



Konzept für die Installation einer mobilen Jugendberufsagentur im Landkreis Stendal

Verfasser:

Landkreis Stendal
Wirtschaftsförderung & Projektmanagement
Herr Andreas Uiffinger
Projektleiter Koordinierungsstelle RÜMSA
Stadtseeallee 71
39576 Hansestadt Stendal

Stand 14. September 2020

Das Landesprogramm Regionales Übergangsmanagement (RÜMSA) wird gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION
ESF
Europäischer
Sozialfonds

**HIER INVESTIERT EUROPA
IN DIE ZUKUNFT UNSERES LANDES.** 1 von 31
www.europa.sachsen-anhalt.de



Inhaltsverzeichnis

1. VORWORT	3
2. ZIELSTELLUNG	3
3. ZIELGRUPPEN	4
4. BEDARFSERMITTLUNG	6
5. MOBILE JUGENDARBEIT IM LANDKREIS STENDAL	7
6. BERUFSORIENTIERUNG IM LANDKREIS STENDAL	9
7. DIE HANDLUNGSSÄULE II – U 15 LOTSEN	10
8. UMSETZUNG DER MOBILEN JUGENDBERUFSAGENTUR IM LANDKREIS STENDAL.....	10
ANLAGE 1: AKTUELLE ZAHLEN UND FAKTEN	18
ANLAGE 2: AUSWERTUNG DER ERHOBENEN DATEN ZUR BEDARFSERMITTLUNG DER MOBILEN JUGENDBERUFSAGENTUR IM LANDKREIS STENDAL.....	19



1. Vorwort

Der Landkreis Stendal erweitert seine bereits bestehenden Aktivitäten zur Unterstützung Jugendlicher und junger Erwachsener am Übergang Schule - Beruf mit der Durchführung des Landesprogramms "Regionales Übergangsmanagement Sachsen-Anhalt (RÜMSA)".

Während in der Handlungssäule I die regionale RÜMSA Koordinierungsstelle die operative Projektarbeit – unter der Prämisse der Erfüllung der gesetzten Zielvereinbarung – vorantreibt, wird parallel in der Handlungssäule II der Förderschwerpunkte auf das Projekt „Bildungsmentoring - U15 Lotsen“ gesetzt. Als Trägerverbund koordiniert der Partner Kinderstärken e.V. als übergeordnete Netzwerkstelle 8 weitere Partner in der aufsuchenden Sozialarbeit. Insbesondere hier erwarten die Bündnispartner konkrete Ergebnisse, wie aufsuchende Sozialarbeit positiv auf die jungen Menschen wirkt. Die Erfahrungen aus dem Projekt werden in die Arbeit der Jugendberufsagentur im Landkreis Stendal einfließen.

Der Landkreis Stendal verfolgt mit seinen Kooperationspartnern das Ziel, langfristig alle jungen Menschen zu erreichen und entsprechend ihrer Ausgangslage eine passgenaue Lösung für ihren individuellen Übergang Schule-Beruf zu erarbeiten. RÜMSA eröffnet uns die Möglichkeit, systematisch Synergieeffekte in der rechtskreisübergreifenden Zusammenarbeit zu nutzen und individuelle sowie bedarfsgerechte Berufsorientierungsangebote aus einer Hand anzubieten.

Trotz der geringen Einwohnerzahl, aber bedingt durch die Großflächigkeit bietet der Landkreis Stendal seinen Einwohnern ein großes Angebot an Einrichtungen, aktuell sind das: 104 Kindertageseinrichtungen, 26 Grundschulen, 9 Sekundarschulen, 2 Gemeinschaftsschulen, 5 Gymnasien, 1 Berufsbildende Schule, 2 Berufsfachschulen, 6 Förderschulen, 1 Hochschule und eine Vielzahl an Kultur-, Freizeit- und Sporteinrichtungen. Einige weiterführende Informationen und Zahlen sind in der beigefügten Anlage 1 zu finden.

2. Zielstellung

Ziel und damit auch Zweck der mobilen Jugendberufsagentur (mJBA) im Landkreis Stendal ist es, die schulische und berufliche Entwicklung zu fördern und unterstützen. Es gilt Abbrüchen in der frühen beruflichen Entwicklung vorzubeugen.

Für die Umsetzung der Ziele bedarf es einer engen Zusammenarbeit der Kooperationspartner und Akteure. Die demografische und geografische Situation des Landkreises Stendal und die Erfahrung der Kooperationspartner skizzieren als Basis des Entwicklungsprozesses die Voraussetzungen einer funktionierenden mobilen Jugendberufsagentur (mJBA) im Landkreis Stendal und soll zielgerichtet zur messbaren Verbesserung der Ausgangslage in der Zielgruppe erprobt und verstetigt werden.

Bundesweit wird mit dem Thema Übergangsmanagement im Kontext Übergang Schule – Beruf unterschiedlich umgegangen. Je nach Bundesland und Region werden Bundesprojekte, Projekte der Bundesagentur für Arbeit oder wie in Sachsen – Anhalt Landesprojekte mit ESF-Co-Finanzierung zur



Überwindung der Schwierigkeiten im Übergang Schule und Beruf beschränkt. Das Thema ist komplex, da die unterschiedlichsten Rahmenbedingungen in den Regionen zwangsläufig zu nicht deckungsgleichen Prozessen in der Entwicklung einer JBA führen. Auch zeitlich befinden sich die Regionen in den unterschiedlichsten Stadien der Umsetzung ihrer JBA. Gerade Ballungszentren wie beispielsweise Hamburg und Berlin arbeiten schon längst mit ihren JBAs. Die Schwierigkeit, auch im Hinblick auf eine Best-Practice-Anwendung, ist die vollkommen unvergleichliche Ausgangslage der Ballungszentren in Bezug auf Geografie, Demografie, Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Schullandschaft.

Im Landkreis Stendal wird von Anfang an die Auffassung vertreten, dass nur eine mJBA mit aufsuchendem Charakter im Lichte der regionalen Besonderheiten zielführend zur positiven Veränderung der Ausgangslage beiträgt. Derzeit ist bundesweit kein Landkreis bekannt, der mit vergleichbarer Ausgangssituation bereits erfolgreich ein regionales Übergangsmanagement etabliert hat. Insofern ist es hier notwendig eigene (mutige) Ideen zur Umsetzung der o.g. Ziele zu entwickeln. Dabei spielen der enge Zeitplan und das vorgegebene Budget eine zentrale Rolle. Bedarfsanalyse und Umsetzung der Ziele müssen in einem erprobten Konzept für eine mJBA im Landkreis Stendal eingeflossen und relevante Erfolgsfaktoren definiert sein.

Ziel der mJBA ist es, ein verbessertes Übergangsmanagement zwischen Schule und Beruf für alle jungen Menschen im Landkreis im Alter von 13 bis 25 anzubieten. Die Kooperationspartner bieten schon heute ein breit gefächertes Angebot für die jungen Menschen, welches durch eine sinnhafte Verknüpfung für mehr Transparenz bei den Zielgruppen sorgen wird. Diese Angebote effizient den jungen Menschen zu unterbreiten und dabei die regionalen Besonderheiten des Landkreises Stendal zu beachten sind die Herausforderungen, an der sich die mJBA im Landkreis Stendal messen lassen muss.

Die konkreten Ziele der mJBA ergeben sich schließlich aus den beschriebenen regionalen Besonderheiten, dem Verhalten der Zielgruppe im Kontext der Berufsorientierung und aller damit auftretenden Hürden und selbstverständlich aus dem gesetzlichen Auftrag der Kooperationspartner.

- 1. Erreichbarkeit der Zielgruppe stärken**
- 2. Lange Wege für die Zielgruppe abkürzen**
- 3. Angebote der Kooperationspartner aus einer Hand darstellen (One-Stop-Government)**
- 4. Frühzeitige Berufsorientierung mit bestmöglicher Prävention und Beseitigung von Hindernissen**

3. Zielgruppen

Zielgruppe sind alle jungen Menschen im Alter von 13 bis 25 Jahren. Ein besonderer Schwerpunkt soll auf junge Menschen gelegt werden, welche durch soziale, ökonomische und räumliche Problemlagen ohne Anschlussperspektive sind oder drohen in diese hineinzurutschen. Somit ist der Fokus auf jene jungen Menschen zu richten, welche durch die vielfältigen Angebote der Kooperationspartner inner- und außerschulisch nicht erreicht werden. Dabei sind Eltern und Erziehungsberechtigte, Schulen, Träger der Jugendhilfe und Projekte im Kontext Schule und Beruf wichtige Partner. Die Gründe,



warum junge Menschen die Angebote der Rechtskreise nicht annehmen (können) sind vielfältig und oftmals komplex. Gemeinsame Fallbearbeitung ist der Schlüssel, um Potentiale aufzuzeigen und etwaige Abbrüche in der schulischen und beruflichen Bildung aufzufangen sowie bestenfalls zu unterbinden.

3.1. Junge Menschen

In der Phase zwischen Kindheit und Erwachsensein befindet sich der junge Mensch in einer „interessanten“ Zeit. Ein zentrales Thema dabei ist die Zukunft und damit die Berufsorientierung.

Ohne Rücksicht auf Herkunft, Geschlecht oder wirtschaftliche Lage hat jeder junge Mensch das Recht auf eine seine Begabungen, seine Fähigkeiten und seine Neigung fördernde Erziehung, Bildung und Ausbildung.

Jedes Jahr verlassen zu viele junge Menschen die Schule ohne einen Schulabschluss. Eine geeignete Berufsausbildung zu finden, ohne einen Mindestschulabschluss erworben zu haben, ist sehr schwierig. Die Schüler*innen ohne Schulabschluss haben einen erhöhten Bedarf an Vorbereitung für ihr Berufsleben und laufen Gefahr, für ihren Lebensunterhalt nicht oder nicht vollständig aufkommen zu können. Eine frühe Karriere im Sozialleistungsbezug ist nicht ausgeschlossen. Einige weiterführende Informationen und Zahlen sind in der beigefügten Anlage 1 zu finden.

Weiterhin ist die Zahl der Ausbildungsaufösungen zu hoch. Für die Unternehmen bedeutet das nicht unerhebliche Kosten und Mühen, geeignete Auszubildende zu finden. Für die Eltern der Auszubildenden ist es oft sehr schwierig, Wege zu finden, um einen Abbruch in der Berufsausbildung zu verhindern. Für die Auszubildenden selbst kann neben viel Zeitverlust auch die Gefahr bestehen, ohne oder ohne geeigneten Berufsabschluss die Berufskarriere zu beginnen. Genau wie bei einem Schulabgang ohne Schulabschluss besteht die Gefahr, für den eigenen Lebensunterhalt nicht oder nicht vollständig aufkommen zu können.

Das alles wirkt sich in seiner Komplexität verunsichernd auf den Prozess der Berufsorientierung aus und überfordert den jungen Menschen schnell.

3.2. Eltern und Bezugspersonen

Eltern und Bezugspersonen sind im Kontext der Berufsorientierung und Berufswahl eine sehr wichtige Komponente. An erster Stelle (89 Prozent) gaben die befragten Schüler der McDonalds Studie 2019 an, dass Ihnen Gespräche mit den Eltern und Bezugspersonen als Informationsquelle für eine Berufsorientierung wichtig sind. Das Bild der eigenen Zukunft wird also stark durch die Eltern geprägt. Dieser Rolle muss sich die Elterngeneration bewusst sein und somit in den Berufsorientierungsprozess einbezogen werden.



Hier kann auch ein Ergebnis der Expert*innen-Interviews vorweg genommen werden. Eltern oder Bezugspersonen müssen mehr in den Focus der Berufsorientierung gerückt werden, um gerade für schwer erreichbare junge Menschen eine verlässliche Basis für den Übergangsprozess Schule und Beruf darzustellen.

4. Bedarfsermittlung

Um den Bedarf im Landkreis Stendal hin zu einer mJBA herauszufinden, hat sich die RÜMSA Arbeitsgruppe entschlossen, eine zweigleisige Bedarfsermittlung (siehe Anlage 2) herbeizuführen. Es wurden Fragen für Experteninterviews und für die Befragung von jungen Menschen entwickelt.

Die Bedarfsermittlung diene dem Vergleich der vorgegeben Ziele mit den regionalen Anforderungen an die zukünftige mJBA und gibt damit vor, welche in Betracht kommenden Varianten einer mJBA im Landkreis Stendal am meisten den Zielgruppen zu Gute kommen.

4.1. Fazit aus den Interviews

Die Expert*innen-Interviews zeigten auf, dass im Landkreis Stendal im Sinne der Berufsorientierung schon viel getan wird. Trotzdem bedarf es im Detail noch vieler Lückenschlüsse.

Die Aufgaben der mJBA

1. **Erreichbarkeit der Zielgruppe stärken**
2. **Lange Wege für die Zielgruppe abkürzen**
3. **Angebote der Kooperationspartner aus einer Hand darstellen (One-Stop-Government)**
4. **Frühzeitige Berufsorientierung mit bestmöglicher Prävention und Beseitigung von Hindernissen**

wurden durch die Antworten der Expert*innen unterstützt und sogar verdeutlicht.

Die verstärkte Einbeziehung der Eltern bzw. Bezugspersonen in den Prozess zieht sich wie ein roter Faden durch sämtliche Antworten. Dem müssen die Kooperationspartner im Landkreis Stendal genauso gerecht werden wie der Aufgabe, dass die fehlende Mobilität in einem Flächenlandkreis eine Herausforderung in der außerschulischen Berufsorientierung darstellt. Berufsorientierung beginnt und endet nicht in der Schule, sondern viele Faktoren spielen eine Rolle. Schwer erreichbare junge Menschen können nicht allein durch zusätzliche virtuelle Angebote erreicht werden, sondern benötigen sozialarbeitende, konkrete und persönliche Kontakte. Dies wird durch die mJBA erfüllt.

Die Befragung der Schüler*innen wurde mit 85 Teilnehmer*innen durchgeführt, aufgrund dieser relativ geringen Teilnehmerzahl ist ein valides Fazit nicht möglich. Trotzdem bekommt man hier eine Richtung, was der junge Mensch von der Berufsorientierung erwartet.

Den Befragten ist ihre berufliche Zukunft wichtig. Sie informieren sich meist breit aufgestellt in der Familie, unter Freunden und Bekannten, aber auch im Internet und nutzen die bereits bestehenden



Angebote der Berufsinformation durch die Agentur für Arbeit Stendal in der Schule und im BIZ. Die Schüler*innen besuchen Ausbildungsbörsen und wünschen sich eine persönliche Beratung. Interessant ist die Nachfrage zur Berufsorientierung am Nachmittag. Hier müssen weitere Angebote entwickelt werden beziehungsweise die bestehenden Angebote zugänglich gemacht werden.

4.2. Auswertung der Bedarfsermittlung

Die Bedarfsermittlung ergab wertvolle Hinweise für die mJBA im Landkreis Stendal, welche bei der Auswahl und Umsetzung umzusetzen sind.

- Einbeziehung der Eltern / Bezugspersonen in die Berufsorientierung
- Fehlende Mobilität der Zielgruppen erkennen und Angebote der Berufsorientierung darauf anpassen
- Außerschulische Beratung flächendeckend ermöglichen
- Individuelle und persönliche Beratung ausbauen
- Virtuelle Angebote zielgruppengerecht anbieten

5. Mobile Jugendarbeit im Landkreis Stendal

Mobile Jugendarbeit im Landkreis Stendal agiert nach Prinzipien und Methoden der Sozialen Arbeit und ist durch Besonderheiten gekennzeichnet. Sie ist ein lebensweltnahes und dezentrales Angebot für junge Menschen im Alter von 6 bis 27 Jahren.

Sie basiert auf dem Prinzip der Freiwilligkeit. Das erfordert den Aufbau von Vertrauensbasis und Akzeptanz. Erst unter dieser Prämisse wird Mobile Jugendarbeit als Ansprechpartner bei Problemen (Fachkräfte der Mobilen Jugendarbeit werden nur bei Problemen gefragt) gesehen. Sie hat Einblicke in Lebenswelten (Lebenslagen) junger Menschen und orientiert sich bei der Planung der Angebote an deren Bedarfen. Durch die Nähe zur Zielgruppe fungiert sie als Seismograph im Erkennen und Weiterleiten neuer Trends und Entwicklungen junger Menschen und Bedingungen im Sozialraum.

Mobile Jugendarbeit fungiert gemeinwesensorientiert. Junge Menschen werden zu Partizipation und zur Beteiligung am gesellschaftlichen Leben in ihrem sozialen Umfeld angehalten.

Zum größten Teil bietet Mobile Jugendarbeit im Landkreis Stendal die außerschulische Freizeitbeschäftigung in Form von Gruppenangeboten mit „Spaßfaktor“ und positiver Wirkung auf die Persönlichkeit. Insbesondere werden die intrinsische Motivation und die Handlungsfähigkeit junger Menschen gefördert, um einerseits das Interesse an thematischen Aktivitäten (z.B. Sport, kreative Gestaltung, Gesang, Modellieren etc.) zu wecken und andererseits den Übergang zu weiterführenden Angeboten (z.B. Berufsorientierung) zu ermöglichen.

Fundamentaler Ansatz der Mobilen Jugendarbeit ist die Prävention. Bei temporär auftretenden Problemlagen der Zielgruppe leistet sie üblicherweise die sekundäre Präventionsarbeit, indem an



entsprechende Kooperationspartner weiter vermittelt wird. Diesbezüglich ist schnelles und situatives Handeln erforderlich, was durch intakte Kommunikationswege innerhalb des Netzwerkes begünstigt wird.

Die Mobile Jugendarbeit ist durch ein umfangreiches inhaltliches Spektrum der Angebote und Aufgaben gekennzeichnet. Sie orientiert sich insbesondere an den individuellen Bedarfen und Anliegen junger Menschen. In diesem Zusammenhang wird die Einzelfallhilfe zwar angeboten, aber im geringen Maße aufgrund fehlender zeitlicher Ressourcen.

Im Bereich der Berufsorientierung werden Aktivitäten bisher punktuell angeboten, zum Beispiel Exkursionen mit jungen Menschen in regionale Betriebe. Sie eröffnet Einblicke in die potenzielle Ausbildungs- und Arbeitswelt in der Region. Sie bietet zwar niedrigschwellige Beratungsmöglichkeiten und das Erstclearing an, bei Bedarf ist sie jedoch auf externe fundierte fachliche Berufsorientierungsangebote seitens der Kooperationspartner wie die Agentur für Arbeit, das Jobcenter, regionale Ausbilder und Unternehmen angewiesen. Daneben ist die Mobile Jugendarbeit in ihrer Zielrichtung und konzeptionell auch nicht primär auf die Thematik der Begleitung des Überganges in Ausbildung und Beruf ausgerichtet.

Konzeptionell ist die Mobile Jugendarbeit zwar flächendeckend angelegt, aber aus der Spezifik des Landkreises heraus sind die Planungsräume jeweils sehr großflächig. Aus ökonomischen Gründen kann das vorgehaltene Angebot der Mobilien Jugendarbeit nicht gänzlich den Planungsraum abdecken (begrenzte personelle Kapazität, fehlende Dienstautos). Infolge dessen setzt die Mobile Jugendarbeit auf die Komm-Struktur, weshalb schwer erreichbare junge Menschen höchstwahrscheinlich auch mit diesem Angebot nicht optimal erreicht werden.

Die Kommunikation mit Kooperationspartnern aus den Rechtskreisen SGB II und SGB III ist bisher eher eingeschränkt und erfolgt bei Bedarf hauptsächlich im Rahmen des JUSTiQ-Programmes.

Nutzung der Ressourcen des Angebotes der Mobilien Jugendarbeit im Rahmen von RÜMSA als Schnittstelle und Vernetzung der 3 Rechtskreise:

- Gleiche Zielgruppe, gleiche Inhalte (Berufsorientierung ein Bestandteil der mJA=Bedarf an vertiefter Beratung)
- Bekanntheitsgrad des Angebotes der mJA ist hoch
- Mobile Jugendarbeit erfährt Akzeptanz und Wertschätzung aus dem Sozialraum
- Auf dieser Basis kann man den Zugang zur Zielgruppe akquirieren
- Über die mJA sind neue Angebote leichter zu implementieren, weil sie im Einklang mit der Zielsetzung und Angeboten der Kooperationspartner (SGB II/SGB III) steht
- Zugang durch die Gemeinwesenarbeit im Sozialraum (z.B. im Rahmen von Festen können die Kooperationspartner ihre Angebote zur Berufsorientierung unterbreiten und somit einen großen heterogenen Personenkreis flächendeckend ansprechen)
- Bestehende Anbindung an die Träger der offenen Jugendarbeit und Kommunen, dadurch intakte räumliche Rahmenbedingungen.



- Intakter Informationsfluss zwischen der Mobilen Jugendarbeit und den Rechtskreisen SGB II und SGB III unter der Prämisse der datenschutzrelevanten Bedingungen (Meldung der Bedarfe durch die Mobile Jugendarbeit und der Angebote seitens SGB II und SGB III)

6. Berufsorientierung im Landkreis Stendal

Berufsorientierung (BO) ist gesetzlicher Auftrag der Bundesagentur für Arbeit und damit auch der Agentur für Arbeit Stendal und Teil des Dienstleistungsangebotes mit dem Ziel, Jugendliche und Erwachsene, Arbeitgeber und Arbeitnehmer über Fragen der Studien- und Berufswahl, über die Berufe, ihre Anforderungen und Aussichten, über Wege und Förderung der beruflichen Bildung sowie über beruflich bedeutsame Entwicklungen in den Betrieben, Verwaltungen und auf dem Arbeitsmarkt umfassend zu unterrichten.

Demografischer Wandel und Veränderungen in der Arbeitswelt erfordern - nicht zuletzt zur Sicherung des Fachkräftepotenzials - eine frühzeitige, vorausschauende berufliche Orientierung junger Menschen, auch um Fehlentscheidungen in Bezug auf die berufliche Laufbahn zu verringern. Dabei geht es nicht nur um die kurzfristige Bewältigung des Übergangs von der Schule in den Beruf oder Studium, sondern um die Förderung einer nachhaltigen Beschäftigungsfähigkeit.

Die Berufsberatung trägt Verantwortung dafür, durch eine chancenorientierte Beratung von Jugendlichen bestmöglich zur Sicherung des regionalen Fachkräftebedarfs beizutragen - „Kein Jugendlicher darf verloren gehen“.

Die Agentur für Arbeit stellt sicher, dass im Rahmen der BO für alle Kundengruppen adressatengerechte, neutrale und rechtsübergreifende Angebote vorgehalten werden, die den typischen Informationsbedürfnissen und Mediengewohnheiten Rechnung tragen. Das Selbstinformationsangebot inkl. des Medienportfolios der BA wird dabei situationsangemessen eingebunden.

Entsprechend der örtlichen Gegebenheiten hat die Agentur für Arbeit Stendal hierzu ein Gesamtkonzept zur BO entwickelt. Sie legt darin Art und Umfang der vorgesehenen Aktivitäten fest und berücksichtigt dabei die zur Verfügung stehenden Ressourcen, den regionalen Ausbildungsmarkt, sowie die Aktionen von Kooperationspartnern und anderen Akteuren der BO in der Region.

Die Berufsberatung der AA Stendal informiert in Gruppenveranstaltungen, mit medialen Angeboten sowie durch das Berufsinformationszentrum, insbesondere über Fragen der Berufs- und Studienwahl, über Berufe und deren Anforderungen sowie Berufsaussichten und über Wege und mögliche Förderung der beruflichen Bildung. Darüber hinaus werden beruflich bedeutsame Entwicklungen in den Betrieben, Verwaltungen und auf dem Arbeitsmarkt dargestellt.



7. Die Handlungssäule II – U15 Lotsen

Mit dem ESF-Projekt U15 Lotsen wird bis Juni 2022 im Landkreis Stendal über die Handlungssäule II ein Konzept entwickelt und erprobt. Darüber wird eruiert, wie ein flächendeckendes Angebot, welches junge Menschen unter 15 Jahren mit sozial-ökonomischen Benachteiligungen, unterstützt, langfristig wirken kann. Das Projekt implementiert gemeinsam mit Trägern der Kinder- und Jugendhilfe des Landkreises Stendal 10 Lotsenstellen. Diese wirken in Ergänzung und spezifischer Erweiterung der Jugendeinrichtungen und der mobilen Jugendarbeit des Landkreises Stendal einerseits, sowie in Ergänzung der bestehenden Angebote zur beruflichen Orientierung in Schulen sowie der Agentur für Arbeit andererseits. Die Lotsen bauen Zugänge zu jungen Menschen in deren Sozialräumen auf und unterstützen deren individuelle Motivations- und Interessenentwicklung für den Übergangsprozess Schule – Beruf. Die Lotsen konzipieren niederschwellig angelegte und altersgruppenspezifische Angebote. Hier erweitern die jungen Menschen ihr Berufswahlspektrum und lernen berufliche Möglichkeiten der Region kennen. Gleichzeitig entwickeln und reflektieren die jungen Menschen dabei ihre Stärken, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Die Lotsen unterstützen dabei selbstverständlich auch die Eltern und andere Bezugspersonen, um somit bei allen Zielgruppen die Kompetenzen aufzubauen, welche für einen bestmöglichen Übergang von Schule zum Beruf notwendig sind. Auch bauen die Lotsen Ehrenamtsnetzwerke auf, welche die Berufsorientierung zusätzlich ergänzen.

Ziel des ESF-Projektes U15 Lotsen ist, seinen entwickelten Ansatz als Jugendberufsagentur nachhaltig zu etablieren, um kontinuierliche, sozialraumnahe und früh ansetzende Berufsorientierung im Landkreis Stendal langfristig zu ermöglichen. Zudem werden Transfermöglichkeiten für andere Regionen abgeleitet.

8. Umsetzung der mobilen Jugendberufsagentur im Landkreis Stendal

Die Angebote der Kooperationspartner (Agentur für Arbeit, Jugendamt, Jobcenter) sind vielfältig und werden von den jeweils Durchführenden laufend den sich ändernden Bedingungen angepasst. Die Kooperationspartner sind sich einig, dass es nicht Aufgabe der JBA ist, Alternativen zu den bestehenden Angeboten zu entwickeln, sondern diese Angebote in der großen Fläche des Landkreises den jungen Menschen zugänglich zu machen, die diese verschiedenen, meist in den sozialen und räumlichen Verhältnissen liegenden Gründen, nicht in Anspruch nehmen können. Dabei kommt es insbesondere darauf an, die jungen Menschen dort anzusprechen, wo sie sich aufhalten, ihre Freizeit verbringen, sich mit anderen treffen oder auch schon bestehende Hilfsangebote eines der Kooperationspartner in Anspruch nehmen.

Mit der Methode des Design Thinking werden die Kooperationspartner nach dem Vorbild eines POP-UP-STORES die Angebote der Berufsorientierung in die Fläche bringen. Unter aktiver Einbeziehung der jungen Menschen, für die dieses Angebot entwickelt wird (Nutzer), soll ein schnell und ohne großen Aufwand aufzubauender Stand entstehen. Diesen werden die Kooperationspartner



wechselnd mit Personal besetzen, um unkompliziert und adressatengerecht wirksame Angebote besonders niedrigschwellig zu unterbreiten. Dafür bilden die Kooperationspartner ein multidisziplinäres Design-Team, welches unter Einhaltung des Ablaufes einer Design Thinking Challenge vorgeht. Das Ergebnis kann bewusst nicht konzeptionell beschrieben werden, da jegliche Vorwegnahme den Prozess der Innovationsentwicklung stören würde.



Quelle: HPI School of Design Thinking

Das Team wird sich zunächst einen Überblick über die Angebote verschaffen und Hürden zu deren Inanspruchnahme identifizieren (Phase 1 - Problem verstehen). Anschließend werden die Nutzer und Experten beobachtet, um Annahmen aus der Phase 1 zu verifizieren (Phase 2 – Beobachten). Nutzer sind dabei die jungen Menschen selbst, Experten sind u.a. die Mitarbeitenden der jeweiligen Kooperationspartner, deren beauftragte Dritte und ggf. Fachleute andere Institutionen – aber auch Eltern und Lehrer. Methodisch werden Interviews einen Schwerpunkt bilden. Bei der Nutzerbetrachtung kommen aber auch andere Methoden in Betracht („Ein Tag im Leben von ...“, „Wessen Leben ist es?“, „Fly on the wall“ usw.). In der Phase 3 (Synthese, Bestimmen) bildet das Team „Personas“ (fiktive Personen, denen die erkannten Bedürfnisse der Nutzer zugeschrieben werden), die exemplarisch für die größte Übereinstimmung der befragten Nutzer stehen und laden diese „Personas“ empathisch auf (durch z.B. Empathy-Maps, Customer Journeys und Storytelling). Anschließend geht es an die Entwicklung von Ideen, wie die erkannten Bedürfnisse der Nutzer mit einem Angebot/Erlebnis bedient werden können (Phase 4 – Ideen entwickeln). Diese werden sich zwar stark auf den POP-UP-STORE konzentrieren. Es ist dennoch möglich, dass es im Rahmen des Denkprozesses und der Empathie-Arbeit zu anderen Ideen kommt, die ebenfalls in Umsetzung kommen können (siehe nächste Phase). Gemeinsam mit den zukünftigen Nutzern werden die Ideen anhand von einfachen Prototypen (Phase 5 – Prototyp) dann (be-)greifbar gemacht und ausprobiert (Phase 6 – Test). Dieser iterative Prozess wird so lange wiederholt, bis das Feedback des Nutzers ein positives Maß angenommen hat, das eine Nutzung des echten Angebotes erwarten lässt.

Das nötige Know-How und entsprechende Räumlichkeiten sind beim Kooperationspartner Jobcenter Stendal vorhanden und die Geschäftsführung hat ausdrücklich die Absicht erklärt, dies im Prozess einzubringen. Das Jobcenter verfügt über einen erfahrenen Design Thinker und fünf zertifizierte Moderatoren*innen sowie über ein Design Thinking Lab. Die Kooperationspartner haben zugesagt,



ihr fachliches Know-How in Form von Möglichkeiten der Befragung als Experten aber auch Mitarbeit im Design Team einzubringen.

Das Endprodukt (POP-UP-STORE) wird nach Vorgaben aus dem Design-Team im Ergebnis des gesamten Prozesses bei einem externen Anbieter in Auftrag gegeben. Die Kooperationspartner sind sich einig, dass auch dieses Endprodukt regelmäßig einer iterativen Revision unterzogen werden muss, um das Kriterium der Adressatengerechtigkeit stets maximal zu erfüllen.

8.1. Verzahnung des POP-UP-STORES

Der POP-UP-STORE bildet in seiner Vernetzung mit der mobilen Jugendarbeit des Landkreises und der Handlungssäule II die wesentliche Schnittstelle der mJBA. Die aufsuchende Arbeit vor Ort identifiziert junge Menschen, welche entsprechend der oben genannten Zielgruppen erhöhten, individuellen und problemorientierten Beratungsbedarf aufweisen. Über die Koordinierungsstelle der mJBA kann innerhalb kürzester Zeit der POP-UP-STORE mit den jeweils notwendigen Mitarbeitern aus den Rechtskreisen geordert werden. Die Beratung der jungen Menschen und deren Eltern und Bezugspersonen findet in einer „amtsfernen Umgebung“ statt und wird Defizite in der Berufsberatung und anderen Problemlagen im Übergang Schule - Beruf aufdecken und Lösungsansätze bieten. Der bisher fehlende Kontakt zu den jungen Menschen mit sozialen und ökonomischen Problemlagen wird durch die Vernetzung hergestellt. Somit erfüllt der POP-UP-STORE den mobilen Charakter der JBA im Landkreis Stendal und bildet dadurch auch ein Alleinstellungsmerkmal mit einem hohen Wiedererkennungswert.

8.2. Institutionelle und personelle Besetzung

Bei der Umsetzung der Installation einer mJBA im Landkreis Stendal ist eines vorweg zu stellen. Das Arbeitsbündnis besitzt keine eigene Rechtsfähigkeit. Die gesetzlichen Aufgaben und Regelungen der Kooperationspartner sowie deren Verantwortung für die rechtmäßige und zweckmäßige Erbringung ihrer Leistungen sowie deren Personalhoheit bleiben unberührt. Die mJBA übernimmt nicht die Beratungen, Angebote und hoheitlichen Aufgaben der Kooperationspartner. Sie ist als Koordinierungsstelle anzusehen und wird mit den dafür inhaltlich notwendigen Aufgaben und Kompetenzen ausgestattet, welche für die Umsetzung und Durchführung der jeweiligen Variante oder Variantenkombination erforderlich ist. Die mJBA unterstützt und koordiniert die Zusammenarbeit der Kooperationspartner auf den Gebieten wie Webseitenbereitstellung, Öffentlichkeitsarbeit, Case-Management, Weiterbildung der Mitarbeiter, Finanzplanung für den Bereich der mJBA und alle sich ergebenden weiteren Aufgaben wie Umsetzung neuer Ideen im Bereich Übergang Schule und Beruf. Es geht nicht darum, dass die temporär, fall- und bedarfsbezogen zusammenarbeitenden Mitarbeiter der Rechtskreise die Aufgaben der jeweils anderen Rechtskreise voll umfänglich kennen, sondern dass sie gemeinsam gezielt für und mit jungen Menschen an deren schulischer und beruflicher Ausbildung arbeiten. Aus der mJBA sollen keine neuen Experten*innen erwachsen, sondern die Koordinierungsstelle der mJBA soll die Arbeit der



Expert*innen aus den drei Rechtskreisen unterstützen und bündeln. Mit der Verstetigung der mJBA müssen die rechtlichen und finanziellen Fragen in einer Verwaltungsvereinbarung geregelt werden.

8.3. Koordination

Die Nachfrage aus den unterschiedlichsten Ebenen nach der Beratung vor Ort durch die Sozialarbeiter und dem daraus folgenden Case-Management muss koordiniert werden. Dafür ist eine ständige Koordinierungsstelle der mobilen Jugendberufsagentur im Landkreis Stendal vorzuhalten. Hier können Anfragen, Schulung der Mitarbeiter, Dienstplangestaltung, Materialversorgung, Fahrzeugplanung und vieles mehr wie z.B. Öffentlichkeitsarbeit und Workshops bearbeitet und angeboten werden.

Die Koordination auf der Ebene der aufsuchenden Sozialarbeit obliegt bis zum Projektende der Fach- und Netzwerkstelle der Handlungssäule II.

8.4. Beratungsort

Der Beratungsort ist genau dort, wo die Zielperson sich aufhält. Die Mitarbeiter*innen der Träger und der Lots*innen der Handlungssäule II bieten regelmäßig verschiedene Angebote an, sind somit kontinuierlich an den aktuellen Brennpunkten und haben ein hohes Maß an Vertrauen erworben. Die mobilen Fachkräfte geben den Kindern und jungen Menschen Aufmerksamkeit, Beratung bei Problemen, zeigen Wege auf und vermitteln professionelle Hilfen. Dabei können die Fachkräfte auf Methoden wie aufsuchende Arbeit, Gruppenarbeit und Einzelfallhilfe zurückgreifen. Die mobile Jugendarbeit findet die Zielgruppen in Jugendclubs und Jugendräumen, Turnhallen und Sportplätzen, Gemeindehäusern und in den jeweiligen Räumen des entsprechenden Trägers. Mit der Bündelung der Angebote und Möglichkeiten der beteiligten Rechtskreise wird die Koordinierungsstelle der mJBA die Beratungen der Zielgruppen jederzeit unterstützen, indem sie bei Bedarf Expert*innen der Rechtskreise hinzuzieht. Insbesondere das oben beschriebene POP-UP-STORE wird hier überaus wichtige Hilfe und Unterstützung für die hinzugezogenen Expert*innen aus den jeweiligen Rechtskreisen bieten.

8.5. Finanzierung der einmaligen und laufenden Kosten

Die Kosten bei einer derartigen mobilen Jugendarbeit sind vielfältig und unterteilen sich in Personalkosten und Sachkosten.

Die Bündnispartner sind sich darüber einig, dass Zugriffe auf Personal unter den Rechtskreisen nicht stattfinden. Insofern fallen in der Arbeit der mobilen Jugendberufsagentur keine weiteren Personalkosten an.

Die Sachkosten sind in erster Linie zur Verfügung gestellte Räume, Honorarkosten, Fahrkosten, Telefonkosten, Teilnahmekosten zu Veranstaltungen, Fortbildungskosten, Materialkosten und



Verwaltungsausgaben. Die im Rahmen der Arbeit der mobilen Jugendberufsagentur anfallenden Sachkosten obliegen dem jeweiligen Rechtskreis.

8.6. Erreichbarkeit

Die Erreichbarkeit der mJBA innerhalb der mobilen Jugendarbeit läuft über die Mitarbeiter*innen vor Ort zu den jeweiligen Trägern und dann weiter zum Jugendamt.

Auch an dieser Stelle ist die Koordinierungsstelle notwendig, da sie alle Bedarfe der Rechtskreise und der Hilfesuchenden zusammenführt. Somit kann der Hilfesuchende die mJBA einerseits über die Fachkräfte vor Ort erreichen und über die Koordinierungsstelle direkt. Selbstverständlich wird eine virtuelle Erreichbarkeit der Koordinierungsstelle der mJBA gewährleistet.

8.7. Marketing

Wie bereits bei der Bedarfsermittlung festgestellt wurde, ist es für die vorherrschenden Bedingungen im Landkreis Stendal notwendig und wichtig eine mJBA aufzubauen und zu etablieren.

Um bei unserer Zielgruppe für die mJBA Bekanntheit zu erlangen, ist es wichtig eine Strategie zu entwickeln, die garantiert, dass die Existenz einer mJBA im Landkreis Stendal, bei dem Großteil der gewünschten Adressaten in den "Köpfen" präsent wird.

Es gilt mit einer adressatengerechten Kommunikation zu informieren und die gebündelten Beratungs- und Unterstützungsangebote mit einem positiven Image in der Öffentlichkeit zu verankern. Damit wird erreicht, dass sich die jungen Menschen und deren Bezugspersonen, mit dem Logo und dem Corporate Design, unter welchem wir die mJBA in unserem Landkreis „vermarkten“, identifizieren und ein Interesse geweckt wird. Das Logo „Meine Zukunft –im Landkreis Stendal“ und das dazugehörige Corporate Design wurden in der Handlungssäule I des Regionalen Übergangsmanagements im Landkreis Stendal bereits entwickelt und wird auch für die mobile Jugendberufsagentur übernommen.

Zur Umsetzung des Marketings können folgende Marketing-Instrumente zur Werbung der mJBA im Landkreis Stendal zum Einsatz kommen:

- Veröffentlichungen der mJBA (z.B. Infolyer, Handzettel)
- Werbung/ Anzeigen (Print, Online, Plakate, Kino-Werbespots)
- Internet-Kampagnen (Newsletter, Mailings)
- Veranstaltungen (z.B. Infoveranstaltungen, Business-Talks, Messen)
- Auftritte auf Social-Media (z.B. Facebook, Instagram)
- Werbeartikel / Giveaways (z.B. Kugelschreiber, Bleistifte, Postkarten usw.)



Des Weiteren werden persönliche Empfehlungen durch die Jugendsozialarbeiter*innen der mobilen Jugendarbeit, Berufsflots*innen der Handlungssäule II und Berufspat*innen das Direkt-Marketing für die mJBA initiieren.

Ein wichtiger Teil unseres Marketings werden Info-Ralleys vor Ort, in Schulen, auf Elternabenden, auf kommunaler Ebene sowie in Jugendclubs und anderen sozialen Einrichtungen sein, um alle Akteure auf die mJBA, ihre Aufgaben und Möglichkeiten aufzuklären und aufmerksam zu machen.

Direkte Präsenz in Form von Veranstaltungen in den Schulen und Jugendeinrichtungen durch den/die Mitarbeiter*in der Koordinierungsstelle der mJBA wird ein Erlebnismarketing angestrebt, welches das direkte Interesse bei den Zielgruppen hervorruft. Dabei werden die jungen Menschen selbst bereits mit dem POP-UP-STORE und der mJBA vertraut gemacht und können vor Ort bereits selbst Beratungsangebote erhalten. Anhand von Aktivitäten, die der POP-UP-STORE bietet, erfahren die jungen Menschen persönlich, dass ihnen die mJBA eine große Hilfestellung bei der Findung des Berufswunsches sowie der späteren Berufswahl bieten kann.

Zusätzlich ist es wichtig, dass diese vor Ort durchgeführten „Aktionen“ medienwirksam, beispielsweise durch Presseartikel in der lokalen Zeitung, auf den Internetseiten der Schulen und Jugendeinrichtungen sowie auf Seite unserer Bündnispartner, publiziert werden. Sämtliche Auftritte werden dokumentiert und aktiv in der Presse veröffentlicht.

In der heutigen Zeit spielt Social-Media eine wichtige Rolle. Viele der zu erreichenden jungen Menschen und deren Bezugspersonen haben eine hohe Affinität zu Social-Media. Hier kann bereits auf Flyern, Handzetteln sowie auf Messen oder den Webseiten der Bündnispartner auf eine Präsenz der mJBA auf verschiedenen Social-Media-Plattformen hingewiesen werden.

Außerdem sind die Angebote der Bündnispartner transparent, nachvollziehbar und für jeden virtuell erreichbar über die vorhandene Webseite zugänglich, die Anpassung und Pflege über ein IT Unternehmen würde jährlich ca. 2000,- Euro kosten (siehe Kostenaufstellung Punkt 8.8.1.). Die Installation einer Praktikumsbörse für Schüler-, Ferien- und Studienpraktika wird zukünftig die Attraktivität und den Nutzwert der Webseite für die Zielgruppen enorm steigern. Es wird beabsichtigt, dass die voraussichtlichen Kosten für die Erstellung einer virtuellen Praktikumsbörse in Höhe von ca. 20.000 € aus dem Budget der 3. Förderperiode der Handlungssäule I finanziert werden. Für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sind Kosten in Höhe von 15.000 Euro (siehe 8.8.1.) zu erwarten.

8.7.1. Vor- und Nachteile

Die Vorteile der Variante, Angebote der Rechtskreise innerhalb der mobilen Jugendberatung anzubieten, liegen klar auf der Hand. Das etablierte System der aufsuchenden, regionalen Sozialarbeit bietet alles, was eine mJBA benötigt. Es werden alle Zielgruppen im Landkreis verlässlich erreicht. Die gebündelten Angebote der Kooperationspartner werden an Ort und Stelle von fachkundigen Mitarbeitern eröffnet und niederschwellig angeboten. Die methodische Beratung ist zielführend und stellt für die Zielpersonen trotzdem nicht den klassischen Gang zu einer Behörde dar.



Alle Angebote kommen aus einer Hand und können bei Bedarf über ein Case-Management vertieft weitergeführt werden. Über den oben beschriebenen POP-UP-STORE finden auch SGB II und SGB III direkten und schnellen Zugang zu den Zielgruppen. Keiner der Rechtskreise muss zusätzliches Personal dafür bereitstellen oder langfristig aus- und weiterbilden. Die Träger vor Ort sind vernetzt und kennen ihre jeweiligen Brennpunkte, lokalen Besonderheiten und haben längst das Vertrauen erworben, welches für diese Art von Arbeit notwendig ist.

Ein weiterer großer Vorteil ist, dass die Arbeit der Handlungssäule II, welche strukturell derer der mobilen Jugendarbeit des Landkreises ähnelt, in dieser Variante umgehend mit eingebunden und unterstützt werden kann. Einige der Verbundpartner der Handlungssäule II sind auch Träger im System der mobilen Jugendarbeit und in der Schulsozialarbeit. Die Vernetzung des Projektes in der Handlungssäule II dient somit auch der Verstetigung der Arbeit vor Ort und bietet Synergien auf breiter Ebene.

Die Zielgruppen werden erreicht und durch geeignete Beratung gestärkt. Lange Wege werden abgekürzt. Die Angebote werden „wie aus einer Hand“ wahrgenommen. Die frühzeitige Berufsorientierung mit der dazugehörigen Prävention und Konfliktbewältigung ist gegeben.

In dieser Variante werden alle regional zur Verfügung stehenden Angebote gebündelt, ohne neue parallele Angebote zu schaffen.

Gleichzeitig muss man unterstreichen, dass hier professionelle Sozialarbeit stattfindet, um die Schwierigkeiten der jungen Menschen im Übergang Schule und Beruf zu erkennen und zu lösen.

Wenn überhaupt von einem Nachteil gesprochen werden kann, so müssen die Mitarbeiter*innen der Träger für diese Aufgabe fachgerecht weitergebildet werden und für die Kommunikation mit der Koordinierungsstelle der mJBA sachgerecht ausgestattet werden.

Das Zusammenspiel der Rechtskreise bis hin zu einem gemeinsamen Case-Management ist unentbehrlich.

8.8. Koordinierungsstelle der mobilen Jugendberufsagentur

Die mJBA unterstützt und koordiniert die Zusammenarbeit der Kooperationspartner auf den Gebieten wie Webseitenbereitstellung, Öffentlichkeitsarbeit, Case-Management, Weiterbildung der Mitarbeiter, Finanzplanung für den Bereich der mJBA und alle sich ergebenden weiteren Aufgaben wie Umsetzung neuer Ideen im Bereich Übergang Schule und Beruf.

Daraus ergeben sich folgende Aufgaben:

- Bündelung und Zusammenführung von Informationen und Wissen im Themenfeld „Übergang Schule-Ausbildung-Beruf“



- Ermittlung von Lücken und Handlungsbedarf im lokalen Übergangssystem
- Zusammenführung relevanter Partner/innen und Netzwerke und Aufbau und Pflege von Kooperationsstrukturen
- Unterstützung und Begleitung von Abstimmungs- und Entwicklungsprozessen
- Umsetzung von gemeinsamen Handlungsschritten zur Steigerung der Qualität und der Effektivität der Instrumente der Rechtskreise und Kooperationspartner
- Entwicklung und Durchführung von o.g. Marketingmaßnahmen
- Sicherstellung der Kommunikationswegen zwischen den Rechtskreisen und der Koordinierungsstelle
- Sicherstellung der funktionierenden Kommunikation der Zielgruppen über die verschiedenen angebotenen Kommunikationswege

8.8.1. Kosten der Koordinierungsstelle

Um alle oben genannten Aufgaben rund um die Koordinierungsstelle der mJBA erfüllen zu können bedarf es Personal. In dieser Konstellation wird ein/e Leiter*in der Koordinierungsstelle benötigt. Die Personalkosten (Arbeitgeberbrutto) der Mitarbeiter*in würden etwa bei 53.000,- Euro jährlich liegen (Leiter*in EG 9c(2)).

Ein Büro zur Miete mit etwa 20 m² und Nutzung von Sanitär-und Kücheneinrichtung würde monatlich ca. 350 Euro warm kosten. Die übliche Ausstattung des Büros wird ca. 5.000 Euro kosten. Die Ausstattung mit einem PC-Arbeitsplatz und einem Laptop liegen bei ungefähr 3.000 Euro.

Da die Bündnispartner jeweils über ausreichend Dienstfahrzeuge verfügen, wird es nicht nötig sein für die Koordinierungsstelle ein Fahrzeug anzuschaffen.

	jährlich	3 Jahre	einmalig
Personalkosten Koordinierungsstelle mJBA	53.000,- EUR	159.000,- EUR	Keine
Mietkosten für das Büro der Koordinierungsstelle	4.200,- EUR	12.600,- EUR	Keine
Ausstattung Koordinierungsstelle mJBA	Keine	Keine	8.000,- EUR
Kosten Marketing	Keine	Keine	15.000,- EUR
Kosten Webseite	2.000,- EUR	6.000,- EUR	Keine
gesamt	59.200,- EUR	177.600,- EUR	23.000,- EUR



Anlage 1:

Aktuelle Zahlen und Fakten

In der landesweiten Deutschlandstudie zur Lebensqualität des ZDF 2016 erreichte der Landkreis Stendal Rang 349 von 401. Im landesweiten Ranking des „Prognos Zukunftsatlas“ von 2016 lag der Landkreis Stendal sogar auf dem letzten Platz von allen 402 Landkreisen und Städten die ausgewertet wurden. Die sehr hohen Zukunftsrisiken des Landkreises, die aus solchen Rankings abgelesen werden können, sind unter anderem Auswirkungen enorm großer demografischer Veränderungen. Der Landkreis Stendal hat im Zeitraum 1990 – 2017 knapp 28 % seiner Einwohner verloren.

Im Landkreis Stendal leben momentan auf einer Fläche von 2.423 km² ca. 111.190 Einwohner (Stand: 31.12.2019). Mit einer Bevölkerungsdichte von 46 EW/km² gehört die Altmark zu den besonders dünn besiedelten Regionen in Deutschland. Seit ein paar Jahren ist der Wanderungssaldo zwar wieder positiv, bleibt aber schwankend und kann das Geburtendefizit nicht ausgleichen.

Jedes Jahr verlassen viel zu viele junge Menschen die Schule ohne einen Schulabschluss. Im Landkreis Stendal waren das im Schuljahr 2017/2018 147 (14,9 Prozent) Schüler*innen und im Schuljahr 2018/2019 noch 141 (13,9 Prozent) Schüler*innen, welche die Schule nur mit einem Abgangszeugnis verlassen haben. Der Landesdurchschnitt liegt jeweils bei 11,4 Prozent (Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt). Eine geeignete Berufsausbildung zu finden, ohne einen Mindestschulabschluss erworben zu haben, ist sehr schwierig. Die Schüler*innen ohne Schulabschluss haben einen erhöhten Bedarf an Vorbereitung für ihr Berufsleben und laufen Gefahr, für ihren Lebensunterhalt nicht oder nicht vollständig aufkommen zu können. Eine frühe „Karriere“ im Sozialleistungsbezug ist nicht ausgeschlossen.

Nach dem Schulabschluss folgt in der Regel die Berufsausbildung und das Studium. Bei der Berufsausbildung sind die Handwerkskammer (HWK) Magdeburg und die Industrie- und Handelskammer (IHK) Magdeburg für Ausbildung, Weiterbildung und Prüfungen zuständig. Hinzu kommen noch die Ausbildungen in Landwirtschaft, Hauswirtschaft, öffentlicher Dienst und freien Berufen. Interessant ist hier die Betrachtung der Abbrüche von Ausbildungsverträgen. Im Jahr 2017 wurden im Landkreis Stendal 37,4 Prozent (Landesdurchschnitt 32,9 Prozent) und im Jahr 2018 38 Prozent (Landesdurchschnitt 34,7 Prozent) der Ausbildungen aufgelöst (Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt).



Anlage 2:

Auswertung der erhobenen Daten zur Bedarfsermittlung der mobilen Jugendberufsagentur im Landkreis Stendal

Verfasser:

Landkreis Stendal
Wirtschaftsförderung & Projektmanagement
Herr Andreas Uiffinger
Projektleiter Koordinierungsstelle RÜMSA
Stadtseeallee 71
39576 Hansestadt Stendal

Stand 13. August 2020

Das Landesprogramm Regionales Übergangsmanagement (RÜMSA) wird gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION

ESF
Europäischer
Sozialfonds

**HIER INVESTIERT EUROPA
IN DIE ZUKUNFT UNSERES LANDES.**

www.europa.sachsen-anhalt.de



Inhaltsverzeichnis

- 1. EINLEITUNG**
- 2. EXPERT*INNENINTERVIEWS**
- 3. BEFRAGUNG DER SCHÜLER*INNEN**
- 4. FAZIT**



1. Einleitung

Um den Bedarf im Landkreis Stendal hin zu einer mJBA herauszufinden, hat sich die RÜMSA Arbeitsgruppe entschlossen, eine zweigleisige Bedarfsermittlung herbeizuführen. Es wurden Fragen für Experteninterviews und für die Befragung von jungen Menschen entwickelt.

Die Bedarfsermittlung dient dem Vergleich der vorgegeben Ziele mit den regionalen Anforderungen an die zukünftige mJBA und gibt damit vor, welche in Betracht kommenden Varianten einer mJBA im Landkreis Stendal am meisten den Zielgruppen zu Gute kommen.

2. Expert*inneninterviews

Bei den Expert*inneninterviews wurden sieben Fragen vorgegeben:

- **1. Wo sehen Sie Defizite aus Ihrer Sicht, dass junge Menschen bestehende Strukturen zur Berufsorientierung nicht in Anspruch nehmen?**
- **2. Wo sehen Sie Verbesserungspotenziale aus Ihrer Sicht hinsichtlich der Berufsorientierung?**
- **3. Könnten Sie sich alternative Möglichkeiten der Berufsorientierung vorstellen, die Bedarfe aller jungen Menschen einschließlich schwer erreichbarer junger Menschen abdecken würden?**
- **4. Würden junge Menschen aus Ihrer Sicht sowohl virtuelle (z.B. Web, App) als auch persönliche Berufsorientierungsangebote in Anspruch nehmen?**
- **5. Welche Zugangspotenziale zur Berufsorientierung aus Ihrer Sicht wären realistisch und zielführend?**
- **6. Welche Inhalte/Fragen hinsichtlich beruflicher Perspektiven beschäftigen junge Menschen aus ihrer Sicht am meisten?**
- **7. Wie kann man junge Menschen aus Ihrer Sicht motivieren, sich (frühzeitig) Gedanken über ihre berufliche Perspektive zu machen und sowohl bestehende als auch alternative Berufsorientierungsangebote in Anspruch zu nehmen?**

Die Interviews wurden auf breiter Basis an Mitarbeiter der Kooperationspartner, Schulen, Schulsozialarbeit, freie Träger und weitere versandt, um ein möglichst aussagefähiges Bild herzuleiten und die aus der Sicht der Experten*innen wichtigen Bedarfe einer mJBA herauszubekommen. Die Beteiligung war sehr gut und aus allen Bereichen wurden stichhaltige Antworten gegeben. Es haben Gruppen wie auch Einzelpersonen geantwortet.



Zu Frage 1: Wo sehen Sie Defizite aus Ihrer Sicht, dass junge Menschen bestehende Strukturen zur Berufsorientierung nicht in Anspruch nehmen?

Die erste Frage wurde zum größten Teil ähnlich beantwortet. Den schwer erreichbaren jungen Menschen fehlt es an Motivation, den Eltern oder Bezugspersonen meistens auch. Ein großes Thema sind Probleme der Zielgruppen, insbesondere im ländlichen Raum Angebote rund um die außerschulische Berufsorientierung wahrzunehmen. Insgesamt ist das Thema Berufsorientierung bei vielen jungen Menschen nicht so präsent, wie es der Wichtigkeit in der Phase vom Übergang Schule zum Beruf sein sollte. Eine Schulleiterin z.B. spricht von Ziel- und Orientierungslosigkeit der Zielgruppen.

Insgesamt kristallisieren sich hier keine Probleme heraus, die auf Defizite speziell für den Landkreis Stendal gelten bis auf das Thema Mobilität. Die jungen Menschen können abseits von Stendal so gut wie nicht Angebote der Berufsorientierung wahrnehmen. Sie sind an den ÖPNV gebunden und werden somit fast ausschließlich von den Maßnahmen an der Schule erreicht. In den Heimatorten können sie keine Angebote finden oder sind bei der Suche danach schnell überfordert.

Insofern wünschen sich die befragten Expert*innen mehr dynamische Angebote an den Schulen wie auch in der Freizeit der jungen Menschen. Beispiele wurden aufgezeigt wie frühere Berufsorientierung, Einbeziehung von Lehrern in gruppenspezifische Berufsorientierung, mehr Praxisunterricht, Eltern einbeziehen und auf dem Weg Übergang Schule und Beruf ihrer Kinder mitnehmen. Unternehmen sollten mehr und attraktivere Praxismöglichkeiten bieten.

Zu Frage 2: Wo sehen Sie Verbesserungspotenziale aus Ihrer Sicht hinsichtlich der Berufsorientierung?

Alle Expert*innen sind sich hier einig, dass die Elternhäuser viel mehr Beachtung finden müssen, um den Prozess der Erziehung auch für die zukünftige Berufswahl der Kinder und jungen Menschen zu sensibilisieren. Weiterhin wünschen sich gerade Schulen noch mehr Angebote in den Schulen. Dies deckt sich auch mit der Meinung der Expert*innen aus der Agentur für Arbeit in Stendal. Die bestehenden Angebote wie z.B. BRAFO sollen unbedingt verbessert, verlängert und häufiger angeboten werden.

Viel versprechen sich die Befragten auch von den regionalen Unternehmen, die sich persönlich vorstellen können, Schnupper- und Praxistage anbieten sollen und aufzeigen, welche Berufsausbildungen und Studiengänge in den entsprechenden Unternehmen gefragt sind.

Zu Frage 3: Könnten Sie sich alternative Möglichkeiten der Berufsorientierung vorstellen, die Bedarfe aller jungen Menschen einschließlich schwer erreichbarer junger Menschen abdecken würden?

Bei der dritten Frage haben die Expert*innen mit jeder Menge Tipps reagiert. So werden folgende alternative Möglichkeiten benannt:

- Regionales Ausbildungs- / Praxisportal



- Regionale Ausbildungsbörsen / Messen
- Direkter Kontakt zu den jungen Menschen und Bezugspersonen
- Berufsorientierung übersichtlicher gestalten und zugänglicher machen
- Flexible und individuelle Berufsberatung

Viele Antworten gehen darauf ein, dass die generelle Berufsorientierung nicht jeden erreichen kann. Erschwert durch die o.g. Besonderheiten des Landkreises Stendal verschärfen sich die Probleme, junge Menschen mit den herkömmlichen Angeboten zu erreichen.

Zu Frage 4: Würden junge Menschen aus Ihrer Sicht sowohl virtuelle (z.B. Web, App) als auch persönliche Berufsorientierungsangebote in Anspruch nehmen?

In der Frage, ob virtuelle und persönliche Angebote von den Zielgruppen in Anspruch genommen wird, sind sich die Experten*innen einig. Die persönliche Beratung steht im Vordergrund. Sie ist vertrauensvoller, ergebnisorientierter und individueller als jede virtuelle Beratung leisten kann. Bei virtueller Beratung spielen viele Faktoren eine Rolle, die in der Umsetzung bedacht werden sollen. Die wichtigsten sind:

- Eigenmotivation der Schüler*innen
- Technische Ausstattung
- Verständnis für Hardware / Software
- Unterstützung im Familien-, Bekannten- und Freundeskreis

Einige Experten geben der virtuellen Beratung nur dann eine Chance, wenn die jungen Menschen die virtuellen Angebote angeleitet durch eine Bezugsperson erkunden und nutzen.

Insofern kann eine virtuelle Beratung die persönliche Beratung nur abrunden. Sie kann durchaus Wege und Zeit sparen in der Suche nach den richtigen Kontakten.

Zu Frage 5: Welche Zugangspotenziale zur Berufsorientierung aus Ihrer Sicht wären realistisch und zielführend?

Die Zugangspotenziale wurden von den Expert*innen benannt. Schule, Elternhaus, Agentur für Arbeit, individuelle Beratung, virtuelle Portale, herkömmliche und soziale Medien, Freizeiteinrichtungen und Messen. Jedes Potential steht also nicht für sich alleine im Raum sondern kann nur in seiner Verflechtung mit den anderen Potenzialen wirken. Die befragten Expert*innen unterlassen hier eine Gewichtung in der Aufzählung der Zugangsmöglichkeiten, was dem Gesamtbild der Berufsorientierung letztlich auch gerecht wird. Viele der Zugangspotenziale werden von der Agentur für Arbeit bedient. Trotzdem wünschen sich die Schulen mehr Arbeit in der Schule. So fordert eine Schulleiterin z.B. die Berufsorientierung in den Lehrplan aufzunehmen und die Arbeit mit den Schülerinnen und Schülern in den Abschlussklassen zu intensivieren.

Zu Frage 6: Welche Inhalte/Fragen hinsichtlich beruflicher Perspektiven beschäftigen junge Menschen aus ihrer Sicht am meisten?

Den Expert*innen zu folge richtet sich die berufliche Orientierung der jungen Menschen oft an folgende Fragen:



- Wo ist der Ausbildungs- oder Studienort?
- Macht mir die Ausbildung und Arbeit Spaß?
- Kenne ich alle in Frage kommenden Ausbildungs- oder Studienberufe?
- Werde ich nach der Ausbildung übernommen?
- Ist die Ausbildung bzw. der Ausbilder nicht zu nervig?
- Verdiane ich genug?
- Habe ich genug Freizeit / Urlaub?
- Sind praktischer und theoretischer Lernort nah beieinander?
- Behalte ich Kontakt zur Familie und zu Freunden?
- Ist der Beruf cool?

Demnach werden die jungen Menschen durchaus von fachlichen aber auch realistischen Fragen geleitet, bei deren Beantwortung Hilfe notwendig ist. Die Hilfe wiederum sollten die Schüler*innen früh bekommen, um klare Wege in der Schul-, Ausbildungs- oder Studienkarriere zu ebnen und individuell zu verwirklichen.

Zu Frage 7: Wie kann man junge Menschen aus Ihrer Sicht motivieren, sich (frühzeitig) Gedanken über ihre berufliche Perspektive zu machen und sowohl bestehende als auch alternative Berufsorientierungsangebote in Anspruch zu nehmen?

Wann macht sich ein junger Mensch Gedanken über seine Zukunft und damit über seine berufliche Entwicklung? Wenn es nach den Expert*innen geht zumindest oft zu spät und nicht tiefgreifend genug. Einige Antworten gleichen denen aus der Frage 5. Die Zugangspotentiale müssen gestärkt werden und Elternarbeit mehr in die Berufsorientierung mit eingebaut werden. Das hat auch seinen Hintergrund. Bei allen Befragungen in den letzten Jahren standen bei der Berufsorientierung die Eltern als Maßstab an erster Stelle. Eltern kann man erreichen in den Schulen und außerschulisch.

Interessant war, dass Experten hier die Vorbilder mit angesprochen haben. Viele der jungen Menschen konsumieren auf Youtube-Kanälen die virtuell vorgestellten Influencer. Für die Schüler*innen verschwimmt hier subjektiv die virtuelle Realität hin zum realen Leben.

Die Vorbildfunktion sollte aus Expert*innensicht genutzt werden, um den jungen Menschen eine frühe Motivation für ihre beruflich Zukunft zu geben.

Eine sehr gute Idee kommt von Schulen und freien Trägern. Hier wünscht man sich eine Vernetzung der Ausbildungsbetriebe und den Schülern. So können Schüler*innen hautnah und in „Ihrer Sprache“ von Auszubildenden einen Eindruck gewinnen, der in die Entscheidung der Schüler*innen hin zu einer Ausbildung und einem Beruf entscheidend sein kann.

Fazit aus den Expert*inneninterviews

Die Interviews zeigen auf, dass im Landkreis Stendal im Sinne der Berufsorientierung schon viel getan wird. Trotzdem wird im Detail viel Arbeit benötigt. Die Aufgaben der mJBA (**1. Erreichbarkeit der Zielgruppe stärken, 2. lange Wege für die Zielgruppe abkürzen, 3. Angebote der Kooperationspartner aus einer Hand darstellen (One-Stop-Government), 4. Frühzeitige Berufsorientierung mit bestmöglicher Prävention und Beseitigung von Hindernissen**) wurden durch die Antworten der Expert*innen unterstützt und sogar verdeutlicht.

Die verstärkte Einbeziehung der Eltern bzw. Bezugspersonen in den Prozess zieht sich wie ein roter Faden durch sämtliche Antworten. Dem müssen die Kooperationspartner im Landkreis Stendal genauso gerecht werden wie der Aufgabe, dass die fehlende Mobilität in



einem Flächenlandkreis eine Herausforderung in der außerschulischen Berufsorientierung darstellt. Berufsorientierung beginnt und endet nicht in der Schule, sondern viele Faktoren spielen eine Rolle. Schwer erreichbare junge Menschen können nicht allein durch zusätzliche virtuelle Angebote erreicht werden, sondern benötigen sozialarbeitende, konkrete und persönliche Kontakte.

3. Befragung von Schüler*innen

Geplant war, auf Ausbildungsbörsen und durch die U15 Lotsen der Handlungssäule II direkt auf Schüler*innen zuzugehen, und diese Fragen beantworten zu lassen, welche vorher in der RÜMSA Arbeitsgruppe entwickelt wurden. Die COVID-19-Pandemie und die daraus resultierenden Kontaktbeschränkungen führten leider nicht zu dem Ergebnis, möglichst viele junge Menschen zu erreichen. Somit geben die Antworten sicher kein repräsentatives Meinungsbild ab, können aber zumindest tendenzielle Bedarfe aufzeigen.

Insgesamt konnten 85 Schüler*innen befragt werden. Davon waren 44 weiblich und 41 männlich. An der Befragung haben Schüler*innen aus Sekundarschulen, Gemeinschaftsschulen, Förderschulen und Gymnasien teilgenommen. Die Befragten waren von Klassenstufe fünf bis elf vertreten.

Folgende Fragen wurden gestellt:

1. Meine berufliche Zukunft ist mir...

0	2	4	6	8	10
egal	nicht so wichtig	ein bisschen wichtig	wichtig	sehr wichtig	besonders wichtig

2. Ein*e persönliche*r Ansprechpartner*in oder Berater*in ist mir...

0	2	4	6	8	10
egal	nicht so wichtig	ein bisschen wichtig	wichtig	sehr wichtig	besonders wichtig

3. Ein Online-Angebot zur Berufsorientierung würde ich nutzen.

0	2	4	6	8	10
nie	sehr selten	selten	ab und zu	Oft	immer

4. Zu welcher Tageszeit würde ich gern Beratung in Anspruch nehmen?

vormittags

nachmittags

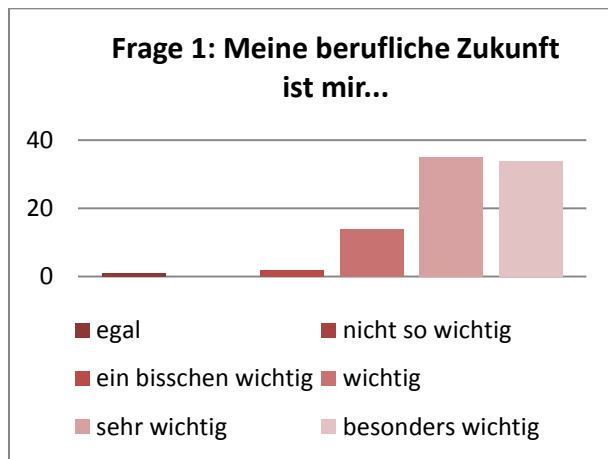
abends



5. Wo würde ich mich gern über Berufe und Ausbildung informieren?

Bei den ersten 4 Fragen wurden Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Frage 5 war frei zu beantworten.

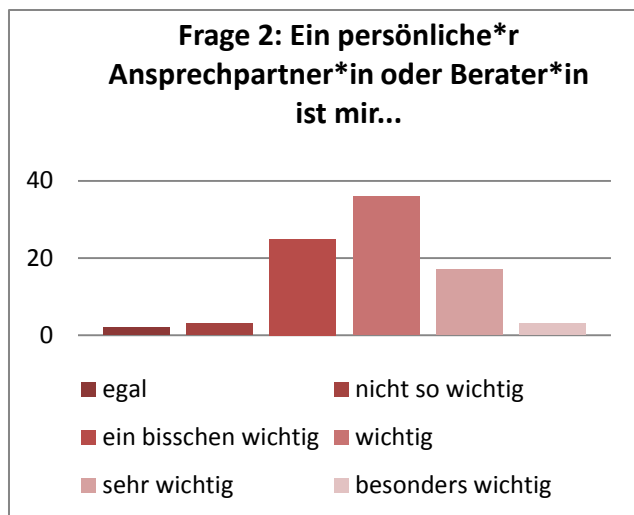
Zu Frage 1



Die Frage, ob die berufliche Zukunft der Schülerin oder dem Schüler wichtig ist wurde von allen beantwortet. Dabei war die berufliche Zukunft für vierunddreißig Befragte besonders wichtig, für fünfunddreißig „sehr wichtig“ und vierzehn immer noch „wichtig“, wobei ein Befragter „wichtig“ und „sehr wichtig“ angab. Nur drei jungen Menschen war ihre berufliche Zukunft „egal“, „nicht so wichtig“ oder „nur ein bisschen wichtig“.

Man erkennt, dass die Schüler*innen im Landkreis Stendal sich schon darüber im Klaren sind, wie wichtig die Berufswahl für ihre Zukunft ist. Das war auch nicht anders zu erwarten. Genau genommen sind es die jungen Menschen, die hier nur „egal“ oder „nicht so wichtig“ angekreuzt haben, welche zu der Zielgruppe gehört, um die sich die Arbeit der mJBA im Detail ganz besonders drehen soll.

Zu Frage 2

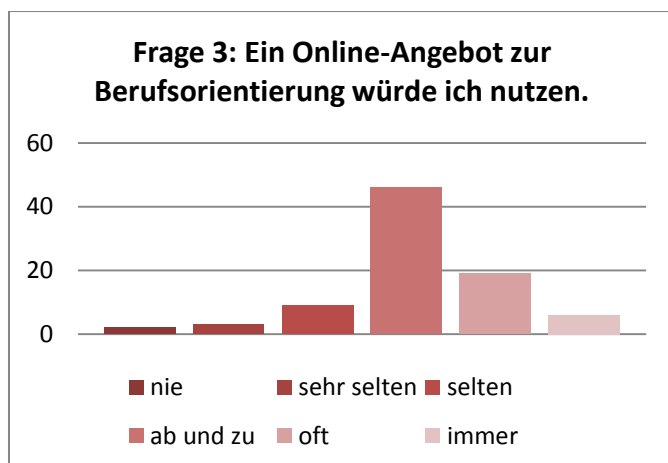


Diese Frage wurde unterschiedlich aber auch von allen beantwortet. Nur drei der Schüler*innen gaben an, dass ihnen eine persönliche*r Ansprechpartner*in besonders wichtig ist. Siebzehn antworteten mit „sehr wichtig“ und sechsunddreißig mit „wichtig“, wobei es wieder einen Befragten gab, der sich nicht zwischen „wichtig“ und „sehr wichtig“ entschieden hat. Dagegen antworteten fünfundzwanzig Befragte mit „ein bisschen wichtig“, drei mit nicht so wichtig und zwei mit „egal“.

Dem überwiegenden Teil der befragten Schüler*innen ist es also zumindest wichtig, persönliche Ansprechpartner*innen oder Berater*innen zu haben. Immerhin dreißig Schüler*innen ist es aber nicht so wichtig. Das deckt sich nicht vollumfassend mit den Expert*inneninterviews, denn hier war es ein besonderer Wunsch, den jungen Menschen in ihrer Berufsorientierung mehr persönlichen Kontakt zu Fachleuten wie Berufsberater*innen, Unternehmen und sozial Arbeitenden zu gewährleisten.

Festzuhalten gilt hier, dass den Schülerinnen der persönliche Kontakt insgesamt wichtig ist, und somit Bestandteil der mJBA des Landkreises Stendal sein muss.

Zu Frage 3





Auch die dritte Frage wurde von allen beantwortet. Immerhin fünfundzwanzig Befragte würden ein Online-Angebot zur Berufsorientierung „oft“ oder sogar „immer“ nutzen. Der größte Teil aber, sechszwanzig Schüler*innen, würde ein Online Angebot „ab und zu“ nutzen. Neun Befragte würden eher „selten“, drei Schüler*innen „sehr selten“ und noch zwei junge Menschen würden „nie“ auf ein Online-Angebot zurückgreifen.

Der Auftrag aus dieser Frage an die mJBA im Landkreis Stendal ist eindeutig. Online-Angebote zur Berufsorientierung müssen altersgerecht angeboten werden.

Hier werden mehrere Fragen gelöst werden müssen:

1. Wie werden die jungen Menschen in dem Prozess von Übergang und Beruf am besten angesprochen?

Bei dem Wie geht es um die Sprache, um die visuelle Praxis, um die Art der Medienauswahl und um die Wertigkeit der Online-Angebote.

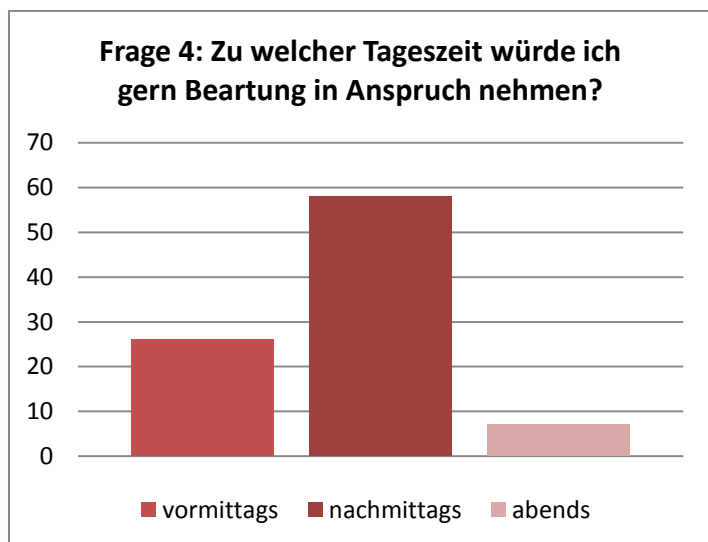
2. Wo werden sie am besten angesprochen?

Der Ort von Online-Angeboten kann sehr vielfältig gewählt werden. So ist eine umfassende virtuelle Beteiligung der Zielgruppen auf Webseiten möglich. Diese bekannt zu machen bedarf es einer breit aufgestellten Öffentlichkeitsarbeit. Schulen, Behörden, Freie Träger sind hier der Schlüssel. Weiterhin ist die dynamische Nutzung von Sozialen Medien wie z.B. Instagram und Youtube notwendig.

3. Wer gibt die Online-Angebote?

Für die Zielgruppen sollte diese Frage so beantwortet werden, dass die Online-Angebote auf den ersten Blick nicht direkt von „Ämtern und Behörden“ ausgehen. Ein virtuelles „One-Stop-Government“, alle Informationen und Angebote aus einer Hand, so muss das Marketing der Online-Angebote der mJBA aussehen.

Zu Frage 4



Bei dieser Frage wollten wir wissen, wann die Schüler*innen Beratung aus ihrer Sicht in Anspruch nehmen würden. Mehr als zwei Drittel, nämlich achtundfünfzig Schüler*innen, wählten für eine Beratung zur Berufsorientierung „nachmittags“. Nur sieben können sich eine Beratung „abends“ vorstellen und sechszwanzig der befragten Schüler*innen „vormittags“.

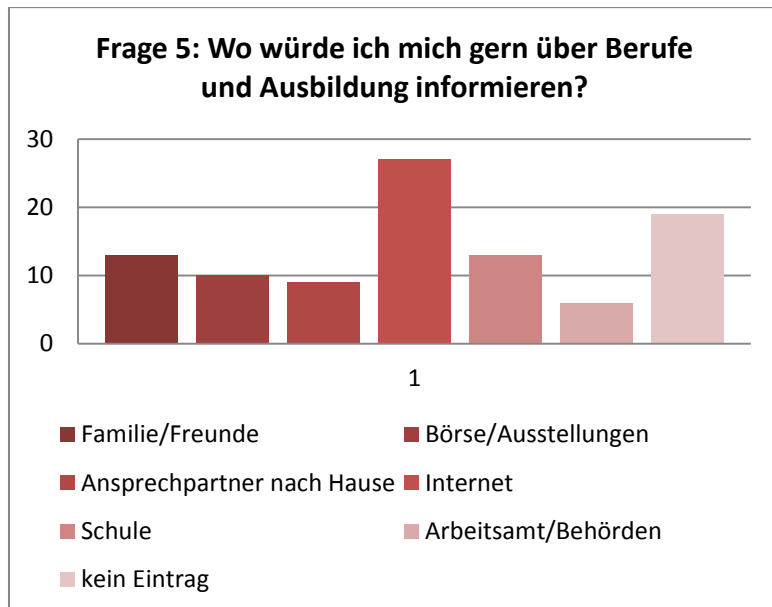
Wenn man die Tageszeiten übersetzt, könnte für „vormittags“ auch Schule stehen. Die Berufsorientierung in den Schulen und im BIZ wird von der Agentur für Arbeit sehr gut abgedeckt.

Wenn man „nachmittags“ in Freizeit übersetzen würde, wird es für die meisten Personen aus den Zielgruppen schwierig. Wer nicht gerade in Stendal wohnt kann die Angebote des BIZ schwierig annehmen. Viele Schüler sind an ihre Schulbusse gebunden, um wieder an ihren Wohnort zu gelangen. Die Eltern sind oftmals noch arbeiten oder haben nicht ausreichende Möglichkeiten am Nachmittag zum BIZ nach Stendal zu fahren.

Insofern erwächst hier für die mJBA die Aufgabe, den Wunsch nach der Beratung in der Freizeit, also außerschulisch gerecht zu werden.

Warum nur sieben Befragte sich eine Beratung „abends“ vorstellen können, bleibt spekulativ. Eventuell besteht der Wunsch, die Beratung mit der Familie zu gestalten. Es könnte aber auch sein, dass die Berufsberatung die Freizeit des Schülers nicht beeinflussen soll.

Zu Frage 5



Mit der fünften Frage wollten wir von den Schüler*innen wissen, wo sie ihre individuelle Berufsberatung in Anspruch nehmen wollen. Die Frage wurde nur von neunundvierzig der fünfundsiebzig Befragten beantwortet.

Neue Ideen sind hier nicht hervorgebracht worden. Die klassischen Orte sind genannt worden und reichen von der Familie und Bekannten über Freunde, Internet, Vereine, Behörden und Schule bis hin zu Ausbildungsbörsen und Messen sowie dem Ausbildungsunternehmen. Einige konnten sich auch vorstellen, dass Berufsberater sie zu Hause aufsuchen.

Fazit aus der Schüler*innenbefragung

Wegen der geringen Teilnehmerzahl bei der Befragung ist ein generelles Fazit nicht möglich. Trotzdem bekommt man hier eine Ahnung, was der junge Mensch im Lichte der Berufsorientierung erwartet.

Den Befragten ist ihre berufliche Zukunft wichtig. Sie informieren sich meist breit aufgestellt in der Familie, unter Freunden und Bekannten, aber auch im Internet und nutzen die bereits bestehenden Angebote der Berufsinformation durch die Agentur für Arbeit Stendal in der Schule und im BIZ. Die Schüler*innen besuchen Ausbildungsbörsen und wünschen sich eine persönliche Beratung.

Interessant ist die Nachfrage zur Berufsorientierung am Nachmittag. Hier müssen weitere Angebote entwickelt werden beziehungsweise die bestehenden Angebote zugänglich gemacht werden.



4. Auswertung der Bedarfsermittlung

Die Bedarfsermittlung ergab einige Aufgaben für die mJBA im Landkreis Stendal, welche bei der Auswahl und Umsetzung umzusetzen sind.

- Einbeziehung der Eltern / Bezugspersonen in die Berufsorientierung
- Fehlende Mobilität der Zielgruppen erkennen und Angebote der Berufsorientierung darauf anpassen
- Außerschulische Beratung flächendeckend ermöglichen
- Individuelle und persönliche Beratung ausbauen
- Virtuelle Angebote zielgruppengerecht anbieten