



**issa**

INTERNATIONAL SOCIAL SECURITY ASSOCIATION  
ASSOCIATION INTERNATIONALE DE LA SÉCURITÉ SOCIALE  
ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL  
INTERNATIONALE VEREINIGUNG FÜR SOZIALE SICHERHEIT

# Gute Praxis in der sozialen Sicherheit

Gute Praxis umgesetzt ab: 2015

---

## **BGN-Azubi-App "In den Beruf starten - fit und gesund"**

Eine Praxis der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe, Teil der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung

**Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe**  
Deutschland

## **Zusammenfassung**

*Die BGN-Azubi-App richtet sich an Auszubildende (vor allem im ersten Ausbildungsjahr) und Berufsanfänger im Gastgewerbe und soll den Übergang von der Schule in den Beruf erleichtern. Die App gliedert sich in sechs inhaltliche Themenbereiche: Karriere, Stress, Schlaf, Bewegung, Ernährung, Notfall. Beratungsinformationen und eine Kontaktdatenbank ergänzen das Angebot. Die Entwicklung fand im Rahmen des Projekts "Innovation und demografischer Wandel im Gaststätten- und Hotelgewerbe" (INDIGHO) statt. INDIGHO gibt Anstöße für alter(n)sgerechte Arbeitsgestaltung und lebenslauforientierte Personalarbeit im Gastgewerbe. Das Verbundprojekt zielte auf eine Stärkung der Beschäftigungs- und Innovationsfähigkeit in der Branche. Damit Arbeitnehmer/innen über alle Lebens- und Erwerbsphasen hinweg gesund und motiviert im Hotel- und Gaststättengewerbe arbeiten können, wurden vielfältige Handlungshilfen, Informations- und Lernangebote für Betriebe und Beschäftigte entwickelt. INDIGHO hat dafür zunächst die demografischen Trends, die Beschäftigungsstrukturen und Arbeitssituationen im Gastgewerbe analysiert. Durch eigene empirische Forschung wurden zudem die kritischen Arbeits- und Lebenssituationen identifiziert, in denen derzeit (zu) viele Beschäftigte das Gastgewerbe verlassen.*

## **KRITERIUM 1**

### **Auf welche Frage/Problematik/Herausforderung geht Ihre gute Praxis ein?**

Die Abbrecherquoten von Ausbildungen in der Gastronomie/Hotellerie betragen über 50 Prozent. Stress und Resignation werden u.a. als Gründe genannt. Die demografischen Veränderungen der Branche wurden untersucht und aus den Erkenntnissen verschiedene Tools entwickelt, die die Beschäftigungs- und Innovationsfähigkeit von Erwerbstätigen und Unternehmen im Gastgewerbe fördern sollen. Neben der inhaltlich-thematischen Frage war: Wie kann die Zielgruppe der Auszubildenden am besten erreicht werden?

## **KRITERIUM 2**

### **Was waren die Hauptziele und die erwarteten Ergebnisse?**

Die App "In den Beruf starten - fit und gesund" soll Jugendliche in der Phase der Umstellung von der Schule zum Beruf unterstützen und richtet sich daher vor allem an Auszubildende im ersten Lehrjahr. Denn, so ein Ergebnis des Projektes, gerade die Bereiche Gesundheit, Berufsrolle und Lebenswelten sind wichtige Faktoren für die Zufriedenheit und den Erfolg in der Ausbildung.

### **KRITERIUM 3**

#### **Welche/r innovative Ansatz/Strategie wurde zum Erreichen der Ziele verfolgt?**

Die Verbreitung von Smartphones hat in den letzten Jahren rasant zugenommen. Insbesondere unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind diese mobilen Endgeräte mittlerweile zu einem wichtigen Kommunikationsmittel - und Statussymbol - geworden. So besitzen 88 Prozent der 16- bis 18-Jährigen ein Smartphone und 85 Prozent der 14- bis 19-Jährigen und 83 Prozent der 20- bis 29-Jährigen nutzen Apps. Deshalb wurde erstmals für den Sektor eine App entwickelt, um die Zielgruppe zu erreichen.

### **KRITERIUM 4**

#### **Wurden Ressourcen und Inputs optimal eingesetzt, um die Ziele und erwarteten Ergebnisse zu erreichen? Bitte geben Sie an, welche internen oder externen Evaluationen der guten Praxis durchgeführt wurden und welche Auswirkungen/Resultate bisher erkannt/erzielt wurden.**

Die Azubi-App wurde einer ausführlichen Evaluation unterzogen, die als Anhang beigefügt ist. Im Rahmen der Evaluation der BGN-Azubi-App wurden Auszubildende im ersten Ausbildungsjahr aus gastgewerblichen Ausbildungsberufen (Koch/Köchin, Restaurantfachfrau/-fachmann, Hotelfachfrau/-fachmann, Fachkraft für Systemgastronomie, Fachkraft im Gastgewerbe) an den berufsbildenden Schulen in Gießen, Ludwigshafen und Butzbach befragt. Diese Schulen wurden aufgrund der guten Kontakte zur BGN ausgewählt. Zum Teil hatten die Schulen auch schon an der Azubi-Befragung im Rahmen von INDIGHO teilgenommen.

Es wurden zwei standardisierte Befragungen durchgeführt: eine Kurzbefragung (in Papierform) und eine ausführliche (Online-)Befragung. Die Kurzbefragung fand in der Klassensituation, im Unterricht statt. Dabei präsentierte ein Mitarbeiter der BGN den Schülerinnen und Schülern die App anhand einer PowerPoint-Präsentation. Anschließend stellte er die Evaluation vor und verteilte die Probandeninformation und die Einverständniserklärung sowie den Kurzfragebogen. Die Teilnehmer wurden abschließend gebeten, die BGN-Azubi-App herunterzuladen und zu testen.

## **KRITERIUM 5**

### **Welche Lehren wurden gezogen? Inwieweit eignet sich Ihre gute Praxis für die Replikation durch andere Institutionen der sozialen Sicherheit?**

Die Befragungen im Rahmen dieser Evaluation haben gezeigt, dass die BGN-Azubi-App ziemlich gut von den Auszubildenden angenommen wird: So haben über drei Viertel der Befragten bei der Kurzbefragung angegeben, dass ihr erster Eindruck von der BGN-Azubi-App ziemlich gut (73,1 Prozent) oder sogar sehr gut (6,1 Prozent) sei. Die BGN-Azubi-App kommt in der Wahrnehmung als BGN-Produkt sehr gut an: Über 90 Prozent der Befragten in der Kurzbefragung (91,1 Prozent) und über drei Viertel der Evaluation der BGN-Azubi-App | 33 Befragten in der Online-Befragung (75,7 Prozent) finden es sehr gut oder ziemlich gut, dass die BGN eine Smartphone-App für Auszubildende im Gastgewerbe entwickelt hat.

Eine App ist insbesondere für die fragliche Zielgruppe das richtige und innovative Medium. Auch die Inhalte wurden gut angenommen. Die Erfahrungen haben gezeigt, dass die App weiterentwickelt werden muss (noch mehr Inhalte, Clusterung nach Berufsbildern, Verringerung Speicherplatz), sie ist kein statisches Medium. Auch der Vertrieb bzw. das Marketing für die App muss gesteigert werden.

Das Projekt hat gezeigt, dass Informationen und Botschaften von Institutionen der sozialen Sicherheit modern und zielgruppengerecht besonders gut durch eine App transportiert werden können.