



ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE EVALUIERUNG ANIMIRTER BIZ-VIDEOS

Projektleitung AMS:

Mag.a Judith Csarmann

Projektleitung Institut öibf:

Norbert Lachmayr



Wien, Jänner 2026

Impressum

Arbeitsmarktservice

Dienstleistungsunternehmen des öffentlichen Rechts

Treustraße 35-43

1200 Wien

Telefon: +43 50 904 199

Durchführendes Unternehmen:

öibf – Österreichisches Institut für Berufsbildungsforschung

Margaretenstraße 166/2, 1050 Wien

Tel.: +43/(0)1/310 33 34

<http://www.oeibf.at>

ZVR-Zahl: 718743404

Bibliografische Information (Projektnummer 25/25)

Proinger Judith & Lachmayr, Norbert. (2026) Zielgruppenspezifische Evaluierung animierter BIZ-Info-Videos. Projektabschlussbericht des Österreichischen Instituts für Berufsbildungsforschung (öibf). Wien: öibf.

Die Kosten für das Projekt beliefen sich in Summe auf EURO 22.030, - (exkl. Ust)

Abstract de

Das Projekt untersucht zwei Typen animierter AMS-Informationsvideos für Jugendliche, um ihre Wirkung, Verständlichkeit und Attraktivität zu vergleichen und den künftigen Einsatz von Info-Videos in der Berufsorientierung zu optimieren. Analysiert wurden Unterschiede in Verständlichkeit, Relevanz und Präferenz zwischen den Video-Typen. Die Ergebnisse zeigen ein sehr positives Gesamtbild.

Die Datenerhebung erfolgt quantitativ mit Kurzfragebögen nach der Videosichtung bei insgesamt 204 Jugendlichen im Rahmen folgender Veranstaltungen: BEST Graz (16.–18. Oktober 2025), BIM Salzburg (20. bis 23. November 2025) sowie L14 Wien (12.–15. November 2025). Zudem erfolgten 10 qualitative Expert_innengespräche mit Lehrer_innen bei den Messen in Salzburg und Wien.

Abstract en

This project examines two types of animated AMS (Austrian Public Employment Service) informational videos for young people to compare their impact, comprehensibility, and appeal, and to optimize the future use of videos in vocational guidance. Differences in comprehensibility, relevance, and preference between the video types were analyzed.

Data was collected quantitatively using short questionnaires after video viewing from a total of 204 young people at the following events: BEST Graz (October 16–18, 2025), BIM Salzburg (November 20–23, 2025), and L14 Vienna (November 12–15, 2025). In addition, 10 qualitative expert interviews were conducted with teachers at the fairs in Salzburg and Vienna.

Schlagworte

Wien, Graz, Salzburg, Österreich, Evaluationsforschung, Berufsorientierung, Lehrer_innen, L14, BEST, Animation, Video

INHALT

I.	Feldarbeit und Erhebungsdesign	9
I.1	Die eingesetzten Videos	9
II.	Die Sicht der Lehrer_innen.....	12
II.1	Erster Eindruck der Info-Videos sehr positiv	12
II.2	Einsatzmöglichkeiten der Videos passend für BO-Unterricht.....	13
II.3	Gestaltung der Videos wird positiv eingeschätzt	14
II.4	Nutzung von Videos im BO-Unterricht erfolgt nur sehr selten.....	14
II.5	Kriterien für gut einsetzbare Info-Videos für den BO-Unterricht	15
II.6	Vorschläge für Themen von Info-Videos im BO-Unterricht	16
II.7	Weitere Unterstützungsbedarfe der Lehrer_innen durch das AMS-BIZ.....	17
III.	Die Sicht der Schüler_innen	18
III.1	Allgemeine Bewertung der Videos	18
III.2	Videos mit besten Bewertungen	19
III.3	Erwartung an den Inhalt.....	20
III.4	Bewertung einzelner Aspekte	21
III.5	Weitere Einschätzungen der Jugendlichen zu den Info-Videos	27
III.6	Allgemeines Feedback zu Info-Videos	31
III.7	Fazit der Befragung der Jugendlichen	33
IV.	Empfehlungen für Weiterentwicklung der Info-Videos.....	36
V.	Abbildungsverzeichnis.....	38
VI.	Anhang Fragebogen und Leitfaden Lehrer_innen	39

ZUSAMMENFASSUNG

Mit 204 Schüler_innen und 10 Lehrer_innen wurde im Rahmen der BEST Graz (16.–18. Oktober), BIM Salzburg (20. bis 23. November) sowie L14 Wien (12.–15. November) eine Evaluierung aktueller AMS-BIZ-Info-Videos umgesetzt.

Die Befragten wählten vor Ort jeweils ein Info-Video vom Typ A (z.B. “Möglichkeiten nach der 8./9. Schulstufe”) und Typ B (z.B. “Welcher Beruf ist der richtige für mich?”) aus. Nach der Sichtung wurde ein kompakter und zielgruppenspezifischer Fragebogen zur Bewertung von Aspekten wie Zeichenstil, Sprache, Tempo und Bildgestaltung eingesetzt. Zusätzlich wurden Verbesserungsvorschläge erhoben.

Die Info-Videos hinterlassen bei Lehrer_innen sehr positiven Gesamteindruck

Die Info-Videos werden von den Lehrkräften durchgehend positiv bewertet. Besonders geschätzt werden Verständlichkeit, kompakte Länge, klar strukturierte Inhalte sowie die Möglichkeit, Videos flexibel vorzuspulen. Sie eignen sich gut zur individuellen Betrachtung durch Schüler_innen, weniger jedoch für längere gemeinsame Sequenzen im Klassenverband. Inhaltlich greifen die Videos zentrale Fragen der Berufswahl auf und unterstützen den Einstieg in Themen wie Stärkenfindung, Bewerbungsprozess und Ausbildungswege.

Sehr hohe Akzeptanz der Info-Videos auch bei den Jugendlichen

Auch die Jugendlichen bewerten die Videos überwiegend sehr positiv. Beide Videoformate zeigen, dass animierte Informationsvideos für diese Zielgruppe grundsätzlich sehr gut funktionieren. Auch der Inhalt der Videos wird überwiegend als interessant bewertet und ein Großteil der Jugendlichen gibt an, dass die Videos ihren Erwartungen entsprechen.

Eignung und Relevanz für den BO-Unterricht ist gegeben

Für den BO-Unterricht sehen die Lehrkräfte die Videos als fachlich hilfreich und gut aufbereitet, besonders aufgrund der altersgerechten Darstellung und der klaren Orientierung an der Lebenswelt. Videos zu Stärken, Bewerbungen und Vorstellungsgesprächen werden als motivierend und informativ hervorgehoben. Gleichzeitig äußern manche Lehrkräfte Vorbehalte hinsichtlich Altersangemessenheit, insbesondere für Oberstufenklassen. Gewünscht werden noch realitätsnähere Beispiele, zusätzliche Bewerbungstipps sowie kürzere, thematisch klar getrennte Videos, um die Aufmerksamkeitsspanne der Schüler_innen besser zu berücksichtigen.

Gestaltung und Wirkung der Videos sehr zielgruppentauglich

Die animierte, comicartige Gestaltung wird von den Lehrkräften sehr positiv gesehen, da sie altersgerecht, ansprechend und wenig ablenkend ist. Sie betonen, dass Animationen in dieser Altersgruppe besonders gut ankommen und eine angenehme Abwechslung zu realen Sprecher_innen darstellen. Die einfache Sprache wird ebenfalls gelobt. Wenn, dann gibt es Kritik an der teilweise zu langsamen Sprechgeschwindigkeit und wenig abwechslungsreichen Sprecher_innen.

Die Befragung der Jugendlichen bestätigt ebenfalls, dass die grafische Gestaltung mehrheitlich als ansprechend wahrgenommen wird. Typ-B-Videos werden insbesondere wegen ihrer passenderen Länge, ihres angenehmeren Tempos und der angemessenen Textmenge positiv hervorgehoben. Typ-A-Videos werden demgegenüber öfter als zu lang oder zu textlastig empfunden, was ihre Gesamtbewertung leicht verringert, aber immer noch im positive Bereich verortet.

Trotz hoher Akzeptanz werden Videos im Unterricht bisher selten genutzt

Videos werden im BO-Unterricht bislang selten genutzt; meist verlassen sich Lehrkräfte bewusst auf entsprechende BIZ-Angebote vor Ort, Arbeitsblätter, Websites oder spontane YouTube-Recherche.

Weitere Unterstützungsbedarfe und Vorschläge für das AMS-BIZ

Lehrkräfte empfinden das aktuelle AMS-Angebot rund um die BO als umfassend und hilfreich, wünschen sich punktuell organisatorische Verbesserungen im Zuge der BIZ-Anmeldung inkl. Erinnerungsmails und mehr Termine am Jahresende. Die Einbindung der Eltern wird als zentral betrachtet; vorgeschlagen werden Informationsmails mit Video-Links – idealerweise auch mehrsprachig. Digitale Erweiterungen wie Apps, Quizze oder interaktive Tools werden als besonders motivierend für Jugendliche genannt.

Lehrkräfte betonen, dass abwechslungsreiche und dynamische Formate die Aufmerksamkeit deutlich erhöhen. Gewünscht werden für AMS-Videos vor allem kurze Laufzeit (max. 5–10 Minuten), einfache Sprache, visuelle Unterstützung, Humor, realitätsnahe Beispiele, interaktive Begleitmaterialien sowie Aufgabenblätter für Vor- und Nachbereitung. Wichtig ist zudem die Betonung von Berufsrealität.

EXECUTIVE SUMMARY

Insgesamt bestätigt die Evaluierung, dass die aktuellen animierten, gezeichneten Info Videos ein geeignetes und attraktives Format für Jugendliche sind und insbesondere der realitätsnahe Stil (Typ B, z.B. "Das Vorstellungsgespräch") das größte Potenzial für weitere Nutzung bietet. Die Ergebnisse der Befragung von 204 Jugendlichen aus unterschiedlichen Schultypen im Rahmen von Berufsinformationstagen an drei Standorten (Wien, Graz, Salzburg) zu den AMS-Info-Videos zeigen ein insgesamt hohes Maß an Akzeptanz der Videos: Über 70 % bewerten sie mit „sehr gut“ oder „gut“. Videos vom Typ B (erhalten dabei konsistent etwas bessere Bewertungen, insbesondere hinsichtlich Gesamteindruck, Länge, Tempo und Textmenge, als Videos vom Typ A (z.B. "Möglichkeiten nach der 8./9. Schulstufe"). Die Zeichnungen selbst werden bei beiden Typen positiv aufgenommen, wobei Jugendliche beim Stil nur geringe Unterschiede in der Präferenz zeigen.

Die AMS-Info-Videos werden von den 10 Lehrkräften ebenfalls sehr positiv bewertet: Sie gelten als verständlich, kompakt und visuell ansprechend, besonders die animierten Darstellungen erleichtern den Zugang zum Thema. Inhaltlich beantworten die Videos die zentralen Fragen der Berufsorientierung. Dennoch werden sie im Schulalltag selten eingesetzt, vor allem wegen des starken Fokus auf Videos im Zuge der BIZ-Besuche und begrenzter Unterrichtszeit. Verbesserungsbedarf sehen Lehrkräfte punktuell bei Sprache und Sprechtempo sowie bei der Altersdifferenzierung für die Oberstufe. Zudem wünschen sie realitätsnähere Beispiele aus dem Berufsalltag. Das BIZ wird grundsätzlich geschätzt, jedoch als zu knapp verfügbar erlebt. Eine stärkere Einbindung der Eltern – auch durch mehrsprachige Videos – wird als wichtiger nächster Schritt betrachtet.

I. Feldarbeit und Erhebungsdesign

Die Feldarbeit umfasste eine quantitative Erhebung bei 204 Schüler_innen sowie qualitative Einzelinterviews mit 10 Lehrkräften.

Die Erhebung erfolgte im Rahmen folgender Veranstaltungen: BEST Graz (16.–18. Oktober), BIM Salzburg (20. bis 23. November) sowie L14 Wien (12.–15. November). Die Auswahl der Teilnehmenden erfolgte zufällig, d.h. ohne Quotenstichprobe, in unmittelbarer Nähe des jeweiligen AMS-Standes. Es gab für die Teilnahme ein durch das AMS zur Verfügung gestelltes Incentive (Socken für Schüler_innen bzw. Trockenfrüchte für die Lehrer_innen).

Nach der Sichtung des ersten Videos (am eigenen Handy oder auf vom öibf bereitgestelltem Tablett) wurde ein kompakter und zielgruppenspezifischer (Online-) Fragebogen zur Bewertung von Aspekten wie Zeichenstil, Sprache, Tempo und Bildgestaltung eingesetzt.

Im Zuge der Messen in Wien und Salzburg wurden zudem 10 die Schulklassen begleitende Lehrer_innen mittels eines offenen Leitfadengesprächs um Rückmeldungen zu den Info-Videos bzw. den generellen Gewohnheiten bzgl. Nutzung von Videos im schulischen BO-Kontext gebeten. Anbetracht der bestehenden Aufsichtspflicht wurde ein kompakter, offener Leitfaden eingesetzt, um explorative Ergebnisse zu erhalten. Ziel war somit individuelle Erfahrungen, Rückmeldungen und Sichtweisen der Lehrkräfte zu erfassen, jedoch keine statistisch repräsentativen Aussagen zu treffen.

I.1 Die eingesetzten Videos

Ziel der Befragung war herauszufinden, wie Jugendliche zwei unterschiedliche Typen von AMS-Videos beurteilen: „Typ A“ und „Typ B“. Die Videos dauern zwischen 3 und 5 Minuten, von jeder bzw. jedem der Befragten wurden zwei Videos angesehen und anschließend bewertet, jeweils eines vom „Typ A“ und eines vom „Typ B“. Es standen von jedem Typ 4-5 unterschiedliche Videos zur Verfügung, die von den Befragten nach Interesse anhand des Titels ausgewählt wurden.

Bei der Bewertung ging es nicht um den konkreten Inhalt der Videos, sondern vordergründig um deren Stil, wobei alle Videos gezeichnete Protagonisten enthalten. Jene vom „Typ A“ enthalten abstraktere Strichmännchen-Figuren, jene vom „Typ B“ realitätsnaher gezeichnete Menschen.

Typ A – abstrakt gezeichnete Strichmännchen-Figuren

Folgende AMS Info-Videos vom Typ A standen zur Auswahl:

- / Möglichkeiten nach der 8./9. Schulstufe
- / Möglichkeiten nach der Matura

- / Was sind meine Stärken?
- / Die Lehrausbildung

Links (Stand Jänner 2026)

- / <https://www.karrierevideos.at/video/1319-moeglichkeiten-nach-der-8-9-schulstufe/>
- / <https://www.karrierevideos.at/video/1322-moeglichkeiten-nach-der-matura/>
- / <https://www.karrierevideos.at/video/1357-was-sind-meine-staerken/>
- / <https://www.karrierevideos.at/video/1381-die-lehrausbildung/>

Die folgende Abbildung zeigt einen beispielhaften Ausschnitt eines AMS Info-Videos vom Typ A.

Abbildung 1: Screenshot vom AMS-Info-Video „Möglichkeiten nach der 8./9. Schulstufe“

Möglichkeiten nach der 8./9. Schulstufe



Veröffentlicht am 01.02.2021

Quelle: Abgerufen von <https://www.karrierevideos.at/video/1319-moeglichkeiten-nach-der-8-9-schulstufe/> (Jänner 2026)

Typ B – konkreter gezeichnete Figuren

Folgende AMS-Info-Videos vom Typ B standen zur Auswahl:

- / Welcher Beruf ist der richtige für mich?
- / Wie finde ich die richtigen Jobanzeigen?

- / Was muss ich bei der Bewerbung wissen?
- / Das Vorstellungsgespräch
- / Das Einstellungsgespräch

Links (Stand Jänner 2026)

- / <https://www.karrierevideos.at/video/1305-welcher-beruf-ist-der-richtige-fuer-mich/>
- / <https://www.karrierevideos.at/video/1307-wie-finde-ich-die-richtigen-jobanzeigen/>
- / <https://www.karrierevideos.at/video/1306-was-muss-ich-bei-der-bewerbung-wissen/>
- / <https://www.karrierevideos.at/video/1308-das-vorstellungsgespraech/>
- / <https://www.karrierevideos.at/video/1309-das-einstellungsgespraech/>

Die folgende Abbildung zeigt einen beispielhaften Ausschnitt eines AMS Info-Videos vom Typ B.

Abbildung 2: Screenshot vom AMS Info-Video „Das Vorstellungsgespräch“

Das Vorstellungsgespräch



Veröffentlicht am 17.12.2020

Quelle: Abgerufen von <https://www.karrierevideos.at/video/1308-das-vorstellungsgespraech/> (Jänner 2026)

II. Die Sicht der Lehrer_innen

Die befragten Lehrer_innen waren überwiegend Klassenvorstände und unterrichten primär an Mittelschulen und AHS. Eine Lehrerin kam mit einer Klasse aus der polytechnischen Schule. Das (geschätzte) Alter war sehr ausgewogen, rund die Hälfte der Lehrer_innen wird unter bzw. über 45 Jahre eingestuft. Entsprechend finden sich unter den befragten auch BO-erfahrene Personen, die bereits über 15 Jahre im BO-Unterricht tätig sind. Neun der zehn Befragten wiesen zumindest sechs Jahre BO-Erfahrung auf. In Bezug auf das Merkmal Geschlecht wurden mehrheitlich Frauen erreicht.

II.1 Erster Eindruck der Info-Videos sehr positiv

Bei der Erstauswahl der Videos durch die Lehrer_innen fällt auf, dass vor allem die beiden Videos „Welcher Beruf ist der richtige für mich“ und „Das Vorstellungsgespräch“ aufgrund des Titels bevorzugt ausgewählt wurden. Weitere gewählte Videos waren „Möglichkeiten nach der Matura“ sowie „Was muss ich bei der Bewerbung wissen“. Beim später ausgewählten zweiten Video streute die Auswahl breit.

Die Rückmeldungen zu den Videos sind generell und unisono sehr positiv. Besonders hervorgehoben wurde die Verständlichkeit, sowohl der Bilder als auch der Transkripte: Alles sei leicht verständlich, und die Länge der Videos (bei beiden Typen) und das sprachliche Niveau passe auch gut (z.B. bei „Was muss ich bei der Bewerbung wissen“). Auch die kurze und klare Zusammenfassung am Ende wird als gelungen bezeichnet. Die Videos seien „aufs Wichtigste reduziert und sehr kompakt“, was sie zu einer guten Grundlage macht, um dann im Unterricht darauf aufzubauen. Die konkreten Aufzählungen beim Vorstellungs-Video sind gut zu lesen und sprechen die visuellen Typen an.

Aus didaktischer Sicht wird die Möglichkeit, bei den Videos „vorzuspulen“, als praktisch empfunden. Positiv ist auch, dass die Schüler sich die Videos selbstständig auf ihren Geräten anschauen können, das mache das Ganze schon „interessanter“. Für die Arbeit in der ganzen Klasse wird jedoch auch angemerkt, dass die Aufmerksamkeit über die Dauer der Videos nicht halten würde.

Inhaltlich wird die Relevanz der Videos für die Berufswahl bestätigt und betont. Die Fragen „Wird es eine Lehre, ein anderer Schultyp oder Was will ich überhaupt machen?“ seien genau die Themen, die die Schüler_innen in diesem Alter beschäftigen. Der Einstieg wird generell als gelungen beschrieben, weil auf persönliche Vorlieben (was mache ich gerne?) eingegangen wird. Auch weiterführende Informationen wie „Auslandsaufenthalte“ werden positiv erwähnt, mit dem Hinweis, dass man noch Au-pair-Angebote oder Anlaufstellen ergänzen könnte. Der Bezug zur Praxis zeigt sich zudem darin, dass die Videos thematisch sehr nahe beim besuchten

Improvisationstheater liegen und der „Berufskompass“ sowie der Besuch des BIZ in der Klasse dazu sehr gut zusammenpassen.

Beim Thema „Berufswahl und Vorbilder“ wird als einzige Kritik betont, dass die Wahl der Beispiele realistischer und näher an der Lebenswelt der Jugendlichen sein sollte. „!Stuntman ist zu weit hergeholt, passender wäre z.B. Influencer_in, da alle glauben es ist nicht viel dabei zu machen.“

II.2 Einsatzmöglichkeiten der Videos passend für BO-Unterricht

Die Videos werden insgesamt mehrheitlich als sehr geeignet für den BO-Unterricht beschrieben. Besonders positiv hervorgehoben wird die altersgerechte Darstellung und der „gute Überblick über die Welt der Lehrausbildung bzw. Berufe“. Die Informationen darüber, wie es nach der Lehre der Wahl weitergeht und wo Lehrstellen zu finden sind, werden als hilfreich empfunden. Ebenso werden praxisnahe Hinweise wie „Alternativen für fehlende Lehrstellen“, Tipps „für den Fall keiner Verlängerung des Lehrvertrages“ sowie Möglichkeiten „beim Wechsel oder Abbruch, wenn die Lehre nicht gefällt“ geschätzt.

Das Video „Was sind meine Stärken?“ wird als besonders motivierend beschrieben und liefert gute Anregungen, wie die Stärken gefunden werden. Die Fokus liegt sehr gelungen darauf, die eigenen Talente zu entdecken bzw. dann zu fördern. Ein Kommentar fasst es knapp zusammen: „Ist super.“

Auch die Videos zu Bewerbung und Vorstellungsgespräch kommen gut an. Das Bewerbungs-Video ist kurz, aber informativ, während das Vorstellungsgespräch die Infos kompakt wiedergibt.

Besonders gelobt werden beide „Animationen“, die sehr gut geeignet für die Altersgruppe sind, sowie die insgesamt anschauliche Gestaltung.

Der Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten wird als „gelungen“ bezeichnet, auch die grafische Umsetzung ist in beiden Videotypen „ok“. Bei längeren Videos wird die „Stop-Funktion“ als wichtig erachtet, um Inhalte zu erklären oder „Auflistungen kurz einzufrieren, damit alle es lesen können“.

Schließlich wird das Video zu den „Möglichkeiten nach der Matura“ als „top“ für die Unterstufe bewertet. Gerade für Schüler, die Matura machen möchten, sei es hilfreich, da ein recht komplexes Thema „gut runtergebrochen wird“.

Einzelne Lehrkräfte äußerten Bedenken hinsichtlich der Altersangemessenheit der Videos. So wurde betont, dass man die Videos für Schüler_innen der Oberstufe nicht verwenden würde, da sie „zu kindlich“ wirken. Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die Darstellung von Stärken. Der Hinweis im Video „Was sind meine Stärken“ auf „Computerspiele“ als Stärke wurde als problematisch empfunden, da der Eindruck erweckt wird, dass Arbeit „nur Spaß sei“. Stattdessen wurde angeregt, eher das Arbeiten mit dem PC als Ziel aufzeigen zu lassen, um eine realistischere Perspektive zu

vermitteln. Auch inhaltliche Ergänzungen wurden vorgeschlagen. So könnte noch angeführt werden, die Bewerbung auf Rechtschreibfehler zu kontrollieren oder welche Unterlagen die Bewerbungsmappe enthalten soll. Diese Hinweise würden die Videos praxisnäher und hilfreicher für die Schüler machen. Schließlich wurde die Länge und Struktur einzelner Videos kritisiert, v.a. das Video zur Lehrausbildung sei „zu lange und zu fad“. Es wurde empfohlen, zu den einzelnen Unterthemen separate Videos zu machen, die dann kürzer sind. Denn selbst wenn bei der Hälfte des Videos etwas kommt, was für einen Schüler relevant ist, wäre keine Aufmerksamkeit mehr da.

II.3 Gestaltung der Videos wird positiv eingeschätzt

Die Gestaltung beider Video-Typen wird von den Lehrer_innen gelobt und als sehr positiv wahrgenommen. Generell ist ein Zeichenstil „positiv zu nennen“, da keine Kommentare der Schüler_innen wie „Der sieht ja aus wie Du“ zu erwarten sind. Zudem sind die Videos „aufgebaut wie ein Comic, das taugt den Kindern und mir auch“. Eine Lehrerin betonte sogar, dass sie sich den Link „gleich am Handy gespeichert“ habe. Mehrere Personen vermuten, dass beide Videotypen gut ankommen. Besonders hervorgehoben wird die einfache Gestaltung und sie sind „sprachlich nicht zu schwer“, was gerade für die intendierte Altersgruppe der Mittelschule passend erscheint.

Ein zentraler Vorteil der gezeichneten Form liegt in der Ansprache der Zielgruppe, weil Zeichnungen ansprechender in dem Alter sind als echte Menschen. Da die Schüler echte Menschen schon in Form von „uns Lehrern vor sich“ haben, bieten die Videos „mal etwas anderes“. Auch der Animationsstil wird mehrfach gelobt: „Animationen kommen immer gut in der Klasse an, so etwas finden die Schüler lustig.“ Der Stil wird als „lustig und generell nett gemacht“ beschrieben, was die Attraktivität für die Schüler unterstreicht.

Kritisch angemerkt wird lediglich die langsame Sprechgeschwindigkeit, man sollte auch die Stimme wechseln. Dies betrifft jedoch die Umsetzung, nicht die grundsätzliche Art der Filme.

II.4 Nutzung von Videos im BO-Unterricht erfolgt nur sehr selten

Im BO-Unterricht werden Videos nach Auskunft der Lehrer_innen nur selten genutzt. Wenn, dann greifen die Lehrkräfte gelegentlich auf digitale Angebote wie die „sehr gut verlinkte BIZ-Website“ zurück, ebenso auf die Berufslexika. Darüber hinaus wird für wirtschaftliche Themen die eduhi-Plattform aufgesucht. Stehen bei der Suche von Videos Vorstellungssituationen und Körpersprache im Vordergrund, gebe es „zahlreiche YouTube-Angebote“, z.B. für die Themen „erster Arbeitstag“ oder die Möglichkeit, „einzelne Berufe sich anzusehen“. Es zeigt sich durchgängig, dass von allen Lehrer_innen keine konkreten Videoquellen genannt werden können, da immer anlassbezogen im Internet gesucht wird, es also keine individuelle Sammlung gibt. Primär wird auf die Bedeutung kurzer, moderner Formate hingewiesen: „eher

Kurzvideos auf YouTube oder TikTok“, da diese Plattformen die Inhalte automatisch „cooler“ wirken lassen. Entsprechend der Vielzahl an Treffer ist es nicht möglich, konkrete Beispiele zu nennen. Zudem wird auf heterogene Suchanfragen hingewiesen: Es werden Videos bewusst zu Themen gesucht, die aktuell im Unterricht aufkommen, was sich je nach Klasse unterscheidet.

Gleichzeitig ist ein Spannungsfeld erkennbar: die gezeigten Videos kommen zwar positiv an, generell werden jedoch derartige Info-Videos eher im AMS-BIZ als im Schulalltag verortet. Interessant ist die Begründung, warum Videos in Klassen bewusst nicht eingesetzt werden: Lehrkräfte verzichten auf den Einsatz von Videos, weil sich in den letzten Jahren eine neue Praxis etabliert hat: es wird den Klassen viel beim BIZ-Besuch gezeigt, die Workshops im BIZ auch bewusst gebucht. Die Strategie dahinter ist, dass die Info-Videos „beim BIZ-Besuch vor Ort konsumiert werden sollen“. Dort werden die Jugendlichen „direkt und von einer schulfremden Person persönlich angesprochen“ und erleben das BIZ erstmals von innen, was Hemmschwellen abbauen kann. Ein weiterer Grund ist die begrenzte Unterrichtszeit. Auch sei der Bedarf bisher nicht da gewesen, da ausreichend andere Materialien wie „Webseiten, Arbeitsblätter, Erzählungen“ vorhanden sind oder einfaches Besprechen in der Klasse, teilweise mit externen Personen, bevorzugen. Teilweise wird jedoch auch Unkenntnis bezüglich der Videos eingeräumt. Hier gab es gleichzeitig positive Rückmeldungen: Ein Lehrer war begeistert von den Videos und hat sich die QR-Codes gespeichert, um diese ab jetzt verwenden zu können.

II.5 Kriterien für gut einsetzbare Info-Videos für den BO-Unterricht

Für den BO-Unterricht sollten die Videos vor allem kurz und prägnant sein: „Maximal 10 Minuten“ oder sogar „höchstens 5 Minuten“ wurde mehrfach genannt. Die Sprache muss „einfach“ und „ohne Fachbegriffe“ gehalten sein, auch „komikmäßig“ oder mit „Jugendwörtern“ darf gearbeitet werden. Wenig Text zum Mitlesen ist erwünscht, stattdessen sind „visuelle Elemente zum Gesprochenen“ sehr wichtig. Gezeichnete Finger oder Symbole, die auf wichtige Stellen hinweisen im Video, beleben die Darstellung ebenfalls. Die gezeigten animierte Figuren lenken nicht ab da sie sehr abstrakt gehalten sind, das ist positiv. Auch tabellarische Listen oder Zusammenfassungen wie in einer Präsentation werden positiv bewertet.

Die Inhalte sollen zudem praxisnah und authentisch wirken: „Echte Lehrlinge und Branchen“ sollten gezeigt werden, und es wird angeregt, dass Videos „von Kindern, für Kinder“ entstehen. So können Texte „auch von Kindern gesprochen“ und Schüler_innen „beim Erstellen“ miteinbezogen werden. Humor ist ausdrücklich willkommen: „Man kann ruhig ein bisserl mehr Schmääh miteinbauen“, denn „lustige Videos halten die Aufmerksamkeit deutlich besser als wenn alles so seriös erklärt wird“.

Didaktisch wird zusätzlich empfohlen, nach dem Video eine konkrete Aufgabenstellung anzubieten, etwa „Fragen mit vorgegeben Antworten/Aufzählungen zum Ankreuzen“.

Dies sei besser, als die Jugendlichen nur „nachdenken zu lassen“, weil so alle möglichen Antworten gelesen werden und nichts vergessen wird (z.B. die Aufzählung von Stärken). Auch interaktive Elemente wie Arbeitsblätter zur Vor-/Nachbereitung könnten den Lerneffekt steigern.

Die Wichtigkeit von Matura oder Lehrabschluss müsse noch mehr unterstrichen werden, ebenso „Gehaltsunterschiede je nach Qualifikation“, da dies für viele nicht klar sei und ein Ansporn darstellen könnte.

Andere Vorschläge betonen den Wunsch nach Dynamik so „soll Action dabei sein“. Plattformen wie L14, die Angebote der AMS-BIZ oder das Berufslexikon werden als ausreichend angesehen, da sie bereits gute Angebote bereitstellen. Ergänzend wird hervorgehoben, dass nicht nur Videos, sondern auch „alles, was live aufgeführt wird“, sehr gut ankommt. Dazu zählen Rollenspiele für Vorstellungsgespräche oder Theateraufführungen, die Situationen anschaulich darstellen und Jugendlichen im Kopf bleiben.

II.6 Vorschläge für Themen von Info-Videos im BO-Unterricht

Die Info-Videos vom AMS-BIZ decken verschiedene Themenbereiche bereits gut ab. Anregungen betreffen mehr praxisnahe Einblicke in Berufe, eben „zeigen, wie es in der Küche real zugeht“, wobei es da auch sehr wichtig ist, auch Teamarbeit zu zeigen. Ein mögliches Beispiel für kurze, realitätsnahe Videos, die den beruflichen Alltag zeigen, können Clips zum Bäckerberuf sein, wobei Aspekte wie das frühe Aufstehen thematisiert werden. Wichtig ist dabei, dass „die Realität gezeigt wird“, etwa in Form einer Kurzdoku von maximal zehn Minuten. Details zur Ausbildung sind nicht erforderlich, da diese anderswo nachgelesen werden können; vielmehr soll der Fokus auf dem Alltag liegen. Interessant wäre auch eine Aufteilung zwischen der Perspektive der Jugendlichen und der Betriebe.

Ebenso sollen Videos „Schritt für Schritt durchgehen, wie ich einen passenden Lehrstellenplatz finde“ und darstellen, „wie sieht der jeweilige Arbeitsalltag dazu aus“. Ergänzend wird angeregt, „mehr zu den einzelnen Interessensgebieten“ zu bieten, etwa vertiefende Inhalte zu sozialen Berufen oder Technik.

Ein weiterer Themenbereich betrifft grundlegende Informationen und Bewusstseins-schaffung. So soll darauf hingewiesen werden, dass „Arbeiten nötig ist, um Versicherungsleistungen und AMS-Geld zu bekommen sobald die elterliche Mitversicherungsmöglichkeit ausläuft“, da hier große Unkenntnis bei den Jugendlichen herrscht. Auch „das Bewusstsein über Gleichbehandlung“ könnte gehoben werden, insbesondere in Bezug auf „Verdienst, Armutsfalle etc.“. Finanzielle Bildung wird ebenfalls genannt: „Videos zum Thema Budget, und wie man damit umgeht“.

Darüber hinaus gibt es Vorschläge für spezielle Zielgruppen und praktische Tipps: „Videos für Schüler mit sonderpädagogischem Förderbedarf“ sowie Inhalte „bezüglich Kleidung für die Arbeit oder professionelle Anlässe“. Derartige Videos können sich aber

auch an die Eltern richten. Außerdem wird gewünscht, die „Matura mehr thematisieren und schmackhaft machen“, also auch zeigen „was man ausschließlich mit der Matura machen kann“.

Bei der Gestaltung der Videos wird betont: „Keine Untertitel, in Deutsch, wer Fragen hat, möge im Unterricht nachfragen“.

II.7 Weitere Unterstützungsbedarfe der Lehrer_innen durch das AMS-BIZ

Das BIZ des AMS bietet bereits „viel und gute Unterstützungen“. So wird beispielsweise festgehalten: „Keine Wünsche mehr, online findet man genug. Zusammen mit dem Berufskompass vom AMS hat man ausreichend Material zur Verfügung.“

Ein organisatorischer Aspekt wird dennoch genannt: Die Zusammenarbeit mit dem BIZ „klappt sehr gut“, einzig wird die „lange Anmeldezeit als hinderlich“ empfunden. Hier wird angeregt, rechtzeitige Erinnerungsmails für die Klassenvorstände der 4. Klassen zu versenden, da die Anmeldefristen im Schulalltag leicht übersehen werden. Die Online-Anmeldung beim AMS-BIZ ist „positiv“, jedoch gibt es „zu wenig Termine im BIZ“ am Jahresende.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Einbindung der Eltern. Da „die Jugendlichen daheim kaum über die Videos reden“, sollten Eltern aktiv informiert werden, denn hier sind relevante Informationen auch für Eltern „drinnen“. Vorgeschlagen wird ein Schulmail, „vom Klassenvorstand beispielsweise“, das die Links zu den Info-Videos enthält. Dabei müssen etwaige datenschutzrechtliche Hürden geklärt werden. Auch in der AHS wird angeregt, die Videos an die Eltern zu bringen, mitunter mehrsprachig. Ein geeigneter Zeitpunkt wäre der Oktober, „da gibt es einen Info-Abend in der Schule, da könnte im Infomail ein Hinweis angefügt werden“. Gleichzeitig ist zu beachten, dass die Eltern immer die Reifeprüfung wollen, „egal ob das Kind dafür geeignet ist oder nicht.“

Es ist entscheidend, das schnelle Desinteresse der Kinder zu verhindern. Positive Erfahrungen entstehen durch „Hören und neue Umgebung im BIZ“ sowie die Möglichkeit, „selber durchklicken – für Jugendliche positives Erlebnis“. Da Jugendliche auch „schnell ihre Meinung ändern“, ist eine abwechslungsreiche Gestaltung wichtig. Ergänzend wird betont, dass Nachbereitung und Sicherung des Gelernten immer wichtig sind. Hier kann das AMS „ev. noch mehr zur Vorbereitung anbieten“, abhängig vom Interesse der Klasse.

Schließlich spielt die digitale Erweiterung eine große Rolle. „Möglichst viel digital“ lautet die Empfehlung, etwa durch „online Quizze oder sogar Apps für die Kinder“. Als Beispiel wird die SURFJobs-App (<https://www.surfjobs.at/>) genannt: Diese spricht die Schüler_innen an, weil sie aufgebaut ist wie TikTok – man kann swipen und hat kurz und bündig Inhalte erklärt. Das ist für die Generation „intuitiv.“

Auch wurde die Berufsmappe der AK hervorgehoben: Hier kann gratis eine Mappe bestellt werden, mit der das ganze Jahr immer wieder etwas gemacht und ergänzt werden kann – das ist praktisch im Alltag. Dieses Material erleichtert die kontinuierliche Arbeit und ergänzt die bestehenden Angebote.

III. Die Sicht der Schüler_innen

Es wurden insgesamt 204 Personen im Rahmen von Berufsinformationstagen in Graz, Wien und Salzburg befragt. Diese bewerteten je 2 Videos, je ein Video vom Typ A und ein Video vom Typ B. In der Auswertung sind die Antworten zum ersten und zum zweiten gesehenen Video gemeinsam ausgewertet, es sei denn, es ist anders angegeben.

In Graz wurden 84 Schüler_innen befragt (41% der Befragten), in Wien 58 Personen (28% der Befragten) und in Salzburg waren es 62 (30% der Befragten).

Die Befragten waren zwischen 10 und 17 Jahre alt, wobei vorwiegend Jugendliche zwischen 12 und 15 Jahren erreicht wurden (189 Personen, 93% der Befragten). 2 Befragte waren 10 und 11 Jahre alt (1% der Befragten) und 10 Personen waren älter als 15 Jahre (5% der Befragten). 3 Personen machten keine Angabe zum Alter (1%).

Die überwiegende Anzahl der Befragten kommt aus einer Mittelschule (120 Personen, 59% der Befragten), einer AHS (53 Personen, 26% der Befragten) und aus Polytechnischen Schulen (19 Personen, 9% der Befragten). Jugendliche aus anderen erfassten Schultypen wurden nur in geringem Ausmaß erreicht: 4 Befragte besuchen eine BMS/BHS (2%) und 4 Befragte gaben „anderes“ an (2%). Weitere 4 Befragte (2%) machten keine Angabe zum Schultyp.

Bei der Befragung wurden mehr Burschen als Mädchen erreicht (120 Burschen, entspricht 59% gegenüber 72 Mädchen, entspricht 35% der Befragten). 1% der Befragten gab divers als Geschlechtszugehörigkeit an, 5% machten dazu keine Angabe.

III.1 Allgemeine Bewertung der Videos

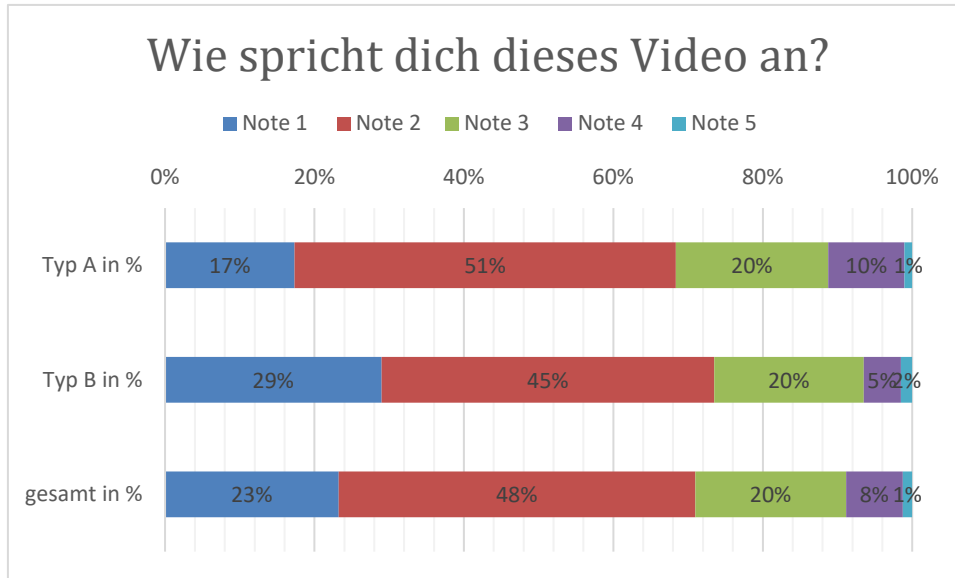
Die Videos sprechen die befragten Jugendlichen insgesamt überwiegend gut (48% der Befragten) bis sehr gut (23%) an. Es sind in Summe somit fast drei Viertel (71%) der Befragten, die die Schulnote 1 oder 2 vergeben, im Mittelwert ergibt dies die Note 2,16. Dieser Wert ist als sehr positiv einzustufen. Weitere 20% vergeben die Schulnote 3. Lediglich 9% befinden die Videos als „genügend“ (8%) oder „nicht genügend“ (1%).

Im Detail ist erkennbar, dass Videos vom Typ B die befragten Jugendlichen etwas besser ansprechen als jene vom Typ A:

Typ A wird von in Summe 68% der der Befragten mit der Schulnote 1 oder 2 bewertet, Typ B von 74%. Videos vom Typ B werden von den Befragten allerdings im Vergleich zu

Videos vom Typ A in beinahe doppelt so hohem Ausmaß mit „sehr gut“ bewertet (29% im Vergleich zu 17%). Gleichzeitig wird die Schulnote 4 für Videos vom Typ A mit 10% in doppelt so hohem Ausmaß vergeben im Vergleich zu Videos vom Typ B (10% im Vergleich zu 5%). Im Mittelwert werden die Videos vom Typ A mit der Note 2,27 bewertet, Videos vom Typ B mit der Note 2,06 und damit geringfügig besser.

Abbildung 3: Bewertung zur Frage „Alles in allem, wie spricht dich dieses Video insgesamt an?“ in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Nach Schultyp oder Geschlecht gibt es keine nennenswerten Unterschiede bei der Bewertung, wie gut das Video anspricht. An allen drei Standorten erhielten Videos vom Typ B die höheren „sehr gut“-Anteile. Zudem waren die Bewertungen in Wien tendenziell etwas besser, sowohl Typ A als auch Typ B betreffend.

III.2 Videos mit besten Bewertungen

Die Auswahl der Videos zur Bewertung erfolgte durch die Schüler_innen und deren persönlichen Präferenzen und/oder Interessen anhand der Titel der Videos.

Bei den vier Videos vom Typ A wurde „Möglichkeiten nach der 8./9. Schulstufe“ am häufigsten gewählt (n=66, 34% der Befragten), gefolgt von „Was sind meine Stärken?“ (n=58, 30% der Befragten). An dritter Stelle wurde das Video „Möglichkeiten nach der Matura“ gewählt (n=40, 20% der Befragten) und „Die Lehrausbildung“ an vierter Stelle (n=32, 16% der Befragten).

Von den fünf Videos vom Typ B wurde am häufigsten „Welcher Beruf ist der richtige für mich?“ (n=88, 44% der Befragten) gewählt, gefolgt von „Das Vorstellungsgespräch“ (n=62, 31% der Befragten). An dritter Stelle wurde hier das Video „Was muss ich bei der Bewerbung wissen?“ (n=27, 14% der Befragten) und an vierter Stelle „Wie finde ich die richtigen Jobanzeigen?“ (n=17, 9% der Befragten). Mit Abstand am seltensten wurde „Das Einstellungsgespräch“ ausgewählt (n=6, 3% der Befragten).

Die drei Videos mit der besten Benotung, also den höchsten „sehr gut“-Anteilen sind alle Videos des Typ B und wurden von den fünf zur Verfügung stehenden Videos vom Typ B am häufigsten gewählt:

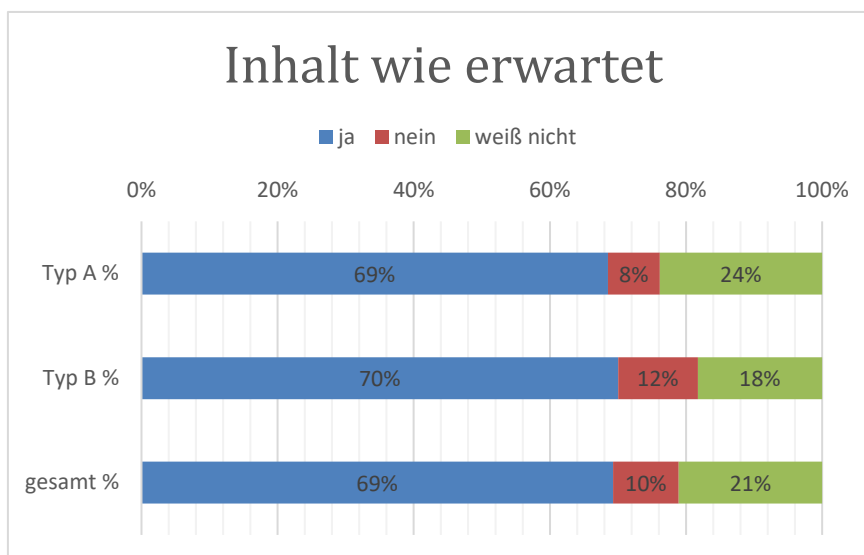
1. „Das Vorstellungsgespräch“ wurde von 37% derer, die es gewählt haben, mit der Schulnote 1 bewertet (n=23), von 40% mit der Schulnote 2 (n=25). 31% der Befragten haben es bei der Auswahl der Videos vom Typ B gewählt (n=62).
2. „Was muss ich bei der Bewerbung wissen?“ wurde von 14% der Befragten gewählt (n=27) und von 33% davon mit „sehr gut“ bewertet (n=9) sowie von 37% mit „gut“ (n=10).
3. „Welcher Beruf ist der richtige für mich?“ wurde beim Typ B von 44% (n=88) und damit am häufigsten gewählt, 25% davon vergaben die Schulnote 1 (n=22) und 44% die Schulnote 2 (n=39).

Die anderen beiden Videos des Typ B wurden vergleichsweise selten von den Befragten ausgewählt: „Wie finde ich die richtigen Jobanzeigen?“ wurde von 9% (n=17) bewertet, „Das Einstellungsgespräch“ lediglich von 3% (n=6). Die Bewertung war in beiden Fällen mehrheitlich die Schulnote 2, also „gut“ (71% bzw. 50% der Befragten, die diese Videos gewählt hatten).

III.3 Erwartung an den Inhalt

Die Jugendlichen sollten bewerten, ob der Inhalt des Videos war, wie sie es erwartet hatten. 69% haben die Frage mit „ja“ beantwortet, minimal mehr waren es bei Videos vom Typ B mit 70%. Rund 10% beantworteten die Frage mit „nein“, der Inhalt war nicht wie erwartet. 21% waren unschlüssig und gaben „weiß nicht“ an, etwas mehr bei Videos vom Typ A (24%) und etwas weniger bei Videos vom Typ B (18%).

Abbildung 4: Bewertung „Der Inhalt vom Video war, wie ich es erwartet habe.“ in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Nach Standort, Alter, Schultyp oder Geschlecht gibt es keine nennenswerten Unterschiede bei der Angabe, ob das Video war, wie sie es erwartet hätten.

III.4 Bewertung einzelner Aspekte

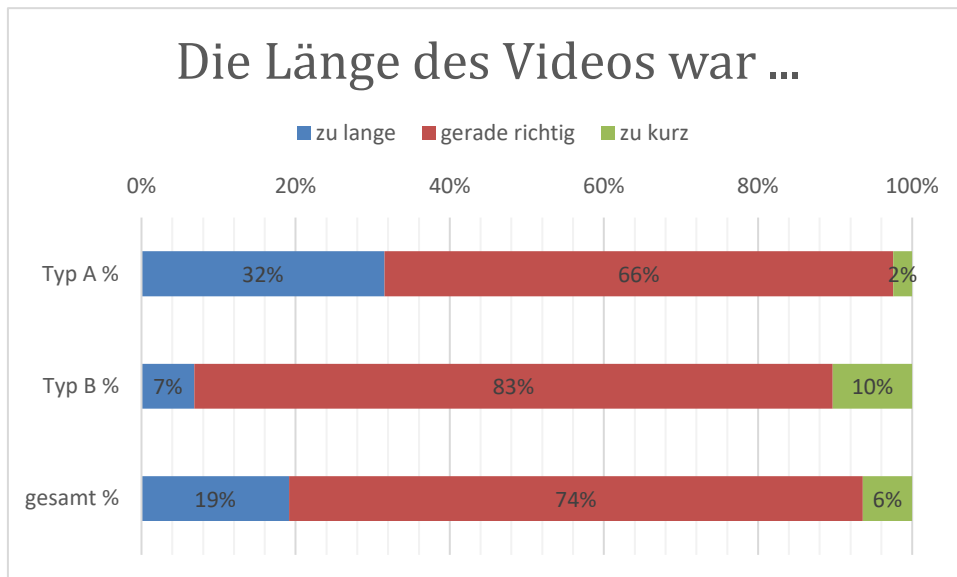
Die Jugendlichen wurden weiters gebeten, verschiedene Aspekte der Videos auf jeweils 3-stufigen Skalen zu bewerten. Diese bewerteten die Befragten folgendermaßen:

Länge

Die Länge der Videos bewerten die Befragten insgesamt überwiegend als gerade richtig (74% für alle Videos), die Videos vom Typ B werden von 83% der Befragten als gerade richtig gesehen und nur 7% finden sie zu lange, 10% befinden sie als zu kurz. Die Videos vom Typ A werden dagegen von 32% als zu lange und nur von 2% als zu kurz gesehen, 66% bewerten sie als gerade richtig.

Somit wird die Länge des Videos bei Videos vom Typ B besser bewertet als bei Videos vom Typ A.

Abbildung 5: Bewertung zur Länge des Videos in %, nach Video-Typ



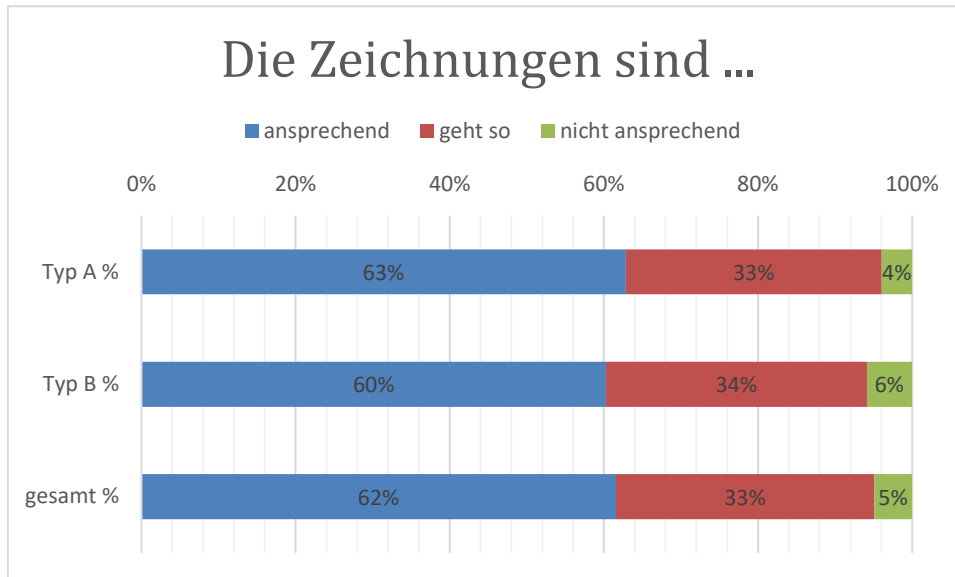
Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

In Bezug auf Geschlecht, Schultyp und Ort der Befragung gibt es keine nennenswerten Unterschiede in der Bewertung der Länge, bezogen auf das Alter bewerteten die jüngeren Befragten, d.h. die 12-Jährigen, die Länge etwas häufiger als „gerade richtig“ (85%) und etwas seltener als „zu lange“ (12%). Zu beachten ist, dass die 12-Jährigen in der Stichprobe eine geringe Fallzahl (n=13) aufweisen.

Zeichnungen

Die Zeichnungen bewerten die befragten Jugendlichen mehrheitlich (62%) als ansprechend, wobei hier die Videos vom Typ A von einem geringfügig höheren Anteil als ansprechend bewertet werden als jene vom Typ B (63% beim Typ A im Vergleich zu 60% beim Typ B). Ein Drittel (33%) befinden die Zeichnungen als „geht so“ und 5% bewerten sie als nicht ansprechend.

Abbildung 6: Bewertung der Zeichnungen in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Nach Schultyp gibt es eine Auffälligkeit aus der Polytechnischen Schule: die Zeichnungen von Typ B sind hier beliebter und werden von 68% der Befragten als ansprechend empfunden, von 26% als „geht so“. Die Zeichnungen vom Typ A sind nur für 42% ansprechend und 52% befinden sie als „geht so“. Zu beachten ist, dass die Schüler_innen aus Polytechnischen Schulen in der Stichprobe eine vergleichsweise geringe Fallzahl (n=19) aufweisen.

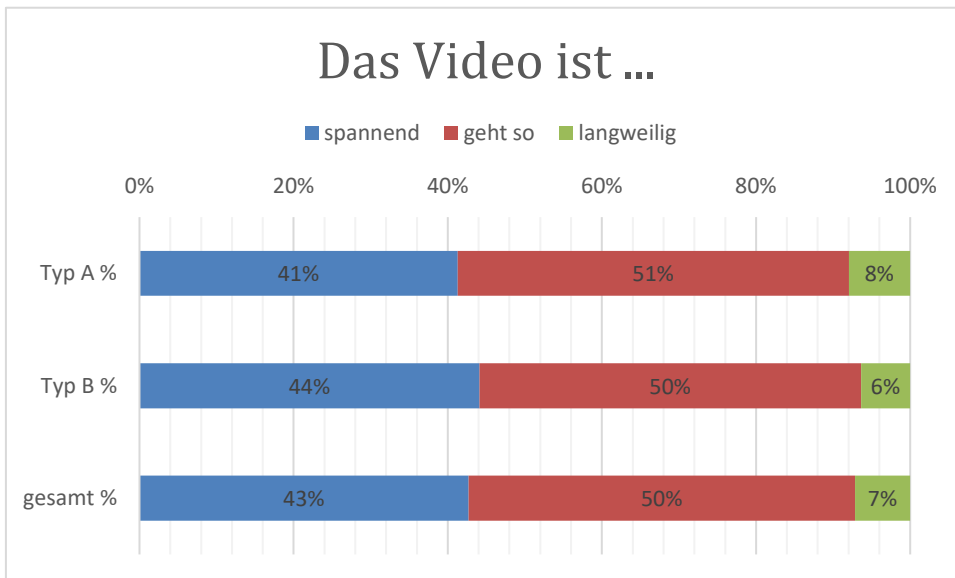
Nach Geschlecht bewerten Mädchen die Zeichnungen tendenziell etwas besser: 65% der befragten Mädchen finden sie ansprechend und nur 1% gab „nicht ansprechend“ an, während bei den befragten Buben 59% die Zeichnungen als ansprechend bewerteten und 7% „nicht ansprechend“ angaben. Der Unterschied ist dennoch gering.

Bezogen auf Alter und Ort der Befragung sind keine großen Unterschiede erkennbar.

Spannend oder langweilig

Zwischen den Polen „spannend“ und „langweilig“ entscheidet sich genau die Hälfte der Befragten (50%) für die Mitte mit „geht so“. 43% befinden das gesehene Video als spannend, mit 44% etwas mehr bei den Videos vom Typ B als 41% bei den Videos vom Typ A. Nur 7% bewerten sie als langweilig, etwas weniger bei den Videos vom Typ B (6%) und etwas mehr bei den Videos vom Typ A (8%).

Abbildung 7: Bewertung des Videos als spannend oder langweilig in %, nach Video-Typ



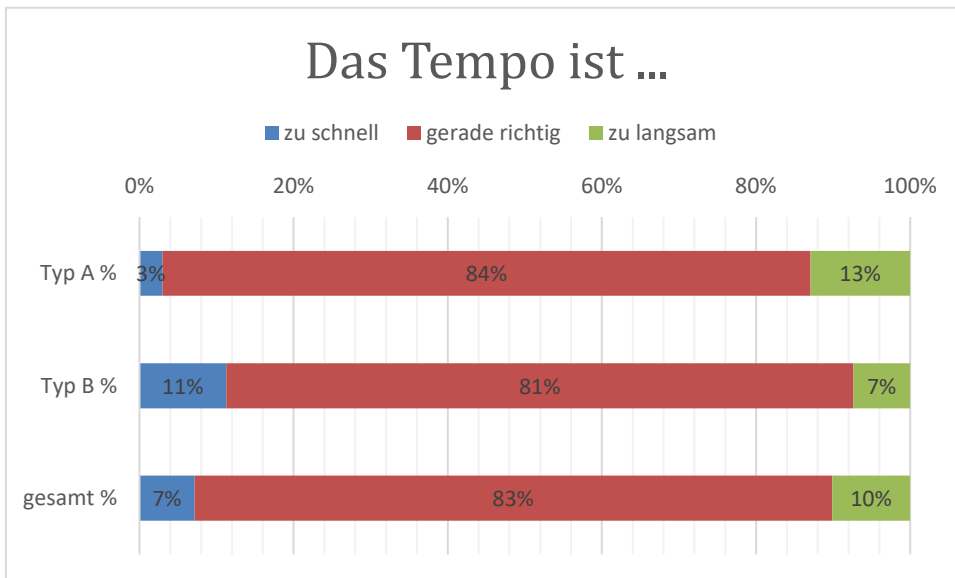
Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Betrachtet nach Schultyp bewerten wiederum die Befragten aus der (kleinen Gruppe der) Polytechnischen Schule die Videos zu etwas geringerem Anteil (32%) als „spannend“, hier werden insbesondere die Videos vom Typ B weniger häufig (21%) als „spannend“ bewertet und häufiger (74%) als „geht so“. D.h. die Befragten aus der Polytechnischen Schule bewerten entgegen den Durchschnittswerten häufiger Videos vom Typ A als „spannend“ (42%). Bei den befragten AHS-Schüler_innen ist der Anteil der Bewertung mit „spannend“ insgesamt etwas geringer (37%) als bei den Mittelschüler_innen, bei welchen der Anteil höher ist (46%). In beiden Kategorien werden entsprechend den Durchschnittswerten Typ B-Videos häufiger als „spannend“ bewertet als Typ A-Videos.

Tempo der Videos

Das Tempo der Videos wird klar als gerade richtig (83%) angesehen. Videos vom Typ B werden tendenziell etwas häufiger (11%) als zu schnell bewertet als Videos vom Typ A (3%). Als zu langsam werden von 13% der befragten Jugendlichen Videos vom Typ A empfunden, für 7% trifft das auf Videos vom Typ B zu. Im Total sind es 10%, die die Videos als zu langsam bewerten.

Abbildung 8: Bewertung des Tempos der Videos in %, nach Video-Typ



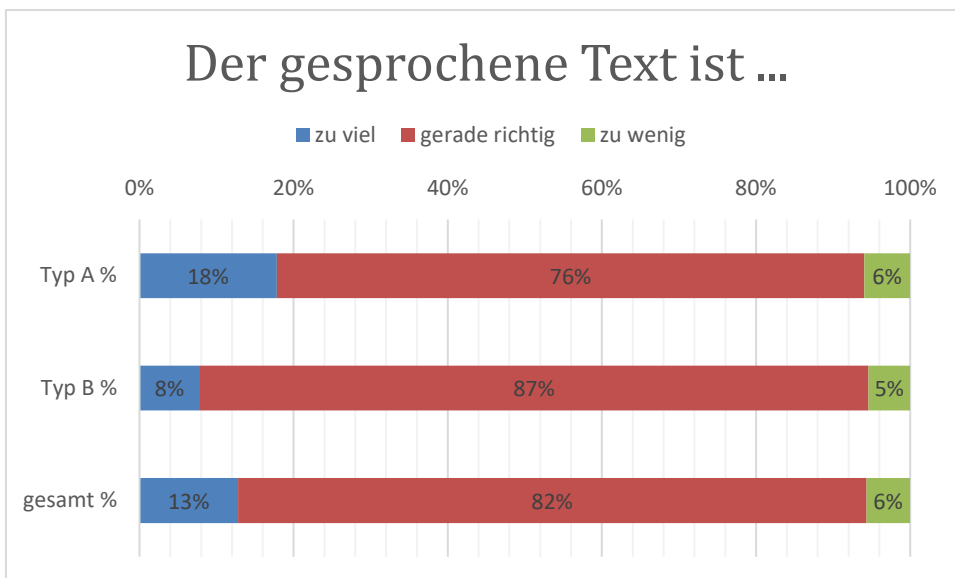
Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Nach Standort, Alter, Schultyp oder Geschlecht gibt es keine nennenswerten Unterschiede bei der Einschätzung zum Tempo der Videos nach Video-Typ.

Menge des gesprochenen Texts

Auch die Menge des gesprochenen Texts bewerten die Befragten Großteils (82%) als gerade richtig. Bei den Videos vom Typ B wird dies noch deutlicher (87%) so gesehen als bei Videos vom Typ A (76%). Bei diesen ist 18% der befragten Jugendlichen der gesprochene Text zu viel, während dies bei Videos vom Typ B nur 8% der Befragten angeben.

Abbildung 9: Bewertung der Menge des gesprochenen Texts in den Videos in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Wiederum bewerten die 12-jährigen Befragten (n=13) diese Einschätzung etwas anders als der Durchschnitt: Es bewerten 92% den gesprochenen Text bei Videos vom Typ A als „gerade richtig“ und 84% gaben dies bei Videos vom Typ B an. Nur für 8% ist der gesprochene Text bei Videos vom Typ A „zu viel“ und 15% bei Videos vom Typ B. D.h. bei den 12-Jährigen werden im Gegensatz zum Durchschnitt die Videos vom Typ A in Bezug auf die Menge des gesprochenen Texts tendenziell besser bewertet als Videos vom Typ B.

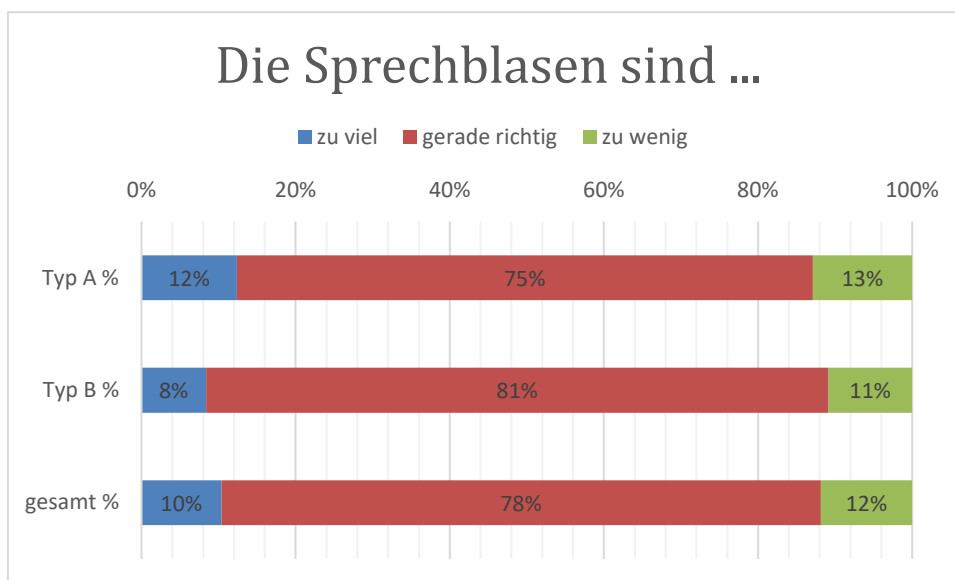
Die befragten Mädchen bewerten die Menge des Texts etwas häufiger als gerade richtig (87%), sowohl bei Videos vom Typ A (82%) als auch bei Videos vom Typ B (92%), als die Buben (79%, 73% bei Typ A und 84% bei Typ B).

Nach Standort und Schultyp gibt es keine nennenswerten Unterschiede bei der Einschätzung zur Menge des gesprochenen Texts in den Videos nach Video-Typ.

Anzahl der Sprechblasen

Die Anzahl der Sprechblasen in den Videos bewerten die Jugendlichen ebenfalls überwiegend (78%) als „gerade richtig“. Jene, denen die Sprechblasen „zu viel“ oder „zu wenig“ sind, halten sich sowohl im Durchschnitt als auch nach Video-Typen relativ die Waage und machen je rund 10% aus. Die Anzahl der Sprechblasen in Videos vom Typ B werden zu einem größeren Anteil (81%) als „gerade richtig“ bewertet, als in Videos vom Typ A (75%).

Abbildung 10: Bewertung der Anzahl der Sprechblasen in den Videos in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

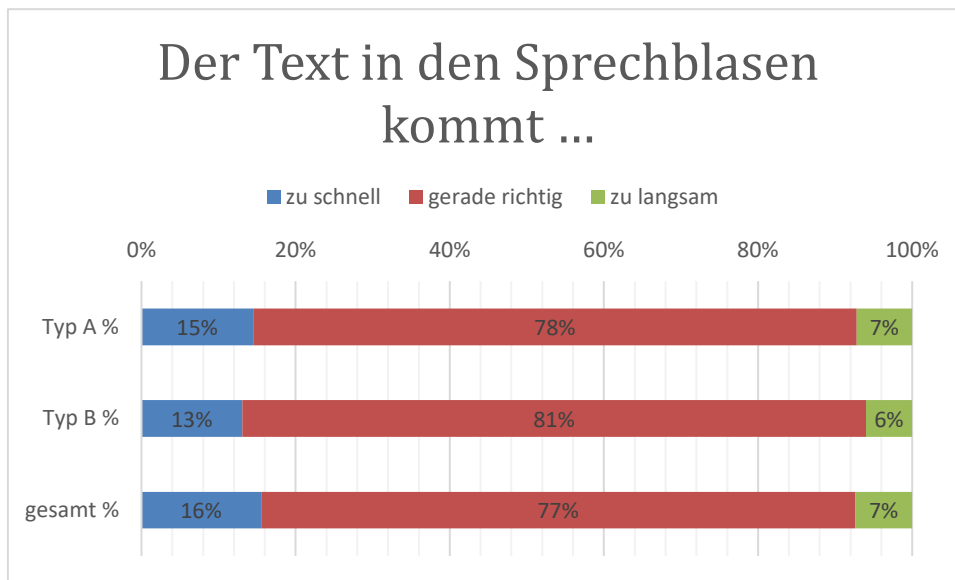
Mädchen bewerten die Anzahl der Sprechplanen etwas häufiger (88%) als „gerade richtig“ als Buben (71%). Die befragten Buben bewerten die Anzahl der Sprechblasen fast doppelt so häufig (13%) als „zu viel“ im Vergleich zu den befragten Mädchen (7%).

Nach Schultyp, Alter und Standort gibt es keine nennenswerten Unterschiede bei der Einschätzung zur Anzahl der Sprechblasen in den Videos nach Video-Typ.

Geschwindigkeit des Texts in den Sprechblasen

Mit dem Tempo des Texts in den Sprechblasen ist die Mehrheit der Befragten zufrieden, 77% bewerten es als „gerade richtig“. Für 16% der befragten Jugendlichen kommt der Text in den Sprechblasen „zu schnell“, 15% geben dies bei Videos vom Typ A an, mit 13% geringfügig weniger bei Videos vom Typ B. „Zu langsam“ ist das Tempo des Textes in den Sprechblasen nur für 7%.

Abbildung 11: Bewertung der Geschwindigkeit des Texts in den Sprechblasen in den Videos in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Nach Alter betrachtet bewerten die jüngeren Befragten, die 12-Jährigen (n=12), das Tempo fast ausschließlich als „gerade richtig“ (96%), während es bei den anderen Altersgruppen keine größeren Abweichungen gibt.

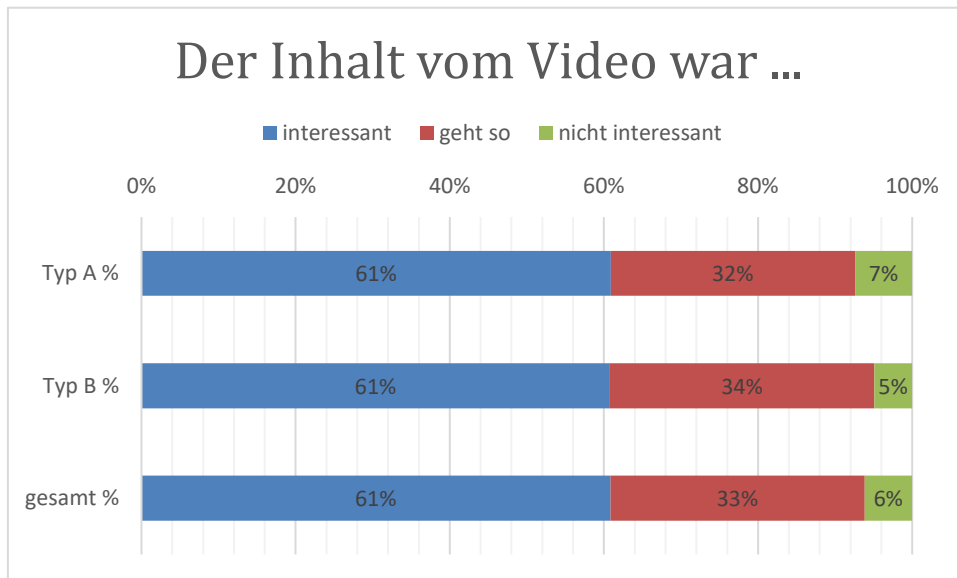
Bei den Mädchen gibt ein höherer Anteil „gerade richtig“ an (83%) als bei den Buben (73%). So sind es bei den Mädchen weniger, die das Tempo „zu schnell“ befinden (11%) als bei den Buben (18%).

Inhalt

Der Inhalt des gewählten Videos war für mehr als die Hälfte der jugendlichen Befragten (61%) „interessant“, rund 33% befanden ihn als „geht so“. Für nur einen kleinen Anteil von 6% der Jugendlichen waren die Videos nicht interessant.

Unterschiede nach Video-Typ gibt es praktisch keine.

Abbildung 12: Bewertung des Inhalts in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Es gibt auch kaum Unterschiede in Bezug auf Schultyp, Alter, Geschlecht und Standort. Die älteren befragten Jugendlichen, d.h. die 15-Jährigen, bewerten den Inhalt in etwas höherem Anteil (71%) als „interessant“.

Ebenso bewerten die befragten Schüler_innen von Polytechnischen Schulen (n=19) den Inhalt zu etwas höherem Anteil (68%) als „interessant“.

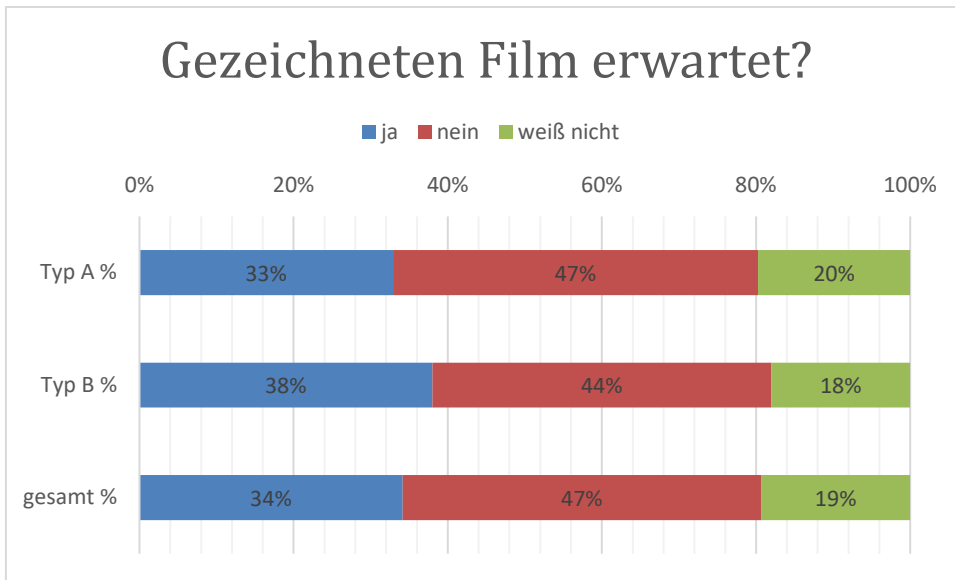
III.5 Weitere Einschätzungen der Jugendlichen zu den Info-Videos

Nach den Bewertungen einzelner Aspekte der Videos wurden von den Jugendlichen weitere Auskünfte eingeholt: zu ihrer Erwartungshaltung vor dem Video, ob sie es auch alleine fertig angeschaut hätten, ob sie es in der Klasse weiterempfehlen würden und ob sie das Video schon zuvor gekannt hatten.

Erwartung eines gezeichneten Films

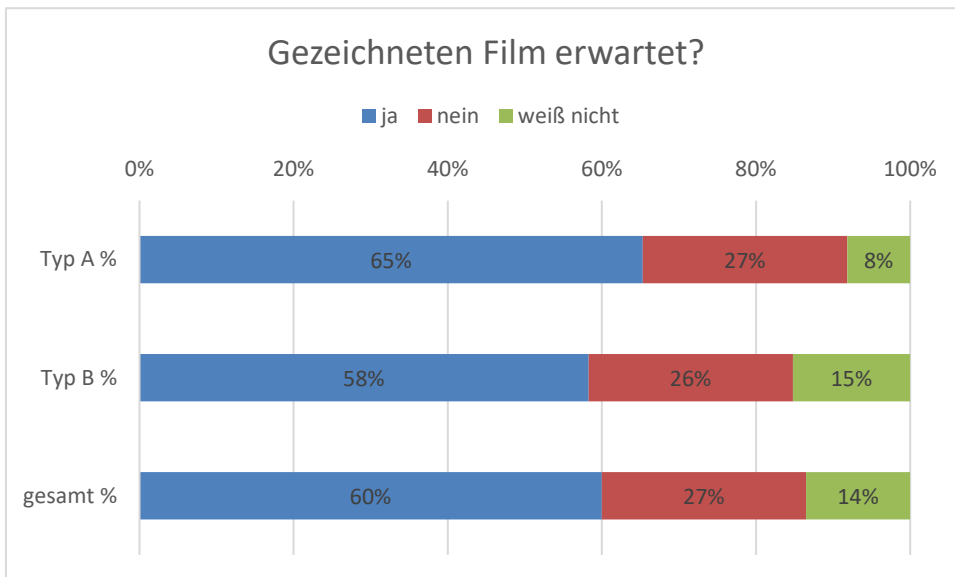
Inwieweit die Jugendlichen ein gezeichnetes Video erwartet haben, wurde sowohl bei der ersten als auch bei der zweiten Videoauswahl gefragt. Beim zweiten Video war die Erwartung sichtlich vom ersten Video beeinflusst, der Überraschungsmoment deutlich geringer: Nach der Sichtung des ersten Video gaben 47 % der Befragten an, keinen gezeichneten Film erwartet zu haben, beim zweiten Video sank dieser Wert auf 27 %. Die Bewertung variiert geringfügig, aber unwesentlich zwischen den gesehenen Video-Typen.

Abbildung 13: Bewertung der Frage „Hast du einen gezeichneten Film erwartet?“ nach dem ersten Video in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Abbildung: Bewertung der Frage „Hast du einen gezeichneten Film erwartet?“ nach dem zweiten Video in %, nach Video-Typ

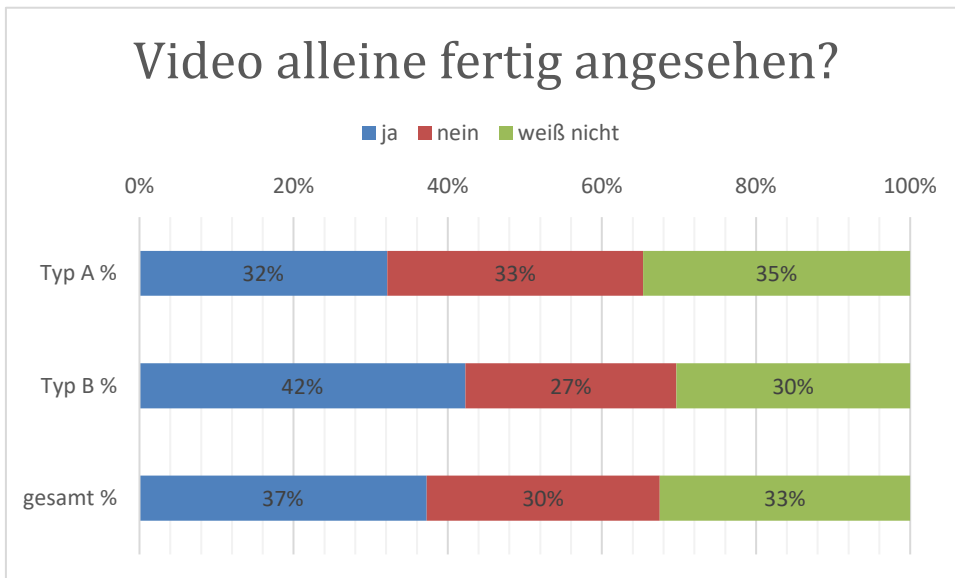


Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Video auch alleine bis zu Ende geschaut

Hätten die Jugendlichen das Video fertig angesehen, wenn sie es alleine am Handy gefunden hätten? Etwas mehr als ein Drittel (37%) beantwortet diese Frage mit „ja“, etwas weniger als ein Drittel (30%) mit „nein“ und ein Drittel (33%) mit „weiß nicht“. Videos vom Typ B hätte mit 42% ein etwas größerer Anteil der Befragten auch alleine fertig angesehen als bei den Videos vom Typ A, wo 32% der Jugendlichen diese Frage mit „ja“ beantworteten.

Abbildung 14: Einschätzung, ob das Video auch alleine angesehen worden wäre in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Die befragten Buben würden das Video zu einem etwas höheren Anteil (41%) alleine fertig ansehen als die Mädchen (32%). Beide Geschlechter geben das zu höherem Anteil bei Videos vom Typ B an.

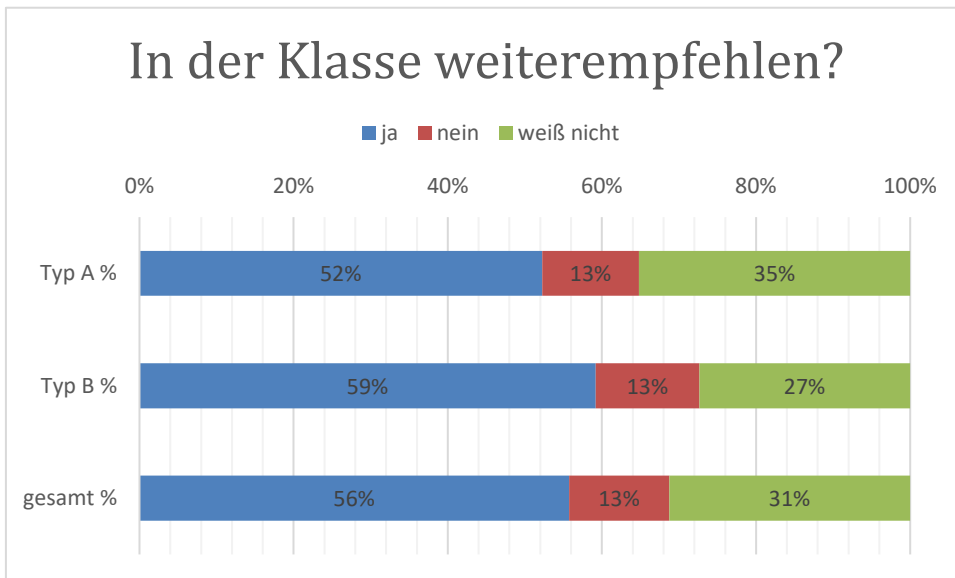
Nach Alter gaben die Jüngeren, d.h. die 12-Jährigen (n=13), zu geringerem Anteil „ja“ an (26%), während die Älteren, d.h. die 15-Jährigen (n=19), dies zu einem höheren Anteil angaben (47%).

Bei der Befragung in Graz gaben mit 30% etwas weniger der Befragten an, das Video auch alleine fertig zu schauen, während es in Wien und Salzburg jeweils rd. 40% waren. Nach Schultyp gibt es keine nennenswerten Unterschiede.

Weiterempfehlung des gesehenen Videos

Die gesehenen Videos in der Klasse weiterempfehlen würden mehr als die Hälfte der Jugendlichen (56%), wiederum ein etwas größerer Anteil jener, die ein Video vom Typ B gesehen hatten (59%) im Vergleich zu jenen, die ein Video vom Typ A bewerteten (52%). Nur 13% würden es nicht weiterempfehlen und 31% waren unschlüssig und gaben „weiß nicht“ an.

Abbildung 15: Einschätzung, ob das Video in der Klasse weiterempfohlen würde in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

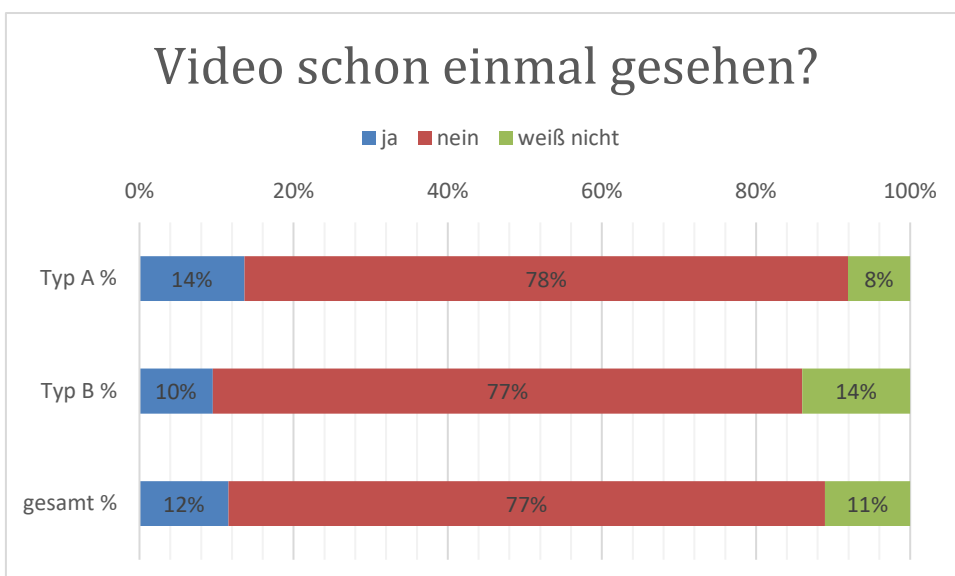
Ein größerer Anteil der befragten Mädchen würde das Video in der Klasse weiterempfehlen (66%), im Vergleich zu den befragten Buben (49%). Beide Geschlechter würden in höherem Ausmaß Videos vom Typ B weiterempfehlen.

Nach Alter, Schultyp und Ort gibt es keine nennenswerten Unterschiede.

Bekanntheit des Videos

Haben die Jugendlichen dieses Video schon einmal gesehen (z.B. in der Schule)? Nur einem geringen Anteil der Befragten war das Video bereits bekannt, 12% hatten es zuvor schon gesehen, mit 14% waren es bei Videos vom Typ A etwas mehr als bei Videos vom Typ B, wo der Anteil 10% betrug. Die Mehrheit (77%) hatte das Video noch nicht gesehen, 11% wussten es nicht.

Abbildung 16: Angabe, ob das Video schon einmal gesehen wurde in %, nach Video-Typ



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Den befragten AHS-Schüler_innen waren die Videos zu einem etwas geringeren Anteil bekannt (7%), während sie den befragten Mittelschüler_innen (13%) und Schüler_innen Polytechnischer Schulen (11%) zu einem etwas höheren Anteil bekannt waren.

Nach Standort betrachtet waren sie in Wien am wenigsten bekannt (7%), während es in Graz 14% waren und in Salzburg 11%.

Mit Bezug zum Alter war das Video den 12- und 13-Jährigen noch weniger oft schon bekannt (8% bzw. 9%) als den 14- und 15-Jährigen (12% bzw. 13%).

Nach Geschlecht gibt es keine Unterschiede.

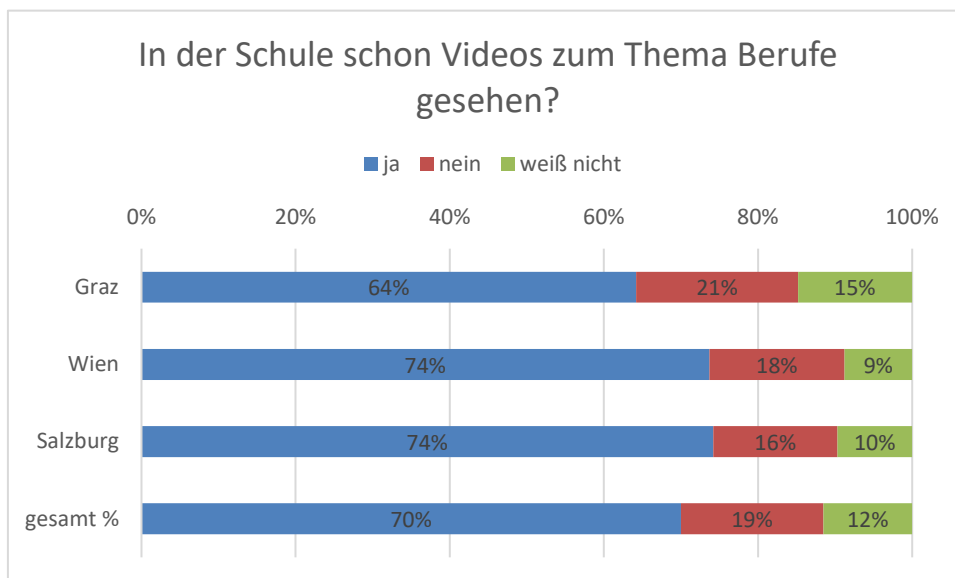
III.6 Allgemeines Feedback zu Info-Videos

Zum Abschluss wurden den Jugendlichen noch allgemeine Fragen zum Thema Info-Videos gestellt: Ob sie in der Schule schon allgemein Videos zum Thema Berufe gesehen hätten sowie nach ihren generellen Präferenzen bei Info-Videos. Diese Fragen wurden wie folgt beantwortet:

Videos zum Thema Berufe in der Schule

Haben die Jugendlichen in der Schule schon Videos zum Thema „Berufe“ gesehen? Insgesamt beantworten 70% der befragten Jugendlichen diese Frage mit „ja“. In Wien und Salzburg sind es etwas mehr (74%), in Graz etwas weniger (64%). Insgesamt 19% der Befragten geben an, in der Schule noch keine Videos zum Thema Berufe gesehen zu haben, entsprechend etwas weniger in Wien und Salzburg (18 bzw. 16%) bzw. etwas mehr in Graz (21%).

Abbildung 17: Angabe, ob in der Schule schon Videos zum Thema Berufe gesehen wurden in %, nach Standort



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Aus den Daten scheint es ab dem Alter von 13 Jahren wahrscheinlicher, ein Video zum Thema Berufe in der Schule gesehen zu haben, ein Zeitpunkt, wo üblicherweise das Thema Berufsinformationen im Unterricht Einzug hält. Nach Geschlecht gibt es keine Unterschiede.

Nach Schultyp betrachtet geben die befragten AHS-Schüler_innen etwas weniger häufig (64%) an, Videos zum Thema Berufe in der Schule gesehen zu haben, als die befragten Mittelschulschüler_innen (71%) und Schüler_innen Polytechnischer Schulen (74%).

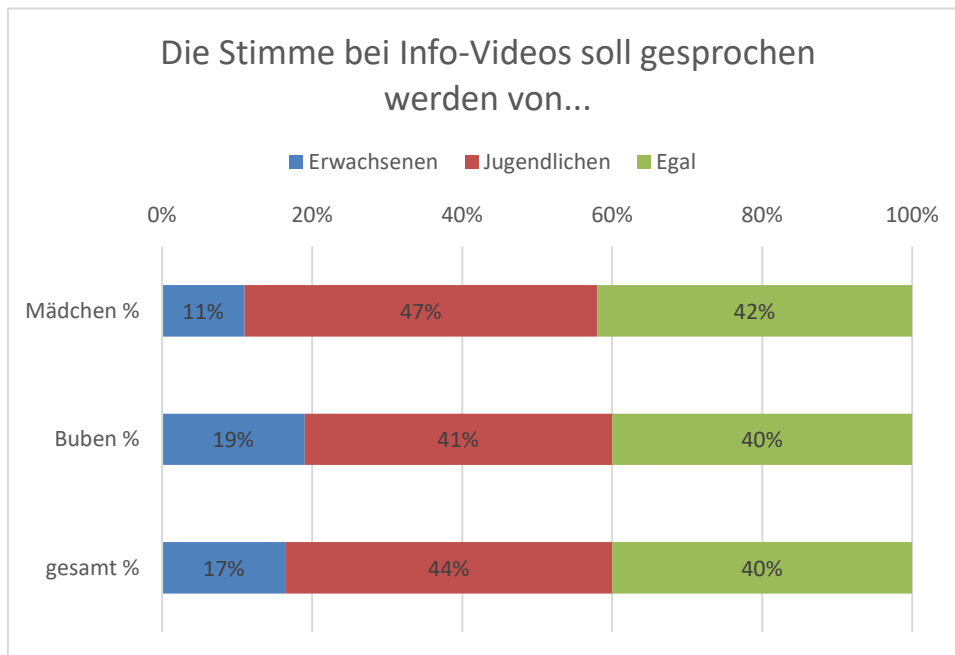
Generelle Präferenzen bei Info-Videos

Die Jugendlichen wurden um weitere Einschätzungen in Bezug auf ihre Präferenzen bei Info-Videos gebeten, die sie folgendermaßen bewerteten:

Sollte die Stimme bei Info-Videos von Erwachsenen oder von Jugendlichen gesprochen werden?

44% der Befragten bevorzugt die Stimme von Jugendlichen in Info-Videos, für 40% ist es „egal“ und nur 17% sind der Meinung, die Stimme solle von Erwachsenen gesprochen werden. Das Alter der Jugendlichen hat keinen Einfluss auf die Bewertung, Mädchen bevorzugen zu etwas höherem Anteil von Jugendlichen gesprochene Videos als Burschen (47% im Vergleich zu 41%) und zu geringerem Anteil von Erwachsenen gesprochene Info-Videos (11% im Vergleich zu 19%).

Abbildung 18: Angabe, von wem die Stimme in Info-Videos gesprochen werden soll in %, nach Geschlecht

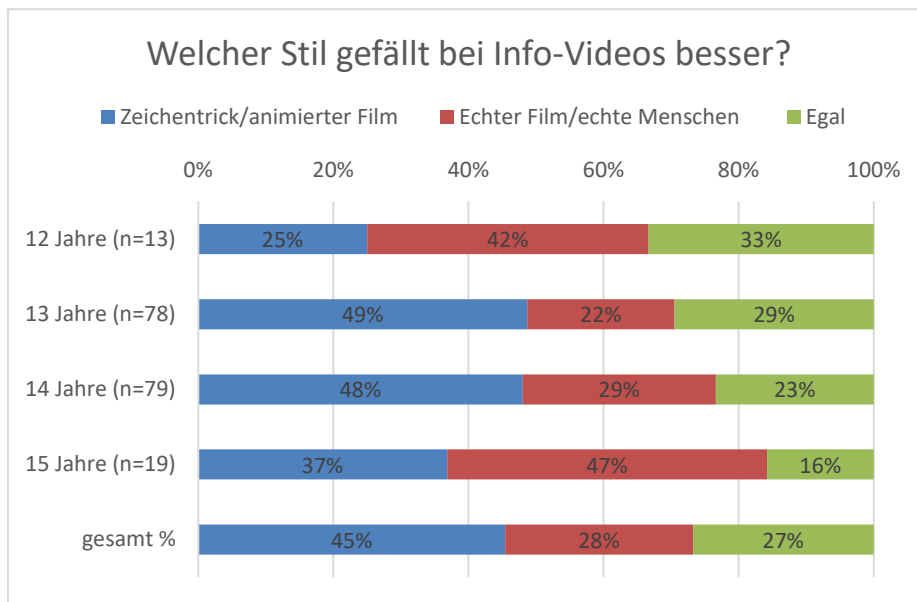


Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen

Welcher Stil gefällt den Jugendlichen generell besser bei Info-Videos?

„Zeichentrick bzw. animierte Filme“ gefällt in Summe 45% bei Info-Videos besser, 28% bevorzugen „echte Filme bzw. echte Menschen“ und 27% haben keine spezifische Präferenz. Mädchen gefallen Zeichentrick/animierte Filme zu einem etwas höheren Ausmaß im Vergleich zu Burschen (52% im Vergleich zu 42%), die Jüngeren (12 Jahre) sowie die Älteren (15 Jahre) haben in höherem Ausmaß angegeben, dass ihnen echte Filme mit echten Menschen besser gefallen (zu 42% und 47%), während es bei den 13- und 14-Jährigen umgekehrt ist (49% und 48% für Zeichentrick/animierte Filme).

Abbildung 19: Angabe, welcher Stil bei Info-Videos besser gefällt in %, nach Alter



Quelle: Eigendarstellung öibf, n=204 Schüler_innen:

Welche anderen Zeichenstile gefallen den Jugendlichen bei Info-Videos?

Am häufigsten wurden Zeichnungen wie Memes als präferierte Zeichenstile für Info-Videos von den befragten Jugendlichen angegeben, 41% der Befragten kreuzten diese Kategorie an. Auch 3D-animierte Figuren sind beliebt, diese Kategorie kreuzten 40% an. Zeichnungen wie ein Manga/Anime wurde von 30% angekreuzt, Zeichnungen mit Pixeln (z.B. wie bei Videospiele) wurden nur von 20% der Befragten als Zeichenstil, der für Info-Videos gefällt, angegeben.

Nach Alter, Geschlecht und Schultyp gibt es keine wesentlichen Unterschiede.

III.7 Fazit der Befragung der Jugendlichen

Die Befragung von 204 Jugendlichen zeigt deutlich, dass beide Videoarten – Typ A (abstrakte Strichfiguren) und Typ B (realitätsnahe Zeichnungen) – grundsätzlich gut angenommen werden. Über 70 % der Jugendlichen bewerten die Videos insgesamt mit

„sehr gut“ oder „gut“; das Format „gezeichnete Videos“ spricht diese Zielgruppe also klar an. Dabei schneiden Videos vom Typ B durchgängig leicht besser ab:

- / Höhere „Sehr gut“-Bewertungen,
- / ansprechenderes Tempo,
- / passendere Länge,
- / bessere Textmenge,
- / mehr Bereitschaft, das Video weiterzuempfehlen oder alleine fertigzuschauen.

Die Zeichnungen selbst werden insgesamt positiv bewertet (für Typ A sogar minimal besser), allerdings ist bei Typ A gleichzeitig der Anteil jener höher, denen die Videos „zu lang“ oder der Text „zu viel“ ist.

Die Ergebnisse zeigen zudem:

- / 12-Jährige (kleine Fallzahl!) bewerten einzelne Aspekte (Textmenge, Tempo) besonders positiv.
- / Nur wenige Jugendliche kannten die Videos bereits, was auf einen hohen neuen Nutzungsspielraum hinweist.
- / Generell bevorzugen die jugendlichen Befragten auch jugendliche Sprecher_innen und animierte/zeichnerische Formate.

Unterschiede nach Geschlecht

Insgesamt zeigen sich nur geringe, aber wiederkehrende Unterschiede zwischen Mädchen und Buben:

- / Zeichnungen: Mädchen bewerten generell die Zeichnungen etwas positiver (65 % „ansprechend“) als Buben (59 %).
- / Textmenge: Mädchen empfinden die Menge des gesprochenen Texts häufiger als „gerade richtig“ (87 %) als Buben (79 %).
- / Sprechblasen: Mädchen sind mit der Anzahl der Sprechblasen öfter zufrieden (88 % „gerade richtig“) als Buben (71 %).
- / Tempo in Sprechblasen: Mädchen geben weniger häufig (11%) „zu schnell“ an als Buben (18%).
- / Weiterempfehlung: Mädchen würden die Videos häufiger weiterempfehlen (66 %) als Buben (49 %).
- / Stimme-Präferenz: Mädchen bevorzugen stärker jugendliche Stimmen (47 %) als Buben (41 %).

Mädchen reagieren tendenziell etwas positiver auf die Videos, insbesondere bei Verständlichkeit, Textumfang und Weiterempfehlungsbereitschaft.

Unterschiede nach Alter

Die Altersgruppe zeigt folgende Nuancen:

- / 12-Jährige (n=13) bewerten einzelne Aspekte am positivsten:
 - o Textmenge bei Typ A deutlich positiver als im Durchschnitt.
 - o Tempo in den Sprechblasen: 96 % „gerade richtig“ – die höchste Zustimmung aller Gruppen.
- / 15-Jährige (n=19) zeigen:
 - o Höheren Anteil bei „interessantem Inhalt“.
 - o Höhere Bereitschaft, Videos alleine fertig anzusehen (47 %).
- / Generelle Stilvorlieben schwanken:
 - o 12- und 15-Jährige bevorzugen häufiger „echte Menschen“,
 - o 13- und 14-Jährige bevorzugen gezeichnet/animiert.

Jüngere (v. a. 12-Jährige) sind besonders offen und zufrieden mit einzelnen Aspekten der Videos. Ältere Jugendliche (v. a. 15-Jährige) zeigen stärkeres inhaltliches Interesse und höhere Abschlussbereitschaft „alleine fertig ansehen“.

Unterschiede nach Schultyp

Die Ergebnisse aller Schultypen sind weitgehend ähnlich positiv, nur einige Unterschiede fallen auf:

- / Polytechnische Schule (PTS) (n=19)
 - o Zeichnungen von Typ A werden deutlich weniger ansprechend bewertet (nur 42 % im Vergleich zu durchschnittlich 63%).
 - o Gleichzeitig empfinden PTS-Schüler_innen Typ A häufiger als spannend (42 %) als Typ B (21%), während es durchschnittlich umgekehrt bewertet wird (im Durchschnitt finden 41% Typ A spannend und 44% Typ B).
 - o Inhalte werden etwas häufiger als interessant bewertet.
- / AHS (n=53)
 - o Videos zum Thema „Berufe“ wurden in der Schule etwas seltener gesehen (64 % im Vergleich zu durchschnittlich 70%).

Unterschiede nach Standort (Graz, Wien, Salzburg)

Die Standortunterschiede sind gering, folgende Muster sind bei ausschließlicher Beachtung des Standortes erkennbar:

- / Wien (n=58)
 - o Beste Gesamtbewertungen („spricht mich an“).
 - o Höherer Anteil, der ein Video alleine fertig ansehen würde (ca. 40 % im Vergleich zu Graz mit 30%).
 - o Videos waren den Jugendlichen am seltensten bekannt (nur 7 % im Vergleich zu durchschnittlich 12%).
- / Graz (n=84)

- Etwas niedrigere Zustimmung beim „alleine fertig schauen“ (30 % im Vergleich zu rd. 40% in Wien und Salzburg).
- Höherer Anteil der Jugendlichen hatte das Video schon einmal gesehen (14 % im Vergleich zu durchschnittlich 12%).
- ✓ Salzburg (n=62)
 - Höherer Anteil, der ein Video alleine fertig ansehen würde (wie in Wien ca. 40 % im Vergleich zu Graz mit 30%).

Wien zeigt somit die stärkste positive Resonanz, Graz den geringsten Weiterseh-Anteil. Die Bekanntheit der Videos ist am niedrigsten in Wien.

IV. Empfehlungen für Weiterentwicklung der Info-Videos

Aus den Ergebnissen der Befragung der Jugendlichen lassen sich folgende Empfehlungen für die Weiterentwicklung künftiger Info-Videoangebote des AMS ableiten:

Stimme & Zielgruppenansprache

- ✓ Wo möglich jugendliche Sprecher_innen einsetzen, da dies 44 % bevorzugen.
- ✓ Auch Erwachsenenstimmen bleiben einsetzbar, sollten aber nicht dominieren.

Format

- ✓ Gezeichnete/animierte Formate weiterhin klar nutzen.
- ✓ Bei neuen Produktionen hybride Formate erwägen (animierte Hauptfiguren + reale Elemente), um ältere Jugendliche stärker abzuholen.

Themenauswahl & Verbreitung

- ✓ Die Videos „Vorstellungsgespräch“, „Bewerbung“ und „Berufswahl“ besonders stark nutzen – diese haben die besten Bewertungen erhalten.
- ✓ Materialien aktiv an Schulen bereitstellen, da 70 % bereits Erfahrung mit Info-Videos zum Thema Berufe haben und das Format somit bekannt und akzeptiert ist.

Empfehlungen für Videos vom Typ A

- ✓ Länge reduzieren – 32 % empfinden die Videos als zu lang (mehr als viermal so viele wie bei Typ B).
- ✓ Textmenge reduzieren, klarere Sprache: 18 % empfinden die Textmenge als „zu viel“.
- ✓ Tempo prüfen und konsistenter gestalten, da „zu langsam“ und „zu schnell“ häufiger angegeben werden.
- ✓ Modernere Stilvarianten integrieren (z. B. Meme-inspirierte Elemente, 3D-Animationen – beide gehören zu den beliebtesten Stilen der Jugendlichen).

- / Videos vom Typ A gezielt einsetzen, wenn der Fokus eher auf vereinfachten, abstrahierten Erklärungen liegt.
- / Besonders gut einsetzbar für jüngere Zielgruppen (10–12 Jahre), die diesen Zeichnungsstil überdurchschnittlich häufig als „ansprechend“ bewerten.
- / Nicht als primäres Format für Social Media empfehlen, da Typ B beim „Allein anschauen“-Wert deutlich besser abschneidet.

Empfehlungen für Videos vom Typ B

Diesen Stil als Standard bevorzugen, da er die höchste Wirkung hinsichtlich Interesse, Weiterempfehlung und Abschlussquote zeigt.

- / Länge beibehalten (wird von 83 % als "gerade richtig" bewertet).
- / Textmenge beibehalten, da sie hier besonders gut passt.
- / Leichte Optimierung beim Tempo: Rund 11 % empfinden Typ B als „zu schnell“ – vereinzelte Entschleunigung könnte sinnvoll sein.
- / Gezielt im Unterricht einsetzen, da die Weiterempfehlungsbereitschaft hoch ist.
- / Für Social Media besonders geeignet, da die hohe „Würde ich auch allein anschauen“-Quote ein guter Indikator für digitale Aufmerksamkeit ist.
- / Als Einstiegsvideos für Berufsinformationen nutzen, da sie Erwartungen gut treffen (70 % sagen „Inhalt wie erwartet“).

V. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Screenshot vom AMS Info-Video „Möglichkeiten nach der 8./9. Schulstufe“	10
Abbildung 2: Screenshot vom AMS Info-Video „Das Vorstellungsgespräch“	11
Abbildung 3: Bewertung zur Frage „Alles in allem, wie sprichst dich dieses Video insgesamt an?“ in %, nach Video-Typ	19
Abbildung 4: Bewertung „Der Inhalt vom Video war, wie ich es erwartet habe.“ in %, nach Video-Typ	20
Abbildung 5: Bewertung zur Länge des Videos in %, nach Video-Typ	21
Abbildung 6: Bewertung der Zeichnungen in %, nach Video-Typ	22
Abbildung 7: Bewertung des Videos als spannend oder langweilig in %, nach Video-Typ	23
Abbildung 8: Bewertung des Tempos der Videos in %, nach Video-Typ	24
Abbildung 9: Bewertung der Menge des gesprochenen Texts in den Videos in %, nach Video-Typ	24
Abbildung 10: Bewertung der Anzahl der Sprechblasen in den Videos in %, nach Video-Typ	25
Abbildung 11: Bewertung der Geschwindigkeit des Texts in den Sprechblasen in den Videos in %, nach Video-Typ	26
Abbildung 12: Bewertung des Inhalts in %, nach Video-Typ	27
Abbildung 13: Bewertung der Frage „Hast du einen gezeichneten Film erwartet?“ nach dem ersten Video in %, nach Video-Typ	28
Abbildung 14: Einschätzung, ob das Video auch alleine angesehen worden wäre in %, nach Video-Typ	29
Abbildung 15: Einschätzung, ob das Video in der Klasse weiterempfohlen würde in %, nach Video-Typ	30
Abbildung 16: Angabe, ob das Video schon einmal gesehen wurde in %, nach Video-Typ	30
Abbildung 17: Angabe, ob in der Schule schon Videos zum Thema Berufe gesehen wurden in %, nach Standort	31
Abbildung 18: Angabe, von wem die Stimme in Info-Videos gesprochen werden soll in %, nach Geschlecht	32
Abbildung 19: Angabe, welcher Stil bei Info-Videos besser gefällt in %, nach Alter	33

VI. Anhang Fragebogen und Leitfaden Lehrer_innen