Innovative Ideen
zur
Initiierung und Weiterentwicklung
von
Bildungspartnerschaften

Ergebnisse
des landesweiten Fachtags Bildungspartnerschaften
vom 29. Mai 2019

Veröffentlicht im Rahmen des
Spitzengesprächs zur Ausbildungssituation
am 11. November 2019

Vorwort

Bildungspartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen ermöglichen vielfältige Formen der Zusammenarbeit zur Berufsorientierung, zur Stärkung der ökonomischen Bildung, zur Verbesserung der Ausbildungsreife sowie zum Auf- und Ausbau eines nachhaltigen regionalen Netzwerks. Schülerinnen und Schüler sollen so optimal auf den Übergang in das Berufsleben vorbereitet, Schulen bei der praxisnahen Umsetzung ihres Bildungsauftrages unterstützt sowie die Sicherung des Fachkräftebedarfs von Unternehmen erleichtert werden. Hierzu haben sich die Landesregierung, der baden-württembergische Industrie- und Handelskammertag, der baden-württembergische Handwerkstag sowie die Landesvereinigung baden-württembergischer Arbeitgeberverbände bereits im Jahr 2008 auf eine intensive Zusammenarbeit zwischen Schulen und Unternehmen verständigt. 2012 wurde die Vereinbarung über den Ausbau von Bildungspartnerschaften erneuert und mit zusätzlichen qualitativen und quantitativen Zielen versehen, die bis heute gelten.

Dank des durchweg hohen Engagements aller beteiligten Akteure haben sich die Bildungspartnerschaften im Anschluss an die ESF-Anschubförderung als Maßnahme der Berufsorientierung bewährt und fest etabliert. So weisen mehr als 95% aller allgemein bildenden weiterführenden Schulen in Baden-Württemberg mindestens eine Bildungspartnerschaft mit einem, zumeist sogar mehreren Unternehmen auf.

Zum 10-jährigen Jubiläum der Vereinbarung über den Ausbau von Bildungspartnerschaften wurde im Mai 2019 ein Fachtag im innovativen Design-Thinking-Format mit regionalen Expertinnen und Experten aller beteiligten Organisationen durchgeführt. Unter professioneller Moderation wurden in Arbeitsgruppen leitfragengestützt Ideen erarbeitet, wie Bildungspartnerschaften mit innovativen Formaten aktuelle wirtschaftliche, gesellschaftliche und bildungspolitische Entwicklungen aufnehmen können, wie zum Beispiel Strukturwandel, Bildungsauftrag und Elternbeteiligung. Es sind Ideen zu konkret umsetzbaren Aktivitäten für Bildungspartnerschaften entstanden, die im vorliegenden Dokument in unterschiedlicher Ausarbeitungstiefe zusammengefasst sind.

Wir verstehen die Ergebnisse des Fachtags als Impuls für bestehende und neue Bildungspartnerschaften. Wir laden alle für Bildungspartnerschaften verantwortlichen Akteure in den Kammern, im Netzwerk SCHULEWIRTSCHAFT, in der Schulverwaltung, in den Schulen und Betrieben ein, die Ideen zu testen, weiterzuentwickeln sowie öffentlichkeitswirksam bekannt zu machen.
So können Bildungspartnerschaften auch in der nächsten Dekade einen wichtigen Beitrag zu erfolgreichen Übergängen von der Schule in den Beruf leisten.

Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag e.V.
Baden-Württembergischer Handwerkstag e.V.
Landesvereinigung baden-württembergischer Arbeitgeberverbände e.V.
Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung Baden-Württemberg (ZSL)

Inhaltsverzeichnis

1. Bildungspartnerschaften und Strukturwandel ... 4

1.1 Schüler- und Azubiwettbewerb ... 4

1.2 Betriebe digital erleben ... 5

1.3 Gemeinsame Hacker-Events mit Start-ups/ kleineren IT-Firmen ... 6

2. Bildungspartnerschaften und kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ... 7

2.1 Schülerinnen und Schüler als Impulsgeber für Azubi-Marketing in KMU ... 7

2.2 YouTube-Channel ("Influencer") ... 8

3. Bildungspartnerschaften und Vielfalt ... 9

3.1 Gemeinsam reale (Infrastruktur-) Projekte mit Schülerinnen und Schülern umsetzen ... 9

3.2 Schülerinnen und Schüler stärken ihre Kompetenzen ... 11

4. Bildungspartnerschaften und Bildungsauftrag ... 12

4.1 Bildungspartner-Hopping“ im Rahmen des Berufsorientierungs-Auftrags ... 12

4.2 Bildungspartnerschaften von der Schülerschaft her denken (Umfrage, Votum, Themen etc.) ... 13

5. Bildungspartnerschaften und Vorurteile ... 14

5.1 Talent vor Klischee ... 14

6. Bildungspartnerschaften und Elternarbeit ... 16

6.1 "Berufserkundungstour" mit Eltern ... 16

6.2 "Onboarding" für neu gewählte Elternvertreter ... 17

Anhang ... 18

Impressionen des Fachtags ... 18

Hilfreiche Internetseiten und Links ... 19

Herausgeber ... 20

1. Bildungspartnerschaften und Strukturwandel

Wie können Bildungspartnerschaften dazu beitragen, den wirtschaftlichen Strukturwandel für Schülerinnen und Schüler erfahrbar zu machen?

1.1 Schüler- und Azubiwettbewerb

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	Schüler- und Azubi-Wettbewerb zur Belebung von Bildungspartnerschaften unter dem Transformationsaspekt (Digitalisierung)
Beschreibung	Schülerinnen und Schüler sowie Auszubildende erarbeiten gemeinsam Ideen, wie die Auswirkungen der digitalen Transformation in Ausbildung und Arbeitswelt in (der eigenen) Bildungspartnerschaften abgebildet werden können. Die Ergebnisse werden im Rahmen einer Veranstaltung einer Jury vorgestellt und prämiert. Der Wettbewerb eignet sich für eine Umsetzung in einer lokalen Bildungspartnerschaft, in einem regionalen Netzwerk aus Bildungspartnerschaften und/ oder für eine überregionale Umsetzung.
Ziele	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler: • den wirtschaftlichen Strukturwandel für Schülerinnen und Schüler erfahrbar machen • Aktivierung der Schüler- und Azubiperspektive • durch intensivere Kommunikation Kompetenzen der Schülerinnen und Schüler erweitern Mehrwert für Bildungspartner: • neue Wege der Ideenfindung und der Zusammenarbeit in Bildungspartnerschaften gehen • Transparenz über Inhalte anderer Bildungspartnerschaften (regional/ überregional)
Ergebnis	Ideenpool für Abschluss neuer Bildungspartnerschaften und Weiterentwicklung bestehender Bildungspartnerschaften

Hinweise zur Umsetzung	• Ausgestaltung des Wettbewerbs erfolgt durch die Bildungspartner (lokal) oder die überregionale Koordinatoren von Kammern, Verbänden und Schulverwaltung (überregional).
	• „Checkliste“ für den Wettbewerb entwickeln mit u.a. folgenden Aspekten
	  ○ Ausschreibung
	  ○ Zeitplan
	  ○ Jurybesetzung
	  ○ Abschlussveranstaltung z.B. Tag der Beruflichen Orientierung
	  ○ Art der Prämierung
	  ○ Öffentlichkeitsarbeit
	  ○ Evaluation

1.2 Betriebe digital erleben

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	Schülerinnen und Schüler erstellen gemeinsam mit Auszubildenden eines Partnerbetriebs einen 360°-Film.
Beschreibung	Schülerinnen und Schüler fertigen gemeinsam mit Auszubildenden einen 360°-(Handy-) Film an, in dem Auszubildende ihren Ausbildungsberuf, Betriebsalltag oder Berufsschulunterricht aus ihrer Perspektive vorstellen. Dies umfasst das gemeinsame Erstellen eines Drehbuchs, Auswahl geeigneter Technik, Dreh sowie Schnitt des Filmmaterials.
Ziele	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler: • mediendidaktische Auseinandersetzung mit dem Thema Berufliche Orientierung (gem. Leitperspektive Medienbildung) • Erstellen eines (virtuellen) Produkts, das Jugendliche in ihren sozialen Netzwerken teilen können Mehrwert für Bildungspartner: • Einblick in zielgruppenspezifische Medien und Kanäle, über die Jugendliche im Azubi-Marketing angesprochen werden können • jugendgerechtes Video, das zur Azubi-Gewinnung genutzt werden kann

1.3 Gemeinsame Hacker-Events mit Start-ups/ kleineren IT-Firmen

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	„Hacker School - coden, proggn, Sachen machen“ Schülerinnen und Schüler programmieren ein Spiel, eine App oder eine Website.
Beschreibung	Wochenendkurse für Schülerinnen und Schüler Ehrenamtliche IT-Expertinnen und Experten aus Bildungspartnerbetrieben geben ihr Wissen weiter. Die Unternehmen stellen Räumlichkeiten zur Verfügung. Mitarbeitende engagieren sich ehrenamtlich als „Inspirer“. • 1 Unternehmen • 2 Inspirer • 10 Schülerinnen und Schüler • 1 Wochenende (2 x 4 Stunden) Vorbild: hacker-school.de, unterstützt bei Bedarf bei der Umsetzung
Ziele	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler sowie Eltern: • „Jedes Kind soll einmal die Gelegenheit haben, eine Zeile Code zu schreiben, bevor es eine berufsweisende Entscheidung trifft.“ Mehrwert für Bildungspartner: • Beitrag zu einem grundlegendem Verständnis für digitale Zusammenhänge bei zukünftigen Bewerberinnen und Bewerbern • Interesse bei Schülerinnen und Schülern für IT-Zusammenhänge wecken („digitale Mündigkeit“)

2. Bildungspartnerschaften und kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

Wie können Bildungspartnerschaften erfolgreich mit KMU umgesetzt werden? Was sind Erfolgsfaktoren?

2.1 Schülerinnen und Schüler als Impulsgeber für Azubi-Marketing in KMU

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	Schülerinnen und Schüler beraten Betriebe als Impulsgeber für Azubi-Marketing in KMU.
Beschreibung	Nutzergruppen-orientiertes Marketing im Sinne des „Reverse-Mentoring“. Schülerinnen und Schüler entwickeln, basierend auf ihrer Perspektive auf die Arbeitswelt, Azubi-Marketingelemente für KMU mittels kreativer/ innovativer Methoden wie z.B. Design Thinking oder Scrum. Die Ergebnisse werden im Rahmen eines Pitches dem Unternehmen präsentiert. Die Idee eignet sich insbesondere für länger bestehende Bildungspartnerschaften in einem längerfristigen Rhythmus.
Ziele	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler: • Schülerinnen und Schüler lernen eine systematische Erfassung und Aufbereitung von unternehmerischen Problemstellungen und Präsentation von passgenauen Lösungsansätzen • Aktivierung der Schülerperspektive Mehrwert für Unternehmen: • Ausrichtung des Azubi-Marketings auf die Anforderungen an die Zielgruppe, mit der Möglichkeit neue Kanäle der Zielgruppenansprache zu identifizieren • außerbetriebliche Impulse werden in das Unternehmen hineingetragen
Ergebnis	KMU können angebotene Ausbildungsplätze passgenauer besetzen, da sie von der relevanten Zielgruppe beraten werden. Schülerinnen und Schüler setzen sich mit dem Bewerbungsprozess aus Sicht des Unternehmens auseinander und nehmen die Rolle des Unternehmers ein. (Perspektivwechsel, siehe Bildungsplan WBS)
Hinweise zur Umsetzung	• Rollenklärung: was kann realistischerweise erreicht werden? • Verhaltens-,Gesprächs- und Feedbackleitfäden (für Schülerinnen und Schüler und Betrieb) für die Umsetzung entwickeln • Coaching/ Moderation mit Kenntnissen der Kreativmethoden • Auftrag/ Problemdefinition muss mit dem Betrieb erarbeitet und vereinbart werden • Organisation der Pitches vorzugsweise im Unternehmen als Abschluss der „Beratung“

2.2 YouTube-Channel ("Influencer")

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	You-Tube-Channel powered by Bildungspartnerschaft
Beschreibung	Schülerinnen und Schüler betreiben einen YouTube-Kanal, in dem sie über ihre Erfahrungen in Projekten innerhalb von Bildungspartnerschaften berichten. Sie geben Tipps an Mitschülerinnen und Mitschüler und Betriebe für eine attraktive Gestaltung. Evtl. können „Influencer“ zur Unterstützung gewonnen werden. Eine Kombination mit Bildungsplaninhalten der Medienbildung ist möglich.
Ziele	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler sowie Eltern: • aktive Auseinandersetzung mit dem Thema Berufliche Orientierung unter Nutzung eines jugendrelevanten Mediums • Auseinandersetzung mit der Medienwirklichkeit im Rahmen der Medienbildung Mehrwert für Bildungspartner: • Tipps aus erster Hand zur Gestaltung der Bildungspartnerschaft • Sichtbarmachung und virale Verbreitung von Aktivitäten der Beruflichen Orientierung auf jugendgerechten Kanälen

3. Bildungspartnerschaften und Vielfalt

Wie können Bildungspartnerschaften von einer vielfältigen/ heterogenen Schülerschaft profitieren (Sicht der Unternehmen)? Wie gestalten wir Bildungspartnerschaften, damit eine vielfältige Schülerschaft davon profitiert (Sicht der Schulen)?

3.1 Gemeinsam reale (Infrastruktur-) Projekte mit Schülerinnen und Schülern umsetzen

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	Schülerinnen und Schüler „bauen“/ “renovieren“/ “entwickeln“ schulrelevante Infrastruktur z.B. … • einen Pavillon • eine Außenanlage • eine Solaranlage • eine Website • ein „IT-Programm“ (eine App) • ein … gemeinsam mit Bildungspartner(Handwerks-)Betrieben.
Beschreibung	Ausdifferenziertes Projekt mit unterschiedlichen Anforderungen und Praxisinhalten, so dass Schülerinnen und Schüler entsprechend ihrer Neigungen und Fähigkeiten innerhalb eines realen Gesamtprojekts eine individuelle und kompetenzorientierte Berufliche Orientierung erfahren.
Ziele	Mehrwert für Lehrkräfte: • Lehrkräfte erhalten ein realistisches Bild über die Praxiskompetenzen der Schülerinnen und Schüler und können die weiteren Berufsorientierungs-Aktivitäten entsprechend ausrichten • Verbesserung der Berufsorientierungs-Beratungskompetenz gegenüber Schülerinnen und Schüler und Eltern • Stärkung der Rolle als Berufsorientierungs-Lehrkraft Mehrwert für Schülerinnen und Schüler: • Schülerinnen und Schüler erleben die Berufevielfalt in der eigenen Handlung • Nachhaltigkeit und Sichtbarkeit für die gesamte Schulgemeinschaft Mehrwert für Unternehmen: • Betriebe können sich ein Bild der vorhandenen Talente der Schülerinnen und Schüler in der Praxis machen und daraus direkt Angebote auf eine Ausbildung machen
Ergebnis	• langfristige und nachhaltige Kooperation mit unterschiedlichen Bildungspartnern • Schülerinnen und Schüler „lernen etwas fürs Leben“ • passgenaue Besetzung von regional angebotenen Ausbildungsplätzen v.a. im Handwerk
Hinweise zur Umsetzung	• langfristige Planung zur Abstimmung z.B. der Gewerke mit den beteiligten Betrieben • Schulträger ggf. einbeziehen bei der Planung, Durchführung und

	Finanzierung der Vorhaben • Beobachtungsbogen/ Kompetenzfeststellungsinstrumente für Lehrkräfte entwickeln/ bereitstellen • Vorbereitung der Schülerinnen und Schüler im entsprechenden Fachunterricht • fachkundige Anleitung durch Betriebe (z.B. durch Azubis) unter Berücksichtigung der einschlägigen Sicherheitsvorschriften • strukturiertes und individuelles Feedback für Schülerinnen und Schüler • „Präsentation“ des Ergebnisses in der Schul- und Regionalöffentlichkeit

3.2 Schülerinnen und Schüler stärken ihre Kompetenzen

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	Schülerinnen und Schüler stärken und entwickeln ihre Kompetenzen gemeinsam mit Bildungspartnern im • sozialen Umgang • in der Bewertung von Medien • in ihrer (beruflichen) Entscheidungsfindung
Beschreibung	Bildungspartner können durch gezielte Projekte und Workshops die Schülerinnen und Schüler in der individuellen Entwicklung unterschiedlicher Kompetenzen unterstützen. Denkbar wären dazu verschiedene Formate mit flexiblen als auch fest eingebundenen Partnerunternehmen; wesentlich für Schule und Unternehmen ist jedoch, gemeinsame Anknüpfungspunkte herauszufinden. Möglichkeiten dazu könnten u.a. sein: • Workshops zum Umgang mit (sozialen) Medien (z.B. auch im Berufsleben) bzw. Anwenderprogrammen • „Berufsknigge“ (Sozialverhalten im beruflichen Alltag) • Bewerbertrainings • Angebote, bei denen z.B. Azubis der Partnerunternehmen die Schülerinnen und Schüler auf Augenhöhe über die entsprechenden Anforderungen des Berufs informieren und in ihrer (beruflichen) Entscheidungsfindung unterstützen
Ziele	Mehrwert für Lehrkräfte: • Unterstützung der Lehrkräfte, z.B. in den Bereichen Medienbildung, Bewerbung. • Angebote für den Tag der Beruflichen Orientierung Mehrwert für Schülerinnen und Schüler: • Kompetenzzuwächse • Individuelles Feedback durch die Partnerunternehmen • Praxiserfahrungen (siehe Verwaltungsvorschrift Berufliche Orientierung) Mehrwert für Unternehmen: • Betriebe erkennen die Stärken und Schwächen der Schülerinnen und Schüler in verschiedenen Situationen bzw. im Umgang mit unterschiedlichen Inhalten • Dadurch entstehen Möglichkeiten, Ausbildungsplätze direkt Schülerinnen und Schülern anzubieten
Ergebnis	• Einbettung der Bildungspartnerschaft in das Schulcurriculum • Schülerinnen und Schüler werden in ihrem individuellen Berufsorientierungsprozess gestärkt
Hinweise zur Umsetzung	• Intensive Abstimmung zwischen Schule und Unternehmen, um passgenaue Angebote zu entwickeln • Ggf. nur interessierte Schülerinnen und Schüler zu den Veranstaltungen einladen

4. Bildungspartnerschaften und Bildungsauftrag

Wie gestalten wir Bildungspartnerschaften, damit sie einen integrativen Beitrag zur Erfüllung der schulischen Rahmenvorgaben leisten können?

4.1 Bildungspartner-Hopping“ im Rahmen des Berufsorientierungs-Auftrags

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	"Bildungspartner-Hopping" für Lehrkräfte
Beschreibung	Schulen (ganzes Kollegium, Schulleitung, Fachschaft(en)) besuchen die Partnerbetriebe der Schulen. Lehrkräfte erkunden unterschiedliche Berufe und die betrieblichen Abläufe bei dem/den Bildungspartner/n, möglichst anhand von handlungsorientierten Aufgaben mit Bezug zur Verwaltungsvorschrift Berufliche Orientierung und zum Bildungsplan. Das „Bildungspartner-Hopping“ kann mit einer oder mehreren Stationen bei einem Bildungspartner und mit mehreren Bildungspartnern durchgeführt werden.
Ziele	Mehrwert für Schule: • vertiefte Kenntnisse über das Berufsspektrum bei den Partnerbetrieben • mehr Sicherheit für den Berufsorientierungsunterricht mit Blick auf die Verwaltungsvorschrift Berufliche Orientierung und den Bildungsplan • Impulse für neue Ideen zur Gestaltung der Berufsorientierung Mehrwert für Unternehmen: • vertiefter/ direkter Kontakt zu den Partnerschulen über die Berufsorientierungs-Lehrkräfte hinaus • Lehrkräfte aller Fachrichtungen lernen Anforderungsprofile für eine Ausbildung (fachlich/ überfachlich) kennen
Ergebnis	Lehrkräfte mit unterschiedlichen fachlichen Perspektiven werden aktiv in der betrieblichen Praxis auf ihren Bildungsauftrag „Berufliche Orientierung“ (Leitperspektive Berufliche Orientierung) vorbereitet.

Hinweise zur Umsetzung	• Planungsgruppe mit Bildungspartnern
	• Ablaufplan (zeitlich/ inhaltlich) unter Berücksichtigung der Verfügbarkeit der Betriebe und der schulischen Rahmenbedingungen
	• Durchführung z.B. im Rahmen eines „Pädagogischen Tages“ oder einer „schulinternen Fortbildung“ oder Fachschaftskonferenz im Partnerbetrieb
	• Bildungspartner formulieren gemeinsam handlungsorientierte Aufgaben, möglichst mit Bezug zum Bildungsplan/ Leitperspektive Berufliche Orientierung
	• Auszubildende der Partnerbetriebe einbeziehen
	• Überlegungen zum Abschluss z.B.
	  ○ Reflexion mit den Teilnehmenden
	  ○ mögliche Vertiefung in einem Lehrerbetriebspraktikum im Anschluss
	  ○ ggf. „Gegenbesuch“ der Partnerbetriebe in der Schule anregen
	  ○ Öffentlichkeitsarbeit
	• Evaluation

4.2 Bildungspartnerschaften von der Schülerschaft her denken (Umfrage, Votum, Themen etc.)

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	Das jährliche Programm der Bildungspartnerschaft (oder Teile davon) werden von Schülerinnen und Schülern mitgestaltet.
Beschreibung	Bildungspartnerschaften sollen Schülerinnen und Schülern bei ihrer Berufsorientierung und-wahl unterstützen, bei den Planungen der Inhalte und Aktivitäten können sie aber noch intensiver einbezogen werden. Neben gut etablierten Standardthemen der Zusammenarbeit können jährlich wechselnde Themen hinzukommen, die durch die Abfrage von Themenwünschen der Schülerinnen und Schüler ermittelt werden. Über die Themenvorschläge kann in den jeweiligen Jahrgängen abgestimmt werden, so dass die Favoriten mit der höchsten Zustimmung umgesetzt werden können. Die Abfragen und Abstimmung können als Azubiprojekt vorbereitet und digital umgesetzt werden.
Ziele	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler sowie Eltern: • die Schülerinnen und Schüler setzen sich aktiv mit dem Partnerbetrieb und dessen Tätigkeiten auseinander, um Themen zu finden und zu beurteilen • verstärkte Identifikation mit der Bildungspartnerschaft • Schülerinnen und Schüler und ihre Eltern erkennen die Vielfalt der Berufe der regionalen Wirtschaft am Beispiel der Partnerunternehmen Mehrwert für Bildungspartner: • die Unternehmen erkennen, was Jugendliche von ihnen wissen und was sie am Unternehmen interessiert und können so auch gezielter für ihre Ausbildung werben

5. Bildungspartnerschaften und Vorurteile

Wie können Bildungspartnerschaften klischeefrei ausgestaltet werden?

5.1 Talent vor Klischee

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	Mit der Auswahl und Präsentation ungewöhnlicher Praxisbeispiele erzielen die Bildungspartner einen Überraschungseffekt und hinterfragen Klischees der Berufswahl.
Beschreibung	Partnerunternehmen suchen gezielt Praxisbeispiele, mit denen sie die Schülerinnen und Schüler (und Eltern) ihrer Partnerschule überraschen, verblüffen und für bisher eher abgelehnte Berufe und Tätigkeiten öffnen können. Praxisbeispiele können zum Beispiel sein: • gezielte Betriebserkundungen zu High Tech/ Digitalisierung in vermeintlich alten/ traditionellen Berufen/ Branchen • Schülerinnen und Schüler probieren für einen Beruf typische praktische Tätigkeiten aus und erfahren direkt, wie anspruchsvoll die Tätigkeiten sind und was ihnen liegt und was nicht (auch als Berufsparcours umsetzbar) • Auszubildende/ Ausbildungsbotschafterinnen und -botschafter in geschlechtsuntypischen Berufen (Frauen in MINT-Berufen, Männer in Sozial- oder Pflegeberufen) • Auszubildende, die selbst schwache Schülerinnen und Schüler waren, sind in ihrer Wunschausbildung besonders leistungsstark und erzielen bei Wettbewerben oder Prüfungen besondere Leistungen • Azubis mit Behinderungen meistern eine anspruchsvolle Regelausbildung • Fachkräfte/ Senior-Ausbildungsbotschafterinnen und -botschafter stellen vor, wie sie mit einer Ausbildung Führungskraft, Chef oder Chefin oder Betriebsinhaber oder -inhaberin geworden sind (Karriere mit Lehre)
	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler sowie Eltern: • Reflexion der eigenen Bilder von Branchen, Berufen und Tätigkeiten • Verbreiterung des Berufswahlspektrums Mehrwert für Lehrkräfte: • Reflexion der eigenen Bilder von Branchen, Berufen und Tätigkeiten • Stärkung der Beratungskompetenz bei der Berufswahl ihrer Schülerinnen und Schüler Mehrwert für Unternehmen: • Erschließung neuer Bewerbergruppen durch Aufbrechen von Berufsklischees • Verbesserung des Images von unbeliebten/ unbekannten Berufen und Branchen
Ergebnis	• Pool ungewöhnlicher Praxisbeispiele zur Erzielung von

	Überraschungseffekten • Leitfaden für die Umsetzung (Drehbuch für die Inszenierung von Überraschungseffekten)

Hinweise zur Umsetzung	• Suche und Sammlung geeigneter Beispiele für Überraschungseffekte im Betrieb (Abfrage unter Mitarbeitenden und Azubis, als Azubi-Projekt)
	• Umsetzung im Rahmen von:
	  ○ Elternabenden/ Elterncafés (mit Jugendlichen)
	  ○ im Unterricht
	  ○ in Werkstätten/ Betrieben
	  ○ Tag der Beruflichen Orientierung, Berufsparcours o.ä. (spielerisches Ausprobieren von Tätigkeiten an Stationen)
	• Einbeziehung von Auszubildenden und/ oder Ausbildungsbotschafterinnen und -botschaftern

6. Bildungspartnerschaften und Elternarbeit

Wie können Eltern strukturiert in Bildungspartnerschaften eingebunden werden?

6.1 "Berufserkundungstour" mit Eltern

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	"Berufserkundungstour" für Eltern mit ihren Kindern in Unternehmen
Beschreibung	Eltern besuchen mit ihren Kindern die Partnerbetriebe der Schulen. Anhand von handlungsorientierten Aufgaben erkunden Eltern mit ihren Kindern gemeinsam unterschiedliche Berufe und die betrieblichen Abläufe. Die Berufserkundungstour kann mit einer oder mehreren Stationen bei einem Bildungspartner und mit mehreren Bildungspartnern durchgeführt werden.
Ziele	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler sowie Eltern: • Erweiterung des Berufswahlspektrums • mehr Sicherheit in der Berufswahl durch Rückhalt der Eltern Mehrwert für Bildungspartner: • verbindlichere Berufswahlentscheidung: Eltern erkennen die Stärken ihrer Kinder im gemeinsamen Berufsorientierungsprozess und unterstützen so eine klischeefreie Berufswahl • weniger Vertragslösungen vor und zu Beginn der Ausbildung • verbindliche Einbeziehung der Eltern in den Berufsorientierungs-Prozess (gem. Verwaltungsvorschrift Berufliche Orientierung)
Ergebnis	Eltern werden aktiv in den Berufsorientierungsprozess einbezogen

Hinweise zur Umsetzung	• Planungsgruppe mit Bildungspartnern und Elternvertretern
	• Ablaufplan (zeitlich/ inhaltlich) unter Berücksichtigung der Verfügbarkeit von Eltern und Betrieben aufstellen
	• Busfahrplan für die Tour im Sinne einer „Hopp-On/ Hopp-Off-Tour“ oder gemeinsame Rundfahrt
	• Formulierung der jeweiligen handlungsorientierten Aufgaben, möglichst mit Bezug zum Bildungsplan
	• „Tour-Pass“ für jedes Eltern-Kind-Tandem
	• Auszubildende der Partnerbetriebe einbeziehen
	• Überlegungen zum Abschluss der Tour z.B.
	  ○ Reflexion mit den Teilnehmenden
	  ○ Praktikumsbörse der Partnerbetriebe
	  ○ Zertifikat/ Urkunde/ gemeinsames Foto
	• Öffentlichkeitsarbeit

6.2 "Onboarding" für neu gewählte Elternvertreter

IDEENSTECKBRIEF	
Idee	Gewählte Elternvertreterinnen und -vertreter werden in einem regelmäßigen Programm über die Bildungspartnerschaften und die gemeinsamen Aktivitäten der Bildungspartner informiert und können als Multiplikatoren gegenüber allen Eltern wirken.
Beschreibung	Eltern sind die zentralen Ratgeber bei der Berufsorientierung und -wahl ihrer Kinder. Daher sollten sie auch über die bestehenden Bildungspartnerschaften informiert sein und einbezogen werden, wo es sinnvoll und möglich ist. Dazu bietet es sich an, im Jahresprogramm der Schule nach den Wahlen der Elternvertretungen einen festen Termin mit den Partnerunternehmen zu etablieren, bei dem die neu gewählten Elternvertreterinnen und -vertreter von Lehrkräften und Unternehmen gemeinsam über die Aktivitäten der Bildungspartnerschaft informiert werden. Der Termin kann auch im Unternehmen stattfinden und bei Interesse mit einer Betriebsbesichtigung kombiniert werden.
Ziele	Mehrwert für Schülerinnen und Schüler sowie Eltern: • mehr Transparenz über die Möglichkeiten der Berufsorientierung • Stärkung der Berufswahlkompetenz der Eltern Mehrwert für Schule: • mehr Rückhalt der Eltern für den Berufsorientierungsunterricht mit Blick auf die Verwaltungsvorschrift Berufliche Orientierung • neue Impulse aus der Elternschaft zur Gestaltung der Berufsorientierung Mehrwert für Bildungspartner: • Aufbau von Vertrauen bei den Eltern durch Transparenz der Aktivitäten • Rückhalt für gemeinsame Aktivitäten, Abbau von Vorurteilen gegenüber einzelnen Branchen oder Berufen • neue Impulse aus der Elternschaft zur Gestaltung der Ausbildung und des Ausbildungsmarketings

Anhang

Impressionen des Fachtags

Hilfreiche Internetseiten und Links

- Vereinbarung über die Weiterentwicklung von Bildungspartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen in Baden-Württemberg vom 29. März 2012 (Link)
- Bildungspläne Baden-Württemberg: www.bildungsplaene-bw.de
- Leitperspektive Berufliche Orientierung (Link)
- Verwaltungsvorschrift des Kultusministeriums über die berufliche Orientierung an weiterführenden allgemein bildenden Schulen (VwV Berufliche Orientierung) (Link)
- Berufsorientierungsplattform des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport: www.bo-bw.de

Herausgeber

Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag e.V.

Baden-Württembergischer Handwerkstag e.V.

Landesvereinigung baden-württembergischer Arbeitgeberverbände e.V.

Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung Baden-Württemberg

Stand: November 2019