

# Ein besserer Weg in die Ausbildung

Netzwerk Schule, Wirtschaft, Wissenschaft: Die Berufsorientierung muss neu gedacht werden

VON CHRISTOPH BOHN

LEHE. Viele Betriebe finden keine Auszubildenden, doch auf der anderen Seite finden auch viele Schüler keinen Ausbildungsplatz. Das muss sich ändern, sagt Horst Lüdtke, Geschäftsführer des Netzwerks Schule, Wirtschaft und Wissenschaft für die Region Unterweser und hat auch schon einen Ansatzpunkt: „Die Berufsorientierung muss neu gedacht werden.“ Dazu gehören unter anderem Partnerschaften und sogenannte Berufspaten.

Bei einer Veranstaltung in Kooperation mit der Agentur für Arbeit und der Schule am Ernst-Reuter-Platz hieß die Fragestellung, wie man mehr Chancen für junge Menschen in der Region schaffen könnte. „Unsere Stadt hat sich so toll entwickelt, dass junge Leute eigentlich gar nicht mehr wegziehen müssten“, ist Claus Brüggemann, Vorsitzender des Netzwerks, überzeugt.

## Unternehmen sollen Schüler für sich begeistern

Um das zu erreichen, müsse man umdenken und neue Wege gehen, betont Lüdtke. Auf der einen Seite müsse man den Schülern eine bessere Orientierung bieten, auf der anderen Seite müssten aber auch die Unternehmen ganz anders auf die Schüler zugehen. „Sie müssen für sich werben“, sagt Lüdtke.

Die Schulen bestätigen diese Sichtweise. Berufsorientierung sei extrem wichtig, betont Nicole Wind, Leiterin der Schule am Ernst-Reuter-



Unternehmen sollten besser auf junge Leute zugehen und sich präsentieren, regt Horst Lüdtke an.

FOTO: SCHUTT/DPA

Platz. Deswegen engagiere sich ihre Schule auch sehr auf diesem Gebiet: „Aber alleine schaffen wir das nicht. Deshalb benötigen wir Kooperationen mit Betrieben und anderen Partnern.“ Das kann auch Arnd Höljes, stellvertretender Leiter der Kaufmännischen Lehranstalten nur bestätigen: „Berufsorientierung wird immer wichtiger. Wir brauchen hier frischen Wind.“

Wie wichtig die Orientierung ist, unterstreicht Naemi Härle von der Bertelsmann Stiftung in Gütersloh: „Das

Angebot an Ausbildungen ist unüberschaubar geworden. Es gibt eine Fülle von Möglichkeiten.“ Wer nicht richtig informiert sei, entscheide sich falsch. Die Folge: Jeder vierte Ausbildungsvertrag wird vorzeitig gelöst, jeder vierte Student breche sein Studium ab. „Die jungen Leute fühlen sich schlecht unterstützt.“

Die jungen Leute und die Betriebe fänden nicht zueinander, bemängelt Härle. Zudem sinke die Ausbildungsquote, obwohl die Wirtschaft boome. „Ausbildung und Be-

schäftigung haben sich entkoppelt. Das ist fatal.“ 13 Prozent der 25- bis 34-Jährigen seien ohne berufliche Qualifikation. Dadurch fehle ihnen die Eintrittskarte in den Job. Die Folgekosten für den Staat seien beträchtlich: bei 150 000 Jugendlichen pro Jahr 1,5 Milliarden Euro im Jahr nicht gezahlte Lohnsteuer und Arbeitslosenversicherung, dafür aber Kosten für Arbeitslosengeld und Sozialleistungen.

Härle regt ein Qualitätsmanagement für die schulische Berufsorientierung an – von der Planung über die Umset-

zung bis zur Kontrolle des Erfolgs. „Das Ganze muss strukturiert sein, um Übergänge zu erleichtern. Um das zu gewährleisten, sind Kooperationen mit Unternehmen, Schülerfirmen und Berufspaten nötig“, sagt Härle und fordert zudem eine Ausbildungsgarantie: „Ein Berufsabschluss muss die Mindestforderung sein.“

Ein Mann, der gerne ungewöhnliche Wege geht, ist Lars Thullesen aus Neumünster. Der Inhaber eines Betriebs ist selber vierfacher Handwerksmeister. Wissen mache Spaß,

## »Wir brauchen hier frischen Wind.«

Arnd Höljes,  
stellvertretender Leiter der  
Kaufmännischen Lehranstalten

sagt er und ist der festen Überzeugung: „Die Kinder sind besser als ihr Ruf. Man muss ihnen nur rechtzeitig helfen.“ Helfen könne schon, ihnen klarzumachen, dass das Zeugnis die Eintrittskarte für ein Bewerbungsgespräch ist – und, was sie ihnen an Gehalt pro Jahr entgeht, das sie länger für die Schule brauchen. Und Thullesen packt selber an und bietet in den Schulen kostenlose Nachhilfe und Berufstraining an: „Aber nur für diejenigen, die wollen, aber nicht können.“

## Den späteren Beruf testen

Beispiele für ungewöhnliche Wege gibt es schon. So das Projekt Jobentdecker aus Berlin. „Man muss Auszubildende wie Kunden gewinnen“, ist Carola Schneider überzeugt. Ein Beispiel für ein Marketingkonzept für Ausbildungsplätze sei ein Ausbildungstag, an dem Berufe getestet werden können.

Und auch in Bremerhaven gibt es erste Beispiele. Dazu gehören die Kooperation der Hafengesellschaft Bremports mit der Schule am Ernst-Reuter-Platz sowie die Strategie des Sail-City-Hotels: „Wir bieten unseren Azubis ein einjähriges berufsbegleitendes Persönlichkeitstraining“, sagt Direktor Tim Oberdieck.