlssituation des Auszubildenden eingehen. Je mehr der Auszubildende sich in seine eigene, erlebte Rolle zurück versetzen kann, je mehr er sich an seine Gefühle erinnern kann, die er in der jeweiligen Situation hatte, desto besser gelingt es ihm später, die Grundlagen eines Verkaufsgesprächs in einen gesamten Prozess gedanklich einordnen zu können.

Ist diese Grundlage gelegt, sollte der Ausbilder Den Auszubildenden bitten nun in die Rolle des Verkäufers zu schlüpfen. (*2. Transfer des bisher Erlebten auf seine neue berufliche Rolle, Hinweis auf neues Wissen, Aufzeigen der neuen Perspektive*) Was würde der Azubi nun in der Rolle des Verkäufers in genau der gleichen Situation fühlen wie würde er reagieren? Der Ausbilder kann nun auch Teile des gesamten Verkaufsprozess mit hinzuziehen. Der Auszubildende wird zu diesem Zeitpunkt bereits gelernt haben, dass es Vorgaben und Verkaufsziele im Ausbildungsbetrieb gibt. Er wird wissen, dass es besondere Aktionen und Angebote gibt für Produkte, die vorrangig verkauft werden sollen. Der Ausbilder kann nun mit der Erinnerung an seine eigene Gefühlswelt den Auszubildenden diesen Konflikt bewusst erleben lassen wie der Verkäufer vorgeht, obwohl er weiß dass der Käufer sich vielleicht so fühlt, wie er sich selbst bereits in der Käufersituation gefühlt hat. (*3. Herstellen der Wachstumsperspektive und der Weiterentwicklung, indirektes Entwickeln der persönlichen Kompetenzen wie Empathie und Verständnis*) Der Auszubildende wird dann verstehen dass sich jegliches Verkaufsgespräch nicht nur um technische Produktdetails, Preise oder Ähnliches dreht, sondern immer um menschliche Gefühle und den persönlichen Nutzen, den ein Produkt für einen Kunden hat. (*4. Verknüpfung mit der Theorie der Nutzenargumentation im Verkaufsgespräch und der Einwandbehandlung*)

Diese Vorgehensweise ist eine ganz andere, als dem Auszubildenden die klassischen Stufen eines Verkaufsgesprächs zu erklären, ihm die Grundlagen der Einwand- und Vorwandbehandlung beizubringen und ihn über Verkaufsargumente zu belehren.

Im ersten Falle weckt und fördert der Ausbilder die intrinsische Motivation, in dem er von der persönlichen Lebens und Erlebenswelt des Auszubildenden ausgeht, die natürliche Neugier aus eigener Lebenserfahrung weckt und den persönlichen Bezug zur jetzigen beruflichen Situation herstellt. Im zweiten Fall, mit der klassischen Unterweisung von Fachinhalten, dem Frontalunterricht in Form einer Präsentation, oder dem Antrainieren von

Verhaltensweisen, würde dem Auszubildenden genau dieser Bezug fehlen Und Lob und positives Feedback als Mittel der extrinsischen Motivation hätten lange nicht den gleichen positiven Effekt.

5.) Der Flow-Zustand – die optimale Steigerung der intrinsischen Motivation

Eine Steigerung der intrinsischen Motivation erleben wir im so genannten „Flow-Zustand“

Es ist der Zustand, in dem wir in der Bearbeitung einer Aufgabe aufgehen, die Zeit vergessen und mit dem was wir tun für den Moment völlige Befriedigung erfahren.

Zitat: „Vor diesem Standpunkt aus schlägt Csikszentmihalyi einen holistischen, ganzheitlichen Weg ein, welcher auch die Ziele und Fähigkeiten der Menschen, sowie deren subjektive Beurteilung der äußeren Situation mit berücksichtigt. Es sei die komplexe Wechselwirkung dieser subjektiven Prozesse, welche bestimmt, ob eine Erfahrung tief befriedigend und freudvoll, oder nur angenehm bis lustvoll ist.“⁹

Schafft es der Ausbilder durch die Wahl seiner Lernmethode, durch die Berücksichtigung der oben angesprochenen Motivatoren, sowie durch das Abholen des Auszubildenden aus seiner persönlichen Lebens- und Erlebenswelt und der Bezugs herstellung zu großen, übergeordneten Prozessen im Unternehmen, dass der Auszubildende beim Bearbeiten einer Aufgabe oder eines gewissen Themas mit Lust, Neugier, und Spaß die Zeit vergisst, ermöglicht er ihm das Erleben eines Flowzustandes.

Im Flow-Zustand werden Endorphine ausgeschüttet, die den Effekt haben, dass der Auszubildende diesen Zustand immer wieder erleben möchte. Genau dann ist der Punkt erreicht, an dem der Auszubildende feststellt, dass seine intrinsische Motivation zum Lernen und Bearbeiten bestimmter Aufgaben immer weiter wächst. Zeitgleich wachsen Neugier, Lust auf Neues und mehr Lernen, sowie der Spaß an der eigentlichen Tätigkeit und es entsteht ein positiver Kreislauf des Lernerlebens.

Ziele setzen hilft die intrinsische Motivation zu wecken und zu fördern

Es darf beim Thema Motivation nie vergessen werden, dass alles Handeln und Lernen immer zielgerichtet ist:

Motivation = persönliche Motive, die in Handlungen umgesetzt werden und auf ein Ziel gerichtet sind.

⁹ Quelle:

Autor: [Young-Dal You](#)

Ort: Buch „Das Flow-Erlebnis und seine empirischen Implikationen für die Psychotherapie“

Herbert Utz Verlag, 2001, Seite 53

ISBN: 3896757210, [9783896757210]

Wenn man sich daher die vorher genannte Definition der intrinsischen Motivation und des Flow-Zustandes betrachtet, ist es eine logische Schlussfolgerung, dass beide nur gefördert und erreicht werden können, wenn die persönlichen Ziele der Schüler und Auszubildenden zum Lernen berücksichtigt werden. Um dies strukturiert zu tun, empfiehlt sich die schriftliche Vereinbarung von konkreten Lernzielen.

Die ideale Kombination von Gesprächen, in denen die wichtigsten Motivatoren der Schüler und Auszubildenden ermittelt und dann entsprechend individuelle Lernziele vereinbart werden, hilft die Leistungsmotivation entsprechend zu steigern.

Zitat: „Durch ihren Bezug zur Herausforderung ist die Leistungsmotivation stark mit dem Flow-Erleben verwandt, wenn auch nicht diesem gleichgesetzt.“

Querverweis: vgl. Engeser/Vollmeyer 2005, S. 70

„Leistungsmotivationsforscher gehen davon aus, dass sich jeder Mensch (unbewusst oder bewusst) für eine zu bearbeitende Aufgabe ein sogenanntes (individuelles) Anspruchsniveau setzt, nämlich die Leistung, die er gerne erreichen möchte ... - ...

Um die Höhe des Anspruchsniveaus festzusetzen und um anschließend die vorhergesagte Leistung zu erbringen, gibt es zwei Herangehensweisen, die Atkinson empirisch bestätigen konnte“ Querverweis: John W Atkinson 1957, S. 361

„Die meisten Menschen handeln erfolgssuchend, andere Personen handeln misserfolgsvermeidend“¹⁰

¹⁰ Quelle:

Autor: Alexandra Bohle

Buch: „Einflussfaktoren der Mediennutzung – Flow und weitere Faktoren der Medienselektion“

Disserta Verlag, 2015, Seite 59ff

6.) Intrinsisch motivierte Bewerber für Ausbildungsstellen, geht das überhaupt?

Wenn also nach den bisher genannten Erklärungen und Bedingungen die Motivatoren Sinnstiftung, Selbstständigkeit Selbstfindung etc. sind, und intrinsische Motivation auf Neugier, Lust, Interesse, und Spaß an der Sache selbst besteht, wie kann ein Schüler, der sich in der heutigen Zeit unter 325 Ausbildungsberufen sowie mehr als 15.000 Studiengängen entscheiden soll, diese Motivation überhaupt mitbringen?

Maximal kann durch die verschiedenen Fächer während der Schulzeit, oder die freiwillige Beschäftigung mit bestimmten Themen ein Grundinteresse und eine Grundneugier vorhanden sein. Für Berufswelten, die ein Jugendlicher noch gar nicht kennt, kann außer Neugier und Interesse keine weitere intrinsische Motivation vorhanden sein, denn er weiß ja noch gar nicht, welche Lerninhalte sich hinter bestimmten Berufen, Branchen, Produkten, Unternehmen etc. verbergen. Wie kann ich intrinsische Motivation für etwas mitbringen, was mir zu einem bestimmten Zeitpunkt noch völlig unbekannt ist?

Aufgabe von Unternehmen muss es also sein, sich als Teil des Berufsorientierungsprozesses so zu präsentieren, dass sie bei den Jugendlichen intrinsische Motivation wecken um überhaupt als möglicher interessanter Ausbildungsbetrieb wahrgenommen zu werden. Ein wichtiger Teil des Maßnahmenkatalogs im Ausbildungsmarketing sollte daher eine langfristige und nachhaltige Schulkooperation sein.

Bisher werden aber auch Schulkooperationen zum Großteil falsch verstanden. Das Engagement der Betriebe besteht meist auf einer Firmenpräsentation während einer schulinternen Ausbildungsmesse, einer Projektwoche im Rahmen der Berufsorientierung mit Vorstellung der Ausbildungsinhalte des Betriebes der Produkte und Dienstleistungen und einem gewissen Werbeaspekt. Es fehlt aber häufig der Aspekt, der tatsächlich die intrinsische Motivation der Jugendlichen anstachelt, nämlich dass Verbindung schaffen und das Verständnis schaffen was die persönliche Lebens- und Erlebenswelt der Jugendlichen mit der Produkt und Dienstleistungswelt des Ausbildungsbetriebes zu tun haben.

Ein Beispiel: ein Chemieunternehmen könnte in einem Vorgespräch mit dem Chemielehrer sich die aktuellen Themen geben lassen, die gerade im Unterricht besprochen werden und sich dann mit ihrer Präsentation direkt auf diese Inhalte beziehen. Wie findet sich das Schulwissen Chemie, dass die Schüler gerade lernen müssen, in den Labor- und Herstellungsprozessen des Unternehmens wieder?

Ein anderes Beispiel: Ein Immobilien Makler, der die Jugendlichen in ihrer persönlichen Wohnwelt abholt und mit ihnen in einer Art kleinem Planspiel die Vorgänge durchgeht, die nötig sind, wenn die Jugendlichen irgendwann einmal ihre eigene Wohnung mieten möchten. Dazu kann gehören einen Mietvertrag zu besprechen, sich die Kosten einer Mietwohnung anzuschauen, mal die Kosten eines Eigenheimbaus zu beleuchten und auch darauf einzugehen welcher Form einer Miet- oder Kaufimmobilie sich die Schülerinnen und Schüler vorstellen können und was dazu nötig ist um das später zu erreichen. Jeder Jugendliche hat auch seine eigenen Wertvorstellungen. Gerade der heutigen Generation Z sind ihre Werte besonders wichtig.

Wer als Ausbildungsbetrieb also intrinsisch motivierte Bewerber haben möchte, muss auch seinen Beitrag dazu leisten diese intrinsische Motivation aktiv bei Jugendlichen anzustoßen und zu fördern. Sie in ihren persönlichen Lebenswelten abholen, Neugier und Interesse wecken, Spaß am Thema vermitteln, und die eigenen Unternehmenswerte und die Unternehmenskultur entsprechend darstellen.

Werbefilme nutzen wenig, wenn Sie die falschen Inhalte darstellen. Es verhält sich hier ähnlich wie in einem Verkaufsgespräch: ein guter Verkäufer weiß, dass es in jedem Verkaufsgespräch im Endeffekt um die Gefühle und den Nutzen den das Produkt oder die Dienstleistung für den Käufer hat geht. Welches Problem das Produkt oder die Dienstleistung beim Kunden löst. Oder welche positiven Gefühle es auslöst. Genau darum geht es auch im Ausbildungsmarketing: Um intrinsische Motivation zu wecken müssen Jugendliche den Nutzen der Produkte und Dienstleistungen für sich persönlich und ihre Lebenswelt erkennen, sie wollen einen Sinn in der Aufgabe an sich finden, und sie wollen den Wert der Ausbildung oder des Ausbildungsberufs direkt mit ihrer eigenen Wertevorstellung verknüpfen können.

Um sich über den Inhalt der eigenen Werbebotschaft für das Ausbildungsmarketing klar zu werden, sollten sich die Ausbildungsbetriebe also folgende Fragen stellen

- 1.) Welchen Wert haben meine Produkte und Dienstleistungen für das Leben des Jugendlichen?
- 2.) Wie kann ich eine Verknüpfung zwischen den Produkten und Dienstleistungen meines Unternehmens und den persönlichen Lebens- und Erlebnissen der Jugendlichen herstellen?
- 3.) Wie kann ich in der Sprache der Jugendlichen die Werte meines Unternehmens, meine Unternehmensvision oder mein Unternehmensleitbild so beschreiben, dass es von Jugendlichen auch verstanden wird?
- 4.) Wie kann ich die Wichtigkeit meiner Produkte und Dienstleistungen so in größere, wirtschaftliche Zusammenhänge und Prozesse einordnen und beschreiben, das es für Jugendliche begreifbar ist?
- 5.) Wie kann ich den Jugendlichen Zukunftsperspektiven eröffnen und ihnen deutlich machen, was sie mit diesem Ausbildungsberuf und den Produkten und Dienstleistungen in Zukunft für sich persönlich erreichen können?
- 6.) Wie überzeuge ich Jugendliche davon, dass sie ihren Wunsch bzw. ihre eigenen inneren Motivatoren, zum Beispiel Zugehörigkeitsgefühl, das Wahrgenommen werden, Wertschätzung und Sinnfindung bei mir im Unternehmen erfüllen können?
- 7.) Welche extrinsischen Motivationsanreize kann ich den Jugendlichen anbieten, mit denen ich ihre intrinsische Motivation fördern und erweitern kann?
- 8.) Welche verschiedenen Kanäle und Medien muss ich wählen, um diese komplexen Fragestellungen jugendgerecht beantworten zu können und sie für die Jugendlichen wahrnehmbar zu machen?

9.) Digitale Medien und intrinsische Motivation

Es wird häufig der Fehler gemacht zu glauben, dass mit der Verwendung digitaler Medien in der Ausbildung, mit digitalen Lernformaten, oder digitalen Lern- und Arbeitsmitteln automatisch die Lust und die Neugier, also die intrinsische Motivation zum Lernen gesteigert werden könnten. Das kann jedoch nur dann der Fall sein, wenn bereits eine grundlegende intrinsische Motivation, also Interesse und Neugier für die Thematik bereits in gewissem Maße vorhanden ist.

Digitale Medien können in diesem Zusammenhang nur als Unterstützung und Mittel der extrinsischen Motivation angesehen werden. Sie sollen Lerninhalte spannender darstellen und digitale Technik soll mehr Spaß am Lernen selbst wecken. Ist jedoch von vornherein weder Neugier noch Lust und Spaß an neuen Themen vorhanden, verpufft die Wirkung von digitalen Medien.

Digitale Medien in der Berufsausbildung können aber insofern ein Bestandteil zur Steigerung der intrinsischen Motivation sein, als dass sie die Kompetenzen unterstützen die intrinsische Motivation fördern: das selbständige Erarbeiten von Themen und das Erläutern von theoretischen und praktischen Inhalten im Zusammenhang mit größeren, übergreifenden Prozessen. Prinzipiell also das, was auch klassische Lehrmethoden wie Projektmethode oder ein komplexer Leittext erreichen sollen. Natürlich bieten digitale Medien die Möglichkeit, Erlebnis- und Erfahrungswelten zu schaffen, die spannender und mit mehr Lust erlebt werden können, als das klassische Medien tun können. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass keine digitalen Medien gewählt werden, die nur theoretische Inhalte in digitaler Form bieten. Selbst ein so genanntes Erklärvideo ist nur die, im Video grafisch dargestellte Form eines Frontalunterrichts. Wenn digitale Medien genutzt werden, ist auch hier immer auf den passenden Medienmix zu achten. Nach Möglichkeit sollten Medien gewählt werden, die Lerninhalte so darstellen, wie es ein Lehrer, ein Ausbilder mit Büchern, klassischen Lernmethoden oder dem Zeigen eines Films nicht könnten. Erlebniswelten mit der Virtual Reality Brille in virtuellen Lernumgebungen sind hier nur ein Beispiel. Digitale Lernspiele, Planspiele, sogenannte SeriousGames sind eine weitere Alternative. Eine dritte Möglichkeit besteht darin, klassische Lehrmethoden und digitale Medien miteinander zu kombinieren. Zum Beispiel in dem man Auszubildender Ihre digitalen Lerneinheiten selbst entwickeln und produzieren lässt. Hier können Prozess und fächerübergreifend viele Kompetenzen entwickelt werden. Ein Beispiel dafür ist die Video-Plattform „Kfz 4 me“, wo Auszubildende zu bestimmten praktischen Inhalten aus der Kfz -ihrer eigenen Reparaturvideos drehen, die Videos schneiden und bearbeiten, mit Untertiteln versehen, vertonen, und In Gruppen gemeinsam kleine Videoprojekte erarbeiten.

10.) Fazit

Intrinsische Motivation muss aktiv geweckt, gefördert und entwickelt werden. Sie kann nur zu einem geringen Grad erwartet und vorausgesetzt werden. Hat ein junger Erwachsener die Vorstellung seines „Traumberufs“, ist sie sicherlich um ein vielfaches höher als bei jemanden, der noch nicht weiß, was er beruflich nach der Schule machen möchte. Und nicht alle Ausbildungsinhalte sind gleich spannend, egal wie viel intrinsische Motivation auch mitgebracht wird.

Das bedeutet für Lehrer und Ausbildungspersonal eine immer neue Herausforderung an ihre pädagogischen Fähigkeiten und für Recruiter im Ausbildungsmarketing eine genaue Auseinandersetzung mit den Motiven ihrer Bewerber und der Umsetzung in Werbebotschaften.

Die Nutzung von Medien kann immer nur Mittel zum Zweck sein, um Lernen da spannender zu machen, wo intrinsische Motivation bis zu einem gewissen Grad bereits vorhanden ist.