

Attraktivitätssteigerung der dualen Berufsausbildung im Kreis Gütersloh

Strategisches Vorgehen



Um die Attraktivität der dualen Ausbildung im Rahmen des Landesvorhabens „Kein Abschluss ohne Anschluss“ (KAoA) im Kreis Gütersloh zu steigern, hat die dortige Kommunale Koordinierungsstelle (KoKo) gemeinsam mit ihren Netzwerkpartnern eine umfassende Strategie entwickelt.

Vorbei die Zeiten, in denen Betriebe aus einem Überangebot an Schulabsolventen ihre Auszubildenden auswählen konnten. Heute entwickelt es sich genau umgekehrt: Die Jugendlichen suchen sich das Unternehmen aus – und sie sind wählerisch bei der Entscheidung für einen Ausbildungsbetrieb.

So auch im Kreis Gütersloh: „Aus Sicht der Jugendlichen“, sagt Sven Schrader, Teamleiter U25 der Agentur für Arbeit Gütersloh, „ist die Lage am Aus-

bildungsmarkt ausgesprochen gut. Die Zahl der gemeldeten Ausbildungsplätze ist im letzten Jahr gegenüber dem Vorjahr noch mal um rund vier Prozent gestiegen.“

Aus der Perspektive der Arbeitgeber stellt sich die Lage im Kreis ganz anders dar: Sie verzeichnen einen Rückgang der Bewerbungszahlen um fast fünf Prozent und haben zunehmend Schwierigkeiten, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen. Sven Schrader: „Großunternehmen mit Mar-

kennamen haben noch Zulauf, aber bei den vielen kleinen und mittelständischen Betrieben wird die Zeitspanne zwischen Stellenanzeige und Besetzung der Stelle immer größer.“

Einer der Gründe für das schrumpfende Potenzial an Nachwuchskräften für die duale Berufsausbildung ist – neben dem demografischen Wandel – der Trend zu immer höheren Schulabschlüssen und damit zum längeren Schulbesuch. Ein anderer ist nach Ansicht von Heike Zarling von der Geschäftsstellenleitung der Agentur für Arbeit „die ungeheure Zahl an Konkurrenzangeboten zur dualen Ausbildung: Immerhin 18.000 verschiedene Studiengänge stehen zur Wahl.“



Sven Schrader,
Teamleiter U25 der
Agentur für Arbeit
Gütersloh



Kristina Dietzschold (li.) und Claudia Fuchs
(re.), Kommunale Koordinierung Übergang
Schule – Beruf, Bildungsbüro Kreis Gütersloh

Dagegen verblasst in den Augen vieler Jugendlicher die Attraktivität der dualen Berufsausbildung. Ein Kurzschluss, der teils aus mangelnder Information resultiert, denn, so Kristina Dietzschold, Kommunale Koordinierungsstelle Kreis Gütersloh: „Viele Jugendliche und ihre Eltern kennen die Vielzahl an Ausbildungsberufen nicht. Zudem ist ihnen oft nicht bewusst, dass man mit der Ausbildung auch einen höherwertigen Schulabschluss nachholen kann, dass es auch ein duales Studium gibt oder dass Meister und sonstige Personen mit hoch qualifizierenden Fortbildungsabschlüssen einen Hochschulzugang erwerben. Kurzum: Die Durchlässigkeit unseres Bildungssystems ist ihnen nicht bewusst. Sie halten die duale Berufsausbildung für eine Sackgasse. Hier müssen wir aufklären und zeigen, wie attraktiv eine duale Berufsausbildung ist.“

Hier sind vor allem die Betriebe gefragt. Sie müssen ihrerseits die Attraktivität der dualen Ausbildung stärker bewerben, wenn sie auch in Zukunft ihre Ausbildungsplätze besetzen und dem prognostizierten Fachkräftemangel rechtzeitig vorbeugen wollen. Alena Miorini von der Geschäftsleitung beim Unternehmerverband im Kreis Gütersloh jedenfalls ist überzeugt: „Wer selbst ausbildet, bekommt eine für den eigenen Betrieb und dessen Arbeitsabläufe maßgeschneiderte Nachwuchskraft. Arbeitgeber, die keine Interessenten für die von ihnen angebotenen Ausbildungsplätze finden, müssen sich auch fragen: Wie kann ich Jugendliche für eine Ausbildung gewinnen? Wie kann ich Jugendliche für mein Unternehmen und ggf. auch für unbekannte Ausbildungsberufe begeistern?“

Differenzierte Lebenswelten

Dies ist auch ein wichtiges Thema für den Arbeitskreis „Ausbildungsmarkt“. Ihm gehört eine Vielzahl relevanter Akteure an, darunter die Agentur für Arbeit, das Jobcenter, die Kammern, die Kreishandwerkerschaft, der Unternehmerverband, die Wirtschaftsförderung sowie die Kommunale Koordinierungsstelle KAOA. Sie arbeiten gemeinsam daran, Jugend und Betriebe zusammenzuführen.

In einem ersten Schritt wollten die Akteure nicht nur wissen, wie viele, sondern auch welche Jugendlichen dem Ausbildungsmarkt zumindest theoretisch zur Verfügung stehen, salopp formuliert, „wie die Jugendlichen ticken“. Genau das ist Gegenstand einer gleichnamigen SINUS-Studie. Deren Ergebnisse haben sich die Akteure im Arbeitskreis Ausbildungsmarkt genauer angesehen und einen ihrer Autoren, Dr. Marc Calmbach, zu einem Vortrag in den Kreis Gütersloh eingeladen. Die Resonanz war sehr groß: Rund 250 Vertreterinnen und Vertreter von Schulen, Betrieben und Bildungsträgern nahmen daran teil.

Gleich zu Beginn seines Vortrags stellte der Direktor der Sozialforschung des SINUS-Instituts klar: „die“ Jugend gibt es nicht. Vielmehr hatten die Forscher gleich sieben unterschiedliche Lebenswelten unter den Jugendlichen identifiziert: Konservativ-Bürgerliche, Adaptiv-Pragmatische, Prekäre, Materialistische Hedonisten, Experimentalistische Hedonisten, Sozialökologische und Expeditiv.

Zur Illustration nur zwei Beispiele, die gegensätzlicher kaum sein könnten: die

„Konservativ-Bürgerlichen“, definiert als „familien- und heimatorientierte Bodenständige mit Traditionsbewusstsein und Verantwortungsethik“ und die „experimentalistischen Hedonisten“, also die „spaß- und szenorientierten Nonkonformisten mit Fokus auf Leben im Hier und Jetzt“. Während Jugendliche der ersten Gruppe vergleichsweise wenig über neue Ausbildungsberufe wissen, spielt für die anderen die „Selbstentfaltung im Beruf“ eine entscheidende Rolle. Zu fragen wäre, regte der SINUS-Referent an, „welche Potenziale in den unterschiedlichen Lebenswelten liegen und wie diese Jugendlichen als Auszubildende die Unternehmen bereichern können.“

Tiefere Erkenntnisse lieferte hierzu „Azubis gewinnen und fördern“, eine Zielgruppenstudie des SINUS-Instituts für die Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg, die sich der „Arbeitskreis Ausbildungsmarkt“ ebenfalls näher angeschaut hat.

Sie hatte ergeben, dass die Berufswahl bei den meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen maßgeblich durch intrinsische Motivationen gesteuert wird. So muss der Beruf Spaß machen, den eigenen Neigungen und Fähigkeiten entsprechen und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben gewährleisten. Die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung ist den Jugendlichen genauso wichtig wie ein hohes Einkommen. Hinzu kommen ein gutes Betriebsklima, gute Karrierechancen, fachliche Weiterentwicklung und Krisensicherheit – mit Unterschieden zwischen Männern und Frauen, zwischen formal höherem und niedrigerem Bildungsstand.



Michael Kaiser, Referent Berufliche Bildung
Berater kaufmännische Ausbildung
Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen
zu Bielefeld

Zu den wichtigen Erwartungen an den Arbeitgeber zählen auch „abwechslungsreiche Aufgaben“. Vor allem Auszubildende nennen diesen Aspekt häufig. Weitere Kriterien der Arbeitgeberattraktivität sind flexible Arbeitszeiten, die Nähe zum Wohnort, aber auch, „dass das Unternehmen einen guten Ruf in der Region genießt und Produkte bzw. Leistungen verkauft, mit denen man sich voll identifizieren kann sowie die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, die Corporate Social Responsibility.“ Als störend empfinden Jugendliche das Arbeiten mit schlechter oder veralteter Technik, viele Überstunden oder Wochenendarbeiten. Sich selbst attestieren die jungen Menschen übrigens eine hohe Leistungsbereitschaft.

Aus Sicht der jungen Generation sind laut Studie die unmittelbare persönliche Arbeitserfahrung über ein Praktikum und der direkte Austausch mit Menschen, die in dem Beruf arbeiten bzw. gearbeitet haben, die besten Möglichkeiten, um sich über berufliche Optionen zu informieren. Erst dann folgen die Internetrecherche über Suchmaschinen oder die Unternehmenshomepage. Doch trotz einer Vielzahl an Informationsquellen fühlt sich nahezu die Hälfte aller Befragten nicht ausreichend darüber informiert, „was man nach der Schule beruflich machen kann“. Junge Frauen fühlen sich dabei deutlich seltener ausreichend informiert als junge Männer. Interessant: Die wahrgenommenen Informationsdefizite nehmen mit dem Bildungsgrad zu.

Neue Ansprache-Konzepte

Schon bald nach der Beschäftigung mit den genannten Studien zog der Arbeits-

kreis Ausbildungsmarkt erste Schlussfolgerungen: Ähnlich differenziert wie die Lebenswelten müssen auch die Ansprache-Konzepte der Betriebe sein, wenn sie diese Jugendlichen erreichen wollen. Betriebe können nicht länger eine einheitliche Werbe-Kampagne für alle starten, weil jedes Milieu anders angesprochen werden möchte.

Doch in manchen Unternehmen haben sich die Ausbilder mit der neuen Jugendgeneration noch gar nicht auseinander gesetzt: Sie praktizieren Bewerbungs- und Auswahlverfahren wie in alten Zeiten, die junge Leute heute kaum noch ansprechen. Hier kann das Portal „Stark für Ausbildung“ – www.stark-fuer-ausbildung.de – unterstützen, das Informationen und Schulungen für Ausbilderinnen und Ausbilder bietet, so IHK-Ausbildungsberater Michael Kaiser.

Unabhängig von den Lebenswelten, stellt Heike Zarling jedoch klar, müssen Betriebe aber auch auf den formalen Bildungsabschluss schauen: „Vereinfacht formuliert: Bei der Berufsorientierung muss man an Förderschulen andere Berufe vorstellen als an Gymnasien.“

Alle Beteiligten sind sich einig: Unverzichtbar sind Peer-to-Peer-Angebote im Rahmen der Berufsorientierung, eine weitere Erkenntnis der SINUS-Studie. Kristina Dietzschold: „Jugendlichen fehlt manchmal der Mut, auf einen Manager zuzugehen. Bei den Berufsbörsen und beim Berufsparcours setzen die Betriebe deshalb jetzt vermehrt auf den Einsatz von Auszubildenden, damit sich die Jugendlichen auf Augenhöhe informieren können.“

Erfolgreich ist auch das von der IHK, der HWK, der Kreishandwerkerschaft, der Agentur für Arbeit und dem Kreis Gütersloh zum siebten Mal angebotene Azubi-Speed-Dating, „ein kurzer, unkomplizierter Weg ohne großartige Bewerbungen.“ Die 10-minütigen Gespräche zwischen Ausbildern und Lehrstellensuchenden sind in vielen Fällen Ausgangspunkt für einen unterschriebenen Ausbildungsvertrag.

Betriebe und Kammern müssen heute andere Wege gehen und Jugendliche aktiv ansprechen, um Interesse an einer dualen Ausbildung zu wecken. Eine Idee des Arbeitskreises sind Schulhofaktionen, mit besonderem Blick auf die steigende Zahl an Gesamtschulen im Kreis. Die Akteure des Arbeitskreises und Betriebe mit Auszubildenden und Ausbildern stellen vor Ort ihre Ausbildungsberufe vor und werben für eine „Karriere mit Lehre“. IHK-Mitarbeiter Michael Kaiser: „Wer nicht für sich wirbt, bleibt unsichtbar.“

Weil aber auch Eltern im Berufswahlprozess weiterhin eine wichtige Rolle spielen, hat der Kreis Gütersloh gemeinsam mit der Agentur für Arbeit ein Elternprogramm aufgelegt. „So wollen wir Eltern über die gesamte Bandbreite an Ausbildungsberufen, Branchen und Betrieben informieren.“ Für die Betriebe plant der Arbeitskreis die Herausgabe eines Handouts. Der „Katalog von Möglichkeiten“ soll zeigen, wie Unternehmen sich als attraktive Arbeitgeber präsentieren können.

Einhelliges Lob findet schon jetzt die neue, illustrierte Broschüre der Kreishandwerkerschaft. Sie stellt, speziell für den Kreis Gü-



Angelika Wolke,
Kreishandwerkerschaft Gütersloh

tersloh, kurz und knapp Handwerksberufe vor. Angelika Wolke von der Kreishandwerkerschaft: „Wenn Jugendliche dann über eine Berufe-Messe gehen, können sie an den einzelnen Ständen sagen: Den kenn ich doch aus der Broschüre!“ Und Kristina Dietzschold ergänzt anerkennend: „Auch der Genderaspekt wird aufgegriffen. So erfahren Jugendliche, dass es nicht nur den Zimmerer, sondern auch die Zimmererin gibt.“

Einsatz von Ausbildungsbotschaftern

Immer häufiger zum Einsatz kommen die vom Land NRW geförderten Ausbildungsbotschafter und -botschafterinnen. Junge Auszubildende gehen in die Schulen oder auf Berufe-Messen und bieten den Schülerinnen und Schülern einen Einblick in praktische Tätigkeiten ihres Berufs. So stellte ein Botschafter aus der Logistikbranche den Jugendlichen etwa die Aufgabe, für einen LKW die günstigste Route quer durch Deutschland zu planen. Wie sinnvoll der Einsatz von Ausbildungsbotschaftern sein kann, illustriert Kristina Dietzschold an einem Beispiel: „So konnte eine junge Frau, die nach ihrem abgebrochenen Studium jetzt eine Ausbildung zur Konditorin absolviert, plausibel erklären, dass ein Studium nicht für jeden der bessere Weg ist und dass auch nicht alle Lebensläufe straight verlaufen, sondern Brüche und Wechsel möglich sind. Damit und mit dem Hinweis auf die Durchlässigkeit unseres Bildungssystems nehmen wir den Jugendlichen zugleich die weit verbreitete Angst, mit ihrer Berufswahl eine Entscheidung getroffen zu haben, die sie ihr Leben lang bindet.“

Im Kreis Gütersloh jedenfalls boomt das Projekt „Ausbildungsbotschafter“. Allein die dortige IHK hat momentan 91 aktive Botschafter mit 30 unterschiedlichen Ausbildungsberufen „im Dienst“, 16 weitere werden derzeit geschult. Die Koordinatorinnen der Kammern werden dabei vom MAIS und aus ESF-Mitteln gefördert. Kristina Dietzschold: „Fast alle Schulen, die schon einmal Botschafter eingeladen hatten, finden das Projekt gut. Erfreulich ist vor allem, dass auch drei Gymnasien das Angebot für sich entdeckt haben und ihren Gymnasiasten die duale Ausbildung als echte Alternative zum Studium vorstellen wollen.“

Noch einen Schritt weiter bei der Realisierung von Peer-to-Peer-Konzepten geht auch die IHK. Hier sind nach Angaben von IHK-Ausbildungsberater Michael Kaiser bei Vorstellungsgesprächen mit Ausbildungsplatzbewerbern immer auch IHK-Auszubildende aus dem zweiten und dritten Ausbildungsjahr dabei: „Sie sind einbezogen in den Entscheidungsprozess und sehr oft ein Grund dafür, weshalb sich Bewerbende für eine Ausbildung bei der IHK entscheiden.“

Relevanz weicher Faktoren

Auch aus der Studien-Erkenntnis, dass Jugendliche bei ihren Bewerbungen wissen wollen, wofür das Unternehmen steht, hat die Agentur für Arbeit Konsequenzen gezogen. Sven Schrader, Leiter des dortigen Teams „U25“: „Wenn bei uns eine Firma ein Stellenangebot aufgibt und nur hineinschreibt: Wir suchen zum 1.8. einen Auszubildenden, dann interveniert unser Arbeitgeberservice und sagt: Das reicht nicht! Habt ihr nicht einen Home-

pageauftritt, auf dem zu sehen ist, wofür das Unternehmen steht, welches Alleinstellungsmerkmal es gibt oder wie es sich sozial engagiert, sodass es ein gutes Gefühl verschafft, für diese Firma zu arbeiten?“

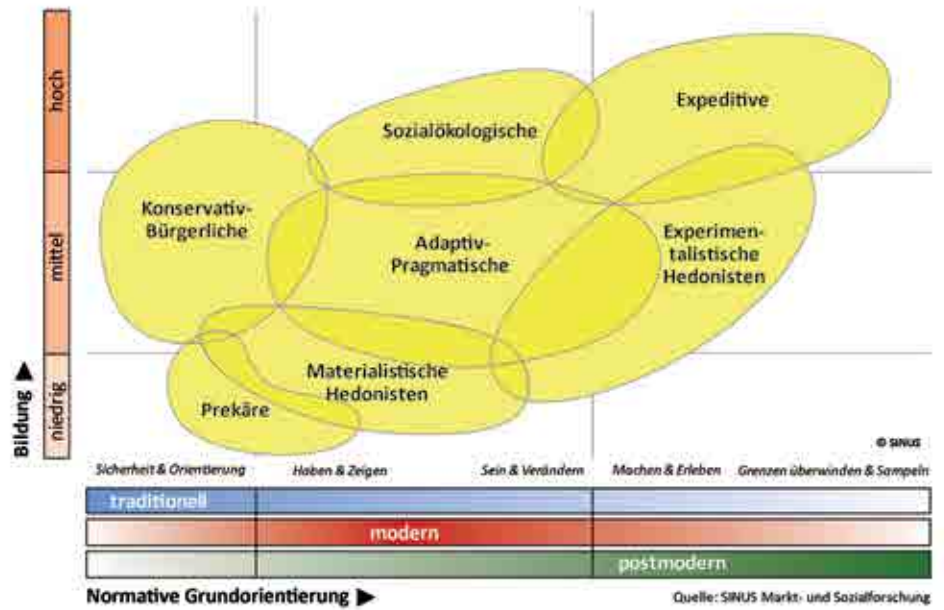
Dass Jugendliche laut SINUS-Studie großen Wert auf sogenannte weiche Faktoren legen, sieht Alena Miorini vom Unternehmerverband als Chance: „Insbesondere die kleinen und die vielen familiengeführten Unternehmen können hier mit ihrem guten Betriebsklima punkten.“

Tatsächlich, so Kristina Dietzschold, hat sich das Auftreten der Betriebe auf den Berufe-Messen deutlich gewandelt: „Plötzlich waren dort Flyer zu sehen, die das soziale Engagement oder die Familienfreundlichkeit eines Unternehmens in den Fokus stellen. Alles zudem präsentiert mit ganz anderen Formulierungen als gewohnt: Statt ‚wir suchen‘ oder ‚wir erwarten‘, war jetzt ‚wir bieten‘ zu lesen. Das ist ein großes Umdenken.“

In der Ausbildung selbst bieten sich Betrieben viele Möglichkeiten, deren Attraktivität zu steigern, am besten gleich zu Beginn. So empfängt die Kreishandwerkerschaft Auszubildende an ihrem ersten Tag mit einem persönlichen Begrüßungsschreiben. Firmen, ergänzt Sven Schrader von der Agentur für Arbeit, können aber auch Ausbildungsplätzen installieren oder Anreize für gute Leistungen bieten: „Das muss nicht unbedingt mehr Geld, sondern kann zum Beispiel ein Team-Event außerhalb des Betriebs sein – alles relativ einfach umsetzbare Faktoren.“

Ein bei Jugendlichen besonders beliebtes Angebot nennt Michael Kaiser von der IHK: „Immer mehr Unternehmen bieten ihren Auszubildenden ein Auslandsprak-

SINUS-Modell für die Lebenswelten der 14-17-Jährigen



tikum während ihrer Ausbildungszeit an. Nicht nur die großen Unternehmen mit Filialen in anderen Ländern ermöglichen das, sondern auch die kleinen und mittleren über ihre Kunden und Lieferanten im Ausland.“ Bis zu neun Monate kann so ein Auslandspraktikum während der regulären Ausbildung dauern.

Eins der längerfristig angelegten Themen im Arbeitskreis Ausbildungsmarkt ist die Vermeidung von Ausbildungsabbrüchen. Nicht ohne Grund, denn die Abbruchquote liegt im Kreis Gütersloh, ähnlich wie im Bund, bei rund 20 Prozent.

Praktika und Berufsfelderkundungen: Betriebe live erleben

Im Vorfeld einer Ausbildung bieten Berufsfelderkundungen (BFE) und Praktika als Standardelemente von KAoA Jugendlichen die ideale Möglichkeit, die Vielfalt der rund 360 Ausbildungsberufe in Deutschland kennenzulernen. Die Betriebe wiederum haben auf gleichem Wege die Chance, erste Kontakte zu ihren zukünftigen Auszubildenden zu knüpfen.

Im Kreis Gütersloh gibt es einen eigenen Arbeitskreis Berufsfelderkundungen, initiiert durch die Kommunale Koordinierungsstelle. Hier überlegen Agentur für Arbeit, Unternehmerverband, pro Wirtschaft, Kammern und die Kreishandwerkerschaft sowie ein Schulvertreter gemeinsam, wie sie Betriebe und Schulen bei der Gestaltung der Berufsfelderkundungen unterstützen können.

Die Bedeutung von BFE und Praktika ist nach Ansicht von Alena Miorini vom Unternehmerverband gar nicht hoch ge-

nug einzuschätzen, denn: „Hier stellt das Unternehmen seine Persönlichkeit vor.“

Wichtig ist also nicht nur das Angebot an sich, sondern auch seine Gestaltung. Heike Zarling: „Ein Praktikum oder eine BFE ist für die Jugendlichen meist der erste Kontakt mit der Arbeitswelt. Da können Arbeitgeber viel falsch machen, wenn sie die Erkenntnisse der SINUS-Studie komplett ignorieren. Dass ein Unternehmen mehr macht, als nur Gewinne zu erzielen, kann man auch in Gestaltung eines solchen Tages verdeutlichen. Gelingt es nicht, sind für den Jugendlichen oft sofort der Beruf und die gesamte Branche abgewählt. Eine zweite Chance geben sie nicht.“

Damit BFE und Praktika tatsächlich Interesse erzeugen können, müssen sie entsprechend gestaltet sein. Das können auch kleine Betriebe, ist Alena Miorini vom Unternehmerverband überzeugt: „Sie müssen sich im Vorfeld allerdings Gedanken machen. Es reicht nicht, den Jugendlichen einmal durch den Betrieb zu führen und auch schöne Werbegeschenke genügen nicht. Wichtig sind erste Tätigkeiten, eine kleine Arbeitsprobe mit greifbarem Ergebnis und einem Lernerfolg, die in Erinnerung bleiben.“ Sven Schradler: „Also nicht mehr: Mach mal ein Praktikum bei uns und dann darf er das

Lager fegen, nein, Praktikum und BFE müssen ein Erlebnis sein, eine echte Erfahrung, bei der Jugendliche die Chance haben, einen Betrieb live zu erleben, um anschließend sagen zu können: Das ist der richtige Beruf, das ist die richtige Firma für mich. Hier fühle ich mich wohl.“

Reizvoll ist es für Jugendliche auch, einen Bericht über ihr eigenes Praktikum in der Zeitung zu lesen. Das ist bereits in mehreren Fällen gelungen. Grundsätzlich, ist sich der Arbeitskreis einig, lohnt es sich, Best-Practice-Beispiele zu publizieren. Dazu zählt etwa eine Berufsfelderkundung in einem Betrieb aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, das wegen seiner Arbeitszeitbedingungen bei Jugendlichen nicht so hoch angesehen ist. Hier lernten Jugendliche an einem BFE-Tag in Begleitung von Auszubildenden, wie man Cocktails mixt: „Das kam bei allen Jugendlichen gut an.“

Interessant sind auch die Gestaltungsmöglichkeiten von BFE und Praktikum im Tischler-Handwerk. Angelika Wolke von der Kreishandwerkerschaft nennt ein Beispiel: „In einem eintägigen Praktikum wird ein Zauberwürfel-Geduldsspiel gebaut. Auf der Basis eines Musters wird eine Zeichnung erstellt, wobei sechs Leisten angerissen werden müssen. Erforderlich sind räumliche Vorstellung



Heike Zarling, Geschäftsstellenleitung
der Agentur für Arbeit Gütersloh

und logisches Denken. Die Leisten werden gesägt und mit Klüpfel und Stechisen ausgestemmt und anschließend mit losen Steckverbindungen zusammengesteckt. In einem einwöchigen Praktikum kann auch ein Longboard gebaut werden. Bis auf einige wenige Hilfestellungen wie zum Beispiel beim Gebrauch der maschinellen Sägen können die jungen Menschen alles selbst machen und lernen dabei den Umgang mit Furnieren und Leim, Kanten zu bearbeiten und Oberflächen zu bearbeiten. Auch der Einsatz von Lacken spielt eine Rolle.“ Zudem werden die Jugendlichen auf die Verbindung von altem Handwerk und modernster Technologie hingewiesen: Laser, EDV, Digitaldrucker, Digitalfräse und CNC kommen selbstverständlich zum Einsatz.

So wie Betriebe mit der guten Gestaltung einer BFE, eines Praktikums oder einer Ausbildung gewinnen können, so können sie mit einer schlechten auch verlieren. Darauf weist IHK-Ausbildungsberater Michael Kaiser hin, der selbst eine Ausbildung zum Industriekaufmann absolviert hat: „Wenn ich damals aufgrund irgendwelcher Probleme mit dem Betrieb eine Ausbildung abgebrochen hätte, hätten nur ich, meine Familie und mein Freundeskreis davon erfahren. Aber heute veröffentlichen die Jugendlichen ihre Erfahrungen über Bewertungsportale und soziale Netzwerke wie Facebook im Internet. Wenn ein Betrieb also schlecht ausgebildet, weiß es morgen die halbe Welt.“

Grundsätzlich aber und anders als zu Beginn, sagt Claudia Fuchs von der KoKo, „ist es für die Betriebe längst kein Problem mehr, wenn Schülerinnen und Schüler für einen BFE-Tag in den Betrieb kommen. Im

Gegenteil, die Betriebe wissen BFE mittlerweile zu schätzen. Für sie sind BFE ein wichtiges Instrument, um sich bekannt zu machen. Mittlerweile haben sich gute Kooperationsbeziehungen zwischen Schulen und Betrieben entwickelt, denn Betriebe entdecken BFE zunehmend als Chance.“

Mehr attraktive Ausbildungsplätze

Alle Netzwerk-Partner stimmen überein: „Wir wären weniger erfolgreich, wenn jede Institution für sich agieren würde. Daher sind alle froh darüber, dass Entscheidungen gemeinsam getroffen und getragen werden.“

Auch wenn es gegenwärtig etwas schwieriger ist, freie Ausbildungsplätze zu besetzen, wollen alle Akteure im Arbeitskreis Ausbildungsmarkt die Zahl an Ausbildungsplätzen weiter erhöhen. In Zweier-Teams der Akteure Agentur für Arbeit, Jobcenter, IHK, HWK und Kreishandwerkerschaft besuchen sie unangemeldet Betriebe, die noch nie oder schon lange nicht mehr ausgebildet haben: „Das kommt bei den Unternehmen sehr gut an.“ Dabei haben die Akquisiteure jedoch nicht nur die Erhöhung der Ausbildungsquote, sondern immer auch die Qualität der Ausbildungsplätze im Blick, denn nur wenn sie gewährleistet ist, ist die duale Ausbildung in den Augen der Jugendlichen wirklich attraktiv.

ABSTRACT

Um die Attraktivität der dualen Ausbildung im Rahmen des Landesvorhabens „Kein Abschluss ohne Anschluss“ (KAoA) im Kreis Gütersloh zu steigern, hat die dortige Kommunale Koordinierungsstelle gemeinsam mit ihren Netzwerkpartnern im Arbeitskreis „Ausbildungsmarkt“ eine umfassende Strategie entwickelt. Ausgangspunkt war ein Vortrag zur „SINUS“-Studie über die unterschiedlichen Lebenswelten von Jugendlichen.

ANSPRECHPARTNER IN DER G.I.B.

Albert Schepers

Tel.: 02041 767255

a.schepers@gib.nrw.de

KONTAKT

Kommunale Koordinierung

Übergang Schule – Beruf

Bildungsbüro Kreis Gütersloh

Kristina Dietzschold

Tel.: 05241 851515

kristina.dietzschold@gt-net.de

AUTOR

Paul Pantel

Tel.: 02324 239466

paul.pantel@arcor.de