



Studienabbrecherinnen und -abrecher für die duale Berufsausbildung gewinnen

Eine Arbeitshilfe für das Beratungspersonal mit Ideen aus der Projektpraxis



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Zusammen. ★
Zukunft.
Gestalten.

Bundesinstitut
für Berufsbildung
BiBB
► Forschen
► Beraten
► Zukunft gestalten



Impressum

JOBSTARTER Arbeitshilfe – Nummer 2

Redaktion und Text

Fatma Sarigöz, Carina Weidmann, Sigrid Meiborg (verantw.), Stefanie Wolff-Heinze, Benjamin Dresen, Melanie Schulz

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: www.jobstarter.de

Bildnachweis

Titel: JOBSTARTER/Silvia Kröger-Steinbach,
Christian Ahrens
S. 9: Anne Karsten
S. 35: CyberForum e.V.
Alle anderen: JOBSTARTER/Thilo Schoch

Gestaltung

PRpetuum GmbH, München

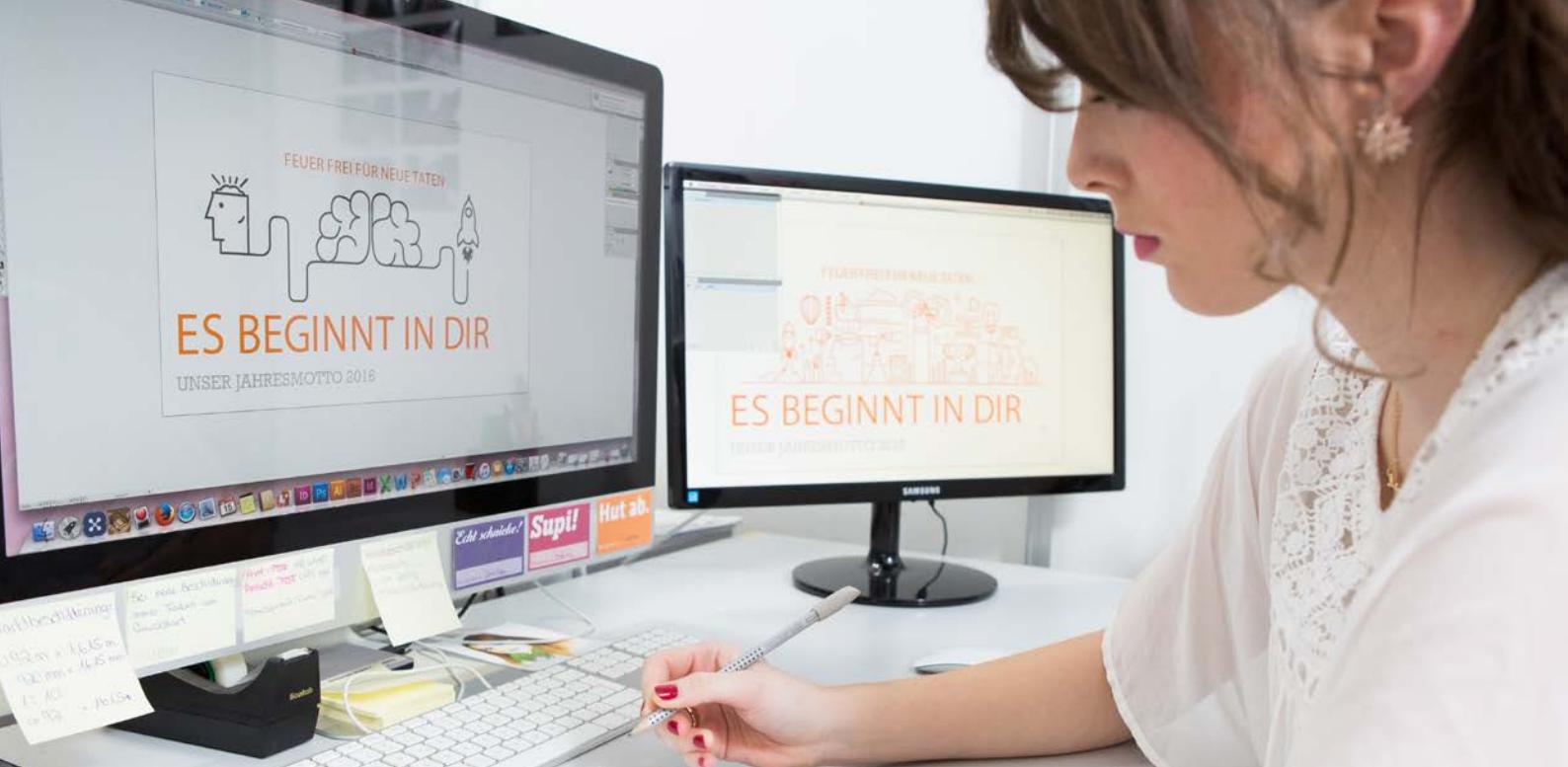
Stand

Juli 2018

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. Der beste Weg zu Studienaussteigern: frühzeitig und persönlich ansprechen..... | 5 |
| 2. Ganzheitlich beraten: Potenziale entdecken, mit Experten checken | 13 |
| 3. Vorteile der dualen Berufsausbildung: Karrierestart mit Praxisturbo..... | 18 |
| 4. Zwischen Kontakteknüpfen und Ausbildungsvertrag: Tipps für Studienabbrechende | 23 |
| 5. Für gelingendes Matching: KMU als attraktive Ausbilder positionieren | 29 |
| 6. Projektmarketing: wie das Angebot bei den Zielgruppen ankommt | 36 |
| Übersicht der Praxisbeispiele | 45 |



Einleitung

Eine Arbeitshilfe für das Beratungspersonal mit Ideen aus der Projektpraxis

Fast ein Drittel der Studierenden eines Jahrgangs verlässt die Hochschulen ohne Abschluss. Diese jungen Menschen stellen ein attraktives Nachwuchspotenzial dar – vor allem für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit Fachkräfte-Engpass. Die vorliegende Arbeitshilfe bietet Beratungspersonen in Regelinstitutionen, Projekten, Initiativen und Hochschulen einen umfassenden Leitfaden, wie man Studienabbrechende für einen Einstieg in die duale Ausbildung gewinnt und KMU für das Potenzial dieser Zielgruppe sensibilisiert; erfolgreiche Praxisbeispiele liefern für die Umsetzung vielfältige Ideen und bewährte Arbeitsvorlagen.

In den **JOBSTARTER plus-Projekten**, die das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) seit 2015 fördert, hat sich gezeigt, dass Studienaussteigerinnen und Studienaussteiger sehr erfolgreich in die duale Berufsausbildung integriert werden können. Denn aus Sicht von ausbildenden Unternehmen bieten sie viele Vorteile: Sie gelten – im Vergleich zu Schulabgängerinnen und -abgängern – als reifer und zielorientierter. Zudem verfügen ehemalige Studierende oft über fachliche und methodische Kompetenzen, die sie am Ausbildungsplatz einbringen können.

JOBSTARTER plus-Projekte zielen in der Beratungspraxis darauf ab, in Unternehmen die Wahrnehmung dieser Vorteile zu verbessern und somit die Ausbildungsbereitschaft zu erhöhen. Zugleich zeigen die Beraterinnen und Berater jungen Menschen die Karriereoptionen auf, die ihnen die betriebliche Ausbildung nach einem Studienabbruch eröffnen kann.

Diese Arbeitshilfe bietet einen umfassenden Einblick in das Thema „Duale Ausbildung als Perspektive nach dem Studienabbruch“ und beleuchtet alle Aspekte, die für eine nachhaltig erfolgreiche Beratungsstrategie bedeutsam sind. Sie basiert auf den vielfältigen Erfahrungen von JOBSTARTER plus-Projekten bei der Begleitung und Beratung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sowie Studienaussteigerinnen und Studienaussteigern. Beratungspersonen, die sich um das Matching dieser potenziellen Azubis und ausbildenden Unternehmen bemühen, erhalten auf den folgenden Seiten viele konkrete Anregungen und praxisnahe Orientierungshilfen für die Ansprache dieser Zielgruppen.



1. Der beste Weg zu Studienaussteigern: frühzeitig und persönlich ansprechen

Die alltägliche Praxis aus den JOBSTARTER plus-Projekten zeigt: Den „einen“ Königsweg zu Studienaussteigenden gibt es nicht, denn die Zielgruppe ist sehr heterogen. Einige beschließen bereits zu Beginn des Studiums, wenn erste Zweifel aufkommen, sich neu zu orientieren. Andere suchen erst in den höheren Semestern oder nach nicht bestandenen Prüfungen nach einer besseren Option. Hinzu kommt das große Spektrum der Studiengänge, die die Abbrecherinnen und Abbrecher verlassen. Besonders herausfordernd ist auch die Ansprache jener jungen Menschen, die der Hochschule bereits den Rücken gekehrt haben und somit auf dem Campus nicht mehr erreichbar sind.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

| | |
|--|----|
| Praxisbeispiel 1: Broschüre Richtungswechsel?! | 7 |
| Praxisbeispiel 2: Netzwerk aus Multiplikatoren | 8 |
| Praxisbeispiel 3: Prozessskizze Frühwarnsystem | 12 |

Nach dem Studienausstieg Einstiegsoptionen aufzeigen

Erfahrungen aus der Beratungspraxis zeigen: Besonders erfolgreich ist eine frühzeitige, sensible Erstansprache in Kombination mit einem bestärkenden, kompetenzorientierten Beratungsprozess – wie in **Kapitel 2** beschrieben –, der den Blick der Studienabbrechenden auf eine neue Perspektive richtet. Das Beratungsangebot sollte also idealerweise von den Studierenden bereits dann wahrnehmbar sein, wenn

der Wunsch nach Umorientierung entsteht und ein Abbruch in Erwägung gezogen wird. Den Studienaussteigenden können somit viel Frust, Selbstzweifel und ein mit jedem „verlorenen“ Semester wachsender, sehr belastender Zeitdruck erspart werden.

► Praxisbeispiel 1: Broschüre Richtungswechsel?! ([S. 7](#))

Vertrauensbasis vor Ort schaffen: Multiplikatoren an der Hochschule

Ein Abbruch ohne Abschluss – nahezu jeder Studierende empfindet dieses Szenario als persönliches Scheitern, das man möglichst lange vermeiden und geheim halten möchte. Umso wichtiger ist es, dass im unmittelbaren Umfeld der Hochschule Vertrauenspersonen zur Verfügung stehen, die für das Thema sensibilisiert sind und den Betroffenen mit hilfreichen Informationen zur Seite stehen können. Diese Multiplikatoren, die in der Studierendenberatung, der Fachschafts- und Studentenvertretung oder auch im Studentenwerk arbeiten, genießen durch ihre Präsenz an der Hochschule eine hohe Glaubwürdigkeit und sind – beispielsweise im Rahmen von Sprechstunden – unkompliziert erreichbar. Aufgrund ihrer Nähe zur Studenten- und zur Professorenschaft ist auch die Einbindung von studentischen Tutoren und Mentoren sehr empfehlenswert.

Gute Erfahrungen machen JOBSTARTER plus-Projekte darüber hinaus mit studentischen „Change-Lotsen“, die nach bestimmten Anforderungen und Kriterien ausgewählt werden. Neben Aufgeschlossenheit, interdisziplinärem Denken sowie Verantwortungsbewusstsein müssen diese Lotsen auch über Kenntnisse zur dualen Berufsausbildung und zum Spektrum der Ausbildungsmöglichkeiten verfügen. Hauptaufgabe dieser jungen studentischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist die Ansprache von Studienzweifelnden, die gezielte Werbung in den Fakultäten sowie die Vermittlung von Ratsuchenden an Beratungsteams der Hochschulen.

► Praxisbeispiel 2: Netzwerk aus Multiplikatoren ([S. 8](#))

„Ins Gespräch kommen“ leicht gemacht

Um Studienzweiflern einen niedrigschwelligen Zugang zu Information und Beratung zu ermöglichen, haben sich offene Sprechstunden bewährt. Diese werden von JOBSTARTER plus-Projekten oft in wöchentlichem Rhythmus und ohne Voranmeldung angeboten – teilweise in Zusammenarbeit mit Netzwerkpartnern. Idealerweise sollten solche Sprechstunden auf dem Campus bzw. in Campusnähe stattfinden, um die Wege für Ratsuchende so kurz wie möglich zu gestalten. Öffentliche Veranstaltungen wie Campusfeste bieten für Projekte eine optimale Plattform, um die Zielgruppe auf das Beratungsangebot aufmerksam zu machen.

Individuelle Beratung durch Frühwarnsystem

Viele Hochschulen haben bereits ein sehr effizientes Frühwarnsystem etabliert: Dank dieses Instruments gelingt die unverzügliche Ansprache von abbruchgefährdeten Studierenden – frühzeitig und auf individueller Ebene. In der Regel geben zwei Kriterien über die potenzielle Gefahr eines Abbruches Auskunft: wenn ein Student bzw. eine Studentin den zweiten Prüfungsvorlesung einer Modulprüfung nicht besteht und/oder

nach zwei Fachsemestern weniger als 30 **ECTS-Credits** erreicht hat. Jene Studierende, auf die eines oder beide Kriterien zutreffen, lädt die Hochschule mit einem Anschreiben zum persönlichen Gespräch ein und informiert sowohl über hochschulinterne als auch regionale Beratungsstellen.

► Praxisbeispiel 3: Prozessskizze Frühwarnsystem ([S. 12](#))

Praxisbeispiel 1

Broschüre Richtungswechsel?!



Das Ziel

Studienzweiflern bereits in frühen Semestern eine persönliche Unterstützung anbieten – diese Zielsetzung steht im Fokus des **JOBSTARTER plus-Projekts „ask for change“**. Das Projekt hat sich mit seinem Beratungsangebot an der Hochschule Wismar fest etabliert und nutzt viele Kanäle, um Studierende mit Abbruchsüberlegungen zu unterstützen. Vor allem für jene, die (noch) nicht zu einem Beratungsgespräch bereit sind, hat das Projekt einen motivierenden Leitfaden entwickelt. Dieser soll helfen, die eigene Situation zu reflektieren und den Weg zu Beratungsinstitutionen sowohl innerhalb als auch außerhalb der Hochschule zu erleichtern.



Die Maßnahme

Die Broschüre „Richtungswechsel?! – Ein Wegweiser bei Studienzweifeln und Studienabbruch“ der Hochschule Wismar ist in Kooperation mit regionalen Netzwerkpartnern entstanden. Sie greift die drängendsten Fragen von Studierenden auf, spricht Empfehlungen aus und hilft, die persönlichen Wünsche und Ängste lösungsorientiert zu analysieren. Zudem verweist der Leitfaden auf zahlreiche Möglichkeiten der individuellen, ergebnisoffenen Beratung. Für jene, die auch über die Option der Berufsausbildung nachdenken, hält „Richtungswechsel?!” viele Tipps und Informationen bereit – zum Beispiel, wie man den Studienabbruch in der Bewerbung um einen Ausbildungsplatz optimal kommuniziert. Durch die Distribution des Leitfadens sowie die umfassende Beratungstätigkeit konnte „ask for change“ ein Netzwerk für die frühzeitige Ansprache von Studienzweiflern aufbauen – hierzu gehören auch Professoren und Lehrbeauftragte, die das Projekt an die Studierenden weiterempfehlen. Aufgrund der positiven Erfahrungswerte wird das Anschlussvorhaben „ask for change II“ auch an der Universität Rostock etabliert.

„ Die Broschüre „Richtungswechsel?!” hat wesentlich dazu beigetragen, dass dem Thema Studienzweifel an der Hochschule Wismar mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird. “

Judith Reichelt, Projekt „ask for change“

[← zurück zu Kapitel 1](#)

Praxisbeispiel 2

Netzwerk aus Multiplikatoren



Das Ziel

Um Studentinnen und Studenten, die über einen Abbruch nachdenken, in einer möglichst frühen Krisenphase kompetente Unterstützung anbieten zu können, hat das **JOBSTARTER plus-Projekts „ask for change“** auf dem Campus der Hochschule Wismar ein Multiplikatoren-Netzwerk initiiert.



Die Maßnahme

Der Leitgedanke des Projektteams war, an der Hochschule jene Personen als Multiplikatoren ins Boot zu holen, die im Hochschulalltag einen regelmäßigen Kontakt zu den Studierenden haben und deren persönliches Vertrauen genießen. Zu diesem Kreis gehören sowohl Lehrpersonen aus der Professorenschaft und Dozierende wie auch weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Hochschule. Das Projekt informiert diese Zielgruppen daher auf unterschiedlichen Kanälen über sein Beratungsangebot und bildet zusätzlich ein Team aus Tutoren, die in drei Fakultäten der Hochschule gut vernetzt sind und über Erfahrungen zum Thema Berufsausbildung verfügen. Diese Tutoren sowie die anderen eingebundenen Multiplikatoren „lotsen“ die Studienzweifler zum Beratungsangebot von „ask for change“.

Das Projekt setzt zudem auf eine enge Zusammenarbeit mit diversen Hochschul-Gremien wie beispielsweise Senat, Fakultätsrat und Studentenvereinen. Dieses Netzwerk aus Multiplikatoren ist eine wertvolle Unterstützung, um jungen Menschen Lösungswege aus dem Studienzweifel aufzuzeigen und somit eine Sinnkrise präventiv zu verhindern. Aus Projektsicht hat es sich bewährt, die Studierenden in Vorlesungen und an unterschiedlichen Begegnungsräumen in der Hochschule direkt anzusprechen. Darüber hinaus erreicht das Projektteam mit „klassischer“ Pressearbeit nicht nur die Zweifelnden selbst, sondern auch ihren Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis als weitere Multiplikatoren.

[← zurück zu Kapitel 1](#)

Netzwerk aus Multiplikatoren

Ein Netzwerk aus Multiplikatoren, das Studienzweifler auffängt



„Bei der Multiplikatorenansprache setzen wir vor allem auf unser Tutorenteam. Sie agieren auf dem Campus als Lotsen und machen betroffene Studierende mit unserem Beratungsangebot vertraut.“

Doreen Heydenbluth-Peters, Projektkoordinatorin des JOBSTARTER plus-Projektes „ask for change II“

Frau Heydenbluth-Peters, warum engagieren sich die Hochschule Wismar und die Universität Rostock für Studienabbrecherinnen und -abbrecher?

Die Hochschulen engagieren sich für dieses Thema, weil wir eine Verantwortung gegenüber den jungen Menschen, ihrem Umfeld und der Gesellschaft haben. Auch in der Kommunikation mit unseren Partnern haben wir gemerkt, dass die Betroffenen nicht ausreichend den Weg in den regionalen Arbeitsmarkt finden. Wir sind uns bewusst, dass nicht für jeden das Studium zum anvisierten Ziel führt. Das kann verschiedene Ursachen haben: gesundheitliche, familiäre, finanzielle, kognitive oder emotionale Gründe. In einer Phase der Orientierung brauchen junge Menschen einfach Beratung. Wir wollen vermeiden, dass sie in eine lärmende Sinnkrise stürzen. Oft kommen sie erst in die Beratung, wenn die Exmatrikulation schon länger zurückliegt. Bis zu dem Zeitpunkt, an dem die Studierenden erfahren, dass sie durchgefallen sind, vergehen teilweise zwei Monate. In den Sommerferien ist dies besonders gravierend, da der Beginn einer möglichen Berufsausbildung meistens genau in diese Zeit fällt. Studierende bräuchten viel früher die Information, dass sie es nicht geschafft haben, um gegensteuern zu können.

Was genau bietet das Projekt „ask for change II“ an?

Das „ask“ steht für unseren Akademischen Service für Karrierefragen (ASK), „change“ für wechselwillig. Mit „ask for change II“ möchten wir alle ansprechen, die Wechselgedanken haben, oder aufgrund einer endgültig nicht bestandenen Prüfung ihr Studium beenden müssen. In der Erstberatung führen wir ein Orientierungsgespräch mit den Betroffenen durch und informieren über rechtliche Folgen eines Studienabbruchs. Dies betrifft zum Beispiel Themen wie die Finanzierung oder Sozialversicherung. Außerdem analysieren wir die Ist-Situation und führen eine Stärken-Schwächen-Analyse durch. Anhand der Vorgeschichte stellen wir Möglichkeiten und Beratungspartner vor. Wir haben ein Informationsportfolio aufgebaut, um über einzelne Berufsausbildungen informieren zu können, und präsentieren die Möglichkeiten der dualen Berufsausbildung. Natürlich berücksichtigen wir auch, was derjenige bislang studiert hat und ob er thematisch in einer gewissen Richtung bleiben kann. Wir bereiten die Termine mit den Unternehmen vor und begleiten die Studierenden auf Wunsch bei den Gesprächen. Außerdem bieten wir Firmenexkursionen oder Unternehmerabende an und beraten die Unternehmen, wie sie diese Zielgruppe ansprechen können.



Die Vernetzung mit der Agentur für Arbeit, den Kammern und Unternehmen sowie Wirtschaftsverbänden in der Region ist unerlässlich. Wie funktioniert sie in Ihrer täglichen Arbeit?

Uns ist wichtig, auf die Partner zuzugehen. Wir führen regelmäßige Treffen durch, um zu informieren und zu vernetzen. Wir können die Kolleginnen und Kollegen der Kammern und Agenturen aber auch flexibel ansprechen. Dabei hilft uns schlichtweg, dass das Thema Chefsache ist. Sowohl in der Kammer als auch in der Agentur haben wir die Koordinatoren beziehungsweise Ausbildungsleiter als Ansprechpartner, die uns in ihre Teammeetings einladen. Hier können wir unsere aktuellen Fälle und die Ist-Situation vorstellen. Dadurch hat sich eine vertrauliche Zusammenarbeit entwickelt. In Einzelfällen können wir mittlerweile durch einen Anruf in der jeweiligen Institution eine gemeinsame Lösung finden. Wir stoßen also auf eine sehr breite Unterstützung und Zustimmung.

Der Zugang zu Studienabbrecherinnen und -abbrechern ist oft eine schwierige Hürde, die genommen werden muss. Wie gehen Sie vor, damit die Zielgruppe auf Ihre Angebote aufmerksam wird?

Das ist ein ganz wichtiger Punkt. Wir haben in erster Linie diejenigen informiert, die am meisten Kontakt mit der Zielgruppe haben: Professorinnen und Professoren und die Hochschulmitarbeiterinnen und -mitarbeiter. Sie wurden umfangreich über Mailings, Flyer, Poster oder persönliche Ansprache auf unser Angebot aufmerksam gemacht. Wir gehen auch in Fakultätsratsveranstaltungen oder in den Senat. Zu Semesterbeginn präsentieren wir stets unser Angebot auf frequentierten Plätzen an den Hochschulen oder in Vorlesungen. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit den Studentenvereinen und -netzwerken zusammen. Durch Presseberichte über unsere Arbeit wurden Eltern und Unternehmen auf uns aufmerksam. Unser besonderes Instrument ist das Tutorenteam: Wir haben z. B. an jeder der drei Fakultäten der Hochschule Wismar einen Tutor, der vor Ort als Lotse agiert und betroffenen Studierenden das Beratungsangebot ans Herz legt. Unsere Tuteure bringen für ihre Arbeit beste Voraussetzungen mit, indem sie gut an ihrer Fakultät vernetzt sind und im besten Fall selbst eine Berufsausbildung durchlaufen haben.

Als „ask for change II“ wird Ihr Vorhaben seit Beginn 2018 mit neuen Verbundpartnern umgesetzt.

Welche Erfahrungen haben Sie bereits während des Vorläufer-Projektes „ask for change“ gemacht?

Unsere bisher gemachten Erfahrungen lassen sich ganz klar zusammenfassen: Es ist sehr viel Dankbarkeit bei den Betroffenen vorhanden. Bereits die Botschaft „Der Arbeitsmarkt braucht Sie!“ führt dazu, dass alle Ratsuchenden nach unseren Beratungen rausgehen und sagen: „Es ist noch nicht alles verloren!“ Damit bekommen wir nicht nur tolle Feedbacks, sondern können die jungen Menschen auch stärken. Außerdem werden die Unterstützungsangebote der Netzwerkpartner besser als vorher wahr- und angenommen. Wenn wir Partner empfehlen und vorstellen, gehen die Studierenden mit einem ganz anderen Hintergrund dorthin. Wir stellen auch fest, dass nicht alle in der Region bleiben wollen. Deshalb informieren wir uns über andere Kammerbezirke und vermitteln gegebenenfalls JOBSTARTER plus-Projekte in anderen Regionen. Die Erkenntnis des Studienabbruches und der mögliche Beginn einer Berufsausbildung liegen zeitlich nur selten beieinander. Es kann sein, dass ein halbes Jahr zwischen dem Studienabbruch und Beginn einer Ausbildung liegt. Deshalb suchen wir mit den Firmen nach Lösungen, ob die Zeit zum Beispiel mit einem Praktikum oder einer Werkstattigkeit überbrückt werden kann, um dann zur nächsten Ausbildungsperiode dort einzusteigen.

Wie viele Studienaussteigerinnen und -aussteiger konnten Sie bereits während des Vorläufer-Projekts „ask for change“ in eine duale Berufsausbildung vermitteln?

Wir haben bis jetzt knapp 110 Studienabbrecher in der Betreuung. Von diesen 110 konnten wir über 30 Prozent in eine duale Berufsausbildung vermitteln, wobei einige noch in Aussicht stehen. Bei diesen Studierenden haben teilweise der Studienabbruch und der Start der Berufsausbildung zeitlich nicht zusammengepasst oder sie



müssen noch überlegen. Was für uns eine interessante Analyse war: Diejenigen, die zu uns kommen, sind zum größten Teil in den fortgeschrittenen Semestern. Sie haben also schon lange studiert und kommen oft zu uns, weil sie die letzte Prüfung nicht bestanden haben. Hier setzen wir in der neuen Projektphase auch mit neuen Ansprache-Instrumenten an. Seit Januar 2018 beispielsweise ist eine Kollegin wöchentlich am Servicepoint der Hochschule Wismar vertreten, um jederzeit und frühstmöglich von potenziellen Studienzweiflern angesprochen werden zu können. Darüber hinaus liegt seit Ende 2017 an disponierten Stellen der Hochschule Wismar, aber auch in Cafés der Stadt ein Leitfaden aus, der sich an Studienzweifler richtet und über Möglichkeiten des „Richtungswechsels“ informiert.

Ahnelt die Studienfächer den begonnenen Ausbildungen? In welche Berufe konnten die Studienaussteigerinnen und -aussteiger vermittelt werden?

Bei 50 Prozent der vermittelten Personen passt der frühere Studienschwerpunkt zum gewählten Ausbildungsbereuf. Eine Studentin mit dem Schwerpunkt Personal hat zum Beispiel eine Ausbildung zur Personaldienstleistungskauffrau begonnen. Und ein BWL-Student mit dem Schwerpunkt Marketing begann seine Ausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation. Sie waren im Studium bereits weit vorangeschritten. Es hat sich bewährt, in der Beratung zu verdeutlichen, dass es sinnvoll ist, hier noch den Abschluss einer Berufsausbildung anzustreben. Auch die Unternehmen sind dankbar, weil sie wissen, dass sie bei diesen Auszubildenden auf einen unglaublich hohen Wissenstand zugreifen können. Wir haben auch jemanden, der komplett umgeschwenkt hat und aus dem Bereich Bauingenieurwesen zum Industriekaufmann in einem technisch-organisierten Unternehmen gewechselt ist.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft der Berufsorientierung?

Junge Menschen brauchen noch mehr Informationen, möglicherweise auch Kompetenzanalysen, um eine Orientierung zu finden. Meiner persönlichen Einschätzung nach findet an den Gymnasien die Kompetenz- und Berufsorientierung zu rudimentär statt. Vor allem wenn man bedenkt, dass es sich um den längsten und wichtigsten Lebensabschnitt handelt, auf den wir vorbereiten wollen. Ich kann mir sehr gut vorstellen, dass viele Fälle des Abbruches vermieden werden können, wenn Berufsfelder vorgestellt werden und den jungen Menschen deutlich gemacht wird, wofür sie was brauchen. Aus heutiger Sicht und den Erfahrungen aus den Beratungen heraus wissen wir, dass oftmals die vielseitigen Entwicklungsmöglichkeiten nach einer erfolgreich abgeschlossenen Berufsausbildung nicht bekannt sind. Auch hier setzen wir im Projekt an, um bestmöglich erfolgsorientiert zu beraten und zu begleiten. Berufsausbildungsabschlüsse verdienen Wertschätzung in unserer Gesellschaft. Daher engagieren wir uns auch sehr stark in Kooperation mit dem regionalen Arbeitskreis Schule und Wirtschaft für die Ansprache sowohl von Abiturienten, aber auch Studienzweiflern.

Die vielen positiven Erfahrungen der ersten Projektphase (2015 – 2017) werden wir in der zweiten Förderphase (2018 – 2020) nun auch an der Universität Rostock ausbauen. Erprobte Instrumente sollen übertragen werden. Der Unternehmerverband agiert als Bindeglied und hat die Koordinierung inne, da langfristig auch hochschulübergreifende Strukturen entwickelt werden sollen.

Praxisbeispiel 3

Prozessskizze Frühwarnsystem



Das Ziel

Um Studienzweifelnde zu einem möglichst frühen Zeitpunkt eine individuelle und umfassende Beratung anbieten zu können, hat das **JOBSTARTER plus-Projekt „Umschalten!“** an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) in Berlin ein Frühwarnsystem implementiert.



Die Maßnahme

Der Prozess umfasste drei Phasen: Die Identifikation abbruchgefährdeter Studierender, die Kontaktaufnahme mit ihnen sowie die Auswertung der Feedbacks und die Vermittlung der Daten an die Fachbereiche. In einem engen Austausch mit Vertreterinnen und Vertretern der Fachbereiche, des Hochschulrechenzentrums und der Studierenden-Verwaltung wurden zunächst die Kriterien für eine Abbruchsgefährdung definiert; auf dieser Basis erhob die Zentrale Hochschulverwaltung die entsprechenden Daten und versandte individuelle Anschreiben an die Studierenden. Das Ziel war, diese auf ihre Studiensituation und auf Beratungsangebote hinzuweisen. Zudem enthielt das Schreiben auch eine Einladung zu einem freiwilligen Beratungsgespräch. In der Beratungspraxis zeigte sich, dass die angeschriebenen Studentinnen und Studenten die Kontaktaufnahme nicht als Kontrolle wahrnahmen, sondern als Initialzündung zur Reflexion und Neuorientierung wertschätzten.

Auch für die Fachbereiche erzielte das Frühwarnsystem eine nachhaltige Wirkung; im Rahmen einer anonymisierten Berichterstattung wurden sie über die betroffenen Studiengänge, Module und Fachsemester sowie über den Rücklauf der Beratungsfälle informiert. Auf Basis dieser Erkenntnisse konnten die Fachbereiche wichtige Rückschlüsse für ihre Qualitätsentwicklung gewinnen.

[← zurück zu Kapitel 1](#)



2. Ganzheitlich beraten: Potenziale entdecken, mit Experten checken

Drei wesentliche Leitlinien bestimmen die Beratungsstrategie von JOBSTARTER plus-Projekten:

- Der Beratungsansatz ist stets ergebnisoffen. Die neue Perspektive, die zusammen mit dem Ratsuchenden entwickelt wird, mündet also nicht automatisch in die Entscheidung für eine duale Berufsausbildung.
- Gemäß dem Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“ sollten bereits 1-2 Beratungen die Studienaussteigerinnen und -aussteiger in die Lage versetzen, sich neu zu orientieren und selbstständig aktiv zu werden – also beispielsweise einen Ausbildungsort zu finden.
- Die Vorgehensweise und Schwerpunktsetzung in den Beratungsgesprächen orientieren sich immer am individuellen Bedarf der bzw. des Ratsuchenden.

In der Praxis zeigt sich, dass der Studienabbruch bei den Betroffenen eine Lebenskrise auslösen kann. In solchen Fällen bieten die JOBSTARTER plus-Projekte den Ratsuchenden mehr Zeit für intensive Beratungsgespräche und die gemeinsame Suche nach neuen beruflichen Perspektiven.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

- | | |
|--|----|
| Praxisbeispiel 4: <u>Kompetenzberatung</u> | 16 |
| Praxisbeispiel 5: <u>Überleitungsbogen Datenschutz</u> | 17 |

Vom Erstkontakt bis zum Beratungsgespräch

Die Bandbreite im Beratungs- und Unterstützungsportfolio ist umfassend: Die Projekte bieten die Konsultationen, die von Ratsuchenden auch kurzfristig in Anspruch genommen werden können, sowohl per Telefon und

E-Mail an. Mehr Zeit und Raum werden für die persönlichen Gespräche eingeplant; diese können in den Räumlichkeiten des Projektträgers oder auch der Netzwerkpartner, beispielsweise in der Hochschule, stattfinden.

Standortbestimmung von A bis Z

Die individuelle Beratung muss stets im Ganzen gedacht werden – von A wie Ausgangssituation bis Z wie Zukunftsperspektive. Die „Fremd“-Einschätzung des Beratenden ist dabei ebenso wichtig wie die Selbst-einschätzung der bzw. des Ratsuchenden:

- Ist das Studium bereits „abgehakt“ oder kommen noch andere Lösungen – wie beispielsweise ein Wechsel des Studienganges oder des Studienortes – infrage?
- Welche persönlichen Neigungen und Erfahrungen sind vorhanden?
- Stellt die berufliche Bildung im Falle eines Studienausstiegs eine echte Alternative dar? Oder gibt es Vorbehalte, die im Gespräch entkräftet werden können?
- Welche Potenziale und Kompetenzen sind ausschlaggebend für die Wahl des neuen Ausbildungsweges?

Ergänzend zur Standortbestimmung erhalten die Ratsuchenden individuell zugeschnittene Informationspakete – unter anderem zu ...

- Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der beruflichen Bildung;
- Branchen, die für die Ratsuchenden interessante Perspektiven bieten;
- Bewerbungsverfahren sowie
- Fragen der Anerkennung und Anrechnung von erbrachten Studienleistungen auf die Berufsausbildung.

► Praxisbeispiel 4: Kompetenzberatung ([S. 16](#))

Gemeinsam Lösungen finden

Eine berufliche Neuorientierung bringt viele Fragen und Herausforderungen mit sich. Fragen, auf die im Rahmen der Beratung verlässliche Antworten gegeben werden müssen. Herausforderungen, für deren Lösung der Ratschlag von Expertinnen und Experten nötig ist. Dies betrifft Themen wie

- finanzielle Absicherung in der Überbrückungsphase sowie während der Ausbildung;
- Vereinbarkeit von Ausbildung und Familie;
- Verkürzungsmöglichkeiten bei der Ausbildung;
- Umschulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Hier hat sich in den JOBSTARTER plus-Projekten

die Kooperation mit Netzwerkpartnern bewährt, an die das Beratungsteam die Ratsuchenden verweisen kann: Wichtige Anlaufstellen sind unter anderen die Experten aus den Beratungsstellen der Hochschulen, den Kammern sowie der Agenturen für Arbeit. Auch psychosoziale und juristische Beratungsstellen agieren partnerschaftlich und begleiten die Ratsuchenden in schwierigen Lebenssituationen.

Basis einer erfolgreichen und langfristigen Zusammenarbeit im Netzwerk sind vertrauensbildende Maßnahmen: So sollten Zuständigkeiten unter den Netzwerkpartnern klar kommuniziert sein, gemeinsame Zielvereinbarungen (bspw. zu Beratungsstandards) getroffen und der direkte Austausch gepflegt werden – zum Beispiel in Netzwerktreffen, Arbeitskreisen oder Telefonkonferenzen. Der persönliche Kontakt

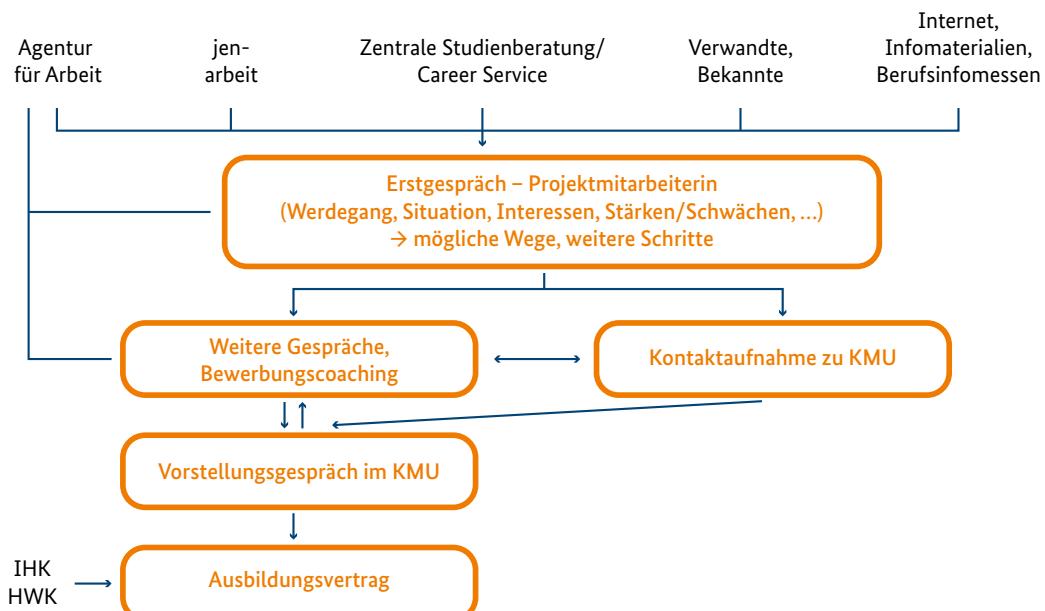
fördert die gemeinsame Lösung von komplexen Beratungsfällen und vermeidet zugleich das Entstehen von Konkurrenzdenken unter den Partnern. Im Rahmen der Verweisberatungen und der damit oftmals verbundenen vertraulichen Weitergabe von Daten der Ratsuchenden spielt das Thema Datenschutz eine wichtige Rolle; wie man hier exemplarisch vorgehen kann, zeigt das Projekt „Umsteigen statt Aussteigen“ der „Region Hannover“: Mittels eines Überleitungsbogens erklären sich die Ratsuchenden damit einverstanden, dass ihre persönlichen Daten im Rahmen der Beratung durch Netzwerkpartner weitergegeben werden. Somit schaffen die JOBSTARTER plus-Projekte für die Ratsuchen-

den Transparenz und sichern ihnen den sorgsamen Umgang mit ihren persönlichen Daten zu.

► Praxisbeispiel 5: Überleitungsbogen Datenschutz
(S. 17)

Die Erfahrung aus der Praxis zeigt: Nachhaltig bestehende Beratungsstrukturen lassen sich dort optimal etablieren, wo sie gemeinsam von kompetenten Netzwerkpartnern getragen werden. Grundlage für die erfolgreiche Zusammenarbeit der Netzwerkpartner bilden dabei vor allem Kooperationsvereinbarungen.

Beratungsstruktur im JOBSTARTER plus-Projekt „Peres“ in Jena



Quelle: JOBSTARTER plus-Projekt „Peres“

Das Beispiel des JOBSTARTER plus-Projekts „Peres“ zeigt eine gelungene Beratungsstruktur, die von einem umfassenden Netzwerk unterstützt wird.

Praxisbeispiel 4

Kompetenzberatung



Das Ziel

Demotivation und Verunsicherung prägen das Denken und Handeln der meisten Studienzweiflerinnen und Studienzweifler: Oft fehlen die nötige Orientierung und der Antrieb für einen Neustart nach der Notbremse. Hier setzte das **JOBSTARTER plus-Projekt „Plan B – Durchstarten in die berufliche Zukunft“** mit seinem bestärkenden Beratungsansatz an.



Die Maßnahme

Der ehemalige KOWA-Klient Robert Schömburg steht stellvertretend für die Studienabbrechenden, die „Plan B“ in die duale Ausbildung begleitet: „Der unvoreingenommene Blick von außen auf meine Fähigkeiten und die zielgerichtete Unterstützung führten schnell zum Erfolg: Zwischen dem ersten Beratungsgespräch und dem Ausbildungsstart lagen nur acht Wochen.“ Die „Plan B“-Beratung fokussiert vor allem auf die vorhandenen Potenziale: Neben den im Studium erworbenen Methoden- und Fachkompetenzen werden auch die Interessen und Berufswünsche der Ratsuchenden beleuchtet, um ein neues Berufsbild zu definieren. Kristallisiert sich die duale Ausbildung als Option für die Studienaussteigenden heraus, geben die KOWA-Beraterinnen einen ersten Überblick über Struktur, Ablauf und Verkürzungsmöglichkeiten in der Ausbildung. Die Ratsuchenden werden gestärkt und auf die Bewerbungsphase gezielt vorbereitet. Darüber hinaus stellt das Projekt den Kontakt zu den maßgeblichen Kammern sowie zu jenen Partnerunternehmen in der Region her, die freie Ausbildungsplätze mit Studienabbrechern besetzen möchten. Eine weitere Leitlinie ist die Niedrigschwelligkeit des Angebots: So bietet „Plan B“ jede Woche eine **offene Sprechstunde** an, in der sich junge Menschen ohne Voranmeldung Rat holen können.

„Ein Abbruch ist kein Makel im Lebenslauf, wenn man dann einen beruflichen Weg findet, der zur eigenen Persönlichkeit passt.“

Susan Wille, Projekt „Plan B – Durchstarten in die berufliche Zukunft“

[← zurück zu Kapitel 2](#)

Praxisbeispiel 5

Überleitungsbogen Datenschutz



Das Ziel

Das **JOBSTARTER plus-Projekt „Umsteigen statt Aussteigen“** bot Studierenden eine branchenunabhängige und fächerübergreifende Beratung und Orientierung auf dem Weg in die duale Berufsausbildung. Ziel war, die beteiligten Projektpartner stärker zu vernetzen, Studienabbrechende frühzeitiger zu unterstützen und ein transparentes Informationsangebot zu entwickeln. Ein sogenannter Überleitungsbogen sollte den Datenaustausch unter den Projektpartnern ermöglichen und dabei die Anforderungen des Datenschutzes erfüllen.



Die Maßnahme

Für die optimale Unterstützung von jungen Menschen in der Berufsfindungsphase sowie bei der Ausbildungsuche ist stets die Erfassung der persönlichen Daten notwendig; nur so lässt sich eine Beratung in mehreren Etappen und bei unterschiedlichen Netzwerkpartnern bzw. Akteuren dokumentieren und auswerten. Um hier einen klaren Weg – sowohl gegenüber den Studienabbrechenden als auch gegenüber den beteiligten Experten – zu gehen, entwickelte das Projekt „Umsteigen statt aussteigen“ einen Überleitungsbogen. Dieser enthält sowohl die persönlichen Angaben zum Ratsuchenden als auch dessen Einverständniserklärung, dass seine Daten an Partnerinstitutionen und Netzwerkpartner weitergegeben werden dürfen.

Mit Hilfe dieses Überleitungsbogens gelang es dem Projekt einerseits, den Rat suchenden Studienabbrecherinnen und Studienabbrechern gegenüber die Verbindlichkeit des Beratungsprozesses zu verdeutlichen. Andererseits wurde den Geboten der Transparenz in der Datenübermittlung und des Datenschutzes Rechnung getragen.

„ Man sollte immer im Vorhinein den Beratungsprozess durchdenken und fragen: An welcher Stelle ist es relevant, Daten zu schützen? Zudem sollten solche Überleitungsbögen stets an die jeweilige Beratungskooperation angepasst werden. “

Bettina Ladwig, Projekt „Umsteigen statt Aussteigen“

[← zurück zu Kapitel 2](#)



3. Die Vorteile der dualen Berufsausbildung – Karrierestart mit Praxisturbo

Einige Studienaussteigende sind zunächst skeptisch gegenüber einer dualen Berufsausbildung als möglicher Alternative für ihren Berufs- und Karriereweg. Bei entsprechenden Nachfragen in den Beratungen zeigt sich jedoch, dass viele junge Menschen kaum Kenntnisse über das breite Spektrum der Ausbildungsberufe und über die Karrieremöglichkeiten in der beruflichen Bildung haben. Zudem empfinden einige die Zuordnung von drei- und dreieinhalbjährigen Berufsabschlüssen auf dem DQR-Niveau 4 als Rückschritt auf der Kompetenzskala. Als ein weiteres Hemmnis nennen einige Ratsuchende ferner die Ausbildungsvergütungen, die unter dem Niveau der Verdienstmöglichkeiten bei einem Direkteinstieg in den Arbeitsmarkt liegen.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

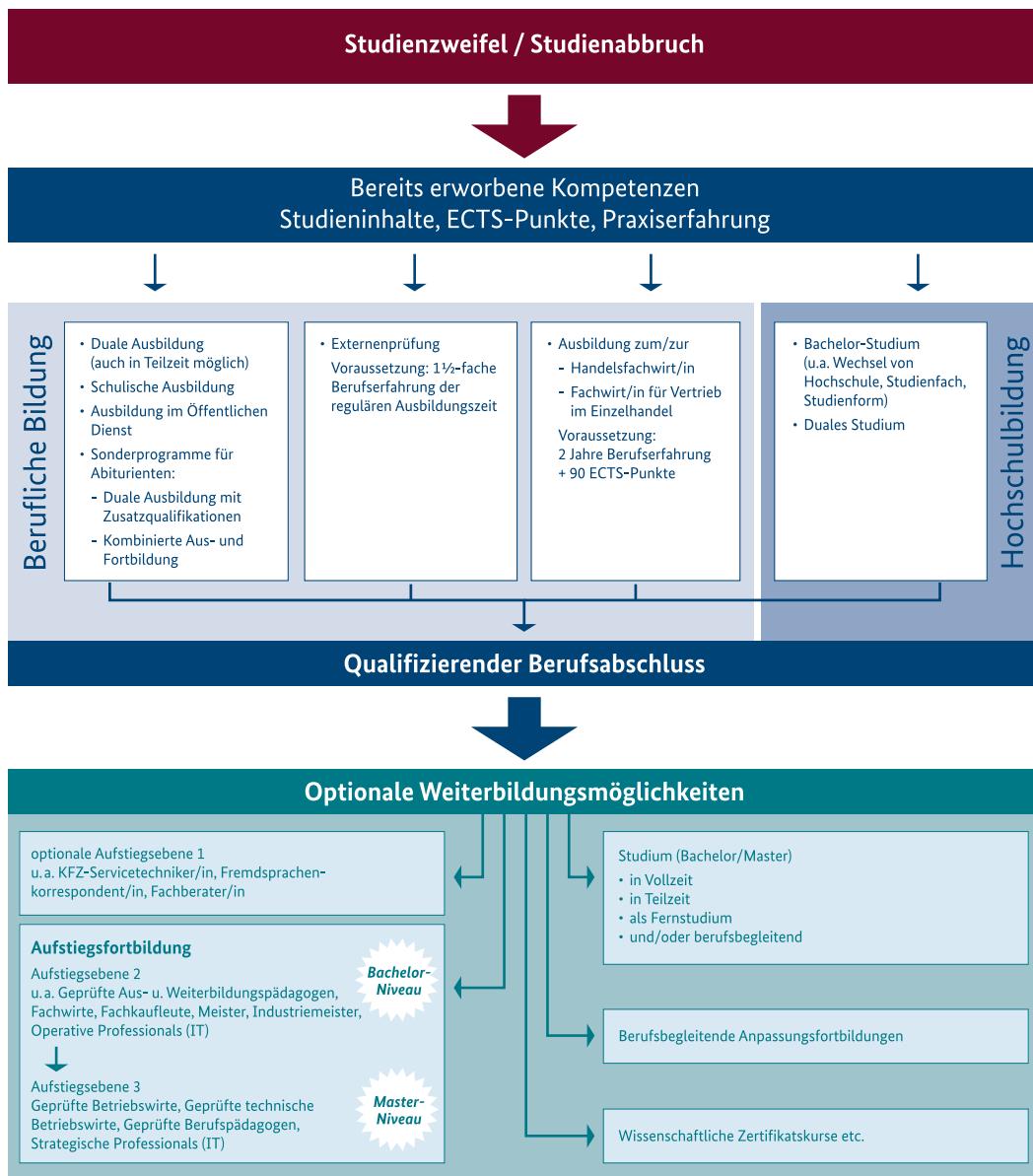
| | |
|--|----|
| Praxisbeispiel 6: Broschüre „Rechtliche Aspekte“ | 21 |
| Praxisbeispiel 7: Online-Tool für IT-Berufe | 22 |

Vorurteile abbauen, Chancen aufzeigen

Individuelle Beratungsgespräche bieten den idealen Rahmen, um auf solche Vorbehalte einzugehen und persönliche Chancen aufzuzeigen. Eine wichtige Botschaft ist dabei, dass der Erwerb eines Berufsabschlusses nicht das Ende, sondern vielmehr der Beginn einer beruflichen Karriere ist. Denn durch das umfassende Angebotsspektrum der beruflichen Weiterbildung und

Aufstiegsfortbildungen eröffnen sich für die Auszubildenden viele Entwicklungsmöglichkeiten – sowohl auf der Qualifikationsebene als auch in finanzieller Hinsicht. Anhand der folgenden Bildungsgrafik lassen sich – so die Erfahrung aus den Beratungsgesprächen – die diversen Perspektiven gut aufzeigen.

Bildungswege bei Studienzweifeln



Quelle: www.studienabbruch-und-dann.de

Mit Wissensvorsprung in der Ausbildung punkten

Dem weit verbreiteten Vorurteil, dass das im Studium erworbene Wissen und die investierte Lebenszeit nach der Exmatrikulation „wertlos“ sind, begegnen Beraterinnen und Berater aus den JOBSTARTER plus-Projekten mit guten Argumenten: So können beispielsweise die im Studium erbrachten Leistungen im Rahmen der Berufsausbildung anerkannt und somit

eine Verkürzung der Ausbildungszeit erreicht werden. Die Möglichkeiten und Bedingungen für eine kürzere Ausbildungsdauer sind im **Berufsbildungsgesetz** sowie in der **Handwerksordnung** geregelt.

► Praxisbeispiel 6: Broschüre „Rechtliche Aspekte“ (S. 21)

Online-Entdeckungstour für Ausbildungsperspektiven

Werde ich Inhalte aus dem Studium im Ausbildungsberuf meiner Wahl anwenden können? Wo genau gibt es Überschneidungen zwischen meinem akademischen Wissen und dem Ausbildungscurriculum? Solche Fragen sind für viele Studienaussteiger zentral für ihre Entscheidung, einen Kurswechsel in Richtung Ausbildungsplatz zu wagen. In einigen Branchen sind solche Überschneidungen durchaus zu finden: Beispielweise können ehemalige Studentinnen und Studenten aus betriebswirtschaftlichen Studiengängen viele der erlernten Inhalte in einer kaufmännischen Ausbildung anwenden. Gleiches gilt auch für **MINT-Studierende**, die sich zur Fachinformatikerin bzw. zum Fachinformatiker ausbilden lassen möchten.

Über solche Optionen informiert in der Regel das Beratungspersonal in einem individuellen Gespräch.

Wie man als Studienaussteigende oder Studienaussteiger aus dem IT-Bereich auf der Überholspur zum Abschluss kommt, zeigt auch eine interaktive Transferrmatrix, die das JOBSTARTER plus-Projekt „Finish IT 2.0“ entwickelt hat. Dieses Online-Tool ermöglicht Informatik-Studierenden eine selbstständige Einschätzung, ob sie zum Beispiel die Voraussetzungen für eine 18-monatige Ausbildungszeit in unterschiedlichen IT-Berufen erfüllen. Das Tool stellt die Ausbildungsinhalte und die Inhalte des Informatik-Studiengangs gegenüber und bildet inhaltliche Überschneidungen transparent ab, so dass die Ratsuchenden ihre vorhandenen persönlichen Kenntnisse im Ausbildungscurriculum einordnen können.

► Praxisbeispiel 7: Online-Tool für IT-Berufe ([S. 22](#))

Praxisbeispiel 6

Broschüre „Rechtliche Aspekte“



Das Ziel

Das Handwerk und seine ausbildenden Betriebe attraktiv präsentieren – das ist eine wesentliche Zielsetzung des **JOBSTARTER plus-Projekts „yourPUSH – Perspektiven im Handwerk für Studienaussteiger“**. Gerade für diese Zielgruppe ist der Faktor „Zeit“ ein wichtiges Argument: Die Aussicht auf einen beruflichen Abschluss in einer um 6 oder 12 Monate reduzierten Ausbildungszeit kann die Entscheidung für eine Neuorientierung durchaus unterstützen.



Die Maßnahme

Um das diesbezügliche Informationsinteresse zu befriedigen und eine rechtlich fundierte Klarheit für Betriebe sowie Auszubildende zu schaffen, hat yourPUSH die Broschüre „Rechtliche Aspekte zur Ausbildungszeitverkürzung und Anerkennung von Studienleistungen“ entwickelt. Die Publikation informiert zum einen über die grundsätzliche Vorgehensweise bei der Ausbildungszeitverkürzung, die auch im Rahmen einer Teilzeitberufsausbildung umgesetzt werden kann: So müssen sich Betrieb und Auszubildender einig sein und gemeinsam den entsprechenden Antrag bei der zuständigen Kammer schriftlich stellen. Zudem werden die Voraussetzungen und die Gründe, die für eine angestrebte Verkürzung oder die vorzeitige Zulassung zur Abschluss- und Gesellenprüfung berücksichtigt werden können, detailliert beschrieben. Eine Übersicht über die Mindestdauer der Ausbildung sowie über sämtliche Rahmenbedingungen der Ausbildungszeitverkürzung und FAQ zu Anrechnung und Vergütung runden das Informationspaket ab. Die Publikation wird auf der Website zum Download angeboten, auf Informationsveranstaltungen verteilt und auch per Mail bei konkreten Nachfragen zu diesem Thema verschickt.

„Für Studienabbrechende und Betriebe ist es gleichermaßen wichtig, fundierte Antworten auf ihre Fragen zu Ausbildungszeitverkürzung und Anrechnung von Studienleistungen zu erhalten.“

Alfred Will, Projekt „yourPUSH – Perspektiven im Handwerk für Studienaussteiger“

[← zurück zu Kapitel 3](#)

Praxisbeispiel 7

Online-Tool für IT-Berufe



Das Ziel

Dank der Initiative des **JOBSTARTER plus-Projekts „FINISH IT 2.0“** können in der „TechnologieRegion Karlsruhe“ Studienabbrechende in nur 18 Monaten eine duale Berufsausbildung absolvieren. Die Zielsetzung des für die Koordination zuständigen Projektträgers CyberForum e.V.: diese attraktive Ausbildungsoption bei Studienaussteigenden bekannt machen, die Ausbildungsrate steigern und somit dem drohenden Fachkräftemangel in der IT-Branche entgegenwirken.



Die Maßnahme

Seit September 2016 ist in Karlsruher Berufsschulklassen die verkürzte Ausbildung in den Ausbildungsberufen Fachinformatiker/-in, IT-Systemkaufmann/-kauffrau sowie Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement möglich. Damit Studienzweifler einschätzen können, ob sie die Voraussetzungen für die auf 18 Monate verkürzte Ausbildung erfüllen, hat das CyberForum in enger Zusammenarbeit mit der Industrie- und Handelskammer und Berufsschulen ein Online-Tool entwickelt und auf der Projektwebsite implementiert. Mit dem Online-Tool werden die Inhalte der Studienpläne für Informatik mit den Themengebieten aus der Ausbildungsverordnung in der Betriebspraxis und der Berufsschule abgeglichen. Neu ist, dass bei der Anerkennung von Studienleistungen in drei Themenschwerpunkten sowohl zeitliche als auch inhaltliche Faktoren eine Rolle spielen. Das Online-Tool kann eigenständig ausgefüllt werden: Abgefragt werden u.a. die im Studium erworbenen theoretischen und praktischen Kenntnisse sowie die erlangten Credit Points; das Ergebnis gibt sofort darüber Auskunft, ob die Voraussetzungen erfüllt sind. Idealerweise ist das Matrixresultat der Einstieg in einen persönlichen Beratungsprozess beim CyberForum. Im Anschlussvorhaben „FINISH IT 3.0“ wird dieses Ausbildungsmodell auch für technische Berufe weiterentwickelt.

„ Die Transfermatrix kann in Krisenzeiten des Studienabbruchs eine gute Motivation sein. Wichtig ist daher, dass das Ergebnis der Matrix beim potenziellen Ausbildungskandidaten stets positiv ankommt und er unser Gesprächsangebot wahrnimmt. “

Dr. Michaela Maier, Projekt „FINISH IT 2.0“

[← zurück zu Kapitel 3](#)



4. Zwischen Kontakteknüpfen und Ausbildungsvertrag: Tipps für Studienabbrechende

Ist die Entscheidung für den Einstieg in die Berufsausbildung gefallen, steht die Bewerbung um einen Ausbildungsplatz an. In der Beratungspraxis zeigt sich jedoch, dass Bewerbungsverfahren für viele Studienaussteigerinnen und -aussteiger eine große Herausforderung darstellen.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

| | |
|--|----|
| Praxisbeispiel 8: Leitfaden für Studienabbrechende | 25 |
| Praxisbeispiel 9: Online-Plattform für Unternehmensprofile | 26 |
| Praxisbeispiel 10: Flyer für Zielgruppenansprache | 27 |
| Praxisbeispiel 11: Matchingtool für KMU | 28 |

Vom ganzheitlichen Coaching profitieren

Das persönliche Bewerbungscoaching erweist sich daher als besonders wertvoll für die Ratsuchenden. So geben JOBSTARTER plus-Projekte Tipps zur Erstellung von Bewerbungsunterlagen und unterstützen bei der Vorbereitung auf Vorstellungsgespräche und Auswahltests – zum Beispiel durch die Simulation eines Bewerbungstermins mit anschließender gemeinsamer, detaillierter Auswertung. Im Vordergrund steht dabei, dass der junge Mensch seine bislang erworbenen Kompetenzen und fachlichen Fähigkeiten sowie seine Beweggründe für den Abbruch selbstbewusst darstel-

len kann. Ebenso sorgfältig werden auch eventuelle Absagen gemeinsam analysiert.

Finden die ehemaligen Studierenden einen Ausbildungsplatz weiter entfernt vom aktuellen Wohnort, stehen oftmals die Beratungsteams aus den JOBSTARTER plus-Projekten als Ansprechpartner zur Verfügung – beispielsweise im Rahmen der Wohnungssuche und der Vermittlung von regionalen Kontakten.

- Praxisbeispiel 8: Leitfaden für Studienabbrechende (S. 25)

Win-win-Vermittlung zum Ausbildungsplatz

Eine wichtige Zielsetzung von JOBSTARTER plus-Projekten ist die passgenaue Vermittlung von Ausbildungsinteressierten an Unternehmen, die Fachkräftenachwuchs suchen. Um diese Win-win-Situation zu ermöglichen, informieren die Beraterinnen und Berater die Ratsuchenden über regionale Ausbildungsplatzangebote und stellen gezielt Kontakte zu jenen Kooperationsunternehmen her, die in den jeweiligen Wunschberufen der Studienaussteiger ausbilden. Hilfreich ist dabei, dass die Projekte im Rahmen ihrer regionalen Beziehungspflege auf einen Pool von Betrieben zurückgreifen können, die an der Zielgruppe der

Studienabbrecherinnen und -abrecher interessiert sind. Da die Projekte die Wünsche und Voraussetzungen beider Seiten sehr gut kennen, gelingt oftmals eine zielgerichtete Vermittlung ohne lange Wartezeiten für beide Zielgruppen.

- ▶ Praxisbeispiel 9: Online-Plattform für Unternehmensprofile ([S. 26](#))
- ▶ Praxisbeispiel 10: Flyer für Zielgruppenansprache ([S. 27](#))

Von Speed-Dating bis Schnupper-Praktikum

Ein wichtiger Faktor für die erfolgreiche Integration in die berufliche Bildung – so die Erfahrung in der Beratungspraxis – ist eine fundierte Entscheidung der bzw. des Studienabbrechenden für den neu eingeschlagenen Karriereweg. Positiv wirkt sich dabei aus, wenn die Bewerberin bzw. der Bewerber Gelegenheit hat, sich mit dem ausbildenden Unternehmen, den zuständigen Kontaktpersonen sowie den spezifischen Anforderungen vertraut zu machen.

Ein erstes Kennenlernen ermöglichen zahlreiche Projekte in Zusammenarbeit mit Netzwerkpartnern – wie beispielsweise der Agentur für Arbeit und den Kammern – im Rahmen von sogenannten Speed-Datings. Hintergrundinformationen und weitere Kontaktmöglichkeiten zu interessierten Ausbildungsbetrieben finden die Bewerberinnen und Bewerber zudem auf der jeweiligen Projektwebsite.

Um den Ratsuchenden einen vertiefenden Einblick in den Ausbildungsaltag und zugleich den Unternehmen Aufschluss über die Eignung des potenziellen

Bewerbungskandidaten zu ermöglichen, vermitteln JOBSTARTER plus-Projekte Betriebsbesuche und Praktika in Betrieben. Oft reichen schon wenige Schnuppertage aus, um einen jungen Menschen für einen Ausbildungsberuf zu begeistern und den Ausbilder bzw. die Ausbilderin von der Eignung und hohen Motivation des Studienabbrechenden zu überzeugen. Auch ein Praktikum oder eine temporäre Erwerbstätigkeit im späteren Ausbildungsbetrieb unterstützen einen flexiblen Ausbildungseinstieg; somit lassen sich Wartezeiten zwischen Studienabbruch und dem üblichen Ausbildungsbeginn im Herbst vermeiden. Die Anerkennung der Praktikszeit auf die Ausbildungsdauer erfordert eine Absprache zwischen Betrieb und zuständiger Kammer.

Wie nur zwei Schnuppertage ausgereicht haben, um Studienabbrecherin Lisa Rother für den Beruf der Orthopädietechnik-Mechanikerin zu begeistern, erfahren Sie auf www.studienabbruch-und-dann.de.

- ▶ Praxisbeispiel 11: Matchingtool für KMU ([S. 28](#))

Praxisbeispiel 8

Leitfaden für Studienabbrechende



Das Ziel

Ebenso vielfältig wie die Fragen und Probleme, die mit einem Studienabbruch verbunden sind, ist auch das Spektrum der Beratungsangebote. Um hier bestmögliche Orientierung zu schaffen, hat das **JOBSTARTER plus-Projekt „Plan B – Durchstarten in die berufliche Zukunft“** einen umfassenden Leitfaden erstellt. Die 60-seitige Broschüre „Kurswechsel?! Ein Wegweiser bei Studienzweifel und Studienabbruch für die Region Leipzig“ richtet sich sowohl an Studierende, die sich beruflich neu orientieren möchten, als auch an Beraterinnen und Berater, die mit Studienabbrechenden in Kontakt kommen.



Die Maßnahme

Der Projekträger KOWA Leipzig greift im Rahmen dieses Wegweisers jene Themen mit konkreten Fragen und Anliegen auf, die in der Beratungspraxis zur Sprache kommen. Die klare Strukturierung unterstützt die Ratsuchenden, zu ihrem individuellen Problem möglichst schnell eine Antwort bzw. einen hilfreichen Hinweis zu finden. Die Präsentation der Beratungsangebote ist dabei auf die Situation der Studierenden abgestimmt – jeweils ein Kapitel beschäftigt sich mit den Anliegen der Studienzweifler sowie der Studienabbrechenden. Der „Beratungskompass“ hält die Kontaktdaten zu den Beratungsangeboten sowie Kurzbeschreibungen bereit und die „SOS-Checkliste“ unterstützt die Selbstreflexion: Hat man alles im Blick, was für den weiteren Weg wichtig und hilfreich ist?

Der übersichtlich gestaltete Wegweiser ebnet Ratsuchenden den Weg zu denjenigen Beratungsstellen, die sie zu diversen Problemfeldern kompetent beraten können. Mit ihrer positiven, lösungsorientierten Ansprache motiviert die Broschüre junge Menschen, sich in einer Situation, in der sie gerade „kein Land sehen“, aktiv Unterstützung zu suchen. Auch jene Studierende, die erste Zweifel haben, möchte die Publikation zu einem Rundumblick über mögliche Alternativen ermuntern.

Praxisbeispiel 9

Online-Plattform für Unternehmensprofile



Das Ziel

Kleine und mittlere Unternehmen bieten attraktive Ausbildungsmöglichkeiten für Studienabbrechende; jedoch nicht alle verfügen über die notwendigen Ressourcen, um sich bei der Zielgruppe der potenziellen Auszubildenden zu profilieren. Das Magdeburger **JOBSTARTER plus-Projekt ISABEL** bietet Betrieben daher auf seiner Projektwebsite eine **Plattform für Unternehmensprofile**. Eine weitestgehend einheitliche Struktur der Profile zielt darauf ab, den Unternehmen – unabhängig von ihrer Größe – eine professionelle Präsentation zu ermöglichen und dabei Chancengleichheit zu gewähren.



Die Maßnahme

Mit einem Infoblatt, das die Vorteile eines Online-Unternehmensprofils und die genaue Vorgehensweise erläutert, motiviert das ISABEL-Team KMU aus der Region zur Teilnahme an seiner Plattform. Um den Prozess der Er- und Einstellung des Profils für beide Seiten effizient zu gestalten, unterbreitet ISABEL dem jeweiligen Betrieb einen Textvorschlag, platziert Logos sowie Hintergrundinformationen und richtet den Link zur (Karriere-)Website des KMU ein. Den Input für die Profile liefern die Unternehmen über Formulare, die sie von ISABEL erhalten und ausfüllen.

Über 50.000 Zugriffe konnte die ISABEL-Profilwebsite innerhalb von circa zwei Jahren verzeichnen, im Durchschnitt wurde jedes Profil 700-mal aufgerufen; einige Unternehmensprofile wurden sogar von über 2.000 Interessenten angeklickt. Von dieser Positionierung der ausbildenden Betriebe profitieren unterschiedliche Akteure: Neben den Studienabbrecherinnen und Studienabbrechern, die sich zentral über freie Ausbildungsplätze in der Region informieren können, gewinnen auch die teilnehmenden KMU – vor allem an Reichweite, Bekanntheitsgrad bei den Zielgruppen und konkreten Bewerbungen. Aber auch die Netzwerkpartner von ISABEL sowie Coaches greifen im Rahmen ihrer Beratungen gerne auf die Unternehmensprofile zurück.

„Aufgrund der hohen Nachfrage planen wir, das Angebot um eine Suchfunktion nach Berufsgruppen, Unternehmen und Regionen zu erweitern.“

Oliver Lilie, Projekt „ISABEL“

[← zurück zu Kapitel 4](#)

Praxisbeispiel 10

Flyer für Zielgruppenansprache



Das Ziel

Die passgenaue Vermittlung von „Azubis mit Grips“ an Unternehmen, denen Nachwuchskräfte fehlen, ist ein zentrales Anliegen des **JOBSTARTER plus-Projekts „SWITCH“**. Zusammen mit 17 Netzwerkpartnern möchte SWITCH Studienabbrecherinnen und Studienabbrechern individuelle Chancen zum „Durchstarten in die Ausbildung“ eröffnen und dabei dem Fachkräftemangel in Aachen entgegenwirken.



Die Maßnahme

Die Zielgruppen – KMU sowie Studienabbrechende – spricht das Projekt mit jeweils passend zugeschnittenen Informationen an: Der Flyer für Unternehmen zeigt die Vorzüge ehemaliger Studierender als „Auszubildende mit dem gewissen Etwas“ auf und beschreibt Schritt für Schritt die Vorgehensweise des Projekts bei der Vermittlung. Der Flyer für Studienabbrechende informiert in motivierender, jugendgerechter Sprache über das Leistungspaket der Full-Service-Agentur und erläutert die Teilnahmevoraussetzungen am SWITCH-Projekt. So müssen die Ratsuchenden unter anderem ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen einreichen; die detaillierten Anforderungen an die Bewerbung finden sich im projekteigenen Merkblatt. Für den Projektpool will das Projekt künftig noch mehr Unternehmen akquirieren, die in bei Studienabbrechenden besonders beliebten Berufsbildern ausbilden. Ehemaligen Studierenden der Geisteswissenschaften soll so beispielsweise der Einstieg in die sozialen Berufe geebnet werden.

„ Auch dank unserer Flyer, mit denen wir die Zielgruppen auf unseren Service aufmerksam machen, konnten wir bereits 380 motivierte Durchstarter an Unternehmen vermitteln. Diese sind aufgrund der positiven Erfahrungen sehr viel offener für Studienabbrecher geworden. “

Lotta Conrads, Projekt „SWITCH“

Praxisbeispiel 11

Matching-Tool für KMU



Das Ziel

Die Analyse der Anforderungen und Erwartungen, die ein Unternehmen an seine Nachwuchskräfte hat, betrachtet das **JOBSTARTER plus-Projekt „Erfolgreich 2.0“** (eine Kooperation der **Wachstumsregion Ems-Achse** mit der **Hochschule Emden/Leer**) als entscheidenden Schritt zu gelingendem Matching. Um sich und den Studienabbrechenden als zukünftigen Azubis ein genaues Bild von jedem einzelnen interessierten Betrieb zu machen, entwickelte das Projekt ein Tool zur Profilerstellung.



Die Maßnahme

Basierend auf den Erfahrungswerten der Mitgliedsunternehmen der Wachstumsregion entstand ein vierseitiger Fragebogen, der die Bedürfnisse des jeweiligen Unternehmens spiegelt. Im Rahmen eines rund ein- bis zweistündigen Beratungsgesprächs gehen der Projektmitarbeiter und der jeweilige Unternehmensvertreter den Fragenkatalog durch und erarbeiten gemeinsam das Anforderungsprofil für den „Wunschazubi“: Welche Fähigkeiten, Sprachkenntnisse und Schlüsselqualifikationen sollte er mitbringen? Auch die Rahmenbedingungen wie Praktikumsangebote, Ausbildungszeitverkürzung, Timing der Ausbildung und die bisherigen Erfahrungen mit Studienabbrechenden werden abgefragt. Das Projekt entwickelte somit aussagekräftige Profile mit klaren Erwartungshaltungen und aktualisiert diese kontinuierlich durch entsprechende Nachfragen bei den Unternehmen. Mittlerweile ist, so die Erfahrung aus der Projektarbeit, bei den KMU eine größere Aufgeschlossenheit beim Thema Studienabbruch zu spüren. Einige Unternehmensvertreter nennen sogar das Stichwort „Unternehmensnachfolge“, wenn sie Studienabbrechende als künftige Nachwuchskräfte rekrutieren.

„ Die persönlichen Gespräche vor Ort, in denen wir den Fragebogen gemeinsam mit Unternehmensvertretern ausfüllen, haben einen hohen Stellenwert. Denn Matching kann nur dann erfolgreich sein, wenn wir in puncto Erwartungshaltung eines Unternehmens an einen Auszubildenden volle Transparenz haben. **“**

Wilko Alberring, Projekt „Erfolgreich 2.0“

[← zurück zu Kapitel 4](#)



5. Für gelingendes Matching: KMU als attraktive Ausbilder positionieren

Wie eine Umfrage unter Studierenden der Hochschule Emden/Leer des JOBSTARTER plus-Projektes „Erfolgreich 2.0“ zeigt, sind KMU für Studienabbrechende durchaus interessante potenzielle Arbeitgeber: 81 Prozent der Befragten können sich vorstellen, in einem KMU ein Praktikum zu absolvieren. 57 Prozent der Studierenden würden lieber in einem KMU als in einem Großunternehmen arbeiten. Wenn junge Menschen mit Studienzweifeln über die Option einer beruflichen Ausbildung nachdenken, spielen laut Umfrageergebnis Kriterien wie Erreichbarkeit des Unternehmensstandortes, Betriebsklima, Karriere- und Aufstiegsmöglichkeiten, Work-Life-Balance sowie Arbeitsplatzsicherheit eine wesentliche Rolle. Genau in diesen Bereichen sollten KMU mit Fachkräftebedarf versuchen, bei den potenziellen Auszubildenden zu punkten.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

| | |
|--|----|
| Praxisbeispiel 12: <u>Attraktivitätscheck für KMU</u> | 31 |
| Praxisbeispiel 13: <u>Maßnahmen-Katalog für KMU</u> | 32 |
| Praxisbeispiel 14: <u>Ratgeber für KMU</u> | 33 |
| Praxisbeispiel 15: <u>Bewerberanalyse als Matchingtool</u> | 34 |

KMU als attraktive Ausbildungsbetriebe positionieren

Das individuelle Beratungs- und Unterstützungsangebot der JOBSTARTER plus-Projekte für KMU umfasst – ähnlich wie bei der Beratung von Studienaussteigenden – verschiedene Phasen: Ansprache, Sensibilisierung, Information und Beratung sowie Matching. Grundlage ist der kontinuierliche Kontakt

mit den Betrieben – ob telefonisch, per Mail oder auch persönlich auf Veranstaltungen. Dabei fragen die Projekte stets die aktuellen Ausbildungsplatzangebote der Betriebe ab. Eine weitere Serviceleistung der JOBSTARTER plus-Projekte ist der Attraktivitätscheck für KMU: Im Gespräch mit der Geschäftsleitung oder Personal-

verantwortlichen der Betriebe analysieren die Projekte anhand eines Fragenkatalogs, wie attraktiv das Unternehmen für potenzielle Azubis ist. Aufgrund dieses individuellen Checks können die Projekte anschließend konkrete Verbesserungsvorschläge unterbreiten, die auf das Unternehmen zugeschnitten sind. Ferner bieten insbesondere kammernahe Projekte Unterstützung bei der Ausschreibung geeigneter Stellen. Dabei können sie beispielsweise auf die umfassende Erfahrung mit Lehrstellenbörsen

bei den **Industrie- und Handelskammern** sowie bei den **Handwerkskammern** zurückgreifen.

- ▶ Praxisbeispiel 12: Attraktivitätscheck für KMU
[\(S. 31\)](#)
- ▶ Praxisbeispiel 13: Maßnahmen-Katalog für KMU
[\(S. 32\)](#)
- ▶ Praxisbeispiel 14: Ratgeber für KMU
[\(S. 33\)](#)

Geeignete Profile finden im Assessment-Center

Um geeignete Bewerberinnen und Bewerber zu finden, die die spezifischen Anforderungen der KMU an ihre Auszubildenden erfüllen, empfiehlt sich die Durchführung eines mehrstufigen Auswahlverfahrens. Sogenannte Assessment-Center haben sich beispielsweise in JOBSTARTER plus-Projekten, die schwerpunktmäßig an Unternehmen in der IT-Branche vermitteln, sehr gut bewährt und können durchaus auch in anderen Branchen Anwendung finden. Zunächst gilt es, die individuellen Kompetenzen der ausbildungsinteressierten Studienabbrechenden zu ermitteln und deren Eignung

für verschiedene branchenspezifische Berufe zu überprüfen. Die auf dieser Basis erstellten Bewerberprofile sendet das Projekt dann gezielt an kooperierende KMU, die ehemalige Studierende ausbilden möchten. Zeigt ein Unternehmen Interesse, führt das Projekt sogenannte Matching-Treffen zwischen Vertreterinnen bzw. Vertretern des Unternehmens und Bewerberinnen bzw. Bewerbern durch.

- ▶ Praxisbeispiel 15: Bewerberanalyse als Matchingtool
[\(S. 34\)](#)

Praxisbeispiel 12

Attraktivitätscheck für KMU



Das Ziel

Damit sich KMU im Wettbewerb um Nachwuchskräfte als attraktive Ausbildungsbetriebe positionieren können, hat das **JOBSTARTER plus-Projekt ISABEL** einen Attraktivitätscheck entwickelt; diese sollen Unternehmen eine fundierte Selbsteinschätzung ermöglichen und darüber hinaus Verbesserungspotenziale aufdecken. Das Beratungsteam aus Magdeburg fokussiert sich dabei vor allem auf Maßnahmenvorschläge, die die Ausbildungsattraktivität für ehemalige Studierende erhöhen.



Die Maßnahme

Den ISABEL-Attraktivitätscheck gibt es in zwei Versionen: ein Kurzcheck, der auf der Projektwebsite zum Download angeboten wird und von KMU in Eigenregie durchgeführt werden kann, sowie ein ausführliches Checkformat, das in Beratungsgesprächen eingesetzt wird. In einem mehrstufigen Befragungsverfahren analysiert ISABEL im Dialog mit Unternehmensvertretern über 50 Items; diese geben Aufschluss darüber, wie wettbewerbsfähig ein Betrieb im Vergleich zu anderen KMU bei der Akquisition von Auszubildenden ist. Auf Basis der ermittelten Werte wird ein Protokoll mit Optimierungsvorschlägen erstellt. Das Projekt empfiehlt Unternehmen, zunächst die Qualität ihrer Ausbildungs-Rahmenbedingungen zu prüfen und zu verbessern; die gelungene Außendarstellung sollte erst im zweiten Schritt ein Thema sein.

Über 50 Checks im Dialogformat wurden bereits durchgeführt, die Effekte sind vielfältig: Einige KMU haben die Vergütungen für Auszubildende erhöht; andere optimieren die Kommunikation mit den Zielgruppen – indem sie auf firmeneigenen Fahrzeugen und Gebäuden ihr Ausbildungsangebot bewerben oder in Flyern über Berufsbilder und Ausbildungsinhalte informieren.

„Wir erhalten von den Unternehmen viele positive Rückmeldungen auf die Checklisten, da wir ihre Ausbildungsattraktivität sehr strukturiert analysieren und konkrete Baustellen angehen.“

Oliver Lilie, Projekt „ISABEL“

[← zurück zu Kapitel 5](#)

Praxisbeispiel 13

Maßnahmen-Katalog für KMU



Das Ziel

In seinem „Auswahlkatalog zur Gewinnung von Auszubildenden“ hat das **JOBSTARTER plus-Projekt ISABEL** 30 Maßnahmen zusammengefasst, die KMU bei ihren Akquisitionsbemühungen um Nachwuchskräfte wirkungsvoll unterstützen. Das Besondere an diesem Katalog: Um den Betrieben eine realistische Einschätzung zu ermöglichen, ob die jeweilige Maßnahme mit den vorhandenen Ressourcen erfolgversprechend umgesetzt werden kann, ist jeder Vorschlag mit zwei Kategorien versehen. „Chance“ und „Aufwand“ geben u.a. Aufschluss über den zeitlichen und finanziellen Aufwand, der mit der Umsetzung der Maßnahme verbunden wäre.



Die Maßnahme

Der Katalog umfasst sechs Kategorien mit unterschiedlichen Empfehlungen: Zwei der Kategorien führen beispielsweise Maßnahmen an, die im Rahmen von Kooperationen mit Hochschulen oder Arbeitsmarktakteuren realisiert werden können; eine weitere Kategorie präsentiert Vorschläge, die das Potenzial von Social Media sowie der Neuen Medien nutzen. Für KMU, die Studienzweifler als Auszubildende gewinnen möchten, sind die hierfür besonders geeigneten Möglichkeiten zur Ansprache explizit hervorgehoben. Mittels Symbolen wird zudem auf den ersten Blick deutlich, ob die Chance zur Gewinnung eines Studienabbrechenden klein, mittel oder groß ist. Klar ersichtlich ist auch die Einschätzung des zeitlichen und finanziellen Aufwands. Zahlreiche Betriebe nutzen das niedrigschwellige Angebot, das als Download zur Verfügung steht und eigenständig umgesetzt werden kann. Der Katalog wurde vorab durch „friendly user“ ausführlich getestet und durch deren Feedbacks optimiert. Somit steht KMU ein Tool zur Verfügung, das praxiserprob ist und auf einem breiten Erfahrungsfundament aufbaut.

„In diesen Maßnahmen-Katalog sind all unsere Erfahrungswerte aus den ISABEL-Attraktivitätschecks und auch aus unseren vielen Beratungsgesprächen sowie Workshops mit KMU eingeflossen.“

Oliver Lilie, Projekt „ISABEL“

[← zurück zu Kapitel 5](#)

Praxisbeispiel 14

Ratgeber für KMU



Das Ziel

Studienabbrecherinnen und Studienabbrecher sind für ausbildende Betriebe eine hervorragende Option, um hochmotivierte, verantwortungsbewusste Nachwuchskräfte zu gewinnen und die Unternehmensentwicklung langfristig sicherzustellen. Jedoch haben viele Unternehmen das Potenzial dieser jungen Menschen nicht auf dem Radar. Mithilfe des Ratgebers „Studienabbrecher als Auszubildende ins Boot holen“ möchte JOBSTARTER bundesweit KMU mit dieser besonderen Zielgruppe vertraut machen.



Die Maßnahme

Der Ratgeber basiert auf den umfassend gewonnenen Ergebnissen und Erfahrungswerten der bundesweit tätigen JOBSTARTER plus-Projekte: Er erläutert die möglichen Hintergründe für einen Studienabbruch und erleichtert somit das Verständnis für den Wunsch der jungen Menschen nach einem Kurswechsel. Durch den Überblick über die Vorzüge dieser Zielgruppe können sich KMU zugleich ein Bild machen, mit welchen besonderen Eigenschaften ehemalige Studierende die eigene Crew verstärken könnten. Darüber hinaus gibt die zwölfseitige Broschüre in der Praxis erprobte Tipps, wie KMU diese Ausbildungskandidaten erfolgreich „anheuern“ und langfristig an den Betrieb binden können. Die Informationen über die spezifischen Rahmenbedingungen und Vorteile, die das Ausbildungsverhältnis mit einem Studienabbrechenden kennzeichnen, werden ergänzt durch einen „Lotsendienst“ zu relevanten Beratungsstellen für kleine und mittlere Ausbildungsbetriebe.

Der kompakte und übersichtlich gestaltete Ratgeber unterstützt KMU dabei, freie Ausbildungsplätze zu besetzen, indem er deren Horizont hinsichtlich möglicher Bewerberinnen und Bewerber erweitert. Somit eröffnen sich für ehemalige Studierende ohne Abschluss mehr Chancen, eine neue „Anlegestelle“ im Bereich der dualen Berufsausbildung zu finden. Vorlage dieser Broschüre ist ein vom **Projekt „Plan B – Durchstarten in die berufliche Zukunft“** entwickelter regionaler Unternehmerleitfaden.

Praxisbeispiel 15

Bewerberanalyse als Matchingtool



Das Ziel

Im CyberForum e.V. – einem der größten europäischen IT-Cluster mit Sitz in Karlsruhe – haben sich über 1.200 Mitgliedsunternehmen zusammengeschlossen, 250 davon sind ausbildende Betriebe. Dieses Kontakt- netzwerk nutzt das **JOBSTARTER plus-Projekt „FINISH IT 2.0“**, um einen sehr effizienten Matchingprozess zwischen KMU und Studienabbrechenden zu realisieren. Das Projekt möchte jungen Menschen, die die Hochschule ohne Abschluss verlassen, durch eine Rundumbegleitung im Bewerbungsprozess neue Karriere- optionen eröffnen.



Die Maßnahme

Ziel des mehrstufigen Auswahlverfahrens ist, den Unternehmen eine Auswahl an ehemaligen Studierenden anzubieten, die deren jeweiligen Anforderungen an Auszubildende exakt entsprechen. Die Einschätzungen des Projekts haben bei den Unternehmen einen hohen Stellenwert. Die Empfehlung einer Bewerberin bzw. eines Bewerbers ist aus Sicht der Betriebe daher ein „Gütesiegel“ für eine passgenaue Bewerbung.

Im Fokus des Auswahlverfahrens steht eine fundierte Analyse der individuellen Kompetenzen sowie der vorhandenen Vorkenntnisse aus dem Studium. Neben Lebenslauf und Notenspiegel aus dem bisherigen Bildungsweg erörtert das Beratungsteam zusammen mit den Bewerbern die jeweiligen Vorkenntnisse und gleicht diese mit den Voraussetzungen für das angestrebte Berufsbild im IT- oder kaufmännischen Bereich ab. Der Individualtest gibt Auskunft über das fachspezifische Wissen; weitere Kernkompetenzen wie Teamfähigkeit und Lösungsorientierung werden im Rahmen von Gruppenarbeiten in den Bewerberrunden herausgefiltert. Gemeinsam erarbeitete Bewerbungsunterlagen runden das individuelle Profil der Kandidaten ab.

Neben dem üblichen Bewerbungsverfahren organisiert das Projekt auch Live Matching-Veranstaltungen: Dort treffen sich jeweils fünf bis sieben Unternehmen mit ebenso vielen Kandidatinnen und Kandidaten; Kurzpräsentationen und spontan vereinbarte Gespräche bieten die Gelegenheit, Ausbildungsverhältnisse anzubahnen.

[← zurück zu Kapitel 5](#)

Bewerberanalyse als Matchingtool

Fundierte Bewerberanalyse öffnet Türen zu Unternehmen



„Wir kennen einerseits unsere Mitgliedsunternehmen und andererseits die Bewerberinnen und Bewerber sehr gut. Daher ist das Matching bei uns so erfolgreich.“

Dr. Michaela Maier, Personal & Recruiting, CyberForum e. V.

Frau Dr. Maier, CyberForum e. V. ist ein großes, regional aktives Hightech-Unternehmens-Netzwerk. Inwiefern kommt dies den Studienabbrecherinnen und Studienabrechern, die von Ihnen beraten werden, zugute?

Unsere engen Kontakte zu den Betrieben haben wesentlich zum Erfolg des JOBSTARTER plus-Projekts „FINISH IT 2.0“ beigetragen: Zum einen verfügen wir über einen Pool mit 250 ausbildenden Unternehmen, die wir regelmäßig wegen freier Ausbildungsplätze anfragen können. Zum anderen helfen uns die entsprechenden Unternehmensprofile, die wir angelegt haben, sehr dabei, für jeden Bedarf den passenden Auszubildenden zu finden. So konnten wir innerhalb von drei Jahren über 70 Studienabbrechende erfolgreich vermitteln.

Wie stellen Sie den Kontakt zwischen einem ausbildungsinteressierten Studienabrecher und einem Unternehmen her?

Grundsätzlich gibt es hier zwei Wege des passgenauen Matching: Wir finden über unser mehrstufiges Auswahlverfahren, in dem die oder der ehemalige Studierende Einzel- und Gruppentermine durchläuft, einen oder mehrere Kandidaten, die die Anforderungen des Betriebs erfüllen. Der Kandidat verfasst dann eine Bewerbung, die wir zusammen mit dem Bewerbungsprofil und den individuellen Testergebnissen an das Unternehmen weiterleiten. Zudem bieten wir Live Matching-Veranstaltungen an, an denen sich ausgewählte Unternehmen und Bewerberinnen bzw. Bewerber im kleinen Kreis kennenlernen können.

Warum senden die Bewerberin bzw. der Bewerber ihre Unterlagen nicht direkt an das Unternehmen?

Unsere Erfahrung ist, dass Unternehmen eine Bewerbung mit anderen Augen anschauen, wenn die Empfehlung durch uns kommt. Denn aufgrund unserer intensiven Beschäftigung mit den jungen Menschen können die Unternehmen sicher sein, dass die Angaben im Bewerbungsprofil wirklich fundiert sind. Der weitere Kontakt – beispielsweise wegen der Verabredung von Probearbeitstagen, des Ausbildungsstarts oder der Ausbildungszeitverkürzung – läuft dann direkt zwischen dem Azubi in spe und dem Unternehmen.

Worauf achten Sie besonders bei der Organisation von Live Matching-Veranstaltungen?

Unternehmen sowie Kandidatinnen und Kandidaten sollten sich in einer Atmosphäre treffen können, die Vertrauen schafft und vor allem den jungen Menschen die Scheu nimmt. Zudem legen wir viel Wert darauf, dass uns die Unternehmen ihr Feedback zu einzelnen Bewerberinnen und Bewerbern reporten. Solche Lerneffekte sind sehr wichtig!



6. Projektmarketing: wie das Angebot bei den Zielgruppen ankommt

Um ihr spezifisches Beratungs- und Unterstützungsangebot bei den jeweiligen Zielgruppen bekannt zu machen, sollten Projekte bei ihrem Eigenmarketing auf einen guten Mix aus bewährten PR-Aktivitäten setzen. Inhalte, Formate und Kommunikations-Kanäle müssen dabei stets auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sein. Daher sollte sich jedes Projekt zunächst die Frage stellen, mit welcher Kommunikationsmaßnahme es z. B. Personaler in KMU oder Studienaussteigende möglichst ohne Streuverluste erreicht. Hier ist es empfehlenswert, sich die unterschiedlichen Mediennutzungsgewohnheiten bewusst zu machen: So erreicht man junge Menschen vor allem über Social Media-Kanäle wie Facebook, Instagram und Twitter, während sich die Eltern der Studienabbrecher oder auch die Unternehmensvertreter bevorzugt über „klassische“ Medien wie Tageszeitungen, Fernsehen und Radio informieren.

Praxisbeispiele in diesem Kapitel

| | |
|---|----|
| Praxisbeispiel 16: Projektwebsite Studienabbruch | 39 |
| Praxisbeispiel 17: Social Media-Auftritte | 40 |
| Praxisbeispiel 18: Erklärfilm Beratungsprozess | 41 |
| Praxisbeispiel 19: Plakatkampagne Erfolgsgeschichten | 42 |
| Praxisbeispiel 20: Veranstaltungsformat für KMU | 43 |
| Praxisbeispiel 21: Veranstaltungsformat für Studienzweifler | 44 |

Projektwebsite: Visitenkarte & Wissenspool

Der Webauftritt ist oftmals die erste Anlaufstelle für interessierte Zielgruppen. Diese „Online-Visitenkarte“ muss also übersichtlich gestaltet sein, regelmäßig mit aktuellen Inhalten gepflegt werden und dem Infor-

mationsbedürfnis der angesprochenen Zielgruppen entsprechen. Neben einem Wissenspool zum Thema „Studienabbruch“ sollte der Webauftritt detaillierte Informationen zu Inhalten und zur Vorgehensweise

des Beratungsangebots enthalten. Die persönliche Vorstellung des Beratungspersonals – wenn möglich mit Foto – schafft Vertrauen bei den Ratsuchenden. Hilfreich sind auch Berichte ehemaliger Studienzweifler oder Studienabbrecher, die vom Projekt erfolgreich beraten wurden. Flankierend sollte die Website auf interessante Termine und Veranstaltungen für die

Studienaussteigenden aufmerksam machen. Ein auf der Projektwebsite eingebundenes Anfrageformular wird erfahrungsgemäß von den Ratsuchenden gern zur Kontaktaufnahme genutzt.

- ▶ Praxisbeispiel 16: Projektwebsite Studienabbruch ([S. 39](#))

Pressearbeit – mit Erfolgs-Storys die Zielgruppen erreichen

Beratungsprojekte sollten in ihre Pressearbeit alle modernen und klassischen Medienkanäle einbeziehen, um auf ihr Service-Angebot aufmerksam zu machen: Studienabbrechende nutzen – wie oben erwähnt – vor allem Plattformen der Sozialen Medien, um sich zu informieren und mit anderen zu vernetzen. Hier bieten sich für Beratungsprojekte vielfältige Möglichkeiten, um die junge Zielgruppe mit unterschiedlichen Tools wie Text, Bild, Video, Clips etc. zu erreichen. Facebook & Co erfordern ein gewisses Zeitinvestment; sie eröffnen jedoch viele Chancen, um eine abwechslungsreiche und zielgruppennahe Kommunikation mit einer wachsenden Community aufzubauen. Fernseh- und Radioprogramme hingegen spielen in diesem Alter eine untergeordnete Rolle; am ehesten erreicht man Studierende über das Campus-Radio der Hochschule oder über jugendaffine Lokalsender.

Eltern sind für Studienzweifler wichtige Ratgeber – und deshalb auch für Projekte eine wichtige Zielgruppe. Erfahrungsgemäß nutzen die älteren Generationen nach wie vor die bevorzugten „klassischen“ Informationsquellen: Berichte über Beratungsangebote für Studienzweifler in Tageszeitungen oder auch im Fernsehen erzielen bei der älteren „Influencer-Generation“ einen hohen Aufmerksamkeitswert. Daher empfiehlt es sich, kontinuierlich Pressemitteilungen über Highlights aus der Projektarbeit, Veranstaltungen und Erfolgs-Storys von Studienabbrechern, die ihren Weg in der dualen Berufsausbildung gefunden haben, zu publizieren.

- ▶ Praxisbeispiel 17: Social Media-Auftritte ([S. 40](#))

Mit PR-Aktionen für Aufsehen sorgen

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit gibt es eine große Bandbreite an Kommunikationsmitteln, mit denen ein Beratungsprojekt sein Angebot – sowohl bei der Zielgruppe der Studienabbrechenden und Multiplikatoren im universitären Umfeld als auch bei der Zielgruppe der KMU und der regionalen Akteure im Ausbildungsbereich (Jobcenter, Kammern etc.) – bekannt machen kann. Zur Grundausstattung zählen bei allen JOBSTARTER plus-Projekten Printprodukte wie Pro-

jektflyer, Plakate, Infoblätter und Aushänge (bspw. in Infokästen der Beratungsstellen und Hochschulen). Anzeigenschaltungen (u.a. in hochschulnahen Magazinen), kostenlose Werbeartikel – sogenannte Give-aways – sowie Postkarten mit einem **QR-Code**, der direkt zur Projekthomepage führt, sprechen vor allem die junge Zielgruppe an. Auch Erklärvideos, die auf der Projektwebsite und auf **YouTube** verfügbar sind, erhöhen die Wahrnehmungsrate für das Beratungsangebot der Pro-

ekte. Für die Ansprache von KMU haben sich vor allem Flyer und Broschüren mit zielgruppenspezifischen Hintergrundinformationen bewährt. Wichtig ist, die Sprache und die Bebilderung auf die jeweiligen unterschiedlichen Zielgruppen auszurichten.

- ▶ Praxisbeispiel 18: Erklärfilm Beratungsprozess ([S. 41](#))
- ▶ Praxisbeispiel 19: Plakatkampagne Erfolgsgeschichten ([S. 42](#))

Informationsveranstaltungen – Wissenstransfer mit den Zielgruppen

Für die frühzeitige Ansprache von Studienzweiflerinnen und Studienzweiflern sind Veranstaltungsformate ideal, bei denen Informationen zu Anschlussmöglichkeiten und Karrierewegen in der beruflichen Bildung, Good-Practice-Beispiele sowie erste Gesprächsmöglichkeiten mit Ansprechpartnern zu einem Paket geschnürt sind. Dabei kann es sich um Veranstaltungen handeln, die die Projekte in Eigenregie oder auch in Kooperation mit anderen Partnern planen und umsetzen. Mit Veranstaltungen erreichen die Projekte nicht nur potenzielle Studienaussteigende, sondern auch Multiplikatoren in der Arbeitsverwaltung, in Jobcentern

und Kammern etc., um auch diese Zielgruppe über das eigene Beratungsangebot zu informieren. Für Unternehmen eignen sich zudem Fachtagungen, die ihnen den direkten Kontakt mit regionalen Akteuren sowie den Austausch mit KMU, die über Erfahrungen mit Studienabbrechenden verfügen, ermöglichen.

- ▶ Praxisbeispiel 20: Veranstaltungsformat für KMU ([S. 43](#))
- ▶ Praxisbeispiel 21: Veranstaltungsformat für Studienzweifler ([S. 44](#))

Ausbildungs- und Karrieremessen: Kontakte, Kontakte, Kontakte

Regionale Hochschul- und Ausbildungsmessen wie beispielsweise die „jobmesse“ und die Karriere-Messe „**Stuzubi**“ in diversen deutschen Städten, die **job4u**- oder auch die **Studienaussteiger-Messe** in Berlin bieten viele Möglichkeiten, um effizient mit potenziellen Studienabbrechenden direkt in Kontakt zu treten

und Multiplikatoren wie Eltern und Freunde auf das spezielle Beratungsangebot aufmerksam zu machen. Der persönliche Kontakt schafft eine Vertrauensbasis, auf der dann im Beratungsprozess sehr gut aufgebaut werden kann.

Praxisbeispiel 16

Projektwebsite Studienabbruch



Das Ziel

„Wir bringen Betriebe und Neuorientierer zusammen“ – so lautet das Credo des **JOBSTARTER plus-Projekts „yourPUSH – Perspektive im Handwerk für Studienaussteiger“**. Die „yourPUSH“-Website unterstützt dieses Projektziel mit einem Informationsangebot, das auf die spezifischen Bedürfnisse der Zielgruppen KMU und Studienabbrechende zugeschnitten ist.



Die Maßnahme

Das Projekt spricht in den Rubriken „Beratung für Neuorientierer“ und „Beratung für Betriebe“ beide Zielgruppen direkt an: So erfahren Studienabbrechende alles Wissenswerte über die Perspektiven in der Zielbranche des Handwerks. Zahlreiche authentische Erfolgsgeschichten ehemaliger Ratsuchender untermauern die positiven Zukunftsaussichten für Studienabbrecher und schaffen somit bei der jungen Zielgruppe Vertrauen in die Beratungsleistung des Projekts.

Das kostenlose und unverbindliche Service-Angebot baut potenziell vorhandene Ängste und Hemmschwellen ab. Besonderen Wert legt das Projekt darauf, den Ratsuchenden die Kontaktanbahnung so leicht wie möglich zu gestalten – zum Beispiel im Rahmen der offenen Beratungssprechstunden und der Einladung zu einem persönlichen Gespräch.

Eine überzeugende Präsentation seines Leistungsportfolios für KMU bietet das Projekt in der Rubrik „Beratung für Betriebe“. Das Informationsangebot sensibilisiert Unternehmen mit Fachkräftemangel für die besondere Zielgruppe der Studienabbrechenden und erläutert deren Vorteile als potenzielle Auszubildende. Zum Serviceangebot gehören auch praxisorientierte **Leitfäden**, die als Downloads zur Verfügung stehen.

[← zurück zu Kapitel 6](#)

Praxisbeispiel 17

Social Media-Auftritte



Das Ziel

Wer die Zielgruppe der Studienabbrechenden erreichen möchte, sollte auf jenen Kanälen kommunizieren, die von jungen Menschen gerne genutzt werden – beispielsweise Instagram, Snapchat, Facebook und Twitter. Diese Social Media-Formate bieten die Möglichkeit, vernetzt zu kommunizieren und dabei die Wirkung von Multiplikatoren und Meinungsführern (sogenannten Influencern) zu nutzen. Projekte können dabei sowohl über einen eigenen Account als auch auf den Kanälen ihrer Netzwerkpartner Nachrichten (sogenannte Posts) streuen.



Die Maßnahme

Aus Sicht des **JOBSTARTER plus-Projekts „Erfolgreich 2.0“** ist Facebook eine ideale Plattform, um mit projektspezifischem Content mehrere Zielgruppen anzusprechen: sowohl Unternehmen, auf die sich der Projektträger „Ems-Achse Jobmotor Nordwest“ in seiner Arbeit fokussiert, als auch Studierende und deren Umfeld. Die Posts thematisieren beispielsweise diverse Projektaktivitäten und zeichnen gelungene Matching-Prozesse nach. Um einen möglichst authentischen Content zu posten, fordert das Projekt u. a. erfolgreich vermittelte Kandidatinnen und Kandidaten auf, kurze Erfahrungsberichte zu verfassen.

Auch das **JOBSTARTER plus-Projekt „yourPUSH – Perspektive im Handwerk für Studienaussteiger“** nutzt Facebook zur Kommunikation mit Studienzweiflern: Auf dem Account seines Kooperationspartners – der Goethe-Universität Frankfurt/Main – informiert die Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main über gemeinsame Veranstaltungen mit dem **Career Center der Universität** sowie über Sprechstundetermine für Studierende.

„Wer auf Social Media-Kanälen mit Zielgruppen nachhaltig kommunizieren möchte, sollte kontinuierlich präsent und bereit sein, neben den eigenen Posts auch Zeit ins Feedback auf Reaktionen der Community zu investieren.“

Wilko Alberring, Projekt „Erfolgreich 2.0“

[← zurück zu Kapitel 6](#)

Praxisbeispiel 18

Erklärfilm Beratungsprozess



Das Ziel

Viele Studienzweifler haben gegenüber Beratungsinstitutionen Schwellenängste. Diesen jungen Menschen möchte das **JOBSTARTER plus-Projekt „ask for change“** den Weg ebnen – mit einem Film im Comic-Stil, der exemplarisch für viele Betroffene die Geschichte von Max erzählt.



Die Maßnahme

Mit der Person von Max – einem jungen Mann, der im 5. Semester nach einer missglückten Prüfung exmatrikuliert wird – schafft „ask for change“ eine Identifikationsfigur für die Zielgruppen des Projekts. Auf Ratlosigkeit und Verzweiflung folgt – durch die Empfehlung einer Kommilitonin – der „erlösende“ Schritt zum Beratungsgespräch. Max stellt die dortigen Kontaktpersonen vor und erzählt von seiner gelungenen Vermittlung in ein Ausbildungsverhältnis.

Der Film transportiert – neben dem exemplarischen Werdegang vom Studienabbruch zum Neustart in der dualen Ausbildung – über Bild, Text und Stimme aus dem Off wichtige Botschaften: Die nahe gelegene Beratungsstelle an der Hochschule Wismar erwartet Ratsuchende mit offenen Armen; das kompetente Beratungsteam besteht aus Menschen, zu denen man schnell Vertrauen aufbauen kann. Sie sind Experten, die zusammen mit dem Ratsuchenden rasch eine Zukunftsperspektive entwickeln können. Und: Eine Exmatrikulation bedeutet nicht das Ende der Welt, sondern kann der Anfang einer neuen Karriere sein. Das Projekt verbreitet den „Happy End-Clip“ auf Veranstaltungen, Messen, der Projektwebsite und in verschiedenen Social Media-Kanälen.

Praxisbeispiel 19

Plakatkampagne Erfolgsgeschichten



Das Ziel

Welche Berufschancen habe ich, wenn ich das Studium ohne Abschluss beende? Diese Frage stellen sich viele Studienzweifler. Antworten gibt das **JOBSTARTER plus-Projekt „SWITCH – Die Full-Service-Agentur für Studienabbrecher und Studienabrecherinnen“** mit fünf Testimonials, die den Schritt vom Hörsaal in die Ausbildung gemacht haben. Die Plakatkampagne stellt junge Menschen vor, denen mit Unterstützung von SWITCH eine berufliche Neuorientierung gelungen ist.



Die Maßnahme

Die Testimonials der Plakatkampagne stehen für eher ungewöhnliche Kombinationen von Studienfach und Ausbildungsberuf: Eine ehemalige Lehramtsstudentin für Latein absolvierte eine Ausbildung zur Industrie-kauffrau; ein früherer Student der Fahrzeugantriebstechnik ist nun weltweit als Mechatroniker tätig; der heutige Gruppenleiter im IT-Betrieb der RWTH Aachen hat mit Hilfe von SWITCH nach dem abgebrochenen Lehramtsstudium seinen Traumberuf gefunden – solche authentischen Lebensläufe sollen besonders Studienzweiflern in fortgeschrittenen Semestern Mut machen und Perspektiven aufzeigen. Die Plakate weisen zudem auf die Möglichkeit einer verkürzten Ausbildung für Studienabbrechende hin: Diese Option stellt erfahrungsgemäß für viele einen großen Anreiz dar. SWITCH schaltete die Kampagnenmotive dort, wo der Kontakt mit Studentinnen und Studenten wahrscheinlich ist: An Fassaden und Pinnwänden im Umfeld der Universität, in Stadtbussen, auf Litfaßsäulen und City Lights. Als positiven Nebeneffekt erhöhte die Kampagne den Bekanntheitsgrad von SWITCH und generierte auch für jene Unternehmen, die die Studienabbrechenden ausgebildet hatten, viel Aufmerksamkeit.

„Wir haben für die Kampagne ganz bewusst ehemalige Studierende ab Mitte 20 als Testimonials ausgewählt. Denn aus der Beratungspraxis wissen wir, dass ihnen nach so vielen Semestern der Abbruch besonders schwerfällt.“

Lotta Conrads, Projekt „SWITCH“

[← zurück zu Kapitel 6](#)

Praxisbeispiel 20

Veranstaltungsformat für KMU



Das Ziel

Sind ehemalige Studentinnen und Studenten als Auszubildende eine Lösung für das Fachkräfteproblem von Unternehmen? Mit der Fachtagung „Vor Anker gehen – Nach dem Studienabbruch ins Unternehmen“ hat das **JOBSTARTER plus-Projekt „Plan B – Durchstarten in die berufliche Zukunft“** ein zielgruppenspezifisches Veranstaltungsformat ins Leben gerufen, das Unternehmen und anderen Akteuren aus der Praxis die Gelegenheit zu einem Erfahrungsaustausch zwischen Wissenschaft, Beratungsprojekten, der Agentur für Arbeit sowie Auszubildenden bietet.



Die Maßnahme

Eine solche Fachtagung ermöglicht es dem Projekt, Unternehmen für die Zielgruppe der Studienabbrecheren zu sensibilisieren und auf deren besondere Vorteile für das jeweilige ausbildende Unternehmen aufmerksam zu machen. Bewährt hat sich hierbei, wenn sich aufgeschlossene, aber in Bezug auf Studienabbrecher als Auszubildende noch unerfahrene Unternehmen direkt mit Betrieben austauschen können, die bereits über Erfahrungen mit dieser besonderen Gruppe von Auszubildenden verfügen. Auch Erfahrungsberichte ehemaliger Studienabbrecher, die eine Ausbildung absolviert haben, können dazu beitragen, die Win-win-Situation für Betriebe und Jugendliche aufzuzeigen. Ziel der Veranstaltung ist, KMU zu motivieren, sich der Zielgruppe verstärkt zu öffnen und mögliche Vorurteile gegenüber diesen Bewerberinnen und Bewerber abzubauen. Fachtagungen für KMU sind zudem eine ideale Plattform, um Unternehmen mit regionalen Akteuren und deren Serviceangebot bekannt zu machen. Interessierte Betriebe erfahren so, wo sie konkrete Unterstützung erhalten können, wenn sie mit ehemaligen Studierenden in Kontakt treten möchten.

Um die wichtigsten Ergebnisse einer solchen Fachtagung weiteren interessierten Unternehmen wie auch anderen Akteuren zur Verfügung stellen zu können, empfiehlt sich eine Dokumentation, die als Download auf der Projektwebsite angeboten wird.

Praxisbeispiel 21

Veranstaltungsformat für Studienzweifler



Das Ziel

Wer kann mir bei meinen Studienzweifeln Orientierung geben? Und welche Chancen auf eine berufliche Karriere habe ich noch, wenn ich mein Studium abbreche? Das **JOBSTARTER plus-Projekt „Kursänderung!“** und seine Netzwerkpartner zeigen jungen Menschen in kompakten Informationsveranstaltungen Wege auf, die neue Horizonte eröffnen.



Die Maßnahme

Mehrmals pro Jahr laden die Handwerkskammern Flensburg und Lübeck gemeinsam mit ihren Netzwerkpartnern Studentinnen und Studenten zu zweistündigen Veranstaltungen in die Berufsinformationszentren (BIZ) Kiel und Flensburg ein. Die vom Projekt erstellten Einladungs-Flyer und -Plakate werden von den Hochschulen und Kammern zur Bewerbung der Veranstaltung genutzt. Parallel sprechen die Zentralen Studienberatungsstellen der beteiligten Hochschulen alle Studierenden mit persönlichen Anschreiben direkt an – jeweils circa sechs Wochen und nochmals sieben Tage vor der jeweiligen Veranstaltung.

Ziel der Informationsveranstaltungen ist, den Ratsuchenden die persönliche Kontaktaufnahme zu erleichtern und in Einzelgesprächen erste Informationen zu vermitteln, um dann in einem späteren Beratungsgespräch konkrete, individuelle Wege in die Ausbildung zu erörtern. Die Netzwerkpartner stellen dabei wie auf einem Marktplatz ihr breitgefächertes Informationsangebot zum Thema „Umorientierung“ zur Verfügung – von Studienfachwechsel, Weiterbildung bis hin zur dualen Ausbildung. In Kiel berichten zudem ehemalige Studienabbrechende, die eine Ausbildung absolviert haben, sowie Unternehmen in einem zentralen Vortrag über ihre Erfahrungen. Aufgrund der regen Teilnahme – in Kiel kommen im Durchschnitt bis zu 70 Ratsuchende – und der daraus resultierenden Beratungsnachfrage plant das Projekt die Umsetzung dieses Formats zukünftig auch in Lübeck.

[← zurück zu Kapitel 6](#)

Übersicht der Praxisbeispiele

| | |
|---|----|
| Praxisbeispiel 1: Broschüre Richtungswechsel?! | 7 |
| Praxisbeispiel 2: Netzwerk aus Multiplikatoren | 8 |
| Praxisbeispiel 3: Prozessskizze Frühwarnsystem | 12 |
| Praxisbeispiel 4: Kompetenzberatung | 16 |
| Praxisbeispiel 5: Überleitungsbogen Datenschutz | 17 |
| Praxisbeispiel 6: Broschüre „Rechtliche Aspekte“ | 21 |
| Praxisbeispiel 7: Online-Tool für IT-Berufe | 22 |
| Praxisbeispiel 8: Leitfaden für Studienabbrechende | 25 |
| Praxisbeispiel 9: Online-Plattform für Unternehmensprofile | 26 |
| Praxisbeispiel 10: Flyer für Zielgruppenansprache | 27 |
| Praxisbeispiel 11: Matchingtool für KMU | 28 |
| Praxisbeispiel 12: Attraktivitätscheck für KMU | 31 |
| Praxisbeispiel 13: Maßnahmen-Katalog für KMU | 32 |
| Praxisbeispiel 14: Ratgeber für KMU | 33 |
| Praxisbeispiel 15: Bewerberanalyse als Matchingtool | 34 |
| Praxisbeispiel 16: Projektwebsite Studienabbruch | 39 |
| Praxisbeispiel 17: Social Media-Auftritte | 40 |
| Praxisbeispiel 18: Erklärfilm Beratungsprozess | 41 |
| Praxisbeispiel 19: Plakatkampagne Erfolgsgeschichten | 42 |
| Praxisbeispiel 20: Veranstaltungsformat für KMU | 43 |
| Praxisbeispiel 21: Veranstaltungsformat für Studienzweifler | 44 |

