



JOBSTARTER Fachtagung Gelsenkirchen 07.-08.11.2007



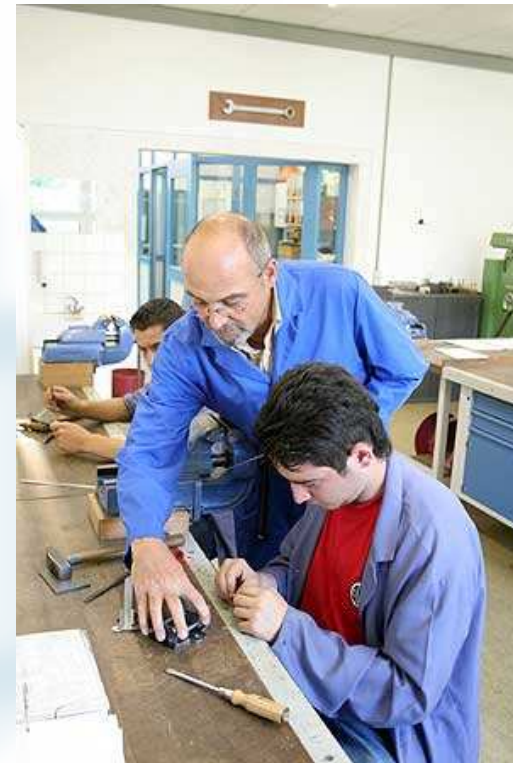
Regionale Ausbildungsnetzwerke initiieren – Ausbildungspotenziale erschließen

Holger Weininger
Forschungsinstitut Betriebliche Bildung
(f-bb) gGmbH



Problemlage: Hinderungsgründe für Betriebe zur Mitwirkung in Ausbildungsnetzwerken

- fehlende personelle bzw. zeitliche Kapazitäten
- wenig Affinität zu externen ausbildungsbezogenen Kooperationen
- wenig Affinität zu externem Ausbildungsmanagement
- „Themenmüdigkeit“ aufgrund von häufiger Ausbildungs(-platz)akquise



Best-Practice-Beispiel:



Nordostbayerisches Ausbildungsnetz Hof/Weiden NOBAN

- Strukturprogramm STARegio
- Gefördert aus Mitteln des BMBF und der EU
- Laufzeit: März 2004 – Februar 2007
- Projektregion: Hof/Weiden (Nordostbayern)



Merkmale und Branchenprobleme in der Projektregion Hof/Weiden



- Strukturanpassungskrisen und Imageprobleme der traditionellen Branchen (Keramik, Textil)
- ländlicher Raum und Infrastrukturproblematik
- Wegfall der Grenzlandförderung
- Abwanderungstendenzen
- Unbesetzte Ausbildungsplätze bei gleichzeitigem Bewerberüberhang

Die Netzwerkstruktur



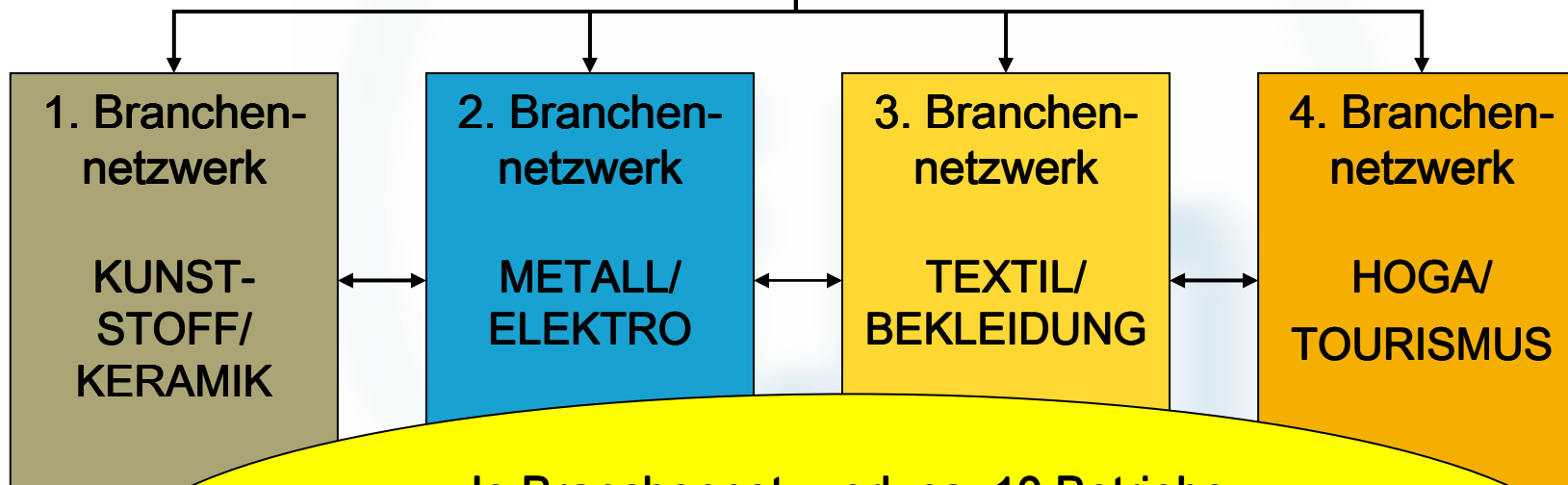
vbw
Vereinigung der Bayerischen
Wirtschaft

DGB Bayern

Lenkungs-
ausschuss

f-bb Forschungsinstitut Betriebliche Bildung

Organisator des
Netzwerks



Branchen-
Netzwerke

Je Branchennetzwerk ca. 10 Betriebe
plus 1 - 2 Verbände/ Brancheninitiativen
plus 1 - 2 Schulen

Branchen-
übergrei-
fende
Akteure

Haupt- u. Reaktionspartner: Kommunen, Arbeitsagenturen, Kammern

Methoden und Strategien

1. Bedarfsorientierung als zentrale methodische Prämisse:

- Explorativer, gestaltungsoffener Ansatz
- (Ausbildungs-)betriebe im Mittelpunkt
- Orientierung am jew. Bedarf der Unternehmen
- **Flexibler** Einsatz und Wechsel der Strategien

Methoden und Strategien

2. Vorkontakte und „Türöffner“:

- Basis: Recherche zur Projektregion
- Multiplikatoren gewinnen (auch „ausbildungsferne“):
Verbände und Brancheninitiativen, Mandatsträger aus Kommunalpolitik u. Regionalmarketing, Wirtschaftsförderer...
- Ziel: Akzeptanz für das Projekt schaffen, Mitwirkende für das Netzwerk gewinnen, über Empfehlungen Betriebe erreichen

Methoden und Strategien

3. Ankerunternehmen und Schneeballsystem:

- Betriebe mit hoher Ausbildungserfahrung
- Eignung als potentielle Verbundpartner
- Bereitschaft zur Zusammenarbeit in konzeptionellen Fragen
- Kontaktvermittlung



noban
Ausbildung in Nordostbayern

Methoden und Strategien

4. (Neu-)Fokussierung bestehender Initiativen d.h. das Thema „Ausbildung“ in die Brancheninitiativen bringen

zu beiderseitigem Nutzen:

- Kompetenzerweiterung bei den Brancheninitiativen
- Nutzung der etablierten Strukturen durch das Projekt

Methoden und Strategien

5. Öffentlichkeitsarbeit und Öffentlichkeitswirksamkeit:

- Werbung für die Intentionen, Ziele und Erfolge des Projekts

zugleich: Marketingeffekt für die beteiligten Firmen und Partner

- Steigerung der Akzeptanz des Projekts
- Steigerung der Bereitschaft zur Mitarbeit

Beispiel: „Regionale Berufs- und Ausbildungsinformation“ (RBA) der Textilbranche

Problem- und Bedarfslage:

- Informationsstand bei potenziellen Bewerbern über die Ausbildung in der Textilindustrie muss erhöht werden.
- Bedarf an Informationsstrategien, die den regionalen Besonderheiten Rechnung tragen (z.B. Infrastrukturproblematik).
- Image der Textilbranche muss verbessert werden.
- Betriebe müssen Ausbildungsmarketing verstärken.

Konzept der „Regionalen Berufs- und Ausbildungsinformation“ (RBA)

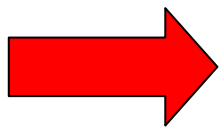
Wesentliche Elemente:

- Informationsvermittlung aus erster Hand
- sequenzieller Aufbau
- Konzentration auf die Zielgruppe der ernsthaft interessierten Schüler
- begleitende Evaluation
- regelmäßige Berichterstattung in der regionalen Presse (!)
- deutliche lokale Ausprägung

Gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und der Europäischen Union

Die Projektergebnisse von NOBAN

- zusätzliche Ausbildungsplätze: 56
- Entwicklung eines Ausbildungsmarketing-Konzepts f.d. Textilbranche
- Verstetigung einer ausbildungsbezogenen Netzwerkstruktur
- Durchführung und Publizierung einer wissenschaftlichen Analyse des Ausbildungsplatzpotenzials
- Projektmarketing: Fachartikel und Fachbücher, Tagungen und Workshops, regelmäßige Berichterstattung in der regionalen Presse, Beiträge im regionalen TV

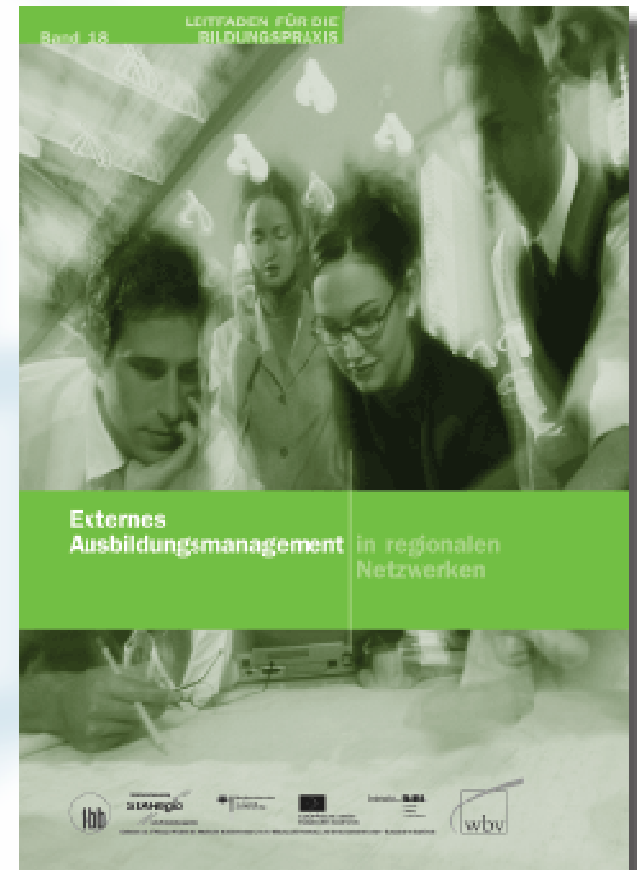


Steigerung des Ausbildungsplatzpotenzials /
Beitrag zur regionalen Wirtschaftsentwicklung

Literatur:

Leitfaden für die Bildungspraxis, Band 18:

„Externes Ausbildungsmanagement
in regionalen Netzwerken“
wbv, Bielefeld 2007



**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

weininger.holger@f-bb.de

<http://www.f-bb.de>