

**Regionaldirektion Berlin-
Brandenburg**

Geschäftszeichen
210 – 6200, 6201.4
Berlin, den
02.12.2008

Strategische Neuorientierung der Berufsorientierung

Strategische Neuorientierung der Berufsorientierung

Inhalt

- 1.) Meilensteine
- 2.) Ausgangslage
- 3.) strategischer Ansatz der Neuorientierung
- 4.) Produktkatalog BO
 - 4a) Sek I
 - 4b) Sek II
- 5.) Zusammenhang BO/Beratung/Vermittlung
- 6.) Erwartungen an Fach- und Führungskräfte
- 7.) Marketing

Anlagen:

- Anlage 1: Beispiel für ein „Schulkonzept“
- Anlage 2: Ressourcenberechnung
- Anlage 3: Sachkostenberechnung
- Anlage 4: Förderschulen

Übersichten

- Seite 9: BO-Aktivitäten SEK I
- Seite 12: BO-Aktivitäten Sek II

1.) Strategische Neuorientierung der BO – „Meilensteine“

	<u>Termin</u>
1. ein mit VG der RD BB und den VG der AA abgestimmtes Strategiepapier	17.07.08
2. regionale Anpassung des Konzeptes in den AA unter Berücksichtigung der regionalen Besonderheiten und Ressourcen	30.09.08
3. Vorbereitung der neuen Vereinbarung mit den Ländern (RD BB) und parallel Jahresarbeitsplanung mit Implementierung BO ab 7. Klasse	31.12.08
4. Schulungskonzept entwickeln Schulungen durchführen Unterrichtsmaterialien vorbereiten	01.03.09
5. Implementierung bis 01.07.09	01.07.09
6. Umsetzung und Nachhaltigkeit	01.07.10

2.) Ausgangslage

In den letzten Jahren sind immer mehr Akteure in den Schulen als Anbieter von Berufsorientierung aktiv tätig geworden, während ursprünglich neben den Lehrern nur die Berufsberater der Bundesagentur für Arbeit vor Ort vertreten waren, um den gesetzlichen Auftrag nach §33 SGB III zu erfüllen. In dieser neuen Situation wird die Bundesagentur mit ihrem Angebot massiv an den Rand des Geschehens gedrückt. Dabei muss man berücksichtigen, dass die Dritten im Rahmen der vertieften Berufsorientierung häufig durch die BA mitfinanziert werden, es aber bisher nicht gelungen ist, sie in ein Gesamtkonzept einzubinden und als ergänzendes Angebot mit dem Angebot der BA zu verzahnen.

Mit dem verstärkten Auftreten von privaten und anderen öffentlichen Organisatoren von Berufsorientierung ist das Angebot insbesondere für Schüler größer geworden. Allerdings bedeutet dies nicht, dass es bessere Antworten für die Fragen der Berufswähler gibt. Der nunmehr entstandene Wildwuchs im Angebot für Berufsorientierung hat nicht nur zu mehr Fragen geführt, sondern auch zu einem qualitativ und quantitativ sehr ungleichen Angebot für die Schüler, das in vielen Bereichen zu einer Desorientierung führt.

3.) strategischer Ansatz der Neuorientierung

Die Notwendigkeit und Wichtigkeit von Berufsorientierung für Schüler bzw. junge Berufswähler ist in der Öffentlichkeit unumstritten. Die BA hat sich eindeutig zur Bedeutung der Berufsorientierung mit präventivem Ansatz bekannt.

Die BA muss sich den geänderten Bedingungen aktiv stellen, die Zusammenarbeit mit den anderen Anbietern von BO suchen und die eigene Rolle in der Schule neu definieren. Auch die Interessen der Arbeitgeber müssen zukünftig stärker berücksichtigt werden.

Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, neue Handlungsansätze und -strategien zu erarbeiten.

Ziel der BA muss es sein, sich jetzt neu als der Koordinator zu profilieren, der alle Akteure kennt und in der Rolle eines Netzwerkers für die Schule alle Berufsorientierungsaktivitäten bündelt.

Der strategische Ansatz heißt:

„Wir sind der Berater der Schule in Sachen BO! “

„Eine Schule – Ein Gesicht“

und bietet die Antwort auf die heutige Situation und kann auch für die nächsten Jahre als Grundkonzeption genutzt werden.

Das erfordert eine intensive Abstimmung der Aktivitäten vor Ort. Jeder Berufsberater erarbeitet mit seiner Schule ein Konzept, in dem alle Aktivitäten der Berufsberatung, der Schule und ggf. Dritter konkret festgelegt werden.

An Förderschulen muss darüber hinaus bei der Abstimmung der Aktivitäten der Arbeitsagentur, der Schule und Dritter den individuellen gesundheitlichen Einschränkungen sowie der oftmals verzögerten Entwicklung der Schüler Rechnung getragen werden. Diesem Personenkreis wird daher ein eigenes Konzept gewidmet (Anlage 4).

Im Sinne einer Vorteilsübersetzung für die Schulleitungen, Elternorganisationen und die Bundesländer kann folgende Argumentation genutzt werden:

- Durch ihre besondere Expertenrolle zeichnet sich die BA als einziges Dienstleistungsunternehmen am Arbeits- und Ausbildungsmarkt aus, das allen Jugendlichen bundesweit flächendeckend durch die Arbeitsagenturen vor Ort Berufsorientierung unabhängig von Rechtskreiszugehörigkeiten, der sozialen Herkunft, der finanziellen Situation oder der Behinderungsart neutral anbieten kann. Durch die Kooperation mit der Berufsberatung sichern Schulen die Qualität und Neutralität der Berufsorientierung. Durch die Kooperation mit der Berufsberatung wird abgesichert, dass ein Berufsorientierungsangebot allen Jugendlichen zur Verfügung steht.
- Der Vorteil der BA liegt eindeutig in ihrer arbeitsmarktpolitischen Kompetenz, mit der sie zum Ausgleich von Angebot und Nachfrage sowohl am Arbeits- wie auch am Ausbildungsstellenmarkt beiträgt.
- Dieses Fachwissen gepaart mit der beraterischen Methodenkompetenz prädestiniert die Bundesagentur zur Übernahme der Koordinatorenrolle am Markt.
- Unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten sind die Ressourcen zu überdenken. Jedes Jahr entstehen der BA Kosten in Höhe von über einer Milliarde Euro bei der Förderung von noch nicht berufswahl- oder ausbildungsreifen Jugendlichen in berufsvorbereitenden Bildungsmaßnahmen, für die Unterbringung der noch unversorgten Ausbildungsbewerber und Altbewerber sowie für Ausbildungsabbrecher. Mit einem neuen präventiven Ansatz im Rahmen der BO besteht die Hoffnung langfristig die Zahl der Ausbildungsabbrüche aufgrund einer falschen Berufswahl zu senken und so entstehender Arbeitslosigkeit und den damit verbundenen Folgen vorzubeugen.
- Schülerinnen und Schüler sollen sich durch einen frühzeitigen Einsatz von Berufsorientierung länger und intensiver in ihrem Berufswahlprozess begleitet werden. Sie werden dadurch besser befähigt, sinnvolle Entscheidungen über ihren weiteren Ausbildungs-, Studien- und Berufsweg zu treffen. Die Berufswahlentscheidung wird deutlich besser abgesichert und der Übergang an der ersten Schwelle von der allgemeinbildenden Schule in das Berufsleben wird erleichtert.
- Das Risiko von kostenintensiven Nachsorgeaktivitäten bei falscher Berufswahl wird gemindert und es wird hierdurch langfristig auch eine Entlastung der Beitragszahler herbeigeführt werden können.
- Es besteht die Chance stärker und systematischer Arbeitgeber in Berufsorientierungsaktivitäten einzubeziehen und so Schule und Wirtschaft besser zu verzahnen.

Im Rahmen des Berlin-Brandenburger Steuerungskreises am 28./29.04.08 haben sich die VG der AA aus Berlin und Brandenburg in einem Workshop intensiv mit der Fragestellung, welche Rolle die AA in der Berufsorientierung zukünftig einnehmen will und was sie dafür tun muss, auseinandergesetzt.

Hieraus ergaben sich die folgenden Ansatzpunkte:

- Die BA ist als 1. Dienstleister der BO unentbehrlich!
- Die Beratungsfachkraft ist Koordinator für alle berufsorientierenden Angebote in der Schule!
- Die bestehenden Angebote Dritter müssen mit dem Angebot der BA besser verzahnt werden!

Aus den im Workshop erarbeiteten Ergebnissen wurden Handlungsleitlinien/Eckpfeiler zusammengefasst. Daraus ergaben sich folgende weitere Arbeitsaufträge:

- Ressourcenplanung
- Beeinflussung von Rahmenbedingungen
- Klärung des Produktportfolios
- Rahmenvereinbarungen mit den Ländern Berlin und Brandenburg zur Zusammenarbeit von BA und Schule treffen (die RD muss mit den Ländern Konsens erzielen, dass die BA anerkannter Koordinator für Berufsorientierung ist und die Fachkräfte diese Rolle auch tatsächlich einnehmen)
- Leistungen Dritter für die BA
- Zusammenhang von BO/Beratung/Vermittlung
- Erwartungen an Fach- und Führungskräfte formulieren
- Neue Marketingansätze entwickeln
- Bestehende Qualifizierungskonzepte für Fachkräfte anpassen bzw. neu gestalten

Im Ergebnis wurde beschlossen, dass der Beratungsfachkraft in ihrer neuen Rolle als Koordinator der Berufsorientierung in der Schule ein Produktportfolio an die Hand gegeben werden soll, um so im Sinne eines Key-Account der Schulleitung und anderen Gesprächspartnern ein Dienstleistungsangebot zu unterbreiten. Der Berufswahlpass sollte dabei als Leitmedium dienen.

Im Folgenden müssen neue Marketingansätze erarbeitet werden, die dieses Angebot auch in der Öffentlichkeit vermarkten. Auch die zukünftig an die Führungskräfte gestellten Erwartungen, wie sie die Beratungsfachkräfte in ihrer neuen Koordinatorenrolle unterstützen können, müssen neu definiert und der Zusammenhang zwischen BO – Beratung – Vermittlung deutlich herausgehoben werden.

Eine besondere Bedeutung kommt der RD bei der Implementierung dieser neuen Rolle zu. Einerseits muss sie neue Rahmenvereinbarungen mit den Ländern zur Zusammenarbeit von BA und Schule erarbeiten, andererseits ist sie der Treiber eines übergreifenden Konsenses, der die BA zum anerkannten Koordinator für Berufsorientierung macht und dafür Sorge trägt, dass die Fachkräfte diese Rolle auch tatsächlich einnehmen können.

Anmerkung:

Das vorliegende Strategiekonzept bezieht den Bereich Reha noch nicht mit ein. Hier sind noch weitere Überlegungen und Klärungen anzustellen.

Produktkatalog BO

4a) Produktkatalog für SEK I

Angebote für Schüler SEK I an allgemeinbildenden Schulen

Anmerkung: die angegebenen Standardangebote werden jeweils pro Klasse angeboten.

7. Klasse	
Standardangebot	eine einstündige BO im 2. Halbjahr
Ziele	Der Schüler* beginnt, sich für die Berufs- und Arbeitswelt zu interessieren.
optionales Angebot	BO wird zweistündig angeboten

8. Klasse	
Standardangebot	eine einstündige BO im 1. oder 2. Halbjahr
Ziele	Der Schüler lernt, eigene Stärken und Schwächen zu erkennen und in Verbindung mit seinen Interessen zu bringen.
optionales Angebot	eine zusätzliche BIZ-BO

9. Klasse	
Standardangebot	<ul style="list-style-type: none"> - eine einstündige BO im 1. Halbjahr - eine einstündige BO im 2. Halbjahr - eine BIZ-BO
Ziele	<p>BO im 1. HJ: Der Schüler kann unter Berücksichtigung seiner Interessen, Stärken und Schwächen erste konkrete berufliche Vorstellungen entwickeln.</p> <p>BO im 2. HJ: Der Schüler wird aktiviert, seine berufliche Entscheidung umzusetzen.</p> <p>BIZ-BO: Der Schüler untersetzt seine beruflichen Vorstellungen mit konkreten Informationen über Berufe. Er kennt die Möglichkeiten der Eigeninformation.</p>
optionales Angebot	Die BO-Veranstaltungen werden jeweils zweistündig angeboten

* der Einfachheit halber nur männliche Form

10. Klasse	
Standardangebot	<ul style="list-style-type: none"> - eine einstündige BO im 1. Halbjahr - im 2. HJ eine GI, ggf. klassenübergreifend, für alle bis dahin Unversorgten. (Die Veranstaltung kann ggf. gemeinsam mit den Eltern durchgeführt werden.)
Ziele	<p>BO im 1. HJ: Der Schüler kennt die Formen der Bewerbungsverfahren und die Bewerbungsfristen und unternimmt die notwendigen Aktivitäten.</p> <p>GI im 2. HJ: Der Schüler und ggf. seine Eltern erfahren von alternativen Möglichkeiten.</p>
optionales Angebot	Die BO-Veranstaltung im 1. HJ wird zweistündig angeboten.

Begleitend werden für die Klassenstufen 7 bis 10 Sprechstunden (Beratung nach Vereinbarung) in der Schule angeboten.

Weitere optionale Angebote unabhängig von der Klassenstufe können sein:

- themenfeldbezogene Angebote
- Vorträge
- Bewerbungstraining
- Betriebserkundungen
- Projekttag
- BWT (Berufswahltest)

Angebote für Lehrer Sek I an allgemeinbildenden Schulen

Lehrer	
Standardangebot	Einmal pro Schuljahr Abstimmungsgespräch mit der Schulleitung/dem Koordinator; die getroffenen Vereinbarungen werden schriftlich festgelegt
Ziele	Jahresplanung unter Einbeziehung aller Beteiligten Gegenseitiger Informationsaustausch
optionales Angebot	Teilnahme an Schulkonferenzen

Angebote für Eltern Bereich Sek I an allgemeinbildenden Schulen

Eltern	
klassenübergreifend	
	Einmal im Jahr Teilnahme an der 2. Sitzung der Gesamtelternvertretung
8. Klasse	
Standardangebot	Elternbrief, zu verteilen über den Klassenlehrer
Ziele	Allgemeine Information über die Aktivitäten zur Berufsorientierung an der Schule / Berufsberater vorstellen.
9. Klasse	
Standardangebot	Im 1. HJ Elternbrief Im 2. HJ Teilnahme an Elternversammlung
Ziele	Elternbrief: Interesse wecken für die Elternversammlung Elternversammlung: <ul style="list-style-type: none"> - Eltern wissen, wie sie ihre Kinder bei der Berufswahl unterstützen - die Angebote der BB sind auch den Eltern bekannt
10. Klasse	
Standardangebot	Infoveranstaltung, gemeinsam mit den Schülern, ggf. klassenübergreifend, für alle bis dahin Unversorgten
Ziele	Der Schüler und seine Eltern erfahren von alternativen Möglichkeiten
optionales Angebot	Teilnahme an Elternversammlung

Berufsorientierung an Schulen - Übersicht über die Aktivitäten SEK I

	7. Klasse		8. Klasse		9. Klasse		10. Klasse	
	1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ
Schüler Sek I								
Standardangebot		1h BO	1h BO		1h BO	1h BO	1h BO	GI für UVB (ggf. mit Eltern)
					BIZ - BO			
optionales Angebot		2h BO	BIZ BO		2h BO	2h BO	2h BO	
		themenfeldbezogene Angebote, Workshops, Vorträge, Bewerbungstraining, Betriebserkundungen, Projekttag, BWT						
begleitendes Angebot		Sprechstunden / Beratung nach Vereinbarung in der Schule						
Lehrer Sek I								
Standardangebot		einmal pro Schuljahr Abstimmungsgespräch mit Schulleitung/Koordinator						
optionales Angebot		Teilnahme an Lehrerkonferenz/Schulkonferenz						
Eltern								
Standardangebot			Elternbrief		Elternbrief	Teilnahme EV		GI für UVB
		Teilnahme an der Gesamtelternvertretung der Schule in jedem Schuljahr einmal						
optionales Angebot								Teilnahme EV

4b) Angebote für Schüler SEK II an Gymnasien / Schulen mit gymnasialer Oberstufe

Anmerkung: die angegebenen Standardangebote werden jeweils pro Klasse, bzw. Kurs angeboten.

Ziel der Berufsorientierung an Gymnasien ist es u.a., die Studierneigung der Schüler zu erhöhen und so langfristig den Akademikerbedarf decken zu können.

Bisher wurde i.d.R. folgendes Mindestangebot umgesetzt:

1 BIZ – BO in der 9. Klasse

1 BO in der 12. Klasse

Dem Grundsatz „Eine Schule - ein Gesicht“ folgend müssen die BO-Angebote an Gymnasien auch in den Klassen der Sek I durch den Berater für akademische Berufe – Schwerpunkt Berufsorientierung durchgeführt werden.

Um den Zielen „Erhöhung der Studierneigung“ / „Koordinatorenrolle für BO in der Schule“ gerecht zu werden, sollten folgende Standardangebote umgesetzt werden:

9. Klasse	
Standardangebot	Pro Schulklasse eine BIZ-BO im 2. Halbjahr
Ziele	Berufliches Interesse wird geweckt, besonders für ein Studium. Der Schüler* lernt die Eigeninformationsmöglichkeiten kennen und erhält erste Informationen zu den Wegen nach der 10. Klasse.

10. Klasse	
Standardangebot	Pro Schulklasse eine einstündige BO im 2. Halbjahr (evt. in Verbindung mit einer Elternveranstaltung) Die Veranstaltung kann u.U. im Rahmen der Informationsveranstaltung der Schule zur Kurswahl stattfinden.
Ziele	Der Schüler mit dem Ziel Abitur erfährt, in welchem Zusammenhang die Kurswahl mit der Studienzulassung steht. Der Schüler ohne Ziel Abitur kennt alternative Möglichkeiten.

12. Klasse / nach Einführung des 12-jährigen Schulsystems 11. Klasse	
Standardangebot	Pro Kurs/Gruppe: - eine zweistündige BO im 2. HJ
Ziele	Der Schüler kennt die Wege nach dem Abitur, die Formen der Bewerbungs- bzw. Zulassungsverfahren und die Bewerbungs- und Zulassungsfristen und die Möglichkeiten der Eigeninformation.
optionales Angebot	- zusätzlich eine weitere einstündige BO (Vorgehen bei Berufs- und Studienwahl) - berufs- oder studienfeldbezogene Angebote

13. Klasse / nach Einführung des 12-jährigen Schulsystems 12. Klasse	
Optionale Angebote	<ul style="list-style-type: none"> - BO nach Themenschwerpunkten Ausbildung/Studium - studienfeldbezogene Angebote
Ziele	Fristen und Termine sind den Schülern bekannt; Übergang Schule / Studium oder Schule / Ausbildung gelingt ohne unnötige Warteschleifen

Weitere optionale Angebote unabhängig von der Klassenstufe können sein:

- themen- bzw. studienfeldbezogene Angebote
- Vorträge
- Bewerbungstraining
- Betriebserkundungen
- Projekttag, „career days“
- SFBT (studienfeldbezogener Beratungstest)

Begleitend werden Sprechstunden (Beratung nach Vereinbarung) in der Schule angeboten.

Angebote für Lehrer Sek II an Gymnasien / Schulen mit gymnasialer Oberstufe

Lehrer	
Standardangebot	Abstimmungsgespräche mit der Schulleitung/dem Koordinator; die getroffenen Vereinbarungen werden schriftlich festgelegt
Ziele	Zielvereinbarung / Jahresplanung unter Einbeziehung der Angebote Dritter Gegenseitiger Informationsaustausch
optionales Angebot	Teilnahme an Schulkonferenzen

Angebote für Eltern an Gymnasien / Schulen mit gymnasialer Oberstufe

Eltern	
10. Klasse	
Standardangebot	Teilnahme an einer Elternversammlung bzw. an der Informationsveranstaltung der Schule zur Kurswahl, evt. gemeinsam mit Schülern
Ziele	Eltern erfahren, in welchem Zusammenhang die Kurswahl mit der Studienzulassung steht. Alternative Möglichkeiten, wenn das Abitur nicht angestrebt wird, sind bekannt.
optionales Angebot	Teilnahme an der Gesamtelternkonferenz

Berufsorientierung an Schulen - Übersicht über die Aktivitäten SEK II

9. Klasse		10. Klasse		12. Klasse (zukünftig 11. Klasse)		13. Klasse (zukünftig 12. Klasse)	
1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ

Schüler/innen Sek II

Standardangebot	BIZ BO	1 h BO (ggf. mit Eltern)	2h BO	
optionales Angebot			1h BO	Themen-BO Ausb/Studium Studienfeldbezogene BO
begleitendes Angebot	Sprechstunden / Beratung nach Vereinbarung in der Schule			

Themen-, studienfeldbezogene Angebote, Workshops, Vorträge, Bewerbungstraining, Betriebserkundungen, Projekttag / "Career days", SFBT

Lehrer Sek II

Standardangebot	einmal pro Schuljahr Abstimmungsgespräch mit Schulleitung/Koordinator
Optionales Angebot	Teilnahme an Lehrerkonferenz/Schulkonferenz

Eltern

Standardangebot	Teilnahme EV (ggf. mit Schülern)
Optionales Angebot	Teilnahme an der Gesamtelternvertretung der Schule in jedem Schuljahr einmal

9. Klasse		10. Klasse		12. Klasse (zukünftig 11. Klasse)		13. Klasse (zukünftig 12. Klasse)	
1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ	1. HJ	2. HJ

4.) Zusammenhang BO/Beratung/Vermittlung

Beratung:

Eine gute Berufsorientierung kann die Kunden auf die individuellen Dienstleistungen Beratung und Vermittlung vorbereiten.

Allgemeine Informationen sind nach der Berufsorientierung soweit bekannt, dass die individuelle Beratung davon entlastet werden kann oder darauf aufbauen kann.

Eine gute BO „optimiert“ die Beratung.

Durch die Berufsorientierung sind die Selbstinformationsmöglichkeiten bekannt, die Kunden / Schüler haben sich ggf. schon vor der Beratung informiert oder wissen, wie sie sich nach dem individuellen Gespräch weiter informieren können.

BO informiert über Beratungsangebote und leistet ggf. „Vorteilsübersetzung“.

BO kann jedoch die Einzelberatung nicht ersetzen, die individuellen Problemlagen können nur in einem Einzelgespräch bearbeitet werden.

Vermittlung

Individuelle Ausbildungsvermittlung kann nur nach einem persönlichen Gespräch erfolgen. Berufsorientierung kann hier aber ebenso „vorarbeiten“, in dem den Jugendlichen Informationsmöglichkeiten bekannt sind.

Außerdem wird durch BO die Dienstleistung „Ausbildungsvermittlung“ bekannt gemacht.

Durch BO sind den Schülern auch die Fristen für Bewerbungen bekannt und es kann verhindert werden, dass eine Inanspruchnahme der Ausbildungsvermittlung zu spät erfolgt.

Durch BO werden aber auch alle diejenigen mit grundsätzlichen Informationen erreicht, die die Dienstleistungen Beratung und/oder Vermittlung nicht in Anspruch nehmen wollen oder eine weitergehende Unterstützung nicht benötigen.

5.) Erwartungen an Fach- und Führungskräfte

Fachkräfte:

Der betreuende Berater erstellt gemeinsam mit der Schule ein schulspezifisches Berufsorientierungskonzept. Dabei bezieht er auch die Angebote Dritter (nach § 33 oder andere Angebote) mit ein. Die abgestimmte Schulkonzeption bedarf der Schriftform.

Alle Veranstaltungen und Aktivitäten in der Schule in CompasNT eingetragen werden.

Führungskräfte:

Teamleiter

- Abstimmung auf Bezirks-/Schulamtsebene
- Kontakte zur Schulleitung (z.B. zur Vorstellung eines neuen die Schule betreuenden Beraters)
- Netzwerkarbeit aus Bezirksebene
- Anpassung/Nachhaltung der BO-Konzeptionen
- Teilnahme an Schulleiterkonferenz auf Bezirksebene
- Nachhaltung der Eintragungen in CompasNT

Bereichsleiter

- Abstimmung auf Bezirks-/Schulamtsebene
- Netzwerkarbeit aus Bezirksebene
- Anpassung/Nachhaltung der BO-Konzeptionen
- Teilnahme an Schulleiterkonferenz auf Bezirksebene

Geschäftsleitung

- Einladung von Schulleitungen zu Arbeitsmarktgesprächen auf AA-Ebene
- überbezirkliche Netzwerkarbeit

Regionaldirektion

- Vorstellung von Kontaktlehrern mit Gesamtberliner Zuständigkeit in DB für TL bzw. BL
- Beteiligung an Kommissionen auf Landesebene
- Beteiligung bei Schulleiterkonferenzen auf Landesebene
- Gespräche mit Senat/Landesregierung

6.) Marketing

Die Arbeit der Berufsberater an den Schulen wird durch ein gutes Marketingkonzept begleitet und unterstützt.

Zunächst stellt sich der Berater selber der Schule als verlässlicher und kontinuierlicher Ansprechpartner dar („Eine Schule – ein Gesicht“).

Marketing innerhalb der Schule:

- Beschaffung eines verschließbaren Info-Kastens der BB, der in den Schulen angebracht wird
- Bild des Beraters und Kontaktdaten aushängen („Eine Schule – ein Gesicht“)
- technische und mediale Ausstattung der Berufsberater in zeitgemäßer und hochwertiger Form
- wenn möglich, Vorstellung des Beraters im Internetauftritt der Schule, ggf. Link zu arbeitsagentur.de und /oder Berufenet
- Berufswahlmappen
- Werbemittel (z.B. Süßigkeiten für 7.-Klässler, kleine „give-aways“ für Sekretariat / Kontaktlehrer)
- Weihnachtskarten

Marketing über die Schule hinaus:

- Pressearbeit/Presseplan
- regelmäßig (mindestens einmal pro Schuljahr) sollen die Aktivitäten an den Schulen der Öffentlichkeit durch eine Pressemitteilung für jeden Bezirk aufgezeigt werden
- Die Beteiligung an Messen und anderen besonderen Veranstaltungen innerhalb und außerhalb der Schule sollte ebenfalls über Pressemitteilungen bekannt gemacht werden.
- Sonderaktionen im BIZ

weitere Ideen:

- auf Werbemitteln mit dem Logo bzw. Begriff. "Berufsberatung" und der Servicetelefonnummer der AA arbeiten
- Präsentation auf Ausbildungsbörsen-, messen: auf Stellwand zusätzlich zum Logo AA den Schriftzug Berufsberatung anbringen (Magnet o.ä.)
- eigene kleine Stellwand speziell für die Berufsberatung, die einfach und selbständig für den Berater zu transportieren und aufzubauen ist (für BO in der Schule)
- Werbematerial für Zielgruppe Schüler mit praktischem Gebrauchswert: z.B. ein Hausaufgabenheft der BB oder Berufswahlkalender im Taschenformat mit bereits vorgedruckten Terminen, Fristen, Informationen, Ferienzeiten usw., Füller, Lineal usw.

- Optimierung der Internet-Auftritte der Berufsberatung unter arbeitsagentur.de (Optimierung auch in Hinblick auf Suchmaschinen)

Zusammenhang Berufsorientierung und Inanspruchnahme weiterer Dienstleistungen der Berufsberatung:

Eine frühzeitigerer Beginn mit BO und eine intensivere Zusammenarbeit mit der Schule kann die Nachfrage nach weiteren Dienstleistungen der Berufsberatung (Einzelberatung und Vermittlung) erhöhen.

Gleichzeitig kann jedoch auch erreicht werden, dass Schüler besser vorbereitet die Beratung in Anspruch nehmen und weniger Folgetermine erforderlich sind. Die Selbstinformationsangebote sind besser bekannt, die Beratung wird von Detailinformationen, die sich der Schüler leicht selber beschaffen kann, entlastet.

Durch frühzeitigere und intensivere Berufsorientierung kann der Anteil der Schüler steigen, die sich selber helfen können und die weiteren Angebote der BA nicht in Anspruch nehmen. Die kontinuierlichere Betreuung der Schulen wird dazu führen, dass der Nachfragedruck nach Beratungs- und Vermittlungsangeboten kurz vor Schuljahresende entschärft wird.

Die systematische Information und Präsenz in der Schule führt dazu, dass die Schüler, die Beratung und Vermittlungshilfe wünschen, sich rechtzeitig und nicht erst „auf den letzten Drücker“ bei der Berufsberatung anmelden. Kostenintensive Überbrückungen können damit vermieden werden.

Die Sprechstundenangebote der Berufsberater an den Schulen sollten jedoch vorrangig den Schülern der Vorabgangs- und Abgangsklassen vorbehalten bleiben.

Zum aktuellen Zeitpunkt kann daher nicht bewertet werden, ob die frühzeitigere und intensivere Berufsorientierung eine stärkere Inanspruchnahme der weiteren Dienstleistungen der Berufsberatung nach sich zieht und damit zusätzliche personelle Ressourcen bindet oder ob die kontinuierlichere Betreuung der Schüler zu einer Entlastung der Nachfrage nach weiteren Angeboten der Berufsberatung führt.

Der gesetzliche Auftrag der BA, den Ausgleich von Angebot und Nachfrage auf dem Ausbildungsmarkt zu unterstützen, macht jedoch einen höheren Einschaltungsgrad wünschenswert.