

# »Ausbilden heißt Zukunft gewinnen«

## Das Angebot eines externen Ausbildungsmanagements erleichtert Betrieben die Schaffung von Ausbildungsplätzen

■ Samuel Breisacher

*Die Übernahme administrativer Aufgaben bei der Einstellung von Auszubildenden und die Gewissheit, bei Konflikten mit den jungen Menschen nicht allein zu stehen, können zögerliche Betriebe dazu bewegen, zusätzliche Ausbildungsplätze zu schaffen.*

Das Christliche Jugenddorf Offenburg ist ein Bildungsträger, bei dem jährlich circa 600 junge Menschen an unterschiedlichen Bildungsmaßnahmen mit dem Ziel einer erfolgreichen beruflichen und sozialen Integration teilnehmen. Sie bereiten sich auf eine Ausbildung und auf den Einstieg in den Beruf vor oder lernen in anerkannten Ausbildungsberufen aus Industrie, Handwerk, Handel und Dienstleistung.

Mit dem Slogan »Ausbilden heißt Zukunft gewinnen« führte das CJD Jugenddorf Offenburg in Kooperation mit der Gewerbe-Akademie Offenburg-Lahr-Appenweier der Handwerkskammer Freiburg das Projekt »Ausbildungsförderung im Rahmen der Aus- und Weiterbildungsinitiative Ortenau (AIO)« durch. Gefördert wurde das Projekt im Rahmen des STARegio-Programmes (Strukturverbesserung der Ausbildung in ausgesuchten Regionen). Finanziert wurde es aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung sowie des Europäischen Sozialfonds.

Mit Hilfe eines externen Ausbildungsmanagements konnten im Zeitraum vom Juli 2005 bis zum Dezember 2007 genau 227 zusätzliche Ausbildungsplätze geschaffen werden. Davon waren bis Ende 2007 bereits 214 Plätze mit geeigneten Bewerbern besetzt. Die Restlichen sollen zum Ausbildungsbeginn im Herbst 2008 besetzt werden.

Um diese Anzahl an zusätzlichen Ausbildungsplätzen zu schaffen, wurden im Projektzeitraum 2.060 Betriebe kontaktiert. Zur Kontaktaufnahme wurde ein Methodenmix von Annoncen in Printmedien über Mailingaktionen bis hin zu Telefonanrufen eingesetzt. Wichtig dabei

war, dass die unterschiedlichen Methoden aufeinander abgestimmt waren und somit der Wiedererkennungseffekt greifen konnte. Ein weiteres wesentliches Element der Betriebsakquise war der persönliche Besuch der Betriebe durch die Projektmitarbeiter. Zu den Angeboten des Ausbildungsmanagements zählten u. a.:

- Akquise von Ausbildungsbetrieben
  - Akquise passender Auszubildender
  - Abgleich des Kompetenzprofils der Auszubildenden mit dem Anforderungsprofil der Betriebe (Matching)
  - Übernahme von administrativen Aufgaben bei der Einstellung eines Auszubildenden
  - Beratung während der Ausbildung zur Sicherung des Ausbildungserfolges
  - Ansprechpartner zur Reduktion der Gefahr eines Ausbildungsabbruches
  - Initiierung von Ausbildungsverbänden
- Betriebe sind nur bedingt durch den Appell an ihre gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmen zu gewinnen. Sie bilden in der Regel nicht aus sozialer oder gesellschaftlicher Verantwortung aus, sondern weil die Ausbildung dem Erreichen der Unternehmensziele zuträglich ist. Ist dies aus der Sicht eines Betriebes nicht der Fall, wird er auch nicht ausbilden. Mit den Angeboten des Ausbildungsmanagements wurde den Betrieben Unterstützung und Beratung bei der Einrichtung eines zusätzlichen Ausbildungsplatzes angeboten. Damit diese Angebote von Betrieben auch in Anspruch genommen werden, ist ein Beziehungsnetzwerk erforderlich, um als Ansprechpartner akzeptiert zu werden.

Das Projekt wurde deshalb bewusst in die »Aus- und Weiterbildungsinitiative Ortenau« (AIO) eingebunden. Darin vertreten sind die Agentur für Arbeit, die Kammern, der Landkreis, der Deutsche Gewerkschaftsbund und die Wirtschaftsregion Ortenau. Somit sind in dieser Initiative alle maßgeblichen Akteure am Übergang von Schule in Beruf und Arbeit vertreten. Gerade weil in den letzten Jah-

---

Samuel Breisacher ist Bereichsleiter für Arbeitsmarktdienstleistungen und Projekte im CJD Jugenddorf Offenburg des Christlichen Jugenddorfwerks Deutschland e. V. E-Mail [samuel.breisacher@cjd.de](mailto:samuel.breisacher@cjd.de)

ren viele Akteure, in diesem Bereich aktiv sind, ist es für das Umfeld wichtig, auf bekannte Netzwerkpartner zu stoßen. Dies konnte durch die Einbindung in die Aus- und Weiterbildungsinitiative Ortenau erreicht werden, da sie als verlässliches Netzwerk in der Aus- und Weiterbildung der Region anerkannt ist.

Die wichtigsten Partner im Netzwerk waren die Betriebe, denn nur sie konnten zusätzliche Ausbildungsplätze anbieten. Die Zusammenarbeit mit den Betrieben erstreckte sich über Akquisekontakte bis zu Beratungen in Ausbildungsfragen und Problemlagen mit Auszubildenden oder Praktikanten. Die Angebote wurden auf die individuellen Bedürfnisse der Betriebe zugeschnitten und variierten von der bloßen Akquise bis hin zur Übernahme des gesamten Ausbildungsmanagements.

Der Schwerpunkt des Projektes mit den Betrieben lag zunächst in der Beziehungsarbeit. Beziehungen lassen sich nicht erzwingen, sondern benötigen Zeit und Vertrauen. Häufig ist man als Bildungsträger bei Betrieben nur ansatzweise bekannt und kann deshalb auch nicht eingeschätzt werden. Dafür muss man sich erst einmal bekanntmachen und eine gemeinsame Sprache finden. Dem stehen häufig die kurzen Projektlaufzeiten entgegen. Auch in diesem Projekt war die Projektlaufzeit mit dem Ausbildungszeitraum nicht kongruent, was immer wieder zu unterschiedlichen Ansichten der Beteiligten, bezüglich einer nachhaltigen Zusammenarbeit, führte. Von Vorteil war, dass beide Träger des Projektes seit vielen Jahren als Bildungsträger in der Region tätig sind.

Das CJD wie auch die »Gewerbe-Akademie« sind beides Bildungsträger mit regionalem und überregionalem Auftrag. Sie sind bei Ausbildungsfragen auf die Zusammenarbeit mit den Kammern angewiesen. Die erste Anlaufstelle der Projektmitarbeiter waren in der Regel die Ausbildungsberater der Kammern. Das gegenseitige Vertrauensverhältnis trug wesentlich zum Erfolg des Projektes bei. Man betrachtete sich gegenseitig als Partner auf gleicher Augenhöhe und erkannte die Stärken und Fähigkeiten des anderen an. Der Ausbildungsberater wurde dann eingeschaltet, wenn Fragestellungen bezüglich einer Ausbildung nicht im Projekt beantwortet werden konnte. Insbesondere wurden sie aktiviert, wenn ein Betrieb zum ersten Mal ausbildete und

bezüglich der Anforderungen an den Ausbildungsplatz beraten werden musste.

Vonseiten der Ausbildungsberater wurden die sozialpädagogischen Kompetenzen der Träger geschätzt. Sie schalteten die Mitarbeiter des Projektes ein, wenn schwerwiegende Probleme mit Praktikanten oder Auszubildenden im Betrieb auf-

tigt. Diese Funktion übernahm in diesem Fall die »Wirtschaftsregion Ortenau«. Sie hat ihre Arbeitsschwerpunkte im Standortmarketing, der Öffentlichkeitsarbeit und der Förderung von Existenzgründungen. Mit deren Hilfe fand das Projekt »Ausbildungsförderung im Rahmen der Aus- und Weiterbildungsinitiati-

## *»Um von Betrieben akzeptiert zu werden, ist ein Beziehungsnetzwerk erforderlich«*

traten. Meist stand dann schon das Ende der Zusammenarbeit zwischen Betrieb und Auszubildendem im Raum. In solchen Situationen galt es, die beiden Parteien wieder an einen Tisch zu bringen und die Probleme offen anzusprechen. Die Projektmitarbeiter nahmen dazu eine vermittelnde Rolle ein. Oftmals waren es sehr einfache Probleme, die auf gegenseitigen Missverständnissen beruhten und durch klärende Gespräche aus dem Weg geräumt werden konnten. Dadurch leistete das Projekt einen Beitrag zur Sicherung des Ausbildungserfolges.

Ein wichtiger Partner war die Agentur für Arbeit. Sie führt rund 80 Prozent aller zur Verfügung stehenden Ausbildungsplätze in ihren Datenbanken. In regelmäßigen Abständen wurden die vom Projekt akquirierten zusätzlichen Ausbildungsplätze mit den bei der Arbeitsagentur gemeldeten Ausbildungsplätzen abgeglichen. Somit wurden auch die vom Projekt akquirierten Ausbildungsplätze über die Datenbanken der Arbeitsagentur den Ausbildungsplatzsuchenden zur Verfügung gestellt.

Um dem Wunsch einzelner Betriebe nachzukommen, ausschließlich eine Bewerberauswahl durch das Projekt zu erhalten, wurde ein eigenes Verfahren mit der Arbeitsagentur vereinbart. Das Projekt meldete der Berufsberatung den offenen Ausbildungsplatz. Aus Gründen der Arbeitserleichterung übernahm die Berufsberatung eine Vorauswahl der Bewerber, welche sich dann direkt beim Projekt bewarben.

## Resümee

Um Projekte erfolgreich durchführen zu können, werden »Türöffner« benö-

ve Ortenau« Zugang zu Veranstaltungen, die der Vernetzung der Betriebe untereinander und der Politik dienen. Darüber hinaus wirkten die Mitarbeiter der »Wirtschaftsregion Ortenau« als Multiplikatoren für das Projekt. Sie wurden mit Informationsmaterial ausgestattet und informierten sich regelmäßig auf Veranstaltungen des Projektes über dessen Fortgang. Um Betriebe zur Schaffung zusätzlicher Ausbildungsplätze zu gewinnen, wurden im Projekt »Ausbildungsförderung im Rahmen der Aus- und Weiterbildungsinitiative Ortenau« verschiedene Kommunikationsformen eingesetzt, von Annoncen in Printmedien über Mailingaktionen bis hin zu Telefonanrufen. Ein breit gestreuter Flyer informierte über die grundsätzlichen Absichten und Angebote des Projektes. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Projektes war sicherlich die Einbindung der beiden Projektträger in die vorhandenen Netzwerkstrukturen der Region. Dadurch war eine tragfähige Basis geschaffen, auf der das Projekt aufbauen konnte. ◆