

Antwort in der schriftlichen Anhörung der Enquetekommission I „Chancengerechtigkeit in der Bildung“ zum Thema „Chancengleichheit und berufliche Bildung“

1. Haben Sie einleitend Anregungen, die Sie uns für die Arbeit der Enquetekommission geben möchten?

Ein Auftrag der Schule muss es sein, den Anschluss und nicht Abschluss sicherzustellen. Hier braucht es ein Umdenken, das sich in Zielsetzung, Steuerung/Messung und auch der sektorenübergreifenden Zusammenarbeit zeigen muss: Das Thema Arbeitsmarkt sollte so früh und so vielfältig wie möglich in der Schule präsent sein: Fächerübergreifend und v.a. durch praktische Erfahrungen. Grundsätzlich sollte also bei der Berufsorientierung sowie am Übergang ein Job-First Ansatz gelten, d.h. in Schule und auch in Maßnahmen im Übergangssystem müssen so früh und so vielfältig wie möglich Unternehmen eingebunden werden. Zwei Anregungen aus dem täglichen Arbeitskontext von JOBLINGE möchten wir Ihnen geben:

- Setzen sie im Übergangssystem auf pragmatische und bereits erprobte Erfolgsmodelle und verstetigen diese. Setzen sie dabei auf Wirkung und entwickeln sie Finanzierungsmodelle, die exakt diese Wirkung fördert. Insbesondere die kommunal geführten Jobcenter (u.a. JC Essen) haben in ihrer Unabhängigkeit von den starren Strukturen der Vergabearithmetik der BA, oftmals wirkungsvolle Lösungen im Übergangssystem gefunden.
- Nutzen sie die positive Wirkung von Mentoringprogrammen auf die Persönlichkeitsbildung und Berufsfindung und geben sie der Umsetzung, Skalierung und Weiterentwicklung einen gesicherten finanziellen Rahmen.

JOBLINGE seit 2008 erfolgreichste gemeinnützige Initiative im Übergang Schule und Beruf



> 17.000

Teilnehmende



~ 75 %

Vermittlungsquote



~ 3.000

Unternehmenspartner



~ 84 %

Nachhaltigkeitsquote

JOBLINGE ist erfolgreich, weil die wesentlichen Erfolgsfaktoren in der operativen Arbeit klar definiert sind, transparente Kennzahlen zur Wirksamkeit unserer Maßnahmen erhoben werden und der qualitative Anspruch an unsere eigene Leistung für die Jugendlichen im Programm oberste Priorität hat. **Damit positionieren wir uns als etablierte Sozialorganisation in einem Marktumfeld, in dem die evidenzbasierte und transparente Wirkung von Programmen, Angeboten und Initiativen leider nicht das primäre Ziel ist.** Dies liegt jedoch nicht an mangelndem Wissen oder dem Fehlen wirksamer Best-Practice-Konzepte wie dem von JOBLINGE, sondern an den komplexen Strukturen, Akteuren und Verantwortlichkeiten, die einen breiten Transfer erschweren und ineffektive Marktanreize setzen.

Wir haben als Gesellschaft weder Zeit noch Ressourcen, um dieses große Potenzial brach liegen zu lassen. Aktivieren wir im bevölkerungsreichsten Bundesland jede und jeden, gewinnen wir beim Thema Fachkräftesicherung einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den anderen Bundesländern. Denn die Basis gegen den Fachkräftemangel sind Menschen – und von denen haben wir viele.

2. Wie gelingen durch Praxiskontakte, Berufsorientierung und Berufsvorbereitung die Übergänge aus der Schule in berufliche Bildung inhaltlich und organisatorisch besser als bislang?

Der Stellenwert der Berufsorientierung und Praktika muss höchste Priorität bekommen. Für die Zukunftsfähigkeit der Jugendlichen sind diese Erfahrungen essenziell und führen so zwangsläufig zu weniger (teuren) Warteschleifen nach der Schule. Praxiserfahrungen sind die wichtigsten Entscheidungsindikatoren bei der Berufswahl. Diese Praxiserfahrungen im Rahmen von Praktika gilt es allerdings gezielt vorzubereiten und die Entscheidung für oder gegen einen Beruf so fundiert wie möglich zu gestalten. Schüler*innen dürfen ein Praktikum nicht aufgrund eines kurzen Anfahrtsweges aufnehmen, oder weil die Eltern „jemanden kennen“, sondern weil sie tatsächlich einen Beruf kennenlernen wollen, der ihren Neigungen und Interessen entspricht. Hierfür bedarf es einer intensiven Vorstellung der Berufe, aber auch dem Kennenlernen der eigenen Neigungen. Es ist essenziell, dass die schulische Berufsorientierung nicht an den realen Systemen von Ausbildung und Arbeitswelt vorbeiläuft, sondern sie eng miteinander verknüpft sind. Akteure aus der Wirtschaft müssen früher, direkter und häufiger in schulische Angebote eingebunden werden.

Die Berufsorientierung vor Praktika, sollte im Rahmen konzertierter Berufsorientierungswochen oder Projektwochen stattfinden und ab Klasse 7 in allen Schulformen fester Bestandteil im Unterrichtsplan sein, denn die Vorbereitung auf zielgerichtete Praktika ist ebenso wichtig, wie die Praxiserfahrung selbst. Der Schule sollte ein Fundus von Ausbildungsbetrieben zur Verfügung stehen, der in dieser Woche über sich, die Ausbildungsberufe, aber auch die Praktikumsinhalte informiert. Unternehmen haben erkannt, dass sie aufgrund des demografischen Wandels zum Teil nicht mehr die Quantität, aber teilweise auch Qualität an Bewerber*innen erwarten dürfen und zeigen Bereitschaft, auch (kognitiv) schwächeren Kandidat*innen eine Chance zu geben.

Fähigkeiten außerhalb curricularer Vorgaben zu erkennen, ist nur über die persönliche Begegnung bzw. in Praktika möglich. Eine Chance für beide Seiten – dem Unternehmen zur Deckung der Fachkräftelücke und den Jugendlichen, sich auf diesem Wege den eigenen Traumberuf selbst „zu erarbeiten“ – **dieses Prinzip funktioniert bei JOBLINGE seit 15 Jahren. Und führt bei den bundesweit ca. 2.000 Teilnehmenden p.a. zu einer Vermittlungsquote von 75 Prozent.** Nutzen Unternehmen diese Möglichkeit, eröffnen sich darüber hinaus ganz neue Zielgruppen wie junge Frauen (siehe auch Punkt 16), Geflüchtete (siehe auch Punkt 8 + 9) oder Alleinerziehende. Erhalten Jugendliche die Möglichkeit, sich in der Praxis für einen „höherwertigen“ Beruf zu bewähren, und sehen so die Möglichkeit, trotz ggf. schwächerer schulischer Leistungen, ihren Traumberuf ergreifen zu können, sind sie in der Regel hoch motiviert. „Belohnt“ das Unternehmen die Jugendlichen auf diesem Wege mit der Ausbildungsstelle, ist dies vielleicht mit einem höheren Betreuungsaufwand verbunden (eine Lösungsmöglichkeit dafür bietet Expert*innenbegleitung im Rahmen einer Ausbildungsbegleitung, wie JOBLINGE sie bietet. Details dazu in Punkt 5), doch erhält das Unternehmen hoch motivierte und treue Mitarbeitende, auch über das Ende der Ausbildung hinaus. Erreichen Jugendliche diese „höherwertige“ Ausbildung, verringert sich auch der Wunsch nach dem Erlangen eines höheren Schulabschlusses beim Berufskolleg, der oftmals scheitert und in vielen Fällen nur eine weitere, demotivierende Warteschleife bedeutet (siehe hierzu auch Punkt 4).

Unternehmen ist bewusst, dass auch sie über die Praktika gutes Potenzial an Bewerber*innen kennenlernen und werben für sich mittels guter Vorstellung (im besten Falle durch eigene Auszubildende), aber auch einer realitätsnahen Praxiserfahrung. Nur so kann eine nachhaltige Berufswahl getroffen und spätere Abbrüche vermieden werden.

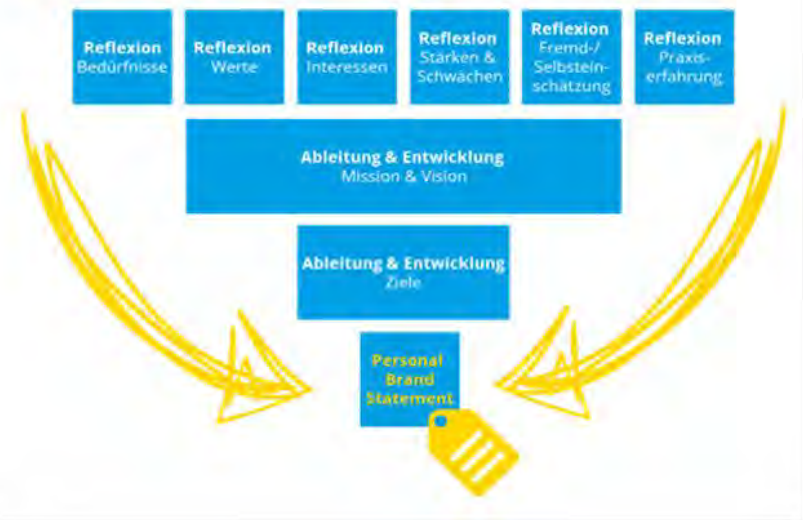
Selbstkenntnis und Selbstwirksamkeit sind elementare Bestandteile der Berufsorientierung. Hier reichen die klassischen Potenzialanalysen allerdings bei Weitem nicht aus, um ein umfassendes Bild des/der Bewerber*in zu generieren. Es braucht Tools, in denen sich die Jugendlichen u.a. mit ihren Werten und ihrer eigenen Haltung auseinandersetzen. Die Jugendlichen darin befähigen, mehr über sich selbst zu erfahren, mehr über ihre Werte und Haltung, um tatsächlich eine fundierte Berufswahl zu treffen, mit der sie sich auch langfristig identifizieren können. Personal Branding ist ein bei JOBLINGE nachhaltig erprobtes und erfolgreiches Verfahren, um festgefahrene Berufsorientierung aufzubrechen und junge Menschen für Alternativen zu öffnen.

Best Practice I

Eine entsprechende Potenzialanalyse verfolgen wir beim „Personal Branding“. Hier werden die Jugendlichen da abgeholt, wo sie stehen. Das Personal Branding ermöglicht jungen Menschen, mehr über ihre Stärken, Schwächen, Bedürfnisse und Werte zu erfahren. Es bereitet die Basis für den Bewerbungsprozess, reflektiert die individuelle formelle Qualifikation, fördert Arbeits- und Sozialkompetenzen und wirkt im Ergebnis fördernd auf die Arbeitsmotivation.

Es initiiert, dass die Jugendlichen sich ihrer Ziele und Motivation bewusst und befähigt werden, authentischer, reflektierter und selbstbewusster aufzutreten. Für die Teilnehmenden ist es erst einmal befremdlich und ungewohnt, über ihr Innenleben zu reflektieren. Die Rahmenbedingungen sind wichtig, da der Workshop sehr persönliche Themen der Teilnehmenden anspricht. Die Schaffung eines gesunden Arbeitsklimas ist daher wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung. Die Sozialpädagogen stellen den Kontext zum Personal Branding – also zur eigenen Personenmarke – und deren Bedeutung für den eigenen Berufs- und Lebensweg her. Der Themenblock „Bedürfnisse“ schafft ein Bewusstsein für die eigenen Bedürfnisse, z.B. Anerkennung bekommen, finanziell unabhängig sein etc. Die Jugendlichen tragen ihre Erkenntnisse in ihr Personal Branding Profil (PBP) ein. Im Ergebnis haben sie in der Regel die eigene Motivation für die Teilnahme am JOBLINGE-Programm formuliert, z.B. Unabhängigkeit vom Jobcenter durch einen Ausbildungsplatz. Der Themenblock „Werte“ zeigt, wie die eigenen Werte Entscheidungen und Handeln beeinflussen und wie sie zum Filter unseres Handelns werden. Nach einer Übung zum Werteverlust reflektieren die Jugendlichen, was ein Werteverlust für sie als Person oder für die Gesellschaft bedeutet.

Personal Branding



Im Themenblock „Interessen“ erstellen die Teilnehmer eine Liste ihrer Hobbys und Interessen und lernen, diese in allgemeine und spezielle Interessen zu kategorisieren. Sie reflektieren, womit sie viel Zeit verbringen oder was sie gar nicht mögen und erkennen ihre eigene Individualität. Im Themenblock „Stärken & Schwächen“ wird erarbeitet, dass sich hinter jeder Schwäche eine Stärke verbergen kann, genauso wie andersherum. Im Übungsverlauf der spielerischen Methode „Reframing“ wählen die Jugendlichen einen Superhelden und ersetzen dessen Namen mit dem eigenen, um daraufhin zu betrachten, wie viele von den Heldenstärken sich mit den eigenen decken – meist über 50 Prozent. Die eigenen Schwächen werden thematisiert und darin verborgene Stärken identifiziert. Der Themenblock „Fremd-/Selbstwahrnehmung“ schafft erstmalig eine Triangulation, für die Teilnehmenden, wie sie als Person wahrgenommen werden. Mit einer Übung werden die Teilnehmenden auf Unterschiede bei Fremd- und Selbstwahrnehmung sensibilisiert. Differenzen bei der Einschätzung werden genutzt, um konstruktive Feedbackkultur einzuführen. Die Jugendlichen werden an konstruktives Feedback herangeführt und lernen, dieses für die eigene

Entwicklung zu nutzen. Im Themenblock „Praxiserfahrung“ reflektieren die Teilnehmer mit diesem neuen Blick noch einmal stärkenorientiert ihre praktischen Erfahrungen, Qualifikationen und ggf. bereits vorhandene Abschlüsse, die sie in ihr Personal-Branding-Profil eintragen. Diese Informationen werden in der Berufsorientierung und Bewerbungserstellung aufgegriffen. Im Themenblock „Mission & Vision“ lernen Teilnehmende, was ihre eigene Mission und Vision sind und wie beide in ein Statement wirken. Eine praktische Übung unterstützt die Teilnehmenden dabei. Die Erkenntnisse zu Mission und Vision dienen der Orientierung, um im nächsten Themenblock ein persönliches Ziel formulieren zu können. Im Themenblock „Ziele“ definieren die Teilnehmenden persönliche Ziele für relevante Kategorien wie Karriere, Bildung/Weiterbildung, Gesellschaftliches Engagement, Familie, Gesundheit, Finanzen, Freizeit. Im Verlauf unterscheiden Sie übergeordnete und untergeordnete Ziele.

Mit der **SMART-Methode**, die im Themenblock eingeführt wird, formulieren sie eins ihrer untergeordneten Ziele, das für den Ausbildungsstart verfolgt wird, verbunden mit der Erkenntnis, dass das übergeordnete Ziel einen Ausbildungsplatz zu bekommen, mehrere untergeordnete Ziele



nach sich zieht. Im finalen Themenblock „Personal-Brand-Statement“ formulieren die Teilnehmer unter Berücksichtigung ihrer individuellen Workshopkenntnisse ein persönliches Markenstatement. Das pädagogische Team unterstützt dabei individuell. Die umfangreiche Reflexion des Personal Brandings bewirkt eine ausgeprägte Stärkung der jungen Erwachsenen, verbunden mit der Offenheit, neu- oder wiederentdeckte Stärken oder Interessen in die Berufswahl einfließen zu lassen. Die Sicht auf persönliche (Lebens-) Ziele untermauert das Programmziel und fördert die intrinsische Motivation zusätzlich. Alle Ergebnisse des PBP werden im weiteren Programmverlauf wieder aufgegriffen, und bei Bedarf zusammen mit dem einzelnen Teilnehmer erweitert oder angepasst.

Ist es durch die oben beschriebenen Verfahren gelungen, die Bereitschaft für eine neue berufliche Orientierung anzustoßen, geht es im nächsten Schritt natürlich darum, diese Offenheit zu nutzen, um echte Chancen zu generieren. Ziel unserer persönlichkeits- und praxisorientierten Berufsorientierung ist es, Jugendlichen eine realistische Einschätzung der einzelnen

Ausbildungsberufe zu vermitteln, unbekannte Berufe vorzustellen und einen Abgleich zwischen den Profilen des Einzelnen und den Anforderungen der Ausbildungsberufe vorzunehmen. Um dies zu erreichen, werden die Berufe bei den Unternehmenspartnern in der Praxis erlebbar gemacht. Neben den realistischen Berufswünschen gilt es aber auch, eine Einschätzung für den lokalen Ausbildungs- und Arbeitsmarkt herzustellen und aktuelle Trends aufzugreifen und nutzbar zu machen. **Dies, verbunden mit den Erkenntnissen über die eigenen Werte, kann einen Mehrwert für Berufe mit besonderer Sinnstiftung haben. Dies gilt für Berufe in der Betreuung von Menschen ebenso, wie für Berufe im Kontext von Umwelt- und Energiewende.**

Tools wie Personal Branding müssen fester Bestandteil der Berufsorientierung werden. Hier können externe Anbieter beauftragt werden, diese durchzuführen, was die Lehrkräfte entlastet, die zeitgleich die Organisation der Praktika vornehmen kann.

Wichtig bei der Berufsorientierung ist die Frage: **Wer beeinflusst eigentlich die Berufswahl?** Zum Teil geschieht dies im Elternhaus, doch viele Jugendliche tun sich in der Zeit der Adoleszenz schwer mit den Hinweisen der Eltern. Auch ist die Einbindung von Eltern erschwert, wenn diese migrationsbedingt das Ausbildungssystem nicht kennen (siehe auch Punkt 9). Das führt unweigerlich dazu, dass sie sich Ratschläge bei der eigenen Peer-Group holen, was der Nachhaltigkeit einer Berufswahl nicht zwingend zuträglich ist. Durch Verwendung von Methoden wie dem Personal Branding, entsteht eine besondere Nachhaltigkeit der Berufswahl, da diese dem tiefsten inneren Selbst der Jugendlichen entspricht und sie sich zu 100 Prozent mit der Entscheidung identifizieren. Das Ergebnis des Personal Branding ist oftmals eine vollkommen neue Berufswahlentscheidung, die im besten Falle noch durch den Einsatz ehrenamtlicher Mentor*innen flankiert werden kann (siehe auch Punkt 11).

Best Practice II

Grundsätzlich gilt es ein breiteres Wissen über Gelingensfaktoren in der Berufsorientierung herzustellen. **Teach First Deutschland** und **JOBLINGE** haben gemeinsam mit Akteuren aus Wissenschaft und Praxis das Projekt „Qualität am Übergang“ ins Leben gerufen, um herauszuarbeiten, was Erfolgsfaktoren am Übergang Schule-Beruf sind und wie sich daraus wirkungsvolle Unterstützungsangebote und gelingende Übergänge in Arbeit ableiten lassen. Teil dieses Projekts ist das Dialogformat „Innovation Club“.

Zwar existiert eine Vielfalt von Angeboten, Programmen und Ansätzen am Übergang, dennoch steigen sowohl die Zahlen junger Menschen ohne Anschluss nach der Schule als auch die der unter 30-Jährigen ohne ersten Berufsabschluss seit Jahren kontinuierlich. Die Frage nach der Qualität von Unterstützungsangeboten und Interventionen am Übergang Schule-Beruf steht also nicht nur aus Perspektive der Bildungs- und Arbeitsmarktforschung, sondern auch in Anbetracht der wachsenden Fachkräftelücke in Deutschland zurecht im Fokus. Um diese Herausforderung anzugehen, nimmt das Projekt „Qualität am Übergang“ neben quantitativen Ansätzen wie (Bildungs-) Verlaufsdaten und einer transparenten Steuerung am Übergang auch qualitative Ansätze in den Blick, also die Frage nach Erfolgsfaktoren am Übergang Schule-Beruf.

Ergebnis der verschiedenen Dialogformate unter Einbindung einer Vielzahl von Bildungsorganisationen und Förderstiftungen war die Festsetzung von Erfolgsfaktoren für eine gelingende Berufsorientierung. Ausgangslage für diesen Dialog war eine ausführliche Vorarbeit mit Partnern aus der Wissenschaft (v.a. Bildungsforschung, Psychologie und Verhaltensökonomie) im Jahr 2020. Die aufgezeigten Erfolgsfaktoren inkl. Praxisbeispielen dienen als Ausgangslage für den dringend notwendigen Dialog über wirkungsvolle Angebote am Übergang Schule-Beruf. Damit erheben sie keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern zeigen vielmehr auf, welche Elemente ein hohes Wirkungspotential mit sich bringen und worauf der Fokus bei Veränderungen und der Weiterentwicklung von Programmen liegen kann.

Die 9
Erfolgsfaktoren
als Basis

<p>FOKUS DER INTERVENTION</p> <p>Klare Zielsetzung mit vorrangigem Vermittlungsauftrag für die Jugendlichen</p>	<p>MULTIPROFESSIONELLE TEAMS</p> <p>Aufbau vielfältiger Expertisen beim pädagogischen Personal</p>	<p>BEGLEITUNG DES PÄDAGOGISCHEN PERSONALS</p> <p>Teaminterne Fallberatung und externe Supervisionen für das pädagogische Personal</p>
<p>SELBSTVERSTÄNDNIS DER ORGANISATION</p> <p>Identifikation mit Werten innerhalb der Organisation</p>	<p>BERUFSORIENTIERENDE MAßNAHMEN FÜR DIE JUGENDLICHEN</p> <p>u.a. Simulationsgespräche, Stärkenanalyse, Einbindung von Vorbildern und Peer-to-Peer Learning</p>	<p>ARCHITEKTONISCHE GEBEGENHEITEN</p> <p>Professionelle, ordentliche und neutrale Einrichtung der Interventionsräume</p>
<p>KOOPERATION MIT UNTERNEHMEN</p> <p>Partnernetzwerk mit echten Arbeitgebenden dahinter</p>	<p>OUTCOME-ORIENTIERUNG FÜR DIE ZIELGRUPPE</p> <p>Priorisierung eines konkreten Übergangs als Outcome</p>	<p>VERTRAUEN IN DIE ZIELGRUPPE</p> <p>Vertrauensvorschuss, Zutrauen und Empowerment durch pädagogisches Personal</p>

Innovation
Club
Toolbox

joblinge.de/innovation-club

Die beschriebenen Erfolgsfaktoren sind aus einer Reihe von Dialogformaten entstanden, an denen in den Jahren 2021 und 2022 eine Vielzahl von Bildungsorganisationen und Förderstiftungen mitgewirkt haben. Ausgangslage für diesen Dialog war eine ausführliche Vorarbeit mit Partnern aus der Wissenschaft (v.a. Bildungsforschung, Psychologie und Verhaltensökonomie) im Jahr 2020.

Die aufgezeigten Erfolgsfaktoren inkl. Praxisbeispielen sind essenzielle Basis für deinen Innovation Club vor Ort.

Hier findest du die Erfolgsfaktoren im Detail:

Hinter jeder der neun Erfolgsfaktoren (<https://www.joblinge.de/innovation-club/>) finden sich Erläuterungen zum Erfolgsfaktor sowie Beispiele aus der Praxis. Die Seite wird im Rahmen des Projekts fortlaufend aktualisiert, sodass basierend auf weiteren Dialogformaten und Workshops regelmäßig weitere Praxisbeispiele und Informationen zu den Erfolgsfaktoren ergänzt werden.

Resümee in aller Kürze: Wie gelingen durch Praxiskontakte, Berufsorientierung und Berufsvorbereitung die Übergänge aus der Schule in berufliche Bildung inhaltlich und organisatorisch besser als bislang?

- Strukturelle Anpassung von Lehrplänen: Betriebe frühzeitig und fächerübergreifend in Praxisprojekten an Schulen bringen, berufliche Qualifizierung in den abschlussnahen Klassen fokussieren und Praktika bereits ab der 7. Klasse verpflichtend machen (inkl. Unterstützung bei Auswahl, Vor- und Nachbereitung).
- Außerschulischen Akteuren und Angeboten müssen erleichterte und unbürokratische Zugänge in Schulen ermöglicht werden, wenn deren Qualität gesichert ist (z.B. über Empfehlungsliste, Plattform oder nach Vorbild des „Bewährt vor Ort Siegel“). Ein Vorschlag wäre, nachweislich wirkungsvolle Initiativen aus NRW zu benennen und diese für Schulen sichtbar machen (Liste, Plattform, Siegel, Empfehlung), um für Schulen den Aufwand für die Auswahl solcher Partner möglichst gering zu halten.
- Berufsorientierung ist meist falsch gedacht und als kognitiver Prozess aufgestellt (d.h. mehr Informationen für Schüler*innen führt zu besserer Berufsorientierung) anstatt Berufsorientierung als praktischen Prozess zu denken (vielfältige Erfahrungen und Erlebnisse führen zu besserer Berufsorientierung) und diesen auf den Stärken und Interessen der Schüler*innen aufzusetzen.
- Struktur: Mehr Stringenz durch feste Unterrichtseinheiten und Ansprechpersonen würden für Klarheit sorgen und den Prozess verschlanken. Aus einem ineffizienten Überangebot (siehe auch Punkt 3) sollte sich eine schlanke Struktur mit großer Kontinuität entwickeln. Weniger ist hier oft mehr, denn neben Berufseinstiegsbegleitung (Vergabe BA), StuBOs, Berufsberater*innen und Schulsozialarbeiter*innen wird die Berufsorientierung an den NRW-Schulen zusätzlich noch durch KAOA „koordiniert“ – mit überschaubarem Erfolg.

3. Wie lässt sich der in NRW relativ große und ineffiziente Übergangssektor so reformieren, dass der Übergang in Ausbildung schneller und erfolgreicher gelingt?

Das Übergangssystem ist seit vielen Jahren ineffizient. Zu großen Teilen aus einer Zeit stammend, als das Ausbildungsangebot gering und die Bewerberzahl hoch war und das primäre Ziel war, ein Alternativ- bzw. Auffangangebot zu schaffen, soll es heute in nahezu unveränderter Form, die „wenigen“ Jugendlichen erreichen und aktivieren und dem großen Angebot an Ausbildungsstellen und Perspektiven zuzuführen. Die Bertelsmann Stiftung konstatierte bereits 2015, dass die klassischen **berufsvorbereitenden Bildungsmaßnahmen (BvB) der Bundesagentur für Arbeit einen Output von lediglich 30 Prozent erzielen**. Und selbst wenn Jugendliche aus dem Übergangssystem in eine Ausbildung münden, ist das keine Garantie für einen erfolgreichen Abschluss, denn der aktuelle Bildungsbericht beziffert die **Abbruchquote von Jugendlichen aus eben diesem System mit 45 Prozent**. Sieht man diese Daten und stellt fest, dass die BvB in fast

unveränderter Form seit 20 Jahren besteht, erschließt sich einem sehr schnell die hohe Zahl von aktuell **2,86 Mio. Menschen zwischen 20 und 34 Jahren, die ohne Berufsausbildung sind.**

Die **Vergabep Praxis der Bundesagentur für Arbeit** sieht grundsätzlich eine Beurteilung eingehender Angebote nach einer Preis-Leistung-Beurteilung vor und man zieht sich immer wieder darauf zurück, dass der Preis die untergeordnete Rolle spielt. In der Theorie stimmt das, doch sieht man, dass sich seit vielen Jahren die bundesweit gleichen Vergaben inhaltlich nur bedingt verändert haben und zum Teil Bietergemeinschaften gebildet wurden, kann man erahnen, dass sich die eingehenden Konzepte/Angebote stark gleichen. Das Zünglein an der Waage ist dann doch der Preis der innovative Erweiterungen kaum zulässt.

Wichtiger ist aber auch die Frage, ob die Angebote überhaupt adressatengerecht sind, denn die zuständigen Stellen erreichen einen großen Teil der Jugendlichen damit offensichtlich nicht mehr. Der aktuelle Berufsbildungsbericht konstatiert **624.000 NEETs** (junge Menschen unter 25 Jahren, die weder in der Schule, noch in Ausbildung noch in Trainingsprogrammen des Übergangssystem sind. Aus dem Englischen: not in employment, education or training), die sich entkoppelt haben und dem Ausbildungsmarkt nicht zur Verfügung stehen. Die wichtigste Grundlage also für eine Veränderung am Übergang Schule Beruf, ist die **breite Nutzung von Bildungsverlaufdaten**, welche die Bereiche Schule, Übergang und Beruf inkludiert und nicht nach Zuständigkeiten bzw. Rechtskreisen trennt.

Mit den anstehenden Sparmaßnahmen im Bundeshalt ist zu befürchten, dass Hilfsangebote gekürzt werden und sich die Situation für den einzelnen Jugendlichen, aber genauso für die Wirtschaft, mit Blick auf die immer mehr fehlenden Fachkräfte verschärft. Gleichzeitig ist das Übergangssystem abhängig von den Vergaberichtlinien der BA, die nachweislich nicht zielführend sind.

Wie können wir bei sinkenden Mitteln höheren Outcome erzielen?

Lösungsansatz I – Outcome Finanzierung

Durch neue Anreize für Akteure am Übergangssystem wäre ein höherer Outcome mit effektiverem Einsatz der Mittel möglich. Weg von einer klassischen Maßnahmefinanzierung pro Platz die das „Betreuen“ des Jugendlichen finanziert, hin zu einer **outcome orientierten Finanzierung**, die die tatsächliche Vermittlung in Ausbildung incentiviert. Vorstellbar wäre hier eine klassische Erfolgsprämie für erfolgreiche Vermittlung:

- Der Anbieter akquiriert die Jugendlichen selbst, was dazu führt, dass Anbieter mit der Entwicklung innovativer Tools auch Jugendliche erreichen, die aktuell nicht erreicht werden

(NEETs). Beispielhaft sei hier unser Aktivierungsprogramm **Plan A powered by JOBLINGE** (siehe Punkt 18.) genannt.

- Nach Aufnahme wird die Zuständigkeit (Rechtskreis SGB II / SGB III / SGB VIII) bei der BA geklärt und darüber informiert, dass der Jugendliche am Programm teilnimmt.
- Der Anbieter gestaltet ein Programm, das darauf abzielt, den Jugendlichen zeitnah, aber nachhaltig in eine Ausbildung zu bringen
- Nach erfolgreicher Vermittlung erhält der Anbieter vom jeweiligen Bedarfsträger (SGB II / SGB III / SGB VIII) den ersten Teil einer Vermittlungsprämie in Höhe von 4.000€.
- Eine weitere Prämie in Höhe von 4.000€ erhält der Anbieter nach erfolgreicher Beendigung der Probezeit.
- Um dies zu gewährleisten, wird der Anbieter eine eigens kreierte Ausbildungsbegleitung mitdenken und bei Ausbildungsstart sehr nah am Jugendlichen, aber auch am Betrieb „dranbleiben“. Beispielhaft sei hier die Ausbildungsbegleitung **basecamp powered by JOBLINGE** (siehe Punkt 5.) genannt.

In Summe würde dieser disruptive Ansatz dazu führen, dass das Übergangssystem mehr Wirkung erzielt. Effiziente Anbieter werden wirtschaftlich erfolgreich sein, ineffiziente Programme würden verschwinden. Kosten für den Steuerzahler entstehen nur im Erfolgsfall. Der geringere Mitteleinsatz der öffentlichen Hand würde zu einem höheren Outcome führen, gleichzeitig Transferleistungen senken und Steuereinnahmen erhöhen. Die sinnvollen Jugendberufsagenturen bieten hierfür bereits das passende Instrument und könnten alle Unterstützungsangebote für alle Jugendlichen unter einem Dach vereinen. Voraussetzung für ein solches Vorgehen wäre eine rechtssichere Verankerung der Prämien im Rahmen des SGB. Zwar existiert im Rahmen der privaten Arbeitsvermittlung eine solche „Prämienfinanzierung“ im Rahmen des AVGS¹, doch ist diese mit 2.500€ bei weitem zu niedrig, als dass Kosten für Aktivierung, Orientierung und Vermittlung durch entsprechende Expert*innen des Ausbildungsmarktes gedeckt wären.

Das Übergangssystem und alle Instrumente der Berufsorientierung gehören mit Blick auf ihre Wirkung auf den Prüfstand. In Zeiten geringerer Ressourcen und verstärkter Sparzwänge im öffentlichen Sektor, ist es unabdingbar, die **vorhandenen Mittel zielgerichtet und ergebnisorientiert einzusetzen**. Gängige Instrumente der BA wie Berufseinstiegsbegleitung, berufsvorbereitende Bildungsmaßnahmen aber auch Landesinitiativen wie KAoA müssen evaluiert und mit unternehmerischem Blick auf ihre Wirkung überprüft werden. Diese Wirkung lässt sich in einer einfachen Zahl erfassen:

Wie hoch ist die Einmündung in Ausbildung aus den vorhandenen Instrumenten?

¹ Rechtliche Grundlage für den AVGS MPAV sind Paragraph 45 Drittes Buch Sozialgesetzbuch (SGB III), gegebenenfalls in Verbindung mit Paragraph 16 Absatz 1 Zweites Buch Sozialgesetzbuch (SGB II).

Der Blick in die Schule ist hierbei besonders wichtig, verlassen doch weiterhin zu viele Jugendliche die Schule in Richtung Übergangssystem und Berufskolleg. Zu prüfen wäre hier z.B. wie sich der Outcome seit Einführung von KAoA verändert hat. Ist der vermeintliche Erfolg dem Instrument zuzuschreiben, oder basiert dieser lediglich auf einem demografischen Effekt. Wie nachhaltig sind die Vermittlungen in Ausbildung? Rechtfertigt dieses Ergebnis den Aufwand von KAoA finanziell und personell, wobei eine qualitative Befragung der Akteure (Lehrkräfte/Unternehmen) ebenfalls wünschenswert wäre. Können die Mittel, auch wenn sie zum Teil aus dem Europäischen Sozialfonds stammen, effizienter eingesetzt werden?

Braucht es Ausbildungswege NRW? Müssen zusätzliche Ausbildungsangebote incentiviert werden, während ein Großteil der Ausbildungsstellen frei bleibt? Werden hier tatsächlich nur „zusätzliche“ Ausbildungsstellen gefördert? Entstehen hier Doppelförderstrukturen, bei denen sich mehrere Akteure um ein und denselben Jugendlichen kümmern?

Unter dem Aspekt einer Wirklogik besteht die Möglichkeit mit weniger Mitteln, mehr Outcome zu erreichen.

Die Initiative JOBLINGE hat der Bundesagentur für Arbeit bereits 2013 den Vorschlag einer entsprechenden Logik der Impactfinanzierung unterbreitet.

Lösungsansatz II - Lokales Förderbudget (aus dem Eingliederungstitel):

Die Vergabearithmetik der BA von bundesweit einheitlichen Maßnahmen/Instrumente, zielt darauf ab, den Zuschlag an das wirtschaftlichste Angebot aus Preis und Leistung zu vergeben. Doch zeigt die bereits beschriebene Ineffizienz des Übergangssystems, dass dieses Vorgehen nicht zielführend war und ist. Jede Jugendberufsagentur sollte lokal über ein eigenes Budget verfügen und dieses im Rahmen einer **freihändigen Vergabe** allokiieren. Die Akteure vor Ort können am besten beurteilen, welcher Anbieter wirkt und so aktiv an der Fachkräftesicherung und Gestaltung eines neuen, agilen Übergangssystems partizipieren. Alle Projekte sind skalierbar und können als Best Practice weiterempfohlen werden. Um wirtschaftlich zu bestehen, bedürfen wirksame Projekte einer verlässlichen und **langfristigen Förderung von mindestens 2-3 Jahren**. Ziel sollte es sein, innovative und nachweislich erfolgreiche Projekte im Rahmen einer Pilotfinanzierung zu fördern und bei Erfolg zu verstetigen. Um den Erfolg zu messen, bedarf es zunächst aber einer einheitlichen Methodik bzw. Vermittlungsarithmetik in der Beurteilung von Übergängen. Der Ansatz der Erfolgsmessung ist dabei relativ einfach, indem man Kosten durch Ausbildungsvermittlungen teilt. Setzt man Kennzahlen und incentiviert die erfolgreiche Vermittlung in und Stabilisierung von Ausbildung zusätzlich, werden erfolgreiche Konzepte Bestand haben und wirtschaftlich bestehen.

Lösungsansatz III – Kooperationsmodell

Den angekündigten Sparmaßnahmen des Bundeshaushaltes gilt aktuell ein besonderes Augenmerk, ist doch davon auszugehen, dass insbesondere auch im Eingliederungstitel der Rotstift angesetzt wird. Aus diesem Grunde müssen bereits jetzt Lösungen gefunden werden, die den Haushalt entlasten, gleichzeitig aber ein breites Angebot von Unterstützungsinstrumenten zur beruflichen Eingliederung gewährleisten. Gleichzeitig hat die Wirtschaft einen hohen Bedarf an motivierten Jugendlichen, um diese zu dringend benötigten Fachkräften auszubilden. Denkbar wäre eine Basisfinanzierung durch die öffentliche Hand, gepaart mit privatwirtschaftlichen Drittmitteln², sowie einer Incentivierung des Vermittlungserfolges. Als Basis könnte hier eine bestehende Vergabe einer Aktivierungshilfe³ dienen, die recht kurz ist, bereits mit einer Vermittlungsprämie arbeitet und wie sich im Groben wie folgt gestalten:

- 3 Monate Aktivierungshilfe finanziert durch Vergabe BA/JC
- Verbleib der Teilnehmenden für 9 weitere Monate im Rahmen eines Stipendienprogramms⁴, finanziert durch Privatwirtschaft und Vermittlungsprämien
- Rechtskreisübergreifenden Zuführung von Jugendlichen (SGB II / SGB III / SGB VIII)
- Jugendliche können auch durch Anbieter selbst aktiviert werden. Da rechtskreisübergreifend, sind alle Jugendlichen „förderfähig“ (Klärung des Rechtskreises für Zuständigkeit/Prämie im Nachgang)
- Quartalsweise Zwischenbericht zum jeweiligen Jugendlichen, sowie Meldung von Austritten
- Abruf der Prämie in zwei Chargen á 3.000€ innerhalb der 12 Monate möglich
- 1. Prämie nach Ausbildungsaufnahme
- 2. Prämie nach der Probezeit, um Nachhaltigkeit zu gewährleisten

Der Kern in aller Kürze: Die öffentliche Hand finanziert ein dreimonatiges Projekt und erhält bis zu 12 Monate Förderung, für die nur im Erfolgsfall weitere Kosten entstehen⁵. Da der Anbieter aufgrund des Prämienmodells ein großes Interesse daran hat, eine hohe Auslastung zu generieren, aktiviert er auch Jugendliche, die sich aktuell entkoppelt haben (NEETs) und führt diese dem Programm und vor allem dem Ausbildungsmarkt zu. Die Aufteilung der Prämien in zwei Chargen minimiert die Gefahr kurzfristiger Mitnahme-Effekte.

² JOBLINGE finanziert die eigenen Angebote bereits heute zu 40 Prozent mit privatwirtschaftlichen Mitteln

³ REZ NRW 45Akt3mV AA Dortmund 301-23-45Akt3mV-30213

⁴ u.a. Einzel- und Gruppencoachings, Unternehmensvorstellungen, Praktika, Mentoring, Ausbildungsbegleitung

⁵ ausgenommen Fahrtkosten für Deutschlandticket

4. Wie lassen sich beim Übergang aus der Schule Fehlanreize zum Wechsel in den Übergangssektor mit vollzeitschulischen Angeboten anstelle des Wechsels in betriebliche Ausbildung verringern?

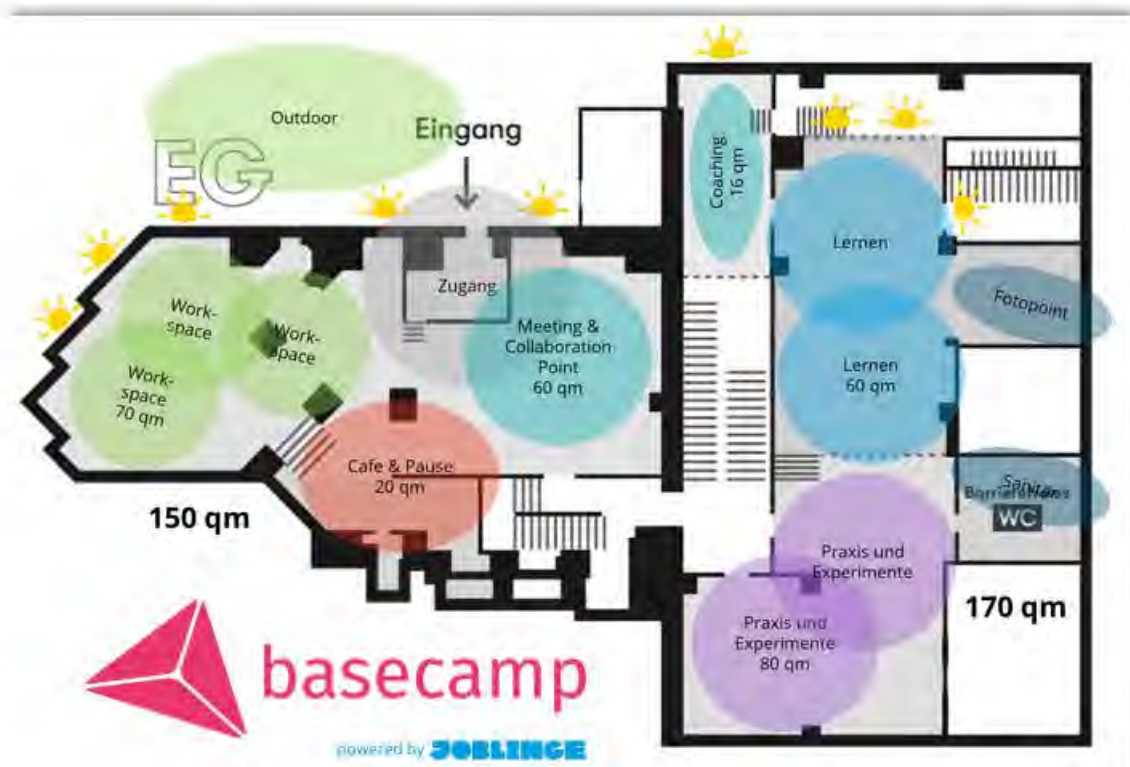
Warum streben viele Jugendliche einen höheren Bildungsabschluss an, bzw. gehen zum Berufskolleg? In der Regel in der Annahme, nur mit einem höheren Bildungsabschluss die „Wunschausbildung“ zu erlangen. Dann stellen sich aber zwei Fragen: Ist diese Berufswahl gesichert, oder fehlen dem Jugendlichen passende Alternativen? In einigen Fällen bedarf es sicherlich eines höheren Abschlusses, doch lassen sich Unternehmen aufgrund des Fachkräftebedarfs mittlerweile auch durch andere Skills überzeugen. Hierfür müssen wir Jugendliche und Unternehmen noch stärker zusammenbringen und im Rahmen der Berufsorientierung vernetzen. Gleichzeitig müssen den Jugendliche Alternativen zum „Wunschberuf“ bekannt sein, die sie vielleicht erst perspektivisch zum Wunschberuf bringen, oder vielleicht zum Wunschberuf werden. Es muss verstärkt auf die Durchlässigkeit der dualen Ausbildung und Aufstiegschancen hingewiesen werden – auch hier im besten Falle durch Vorbilder und in Echtzeit. Ein Wechsel ans BK sollte nur dann vorgenommen werden, wenn die Berufswahl gefestigt ist und der Bildungsabschluss am BK dieser zuträglich ist. Wir brauchen eine Alternative zu „ich habe keine Stelle gefunden, deshalb gehe ich ins BK“. Diese Alternative kann nur eine verstärkte praxisnahe Berufsorientierung in den Abgangs- und Vorabgangsklassen sein (siehe Punkt 2).

Ende 2023 veröffentlichte JOBLINGE gemeinsam mit dem rheingold-Institut die Studie „**Jugend im Standby**“ (<https://www.joblinge.de/expertise/studie-jugend-im-standby>), die untersuchte, was die sogenannten **NEETs** von dem Weg in Ausbildung abhält. Eines der Ergebnisse war, dass sich junge Menschen von den Möglichkeiten nach der Schulzeit überfordert fühlen und daher lieber im gewohnten, schulischen Kontext verweilen, anstatt sich Neuem zu stellen. Junge Menschen müssen in der Schulzeit mit Ausbildung, dem beruflichen Alltag in der Ausbildung, Menschen aus der Berufswelt viel stärker konfrontiert sein, als dies bislang der Fall ist. Es muss gelten: Kein Abschluss ohne berufliche Anschlussperspektive. Dazu gehört auch die Aufstellung von multiprofessionellen Teams an Schulen, die in der Lage sind, sich auf diverse Hintergründe, Ängste und Bedarfe der Schüler*innen einzustellen. Beziehungsarbeit und sozialpädagogische Expertise ist essenziell, um junge Menschen, insbesondere die mit schwierigeren Startbedingungen, gezielter für konkrete berufliche Perspektiven zu erreichen und sollte bedarfsorientiert an den Schulen ausgebaut werden.

Grundsätzlich sollte im Kontext der Berufskollegs auch das Prinzip der Schulklassen für Schulpflichterfüllende überdacht werden. „Pflicht“-Angebote eignen sich grundsätzlich nicht, die intrinsische Motivation zu fördern und sollten innovativen Angeboten weichen. Die oftmals schulmüden Jugendlichen mit schulischen Angeboten zu erreichen, führt dazu, dass sie sich dem System tendenziell entziehen. Die Fehlzeitenquoten in diesen Schulklassen sprechen eine deutliche Sprache. Praxisorientierte Alternativen, die eine Schulpflichterfüllung ersetzen, könnten die jungen Menschen eher erreichen, insbesondere wenn am Ende eine feste Ausbildungszusage steht, wie sie in der Ausbildungsgarantie angedacht ist.

5. Durch welche flankierenden Maßnahmen lässt sich der Anteil der Ausbildungsverhältnisse verringern, die ohne erfolgreiche Prüfung beendet werden und bestenfalls in unqualifizierte Beschäftigung münden?

Ist die Berufswahl nachhaltig getroffen worden, besteht ein hoher Anreiz, sich für den erfolgreichen Abschluss Mühe zu geben. Das allein schließt aber nicht die Bildungslücken insbesondere der Jugendlichen aus sozioökonomisch benachteiligten Milieus. Unabdingbar ist die flankierende Begleitung während der Ausbildung durch ein zielgruppengerechtes Angebot. Zwar besteht durch AsAflex ein Angebot der Bundesagentur für Arbeit, doch braucht es oftmals agilere und zielgruppengerechtere Ansprachen und Settings, um junge Menschen für Unterstützungsangebote auch während der Ausbildung und außerhalb der Arbeitszeit überhaupt zu erreichen und zu öffnen.



Beispielhaft soll hier als Lösungsansatz das **basecamp by JOBLINGE** aufgeführt werden. Zuvor sei gesagt, dass bereits seit Beginn der Initiative JOBLINGE die Ausbildungsbegleitung mitgedacht wird und so eine bundesweite Nachhaltigkeit von 84 Prozent im Klassikprogramm und sogar 92 Prozent bei JOBLINGE Kompass für Geflüchtete erreicht wird.

Diese Nachhaltigkeitszahlen, gemessen sechs Monate nach Ausbildungsbeginn, liegen weit über dem Bundesdurchschnitt vergleichbarer Interventionen im Übergangssystem, belegt durch den aktuellen Bildungsbericht, der ein Abbrecherquote von 45 Prozent bei Jugendlichen aus dem klassischen Übergangssystem ausweist. Die Ausbaustufe der JOBLINGE Ausbildungsbegleitung mit

Antwort von Raphael Karrasch, Managing Director der gemeinnützigen Initiative JOBLINGE (Region Ruhrgebiet) in der schriftlichen Anhörung der Enquetekommission I „Chancengleichheit in der Bildung“ LT- Drucksache 18/3865

den basecamps schafft einen Raum für Auszubildende und Ausbilder*innen, gemeinsam die Ausbildung erfolgreich zu beginnen und abzuschließen.



Der Fachkräftemangel führt zu einer erhöhten Bereitschaft bei den Unternehmen, die eigentlichen Zugangsvoraussetzungen zu senken, sich auch neuen Zielgruppen zu öffnen und eine intensivere Begleitung in Kauf zu nehmen. Damit wollen und dürfen wir sie nicht allein lassen. Mit seinem offenen Raumkonzept stellt das basecamp genau den agilen Lernort dar, den sich junge Menschen für die Ausbildungsbegleitung wünschen und den sie auch als Treffpunkt annehmen. Das basecamp unterstützt bei allen Themen, die es braucht, um eine Ausbildung erfolgreich zu starten und perspektivisch auch abzuschließen. Von der korrekten Führung des Berichtsheftes, Austauschformaten mit anderen Auszubildenden, einer juristischen Erstberatung, Finanzworkshops und auch Unterstützung bei privaten Fragen oder Konflikten im Betrieb unterstützen wir in Einzelsprechstunden. Perspektivisch wollen wir das Angebot auch unter Zuhilfenahme ehrenamtlich engagierter Personen um individuelle Nachhilfeangebote und Prüfungsvorbereitung ergänzen und nutzen bereits heute die Lern App von Simple Club (<https://simpleclub.com/>). Um den nächsten Schritt zu machen, befähigt das basecamp aber auch zum lebenslangen Lernen.

Auszubildende, aber auch Ausbilder*innen, können sich zukunftsweisende Skills aneignen und sich zum Beispiel in den Bereichen Projektmanagement, Leadership, Digital Skills, Diversity und Nachhaltigkeit weiterbilden und sich so ein Alleinstellungsmerkmal für den Arbeitsmarkt erarbeiten. Gleichzeitig setzen wir so den Anreiz, sich nach der Ausbildung auch weiterzubilden und schaffen somit eine höhere Durchlässigkeit.

Grundsätzlich ist es uns wichtig, die Zeiträume der Übergangszeit zwischen Schule und Ausbildung (bei bereits vorliegendem Ausbildungsvertrag) sowie die ersten Monate in der Ausbildung (bis zum Ende der Probezeit) durch Unterstützungsangebote in den Blick zu nehmen, um eine höhere Nachhaltigkeit der davor erfolgten Maßnahmen und Investitionen sicherzustellen und das Nichtantreten der Ausbildung (ghosting) bzw. spätere Abbrüche zu verhindern.

Die basecamps wurde von J.P. Morgan initiiert und von JOBLINGE entwickelt. Aktuell in Frankfurt, Mannheim, Berlin und Essen umgesetzt, werden die basecamps im Rahmen der JOBLINGE 2030-Strategie bundesweit ausgerollt.

Limitierender Faktor beim Ausbau aber auch in der Programmgestaltung, ist die Tatsache, dass **jedes basecamp zu 100 Prozent über die Privatwirtschaft finanziert** wird. Mehr zu unserem Konzept der basecamp finden Sie unter <https://www.basecamp-community.de>

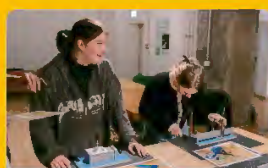
Da grundsätzlich davon auszugehen ist, dass sich mehr noch Unternehmen den Zielgruppen mit unterschiedlichsten Startschwierigkeiten öffnen werden (müssen), ist es von großer Bedeutung den Übergang in und die Begleitung der Ausbildung für alle Beteiligten konstruktiv und vor allem nachhaltig zu gestalten. Hier eine Alternative und Ergänzung zum bisher einzigen Angebot AsAflex herzustellen, sollte mit Blick auf die Fachkräftesicherung und allen einhergehenden Implikationen (geringere Transferleistungen, höhere Steuereinnahmen, gesellschaftliche Teilhabe) höchste Priorität genießen.

Das basecamp richtet sich an Ausbildungsinteressierte, Auszubildende, Ausbilder*innen und Unternehmen



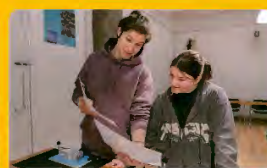
Ausbildungsinteressierte

- Aktivierung
- Berufsorientierung
(z.B. Karriereberatung)
- Events und Vernetzung
(z.B. Tag der offenen Tür, Ausbildungsmesse, Bewerbungstage)



Auszubildende

- Fachliche & überfachliche Kompetenzen
(z.B. Prüfungsvorbereitung, Finanzberatung)
- Psychosoziale Betreuung
- Vorbilder und Vernetzung
(z.B. Sommerfest)



Ausbilder*innen

- Pädagogische Unterstützung
- Workshops und Trainings
(z.B. Inhouse Trainings)
- Konfliktnavigation
(z.B. Teambuilding-Tandem)



Unternehmen

- Fachkräfteentwicklung und -sicherung
- Image und CSR
- Vernetzung
(z.B. Tag der offenen Tür, Ausbildungsmesse, Benefizgala)

Ein weiteres Beispiel für eine sinnvolle Ergänzung in der Ausbildungsbegleitung zu AsAflex ist die **Kooperation zwischen der IHK Berlin** und der dortigen **JOBLINGE gAG Berlin**. In einer Zeit, in der die Herausforderungen und Anforderungen an Auszubildende stetig wachsen, steht die berufliche Bildung vor entscheidenden Wendepunkten. Die aktuellen Entwicklungen, wie sie auch in der Ausbildungsbilanz 2023 der IHK Berlin skizziert werden, unterstreichen eine besorgniserregende Zunahme von Ausbildungsabbrüchen. Diese Entwicklung signalisiert einen dringenden Handlungsbedarf, um junge Menschen in ihrer Ausbildung nachhaltig zu unterstützen und Ausbildungsabbrüche zu verhindern. Eine signifikante Zahl an Vertragslösungen nach Ausbildungsbeginn verdeutlicht die Komplexität der Herausforderungen, mit denen Auszubildende konfrontiert sind – von Fehlzeiten über die falsche Berufswahl bis hin zu den Langzeitfolgen pandemiebedingter Einschränkungen. Das Hauptziel des gemeinsamen Projekts von der Industrie- und Handelskammer (IHK) und JOBLINGE ist die Prävention von Ausbildungsabbrüchen und den Erhalt

der Ausbildungsqualität in den Mitgliedsunternehmen der IHK. Durch maßgeschneiderte, mehrstufige Serviceangebote wird eine umfassende Unterstützung sowohl für Auszubildende als auch für Unternehmen angeboten. Diese Angebote sind darauf ausgerichtet, sowohl präventive als auch reaktive Lösungen zu bieten, um den unterschiedlichen Bedürfnissen und Herausforderungen der Zielgruppen gerecht zu werden. Das Projekt zielt darauf ab, eine nachhaltige höchst wertschätzende und positive Ausbildungsumgebung zu schaffen, in der Auszubildende erfolgreich lernen und sich entwickeln können, während gleichzeitig die Unternehmen in ihrer Rolle als Ausbilder*innen gestärkt werden.

6. Wie lässt sich die Durchlässigkeit zwischen akademischer und beruflicher Bildung in beide Richtungen besser gewährleisten?

Grundsätzlich sollte der **Meister/Techniker dem Bachelorabschluss** in der Außendarstellung und finanziell und **gleichgestellt** werden.

Darüber hinaus könnte der Abschluss einer dualen Ausbildung ab einem festgesetzten Durchschnitt (z.B. 1,0 – 1,5) zum Studium an der FH berechtigen. Dies würde eine hohe Praxiserfahrung bei den Studierenden gewährleisten und gleichzeitig die Möglichkeit eines höheren Bildungsabschlusses zulassen. Auszubildenden mit geringerem Abschlussergebnis bliebe weiterhin der Meister oder Techniker als Möglichkeit des „Bildungsaufstiegs“ erhalten.

Studienzweifler müssen früher „abgeholt“ werden. Um die Wartezeit zwischen dem ersten Zweifeln und dem tatsächlichen Abbruch zu verkürzen bzw. eine Entscheidung herbeizuführen, bedarf es konkreter Angebote an den Hochschulen. Unternehmen haben ein großes Interesse an Auszubildenden mit tendenziell guten kognitiven Fähigkeiten. Problem ist aber, dass die Jugendlichen mit Abitur in der Regel noch keinerlei Berührung mit dem Thema duale Ausbildung bzw. klassischen Ausbildungsberufen hatten, da sie am Gymnasium auf Abitur und Studium fokussiert waren (siehe Punkt 7). Zwar sollen die Gymnasien im Rahmen ihres Bildungsauftrages auch über das Thema Ausbildung aufklären, doch wird dies in der Regel eher nachrangig behandelt. Informationsveranstaltungen zur beruflichen Orientierung von Studierenden (Studienzweiflern), sollten als festes Angebot auf dem Campus (aber auch digital) verankert sein. Eigentlich Aufgabe der Berufsberatung, könnten hier eher private Anbieter des Übergangssystems mit großer Nähe zur Wirtschaft aktiv sein. Eine Finanzierung je erfolgreich vermitteltem Auszubildenden könnte über die Unternehmen gestaltet werden, da wie bereits beschrieben, ein hohes Interesse an der Zielgruppe besteht.

7. Wie kann eine ergebnisoffene „Berufliche Orientierung“ in Schulen mit Sekundarstufe II gewährleistet werden, sodass alle Bildungs- und Karrierewege ergebnisoffenen im individuellen Entscheidungsprozess berücksichtigt werden?

Wie bereits in Punkt 6 beschrieben, ist grundsätzlich eine ergebnisoffene Berufsorientierung auch an Gymnasien vorgesehen. Erfahrungsgemäß nimmt diese allerdings nur einen geringen Bereich ein, bzw. ist stark auf das Thema Studium fokussiert. Zwar sind die Zahlen der Abiturient*innen, die eine duale Ausbildung aufnehmen, zuletzt gestiegen, doch mit Blick auf eine tatsächliche „Ergebnisoffenheit“ fehlen hier die Erfahrungen mittels Praktika, bzw. Unternehmenskontakten. Viele Arbeitgeber bemängeln den geringen Praxisbezug vieler Studiengänge, der bei einigen Studierenden nach Abschluss des Studiums bisweilen zum sogenannten Praxisschock führt. Eine duale Ausbildung, durch das Abitur entsprechend verkürzbar, würden solche Fehleinschätzungen umgangen und kürzere Anlernphasen zur schnelleren Nutzung der Expertise für die Unternehmen führen. Nebeneffekt wäre, dass durch die Wartesemester der Zugang zu zugangsbeschränkten Studiengängen (NC) ermöglicht würde. Die Ausbildung hier sogar höher als nur die Wartesemester zu bewerten und ggfs. auch Leistungen (Praktika) anzuerkennen, wäre sicherlich wünschenswert und ein weiterer Anreiz, zunächst eine duale Ausbildung aufzunehmen.

8. Wie lassen sich die Potentiale der Berufsbildung für die Integration von Zugewanderten und Geflüchteten besser nutzen?

Die Teilhabe am Arbeitsleben ist der größte Integrationsmotor. Die Förderung der beruflichen Teilhabe von Zugewanderten und Geflüchteten hat aber neben dem gesellschaftlichen Aspekt auch einen wirtschaftlichen. Denn mit Blick auf den Fachkräftebedarf brauchen wir jede und jeden und dabei das Potential eines großen Teils der Bevölkerung nicht zu nutzen, ist ein zweifelhafter Luxus, den man sich allein schon aus wirtschaftlicher Sicht nicht leisten kann.

Die Begriffe von Flucht und Migration müssen in aller Deutlichkeit vom Begriff der illegalen Migration getrennt werden. Eine Vermengung führt zwangsläufig zu einer negativen Haltung gegenüber allen Menschen mit Migrationsgeschichte, auch denen, die bereits seit der Geburt in Deutschland leben. Politik hat den Auftrag hier aufzuklären und immer wieder den Mehrwert und den hohen Bedarf der Migration zur Fachkräftesicherung zu betonen. Populismus nährt sich durch Unkenntnis und Vorurteile. Ein verstärkter Hinweis auf den wirtschaftlichen Faktor von Migrant*innen so wie es der DIHK (27 Prozent) zu Beginn des Jahres gemacht hat, kann hier massiv zur Aufklärung beitragen. Doch bei allen Anstrengungen, zuletzt auch in Form des Jobturbo, gilt es Rahmenbedingungen zu schaffen, die eine erfolgreiche Integration flankieren. Damit der Jobturbo also mehr ist als nur ein Lippenbekenntnis, bedarf es einer zielgerichteten Information und Vorbereitung der jungen Menschen, ebenso aber eines breiten Unterstützungsangebot für die Unternehmen. Folgende Faktoren sind von wesentlicher Bedeutung:

- Spracherwerb mindestens auf Niveau B1 als Zugangsvoraussetzung
- Sensibilisierung der Ausbilder*innen für neue Zielgruppen
- Flankierende, ggfs. auch muttersprachliche Beratungsangebote, um Missverständnisse sicher auszuräumen
- Spezifizierung der Ausbildungsbegleitung mit Blick auf Spracherwerb
- Austauschformate für Ausbilder*innen, um Problemstellungen zu benennen und lösen, aber auch andere Ausbilder*innen für Zielgruppe zu gewinnen
- Ggfs. vorgelagerte EQ mit Besuch der Berufsschule und sprachfördernden Elementen
- Möglichkeit des Wechsels nach EQ ins zweite Ausbildungsjahr, wenn Leistungen entsprechend sind

Befähigen wir die Unternehmen, sich die Ausbildung von Geflüchteten zuzutrauen und flankieren die Prozesse entsprechend, kann die Integration in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt gleichzeitig zu einem gesellschaftspolitischen Integrationsmotor werden und echte Teilhabe bewirken. Wie im klassischen Übergangssystem muss aber auch hier die Maxime gelten: **Job first!** Auch hier bedarf es eines evidenzbasierten Einsatzes der vorhandenen Mittel. Fehlanreize einer Inputfinanzierung, müssen durch eine Outcome Finanzierung ersetzt werden.

Zum Vergleich: Das bundesweite Programm **Berufliche Orientierung für Zugewanderte (BOF) des BMBF** wurde 2022 evaluiert⁶. Unter Einsatz von Sprachförderung, Werkstätten zur Praxissimulation sowie Praktika in Betrieben, konstatierte man eine Vermittlungsquote in Ausbildung von 25 Prozent, EQJ 15 Prozent und Arbeitsaufnahme von 12 Prozent. Nimmt man alles zusammen, eine Integration in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt von 52 Prozent. **JOBLINGE Kompass** erzielte ohne Werkstätten und dadurch vermutlich geringerer Kosten eine Vermittlung in Ausbildung von 61 Prozent, EQJ 9 Prozent und Arbeitsaufnahme von 2 Prozent. Dies entspricht einer Gesamtvermittlung von 70 Prozent bei einer Nachhaltigkeit von 93 Prozent, gemessen ein halbes Jahr nach Ausbildungsbeginn (dieser Kennwert wurde im Programm BOF nicht erhoben). Ohne an dieser Stelle werten zu wollen, denn dazu müssten man weitere Parameter heranziehen (Zielgruppe, Sprachkenntnisse, Bildungsstand) müssen trotzdem verstärkt Kosten gegen Wirkung gerechnet werden, ganz besonders in der Arbeit mit Geflüchteten. Denn jeder „arbeitende“ Geflüchtete ist ein Beweis gelungener Integration und Vorbild für andere, gleichzeitig aber auch ein Abbild der breiten Masse, die sich tatsächlich integrieren will und nicht zu Lasten des Staates leben will.

Im besten Falle sollte also auch hier eine Outcome Finanzierung greifen, die die tatsächliche Vermittlung incentiviert. Da uns auch für die Integration Geflüchteter in den kommenden Haushalten eher weniger Mittel zur Verfügung stehen, sollten die knappen Ressourcen sinnvoll und

⁶ https://www.bmbf.de/SharedDocs/Downloads/de/2024/240301-abschlussbericht-evaluation-bof.pdf?__blob=publicationFile&v=3

zielorientiert eingesetzt werden. Insbesondere mit Blick auf die Zielgruppe, würde eine geringe Teilhabe am Arbeitsleben nicht nur eine zusätzliche finanzielle Belastung des Haushaltes darstellen, sondern auch den gesellschaftlichen Frieden gefährden, da den Migrant*innen die Ausnutzung des sozialen Sicherungssystems vorgeworfen würde, was Schüren von Vorurteilen und Ausgrenzung zur Folge hätte.

9. Wie kann das duale Ausbildungssystem gegenüber Migranten, denen das System nicht bekannt ist, besser vermittelt werden? Wie kann die Erreichbarkeit dieses Milieus gesichert werden? Welche Rolle spielen dabei die Eltern bzw. die Familie?

Jungen Menschen, die erst seit kurzer Zeit in Deutschland sind, ist die Form unseres Ausbildungssystems unbekannt. Hier gilt es grundsätzlich aufzuklären, aber auch Netzwerke zu schaffen bzw. zu bündeln, um junge Migrant*innen mit Entscheider*innen der Unternehmen in Kontakt zu bringen. Schwierig wird es allerdings, wenn junge Menschen durch Institutionen nicht erreicht werden. In diesen Fällen müssen junge Menschen dort erreicht werden, wo sie sich aufhalten, nämlich auf der Straße oder ganz besonders in den sozialen Netzwerken.



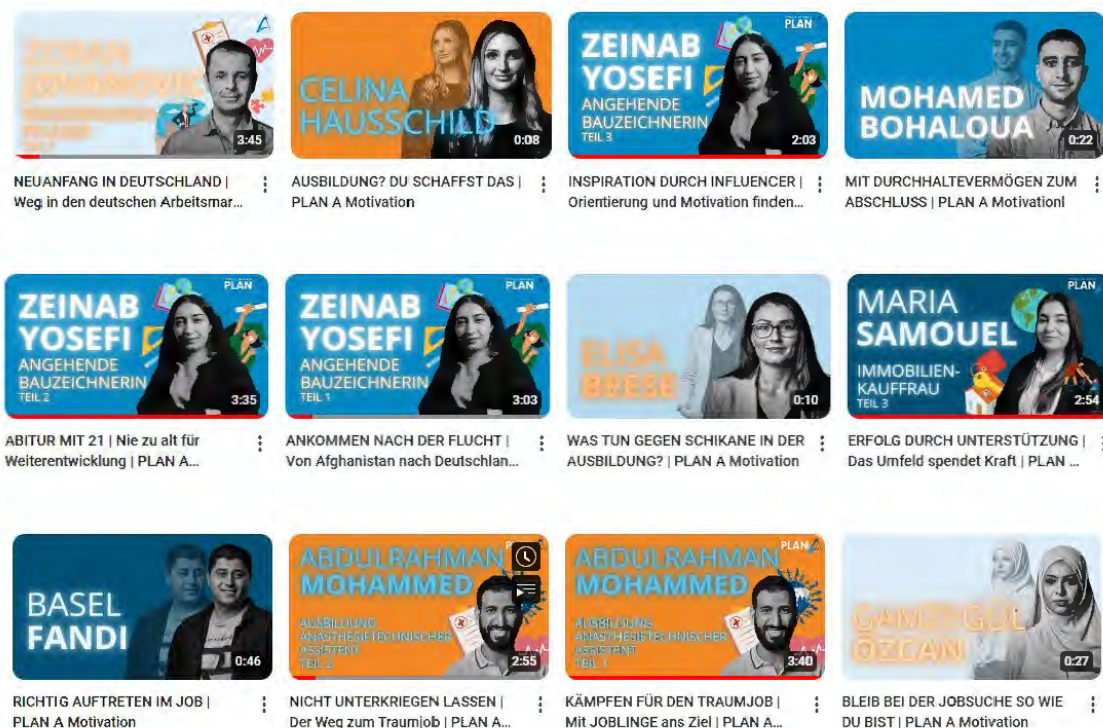
Social Media Kampagnen, die nicht nur informieren, sondern insbesondere auch mit Vorbildern/Rolemodels arbeiten. Beispielhaft seien hier die Videos des JOBLINGE Programmableger Plan A genannt, die die Geschichten gleichaltriger Jugendlicher erzählen, die einen ähnlichen Weg gegangen sind.⁷

⁷ <https://plan-a.jetzt/playlists/>

In fast allen Fällen haben aber Behörden Zugriff auf die Personengruppen, so dass hier Information, bzw. Hinleitung zu entsprechenden Stellen möglich ist. Wichtig wäre hierbei aber, die Informationen sprachsensibel aufzubereiten und im besten Falle sprachsensibel zu erörtern. Spätestens bei Kontakten im Jobcenter bzw. der Berufsberatung, sollte eine sprachaffine Kommunikation gewährleistet sein, so die Sprachkenntnisse noch unterhalb B1 sind.

Funktionierende Programme wie JOBLINGE Kompass, die bereits über einen längeren Zeitraum eine Vermittlung in Ausbildung von 70 Prozent nachweisen, bedürfen einer verstetigten Finanzierung. Die Finanzierung im Rahmen des Aktivierungs- und Vermittlungsgutscheins stellt in Zeiten eines erhöhten Kostendrucks bei der öffentlichen Hand, ein enormes wirtschaftliches Risiko dar, sind es doch die AVGS als variables Arbeitsmarktinstrument, die bei Haushaltskürzungen als erstes eingekürzt werden.

Eltern spielen bei der Information zum Ausbildungssystem eher eine untergeordnete Rolle, ist ihnen selbst doch wahrscheinlich das Ausbildungssystem unbekannt. Es sei denn, sie werden über migrantische Vereine und Verbände erreicht und auch sprachlich sensibel informiert. Unter Einbindung dieser Institutionen könnte eine größere Erreichbarkeit erzielt werden, insbesondere auch derer Personen, die sich aufgrund des (noch) mangelnden Sprachvermögens nicht zutrauen sich in Behörden zu informieren.



Mit dem mittlerweile eingestellten Landesprogramm **Durchstarten in Ausbildung und Arbeit** wurden gute Ansätze zur Erreichbarkeit geflüchteter und auch geduldeter Personen entwickelt. Eine Neuaufnahme bzw. eine Implementierung besonders wirkungsvoller Instrumente, wäre hier sicherlich wünschenswert. Eingebettet werden könnten die Angebote erneut in das

Landesprogramm Kommunales Integrationsmanagement (KIM) im Rahmen der Teilhabe- und Integrationsstrategie des Landes NRW.

10. Welche konkreten Konsequenzen sollten im Landesrecht gezogen werden, wenn die Gleichwertigkeit von beruflicher und akademischer Bildung verfassungsrechtlich oder einzelgesetzlich als grundsätzliche Zielbestimmung verankert wird? Durch welche sozial- und bildungspolitischen Maßnahmen müssten diese begleitet sein?

Beim Einsatz externer Unterstützer, müssen Regularien in Schulen angepasst werden. Ein Teil des Lehrermangels, könnte durch den gezielten Einsatz fachfremder Personen aus Wirtschaft und Gesellschaft kompensiert werden. Hierzu bedarf es einer Aufhebung von Zugangsbeschränkungen. Grundsätzlich gilt, dass multiprofessionelle Teams im Kollegium nicht nur an Grundschulen, sondern auch in Sekundarstufe gestärkt werden sollten.

In Förderprogrammen des ESF sind die Personalkostenstellen an formale Studienabschlüsse gebunden, obwohl auch hier mitunter Expertise aus dem nicht akademischen Berufskontext zielführender eingesetzt werden könnten. Wenn eine Tätigkeit entgolten wird, muss es darüber hinaus unerheblich sein, mit welchem Abschluss eine Person diese Aufgaben erfüllt, wenn sie nachweislich dazu in der Lage ist, die Aufgabe zielführend zu bewältigen. Dies würde zu multiprofessionellen Teams führen und gleichzeitig den Fachkräftemangel im Bildungssektor eindämmen. Hier könnte Chancengleichheit und Anerkennung von beruflicher Bildung von oberster Stelle durch das Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales gefördert werden.

Ähnliches gilt für Personalvorgaben bei Vergabemaßnahmen der Bundesagentur für Arbeit, die es kaum zulassen, ein multiprofessionelles Team aufzustellen. Auch bei Bildungsträgern im Rahmen von Arbeitsmarktprogrammen sollten vielfältige Berufsabschlüsse anerkannt werden und neben den klassischen Abschlüssen der Sozialpädagogik und Sozialarbeit (und verwandten Abschlüssen) zugelassen werden. Da die Zielgruppe sehr heterogen ist und Jugendliche auch hier eine sehr breite und unterschiedliche Unterstützung benötigen, ist ein Team mit multiprofessionellen Kompetenzen oftmals zielführender. Beispielhaft sei hier auch noch einmal das Mentoringprogramm von JOBLINGE erwähnt. Die ehrenamtlich engagierten Privatpersonen erreichen ihre Mentees auch ohne formal pädagogische Ausbildung und bieten mit ihrem Engagement auf fachlicher wie auch personaler Ebene einen echten Mehrwert.

Bleibe die Frage der Gleichwertigkeit von akademischen Laufbahnen versus Berufsausbildung. Im Wintersemester 2021/2022 wurden an deutschen Hochschulen 20.951 Studiengänge angeboten. Davon waren 9.392 Bachelor- und 9.880 Masterstudiengänge, 1.298 solche mit staatlichem und kirchlichem Abschluss sowie 381 „Übrige“. 92 Prozent aller Studiengänge führen zu den Abschlüssen Bachelor und Master. In NRW werden allein 2283 Bachelorstudiengänge in 181 Fachrichtungen angeboten. Sicherlich benötigen wir Spezialist*innen in vielen Bereichen, doch stehen Kosten

und Nutzen gegenüber einer dualen Ausbildung mit ca. 350 Berufen und der hohen gesellschaftspolitischen Relevanz, in keinem Verhältnis.

Als sozialpolitische Maßnahme müssen daher die angedachten Kürzungen für Arbeitsmarktinstrumente im Bundeshaushalt zurückgenommen und so die Bedeutung der beruflichen Bildung gestärkt werden. Das (durchaus reformbedürftige) Übergangssystem ist für viele junge Menschen der Schritt ins Arbeitsleben und bedeutet damit gesellschaftliche Teilhabe.

11. Bewirken gute Beispiele, wie z.B. gelebte und natürliche Rollenvorbilder, die Schulen besuchen sowie schulische Exkursionen zu Betrieben, mehr als die reine Verankerung in der Verfassung?

Um beruflich zu orientieren, ist es unabdingbar, Berufe in der Praxis erlebbar zu machen. Neben dem Erleben von Arbeitsstätten, geht es aber insbesondere darum, Inhalte aus dem Berufskontext, mit Unterrichtsinhalten zu verbinden und dabei auch Praktiker und damit natürliche Rollenvorbilder einzubinden. Auf diesem Wege lernen Schüler*innen nicht nur sehr praxisnah Berufe kennen, sondern erhalten auch den Kontext zum Sinn des Lernens, da sie es hier in der Anwendung erleben. Solche Formate eignen sich im Besonderen für schulmüde Jugendliche oder auch Jugendliche mit weniger ausgeprägten kognitiven Fähigkeiten. Ist dies der Fall, so gibt es nach neurobiologischen Erkenntnissen nur den Weg, über Emotionen bzw. Erlebnisse zu lernen und so alle Schüler*innen zu erreichen. Durch einen aktiveren und eher workshophaften Unterricht, wäre dies somit gegeben.

Darüber hinaus sollten **Rollenvorbilder und insbesondere Mentor*innen** eingesetzt werden. Die Initiative JOBLINGE nutzt in seinen Programmen seit dem ersten Tag ein Mentoringprogramm, das die Jugendlichen zusätzlich zum hauptamtlichen Team, in einem 1:1 Tandem coacht und begleitet. Für viele Jugendliche ist dies die erste Erfahrung von gesellschaftlicher Teilhabe und zeigt ihnen eine Wertschätzung, die sie oft im Familien- und Schulkontext bisher nicht kennenlernten. Mehrwert und Wirkung von Mentoringprogrammen sind hinlänglich bekannt und wissenschaftlich erwiesen. Die wichtigsten Impulse hat der Verein für Kinder- und Jugendförderung eleven hier zusammengefasst: <https://www.eleven.ngo/unsere-themen#mentoring>

Auch der renommierte Sozialwissenschaftler **Klaus Hurrelmann** betont immer wieder den Mehrwert von Mentoringprogrammen und spricht sich für eine breitere Anwendung aus. Auch die aktuelle NRW-Landesregierung sieht dies grundsätzlich so und nennt den Bedarf einer stärkeren Nutzung von Mentoring in ihrem Koalitionspapier in Zeile 2.913.

Funktionierende Lösungsansätze unter Einsatz Ehrenamtlicher im Schul- und Übergangssystem, bedürfen einer stabilen und nachhaltigen Finanzierung. Spendenfinanziert bleiben diese Erfolgsmodelle sonst ein fragiles Produkt lokal engagierter Akteure.

Grundvoraussetzung für einen effizienten Einsatz ist es, dass etablierte und nachweislich wirkungsvolle Programme **von einer fragilen Projektförderung in eine strukturelle Förderung überführt** werden müssen. Der im Jahre 2022 gegründete Bundesverband soziales Mentoring vereint viele wirksame Mentoringprojekte in Schule und am Übergang (Balu und Du, Arbeiterkind, Rock your life, JOBLINGE etc.) aus dem Bildungsbereich unter seinem Dach. Mehr Informationen zum Bundesverband soziales Mentoring finden sie unter <https://bundesverband-mentoring.social/>

Die Mitglieder erfüllen einen hohen Qualitätsstandard und evaluieren ihre Arbeit stetig. Dies ermöglicht eine klare Skalierung der Kosten für die Mentoringeinsätze, so dass auch eine dezidierte Benennung der Kosten möglich ist. In Zeiten unbesetzter Lehrer*innenstellen, dürfte eine strukturelle Förderung von Mentoringangeboten finanziell möglich sein. Eine solche Förderung würde nicht nur die bereits erprobten und wirksamen Angebote erhalten, sondern gleichzeitig die Basis für den Ausbau und die Konzeption neuer Angebote (z.B. für Geflüchtete) einschließen. Als qualitätssichernde Instanz könnte hier der Bundesverband soziales Mentoring fungieren und steht für Gespräche gerne zur Verfügung.



12. Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten bildungspolitischen Hebel für mehr Chancengleichheit? Bitte priorisieren Sie.

Als Basis für Chancengleichheit und erfolgreiche Bildung, gilt es zwingend das Kita Angebot auszubauen und vom Recht auf einen Kitaplatz eine **Kitapflicht** ab dem dritten Lebensjahr zu machen. Darüber hinaus kommt dem Ausbau und nicht dem Einkürzen der Sprach-Kitas ein besonderer Stellenwert zu, bilden diese doch die Basis für Kinder mit Migrationsgeschichte, echte Teilhabe zu erleben. Geben wir den Kindern bessere und gleiche Startchancen, erleichtert es ihnen und auch den Lehrkräften die folgende Schullaufbahn. Weniger Sprachförderbedarf in der Schule, weniger Abbrüche, weniger Schulabsenz und höhere Bildungsabschlüsse von mehr Kindern, amortisieren die Kosten zwangsläufig.

Überarbeitung von Curricula mit Blick auf ausfallenden Unterricht und flankierende außerschulische Angebote. Wo können Externe einen Mehrwert erzielen? Wie kann Unterricht für schulumüde Jugendliche (z.B. Schulpflichterfüllende am BK) attraktiv gestaltet werden? Wie schaffen wir es, wirksame außerschulische Angebote unbürokratischer und direkter mit Schulen zu verzahnen? Die Infrastruktur sollte mit Blick auf den ab 2026 geltenden Ganztagsanspruch frühestmöglich koordiniert und erprobt werden.

Bedarfsgerechte Unterstützung statt Gießkannenprinzip: Evidenzbasierte und bedarfsgerechte Steuerung von Unterstützungsangeboten und Offenheit, die Erkenntnisse, in die Breite zu tragen. Bildungspolitik muss auf allen Ebenen auf klare Ziele ausgerichtet werden. Sie muss evidenzbasiert sein und die Wirkung aller Maßnahmen evaluieren. **Strategien müssen über Legislaturperioden hinweg konzipiert sein und umgesetzt werden.**

Es braucht dringend eine bessere Verzahnung und Möglichkeiten des Wissenstransfers zu bereits aktiven und wirkungsvollen Initiativen, bei denen auch Wirtschaft, Jugendberufsagenturen bzw. die öffentliche Hand insgesamt eingebunden sind. Hierfür könnten Roundtable in den jeweiligen Städten institutionalisiert werden. Gleichzeitig braucht es Evidenz dazu, was am Übergang wirkt und damit eine Datengrundlage über Einmündungen, Verlauf und Austritte aus dem Übergangsbereich – verknüpft mit Schuldaten und Daten nach dem Modell aus Hamburg.

Ein Auftrag der Schule muss es sein, den Anschluss und nicht Abschluss sicherzustellen.

Hier braucht es ein Umdenken, das sich in Zielsetzung, Steuerung/Messung und auch der sektorübergreifenden Zusammenarbeit zeigen muss: Das Thema Arbeitsmarkt sollte so früh und so vielfältig wie möglich in der Schule präsent sein: Fächerübergreifend und vor allem durch praktische Erfahrungen, einer qualitativ hochwertigen beruflichen Orientierung, innovative und enge Einbindung der Wirtschaft und einer Stärkung von multiprofessionellen Teams durch die systematische Einbeziehung außerschulischer Akteure.

Sind Curricula noch zeitgemäß und wie begeistern wir Schüler*innen? Das Unterrichtsfach „Zukunft“ könnte (ggfs. eingebettet in Gesellschaftslehre/Politik/Sozialwissenschaften) Themen wie Berufsorientierung und Praxiserfahrungen, Finanzführerschein und Steuern, Umwelt und Klima, Haltung und Werte oder einfach das Thematisieren von „Glück“ beinhalten und dabei einen Mehrwert für die individuelle Zukunftsplanung darstellen. Durchführende für dieses „Fach“ könnten externe Ehrenamtliche sein, Teach First Fellows oder Unternehmensvertreter*innen, so dass z.B. Unterrichtsausfall aufgrund fehlender Lehrkräfte kompensiert würde. Der Mehrwert wäre eine bessere Erreichbarkeit der Zielgruppe, Förderung personaler und sozialer Kompetenzen und nachhaltige Berufsorientierung.

Wichtig ist demnach, auch im Kontext des **Startchancen-Programms**, dass Kooperationen zwischen Schulen und Akteuren aus der Zivilgesellschaft (z.B. für Mentoring) & Wirtschaft (z.B. für praktische Berufsorientierung) aktiv gefördert und ermöglicht werden. Dieser Punkt hat auch Schnittmengen zu den Themen Ganztage oder Unterrichtsausfall, da so weitere qualifizierte Ressourcen eingesetzt werden können.

Der wichtigste Hebel für mehr Chancengerechtigkeit ist die Steuerung von Maßnahmen und Budgets nach Wirkung, bzw. nach Outcome- anstatt nach Input-Kriterien. Wir können es uns in Zeiten knapper werdender öffentlicher Budgets schlicht nicht mehr leisten, Gelder für Maßnahmen auszugeben, bei denen wir keinerlei Rückmeldung zur Wirkung erhalten oder Maßnahmen anhand des wirtschaftlichsten Angebotes, anstatt anhand des wirkungsvollsten Angebotes zu vergeben.

13. Welche Best-Practice-Beispiele sind Ihnen bekannt, welche die Gleichwertigkeit und Chancengerechtigkeit im beruflichen Ausbildungssystem fördern?

Alle Jugendlichen streben nach dem höchstmöglichen Bildungsabschluss, der ihnen möglich ist. Erkennen die Jugendlichen, dass Chancengerechtigkeit mit der dualen Ausbildung beginnt, sind sie bereit, Chancen zu ergreifen, selbst wenn sie sich eigentlich höhere Ziele setzen. Nichtsdestotrotz scheitern viele Jugendliche mit ungeraden Lebensläufen oder anderweitigen Vermittlungshemmnissen an starren Hürden, Vorbehalten oder mangelndem Zutrauen und fehlendem Selbstwertgefühl.

Die Initiative JOBLINGE arbeitet seit vielen Jahren mit sozioökonomisch benachteiligten Jugendlichen. Ein Großteil mit Migrationsgeschichte oder Fluchthintergrund. Die bundesweite Vermittlungsquote von 75 Prozent ist der gelebte Nachweis, dass die Unternehmen in unserem Netzwerk verstanden haben, dass **Diversität** nicht nur ein netter Claim im Rahmen des Employer Branding ist, sondern mit Blick auf die Nachwuchsgewinnung essenziell. Ganz davon ab, ist gelebte Vielfalt für alle Beteiligten ein Mehrwert.

Die Partnerunternehmen von JOBLINGE leben darüber hinaus die Maxime: **Praxis vor Zeugnis**. Geben sie einem Jugendlichen, der vielleicht die eigentlich formalen Qualifikationskriterien nicht erfüllt, eine Chance, mit der er nicht rechnet, erhalten die Unternehmen in der Regel hochmotivierte und treue Mitarbeitende.

Viele Unternehmen machen hier aus der Not eine Zukunft. Wohlwissend, dass die Ausbildung formal schwächerer Kandidat*innen mehr Einsatz und Ressourcen fordert, lassen sie sich auf neue Zielgruppen ein, selbst wenn die Bewerberzahlen noch ausreichend sind. Diese Unternehmen haben verstanden, dass sich **der demographische Wandel** nicht aufhalten lässt, und machen sich heute schon fit für den Fachkräftemarkt von morgen. Als JOBLINGE Initiative begleiten wir unsere Partnerunternehmen bei diesem Prozess, indem wir ihnen nicht nur motivierte junge Menschen zuführen, sondern sie auch auf dem Weg des Praktikums bis zum Ausbildungsstart und mit unserer Ausbildungsbegleitung auch noch darüber hinaus, begleiten.

Gutes tun und dabei gewinnen? In all diesen Punkten geht es um individuelle Chancengerechtigkeit und Bildungsaufstiege für junge Menschen, letztlich aber um eine Win-Win-Situation. Chancengerechtigkeit, die den partizipierenden Unternehmen einen klaren Wettbewerbsvorteil verschafft, weil sie von dieser nachhaltigen Nachwuchsgewinnung profitieren.

14. Wie können die Aufstiegschancen und Perspektiven einer beruflichen Ausbildung besser in der Gesellschaft kommuniziert werden? Mit welcher Strategie kann mehr Wertschätzung in der Gesellschaft bewirkt werden?

Frage: Wie viele Politiker*innen im NRW-Landtag oder auch im Bundestag haben eine duale Berufsausbildung genossen? Wie glaubhaft kann also eine politische Kampagne für die duale Ausbildung sein? Wenn wir den Wert der Berufsausbildung steigern wollen, benötigen wir Rolemodels, die ihre Geschichte „erzählen“ und ihren persönlichen Erfolg vorleben. Auch hier verfügt unser Programm Plan A über Videos solcher Vorbilder, die ihre Geschichte erzählen.

Die Coronapandemie hat einigen Berufen eine Wertigkeit vermittelt, die sie vorher nicht hatten. Von der Pflege bis zum Lebensmitteleinzelhandel sprach man plötzlich von systemrelevanten Berufen. Die Wertschätzung ist sicherlich auch heute noch zu spüren, doch hat sich diese nicht in besseren Arbeitsbedingungen und besserer Bezahlung manifestiert. Würde man hier eine klassische „Angebot und Nachfrage Rechnung“ aufsetzen, müssten die Menschen in Mangelberufen wesentlich besser entlohnt werden. Das würde zu einem erhöhten Zugang in diesen Berufen führen, doch wohl kaum den Wunsch nach einer akademischen Karriere, insbesondere im Bildungsbürgertum, schmälern. Denn das Angebot und die Möglichkeiten sind groß: allein in NRW gibt es 2283 Bachelorstudiengänge in 181 Fachrichtungen⁸.

Insbesondere dort, wo uns der Fachkräftemangel schon heute erreicht, stellen Menschen fest, wie wichtig doch einige Berufe sind. Von der geschlossenen Bäckereifiliale bis hin zum verspäteten ICE, dem der Fahrer fehlt, werden wir in naher Zukunft noch stärker spüren, welche Berufe in unserem unmittelbaren Lebensumfeld relevant sind. Und hier sind es eben die Busfahrer, Bäckerreifeverkäufer, Pflegekräfte oder Handwerker und nicht die Berater und Banker. Hier gilt es eine klare Vorteilsübersetzung herzustellen: Du wirst gebraucht! Und je größer der Schmerz ist, desto größer muss auch die Wertschätzung sein, die insbesondere auch finanziell ausdrückt.

Wie aber kann die Kommunikation zur jungen Generation gelingen? Unsere Studie „Jugend im Standby“ hat gezeigt, dass bspw. NEETs ein ausgesprochenes Misstrauen gegenüber öffentlichen Akteuren und Institutionen aufweisen. Über die eigenen Peer-Gruppen fühlen sich junge Menschen dagegen angesprochen und abgeholt. Eine Tatsache, die wir bei JOBLINGE durch die Einbindung unserer Alumni/Botschafter nutzen. Ebenfalls seien hier noch einmal unsere Mentor*innen erwähnt, die als Vorbilder für eine duale Ausbildung und erfolgreiche Karrieren stehen. Auch haben einige Unternehmen mit ihren eigenen Jobfluencern großen Erfolg und können die Zielgruppe mit täglichen Berichten aus dem Lebensalltag erreichen und für die Ausbildung gewinnen – sogar im Handwerk.

⁸ <https://www.studieren-studium.com/studium/studienorte/deutschland/nordrhein-westfalen>

Eine politische Kampagne sollte mit Rolemodels arbeiten, aber darüber hinaus bei der Konzeption solcher kommunikativen Maßnahmen, junge Menschen stärker einbeziehen und ihnen in partizipativen Innovationsformaten Mitsprache auf Augenhöhe ermöglichen.

15. Welche Herausforderungen beschäftigen Sie gerade am meisten? Welche Lösungen zeichnen sich ab/bewähren sich?

Haushaltsslage/Einsparungen im U25-Bereich

Wir befürchten eine Verschärfung der bereits in diesem Jahr eingetroffenen Budgetkürzungen im Bereich der Eingliederungstitel im SGB II. Die Konsequenzen waren für etablierte Sozialorganisationen wie JOBLINGE drastisch spürbar: Ein Wegfall der finanziellen Planbarkeit, kein verlässlicher Informationsfluss über unsere Ansprechpartner an den Jobcentern und spürbare Einschnitte in der öffentlichen Finanzierungsstruktur. In Anbetracht der Arbeitsmarktsituation muss es das Ziel sein, eine gezielte Unterstützung für junge Menschen in den Ausbildungsmarkt zu gewährleisten: Dazu braucht es aus unserer Sicht die bereits beschriebenen outcome-basierte Finanzierungen, eine Gesamtevaluation hinsichtlich der Wirksamkeit von Angeboten, mehr Transparenz und die Schaffung einer transparenten Datengrundlage über Eintritt, Verbleib, Austritt und Erfolg von jungen Menschen in Maßnahmen am Übergang. Es geht darum jetzt in Zeiten von knappen Ressourcen, Gelder richtig zu verteilen und nicht auf dem Rücken der jungen Menschen, die unsere Fachkräfte (und Steuerzahler) von Morgen sind, politische Machtkämpfe auszutragen.

Zukunftsfähigkeit unseres Sozialstaates

Die Vielzahl gesellschaftlicher Herausforderungen – von demografischem Wandel über Fachkräftemangel bis hin zu internationalen Krisen und Kriegen – führt zu einem wachsenden Druck auf unser derzeitiges Wohlfahrtsmodell. In Themenfeldern wie Bildung, Arbeit, Integration, Gesundheit, Demokratie & Gesellschaft sowie Alter muss die Zusammenarbeit zwischen etablierten Sozialorganisationen und dem Sozialstaat neu organisiert werden. Bisher gibt es für etablierte Sozialorganisationen wie JOBLINGE keine Möglichkeiten zum Andocken an die Schnittstellen zum Sozialstaat – kurzum: sie passen nicht ins System. Etablierte Sozialorganisationen müssen als wirkungsvolle Ergänzung der bestehenden Unterstützungsstruktur im Sozialstaat verstanden und entsprechend eingebunden werden. Die Berücksichtigung von etablierten Sozialorganisationen durch Politik und öffentliche Verwaltung ist essenziell bei der Entwicklung und Umsetzung von Lösungen zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen – ergänzend zu den bestehenden Strukturen und bestehenden Akteuren. Angefangen bei Konsultationen und der Einbindung in Gremien oder Beiräte bis hin zur direkten Zusammenarbeit in den jeweiligen Themenfeldern braucht es eine Berücksichtigung auf allen Ebenen.

Es braucht außerdem flexible und niedrigschwellige Förderinstrumente für bundesweite Dachstrukturen von etablierten Sozialorganisationen, bei denen neben der Wirtschaftlichkeit vor allem auch Wirkungsnachweise berücksichtigt werden. Positionspapier zur Rolle etablierter

Sozialorganisationen in einem zukunftsfähigen Sozialstaat:
<https://www.eleven.ngo/unsere-themen/update-sozialstaat>

Erreichbarkeit der Zielgruppe (NEETs)

Bereits vor der Corona-Pandemie haben wir an unseren Standorten Wege pilotiert, um junge Menschen unabhängig von der öffentlichen Hand anzusprechen, zu aktivieren und nach Bedarf beim Einstieg in eine Ausbildung zu unterstützen. Denn: Die Zahlen belegen eine wachsende Zahl junger Menschen, die durch die klassischen Wege der Zuweisung durch öffentliche Akteure nicht mehr erreicht werden. Dadurch hat sich mit unserer Ausbildungskampagne PLAN A (siehe Punkt 18) ein Ansatz etabliert, durch den wir über das klassische JOBLINGE-Programm hinaus wirkungsvoll wachsen und über den wir auf Zielgruppen zugehen, die teilweise (noch) nicht oder nicht mehr durch Akteure der öffentlichen Hand erreicht werden. Da sich aber nicht alle der von uns erreichten Jugendlichen im Leistungsbezug befinden, begeben wir uns mit unserem präventiven Ansatz in ein finanzielles Risiko. Es braucht mehr **rechtskreisübergreifende und flexible Förderinstrumente**, um junge Menschen unabhängig ihres Rechtskreises zu unterstützen.

Bürokratische Hürden

Wie bereits eingangs beschrieben, ist die Vergabearithmetik der Bundesagentur für Arbeit eine Herausforderung, da sie nur wenig Spielraum für Innovation bereithält. Gleiches gilt für die spätere Durchführung der Maßnahmen. Überbordende Dokumentationspflichten und Teilnehmerberichte, oder handschriftliche Anwesenheitsnachweise als Basis für die Abrechnung selbst bei digital und hybrid durchgeführten Projekten. Es scheint die Begleitung der Jugendlichen und der Nachweis dessen im Fokus zu stehen – nicht der tatsächliche Vermittlungserfolg, der ja das eigentliche Ziel jedweder Maßnahme im Übergangssystem ist. Wie bereits eingangs beschrieben, sollte deshalb bei allen Qualitätskriterien und Vorgaben, das Ziel im Mittelpunkt stehen. Nicht der Weg ist das Ziel, sondern einzig und allein das Ziel ist das Ziel. Dies verinnerlicht, stellt die Basis für eine Outcome basierte Finanzierung dar. Das eingangs (Punkt 3) beschriebenes lokales Förderbudget sollte außerhalb einer klassischen Vergabe als „freie Förderung“ vergeben werden können. Natürlich unter Beachtung einer haushaltpolitischen Kontrolle zur rechtssicheren Mittelverwendung, dennoch aber mit inhaltlich hohem Gestaltungsspielraum. Auf diesem Wege können innovative Lösungsansätze vorgebracht werden, die die diverse Zielgruppe ebenso wie lokal unterschiedliche Gegebenheiten am Ausbildungs- und Arbeitsmarkt berücksichtigen.

16. Besonders in Handwerksberufen sind Frauen stark unterrepräsentiert. Welche Ansätze haben sich als praxistauglich erwiesen, dieser Unterrepräsentation entgegenzuwirken?

- Einige Unternehmen haben gute Erfahrungen mit reinen „Frauenkolonnen“ gemacht. Diese geben jungen Frauen einen „geschützteren“ Raum, der sie befähigt, sich auf etwas „Neues“ einzulassen.
- Andere Unternehmen, wie zum Beispiel die Dortmunder Stadtwerke DSW21 mit 40 Prozent, haben sich in der technischen Ausbildung eine Frauenquote gesetzt und erzielen damit eine positive Sogwirkung auf nachfolgende „Generationen“ junger Frauen.
- Formate wie der Girls Day sind lobenswert, doch wie viele Mädchen münden aufgrund der an einem Tag gemachten Erfahrungen danach in klassische Männerberufe? Auch hier fehlen evidenzbasierte Daten, wobei der Mehrwert eines Tagesprogramms sicherlich nicht all zu groß sein wird. Im Rahmen der bereits beschriebenen Berufsorientierungswochen wären reine Mädchengruppen vorstellbar, die sich im Bereich des Handwerks orientieren und im besten Falle auch ein längeres Praktikum absolvieren.
- Grundsätzlich sollte auch hier eine sehr praxisnahe Berufsorientierung stattfinden, die unter Einbeziehung externer Akteure wie z.B. Women in Tech⁹ oder MINTvernetz¹⁰ die Erprobungen im MINT-Bereich ermöglicht
- Rolemodells sind auch hier die stärksten „Zugpferde“, um junge Mädchen für Handwerksberufe zu begeistern. Mittels weiblicher **Jobfluencer** auf TikTok und Instagram, lassen sich viele junge Frauen erreichen und für neue Berufserfahrungen begeistern
- Ebenfalls sollten Unternehmen sich öffnen und Rahmenbedingungen für mehr junge Frauen im Unternehmen schaffen. In Zeiten des Fachkräftemangels, dürfen fehlende Sanitäranlagen und Umkleiden auf Baustellen kein Argument mehr sein.
- Flexible Arbeitszeitmodelle für junge Frauen mit Erziehungsverantwortung wirken attraktiv auf die Zielgruppe junger Mütter.

⁹ <https://www.womenintech.de/>

¹⁰ <https://www.mint-vernetzt.de/>

17. Welche Bedingungen/Ressourcen werden benötigt, damit Praktika (oder ähnlich angeleitete Ausbildungssituationen) sinnvoll begleitet werden können und so ihre tatsächliche Wirksamkeit entfalten?

Lehrkräfte können eine qualitativ hochwertig gestaltete Berufsorientierung nicht allein stemmen, da sie Zeit, Ressourcen und besondere Expertise benötigen. Gleichzeitig ist es aber auch nicht zielführend, wenn Doppelförderstrukturen aufgebaut werden und einen geordneten Ablauf behindern. Wie bereits in Punkt 3 beschrieben, kommen an einem Großteil der Schulen in NRW neben der Berufseinstiegsbegleitung (Vergabe BA), StuBOs, Berufsberater*innen und Schulsozialarbeiter*innen zum Einsatz, während KAOA die Berufsorientierung zusätzlich „koordiniert“. Viel hilft viel, passt an dieser Stelle nicht, denn der Erfolg bleibt letzten Endes nachweislich aus.

Mehr Stringenz, schlanke Strukturen und klare Zuständigkeiten sind hier vonnöten. Als Best Practice kann hier ein Pilotprojekt von IHK und Teach First Deutschland in Berlin genannt werden. Das Beispiel der Willy-Brandt-Schule zeigt, wie die Berufsorientierung koordiniert und mit klarer Verantwortung versehen funktionieren kann. Eine eigene Stelle, die sich nur um das Thema kümmert, Angebote koordiniert, über eine klare und schlanke Struktur verfügt und per Evaluation begleitet.

<https://www.ihk.de/berlin/ausbildung/infos-fuer-azubis/fuer-schueler-und-studenten/berufsorientierung-/pilotprojekt-willy-brandt-teamschule-6106606>

Aber auch außerschulische Akteure der Zivilgesellschaft und Wirtschaft sollten in Schulen eingesetzt werden, um im Zusammenschluss mit den Lehrkräften eine gezielte Vor- und Nachbereitung zu gewährleisten. Denn Praktikum ist nicht gleich wirksame berufliche Orientierung. Um Schüler*innen wirksam zu orientieren und die Praxiserfahrung zielführend vorzubereiten und auswertbar zu machen, müssen begleitende Inhalte wie Stellenrecherche, Stärkenanalyse, soziale Kompetenzen aber auch die Fähigkeit zur (Selbst-) Reflexion geschult und trainiert werden. Aufwendige Praktikumsbesuche könnten durch externe gewährleistet werden, so dass Lehrpersonal sich den ursprünglichen Aufgaben widmen kann.

18. Wie können Jugendliche erreicht werden, die im Übergangssystem waren und dort verloren gehen

Zunächst einmal ist eine gesicherte Datenlage über die Schulabgänger*innen wichtig. Da eine Weitergabe der Daten von Schule an Berufsberatung aus datenschutzrechtlichen Gründen nach Beendigung der Schule nur bedingt möglich ist, muss dies vorher geschehen.

Grundsätzlich sollte eine umfassende Datenerfassung durch die BA/Berufsberatung schon im Rahmen ihrer Berufsorientierung während der Klasse 9/10 stattfinden. Dies würde allerdings nicht vermeiden, dass sich Jugendliche dem Übergangssystem entziehen und als sogenannte NEETs für die offiziellen Stellen nicht mehr erreichbar sind. Die Frage muss also lauten, mit welchem Angebot können wir sie erreichen?

NEETs „zurückzuholen“, indem man ihnen Angebote macht, die sie ggfs. bereits erfolglos durchlaufen haben, wird nicht gelingen. Auch die Ansprache höchst selbst muss innovativ und zeitgemäß sein. Viel wichtiger ist aber, die Zielgruppe genau zu kennen. Die von JOBLINGE beim Rheingold Institut in Köln in Auftrag gegebene Studie „Jugend im Standby“ verdeutlicht sehr gut, wie heterogen die Gruppe der NEETs ist und wie wichtig eine individuell angepasste Ansprache ist. Die Studie identifiziert sechs diverse Typen der Vermeidung in Bezug auf berufliche Bildung mit dem gemeinsamen Merkmal einer grundlegend schwierigen Erreichbarkeit.

NEETs benötigen mehr individuelle und beziehungsfördernde Unterstützung sowie vorstrukturierte Maßnahmen auf dem Weg in den Ausbildungsmarkt. Sie können sich schwieriger mit der Idee einer Gesellschaft und gesellschaftlicher Teilhabe identifizieren. Zudem löst die Vielzahl beruflicher Entwicklungsmöglichkeiten nach der Schulzeit Überforderung bei der Zielgruppe aus. Mehr Informationen zu unserer Studie finden sie unter: <https://www.joblinge.de/expertise/studie-jugend-im-standby>



Wie also können Jugendliche und junge Erwachsene erreicht werden, die von keinem Instrument des Übergangssystems erreicht werden?

JOBLINGE widmet sich dieser Frage bereits seit über fünf Jahren. 2019 haben wir unsere Aktivierungskampagne PLAN A das erste Mal in einem erfolgreichen Pilotprojekt in Frankfurt am Main getestet, die mit Beginn der Coronapandemie in die sozialen Netzwerke übertragen wurden. Mittlerweile ist ein hybrides Modell aus Straßen- und Brennpunktansprachen und Social-Media-Kampagnen bundesweit etabliert.

Innovative Ansprachen und Aktivierungsvarianten, um junge Menschen für ihre Chancen zu sensibilisieren und zu befähigen.



Mit PLAN A erreichen wir junge Menschen unabhängig vom Rechtskreis und ohne Einbindung der öffentlichen Hand. 2019 in Frankfurt zunächst über Ausbildungspromoter*innen in Brennpunkten pilotiert nutzen wir jetzt eine Kombination aus Brennpunktansprache und Social-Media-Kampagnen, um junge Menschen ohne Ausbildung für den Arbeitsmarkt zu aktivieren. Das funktioniert niederschwellig, direkt und dort, wo die jungen Erwachsenen sind: Online, auf dem Sportplatz, im Einkaufszentrum, in Brennpunkten. Im Erstgespräch mit Ausbildungspromoter*innen geht es sehr konkret um Bedürfnisse. „Suchst du eine Ausbildung? Ja? Dann einmal hier registrieren.“ Diese jungen Menschen erhalten nach einer Registrierung auf unserer Onlineplattform (www.plan-a.jetzt) direkte Unterstützung durch ein Erstgespräch unserer Expert*innen, berufliche Orientierung und Unterstützung beim Einstieg in eine Ausbildung, wodurch das Risiko langfristig in Arbeitslosigkeit zu münden, verringert wird. PLAN A bietet eine präventive Lösung, die nachhaltige berufliche Perspektiven schafft und die jungen Menschen erreicht, die sich von der öffentlichen Hand gelöst haben, oder sonst ins Übergangssystem münden würden.

Bundesweit wurden auf diese Weise schon 5.000 junge Menschen erreicht, wobei nachweislich die Gruppe der NEETs einen besonderen Schwerpunkt bildet. Da es nicht unserem Anspruch und unserer Überzeugung entspricht, nur auf die von den Jobcentern zugewiesenen Jugendlichen zu warten, und weil wir wissen, dass viele junge Menschen durch das Raster der öffentlichen Unterstützung fallen, finanzieren unsere privaten Partner aus der Wirtschaft unsere innovativen Ansätze. So können wir aktiv auf junge Menschen zugehen und sie flexibel für berufliche Bildung (wieder)gewinnen. Unter dem Dach der JOBLINGE-Initiative haben wir so eine Logik entwickelt, die auch für andere Stakeholder im System nicht erreichbare, bzw. oft auch schlicht ignorierte junge Erwachsene aktiviert, sie für eine Ausbildung begeistert und ihnen so eine selbstbestimmtere Zukunft ermöglicht.



Mit Plan A erreichen wir viel und viele und das ist in vielerlei Sicht wichtig:

- Mit Blick auf die Fachkräftesicherung müssen wir jedes Potential nutzen, um als Wirtschaftsstandort wettbewerbsfähig zu bleiben
- Mit Blick auf die demographisch bedingt hohen Belastungen des Sozial- und Rentensystems, brauchen wir mehr „Einzahler“
- Mit Blick auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt, müssen wir Chancengerechtigkeit herstellen und echte Teilhabe ermöglichen