

## **Lehrstellenkonferenz vom 28.11.2008**

### **Beitrag des Bundes an die Förderung der Berufe in der Schweiz aus, am Beispiel der Westschweizer Präzisionstechnikindustrie: MECAFORMA.CH**

---

#### **Allgemeines Umfeld**

Es steht heute aufgrund nachgewiesener demographischer Fakten fest, dass wir 2008 die höchste Zahl von jungen Leuten im Schulalter erreicht haben und dass in den kommenden Jahrzehnten weniger Personen auf dem Arbeitsmarkt auftreten werden als heute, mit allen Herausforderungen, die dies im Hinblick auf das Wirtschaftswachstum aller Sektoren mit sich bringen wird.

Vor diesem Hintergrund muss man sich fragen, welche Bedeutung man der Notwendigkeit einräumen will, in der Schweiz die Beherrschung ausreichender Berufskompetenzen zu bewahren, um den Entwicklungsbedürfnissen der Wirtschaft zu entsprechen.

Nicht alle Wirtschaftssektoren sind in gleichem Masse von der Problematik des beruflichen Nachwuchses betroffen, zumindest nicht solange die demographischen Kurven nach oben zeigten.

#### **Der Nachweis des Bedürfnisses**

Die Kampagne der Westschweizer Industrie stützt sich auf die Analyse eines Bedürfnisses, das durch strenge, objektive Untersuchungen in einer bestimmten Region und einem entsprechenden Sektor festgestellt wurde. Die Industrie der Präzisionstechnik in der Westschweiz leidet unter einem chronischen Mangel an qualifiziertem Personal und muss sich der Herausforderung stellen, jedes Jahr nahezu 2000 Personen auszubilden. Dies bedeutet, dass die Zahl der Eidgenössischen Fähigkeitszeugnisse in den Berufen dieser Industrie von 750 auf 1500 pro Jahr anzuheben ist.

#### **Die Bestimmung von Zielen**

Die Ergebnisse der Untersuchung der Westschweizer Industrie haben die Festsetzung von klaren und quantifizierbaren Zielen für die Berufsausbildung möglich gemacht.

In einer zweiten - abgeschlossenen, doch noch nicht veröffentlichten - Studie konnten diese ersten Resultate verfeinert werden, indem die Abweichung zwischen den von den Arbeitgebern formulierten Erwartungen an qualifizierte Mitarbeiter und den Berufsparcours der Lehrlinge beim Abschluss ihrer Lehrausbildung gemessen wurde. Dieses zweite Hilfsmittel wird es möglich machen, die praktischen Schritte abzuwägen, die in die Wege zu leiten sind, um den Unternehmen die qualifizierten Mitarbeiter zu bieten, die sie auf den verschiedenen Verantwortungsebenen benötigen, angefangen bei der Konzeption über die technische Planung bis zur Produktion und Bearbeitung.

#### **Die Rahmenbedingungen einer Promotionskampagne wie MECAFORMA.CH**

Ein weiterer wesentlicher Faktor, damit die Promotionskampagne die vorgegebenen Ziele erreichen kann, besteht in der Vorbereitung von Begleitmassnahmen auf dem Terrain. Im Falle der Kampagne MECAFORMA.CH werden die in einem Pilotkanton (VD) eingeleiteten, von einer öffentlich-rechtlichen Stiftung finanzierten spezifischen Massnahmen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Lehrstellen auf mehr als Fr. 1'000'000.-, verteilt auf 3 Jahre, geschätzt (kostenlose Einführungskurse, Schulung der Lehrkräfte, Kauf von Maschinen, Unterstützungskurse an Lehrlinge, Schulungsschwerpunkte, u.s.w). Das Ergebnis ist eine Zunahme der Anzahl Lehrstellen um 70% (+80 Stellen) in den KMU. Die getesteten Massnahmen müssten angesichts der sehr starken Präsenz von Berufsschulen auf die ganze Westschweiz ausgedehnt werden können.

### **MECAFORMA.CH eine globale Kampagne, eine einzigartige Marke**

Die Kampagne der Westschweizer Industrie ist die erste ihrer Art. Sie ist umfassend und richtet sich bis heute ausschliesslich an das Publikum einer bestimmten Region. Sie gehört auch zu den ersten (nach Polybau.ch für die Berufe der Gebäudehülle), die nicht mehr im Namen der Berufe und über die Berufsverbände kommunizieren.

### **Ergänzende Finanzierungen der öffentlichen Hand über « matching funds »**

Um eine globale Kampagne in der Art von MECAFORMA.CH in der ganzen Westschweiz durchzuführen und den geographischen Umkreis der Studie und der festgelegten Ziele abzudecken, ist mit Kosten in der Grössenordnung von Fr. 600'000.- pro Jahr zu rechnen. Heute fehlt MECAFORMA.CH fast die Hälfte dieses Budgets, obwohl die Privatwirtschaft in zwei Kampagnenjahren schon fast Fr. 900'000.- investiert hat.

Die finanzielle Unterstützung des Bundes erweist sich daher als notwendig. Die Unterstützung könnte nach dem Prinzip der „matching funds“ gewährt werden. Das Ziel besteht nicht darin, ihn dazu zu bringen, die Kampagnen anstelle der Verbände zu finanzieren, sondern die eingeleiteten Begleitmassnahmen zu verstärken, um eine den angestrebten Zielen entsprechende Kalibrierung der Mittel zu ermöglichen.

### **Die Rolle der Berufsverbände**

Auf jeden Fall erscheint es uns wesentlich, dass die Promotionskampagne eines Sektors oder eines Berufes an die Berufsverbände angebunden wird.

Im Fall der Kampagne der Industrie hat MECAFORMA.CH ihren Platz in einer Verbandsstruktur gefunden, die mehrere Institutionen der Industrie vereint (Swissmem, Swissmechanic, die Fachhochschulen und die Unternehmen): Manufacture-ch, die unter anderem Ziele verfolgt, welche die Ausbildung betreffen.

### **Die Koordination der Kantone**

Die Erfahrung, die aus MECAFORMA.CH (welche die Unterstützung der Konferenz für die Lateinische Schweiz über den nachobligatorischen Unterricht erlangt hat) und der sorgfältigen Untersuchung des Berufslebens geschöpft wurde, veranlasst uns, als notwendige Voraussetzung die politische Unterstützung der Kantone zu verlangen, in denen diese Massnahmen im Zusammenhang mit der Kampagne des Sektors oder des Berufes eingeleitet werden sollen.

Es geht nicht darum, den lokalen Akteuren ihre Vorrechte abzusprechen, sondern nur darum, eine ziellose Vermehrung von Botschaften, Kommunikationsträgern oder Aktionen, die sich möglicherweise widersprechen oder der Strategie einer umfassenderen Kampagne abträglich sein könnten, zu verhindern.

### **Schlussbemerkung**

Die von Groupement suisse de l'industrie mécanique und Swissmechanic initiierte und der Verantwortung von Manufacture-ch unterstellte Kampagne MECAFORMA.CH ist ein Beispiel einer strukturierten Kampagne, die sich klare Ziele gesetzt hat und aufzeigt, dass diese Ziele ohne die Hilfe des BBT nicht erreicht werden können, wenn gewisse Massnahmen nicht auch auf die Westschweiz ausgedehnt werden können.

**Bei der Kampagne MECAFORMA.CH wurden mehrere Kriterien beachtet, die uns wichtig erscheinen, um die Voraussetzungen für eine etwaige Unterstützung durch den Bund zu erfüllen:**

- Vorliegen eines bestätigten Bedürfnisses aufgrund einer seriösen und regional kohärenten Studie
- Vorhandensein von quantifizierten und messbaren Zielen während des gesamten Projekts
- Einleitung vorbereitender Massnahmen auf dem Terrain zur Unterstützung der Kommunikationskampagne, damit die Ziele erreicht werden können

- Übereinstimmung der Marketingstrategie mit den angestrebten Zielen und Berücksichtigung regionaler Besonderheiten
- Organisatorische und finanzielle Einbindung der Berufsverbände als Projektverantwortliche
- Finanzierung nach dem Prinzip der „matching funds“ der Promotion und der operativen Massnahmen zur Schaffung günstiger Rahmenbedingungen
- Vorliegen der politischen Unterstützung der Kantone, in denen die Massnahmen der Kampagne durchgeführt werden sollen, so dass die kantonalen und regionalen Vereinigungen in die Projekte integriert werden können.
- Fähigkeit des Projekts, lokale Initiativen zu gruppieren, stärken und zu einer kohärenten Strategie zusammenzuführen.

*Die Berufsförderung ist eine gemeinsame Aufgabe der Berufsverbände und des Bundes, die ihre Kräfte vereinen müssen.*

Paudex, den 24. November 2008

GROUPEMENT SUISSE  
DE L'INDUSTRIE MÉCANIQUE  
LE SECRÉTAIRE GÉNÉRAL :



F. BONJOUR