jobstarter
Für die Zukunft ausbilden

JOBSTARTER Arbeitshilfe Nr. 4

Betriebe für die Ausbildung gewinnen

Grundlagen und Ideen aus der Projektpraxis

Bundesministerium für Bildung und Forschung
ESF Europäischer Sozialfonds für Deutschland
Europäische Union
Zusammen. Zukunft. Gestalten.
bibb Bundesinstitut für Berufsbildung

JOBSTARTER wird gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.

Impressum

JOBSTARTER Arbeitshilfe – Nummer 4

Konzept und Redaktion
Benjamin Dresen, Virginia Gerard, Dr. Dagmar Gielisch,
Judith Ramrath, Lisa Rotthowe

Herausgeber
Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
Arbeitsbereich 4.4 – „Stärkung der
Berufsbildung, Bildungsketten“
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn
Tel.: 0228 107-29 09
Fax: 0228 107-28 87
E-Mail: info@jobstarter.de
Internet: jobstarter.de

Bildnachweis
Alle Fotos: JOBSTARTER/Thilo Schoch

Gestaltung
KOMPAKTMEDIEN Agentur für Kommunikation GmbH,
Berlin

Stand
Februar 2020

JOBSTARTER wird gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds. Durchgeführt wird das Programm vom Bundesinstitut für Berufsbildung.

Inhalt

Einleitung 4

1. Warum ausbilden? – Vorteile erkennen 5

Praxisbeispiel 1: Flyer „10 gute Gründe, warum Sie in der Hauswirtschaft ausbilden sollten“ 7

2. Wie ausbilden? – Ausbildung verstehen 8

Praxisbeispiel 2: Matching Fragebogen IT-Verbundausbildung 12

Praxisbeispiel 3: Verlängerte Ausbildung mit Sprachunterricht 13

3. Wer darf ausbilden? – Voraussetzungen schaffen 15

Praxisbeispiel 4: Checkliste „Informationen für neue Ausbildungsbetriebe“ 17

4. Wen ausbilden? – Azubis finden 18

Praxisbeispiel 5: Azubi-Walk 23

Praxisbeispiel 6: Online-Bewerberbuch 24

Praxisbeispiel 7: Jahresfahrplan für Ausbildungsmarketing 25

Praxisbeispiel 8: Katalog Azubi-Marketing 26

Praxisbeispiel 9: Stellenausschreibungsformular 27

Praxisbeispiel 10: Leitfaden „Anleitung zur Durchführung einer Betriebsbesichtigung“ 28

5. Wer hilft? – Unterstützung finden 29

Praxisbeispiel 11: Handouts zu Fördermöglichkeiten 31

Praxisbeispiel 12: Ratgeber IT-Berufe 32

6. Was ist wichtig? – Rechte und Pflichten 33

Praxisbeispiel 13: Digitaler Ausbildungsnachweis 36

Einleitung

Eine Arbeitshilfe für das Beratungspersonal mit Ideen aus der Projektpraxis

Im Jahr 2018 boten Unternehmen rund 574.200 betriebliche Ausbildungsplätze an – so viele, wie seit zehn Jahren nicht mehr. Der Datenreport des Bundesinstituts für Berufsbildung zeigt: Fachkräfte sind gefragt und viele Betriebe bevorzugen es, ihre Fachkräfte selbst auszubilden. Denn das hat zahlreiche Vorteile: Fachkräfte, die im eigenen Unternehmen ausgebildet wurden, decken den individuellen betrieblichen Bedarf optimal und identifizieren sich stärker mit dem Betrieb. Sind Unternehmen aufgeschlossen, profitieren sie von den neuen Impulsen und Ideen, die der Fachkräftenachwuchs mit in den Betrieb bringt. Nicht zuletzt kann Ausbildung helfen, das Unternehmensimage zu verbessern: Da ausbildende Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, genießen sie ein hohes Ansehen in der Öffentlichkeit.

Die Zahlen zeigen aber auch, dass weiterhin viele Ausbildungsplätze nicht besetzt werden können. 2017 sank die Ausbildungsbetriebsquote erstmals unter die 20-Prozent-Marke auf 19,8 Prozent. Der Rückgang ist vor allem darauf zurückzuführen, dass sich Klein- und Kleinstunternehmen zunehmend aus der Ausbildung zurückziehen. Sie haben vermehrt Schwierigkeiten, die passenden Auszubildenden zu finden und ihre Ausbildungsplätze zu besetzen. So blieben 2018 circa 57.700 Ausbildungsstellen unbesetzt. Dem gegenüber standen rund 78.600 unversorgte Bewerberinnen und Bewerber. Wer sich also entscheidet, auszubilden, steht auch vor einigen Herausforderungen: Wie findet man geeignete Auszubildende und wie schafft man einen Ausbildungsplatz von hoher Attraktivität und Qualität?

Wie kann man Betriebe, die nicht (mehr) ausbilden, für die Ausbildung gewinnen? Diese Arbeitshilfe gibt Tipps und zeigt in zahlreichen Praxisbeispielen auf, wie Betriebe für die Ausbildung fit werden und auf dem Weg zum Ausbildungsbetrieb unterstützt werden können.

Die einzelnen Kapitel bieten dabei die wichtigsten Informationen, um Betriebe für Ausbildung zu motivieren und sie auf dem Weg in die Ausbildung zu begleiten – angefangen mit guten Gründen für die Ausbildung, über die Voraussetzungen, um auszubilden zu können, bis hin zu den Rechten und Pflichten der Ausbildungsbetriebe. Wer konkrete Handlungsempfehlungen sucht, findet in den Praxisbeispielen eine Auswahl an Maßnahmen und Lösungsansätzen, um kleine und mittlere Unternehmen zu unterstützen.

1. Warum ausbilden? – Vorteile erkennen

Das eigene Unternehmen für die Zukunft gut aufstellen, wettbewerbsfähig bleiben, motivierte und spezialisierte Fachkräfte beschäftigen – all das können Gründe sein, junge Menschen auszubilden. Dabei gilt für alle Unternehmen, egal ob Kleinstunternehmen oder Großkonzern: Ausbildung lohnt sich.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

Praxisbeispiel 1: Flyer „10 gute Gründe, warum Sie in der Hauswirtschaft ausbilden sollten“ 7

Betriebe, die ausbilden, ...

... sind gut aufgestellt für die Zukunft.

Wer ausbildet, investiert rechtzeitig in die Zukunft. Ausbildungsbetriebe können langfristig planen, weil der Generationenwechsel gesichert ist und das Unternehmen bei Bedarf wachsen kann. Betriebe, die ausbilden, gewinnen an Planungssicherheit und vermeiden so Versorgungslücken im Fachkräftebereich. So können sie ihr Unternehmen wettbewerbsfähig halten.

... verfügen über gut ausgebildete Fachkräfte.

Wer ausbildet, legt den Grundstein für gut ausgebildeten Fachkräftenachwuchs. Denn Fachkräfte, die im eigenen Unternehmen ausgebildet wurden, erfüllen in der Regel optimal den betrieblichen Bedarf: Sie kennen die Arbeitsabläufe bereits gut und verfügen über unternehmensspezifisches Know-how. Dieser Vorteil stellt sich in der Regel schon während der Ausbildung ein: Unternehmen profitieren oft bereits nach kurzer Zeit von der Arbeitsleistung ihrer Auszubildenden. Bis zum Ende der Ausbildung erledigen diese dann immer mehr Aufgaben selbstständig und reifen zu einer echten Verstärkung für das Unternehmen. Ein weiterer Vorteil: Die Einarbeitungszeit, die neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter normalerweise benötigen, entfällt.

Denn werden die Auszubildenden im Anschluss an die Ausbildung übernommen, ist die passende Fachkraft schon vor Ort.

… können finanziell profitieren.

Ergebnisse einer Studie des **Bundesinstituts für Berufsbildung** zeigen eindeutig: Ausbildung rechnet sich. Den Kosten der Ausbildung steht ein erheblicher Nutzen gegenüber. Dabei gilt grundsätzlich: Je näher an der Praxis und je handlungsorientierter die Ausbildung, desto größer ist der direkte Nutzen für den Betrieb und für die Auszubildenden. Dadurch erwirtschaften Auszubildende bereits während ihrer Ausbildung Erträge, die die Kosten der Ausbildung verringern und in manchen Fällen sogar übersteigen. Mittel- und langfristig gesehen sparen Ausbildungsbetriebe sogar, da Rekrutierungs- und Qualifizierungskosten für externes Fachpersonal entfallen. Wer außerdem die im eigenen Betrieb ausgebildeten und spezialisierten Fachkräfte übernimmt, vermindert die Gefahr von Fehlbesetzungen und sorgt für die Sicherstellung des Fachkräftebedarfs im Unternehmen.

… holen Ideen – speziell zur Digitalisierung – ins Haus.

Junge Menschen, die eine Ausbildung beginnen, bringen neue Ideen mit. Sie sind oft dynamische Persönlichkeiten und sehen die betrieblichen Abläufe mit anderen Augen. So besteht beispielsweise die Chance, festgefahrene Strukturen aufzubrechen oder Abläufe zu optimieren. Insbesondere im Bereich der Digitalisierung kennen sich viele junge Menschen gut aus. Sie können Betriebe dabei unterstützen, die Herausforderungen der Digitalisierung anzunehmen und Ideen zu entwickeln, welche Arbeitsprozesse digitalisiert werden können.

… haben motivierte Mitarbeiterinnern und Mitarbeiter.

Ausbildende Unternehmen geben jungen Menschen eine Chance, in eine erfolgreiche und sichere berufliche Zukunft zu starten. Die Auszubildenden zahlen dies in der Regel mit hohem Einsatz und großer Motivation bei ihrer täglichen Arbeit zurück. Sie verinnerlichen außerdem die Besonderheiten des Unternehmens – seine Geschichte, seine Arbeitsweise und seine Werte – von Anfang an. Dabei werden sie durch das Wissen und die Erfahrungen der Ausbilderinnen und Ausbilder geprägt. So wird die Grundlage dafür geschaffen, dass sich die Auszubildenden stark und nachhaltig mit dem ausbildenden Unternehmen identifizieren. Und wer sich stark mit seiner Arbeitgeberin bzw. seinem Arbeitgeber identifiziert, ist in der Regel motivierter, loyaler und an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert.

… verbessern ihr Image.

Wer ausbildet, gibt Jugendlichen eine Zukunftsperspektive und wird seiner gesellschaftlichen Verantwortung als Unternehmerin oder Unternehmer gerecht. Ausbildende Unternehmen werden von ihren Kundinnen und Kunden, von ihren Lieferanten, von ihren eigenen Angestellten und der Öffentlichkeit als engagiert und tatkräftig wahrgenommen – und profitieren von diesem positiven Image.

▶ Praxisbeispiel 1: Flyer „10 gute Gründe, warum Sie in der Hauswirtschaft ausbilden sollten“ (S.7)

Praxisbeispiel 1

Flyer „10 gute Gründe, warum Sie in der Hauswirtschaft ausbilden sollten“

Das Ziel

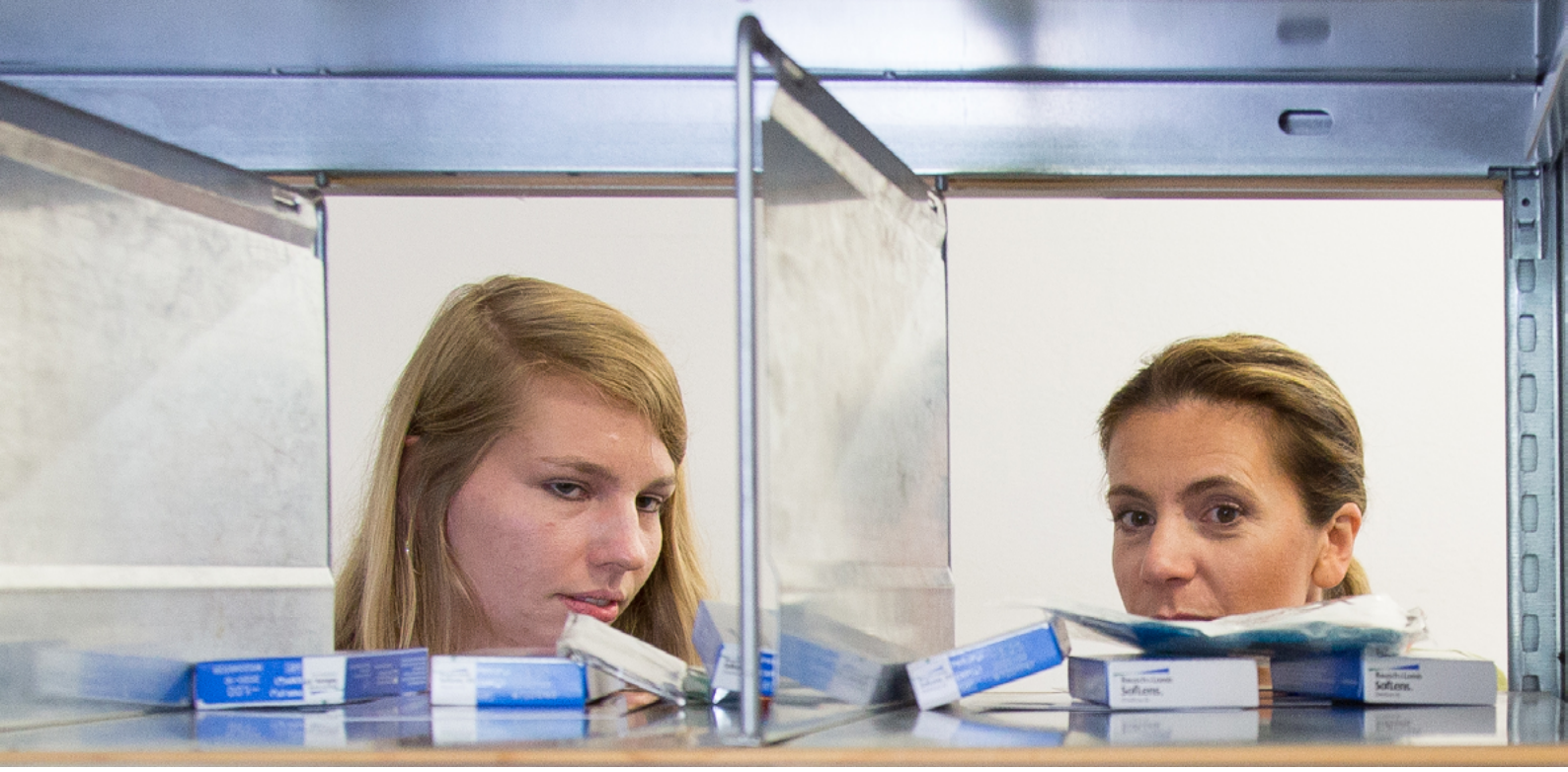
Der Bedarf an Hauswirtschafter/-innen steigt stetig, unter anderem weil es mehr pflegebedürftige Menschen gibt und die Ganztagsbetreuung von Kindern und Jugendlichen ausgebaut wird. Die Ausbildungszahlen in diesem Beruf sind jedoch deutschlandweit gesunken. Das JOBSTARTER plus-Projekt **oikos – Ausbildungsoffensive Hauswirtschaft** hat daher einen Flyer mit Gründen für eine Ausbildung erstellt.

Die Maßnahme

Der Beruf des Hauswirtschafters bzw. der Hauswirtschafterin ist vielen Jugendlichen nicht bekannt und wird oftmals als unattraktiv angesehen. Dies macht es besonders schwierig, den wachsenden Bedarf an Fachkräften in der Hauswirtschaft zu decken. Zusätzlich bilden zu wenige Betriebe aus. Dabei hat die hauswirtschaftliche Ausbildung insbesondere für soziale Einrichtungen und Dienste viele Vorteile – zum Beispiel können sie so Fachkräfte langfristig gewinnen.

Um Betriebe von den Vorteilen der Ausbildung zu überzeugen, hat das Projekt die wichtigsten Argumente für die Ausbildung in der Hauswirtschaft in Form eines Flyers zusammengestellt. Dieser zeigt auf, warum sich der Einstieg in die Ausbildung für Betriebe lohnt: Zum Beispiel können ausbildende Unternehmen ihren gesetzlich vorgeschriebenen Fachkräftebedarf decken, das Unternehmensimage verbessern oder die Qualität ihrer Dienstleistungen sichern. Auch Argumente wie soziale Verantwortung (Corporate Social Responsibility), die Vermeidung teurer Nachbesetzungsverfahren und die Vermeidung von Fehlbesetzungen werden kurz erläutert.

Das Projekt nutzt den Flyer in Beratungsgesprächen mit Betrieben, verteilt diesen auf Veranstaltungen oder zeigt ihn als Präsentation bei Workshops. Fast alle Gründe gelten für die Ausbildung im Allgemeinen und sind daher auch auf andere Berufe und Branchen übertragbar. Die Präsentation ist Teil des Leitfadens „Ausbildung in der Hauswirtschaft“, der die Ergebnisse des Projekts zusammenfasst und sichert.



2. Wie ausbilden? – Ausbildung verstehen

Herzstück des deutschen Ausbildungssystems ist die duale Berufsausbildung. Im sogenannten „dualen System“ bilden Unternehmen und Berufsschulen junge Menschen gemeinsam aus. Das sorgt für eine gute Mischung aus Theorie und Praxis. Die duale Ausbildung hat sich seit Jahrzehnten bewährt und viele Länder auf der Welt sehen sie als Vorbild für das eigene Ausbildungssystem. Neben dem dualen System existieren auch (vollzeit-)schulische Ausbildungen, insbesondere in den Sozial-, Pflege- und Gesundheitsberufen.

Um erfolgreich in die Ausbildung einzusteigen, ist es wichtig, dass sich das ausbildungsinteressierte Unternehmen über die Eckpfeiler der dualen Berufsausbildung informiert und erste Fragen klärt, zum Beispiel: Wie lange dauert eine Ausbildung? In welchen Berufen kann ich ausbilden? Wie läuft die Zusammenarbeit mit der Berufsschule ab?

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

Praxisbeispiel 2: Matching Fragebogen IT-Verbundausbildung 12
Praxisbeispiel 3: Verlängerte Ausbildung mit Sprachunterricht 13

Dauer und Ziele der Ausbildung

Eine Berufsausbildung im dualen System dauert in der Regel drei Jahre und endet mit der bestandenen Abschlussprüfung. Die genaue Dauer der jeweiligen Ausbildung legt die Ausbildungsordnung fest. Je nach schulischer Vorerfahrung und Leistungsfähigkeit kann die Ausbildung verkürzt werden. Im Falle längerer Krankheit, einer nicht bestandenen Abschlussprüfung oder einer Teilzeitausbildung kann die Ausbildung auch verlängert werden.

Am Ende der Berufsausbildung sollten mehrere Ziele erreicht sein: Die Auszubildenden kennen nun alle Grundlagen ihres Berufes und beherrschen alle fachlichen Kenntnisse, Fertigkeiten sowie Fähigkeiten. Damit sind die jungen Frauen und Männer auf ihr Berufsleben und den Einsatz im Unternehmen optimal vorbereitet. Außerdem bringen sie bereits eigene Berufserfahrung mit.

Ausbildungsberufe

Es gibt etwa 330 anerkannte duale Ausbildungsberufe. Deshalb ist es für Unternehmen wichtig, im Vorfeld einer Ausbildung ihren eigenen fachlichen Bedarf zu ermitteln. Leitfragen können zum Beispiel sein:

- Welches Fachpersonal mit welchen Kompetenzen benötige ich dauerhaft? Welche Ausbildungsberufe decken diese ab?
- Kann mein Unternehmen in diesen Berufen ausbilden?
- Kann ich alle benötigten Ausbildungsinhalte in meinem Betrieb vermitteln?

Neben dem fachlichen Bedarf sollten Unternehmen ihren zeitlichen Bedarf bestimmen. Im dualen System verbringen die Auszubildenden durchschnittlich ein bis zwei Wochentage in der Berufsschule und drei bis vier Wochentage im Unternehmen. Falls die Unternehmen nicht alle Ausbildungsinhalte abdecken können, können Sonderformen der Ausbildung in Frage kommen – zum Beispiel die Verbundausbildung, bei der mehrere Ausbildungsbetriebe die Ausbildung gemeinsam meistern. Für Menschen mit familiären Verpflichtungen ist eine Ausbildung in Teilzeit interessant. Sie bietet ihnen mehr Raum, um zum Beispiel für ihr Kinder oder pflegebedürftige Familienmitglieder zu sorgen.

Ausbildung in Teilzeit

Können Auszubildende aus persönlichen Gründen keine Vollzeitausbildung absolvieren, kann die Ausbildung in Teilzeit erfolgen. Neben Menschen, die Angehörige pflegen, interessieren sich vor allem junge Mütter und Väter für die Vorteile einer Teilzeitausbildung. Oft ermöglicht diese ihnen erst, Beruf und Familie miteinander zu vereinbaren. Beträgt die Arbeitszeit – im Unternehmen sowie in der Berufsschule – mindestens 25 Stunden in der Woche, muss die Ausbildungszeit auch nicht verlängert werden. Bei mindestens zwanzig Wochenstunden verlängert sich die Ausbildungszeit um höchstens ein Jahr. Eine Teilzeitausbildung ist in allen Ausbildungsberufen des dualen Systems möglich und kann auch mit der Verbundausbildung kombiniert werden. Über Einzelheiten des Ausbildungsvertrags und die Zusatzvereinbarung zur Teilzeit informieren die zuständigen Stellen.

Verbundausbildung

Unternehmen, die nicht alle Inhalte der Ausbildungsordnung abdecken können oder noch keine Erfahrung mit dem Thema Ausbildung haben, können im Verbund ausbilden. Dabei leisten die Auszubildenden einzelne Abschnitte ihrer Ausbildung in anderen Unternehmen oder Bildungseinrichtungen – die beteiligten Partner teilen sich gewissermaßen einen Azubi. Günstige Bedingungen für Ausbildungsverbünde gibt es dort, wo mehrere Unternehmen nah beieinanderliegen und/oder bereits in anderen Bereichen zusammenarbeiten.

Es gibt unterschiedliche Modelle der Verbundausbildung. Eines der häufigsten ist die „Ausbildung in einem Leitbetrieb mit Partnerbetrieb“. Bei dieser Organisationsform schließt der Leitbetrieb den Ausbildungsvertrag und die Partnerunternehmen übernehmen lediglich Teilaufgaben. Leitunternehmen wollen die Ausbildung so weit wie möglich selbst durchführen; Partnerunternehmen können hingegen relativ leicht eigene Ausbildungserfahrungen sammeln, ohne die Hauptverantwortung zu tragen. Die meisten Bundesländer fördern dieses Ausbildungsmodell, um den höheren Organisationsaufwand für die Unternehmen zu senken.

▶ Praxisbeispiel 2: Matching Fragebogen IT-Verbundausbildung (S. 12)

Unternehmen und Berufsschule

Auszubildende lernen die Praxis überwiegend im Unternehmen und die Theorie in der Berufsschule. Damit sind die Auszubildenden sowohl Arbeitnehmerinnen beziehungsweise Arbeitnehmer als auch Schülerinnen beziehungsweise Schüler. Im Alltag gibt es viele Verbindungen zwischen Betrieb und Berufsschule, denn die Auszubildenden nehmen im Unternehmen auch theoretisches Wissen auf, und die Berufsschule bietet häufig auch praxisbezogene Übungen an.

In ihrer Doppelrolle als Angestellte und Schülerinnen oder Schüler sind die Auszubildenden an drei bis vier Tagen in der Woche im Unternehmen. Dieses zahlt ihnen dafür eine sogenannte Ausbildungsvergütung.

Ein bis zwei Tage in der Woche verbringen die Auszubildenden in der Berufsschule. Dort werden einerseits fachliche Inhalte vermittelt, andererseits stehen allgemeine Fächer wie Deutsch, Englisch, Sport oder Politik auf dem Stundenplan. Zum Teil haben Auszubildende die Möglichkeit, statt an festen Wochentagen an Unterrichtsblöcken teilzunehmen, in denen sie mehrere Wochen am Stück zur Berufsschule gehen (sog. „Blockunterricht“).

Da das Ziel der ausbildenden Unternehmen und der Berufsschule das gleiche ist – eine Ausbildung zur beruflichen Fachkraft – arbeiten beide Seiten gut zusammen. So können sie sich gegenseitig ergänzen und Wiederholungen vermeiden. Wenn Probleme auftauchen, sollten beide Seiten gemeinsam nach Lösungen suchen. Grundsätzlich macht es von Beginn an Sinn, sich abzustimmen – über Anwesenheitszeiten, Inhalte sowie über den Lernstand und eventuelle Fehlzeiten.

Zeitliche Abstimmung

Berufsschulen bieten oft unterschiedliche Zeitmodelle an: Der Teilzeitunterricht findet über das ganze Jahr an ein bis zwei Wochentagen statt. Vollzeit- oder Blockunterricht bedeutet hingegen, dass die Auszubildenden über mehrere Wochen oder Monate ganztägig die Berufsschule besuchen; die übrige Zeit im Jahr verbringen sie dann im Unternehmen. Auch Mischformen sind möglich.

Dabei dauern Berufsschultage meist volle acht Unterrichtsstunden. Es sind aber auch andere Regelungen möglich, wenn sich Berufsschule und Unternehmen absprechen. Damit alle Beteiligten längerfristig planen können, müssen die Schulen ihre Unterrichtszeiten rechtzeitig bekanntgeben. Durch diese verlässlichen und flexiblen Regelungen können Unternehmen die für sie beste Lösung finden.

Inhaltliche Abstimmung

Im dualen System vermitteln die Berufsschulen prinzipiell die theoretischen Ausbildungsinhalte. Dazu gehören die fachlichen Kenntnisse, die Auszubildende für ihren Beruf brauchen. Außerdem erweitert die Berufsschule die allgemeine Bildung, etwa um Deutsch- und Fremdsprachenkenntnisse oder Grundlagen von Politik und Wirtschaft. Die Unternehmen hingegen sind vorrangig für die Praxis zuständig. Sie fördern und entwickeln die Fähigkeiten und Fertigkeiten, die junge Menschen für ihren zukünftigen Beruf brauchen. Dazu zählen zum Beispiel der Umgang mit der üblichen Technik, die Betreuung von Kundinnen und Kunden sowie das Management alltäglicher, berufsspezifischer Situationen.

So klar die Aufgabenteilung zwischen Berufsschule und Unternehmen erscheint: Im Alltag ist die Grenze oft unscharf. Denn die Auszubildenden sammeln an beiden Lernorten theoretisches und praktisches Wissen. So bieten Berufsschulen teilweise praktische Trainings in Lehrwerkstätten an. Und Unternehmen erläutern ihren Auszubildenden fallbezogen auch theoretische Inhalte. Umso wichtiger ist es, dass sich Unternehmen und Berufsschule regelmäßig über die Inhalte abstimmen.

▶ Praxisbeispiel 3: Verlängerte Ausbildung mit Sprachunterricht (S. 13)

Information über Lernstand und Fehlzeiten

Zum Ende jedes Schulhalbjahres und jedes Schuljahres erhalten die Auszubildenden ein Zeugnis von ihrer Berufsschule. Es zeigt den Unternehmen den Lernstand und auch eventuelle Wissenslücken und Schwierigkeiten des Auszubildenden. Um nichts zu verpassen und ihre Auszubildenden zu fördern, sollten Unternehmen aber schon vorher Kontakt mit der Berufsschule aufnehmen. Die Noten ihrer Auszubildenden können Unternehmen jederzeit abfragen.

Nicht nur von den schulischen Leistungen dürfen und sollten Unternehmen regelmäßig erfahren. Die Berufsschule hat auch die Pflicht, eventuelle Fehltage oder einzelne versäumte Unterrichtsstunden mitzuteilen. Umgekehrt sollen die Ausbilder und Ausbilderinnen der Berufsschule Bescheid geben, wenn der oder die Auszubildende länger im Unternehmen fehlt.

Praxisbeispiel 2

Matching Fragebogen IT-Verbundausbildung

Das Ziel

Ausbilden im Verbund? Ja, gerne – aber wie finde ich die richtigen Partner/-innen dafür? In der Region Heilbronn waren rund 20 Unternehmen der IT-Branche an einer Verbundausbildung für ihre Azubis interessiert. Jedoch konnten sie keine passenden Verbundpartner finden. Um die richtigen Betriebe zusammenzubringen, entwickelte das JOBSTARTER plus-Projekt **Berufsausbildung.IT Heilbronn-Franken** den „Matching-Fragebogen IT-Verbundausbildung".

Die Maßnahme

Das kann in der Praxis so aussehen: Der angehende Automobilkaufmann benötigt das Wissen, um die IT-Systeme des Autohauses mit den gängigen Online-Handelsplattformen für Autos zu verknüpfen. Die Kenntnisse dafür kann ihm sein Ausbildungsbetrieb jedoch nicht vermitteln. Deshalb lernt der Azubi für einige Wochen in einem IT-Systemhaus und in einem Softwareunternehmen.

Damit es zu einer solchen Zusammenarbeit kommt, müssen sich Unternehmen selbst Fragen stellen: Welche Ausbildungsinhalte brauchen wir eigentlich? Was können wir selbst anbieten? Und was nicht?

Um diese Fragen systematisiert beantworten zu können, bereitete das JOBSTARTER plus-Projekt die Ausbildungsrahmenpläne verschiedener IT-Berufe in achtseitigen Fragebögen auf. Darin sind alle Inhalte aufgeführt, die Auszubildende im Laufe einer Ausbildung in einem Beruf erlernen sollten. Die Betriebe kreuzen an, welche Ausbildungsinhalte eines Berufes sie vollständig, teilweise oder gar nicht vermitteln können. Dazu müssen sie sich über die eigenen personellen und technischen Ressourcen Gedanken machen und Stärken und Schwächen benennen können. Mit den aus den Fragebögen gewonnenen Informationen ist es möglich, zueinander passende Betriebe zu identifizieren, Kontakt zwischen ihnen herzustellen und Verbundausbildungen zu initiieren.

Das Projekt sprach die Unternehmen in der Regel direkt an, um sie für die Verbundausbildung zu gewinnen, unter anderem im Rahmen von mehreren Informationsveranstaltungen. Mit Hilfe des Fragebogens gelang es mehrfach, interessierte Unternehmen in Kontakt zu bringen. Das Prinzip des Matching-Fragebogens ist auch auf andere Berufe und Branchen anwendbar.

Praxisbeispiel 3

Verlängerte Ausbildung mit Sprachunterricht

Das Ziel

Junge Menschen mit erhöhtem Sprachförderbedarf, besonders junge Geflüchtete, stellen ein enormes Potenzial für den Ausbildungsmarkt dar. Das hat das JOBSTARTER plus-Projekt oikos – Ausbildungsoffensive Hauswirtschaft erkannt. Um diese Zielgruppe für die Ausbildung in der Hauswirtschaft gewinnen zu können, hat das Projekt ein Modell für eine um ein Jahr verlängerte Ausbildung mit zusätzlichem Sprachunterricht entwickelt. Die verlängerte Ausbildung soll dazu beitragen, den hohen Fachkräftebedarf in der Hauswirtschaft zu decken und Geflüchtete in die Gesellschaft zu integrieren.

Die Maßnahme

Bei den Modellklassen „Ausbildung plus Sprache“ für Nichtmuttersprachler handelt es sich um eine auf vier Jahre verlängerte Ausbildung zum Hauswirtschafter / zur Hauswirtschafterin. Sie richtet sich an Menschen mit erhöhtem Sprachförderbedarf, insbesondere an Geflüchtete und Menschen mit Migrationshintergrund.

Die Auszubildenden sollten zu Beginn der Ausbildung mindestens das Sprachniveau A2 erreicht haben. Sie erhalten in den ersten zwei Jahren der Ausbildung zusätzlich zehn Stunden Deutschunterricht pro Woche. Um diesen zeitlichen Mehraufwand in die Ausbildungszeit zu integrieren, wird das erste Ausbildungsjahr auf zwei Jahre aufgeteilt und damit die Ausbildung auf vier Jahre verlängert. Die Sprachförderung ist Teil des Berufsschulunterrichts und wird von den Deutschlehrerinnen und -lehrern durchgeführt.

Kontaktaufnahme

- Informationen zum Berufsbild
- Interview und Assessment
- Hospitation in einem Betrieb

→

Vorbereitung

- Hospitations-auswertung
- Berufsvorbereitungs-praktikum
- Sprachkurs (Sprachniveau A2)
- Umzug (räumliche Nähe zum Ausbildungsort)

→

Ausbildung

- 4 Jahre
- Sprachförderung und Ausbildung
- Betrieb
- Berufsschule

→

Fortsetzung: Praxisbeispiel 3

Die verlängerte Ausbildung mit Sprachunterricht ist prinzipiell für alle Ausbildungsberufe in Branchen mit Besetzungsproblemen interessant. Sie ermöglicht es, Jugendliche und junge Erwachsene, die aufgrund sprachlicher Hürden bisher für eine Ausbildung nicht in Frage kamen, in Ausbildung zu integrieren. In Baden-Württemberg sind in den Jahren 2016 bis 2019 fünf Modellklassen mit 16 bis 23 Auszubildenden gestartet. Viele der Auszubildenden waren Geflüchtete. Die Modellklassen werden von den Ministerien des Landes Baden-Württemberg mitgetragen.

> *„Aufgrund der hohen Motivation der Auszubildenden ist die Abbruchquote in den Modellklassen bisher deutlich niedriger als in den konventionellen Klassen."*
>
> Ursula Schukraft, Projektleiterin

3. Wer darf ausbilden? – Voraussetzungen schaffen

Grundsätzlich stellen die zuständigen Stellen – zum Beispiel Handwerkskammern oder Industrie- und Handelskammern – fest, ob sich ein Unternehmen als Ausbildungsstätte eignet. Formal geschieht dies allerdings erst, wenn die zuständige Stelle den Berufsausbildungsvertrag registriert. Daher sollte sich ein Unternehmen bereits vorab darüber informieren, ob es sich als Ausbildungsstätte eignet. Dafür muss es folgende Voraussetzungen erfüllen: Zum einen muss die Betriebsstätte für die Ausbildung geeignet sein, zum anderen muss geeignetes Ausbildungspersonal die Ausbildung durchführen.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

Praxisbeispiel 4: Checkliste „Informationen für neue Ausbildungsbetriebe“ 17

Die geeignete Betriebsstätte

Die Auszubildenden sollen alles, was sie für ihr späteres Berufsleben brauchen, im Unternehmen lernen können. Ein Unternehmen, das ausbilden möchte, muss deshalb die geeignete Einrichtung haben. Je nach Beruf ist dafür eine bestimmte Mindestausstattung notwendig – zum Beispiel Räume, Maschinen, Geräte oder Werkzeuge. Die Auszubildenden sollen mit aktuellen technischen Geräten und Hilfsmitteln arbeiten können, es muss aber nicht zwingend die modernste Technik sein. Ein Beispiel: Wer eine Bürokauffrau oder einen Bürokaufmann ausbilden möchte, muss einen Computer nutzen können. Es muss aber nicht der allerneueste PC sein.

Auch Unternehmen, die einige Inhalte der Ausbildungsordnung nicht selbst vermitteln können, dürfen unter Umständen ausbilden. Die Auszubildenden können dann die fehlenden Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten in überbetrieblichen Berufsbildungsstätten erwerben. Vor allem Handwerksbetriebe nutzen dieses Angebot häufig.

▶ Praxisbeispiel 4: Checkliste „Informationen für neue Ausbildungsbetriebe“ (S. 17)

Überbetriebliche Berufsbildungsstätten

Viele Unternehmen haben nicht alle Geräte und Maschinen, um Auszubildenden alle Ausbildungsinhalte zu vermitteln. Aus diesem Grund haben Innungen, Innungsverbände und Kammern überbetriebliche Berufsbildungsstätten eingerichtet. Dort können die Auszubildenden an Lehrgängen teilnehmen.

Die überbetrieblichen Berufsbildungsstätten ergänzen, was den Auszubildenden in ihrem Unternehmen zur Ausbildung fehlt. Außerdem lernen sie die neuesten technischen Entwicklungen in ihrem Fach kennen. Dadurch bringen sie ihrem Ausbildungsbetrieb häufig auch neue Technologien näher. Wie lange die überbetriebliche Ausbildung dauert, regelt entweder die Ausbildungsordnung oder die zuständige Stelle. Die Kosten einer überbetrieblichen Ausbildung tragen die Unternehmen.

Geeignetes Ausbildungspersonal

Ausbilden darf nur, wer persönlich und fachlich geeignet ist. Festgelegt ist dies im Berufsbildungsgesetz (BBiG) und in der Ausbilder-Eignungsverordnung (AEVO).

Fachliche Eignung

Die fachliche Eignung umfasst berufliche sowie berufs- und arbeitspädagogische Kenntnisse und Fähigkeiten. Diese beruflichen Kenntnisse besitzen Mitarbeiter/-innen, die selbst einen Berufsabschluss, Fach- oder Hochschulabschluss im entsprechenden Ausbildungsberuf haben und über ausreichend praktische Erfahrung in dem Ausbildungsberuf verfügen. Laut Paragraf 1 der Ausbilder-Eignungsverordnung haben Ausbilder und Ausbilderinnen für die Ausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen nach dem Berufsbildungsgesetz den Erwerb der berufs- und arbeitspädagogischen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten nachzuweisen. Die berufs- und arbeitspädagogische Eignung umfasst die Kompetenz zum selbständigen Planen, Durchführen und Kontrollieren der Berufsausbildung. Diese Kenntnisse können in einem Seminar „Ausbildung der Ausbilder (AdA-Seminar)“ erworben werden. Dieses wird als Ganztags-, Wochenend-, Abend- oder Onlinekurs angeboten. Durchgeführt werden sie meist von Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern. Das AdA-Seminar endet mit der Ausbildungseignungsprüfung vor der zuständigen Stelle. In Ausnahmen können sich Ausbilderinnen und Ausbilder von der Prüfung befreien lassen, etwa wenn sie bereits eine Meisterprüfung abgelegt haben.

Persönliche Eignung

Die Ausbilderin oder der Ausbilder muss persönlich geeignet sein. In der Regel geht man von der persönlichen Eignung automatisch aus. Generell gilt, dass Ausbildende ihre Auszubildenden charakterlich fördern sollten und sittlich wie körperlich nicht gefährden dürfen. Nicht geeignet sind daher Personen, die Jugendliche nicht beschäftigen dürfen, etwa weil sie vorbestraft sind. Ebenso als persönlich ungeeignet gelten Personen, die wiederholt oder schwer gegen das Berufsbildungsgesetz verstoßen haben.

Die Ausbildungsberaterinnen und -berater der zuständigen Stelle informieren darüber, ob sich das Unternehmen und sein Personal für eine Ausbildung eignen. Darüber hinaus helfen sie bei allen Fragen zu den Voraussetzungen der Berufsausbildung.

Praxisbeispiel 4

Checkliste „Informationen für neue Ausbildungsbetriebe“

Das Ziel

Das JOBSTARTER plus-Projekt **RIA – Rein in duale Ausbildung** zielte darauf ab, die Ausbildungsbereitschaft von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in der Region Offenbach zu erhöhen. Bei der Beratung der KMU sah sich das Projektteam immer wieder mit Fragen zum Einstieg in die Ausbildung konfrontiert: „Wann darf ein Betrieb ausbilden?“, „Welche Schritte sind zu tun?“, „Wer hilft bei Fragen und Problemen?“ Damit KMU stets den Überblick behalten, stellte das Projekte die wichtigsten Antworten auf diese Fragen in einer Checkliste zusammen.

Die Maßnahme

Die Checkliste enthält auf zwei Seiten kurz zusammengefasst die wichtigsten Informationen für Unternehmen, die ausbilden wollen. Betriebe können anhand der Checkliste schnell prüfen, ob sie grundsätzlich die betrieblichen Voraussetzungen – zum Beispiel die Art und Einrichtung der Ausbildungsstätte – erfüllen. Eine finale Prüfung erfolgt aber durch die Ausbildungsberaterinnen und -berater der zuständigen Stellen. Betriebe erfahren dort auch, welche fachlichen und pädagogischen Anforderungen das Ausbildungspersonal formal erfüllen muss – zum Beispiel eine erfolgreiche Meisterprüfung und eine Ausbilder-Eignungsprüfung. Die Checkliste erklärt außerdem Schritt für Schritt, wie der Start in die duale Berufsausbildung gelingt und woran Betriebe auf jeden Fall denken müssen: So steht zu Beginn die Erstberatung bei der Ausbildungsberaterin bzw. dem Ausbildungsberater der zuständigen Stelle, erst danach sollte eine Ausbildungsstelle ausgeschrieben werden. Hier werden außerdem alle Unterlagen aufgeführt, die Betriebe bei der zuständigen Stelle einreichen müssen – beispielsweise den Ausbildungsvertrag und den Ausbildungsplan.

Darüber hinaus enthält die Checkliste Hinweise, welche Stellen im Raum Offenbach Betriebe bei der Aufnahme ihrer Ausbildungstätigkeit unterstützen können. Unternehmerinnen und Unternehmer, die nicht aus dem Offenbacher Raum kommen, finden in der Checkliste einige weiterführende Links zu Informationsangeboten.

4. Wen ausbilden? – Azubis finden

Unternehmen, die nach geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern Ausschau halten, sollten folgende Schritte berücksichtigen: Im ersten Schritt geht es darum, festzulegen, welche Kompetenzen und Qualifikationen die bzw. der Auszubildende mitbringen soll. Im Anforderungsprofil legt die Unternehmerin bzw. der Unternehmer die schulischen Qualifikationen, aber auch die persönlichen Eigenschaften fest. Im zweiten Schritt müssen Betriebe Jugendliche ansprechen und für eine Ausbildung im Unternehmen gewinnen. Das Ausbildungsmarketing ist dabei ein weites Feld und bietet Optionen für alle zeitlichen und finanziellen Ressourcen. Im dritten und letzten Schritt erfolgt das Auswahlverfahren. Unternehmen müssen die Bewerbungsunterlagen mit dem Anforderungsprofil abgleichen sowie die Bewerbungsgespräche und ggf. Eignungstests vorbereiten.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

Praxisbeispiel 5: Azubi-Walk 23
Praxisbeispiel 6: Online-Bewerberbuch 24
Praxisbeispiel 7: Jahresfahrplan für Ausbildungsmarketing 25
Praxisbeispiel 8: Katalog Azubi-Marketing 26
Praxisbeispiel 9: Stellenausschreibungsformular 27
Praxisbeispiel 10: Leitfaden „Anleitung zur Durchführung einer Betriebsbesichtigung“ 28

Welcher Azubi passt zu mir? – das Anforderungsprofil

Damit die Ausbildung für beide Seiten erfolgreich verläuft, sollten Auszubildende bestimmte Voraussetzungen mitbringen. Diese können ganz unterschiedlich sein und hängen vom Ausbildungsberuf sowie den betrieblichen Abläufen und Werten ab. Unternehmen sollten daher als erstes ein klar definiertes Anforderungsprofil erstellen. In diesem werden die fachlichen, sozialen und persönlichen Kompetenzen festgelegt, die eine Auszubildende bzw. ein Auszubildender mitbringen soll.

Das Anforderungsprofil kann auch als Grundlage für eine Stellenausschreibung dienen. Es hilft dem Unternehmen außerdem später bei der Auswahl der passenden Bewerberin bzw. des passenden Bewerbers. Folgende Qualifikationen, Kompetenzen und Fähigkeiten können Teil des Anforderungsprofils sein:

Schulische Qualifikationen

Für eine betriebliche Ausbildung braucht man theoretisch keinen Schulabschluss. Die meisten ausbildenden Unternehmen verlangen von Bewerberinnen und Bewerbern jedoch mindestens einen Hauptschulabschluss. Dieser ist eine gute Voraussetzung für Berufe mit geringen theoretischen Anforderungen. Berufe mit einem größeren Theorieanteil sind in der Regel eher für Abiturientinnen und Abiturienten interessant.

Unternehmerinnen und Unternehmer sollten sich deshalb darüber klarwerden, welchen Schulabschluss sie voraussetzen und ob bestimmte Fächer besonders wichtig sind. Doch obwohl Zeugnisse und Schulnoten wichtig sind und eine erste Orientierung geben: Lernbereitschaft, Einsatz und Motivation können schlechte Noten ausgleichen. Ein persönliches Vorstellungsgespräch und ggf. Praktika lohnen sich deshalb immer.

Berufsspezifische (Vor-)Kenntnisse

Manche Unternehmen verlangen, dass Auszubildende ein bestimmtes Vorwissen mitbringen oder spezielle Aufgaben selbst erledigen können. Dazu können zum Beispiel Basis-Computerkenntnisse für Fachinformatik-Auszubildende gehören oder ein Grundwissen rund um Lebensmittel bei angehenden Köchinnen und Köchen. An einem Probearbeitstag oder bei Praktika können Unternehmen schnell feststellen, ob eine Bewerberin oder ein Bewerber diese Vorkenntnisse mitbringt.

Schlüsselqualifikationen

Die meisten Unternehmen legen viel Wert auf bestimmte persönliche und soziale Eigenschaften, sogenannte Schlüsselqualifikationen oder „Soft Skills“. Dazu zählen zum Beispiel Durchhaltevermögen, Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit, Selbstständigkeit, Stressresistenz, Teamfähigkeit, Freundlichkeit, Sorgfalt und Ordnungssinn. Laden Unternehmen Bewerberinnen und Bewerber zu einem Probearbeitstag ein, können sie feststellen, ob der- bzw. diejenige die gewünschten Qualifikationen und Kompetenzen mitbringt.

Besondere Anforderungen

In manchen Ausbildungsberufen wird ein Mindestalter oder ein Führerschein vorausgesetzt. Wer Minderjährige ausbildet, muss die Regelung der Arbeitszeiten für unter 18-jährige beachten. Sie sind im **Jugendarbeitsschutzgesetz** festgehalten. In einigen Fällen sind Ausbildungsberufe mit körperlichen oder physischen Belastungen verbunden. Ob eine Auszubildende oder ein Auszubildender körperlich und/oder psychisch in der Lage ist, die Ausbildung zu absolvieren, lässt sich am besten im persönlichen Gespräch oder bei Praktika feststellen.

Wie finde ich Azubis? – das Ausbildungsmarketing

Die richtigen Auszubildenden zu finden, ist nicht immer einfach. Es gibt allerdings viele gute Wege, Jugendliche auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen und passende Auszubildende zu finden. Manche Ansätze sind dabei sehr einfach, schnell und günstig, andere brauchen etwas mehr Vorbereitung. Grundsätzlich können Unternehmen selbstständig Marketingaktionen durchführen und aktiv auf Bewerberinnen und Bewerbern zugehen oder sie beteiligen sich an Aktivitäten wie Ausbildungsmessen, die von anderen organisiert werden. Oft ist es sinnvoll, mehrere Strategien zu verfolgen, um passende Auszubildende zu finden.

Unternehmen haben mehrere Möglichkeiten, selbst effizient auf Jugendliche zuzugehen und ein erfolgreiches Ausbildungsmarketing zu betreiben. Im Folgenden werden die gängigsten Beispiele aufgeführt. Darüber hinaus gibt es noch zahlreiche andere Möglichkeiten, aktiv an Jugendliche heranzutreten.

▶ Praxisbeispiel 7: Jahresfahrplan für Ausbildungsmarketing (S. 25)
▶ Praxisbeispiel 8: Katalog Azubi-Marketing (S. 26)

Stellenanzeigen

Unternehmen können Stellenanzeigen online platzieren, zum Beispiel auf gängigen Jobportalen im Internet wie den Ausbildungsplatzbörsen der Kammern oder der Jobbörse der Arbeitsagentur sowie auf der eigenen Website. Unternehmen können ihr Ausbildungsplatzangebot außerdem über soziale Medien verbreiten. Zudem gibt es auch eine Reihe von kommerziellen Anbietern. Der Vorteil von digitalen Stellenanzeigen: Mit wenig Aufwand und geringen Kosten lassen sich viele Jugendliche erreichen.

Unabhängig vom ausgesuchten Medium müssen die Informationen der Stellenanzeige präzise, knapp und verständlich aufbereitet sein: Was suche ich? Wen suche ich? Was biete ich? Wie kann man Kontakt mit mir aufnehmen?

▶ Praxisbeispiel 6: Online-Bewerberbuch (S. 24)
▶ Praxisbeispiel 9: Stellenausschreibungsformular (S. 27)

Schnupperpraktikum

Für ein Unternehmen ist das Praktikum eine gute Möglichkeit, potenzielle Auszubildende kennenzulernen und früh an sich zu binden: Schülerinnen und Schüler sammeln im Schnupperpraktikum erste Erfahrungen und können ausprobieren, ob ihnen ein Beruf gefällt. Dabei gibt es unterschiedliche Arten: das Pflichtpraktikum in der 8. oder 9. Klasse, das Praktikum in den Ferien oder das individuell vereinbarte Praktikum. In der Regel sind Praktikantinnen und Praktikanten für ein bis zwei Wochen im Unternehmen. In dieser Zeit sollten sie neben einfachen Arbeiten auch anspruchsvollere Aufgaben kennenlernen. Um Praktikantinnen und Praktikanten zu gewinnen, sollten Unternehmen rechtzeitig Kontakt zu Schulen aufnehmen.

Empfehlungen aus dem Umfeld

Wer Auszubildende sucht, sollte möglichst viel darüber reden: mit den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, mit Kundinnen und Kunden, mit Verwandten und Bekannten. „Mund-zu-Mund-Propaganda“ verbreitet sich in der Regel schnell und ist häufig erfolgreich.

Einstiegsqualifizierung

Mit der sogenannten Einstiegsqualifizierung (EQ) bereiten Unternehmen junge Menschen auf die Ausbildung vor. Während der EQ erwerben Auszubildende sechs bis zwölf Monate lang die Grundkenntnisse und Fertigkeiten, die sie für eine spätere Ausbildung im Unternehmen brauchen, bisher aber noch nicht mitbringen. Dies betrifft zum Beispiel Bewerberinnen und Bewerber, die sich mit dem Lernen schwertun oder bereits längere Zeit nach einem Ausbildungsplatz suchen.

Die Vorteile für Unternehmen liegen auf der Hand: Sie können Bewerberinnen und Bewerber passgenau auf die Ausbildung vorbereiten. Dabei kommen auch solche Jugendliche als künftige Auszubildende in Betracht, die nicht auf Anhieb ins Profil passen. Für die Einstiegsqualifizierung erhalten Unternehmen Zuschüsse zur Praktikumsvergütung und zu den Sozialversicherungsbeiträgen.

Unternehmen können Schülerinnen und Schülern eine Einstiegsqualifizierung direkt anbieten. Anschließend müssen sie den EQ-Platz bei der Agentur für Arbeit oder dem Jobcenter melden. Unternehmen können aber auch vorab einen oder mehrere EQ-Plätze melden.

Die Agentur für Arbeit oder das Jobcenter vermitteln dann geeignete Kandidatinnen und Kandidaten an die Unternehmen.

Ausbildungsmessen

Unternehmen, die viele Kandidatinnen und Kandidaten an einem Ort persönlich kennenlernen möchten, können sich an Ausbildungsmessen beteiligen. Auf diesen ganztägigen Veranstaltungen präsentieren sich Unternehmen an Messeständen und zeigen ihre Ausbildungsangebote. So kommen sie mit Ausbildungsinteressierten in Kontakt. Auch Eltern oder Fachkräfte, die junge Menschen bei der Berufswahl unterstützen, können vor Ort sein. Ausbildungsmessen werden oft von den ortsansässigen Kammern organisiert, die Unternehmen in der Region zur Teilnahme auffordern.

Unternehmensbesuche

Bei sogenannten Unternehmensbesuchen lernen Schülerinnen und Schüler Betriebe aus ihrer Region kennen, die Ausbildungsplätze anbieten. Bei den Rundgängen im Betrieb bekommen die Jugendlichen einen praktischen Einblick in die Arbeitswelt und in die jeweiligen Ausbildungsberufe. So können Unternehmen mit wenig Aufwand und unkompliziert Kontakte zu Kandidatinnen und Kandidaten knüpfen.

In der Regel geht die Organisation von der Agentur für Arbeit oder anderen Partnern aus, die Unternehmen für mögliche Besuche gezielt anfragen. Unternehmen können aber auch Kooperationen mit Schulen initiieren und die Schülerinnen und Schüler aktiv zu einem Unternehmensbesuch einladen.

▶ Praxisbeispiel 5: Azubi-Walk (S. 23)
▶ Praxisbeispiel 10: Leitfaden „Anleitung zur Durchführung einer Betriebsbesichtigung“ (S. 28)

Schulbesuche

Bei einem Schulbesuch präsentieren sich zwei bis drei Betriebe direkt an den Schulen. Die Ausbilderin oder der Ausbilder informiert – idealerweise gemeinsam mit einem Auszubildenden – über das Unternehmen, das Ausbildungsangebot und den Bewerbungsprozess. Kleine praktische Übungen kommen dabei besonders gut bei den Schülerinnen und Schülern an. Schulbesuche dauern meist zwei bis drei Stunden und bieten Unternehmen die Möglichkeit, ohne viel Aufwand Schülerinnen und Schüler auf sich aufmerksam zu machen.

Azubi-Speed-Dating

Beim Azubi-Speed-Dating lernen Unternehmen innerhalb kurzer Zeit viele Bewerberinnen und Bewerber kennen. Man sitzt sich für fünf bis zehn Minuten gegenüber und unterhält sich: über Interessen, Stärken und angebotene Ausbildungsplätze. Ist die Zeit abgelaufen, wird aufgerückt, sodass neue Paarungen entstehen. Speed-Datings finden oft auf Ausbildungsmessen statt, können aber zum Beispiel auch in Schulen organisiert werden. Der Aufwand für alle Beteiligten ist sehr gering.

Wen stelle ich ein? – das Auswahlverfahren

Hat die Arbeitgeberin bzw. der Arbeitgeber Bewerbungen vorliegen, steht er oft vor neuen Fragen: Bringt die Bewerberin bzw. der Bewerber die nötigen Qualifikationen mit? Passt die Person zum Unternehmen? Das gilt sowohl in Bezug auf den Ausbildungsberuf als auch auf die persönlichen Voraussetzungen. Erste Informationen dazu liefern die Bewerbungsunterlagen selbst. Sie bestehen in der Regel aus einem Anschreiben, einem Lebenslauf, dem Schulzeugnis und gegebenenfalls weiteren Bescheinigungen. Ist die Bewerbung überzeugend, sollten Unternehmen den Kandidaten oder die Kandidatin zum Vorstellungsgespräch einladen. In manchen Fällen sind zusätzliche Eignungstests angebracht, um bestimmte Fähigkeiten zu überprüfen.

Am Vorstellungsgespräch beteiligen sich auf Seite des Unternehmens normalerweise Unternehmer beziehungsweise Unternehmerinnen und/oder Ausbilder beziehungsweise Ausbilderinnen. Um herauszufinden, ob Unternehmen und Bewerber und Bewerberinnen zueinander passen, müssen die Gespräche gut vorbereitet werden. Mögliche Fragen können zum Beispiel sein:

- Aus welchen Gründen glauben Sie, dass dies der richtige Beruf für Sie ist?
- Aus welchen Gründen haben Sie sich bei unserem Unternehmen beworben?
- Was sind Ihre Stärken?
- Wo sehen Sie Ihre Schwächen?

Auch für die Fragen der Bewerberinnen und Bewerber sollte genügend Zeit eingeplant werden. Am Ende des Gesprächs beziehungsweise mit etwas Abstand haben beide Seiten meistens ein gutes Gespür dafür, ob eine Ausbildung im Unternehmen Sinn macht.

Praxisbeispiel 5

Azubi-Walk

Das Ziel

Klein- und Kleinstunternehmen (KKU) im ländlichen Raum verfügen oft nur über geringe zeitliche und finanzielle Ressourcen, um sich auf Ausbildungsmessen potenziellen Auszubildenden zu präsentieren. Das JOBSTARTER plus-Projekt **ALF – Ausbildung im ländlichen Raum fördern** entwickelte das Veranstaltungsformat „Azubi-Walk“, um KKU und potenzielle Auszubildende zusammenzubringen.

Die Maßnahme

Die Idee des „Azubi-Walks“ ist einfach: Jugendliche besuchen in Kleingruppen von maximal sechs Personen an einem Tag mehrere Betriebe und lernen dort die Ausbildungsberufe kennen. In 30 bis 45 Minuten stellt sich jedes Unternehmen kurz vor, informiert über die wichtigsten Vorteile einer Ausbildung und weist auf Aufstiegsoptionen hin. In Betrieben, die bereits ausbilden, können Azubis die Präsentation übernehmen und so Hemmschwellen abbauen. Die Unternehmen bereiten kleine Aufgaben für die Schülerinnen und Schüler vor und geben so einen Einblick in den Ausbildungsberuf.

Die Jugendlichen erhalten zur Auswahl und Vorbereitung der Betriebsbesichtigungen Mappen mit Steckbriefen der Unternehmen. Zwei Betriebe wählen sie aus, zwei weitere Betriebe mit eher atypischen Ausbildungsberufen werden ihnen zugewiesen. So wird den Schülerinnen und Schülern ein breites Ausbildungsspektrum in ihrer Region aufgezeigt. Für den Tag des „Azubi-Walks“ erhalten die Teilnehmer/-innen Ablaufpläne mit den Stationen, die zuvor mit den beteiligten Schulen und Unternehmen abgestimmt wurden. Für weitere Entfernungen können sie einen Shuttle-Service nutzen.

Die Vorzüge des Formats: Die Betriebe können sich ohne großen zeitlichen oder finanziellen Aufwand Jugendlichen vorstellen, ihre Ausbildungsberufe präsentieren und Kontakte zu potenziellen Auszubildenden knüpfen. Vorteilhaft im Vergleich zur Beteiligung an Ausbildungsmessen ist auch, dass die Unternehmen mit einer festen Anzahl von Kontakten rechnen können. Auch die Jugendlichen profitieren: Sie erhalten an nur einem Tag einen Einblick in vier Betriebe mitsamt Arbeitsplatz, Aufgaben im jeweiligen Berufsfeld, Arbeitsumfeld und Aufstiegsoptionen. Aufgrund der kleinen Gruppengröße gibt es ausreichend Raum für Fragen und der Kontakt ist persönlicher.

Praxisbeispiel 6

Onlinebewerberbuch

Das Ziel

Im Rheinisch-Bergischen Kreis bei Köln haben viele Betriebe Probleme, geeignete Azubis zu finden. Daraus entstand die Idee für das Onlinebewerberbuch: Hier bewerben sich Betriebe bei Jugendlichen – der klassische Bewerbungsprozess wird also umgedreht. Das JOBSTARTER plus-Projekt **KLiKK! – binbereit.de** hat sich zum Ziel gesetzt, möglichst viele Jugendliche über das Onlinetool in eine duale Ausbildung zu vermitteln.

Die Maßnahme

Das Onlinebewerberbuch funktioniert so: Schülerinnen und Schüler der Vorabgangsklassen (Klassen 9 und 12) legen ein Profil im Onlinebewerberbuch an. Sie tragen ihren Wunschberuf bzw. ihr Wunschberufsfeld ein, welche Praktika sie gemacht haben, ihren Wohnort und wann sie die Schule verlassen. Registrierte und überprüfte Ausbildungsbetriebe können dann im Onlinebewerberbuch schnell und unkompliziert nach geeigneten Azubis suchen. Gibt es passende Jugendliche, können die Betriebe ihnen eine Nachricht über das Onlinebewerberbuch schreiben. Die Jugendlichen erhalten die Nachricht in ihr Postfach und eine Benachrichtigungs-SMS aufs Handy. Die Lehrerinnen und Lehrer der Jugendlichen haben ebenfalls einen Zugang und können sehen, ob es ungelesene Nachrichten gibt. Eltern haben einen Zugang zum Postfach des Jugendlichen. Sie werden eng einbezogen und können mit den Jugendlichen zum Beispiel das Stellenangebot eines Unternehmens besprechen.

Das JOBSTARTER plus-Projekt geht in die Schulen und legt mit Schülerinnen und Schülern Profile an, erstellt Lebensläufe und macht professionelle Bewerbungsfotos. Bislang hat ein Drittel aller Schülerinnen und Schüler in acht Pilotschulen ein Profil angelegt. Ziel ist, möglichst viele Jugendliche aus allen 40 allgemeinbildenden Schulen im Rheinisch-Bergischen Kreis zu gewinnen. Seit Dezember 2018 ist das Portal für Betriebe freigeschaltet. Schon über 150 Unternehmen sind registriert, vom kleinen Handwerksbetrieb bis zum großen Einzelhandelskonzern.

> *„Wir sind überwältigt, wie gut es ankommt. Alle sind sehr begeistert.“*
>
> Torsten Schmitt, Projektleiter

Das Portal wurde vom Rheinisch-Bergischen Kreis und den Kooperationspartnern im regionalen Übergangsmanagement finanziert und mit den verantwortlichen Lehrkräften an den Schulen und Betrieben erarbeitet. Der benachbarte Oberbergische Kreis führt das Onlinebewerberbuch als nächstes ein.

Praxisbeispiel 7

Jahresfahrplan für Ausbildungsmarketing

Das Ziel

Das Ausbildungsmarketing kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) läuft oft losgelöst von Maßnahmen der Berufsorientierung in den Schulen. Erfolgsversprechender ist es, Marketingaktivitäten langfristig zu planen und mit den schulischen Aktivitäten zur Berufsorientierung zu verzahnen. Der „Jahresfahrplan Ausbildungsmarketing“ des JOBSTARTER plus-Projekts **Kompetenzcluster Aus- und Weiterbildung** will KMU dabei unterstützen.

Die Maßnahme

Bereits ab Klasse 7 beginnt in den Schulen ein systematischer Berufsorientierungsprozess, der Betrieben viele Anknüpfungspunkte für Ausbildungsmarketing bietet. Wie Schulen die Berufsorientierung umsetzen, ist von Bundesland zu Bundesland verschieden und in den Lehrplänen der allgemeinbildenden Schulen festgehalten. Für die Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen hat das JOBSTARTER plus-Projekt die Lehrpläne analysiert, die für die Berufsorientierung relevanten Unterrichtsinhalte identifiziert und diese Analyse auf seiner Website veröffentlicht.

Zusätzlich hat das Projekt den „Jahresfahrplan Azubi-Marketing“ erstellt – eine Vorlage, die Betrieben helfen soll, die schulischen Maßnahmen zur Berufsorientierung mit ihren Marketingmaßnahmen zu verzahnen. Der Jahresfahrplan wird von den Betrieben so gefüllt, dass Maßnahmen zeitnah zu entsprechenden Unterrichtsinhalten oder schulischen Veranstaltungen angeboten werden. Steht zum Beispiel im Unterricht das Thema „Technische Prozesse steuern“ an, können Unternehmen mit Schülerinnen und Schülern während einer Betriebsbesichtigung passende praktische Übungen durchführen. Veranstaltungen wie etwa der „Girls‘- und Boys‘-Day“ können in den Jahresfahrplan aufgenommen und eine Beteiligung frühzeitig eingeplant werden. Besonders wichtig ist es, Praktikums- und Ausbildungsplatzangebote in den schulischen Berufsorientierungsprozess zu integrieren.

Durch die Systematisierung ihres Ausbildungsmarketings erkennen KMU, wann eine Maßnahme sinnvoll und erfolgsversprechend ist. Mit den Jahresfahrplänen wird außerdem Know-how in den Betrieben gesichert: Wechselt das für die Ausbildung zuständige Personal, können neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anhand der Fahrpläne schnell feststellen, welche Maßnahmen bisher durchgeführt wurden und wann diese sinnvoll sind. Das spart Ressourcen im eigenen Unternehmen.

Praxisbeispiel 8

Katalog Azubi-Marketing

Das Ziel

Es gibt viele Wege und Maßnahmen, wie Betriebe Azubis für sich gewinnen können. Aber welche passen am besten zu welchem Unternehmen? Und wie funktionieren sie? Das JOBSTARTER plus-Projekt **Kompetenzcluster Aus- und Weiterbildung** aus Leipzig hat einen umfassenden „Katalog Azubi-Marketing“ erstellt, der exakt auf jedes Unternehmen zugeschnitten werden kann.

Die Maßnahme

Der 30-seitige Katalog bündelt erstmals systematisiert das Wissen zum Azubi-Marketing und stellt 36 etablierte Maßnahmen des Azubi-Marketings vor – von der Schulkooperation über Elterninformation und Praktikum bis zu Social Media. Für jede Maßnahme ist in Kürze erklärt, wie sie funktioniert und welchen Mehrwert sie bietet.

Der große Mehrwert ist die Personalisierung des Katalogs: Das JOBSTARTER plus-Projekt erfasst in Beratungsgesprächen mit Unternehmen den derzeitigen Stand seines Azubi-Marketings und erstellt auf dieser Grundlage eine individualisierte Version des Katalogs, die ganz auf den Betrieb zugeschnitten ist. Eine Ampel-Darstellung zeigt bei jeder Maßnahme an, ob das Unternehmen diese bereits durchführt (grün), ob sie sinnvoll ist (gelb) oder ob sie auf die Warteliste kommt (rot). Ein roter Stern hebt besonders empfehlenswerte Aktionen hervor. Für jede Maßnahme gibt das JOBSTARTER plus-Projekt konkrete Tipps, wie diese am besten gelingt.

Um die Maßnahmen gezielt auswählen zu können, sind jeweils die entsprechenden Zielgruppen angegeben – neben Jugendlichen auch Eltern oder Lehrerinnen und Lehrer. Nützlich ist die enthaltene Übersicht mit Kontakten, etwa zu allgemeinbildenden Schulen im Umkreis oder zu Ausbildungsmessen. Hierzu hat das JOBSTARTER plus-Projekt je eine Version für Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen erstellt.

> *„Der Katalog ist eine Hilfe für die langfristige Planung der Azubi-Marketing-Aktivitäten über einen Zeitraum von fünf bis sechs Jahren.“*
>
> Dr. Felix Erler, Projektleiter

Der Katalog schafft außerdem Transparenz für ein Unternehmen über die eigenen Aktivitäten zum Azubi-Marketing und erleichtert die Übergabe, wenn die zuständigen Mitarbeiter/-innen wechseln sollten. Er baut auf dem Azubi-Marketing-Haus des RKW Kompetenzzentrums auf.

Praxisbeispiel 9

Stellenausschreibungsformular

Das Ziel

„Motivation ist wichtig“ – das fällt vielen Betrieben als erstes ein, wenn das Team des JOBSTARTER plus-Projekts BeAm sie dazu befragt, was Azubis können sollten. Darüber hinaus fällt es Betrieben jedoch oft nicht leicht, zu sagen, was sie von Bewerberinnen und Bewerbern erwarten, und was sie ihnen bieten. Doch genau das ist wichtig für eine aussagekräftige Stellenanzeige, die Jugendliche anspricht. Das JOBSTARTER plus-Projekt entwickelte deshalb ein detailliertes Stellenausschreibungsformular.

Die Maßnahme

Die Betriebe sollen darin zunächst beschreiben, welche Tätigkeiten die Auszubildenden erwarten. Im Weiteren gilt es, bis zu fünf fachliche und methodische Kompetenzen auszuwählen, die ein Azubi unbedingt mitbringen muss – etwa Grundkenntnisse in Mathematik oder handwerkliches Geschick. Auch wichtige persönliche und soziale Kompetenzen wie ein freundliches Auftreten oder Lernbereitschaft müssen benannt und priorisiert werden. Für eine aussagekräftige Stellenausschreibung ist es auch wichtig, was das Unternehmen für den Jugendlichen attraktiv macht. Hier können die Betriebe ebenfalls verschiedene Punkte ankreuzen, zum Beispiel eine familiäre Betriebskultur, flexible Arbeitszeiten oder die private Nutzung des Firmenwagens.

Das JOBSTARTER plus-Projekt setzt das Formular bei der Beratung ausbildungsinteressierter Betriebe ein. Darüber hinaus wird das Formular jährlich an 4000 Betriebe verschickt, von denen es 300 bis 500 ausgefüllt zurücksenden. Die Handwerkskammer Hildesheim-Südniedersachsen, die das JOBSTARTER plus-Projekt durchführt, erstellt daraus Stellenausschreibungen und veröffentlicht sie in der Lehrstellenbörse auf ihrer Website. Der wichtigste Effekt des Fragebogens: Die Stellenanzeigen in der Lehrstellenbörse sind aussagekräftiger. Die Betriebe machen sich noch mehr Gedanken, welche Aufgaben ein Azubi übernehmen soll, was er für die Ausbildung mitbringen muss, und was sie als Ausbildungsbetrieb attraktiv macht.

Der Fragebogen ist außerdem eine gute Grundlage, um gemeinsam mit dem Betrieb eine individualisierte Stellenanzeige zu formulieren. Diese kann beispielsweise auf der eigenen Website veröffentlicht oder auf Ausbildungsmessen oder am Schwarzen Brett in der Schule ausgehangen werden. Das Formular ist auf alle Branchen und Berufe übertragbar und auch für Fachkräfte nutzbar.

Praxisbeispiel 10

Leitfaden „Anleitung zur Durchführung einer Betriebsbesichtigung“

Das Ziel

„Hilfe zur Selbsthilfe“ – das ist ein Ansatz des JOBSTARTER plus-Projekts **T-Shirt meets Tie.** Das Projekt zielt unter anderem darauf ab, Unternehmen zu bestärken, selbstständig Formate der Bewerberakquise zu planen und durchzuführen. Betriebe sollen so ihre Rekrutierungschancen nachhaltig verbessern und motiviert werden, auch alternative Wege der Rekrutierung zu gehen. Im Hinblick auf dieses Ziel erstellte das Projekt u. a. den Leitfaden „Anleitung zur Durchführung einer Betriebsbesichtigung“, der Betriebe dabei unterstützt, eigenständig eine Betriebsbesichtigung durchzuführen.

Die Maßnahme

Gerade Klein- und Kleinstunternehmen sind im Vergleich zu größeren Betrieben häufig bei der Zielgruppe der Auszubildenden nicht bekannt – dementsprechend entscheiden sich Jugendliche zum Teil eher für eine Ausbildung in einem bekannteren, größeren Betrieb. Eine Betriebsbesichtigung ermöglicht daher insbesondere kleineren Betrieben, Jugendliche auf Ausbildungsoptionen aufmerksam zu machen und die Vorteile einer Ausbildung im jeweiligen Betrieb herauszustellen.

Bei einer Besichtigung erhalten potentielle Auszubildende einen ersten Eindruck von der Arbeit im Betrieb. Sie lernen andere Azubis und/oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Arbeitsabläufe und Tätigkeiten kennen. Betriebe können wiederum feststellen, ob eine Kandidatin bzw. ein Kandidat für eine Ausbildung im eigenen Hause geeignet ist – zum Beispiel in Kennlern-Gesprächen oder bei der Durchführung von Arbeitsbeispielen.

Der Leitfaden „Betriebsbesichtigung“ dient Klein- und Kleinstunternehmen als konkrete und niedrigschwellige Anleitung, selbstständig eine Betriebsbesichtigung durchzuführen. Wie bereite ich eine Betriebsbesichtigung vor? Was muss ich beachten? Wie läuft die Besichtigung ab und was ist im Nachgang zu tun? Der Leitfaden gibt darauf Antworten und führt Betriebe Schritt für Schritt durch den Prozess. Er bietet aber auch genug Raum um die eigene Vorgehensweise zu individualisieren und kreativ zu werden.

5. Wer hilft? – Unterstützung finden

Für Unternehmen und ihre Auszubildenden gibt es viele Unterstützungsangebote. Förder- und Hilfsangebote, die sich an die Auszubildenden richten, beinhalten beispielsweise zusätzlichen Unterricht und individuelles Coaching, Sonderformen der Ausbildung und finanzielle Hilfen. Von diesen Leistungen profitieren ausbildende Unternehmen meistens indirekt. Gleichzeitig gibt es verschiedene Anlaufstellen, die Informationen und Beratung für Unternehmen bereitstellen.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

Praxisbeispiel 11: Handouts zu Fördermöglichkeiten 31
Praxisbeispiel 12: Ratgeber IT-Berufe 32

Unterstützung für Unternehmen

Für Auskünfte, detaillierte Informationen und persönliche Beratungsgespräche können sich Unternehmen unter anderem an folgende Ansprechpartner wenden:

Die zuständigen Stellen

Die zuständigen Stellen – meistens die Industrie- und Handelskammern oder Handwerkskammern – beschäftigen Ausbildungsberaterinnen und -berater. Diese beraten sowohl Ausbilderinnen und Ausbilder als auch Auszubildende und deren Eltern bei allen Fragen zum Thema Ausbildung. Dazu gehören die nötigen Voraussetzungen genauso wie die Durchführung der Ausbildung.

Bundesagentur für Arbeit

Die Bundesagentur für Arbeit unterstützt Unternehmen im Rahmen ihres Arbeitgeber-Services auf dem Weg zur Ausbildung. Der Arbeitgeber-Service erläutert wichtige Voraussetzungen für die Ausbildung, hilft bei der Vorauswahl von Bewerberinnen und Bewerbern und begleitet die Stellenbesetzung.

Begleitete betriebliche Ausbildung

Um am Arbeitsleben teilzunehmen, brauchen junge Menschen mit Behinderungen teilweise besondere Unterstützung. Bei der begleiteten betrieblichen Ausbildung (bbA) bekommen Unternehmen Hilfe dabei, die Ausbildung zu organisieren, durchzuführen und mit Besonderheiten gut umzugehen. Die Agentur für Arbeit übernimmt die Kosten der bbA. Weitere Informationen geben der Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit oder die Arbeitgeberhotline.

▶ Praxisbeispiel 11: Handouts zu Fördermöglichkeiten (S. 31)
▶ Praxisbeispiel 12: Ratgeber IT-Berufe (S. 32)

Unterstützung für Auszubildende

Treten in der Ausbildung Probleme auf – zum Beispiel schlechte Leistungen in der Berufsschule oder auch persönliche Probleme mit der Ausbilderin oder dem Ausbilder –, stehen für Auszubildende und Unternehmen unter anderem folgende Unterstützungsangebote bereit:

Ausbildungsbegleitende Hilfen

Ausbildungsbegleitende Hilfen (abH) können Jugendliche zu einem erfolgreichen Ausbildungsabschluss bringen. Auszubildende erhalten dabei pro Woche zwischen drei und acht Stunden Nachhilfe. Sie können Hausaufgaben nacharbeiten, mathematische Grundlagen und Sprachkenntnisse verbessern oder sich auf Prüfungen vorbereiten. Aber auch persönliche und soziale Probleme – etwa mit der Berufsschullehrerin oder dem Berufsschullehrer – können ausbildungsbegleitende Hilfen oft lösen. Informationen bieten die Berufsschulen sowie die Berufsberatung der Agenturen für Arbeit, die auch die Kosten für abH übernehmen.

Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen (VerA)

Stoßen Auszubildende in der Ausbildung auf Schwierigkeiten und überlegen, abzubrechen, können sie sich an VerA (Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen) wenden. „VerA – Stark für die Ausbildung“ ist eine Initiative des Senior Experten Service (SES), gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, und stellt Jugendlichen eine Ausbildungsbegleiterin oder einen Ausbildungsbegleiter zur Seite. Die ehrenamtlichen Begleiterinnen und Begleiter beantworten unter anderem fachliche Fragen und unterstützen die Vorbereitung auf Prüfungen. Sie fördern die Lernmotivation und helfen bei persönlichen Problemen. Eine VerA-Begleitung ist für Auszubildende und Unternehmen kostenlos und läuft über mindestens ein Jahr. Anfragen können über die Kammern, die Berufsschule oder direkt über die **Website des SES** gestellt werden.

Assistierte Ausbildung

Mit der Assistierten Ausbildung (AsA) werden Unternehmen durch Bildungsdienstleisterinnen und -dienstleister unterstützt, wenn sie Jugendliche ohne oder mit schlechtem Schulabschluss, mit Lernbeeinträchtigung oder Migrationshintergrund ausbilden. Die Auszubildenden erhalten unter anderem Förderunterricht, Nachhilfe in Deutsch oder sozialpädagogische Betreuung. Unternehmen werden bei der Verwaltung, Organisation und Durchführung der Ausbildung unterstützt. Die Assistierte Ausbildung muss bei der Agentur für Arbeit beantragt werden, die auch sämtliche Kosten übernimmt. Unternehmen, die mehr über die AsA erfahren möchten, wenden sich an den Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit oder finden Informationen auf dessen **Website.**

▶ Praxisbeispiel 11: Handouts zu Fördermöglichkeiten (S. 31)
▶ Praxisbeispiel 12: Ratgeber IT-Berufe (S. 32)

Praxisbeispiel 11

Handouts zu Fördermöglichkeiten

Das Ziel

Wenn es im Lauf der Ausbildung Schwierigkeiten gibt, können Unternehmen und Auszubildende Unterstützung bekommen. Die Vielfalt der Angebote ist jedoch vielen Betrieben und Azubis nicht bekannt. Das JOBSTARTER plus-Projekt **START-KLAR** stellt in seinen Handouts „Fördermöglichkeiten für Betriebe“ und „För-dermöglichkeiten für Auszubildende“ die wichtigsten Unterstützungsangebote vor.

Die Maßnahme

Es gibt viele Unterstützungsangebote, die Unternehmen und Auszubildende während oder bereits vor der Ausbildung in Anspruch nehmen können. Je nach Bedarf wird entweder direkt das Unternehmen unterstützt – zum Beispiel bei der Einstiegsqualifizierung – oder die bzw. der Auszubildende wird gefördert, etwa mit Wohngeld.

Die Handouts „Fördermöglichkeiten für Betriebe“ und „Fördermöglichkeiten für Auszubildende“ stellen die Unterstützungsangebote vor: Betriebe erfahren, wer die bzw. der richtige Ansprechpartnerin bzw. -partner ist, wer die Kosten trägt und wie sie die Leistungen beantragen. Dabei wird auch erläutert, welche Maßnahme sich für welche Zielgruppe eignet. So richtet sich beispielsweise die assistierte Ausbildung (AsA) an lernbeeinträchtigte und sozial benachteiligte Jugendliche. Die Handouts enthalten auch Hinweise auf Weiterbildungsmaßnahmen für Arbeitnehmerinnen und -nehmer wie Bildungsprämie oder Bildungscheck.

Die Unterstützungsangebote sind vor allem für kleine und mittlere Unternehmen interessant, die Schwierigkeiten haben, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen. Viele der in den Handouts genannten Maßnahmen unterstützen sie dabei, auch Jugendliche auszubilden, die sie ansonsten für eine Ausbildung nicht in Betracht ziehen würden. Davon profitieren beide Seiten: KMU können ihren Fachkräftebedarf besser decken – und Jugendliche erhalten eine Perspektive.

Praxisbeispiel 12

Ratgeber IT-Berufe

Das Ziel

Wer hilft mir bei der Ausbildung? An wen kann ich mich bei welchem Problem wenden? Unterstützungsangebote für Betriebe und Auszubildende gibt es viele. Aber nicht alle sind bekannt. Das JOBSTARTER plus-Projekt **Berufsausbildung.IT Heilbronn-Franken** hatte sich als Ziel gesetzt, Transparenz zu schaffen über die Unterstützungsangebote der verschiedenen Akteure in einer Region.

Die Maßnahme

Das JOBSTARTER plus-Projekt erstellte gemeinsam mit Arbeitsagentur, Wirtschaftsförderungen, Kammern und Gewerkschaften einen Ratgeber, der einen Überblick bietet über alternative Ausbildungsformen und Unterstützungsangebote vor und während der Ausbildung.

Die 24-seitige Broschüre schärft zunächst mit einem Überblick die Profile die verschiedenen IT-Berufe. Anschließend stellt sie die alternativen Ausbildungsformen wie Verbundausbildung oder Teilzeitausbildung vor. Darauf aufbauend stellt der Ratgeber die Unterstützungsmöglichkeiten vor einer Ausbildung – wie die Einstiegsqualifizierung (EQ) oder die Berufseinstiegsbegleitung (BerEb) – und während der Ausbildung – etwa Ausbildungsbegleitende Hilfen (abH) oder die Assistierte Ausbildung (AsA) – in kurzen Texten gut verständlich vor. Ein umfassender Anhang mit Kontaktadressen, Links und Literatur zeigt Betrieben, an wen sie sich wenden können und wo sie vertiefende Informationen finden.

Betriebe und Schulen lobten die komprimierte Zusammenstellung nutzbarer Informationen, die inhaltliche Kombination von Ausbildungsformen und Unterstützungsmöglichkeiten und die Konzentration auf Fakten. Der Ratgeber ist in gedruckter Form bestens geeignet zum Verteilen und Mitnehmen im Rahmen von Veranstaltungen. Er eignet sich aber ebenso als Grundlage eines Beratungsgespräches. Das Format ist im Wesentlichen auf andere Regionen und Branchen anwendbar und muss nur punktuell angepasst werden.

6. Was ist wichtig? – Rechte und Pflichten

Das Unternehmen trägt die Gesamtverantwortung für die Berufsausbildung. Daraus ergeben sich einige Rechte und Pflichten, die ausbildende Unternehmen auf jeden Fall kennen sollten. Auch wenn sie formal recht umfangreich sind: Im Alltag verstehen sich die meisten Pflichten fast von selbst.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

Praxisbeispiel 13: Digitaler Ausbildungsnachweis 36

Planung und Beginn der Ausbildung

Vor Beginn der Ausbildung schließen die Unternehmen mit ihren künftigen Auszubildenden einen Ausbildungsvertrag. Er ist das entscheidende Dokument für die Ausbildung und enthält für beide Seiten wichtige Regelungen. Zusätzlich zum Abschluss des Ausbildungsvertrags müssen Unternehmen ihre Auszubildenden bei der zuständigen Berufsschule anmelden.

Die Unternehmen müssen dafür sorgen, dass ihre Auszubildenden in der geplanten Zeit die Ausbildung beenden und die Abschlussprüfung bestehen können. Für jeden Beruf regelt die Ausbildungsordnung, welche Fertigkeiten die Auszubildenden lernen müssen. Zur Ausbildungsordnung gehört auch der Ausbildungsrahmenplan. Er ist die Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan, den jedes Unternehmen für seine Auszubildenden aufstellen muss. Dieser Plan beschreibt, welche Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnisse vermittelt werden müssen und er enthält auch einen groben Zeitplan. Die zuständige Stelle unterstützt Betriebe, den Ausbildungsrahmenplan zu erstellen.

Für Jugendliche unter 18 Jahren gelten laut Jugendarbeitsschutzgesetz verschiedene Sonderregelungen. Diese bestimmen zum Beispiel die erlaubten Arbeitszeiten oder besondere Schutzmaßnahmen. Wer geistig oder körperlich behinderte Jugendliche ausbildet, muss besondere Regelungen beachten. Auskunft darüber geben die Agenturen für Arbeit sowie die zuständigen Stellen.

Ausbildungsvertrag

Der Ausbildungsvertrag setzt einen Rahmen für die Ausbildung. Darin sind unter anderem der Ausbildungsberuf, die Dauer der Ausbildung und die Arbeitsstunden festgehalten. Gleichzeitig legt der Ausbildungsvertrag die Probezeit, Urlaubszeiten sowie die Ausbildungsvergütung fest. Diese muss angemessen sein und orientiert sich in erster Linie an der gültigen Tarifvereinbarung für den Beruf und die Region.

Damit der Arbeitsvertrag gültig ist, müssen ihn sowohl Unternehmen als auch Auszubildende unterschreiben. Falls die Auszubildenden noch nicht volljährig sind, müssen auch die Erziehungsberechtigten unterschreiben.

Zusammenarbeit mit der Berufsschule

Aus der Zusammenarbeit mit den Berufsschulen ergeben sich für die Unternehmen einige Pflichten, aber auch Rechte. Die Unternehmen müssen ihre Auszubildenden für den Unterricht in der Berufsschule freistellen und sie zum Schulbesuch anhalten; das gilt auch für Lehrgänge in überbetrieblichen Berufsbildungsstätten (ÜBS). An den Sprechtagen oder auch bei Bedarf dürfen Unternehmen die Noten ihrer Auszubildenden abfragen.

Durchführung der Ausbildung

Sobald die Auszubildenden ihre Ausbildung im Unternehmen beginnen, haben sie Anspruch auf einen eigenen Arbeitsplatz. Außerdem dürfen sie kostenlos alle Maschinen, Werkzeuge und Materialien benutzen, die sie für ihre Tätigkeiten brauchen. Grundsätzlich müssen Auszubildende nur Aufgaben erledigen, die dem Ausbildungszweck dienen. Zum Beispiel können angehende Kaufleute für Büromanagement auch den Kopierer bedienen, sie sollten aber nicht den ganzen Tag lang kopieren. Außerdem haben Unternehmen eine Fürsorgepflicht gegenüber den Auszubildenden.

Zu regeln ist außerdem die Länge der Probezeit, die zwischen einem Monat und vier Monaten dauern kann. Während der Probezeit können Unternehmen und Auszubildende herausfinden, ob sie zueinander passen. Danach können Unternehmen nur noch aus schwerwiegenden Gründen kündigen, etwa, wenn Auszubildende dauernd grundlos fehlen.

Doch auch die Auszubildenden haben Pflichten: Unternehmen können erwarten, dass Auszubildende an ihrer Ausbildung aktiv mitwirken. Sie müssen sich bemühen, alle Inhalte des Ausbildungsplans zu lernen. Außerdem müssen sie den Anweisungen ihrer Ausbilderinnen und Ausbilder folgen – solange sie die Ausbildungsinhalte betreffen. Sie dürfen des Weiteren nicht mit Externen über Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse sprechen.

Fürsorgepflicht

Das Ausbildungsverhältnis ist mehr als ein reines Arbeitsverhältnis: Auszubildende sollen im Betrieb nicht nur einen Beruf erlernen, sondern sich auch charakterlich entwickeln können. Die Ausbildenden sollen deshalb auch die sozialen Fähigkeiten der Auszubildenden fördern. Außerdem müssen sie dafür sorgen, dass diese sittlich und körperlich nicht gefährdet werden, § 14 Abs. 1 Nr. 5 BBiG.

Ausbildungsnachweis

Eine gemeinsame Aufgabe der Auszubildenden und des Unternehmens ist es, den Ausbildungsnachweis zu führen. Die Auszubildenden notieren täglich oder wöchentlich, was sie im Unternehmen beziehungsweise in der Berufsschule gelernt haben. Diesen Nachweis, der früher „Berichtsheft“ genannt wurde, müssen Auszubildende vorlegen, um zur Abschussprüfung zugelassen zu werden. Die Unternehmen geben den Auszubildenden die dafür nötigen Unterlagen und unterstützen sie dabei, den Nachweis regelmäßig während der Arbeitszeit zu führen. Mit ihrer Unterschrift bestätigen die Ausbilderinnen und Ausbilder, dass die Auszubildenden die einzelnen Ziele erreicht haben. Vorlagen für Ausbildungsnachweise können bei den zuständigen Stellen angefragt bzw. auf deren Internetseiten heruntergeladen werden.

Ausbildende und Auszubildende sollten den Ausbildungsnachweis nicht als lästige Pflicht sehen, denn er hat eine wichtige Funktion: Mithilfe eines sorgfältig geführten Nachweises können beide Seiten erkennen, was die Auszubildenden bereits gelernt haben und was sie noch vor sich haben.

Der Ausbildungsnachweis ist auch ein guter Anlass für Beurteilungsgespräche. Diese Gespräche zwischen den Ausbilderinnen und Ausbilder und den Auszubildenden bieten sich an, wenn eine Lerneinheit oder ein Ausbildungsabschnitt in einer Abteilung abgeschlossen ist. Die Auszubildenden erfahren dabei, was sie schon gut können, was sie noch lernen müssen oder was sie künftig besser machen können und sollen. Dabei können auch spezielle Förderungen und Ziele vereinbart werden.

▶ Praxisbeispiel 13: Digitaler Ausbildungsnachweis (S. 36)

Eine gute Ausbildung

Formal müssen die Unternehmen eine „ordnungsgemäße“ Ausbildung gewährleisten. Doch wenn sie für sich alle Vorteile der Ausbildung nutzen wollen, dann sollten sie unbedingt auf die Qualität Wert legen. Die gesetzlichen Standards in Deutschland sind zwar hoch, aber die Ausbildungsordnungen legen zum Beispiel nur Mindestanforderungen fest. Wer seine Auszubildenden gut auf die Zukunft – vor allem im eigenen Unternehmen – vorbereiten möchte, sollte auch Spezialwissen oder betriebseigene Techniken weitergeben. Gleichzeitig brauchen junge Menschen neben der reinen Wissensvermittlung auch persönliche Betreuung. Deshalb haben die Ausbilderinnen und Ausbilder gegenüber den Jugendlichen auch eine Erziehungsaufgabe.

Praxisbeispiel 13

Digitaler Ausbildungsnachweis

Das Ziel

Auszubildende brauchen für die Zulassung zur Abschlussprüfung einen vollständigen Ausbildungsnachweis. Der elektronische Ausbildungsnachweis erleichtert das lückenlose und unkomplizierte Führen des Berichtsheftes. Das JOBSTARTER plus-Projekt **FIT IN AUSBILDUNG; PERSPEKTIVE 4.0!** berät KMU beim Umstieg auf die digitale Variante.

Die Maßnahme

Der durch das Berufsbildungsgesetz vorgeschriebene Ausbildungsnachweis ist der Nachweis über den zeitlichen und sachlichen Ablauf der Ausbildung. Die Auszubildenden schreiben in der Regel jede Woche auf, was sie im Betrieb bzw. in der Berufsschule gelernt und erarbeitet haben. Seit dem Ausbildungsjahr 2017/18 können Betriebe entscheiden, ob der Ausbildungsnachweis als rein digitale Variante geführt wird. Dies wird im Ausbildungsvertrag festgehalten. Anschließend muss die Person, die den Ausbildungsnachweis kontrolliert – zumeist die Ausbilderin oder der Ausbilder – bei einem Anbieter ein Profil anlegen. In Nordrhein-Westfalen bieten mehrere Industrie- und Handelskammern kostenlos die Möglichkeit, den Ausbildungsnachweis in einem Verwaltungsportal elektronisch zu führen. Der bzw. die Auszubildende bekommt die Zugangsdaten mitgeteilt und führt ab Beginn der Ausbildung Nachweise mithilfe des Online-Tools. Auszubildende schicken den ausgefüllten Bericht über das System ihrer Ausbilderin oder ihrem Ausbilder, die bzw. der ihn kontrolliert und dann genehmigt oder kommentiert. Damit wird dokumentiert, dass der Ausbildungsnachweis geführt wird – der Inhalt ist für die Ausbildungsberater/innen der Kammer stichprobenhaft oder mit konkretem Anlass einsehbar.

Der Vorteil des neuen Verfahrens: Es gibt keinen Medienbruch mehr zwischen analog und digital. Wo bisher der Nachweis von Hand geschrieben oder am Computer ausgefüllt, ausgedruckt, unterschrieben und wieder eingescannt wurde, entfällt dies komplett. Vor allem für Ausbildungsverantwortliche erleichtert das die Verwaltung des Berichtswesens in der Ausbildung und spart Ressourcen. Sie können im System die Ausbildungsnachweise für alle Auszubildenden des Betriebes einsehen. Erinnerungsmails weisen darauf hin, wenn der Nachweis einmal nicht rechtzeitig gepflegt sein sollte. Als online-basierte Cloud-Lösung kann der digitale Ausbildungsnachweis von überall geführt und eingesehen werden. Vor allem für kaufmännische Berufe mit Computer am Arbeitsplatz empfiehlt es sich, über den digitalen Ausbildungsnachweis nachzudenken.