

Und plötzlich sind die Berufsschulen leer? Maßnahmen zur frühzeitigen Ansprache und Begeisterung von Schülern für eine duale Ausbildung

Anette Morhard
Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* Thüringen

Analyse des Instituts für Demoskopie Allensbach (9/2014), Quelle Vodafone Stiftung – Was sagt die Zielgruppe?

46 % der Schülerinnen und Schüler tun sich schwer mit der Entscheidung, was sie beruflich werden wollen –

44 % finden sich leicht.

56 % der Schülerinnen und Schüler fühlen sich ausreichend über ihre beruflichen Möglichkeiten informiert – immerhin bei

35 % ist dies aber nicht der Fall.


75 % der Schülerinnen und Schüler fanden ihr Betriebspraktikum hilfreich bei der Berufswahl –

Über Gespräche mit Lehrern sagen das nur **39 %**.

62 % der weiblichen Azubis in technischen Berufen habe während ihres Praktikums gemerkt, dass ihnen dieser Bereich liegt –

46 % haben diese Erkenntnis (auch) in der Schule gewonnen.

Grundlage der schulischen Aktivitäten im Kontext der Berufsorientierung bildet die **Landesstrategie zur praxisnahen Berufsorientierung**. Hier werden für den Freistaat Thüringen einheitliche Rahmenvorgaben und Qualitätskriterien für eine gelungene Berufsorientierung definiert.



Alle Schülerinnen und Schüler werden individuell, entsprechend ihrer unterschiedlichen Entwicklungsphasen in der Berufswahlkompetenz gefördert und in ihrer Selbstverantwortlichkeit gestärkt.

Lehrpläne und Unterricht

- Verankerung BO

BO-Konzept der Schule

- als Teil des schulischen Gesamtkonzeptes

**Beratungslehrer und
Beratungslehrer
Berufsorientierung**

- Systematische und individuelle Beratung

Lernen am anderen Ort

- Exkursionen
- Betriebsbesichtigungen und –erkundungen
- Hochschulen und Wissenschaft
- thematische Wandertage zur Berufsorientierung nutzen

Berufswahlpass online

- Analyse
- Entwicklung
- Dokumentation des individuellen Weges zum Beruf

**Online-Tool „Gute
Berufsorientierung“
Berufswahl-SIEGEL**

- Qualitätssicherung
- Qualitätsentwicklung

Schülerbetriebspraktikum

- spezifische Erprobung
- Wissensabgleich (besondere Form des Lernens am anderen Ort)

Wissenschaftliche Grundlegung und Standardsetzung durch das Thüringer Berufsorientierungsmodell (ThüBOM)

Gesetzlicher Auftrag der BA zur Berufsorientierung und –beratung

Engagement der Eltern und Unterstützung der Elternarbeit

Praxisnahe Berufsorientierung durch Berufsfelderkundung und –erprobung mit Hilfe des Europäischen Sozialfonds.

- Bis zum Jahr 2025 werden lt. einer Fachkräftestudie des Zentrums für Sozialforschung Halle e. V. (ZSH) über 280.000 Arbeitskräfte benötigt. Rund $\frac{3}{4}$ in drei Wirtschaftsbereichen: Industrie, unternehmensnahe Dienstleistung sowie Gesundheits- und Sozialwirtschaft – in Thüringen werden Fachkräfte und Auszubildende in Mangelberufen heute schon gesucht!
- Ende März 2017 waren bei den Thüringer Agenturen für Arbeit rund 8.000 Bewerberinnen und Bewerber für Ausbildungsstellen gemeldet (+0,4). Diesen stehen 11.000 gemeldete Berufsausbildungsstellen zur Verfügung (+0,6).
- Das Verhältnis von Ausbildungsstellenbewerbern zu Berufsausbildungsstellen liegt Ende März 2017 bei 1,38 (identisch zum Vorjahr).
- Die Berufswünsche der Top 10 der unbesetzten Berufsausbildungsstellen und der noch unversorgten Bewerberinnen und Bewerber Ende März 2017.

Gegenüberstellung der Top 10 der unbesetzten Berufsausbildungsstellen und der noch unversorgten Bewerberinnen und Bewerber Ende März 2017 (Reihenfolge nach Anzahl der gemeldeten noch unbesetzten Berufsausbildungsstellen):

	unbesetzte Berufsausbildungs- stellen	unversorgte Bewerberinnen und Bewerber	Differenz
gesamt	7.533	5.304	2.229
Kaufmann/-frau im Einzelhandel	479	265	214
Verkäufer/in	355	365	-10
Fachkraft-Lagerlogistik	258	147	111
Zerspanungsmechaniker/in	219	k. A.	-
Kaufmann/-frau Büromanagement	200	231	-31
Mechatroniker/-in	193	k. A.	-
Kfz-Mechatroniker/-in; Pkw-Technik	184	248	-64
Koch/Köchin	180	k. A.	-
Maschinen- und Anlagenführer/in	178	100	-78
Industriemechaniker/-in	172	k. A.	-

k. A. keine Angaben im Ranking der Top 10 der Berufswünsche

Wie entwickelte sich der Ausbildungsmarkt in Thüringen?

Ausbildungsmarkt zeigt sich stabil als Bewerbermarkt

Entwicklung Bewerber – Stellen von 2011 - 2016

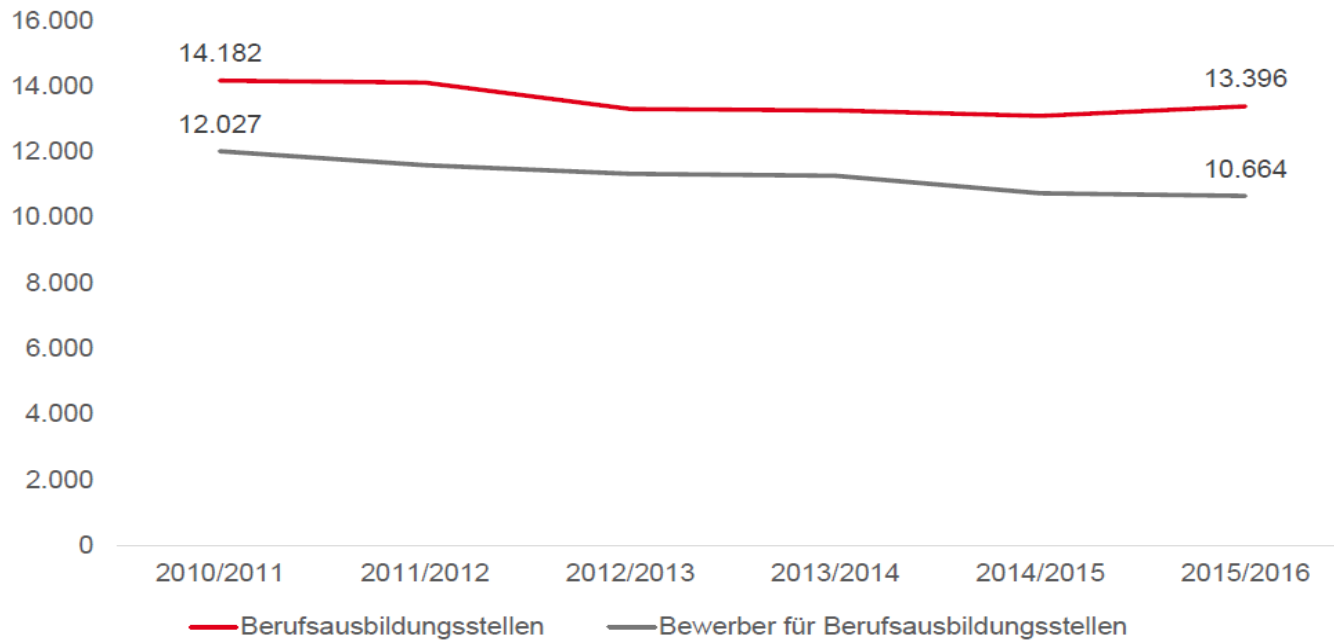
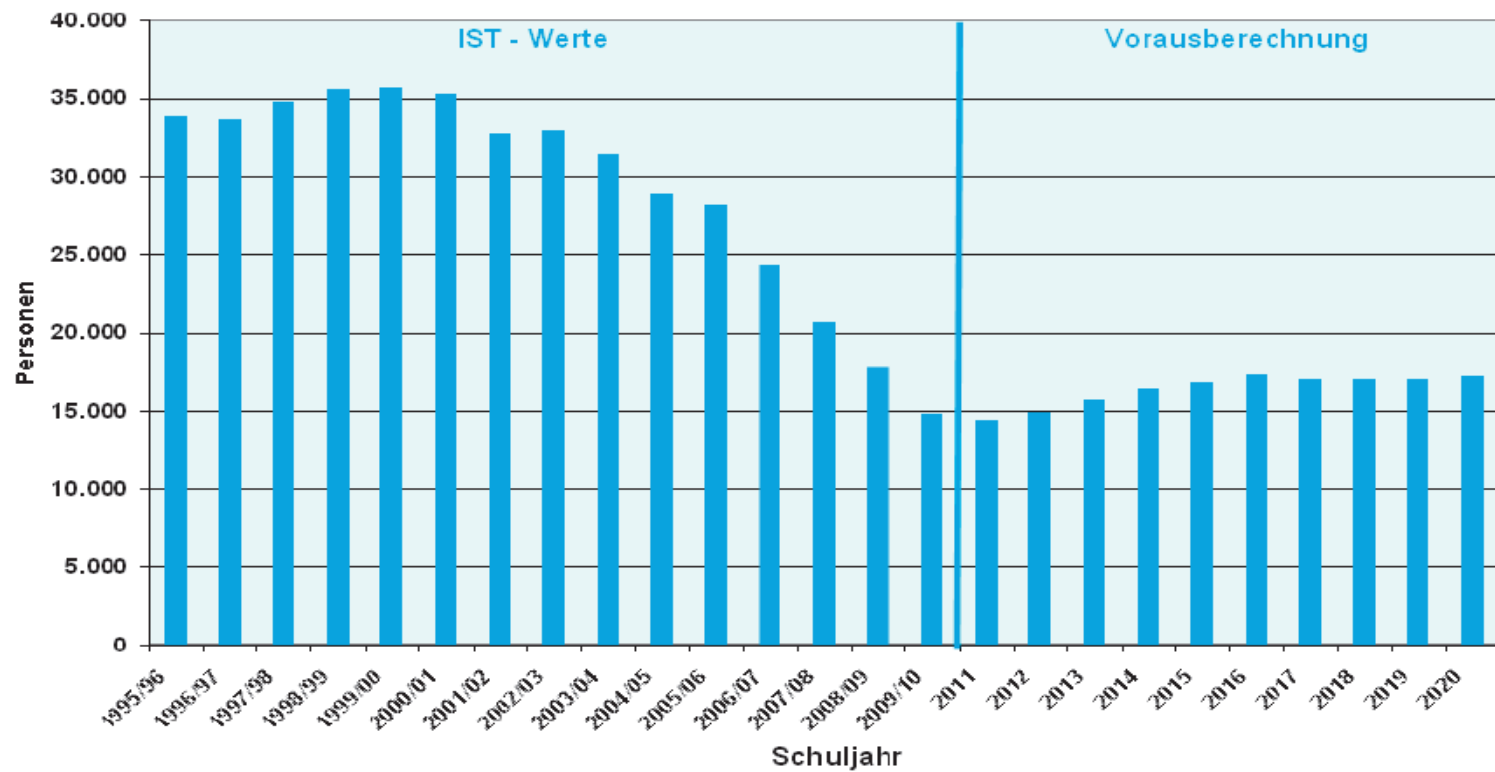


Abbildung 20: Absolventen der Thüringer allgemeinbildenden Schulen
 - bis 2010 Ist-Angaben, ab 2011 Vorausberechnungen der KMK -



Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben des Thüringer Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur sowie der Kultusministerkonferenz der Länder

Was kann im Unterricht, an der allgemeinbildenden Schule geleistet werden?

- Regionale Unternehmen werden erkundet;
- Praktika in Betrieben sind enorm wichtig; auch freiwillige Praktika in den Ferien sind möglich;
- Unternehmen und Schulen gehen verbindliche Partnerschaften ein;
- Im Unterricht wird über den Fachkräftebedarf der Thüringer Wirtschaft gesprochen (Chancenatlas der BA);
- Schülerinnen und Schüler recherchieren Berufs- und Ausbildungswege und diskutieren über Vor- und Nachteile der dualen Ausbildung bzw. schulischer Ausbildungsgänge bzw. Studium;
- Schülerinnen und Schüler sprechen mit Eltern, älteren Geschwistern und Freunden darüber;
- Schülerinnen und Schüler sprechen mit der Berufsberatung im Klassenverband und individuell im Beratungsgespräch;
- Schülerinnen und Schüler nutzen die zahlreichen Kompetenz- und Berufswahltests und sind Kunde im BIZ sowie bei Berufenet;

Wie unterstützen Berufsschulen bei der praxisnahen Berufsorientierung?

- Berufsbildende Schulen werden modellhaft in der praxisnahen Berufsorientierung an allgemeinbildenden Schulen (auch Gymn.) eingebunden.
- Sie verfügen über eine hohe Fachkunde in der Berufsbildung und können praxisnah Stoff vermitteln. Berufsschullehrer arbeiten eng mit Unternehmen zusammen und kennen die Anforderungen der Wirtschaft.
- Berufsbildende Schulen verfügen über vielfältige Fachkabinette.
- Berufsbildende Schulen wirken heute schon in den regionalen Arbeitskreisen SCHULEWIRTSCHAFT als unverzichtbare Partner mit.
- SCHULEWIRTSCHAFT möchte unterstützen, dass Berufsbildende Schulen über einzelne Modellprojekte und Kooperationen hinaus, noch stärker in der praxisnahen Berufsorientierung aktiv sein können.

Zur Frage: Gehen den Berufsbildenden Schulen die Kunden aus?

- Schulischer Partner in der dualen Ausbildung – **Kernaufgabe**
- Berufsvorbereitungsjahr zum Erwerb des Hauptschulabschlusses, **BVJ-S**
- Berufsfachschule, höhere Berufsfachschule
- Fachoberschule, Berufliches Gymnasium
- Fachschule im Anschluss an eine abgeschlossene einschlägige Berufsausbildung
- Für Jugendliche mit sonderpädagogischem und pädagogischem Förderbedarf: Ausbildung in Berufen für Schüler mit Behinderung

Der Trend zum höheren Schulabschluss kommt auch in der Berufsbildenden Schule an. Wichtiger Partner bei der Integration von Flüchtlingen. Steigende Schülerzahlen werden prognostiziert.

Wie werde ich ein attraktiver Arbeitgeber?

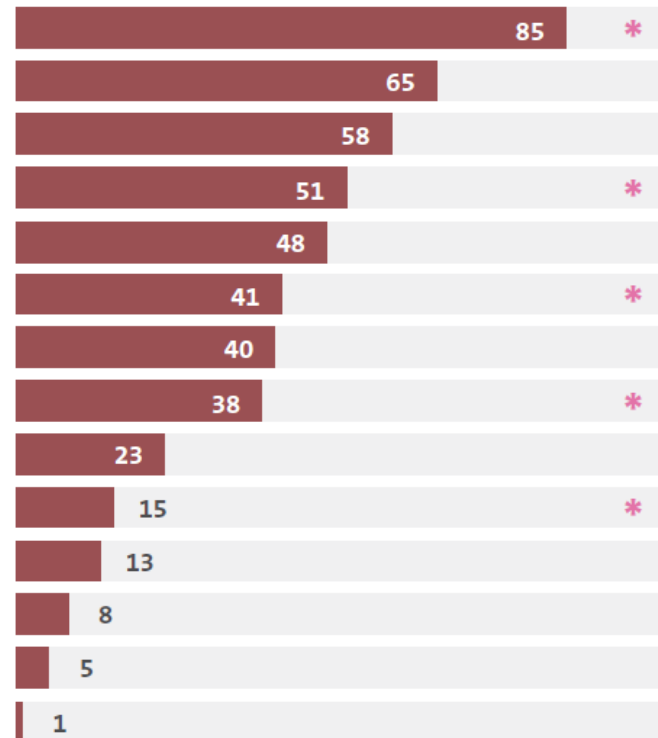
- Wettbewerbsmarkt um Azubis – attraktives Angebot unterbreiten;
- Jugendliche wollen umworben werden, wie Kunden auf den Absatzmärkten;
- Eltern, Lehrer, Berufsberater, Berufseinstiegsbegleiter, Schulsozialarbeiter etc. begleiten junge Leute und müssen eingebunden werden;
- Es geht darum: ehrlich, unverwechselbar zu zeigen, was das Unternehmen so einzigartig macht;
- Jugendliche suchen ihren Traumberuf, müssen überzeugt sein: bei diesem Unternehmen will ich lernen;
- Ganz nebenbei geschieht auch Mitarbeiterbindung, die Beschäftigten fungieren als Firmenbotschafter;

RKW-Kompetenzzentrum, Leitfaden 1, Klein – aber fein, Als attraktiver Ausbildungsbetrieb bei Jugendlichen groß rauskommen

Was stellen sich Jugendliche vor?

Der Beruf muss

- ... mir Spaß machen.
- ... meinen Neigungen / Fähigkeiten entsprechen.
- ... sich gut mit Privatleben vereinbaren lassen.
- ... ein hohes Einkommen garantieren.
- ... mir die Möglichkeit geben, mich selbst verwirklichen zu können.
- ... gute Karrierechancen eröffnen.
- ... mir ermöglichen, mich fachlich weiterentwickeln zu können.
- ... krisensicher sein.
- ... es mir ermöglichen, überall auf der ganzen Welt Arbeit zu finden.
- ... es mir ermöglichen, viel zu reisen u. die Welt zu sehen.
- ... in der Gesellschaft angesehen sein.
- ... in meinem Freundeskreis angesehen sein.
- ... meinen Eltern gefallen.
- ... Weiß nicht.



„Was ist für dich bei der Berufswahl am wichtigsten? Bitte wähle die fünf für dich wichtigsten Aussagen aus.“
(Basis: 1.002 Fälle); * Diese Punkte wurden in der Allensbach-Studie als wichtig für die persönlichen Ziele angesehen.

Wunscharbeitgeber ist, wer

- ... dafür bekannt ist, dass das Verhältnis zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten sehr gut ist.
- ... dafür bekannt ist, dass die Stimmung unter Kollegen sehr gut ist.
- ... gute Karrierechancen bietet.
- ... abwechslungsreiche Aufgaben bietet.
- ... feste Ansprechpartner benennt.
- ... in der Nähe des Wohnorts liegt.
- ... überdurchschnittlich gut zahlt.
- ... flexible Arbeitszeiten ermöglicht.
- ... Zusatzqualifikationen ermöglicht.
- ... Regelmäßig die Leistungen bewertet, lobt.

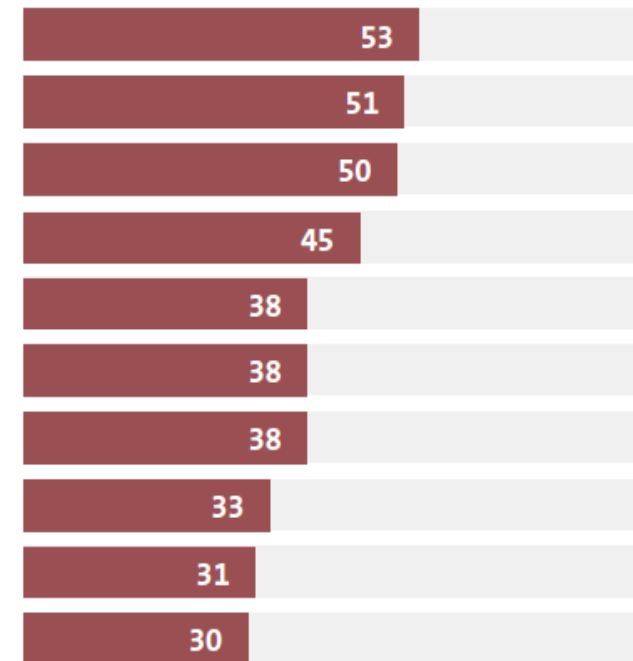


Abbildung 1: Erwartungen an den Beruf und an den Arbeitgeber. Angaben in Prozent.

Quellen: Sinus, 2014: Azubis gewinnen und fördern. Eine Zielgruppenanalyse des SINUS-Instituts für die Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg. Allensbach, 2014: Schule, und dann? Herausforderungen bei der Berufsorientierung von Schülern in Deutschland.

Zwei wichtige Fragen, die beantwortet werden müssen:

1. Wie werde ich als Arbeitgeber wahrgenommen?
2. Welches Image hat unser Unternehmen?

Alleinstellungsmerkmal heraus arbeiten; Das Besondere am Ausbildungsberuf benennen; Stellenwert der dualen Ausbildung klären;

Wettbewerber kennen:

- alle ausbildenden Unternehmen
- schulische Ausbildungsgänge, Hochschulen
- auch Gymnasiasten ansprechen (10. Klasse BLF, Abiturienten, Studienabbrecher)

Meisterbrief ist soviel wert, wie ein Bachelorabschluss. Mit beiden kann ein Masterstudium begonnen werden.

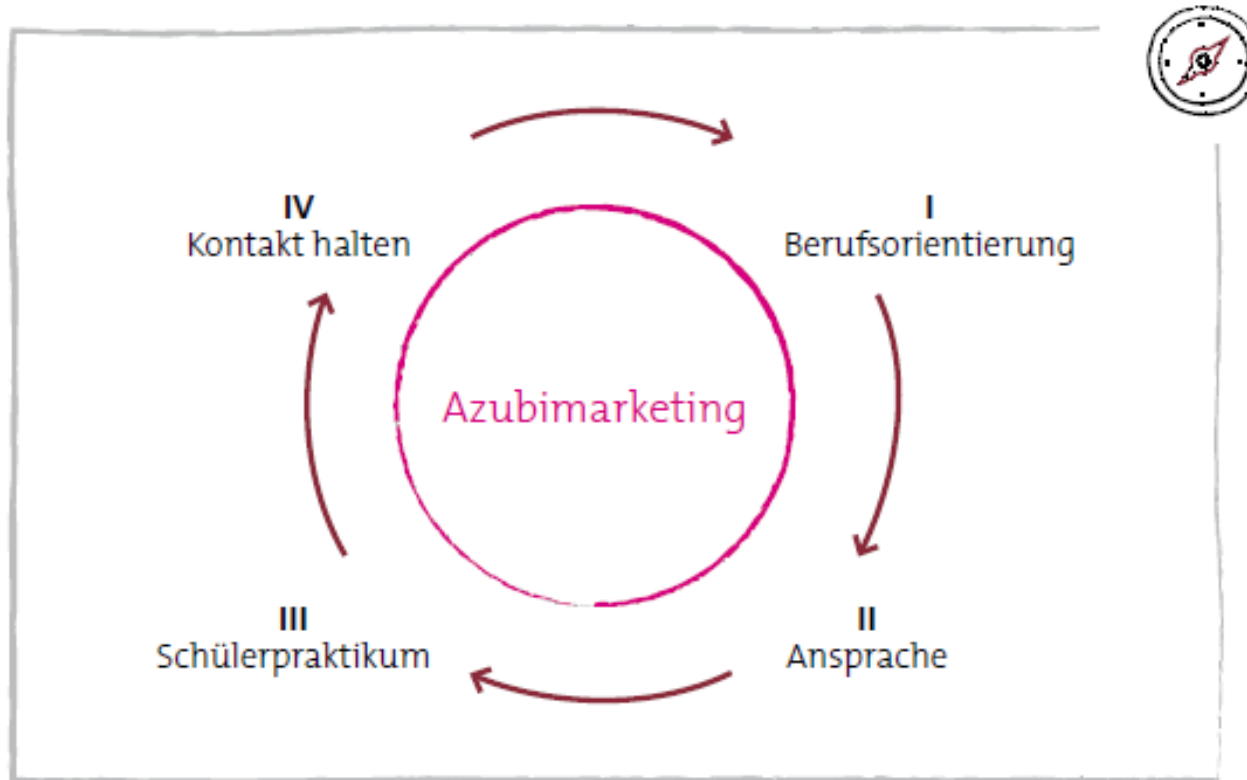


Abbildung 1: Vier Phasen, die Sie immer wieder im Azubimarketing begleiten werden.

Quelle: RKW Kompetenzzentrum.

- Azubi-Website als eigenständige Rubrik auf der Firmenseite:
 - Relevante Infos zur Ausbildung
 - Was zeichnet Sie als attraktiven Arbeitgeber aus? Zentrale Botschaft.
 - Einbindung von Statements von aktuellen Azubis, ggf. auch kleine Videos
 - Karrierewege im Unternehmen aufzeigen
- Azubi-Speed-Dating
- Soziale Medien wie Facebook, Blogs
- Unternehmens-Casting
- Ausbildungsbotschafter
- Stellenanzeigen in Online-Jobbörsen, im lokalen Umfeld
- Pressearbeit über die Ausbildungsaktivitäten

- KMU sollen unterstützt werden, ihren Außenauftritt bezüglich der Attraktivität hinsichtlich zukünftiger Auszubildenden zu verbessern.
- Werbemaßnahmen der Unternehmen sollen Schülern der 10. Klasse an Regelschulen und Gymnasien vorgestellt werden.
- Die Schülerinnen und Schüler geben ein Feedback, welches die Grundlage für eine individuelle Marketing-Strategie des Unternehmens sein wird.
- Ziel ist ein Azubi-Marketing-Leitfaden bis Oktober 2017.
- Das Angebot ist kostenfrei und interessierte Unternehmen können sich sofort melden. Unterstützt wird das Angebot durch den Impulsregion e. V.

Nivre Film & Studio GmbH
Georg-Haar-Str. 5
99427 Weimar
Fon: +49 (0) 3643 / 46 85 142
Mobil: +49 (0) 177 / 21 26 303
Mail: info@nivre.net
Web: <https://nivre.net>

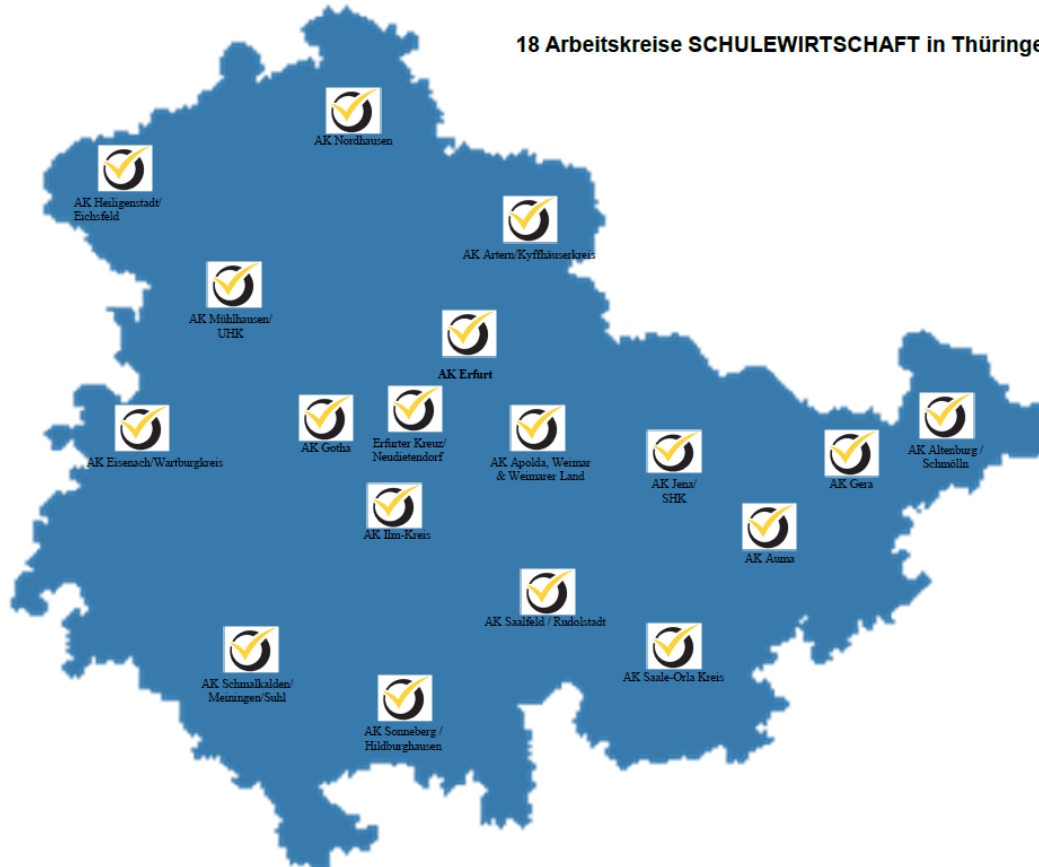
Förderung eines dauerhaften Erfahrungsaustausches zwischen Bildung und Wirtschaft auf Augenhöhe

- ✓ **Vorteile für Schule:** Vertiefung der Kenntnisse über die Wirtschafts- und Arbeitswelt, Nutzung des Know-hows der Wirtschaft; praxisnahe Berufsorientierung gestalten;
- ✓ **Vorteile für Wirtschaft:** Einblicke in Methoden und Perspektiven der Schule, Qualität von Schule verantwortungsvoll mitgestalten, Nachwuchs fördern; Nachwuchs gewinnen;

www.schule-wirtschaft-thueringen.de

SCHULEWIRTSCHAFT in Thüringen

18 Arbeitskreise SCHULEWIRTSCHAFT in Thüringen



**Kennen Sie schon die Ansprechpartner Ihres
regionalen Arbeitskreises?**

www.schule-wirtschaft-thueringen.de

Fragen?