

Regionalworkshop für JOBSTARTER für Projektmitarbeiterinnen und Projektmitarbeiter der 4. Förderrunde

„Ausbildung regional stärken – Regionale Kooperationen nutzen“ am 16. Juli 2009 im Literaturhaus in Nürnberg

veranstaltet vom Regionalbüro Süd im Rahmen des Programms „[JOBSTARTER](#) – Für die Zukunft ausbilden“, gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und der Europäischen Union – Europäischer Sozialfonds.



Der Workshop bot Gelegenheit, sich mit Kolleginnen und Kollegen anderer JOBSTARTER-Projekte über erfolgreiche Strategien und Instrumente zum Aufbau von regionalen Kooperationsbeziehungen auszutauschen und das Expertenwissen im Sinne von Good Practice weiterzugeben.

Christa Oberth vom JOBSTARTER-Regionalbüro Süd begrüßte die Teilnehmer und sprach über die Wichtigkeit einer guten Zusammenarbeit der Projektträger mit den relevanten Akteuren. Einbezogen werden sollten regionale Unternehmen und Kammern ebenso wie Schulen und weitere regionale Institutionen und Experten, die als Partner für ein tragfähiges Kooperationsnetz sorgen. Gute Kooperationsarbeit kann den Erfolg der Projektarbeit und die nachhaltige Verbesserung der Ausbildungsstrukturen in der Region sichern helfen.

Ist-Stand der Projekte, Erfolge, Ziele, Probleme und Wünsche

Alle Workshopteilnehmerinnen und -teilnehmer hatten die Möglichkeit, den derzeitigen Stand ihrer Projektarbeit zu skizzieren und ihre Kooperationsbeziehungen anhand der Kategorien „Erfolge“, „Ziele“ und „Probleme“ zu charakterisieren. Auch „Wünsche“ sollten zur Sprache kommen um Perspektiven für den weiteren Verlauf der Projektarbeit aufzuzeigen.

Alle Projekte arbeiten bereits gut mit den unterschiedlichen Akteuren zusammen – mit den örtlichen Industrie- und Handelskammern, den Handwerkskammern, den Arbeitagenturen, den Unternehmen, den Schulen, verschiedenen Arbeitskreisen oder Vereinen und Verbänden. Die Betei-

ligung an Ausbildungsmessen oder Aktionstagen wird von vielen Projekten als Plattform genutzt, sich vorzustellen und Kontakte zu weiteren Akteuren aufzubauen. Die bestehenden Kooperationen sind bei den einzelnen Projekten unterschiedlich stark ausgeprägt. Von allen Projekten wurden aber als zentrale und wichtige Kooperationspartner immer wieder Betriebe und Kammern ebenso wie Schulen und Arbeitsagenturen benannt.

Erfolge:

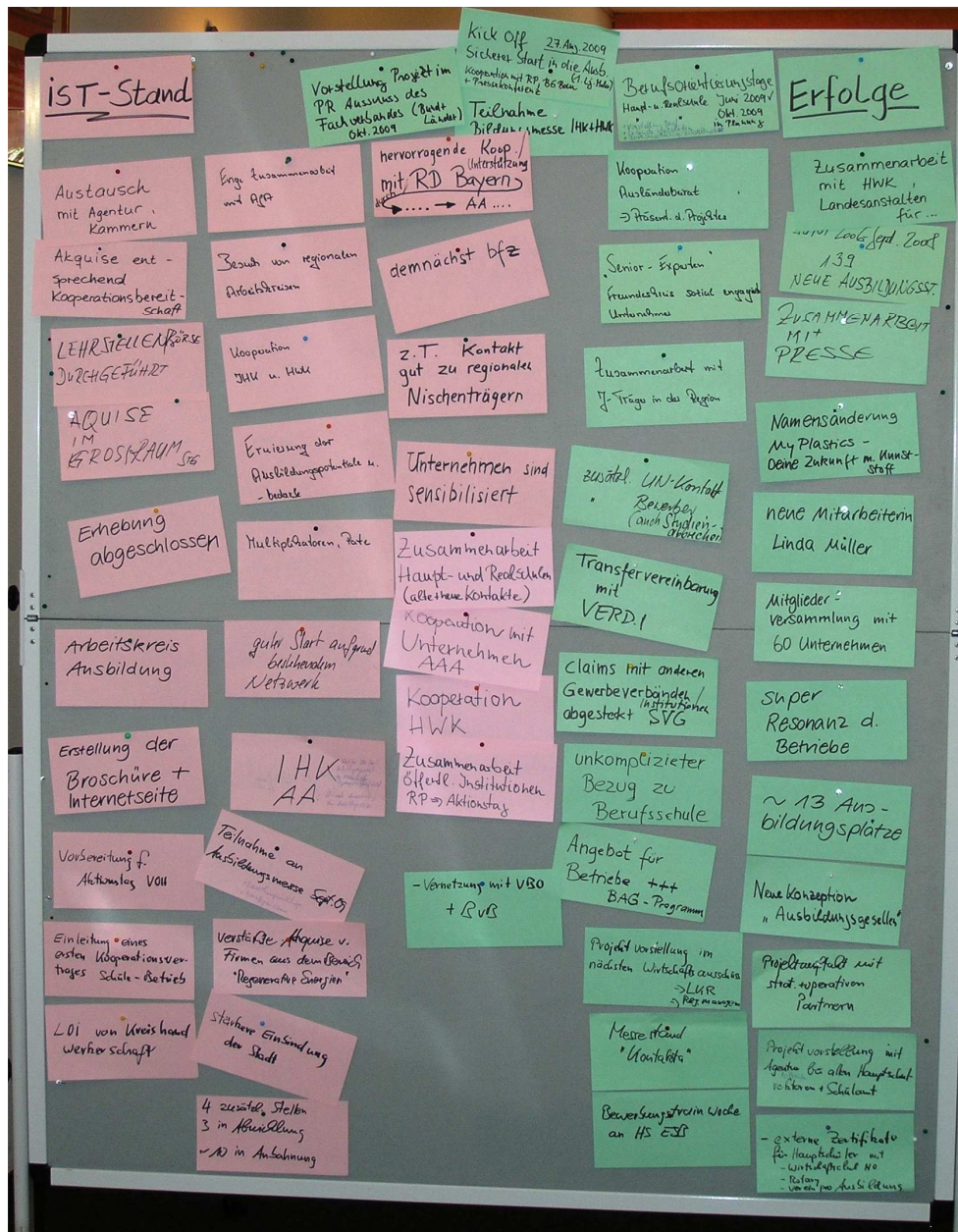
Alle Projekte können erfolgreiche Aktivitäten vorweisen, die durch gute Kooperationsarbeit entstanden sind. Hier nur einige Beispiele:

Erstellung eines Films über ein bestimmtes Berufsfeld als Schülerprojekt, regelmäßige Platzierung in Radiosendungen (Interview mit Azubi etc.), Gewinnung von Konsulaten und der ausländischen Presse in der Region als Vermittler und Multiplikator, Initiierung von Arbeitskreisen durch Nutzung bereits bestehender Netzwerke, die fundierte Erhebung bei den Unternehmen wird durch die regional verankerte Netzwerke erleichtert, Einsatz von Paten und Seniorexperten als Begleitung der Azubis, Begeisterung der Entscheidungsträger um diese als Vermittler ins Boot zu holen, Hervorhebung gemeinsamer Ziele als Anstoß für eine fruchtbare Zusammenarbeit mit anderen Akteuren

Zum Projektauftritt sollten möglichst alle strategisch operativen Partner zusammen kommen. Einige Projekte nutzten den Handwerkskammertag und/oder verschiedene Ministerien als Plattform, um das eigene Projekt vorzustellen. Um positive Beispiele greifbar zu machen, wurde bei der Gelegenheit der Betrieb vorgestellt, bei dem als erster ein zusätzlicher Ausbildungsplatz geschaffen und besetzt worden ist.

Weitere Möglichkeiten andere Akteure einzubinden sind die gemeinsame Projektvorstellung bei allen Hauptschuldirektoren und im Wirtschaftsausschuss, sowie die Vernetzung mit den Organisatoren der VBO (vertiefte berufliche Orientierung) und der BvB (Berufsvorbereitende Bildungsmaßnahmen).

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor bei allen Kooperationen besteht darin, gute Beziehungen zu den relevanten Akteuren aufzubauen und diese regelmäßig zu pflegen. Dazu ist es notwendig, die richtigen Ansprechpartner zu identifizieren, die gewinnbringenden Fakten herauszuarbeiten und an den richtigen Stellen zu platzieren. Wenn die Vorteile einer guten Zusammenarbeit einmal als WIN-WIN Situation verstanden wurden, können daraus weitere lohnende Kooperationen entstehen. Und so manches Mal entdeckt man Anknüpfungspunkte dort, wo man sie nicht vermutet hat.



Ziele:

Durch engere Zusammenarbeit und regelmäßige Treffen in angemessenen Zeitabständen möchten die Projekte die Erfolge der bestehenden Kooperationen verstärken und ausbauen. Neue Verbindungen sollen durch persönliche Besuche sowie mit Hilfe von Medien wie Presse, Funk

und Internet aufgebaut werden. Die Übernahme einer Schirmherrschaft durch eine bekannte regionale Persönlichkeit erhöht die Wirksamkeit eines Projektes in der Öffentlichkeit. Enge Kooperationen tragen zu einem kontinuierlichen Informationsfluss bei und erhöhen auf diese Weise den Bekanntheitsgrad der Projekte. Ein Querschnitt der Ziele, die sich die Projekte vorgenommen haben:

- Erweiterung der Zielgruppen und engere Zusammenarbeit mit Handwerkskammern, Industrie- und Handelskammern und Innungen
- Vermehrte Aufklärungsarbeit in den Betrieben leisten, um diese ausbildungsfähig zu machen
- Übernahme der Schirmherrschaft durch eine regional bekannte Person (z. B. Bürgermeister)
- Initiierung eines AK „Runder Tisch Ausbildung“ bei den Akteuren vor Ort und regelmäßiger Arbeitskreis-Treffen
- Veröffentlichung der besetzten Stellen im Stadtmagazin: Erfolge melden und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen
- Ausbau der Kooperationen mit anderen Verbänden
- Kontaktpflege zu den Trägern, die die Jugendlichen kennen
- Schaffung von Verbundmodellen für kleine Unternehmen
- Intensivierung der Kontakte zu den Agenturen und der Anzahl und Intensität der Schulbesuche
- Abschließen von Kooperationsverträgen zwischen Schulen und Unternehmen

Probleme:

Die an manchen Stellen entstehende Konkurrenzsituation zu anderen Trägern, die in der Region sehr dominant agieren, kann ein Problem darstellen. Der Informationsaustausch mit den wichtigen Kooperationspartnern vor Ort geht dann am eigenen Projekt vorbei und die Beschaffung von geeignetem Adressmaterial wird somit erschwert. Das Vordringen von Projektmitarbeitern in das vermeintliche „geschäftliche Hoheitsgebiet“ eines anderen Trägers kann zu Irritationen und abweisender Haltung dem Projekt gegenüber führen. Durch mangelnde Absprache der Projekte untereinander bei der Adressrecherche kann es zu ungewollten Überschneidungen bei der Akquise kommen.

Ein weiteres Problem bei fast allen Projekten ist die Zurückhaltung der Betriebe aufgrund der momentanen Wirtschaftskrise. Hinzu kommt der anscheinende Mangel an qualifizierten Bewerbern für die Ausbildungsstellen. Auch der Zeitdruck und der volle Terminplan an den Schulen werden als sehr hinderlich für eine gute Kooperation genannt. Weiterhin kann der Zeitpunkt des Projektstarts ungünstig liegen in Bezug auf die Bewerberauswahlzyklen. Die Qualität der Zusammenarbeit mit den Kammern ist stark regional und personell geprägt, denn die Aussagen darüber reichen von „hervorragend“ bis „schleppend“. Eine generelle Aussage lässt sich daraus nicht

ableiten. Die Wiedereinführung der AEVO-Prüfung hingegen wird von den meisten Projekten als Problem bei der Gewinnung neuer Betriebe für die Erstausbildung gesehen.



Diskussionspunkte, Perspektiven und Ergebnisse

Ausführlich diskutiert wurde die Frage, ob die **Akquise** zur Schaffung und Besetzung neuer Ausbildungsplätze **erst an Schulen** oder **erst bei den Betrieben** laufen solle.

Zunächst potenzielle Bewerber an den Schulen zu akquirieren hätte den Nachteil, dass es noch kein konkretes Anschauungsmaterial für die Schüler gibt. Dies könnte bedeuten, dass das nötige Interesse von Schülerseite ausbleibt, die Akquise wenig bleibenden Eindruck hinterlässt und aus Sicht der Schüler eher als undurchsichtig empfunden wird. Vorteil wäre, dass sich das Projekt schon mal zur Sprache gebracht hat und ein erstes Interesse bei Lehrern und Schülern wecken könnte. Möglicherweise könnte das Projekt nach dem Schulbesuch schon mit konkretem Bewerbungsmaterial zu den Betrieben gehen.

Würde zuerst an die Betriebe herangetreten, wäre der Nachteil der, dass noch keine Bewerbungen vorliegen und das Projekt noch keinerlei Einschätzung darüber hat, wie groß das Interesse von Bewerberseite an den entstehenden Ausbildungsplätzen ist. Ein zeitlich großer Abstand zwischen der Zusage eines Betriebs zur Schaffung eines zusätzlichen Ausbildungsplatzes und der anschließenden Akquise in den Schulen kann zum Misslingen einer erfolgreichen Besetzung führen.

Die Akquise an den Schulen sollte also zeitnah zu der Akquise bei den Betrieben laufen. Hier könnte beispielsweise ein Vorabflyer Abhilfe schaffen.

Bei der **Akquise und der Beschaffung von Adressmaterial** sollten sich die Projekte bei möglichen Überschneidungen mit anderen Trägern im Vorfeld absprechen und gegebenenfalls klären, wer welche Inhalte und Bereiche abdeckt. Eine bessere Verankerung bei den Kooperationspartnern kann durch ein persönliches Gespräch mit den Entscheidungsträgern erreicht werden. Wichtige Verbindungen sind meist gekoppelt an Personen (besonders im Migrationsbereich). Grundlegend ist auch die Bekanntmachung des Projekts in der Region.

Bei vermeintlichen **Konkurrenzsituationen**, sollte das Gespräch gesucht und der Partner aufgeklärt bzw. gut informiert werden, um so Vorurteile abzubauen.

Dem **Termindruck der Schulen** (mangelnde Zeit, voller Terminkalender) kann begegnet werden durch Teilnahme an Ausbildungsbörsen und Berufsorientierungstagen, durch die Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Schule – Wirtschaft und durch Kontakte zu Schulämtern, Ministerialbeauftragten und Ländervertretern.

Am 1. August 2009 ist die **neue AEVO** (Ausbilder-Eignungsverordnung) in Kraft getreten. Die Betriebe sollen gut darüber informiert werden, was das für ihre Ausbildung bedeutet und welche Unterstützungsangebote es bei der Erstausbildung gibt.

Problemlösungsansätze



Nürnberg, September 2009

Regionalbüro Süd