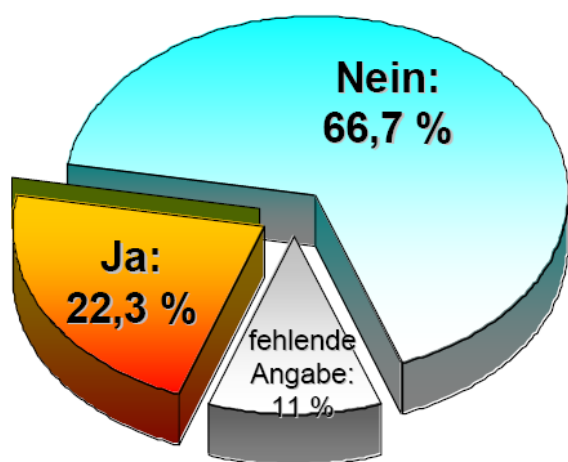




Informationen für die Bildungs- und Berufsberatung

Ausgabe Nr. 17 vom 25. August 2006
Die iBB im Internet: www.Kohnpage.de/iBB

Girls´ Day wirkt



Befragung von 1.739 Betrieben:

Haben sich bei Ihnen Mädchen aufgrund der Teilnahme an einem früheren Girls´ Day auf Praktikumsplätze oder Ausbildungsplätze beworben?

(ausschließlich technische, naturwissenschaftliche, informationstechnische und handwerkliche Berufe)

Grafik: iBB

Auf die Bemühungen, das traditionell erworbene geschlechtstypische Berufswahlverhalten zu verändern, gibt es unterschiedliche Reaktionen – gerade auch von Profis in der Bildungs- und Berufsberatung. Die einen winken ab mit dem Hinweis auf zahlreiche erfolglos gebliebene Versuche, auf die Beharrungsmacht der Geschlechtsrollen oder gar auf die für Frauen in untypischen Berufen noch höher ausschlagenden Arbeitsmarktrisiken. Andere unternehmen, wie die Akteurinnen und Akteu-

Inhalt

Girls´ Day wirkt	1
Webportal und Faltblatt informieren über das auswärtige Jugendwohnen zur Ausbildung	3
UNI-Magazin vor dem Aus	5
Jugendarbeitslosigkeit: Warten auf den Aufschwung	6
Bildungsabsolventen: Regionale Unterschiede	7
Neue Namen, Neue Inhalte: Kaufleute der Medienbranche	8
BA startet Sofortprogramm für jugendliche Migranten	9
Lehre plus Studium Zwei Fliegen mit einer Klappe	10
Medienprofessur für Computer- und Videospiele an der TU Ilmenau	12
Hochschulfinanzierung: Wer sät, darf ernten	14
Biotechnologie: In Deutschland eine junge Branche	17
Gefälschte Bewerbungen. Sich selbst erfinden	18
Auch nach erfolgreicher Berufsausbildung bleiben junge Türken am Arbeitsmarkt benachteiligt	20
Erik Händelers Blick auf die langen Wellen wirtschaftlicher Entwicklung jetzt auch als Hörbuch	21
Zielgruppenerreichung und Teilnehmerstruktur des Jugendsofortprogramms JUMP	22
Games Convention: Klassenziel erreicht	24
Veranstaltungshinweise	26
Impressum	27

re beim alljährlichen Girls´ Day, mit unvermindertem Engagement neue Versuche oder verweisen auf eine angeblich geschlechtsrollenkonservierende Beratungstätigkeit der Bundesagentur für Arbeit. (Wir dokumentierten die Kontroverse um die Publikation von Helga Ostendorf.) Für beide Seiten dürfte interessant und vielleicht überraschend sein, was der aktuelle Evaluierungsbericht zum Girls´ Day erbracht hat: Wenn sich zwischen einem Fünftel und einem Viertel der jungen Teilnehmerinnen nach diesem Aktionstag aktiv um eine Ausbildung in technischen, naturwissenschaftlichen

oder untypischen Handwerksberufen bemüht, dann ist das sicher mehr, als viele erwartet haben. Und es ist nicht nur ein Schritt zur Überwindung tradierter Rollen, sondern auch ein erster Mobilisierungserfolg auf dem Weg zum absehbaren Fachkräftemangel in Deutschland. Wir dokumentieren im Folgenden die Presseerklärung der Bundesministerin für Familie, Senioren Frauen und Jugend zur Veröffentlichung des Evaluierungsberichtes. Eine Kurzfassung der Berichtsergebnisse ist im Internet zu finden unter der Adresse <http://www.girls-day.de/content/download/3940/31599/file>.

Presseerklärung des BMFSFJ vom 15. August 2006

Evaluation zeigt: Girls' Day ist erfolgreich!

Etwa jedes vierte am Girls' Day beteiligte Unternehmen erhielt im Jahr 2005 Bewerbungen auf Ausbildungsplätze und Praktika aufgrund seiner Girls' Day-Aktivitäten. Über 40 Prozent der beteiligten Schülerinnen würden gerne im besuchten Betrieb ein Praktikum oder eine Ausbildung beginnen. Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Studie „Girls' Day - Mädchen-Zukunftstag und mehr - Projekte zur Berufsorientierung von Mädchen“.

Weitere Ergebnisse zeigen die Offenheit der Mädchen für so genannte frauenuntypische Berufe: Ein Drittel der teilnehmenden Mädchen kann sich vorstellen, später einmal in den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnik, Multimedia oder Wissenschaft und Forschung zu arbeiten. Die Bereiche Technik und Handwerk interessierten ungefähr ein Viertel der Mädchen, das Ingenieurswesen 20 Prozent.

Die beteiligten Unternehmen und Organisationen wünschen sich eine stärkere Zusammenarbeit zwischen Schulen und Betrieben (90 Prozent) und mehr Möglichkeiten zu technikorientierten Berufspraktika für Mädchen (78 Prozent). Nach Ansicht der Unternehmen ist es wichtig, ein anderes gesellschaftliches Bild von Frauen und Technik zu entwickeln, eine familienorientierte Personalpolitik zu verfolgen und die Eltern für die Zukunftschancen ihrer Töchter gerade in technischen und naturwissenschaftlichen Berufen zu sensibilisieren. Dies seien grundlegende Faktoren, um junge Frauen für Technik, Naturwissenschaft und Handwerk zu gewinnen.

Für den Bericht wurden 16.000 Schülerinnen ab der fünften Klasse sowie beteiligte Unternehmen, Organisationen und Schulen befragt. Der Bericht wurde vom Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. herausgegeben.

Was ist der Girls' Day?



Der „Girls' Day - Mädchen-Zukunftstag“ findet seit 2001 jedes Jahr im April statt. Technische und handwerkliche Unternehmen und Abteilungen sowie Hochschulen, Forschungszentren und ähnliche Einrichtungen bieten am Girls' Day Veranstaltungen für Mädchen an. Sie erhalten Einblick in Berufsfelder, die Mädchen nur selten in Betracht ziehen. Der Girls' Day erreichte mit über 7.000 Veranstaltungen und über 121.000 Plätzen für Mädchen in Unternehmen, Hochschulen und weiteren Organisationen im Jahr 2006 erneut einen Beteiligungsrekord. Der nächste Girls' Day findet am 26. April 2007 statt.

Der Girls' Day ist ein Projekt des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. und eine Gemeinschaftsaktion der Bundesministerien für Bildung und Forschung, für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, der Initiative D21, der Bundesagentur für Arbeit, des Deutschen Gewerkschaftsbundes, der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks und des Bundesverbandes der Deutschen Industrie.

Webportal und Faltblatt informieren über das auswärtige Jugendwohnen zur Ausbildung

Pressemitteilung der Bundesarbeitsgemeinschaft Jugendsozialarbeit vom 14. August 2006

Am 9. August 2006 ging das neue Webportal www.auswaerts-zuhause.de online. Nach noch nicht einmal einer Woche im Internet konnten bereits erste Erfolge verzeichnet werden. So nehmen vor allem Jugendliche, die auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz auch außerhalb ihres Heimatortes sind, dieses neue Internetangebot an und informieren sich über die Möglichkeiten, die ihnen das Jugendwohnen bietet. Sie recherchieren nach Jugendwohnheimen in der Nähe des Ortes, in dem sie ihre Ausbildung aufnehmen werden, und erfahren auf der Homepage, wie der Alltag in einem Jugendwohnheim ist.

Auch für Ausbildungsbetriebe, Berufsberater und Eltern bietet das Internetportal eine Fülle

von Informationen. Vor allem für Unternehmen, die auch überregional nach geeigneten Auszubildenden suchen, ist das Jugendwohnen ein wichtiger Partner. Ausbildungsleiter können sicher sein, dass Jugendliche, die in einem Jugendwohnheim wohnen und dort jedwede Unterstützung erfahren, ihre Ausbildung erfolgreich abschließen werden.



Einige Berufsinformationszentren haben bereits Informationsblätter bestellt, um über das Jugendwohnen vor Ort informieren zu können. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und die Bundesagentur für Arbeit unterstützen die Aktion und werden das Webportal auf ihren Internetangeboten verlinken.

Aufgabe von Jugendwohnheimen ist es, jungen Menschen, die ihre Ausbildung oder einen Teil davon nicht an ihrem Wohnort absolvieren können, eine Unterkunft zu bieten. Erfahrene Sozialpädagoginnen und -pädagogen begleiten die Jugendlichen, unterstützen sie bei allen Fragen und Problemen rund um ihre Ausbildung, helfen dabei, möglicherweise vorhandene Schwächen in der Ausbildungsreife zu überwinden, und bieten Nachhilfestunden und Freizeitangebote.

Um die Zukunft des Jugendwohnens zu sichern, hat die BAG Jugendsozialarbeit gemeinsam mit ihren Mitgliedsorganisationen das Projekt AUSWÄRTS ZUHAUSE - Jugendwohnen mit Zukunft gestartet. Ziel des Projektes ist es, neue Ideen für Strategien, Finanzierung, Außendarstellung, Vernetzung und politische Interessenvertretung für das Jugendwohnen zu entwickeln.

Das Webportal www.auswaerts-zuhause.de sowie ein begleitendes Faltblatt wurden im Rahmen dieses Projektes entwickelt. Gefördert wurde dieser Projektbaustein aus Mitteln der Stiftung Jugendmarke e.V.

Die Bundesarbeitsgemeinschaft Jugendsozialarbeit ist der Zusammenschluss der Trägergruppen und Landesarbeitsgemeinschaften der Jugendsozialarbeit freier Träger. Jugendsozialarbeit hat die sprachliche, schulische, berufliche und soziale Integration sozial benachteiligter und individuell beeinträchtigter junger Menschen zum Ziel.

Ihre Ansprechpartner zum Jugendwohnen und zum Projekt AUSWÄRTS ZUHAUSE sind:

Andreas Finke
Projektleiter AUSWÄRTS ZUHAUSE
Verband der Kolpinghäuser
Kolpingplatz 5-11
50667 Köln
Tel.: 0221/ 20701-160

Swea Menser
BAG Jugendsozialarbeit
Hohe Straße 73
53119 Bonn
Tel.: 0228/95 96 8-17

UNI-Magazin vor dem Aus Bundesagentur stellt weiteres wichtiges Medium für die Bildungs- und Berufsberatung ein

Nach der Einstellung der Beratungszeitschrift *ibv – Informationen für die Beratungs- und Vermittlungsdienste der Bundesagentur für Arbeit* steht nun ein weiteres langjährig bewährtes Print-Medium vor dem Aus.



Die Bundesagentur für Arbeit zieht sich einen weiteren Schritt zurück aus der bisherigen Umsetzung ihrer gesetzlichen Pflicht zur Bildungs- und Berufsberatung. Auf der Sitzung des Fachbeirates, der gemeinsam mit der Magazin-Redaktion die inhaltliche Planung der Beiträge übernahm, verkündete die Bundesagentur Ende April dieses Jahres, dass die Ausgabe Nr. 2/2007 die letzte Ausgabe der seit vielen Jahren kostenlos vertriebenen Zeitschrift sein

wird. Das UNI-Magazin richtete sich an Studierende und informierte insbesondere über Berufsfelder und Arbeitsmarktchancen nach einem Hochschulstudium.

Im Protokoll der Beiratssitzung, das der *ibv*-Redaktion in Auszügen vorliegt, heißt es wörtlich: „Es wird ein neues Portal entstehen, das sich an Jugendliche unter 25 Jahren richtet. Das Online-Angebot wird das Leitmedium sein, außerdem wird es ein Printmedium geben. Uni-Print läuft aus, abi-print bekommt einen neuen Zuschnitt. Das Portal wird öffentlich ausgeschrieben. Es ist geplant, dass ein neuer Auftragnehmer ab Dezember 2006 zur Verfügung steht. Die Arbeit des uni-Beirats endet zum 31.12.2006. Auf die Frage aus dem Beirat, wie es dazu gekommen sei, wird darauf verwiesen, dass zum einen der Bundesrechnungshof vorgegeben hat, dass Informationen künftig verstärkt online angeboten werden müssen, und zum anderen, dass generell Kosten eingespart werden müssen.“ Kurz vor der Entscheidung war eine differenzierte Leserbefragung durchgeführt worden, die eine sehr positive Bewertung des UNI-Magazins ergeben hatte. Das Aus für UNI soll von allen anwesenden Beiratsmitgliedern „mit Betroffenheit zur Kenntnis“ genommen worden sein, auch von Mitgliedern aus den Fachabteilungen der BA-Zentrale, die keine Einflussmöglichkeiten auf diese Entscheidung gehabt haben sollen.

Arbeitsmarkt: Psychologen

Dem Herausgeberbeirat der Zeitschrift gehörten an: Manfred Bausch (Zentralstelle für Arbeitsvermittlung), Werner Brendli (Agentur für Arbeit München), Reinhard Ebert (Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitge-

Special: Arbeitsfeld Marketing und Vertrieb

berverbände), Prof. Dr. Herbert Eichele (Georg-Simon-Ohm-Fachhochschule Nürnberg), Michael Hartmann (Bundesagentur für Arbeit), Dr. Rose Langer (Bundesministerium für Arbeit und Soziales), Horst Linke (Deutscher Gewerkschaftsbund), Anja Rogler (Studentin an der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg), Hans-Werner Rückert (Zentral-einrichtung Studienberatung und psychologische Beratung der Freien Universität Berlin), Peggy Schneider (Studentin an der Martin-Luther-Universität Halle), Karen Schober (Bundesagentur für Arbeit), Franziska Schreyer (Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit sowie

Ines Stein (Agentur für Arbeit Wittenberg). Der spezifische Informationswert eines gedruckten und regelmäßig in hoher Auflage erscheinenden Magazins, das an zentralen Orten für Studierende ausliegt, muss den Lesern dieses Artikels nicht eigens erläutert werden.

32 uni 5/2006

Die Bundesagentur für Arbeit kündigte in diesen Tagen an, für das Jahr 2006 einen Finanzüberschuss zwischen 8,8 und 9,6 Milliarden Euro „erwirtschaften“ zu können.

Jugendarbeitslosigkeit Warten auf den Aufschwung

*Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft
www.IW-Koeln.de*

Die Arbeitslosenquote der Jugendlichen war in Deutschland im Juni 2006 mit 13,3 Prozent zwar fast doppelt so hoch wie die Arbeitslosenquote der über 25-Jährigen (7,3 Prozent). Im internationalen Vergleich schneidet Deutschland dennoch recht gut ab. Nicht zuletzt wegen der dualen Ausbildung.

Grundsätzlich gilt: Beschäftigungspolitisch erfolgreiche Länder verzeichnen auch weniger jugendliche Arbeitslose als Länder, die große Arbeitsmarktprobleme haben - und umgekehrt. So sind in Dänemark nur 7,4 Prozent der jungen Leute arbeitslos, in den Niederlanden 5,8 Prozent und in den USA 10,4 Prozent. In Frankreich und Italien – ebenfalls Länder, deren Arbeitsmarkt kränkelt – liegt die Jugendarbeitslosenquote dagegen jeweils über 20 Prozent.

Die Lage in Deutschland wird sich für die Youngsters erst dann entspannen, wenn der Arbeitsmarkt insgesamt wieder runder läuft. Die Chancen dafür stehen derzeit nicht schlecht. Allerdings darf die Situation für die jungen Menschen auch nicht überdramatisiert werden, zumal ein Teil der Arbeitslosigkeit aus Sucharbeitslosigkeit besteht. Denn nach der Lehre oder dem Studium müssen sich viele Jugendliche erst einmal neu sortieren. Und: Wird das Verhältnis der Arbeitslosen unter 25 Jahren mit den über 25-Jährigen verglichen, dann kommen in Deutschland 1,8 junge Arbeitslose auf einen älteren Arbeitslosen. Nur noch in den Niederlanden ist die Situation besser, dort beträgt das Verhältnis 1,7 zu 1.

Bildungsabsolventen Regionale Unterschiede

Quelle: Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft vom 17. August 2006

Hamburg hat zwar bezogen auf die erwerbsfähige Bevölkerung die wenigsten Schulabgänger, dafür aber viele Jungakademiker. Berlin hat den meisten Akademikernachwuchs, aber die geringste Zahl an Lehrabsolventen. Von diesen wiederum kann Ostdeutschland viele verzeichnen.

Schule. Das reichste Bundesland hat die wenigsten Schulabgänger zu bieten. Mit nur 1.170 Absolventen (Deutschland: 1.597) je 100.000 Bürger im Alter von 15 bis 65 Jahren bildeten die Hamburger Schulen 2004 das Länder-Schlusslicht. An der Spitze stand mit 1.875 fertigen Schülern Mecklenburg-Vorpommern, doch macht sich auch zwischen Wismar und Greifswald der Nachwuchs rar. In Ostdeutschland schrumpft die Zahl der Schulabgänger bis 2010 um die Hälfte.

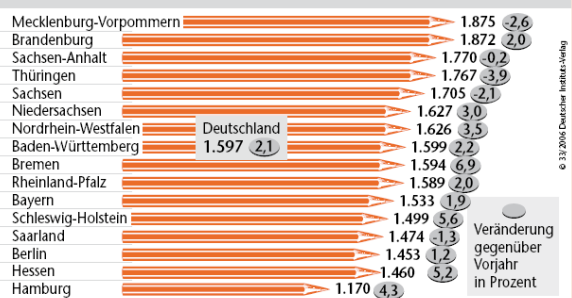
Berufsbildung. Im Jahr 2004 kamen auf 100.000 Einwohner im erwerbsfähigen Alter knapp 900 Lehrabsolventen. Ihr Anteil liegt in Ostdeutschland, Bremen und Süddeutschland weit über dem Bundesdurchschnitt. In Hessen, NRW und Schleswig-Holstein steht es dagegen schlechter um den Fachkräftenachwuchs. Die rote Laterne behält mit 724 Absolventen je 100.000 Einwohner zwischen 15 und 65 Jahren die Hauptstadt Berlin.

Hochschule. Beim Akademikernachwuchs liegen die Länder am weitesten auseinander. Spiegelbildlich zur Berufsausbildung weisen die ostdeutschen Länder – ohne Sachsen – relativ wenige Hochschulabsolventen auf. Diese kommen zumeist aus den Stadtstaaten mit großer Hochschuldichte – allen voran aus Berlin. Mit der Attraktivität der großen Uni-Städte kann das Umland schwer konkurrieren. So gab es insbesondere in Brandenburg im Jahr 2004 nur 239 frisch gebackene Akademiker je

100.000 Einwohner im erwerbsfähigen Alter. Spitzenreiter unter den Flächenländern ist mit 468 Absolventen Baden-Württemberg. Bundesweit ist die Zahl der Hochschulabsolventen gegenüber 2003 um rund 6 Prozent gestiegen.

Schule: Im Osten weniger Abschlüsse

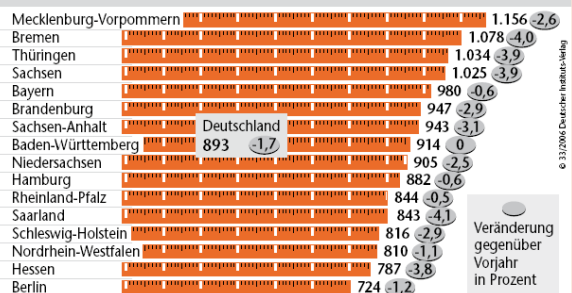
Absolventen je 100.000 Einwohner im Alter von 15 bis 65 Jahren im Jahr 2004



Ursprungsdaten: Statistisches Bundesamt

Berufsbildung: Nachwuchs macht sich rarer

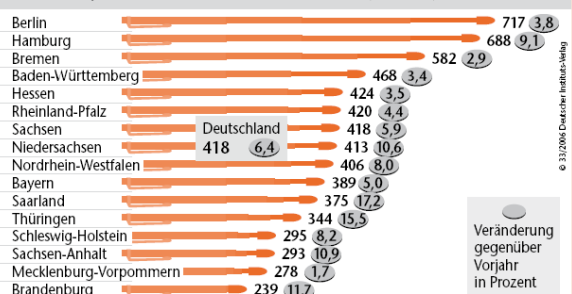
Absolventen je 100.000 Einwohner im Alter von 15 bis 65 Jahren im Jahr 2004



Ursprungsdaten: Statistisches Bundesamt

Hochschulen: Akademikerschmiede Berlin

Absolventen je 100.000 Einwohner im Alter von 15 bis 65 Jahren im Jahr 2004



Ursprungsdaten: Statistisches Bundesamt

Anmerkung der iBB-Redaktion: Auch wenn wir die Informationen des Instituts der deutschen Wirtschaft sehr schätzen, sei doch darauf hingewiesen, dass die hier verwendete Überschrift zur Berufsbildungsgrafik irreführend, wenn nicht zynisch erscheint: Auszubildende machen nicht SICH rarer: Sie werden wegen mangelnder Ausbildungsplätze rarer GEMACHT.

Neue Namen, Neue Inhalte: Kaufleute der Medienbranche

Quelle: Pressemitteilung des Bundesinstituts für Berufsbildung vom 17. August 2006

Nur wenige Branchen sind so stark von den technologischen und wirtschaftlichen Veränderungen der vergangenen Jahre gekennzeichnet wie die Medienbranche und die kaufmännischen Medienberufe. Zum 1. August 2006 haben deshalb die neuen Ausbildungsberufe Medienkaufleute Digital und Print sowie Kaufleute für Marketingkommunikation die (alten) Berufe Verlags- und Werbekaufleute abgelöst. Die neuen Berufsbezeichnungen beschreiben treffend die umfangreichen inhaltlichen Aktualisierungen:

„Durch die Modernisierung der beiden Medienberufe“, so Manfred Kremer, Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung (BiBB), „ist es gelungen, neue technologische Inhalte sowie ein erweitertes Produkt- und Dienstleistungsspektrum in die Ausbildungsordnungen zu integrieren. Dadurch werden zusätzliche Bereiche der Kommunikationsbranche angesprochen. Ich hoffe, dass das neue Angebot dazu führt, Ausbildungskapazitäten zu erweitern bzw. neue zu schaffen.“

Was ist neu bei den Medienkaufleuten Digital und Print?

Die bisherige Ausrichtung der Ausbildung zum Verlagskaufmann / zur Verlagskauffrau auf die Schwerpunkte Zeitungs-, Zeitschriften und Buchverlage ist überholt. Medienkaufleute Digital und Print kennen sich im gesamten Spektrum der Medienprodukte aus. Sie entwickeln ein Verständnis vom Zusammenwirken der Arbeitsprozesse ausgehend von der Produkt- und Programmplanung über die Gestaltung und Herstellung bis zum Verkauf und Vertrieb von Medienprodukten aller Art. Der

berufliche Schwerpunkt der ausgebildeten Kaufleute verlagert sich zum Marketing und Vertrieb, der auch den zentralen Bereich der neuen Ausbildung darstellt. Die Vermittlung kommunikativer Fähigkeiten, kundenorientiertes Handeln und der sichere Umgang mit modernsten Informations- und Kommunikationstechnologien sind daher unerlässlich. 2004 wurden mehr als 2.000 junge Menschen zu Verlagskaufleuten ausgebildet. Der Frauenanteil betrug 74 %.

Was ist neu bei den Kaufleuten für Marketingkommunikation?

Zum erweiterten Tätigkeitsfeld der Kaufleute für Marketingkommunikation (vormals Werbekaufmann /-frau) gehören vielfältige Aktionen der Verkaufsförderung, die Beteiligung an Messen und Ausstellungen, Dialog- und Eventmarketing, Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations). Sie entwickeln Kommunikationskonzepte und steuern bzw. kontrollieren eigenverantwortlich Projekte und Angebote. Neben umfassenden fachlichen, sozialen und personalen Kompetenzen sind

Fremdsprachenkenntnisse von besonderer Bedeutung.

Kaufleute für Marketingkommunikation sind bei Agenturen, Beratungsunternehmen und Dienstleistern sowie in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und öffentlichen Institutionen tätig. 2004 wurden in diesem Bereich rund 3.200 Jugendliche ausgebildet (Frauenanteil: 73 %).



Weitere Informationen zu den „Berufen 2006“ im aktuellen Heft der BiBB-Fachzeitschrift *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis - BWP*, Ausgabe 4/2006 (www.bibb.de/de/360.htm) . Es ist zum Preis von 7,90 Euro zu beziehen beim:

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Postfach 10 06 33, Tel.: 0521 / 9 11 01 11, 33506 Bielefeld, www.wbv.de ,
E-Post: service@wbv.de . Mehr Informationen zu den neuen Berufen in der Medienbranche auf der BiBB-Homepage: www.bibb.de/de/20748.htm und www.bibb.de/de/20745.htm.

BA startet Sofortprogramm für jugendliche Migranten

Pressemitteilung der Bundesagentur für Arbeit vom 15. August 2006

Trotz aller Bemühungen bleibt die Lage am Ausbildungsmarkt angespannt, insbesondere für bildungsmäßig und sozial benachteiligte junge Menschen. Der Vorstand der Bundesagentur für Arbeit (BA) hat daher die Förderung von zusätzlich 5.000 außerbetrieblichen Ausbildungsplätzen noch für dieses Ausbildungsjahr sowie weiteren 2.500 Ausbildungsplätzen für Anfang nächsten Jahres angekündigt. Die Förderung soll Jugendlichen mit Migrationshintergrund zugute kommen, die sich bereits in früheren Jahren erfolglos um einen Ausbildungsplatz bemüht haben und ohne zusätzliche Hilfen kaum eine Chance auf eine betriebliche Ausbildung haben. Die Ausbildung wird in kooperativer Form erfolgen: Die praktische Ausbildung findet in Kooperationsbetrieben statt, und der Maßnahmeträger unterstützt die Betriebe bei der fachtheoretischen Unterweisung und mit sozialpädagogischen Begleitmaßnahmen.

Grundsätzlich ist die BA jedoch der Auffassung, dass auch für benachteiligte Jugendliche die Ausbildung in Betrieben Vorrang vor einer Ausbildung in außerbetrieblichen Einrichtungen hat. Sie prüft daher die Möglichkeit, insbesondere kleine und mittlere Betriebe stärker organisatorisch oder finanziell zu entlasten, die selbst Jugendliche mit schwierigen

Einstiegsvoraussetzungen einstellen. Das Sofortprogramm ist damit Teil eines Gesamtpaketes zur Neuausrichtung der Förderpraxis für bildungsmäßig und sozial benachteiligte Jugendliche, das der Vorstand der BA in diesem Jahr mit Unterstützung des Verwaltungsrates auf den Weg bringen will. Damit verbunden werden soll eine weitere Intensivierung präventiver Maßnahmen zur Verbesserung der Berufsorientierung und Ausbildungsreife der Schulabgänger im Rahmen der schulischen Berufswahlvorbereitung, wie sie bereits im Ausbildungspakt gemeinsam mit der Kultusministerkonferenz angestoßen worden ist.

Jugendliche mit Migrationshintergrund sind seit Jahren von der angespannten Situation am Ausbildungsmarkt besonders stark betroffen: So absolvieren nur 25 Prozent der ausländischen Jugendlichen eine duale Ausbildung gegenüber 59 Prozent ihrer deutschen Altersgenossen. Vor 10 Jahren waren es hingegen noch 34 Prozent. Es gilt in gemeinsamer Verantwortung aller Akteure am Ausbildungsmarkt, diesen Jugendlichen eine Zukunftsperspektive zu geben. Zur Sicherung ihres Fachkräftenachwuchses sind Betriebe künftig zunehmend auf dieses Fachkräftepotenzial angewiesen.


Lehre plus Studium Zwei Fliegen mit einer Klappe

Quelle: Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft vom 10. August 2006

Mit dem Abiturzeugnis in der Tasche kann man entweder ein Studium an einer Universität oder Fachhochschule aufnehmen, eine traditionelle Berufsausbildung beginnen oder auch beides miteinander verbinden. Wie groß das Interesse junger Menschen an dieser Abiturientenausbildung der Wirtschaft ist, belegt unter anderem die Zahl von durchschnittlich 36 Bewerbern pro Ausbildungsplatz.

Lehre plus Studium: Das Angebot			
Anbieter	Studien- gänge	Unter- nehmen	Auszubildende/ Studierende
Berufs- akademien	272	16.003	29.000
Fachhochschulen/ Universitäten	290	4.904	11.669
Verwaltungs- und Wirtschafts- akademien	33	999	2.713
Insgesamt	595	21.906	43.382

Stand: Februar 2006 auf Basis der Datenbank www.ausbildung-plus.de; Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

© 32/2006 Deutscher Institut-Verlag

Auf Initiative einiger Unternehmen entstanden Anfang der siebziger Jahre die ersten Sonderausbildungsgänge für Abiturienten. Mittlerweile hat sich diese besondere Ausbildungsform, die duale Berufsausbildung und Studium miteinander kombiniert, als Erfolgsmodell bewährt. Statt die Berufsschulbank zu

drücken, besuchen die Jugendlichen hier parallel zur betrieblichen Ausbildung Berufsakademien, Verwaltungs- und Wirtschaftsakademien, Fachhochschulen oder Universitäten (siehe Tabelle).

Im Ausbildungsjahr 2005/2006 standen bundesweit rund 43.400 duale Studienplätze in fast 22.000 Unternehmen zur Verfügung.

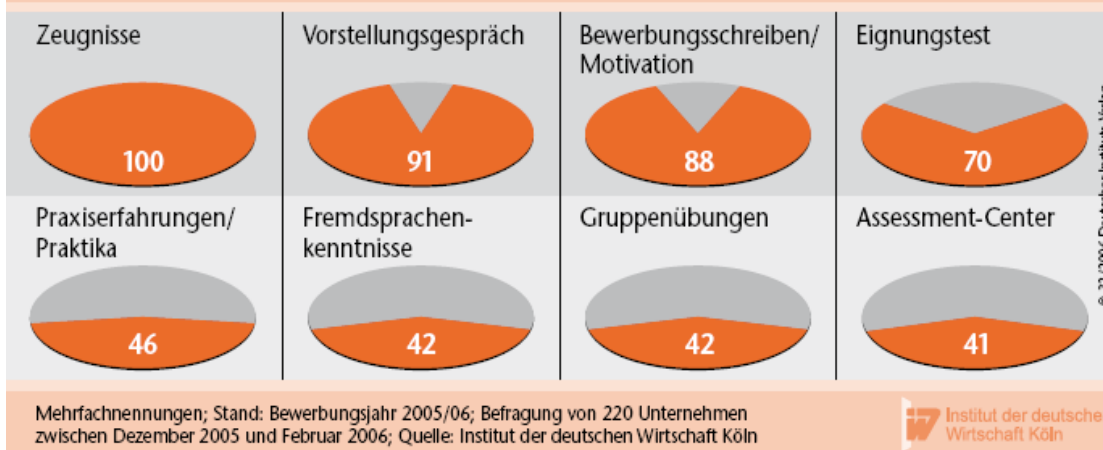
Die größte Auswahl bieten die Kombi- Ausbildungsgänge an Berufsakademien. Dort konzentrieren sich die Schwerpunkte auf die Fächer Betriebswirtschaft, In-ge-ni-eurwesen und Informationstechnologien.

Weil die Stellennachfrage das Angebot zum Teil deutlich übersteigt, sieben die Unternehmen fein säuberlich und meist mit beträchtlichem Aufwand aus. Das beginnt beim Bewerbungsverfahren. Bereits in zwei von fünf Unternehmen ist eine Online-Bewerbung erwünscht. In großen Firmen und international agierenden Konzernen ist dies häufig sogar ein Muss.

Vollständige und formgerechte Bewerbung allein reicht aber nicht – selbstverständlich muss auch die Leistung stimmen (siehe nachfolgende Grafik).

Lehre plus Studium: Wie die Firmen auswählen

So viel Prozent der Unternehmen entscheiden bei der Vergabe von Ausbildungsplätzen im Rahmen der Abiturientenausbildung der Wirtschaft nach diesen Kriterien



Ist die Vorauswahl überstanden, warten die nächsten Hürden. Eine davon ist das Vorstellungsgespräch. Für immerhin sieben von zehn Arbeitgebern haben auch Intelligenz-, Leistungs- und Eignungstests eine große Bedeutung.

Ein Indiz für die gute Hand der Unternehmen bei der Bewerberauswahl ist die hohe Erfolgsquote bei den Abschlussprüfungen:

Zwischen 95 und 100 Prozent aller Teilnehmer beenden ihre Ausbildung erfolgreich. Dies dürfte mit ein Grund dafür sein, dass diese speziellen Ausbildungsangebote so gefragt sind. Hinzu kommen weitere Vorzüge:

Ausbildungsorganisation

Die Ausbildung dauert in der Regel drei Jahre. Praxis- und Theoriephasen wechseln sich dabei ab. Ein erster berufsqualifizierender Abschluss wird bereits nach zwei Jahren erreicht – beispielsweise als Wirtschaftsassistent oder Industriekaufmann. Nach einem weiteren Jahr ist die Ausbildung dann in der Regel beendet – in diesem Fall mit dem Abschluss Diplom-Betriebswirt (BA). Nach der Einführung von Bachelor-Studiengängen zum Herbst 2006

werden die künftigen BA-Betriebswirte den Titel „Bachelor of Arts“ tragen.

Ausbildungsvergütung

Für die hohe Attraktivität sorgt fraglos auch der finanzielle Anreiz in Form der Ausbildungsvergütung. Diese beträgt im Schnitt monatlich 820 Euro.

Karrierechancen

Wer seine Ausbildung erfolgreich abschließt, hat außerordentlich gute Chancen, übernommen zu werden. Im Durchschnitt bleiben zwischen 80 und 100 Prozent dieser Absolventen in ihrem Unternehmen. Dort werden sie in der Regel auch anständig bezahlt – das Anfangsgehalt liegt bei durchschnittlich fast 36.000 Euro brutto im Jahr.

Damit verdienen die dual ausgebildeten Betriebswirte, Ingenieure oder Wirtschaftsinformatiker zu Beginn der Karriere kaum weniger als Fachhochschulabsolventen, die in der Regel aber drei bis vier Jahre älter sind. Nach einigen Berufsjahren fallen die Gehaltsunterschiede zumeist ganz weg.

Medienprofessur für Computer- und Videospiele an der TU Ilmenau

Quellen: www.Uni-Protokolle.de
www.TU-Ilmenau.de

Weniger als ein Jahr nachdem in den USA der erste Lehrstuhl zur Untersuchung von Computerspielen gestiftet wurde, richtet das Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau eine Professur zur Erforschung der Konzeption, Nutzung, Vermarktung und Wirkung von digitalen Spielen ein. Im Frühjahr 2006 schrieb das Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau eine Professur aus, die sich dem Forschungsfeld der digitalen Spiele widmet. In der Öffentlichkeit werden Computerspiele oft vorschnell mit Gewaltspielen gleichgesetzt und sehr kritisch beurteilt. Doch Gewaltspiele sind nur ein sehr kleiner Teilbereich des PC-Spielemarktes: Viel beliebter sind beispielsweise Sportspiele, Strategiespiele, Simulationen oder Quiz- und Geschicklichkeitsspiele. Eine Reihe von Spielen lassen sich sogar sinnvoll pädagogisch und didaktisch einsetzen.

Auch das öffentliche Bild des typischen Computerspielers stimmt oft nicht mit der Realität überein: Neben Teenagern sind auch Erwachsene und sogar Senioren begeisterte "Gamer". Eine reine Männerdomäne ist das Computerspielen ebenfalls nicht mehr: Rund 20 Millionen Bundesbürgerinnen und Bundesbürger spielen am PC oder der Konsole. Der Umsatz für Computer- und Videospiele liegt bei weltweit rund 30 Milliarden Euro und damit weit über dem Umsatz der Kinobranche. Computerspiele könnten sogar die Musikwirtschaft mit ihrem weltweiten Jahresumsatz von 40 Milliarden Euro einholen.

Nach Jahren der wissenschaftlichen Vernachlässigung wurde in den letzten Jahren die gewachsene Bedeutung von digitalen Spielen für das Leben von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen erkannt. Akademische Vereini-

gungen und Fachzeitschriften, die sich der Erforschung digitaler Spiele widmen, haben die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Computer- und Videospiele vorangetrieben. Ebenso gibt es zunehmend Stimmen aus allen gesellschaftlichen Bereichen zur Notwendigkeit einer pädagogischen und ethisch anspruchsvollen Gestaltung von Computer- und Videospiele insbesondere für Kinder und Jugendliche.

Daher hat sich das Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft (IfMK) der TU Ilmenau entschlossen, digitale Spiele als Schwerpunkt in der Neuausschreibung des Lehrstuhls „Multimedia Anwendungen“ zu setzen. Dabei sollen sozial-, technik- und wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen interdisziplinär verzahnt werden, um der Komplexität digitaler Spiele Rechnung zu tragen. Damit wird die Professur deutschlandweit die erste sein, die sich explizit der Erforschung von Computer- und Videospiele in ihrer Gesamtheit widmet. In der Lehre wird die Professur Studierende im bilingualen (englisch-deutsch) Master-Studiengang „Kommunikations- und Medienwissenschaft“ sowie im Bachelor-Studiengang „Angewandte Medienwissenschaft“ ausbilden.

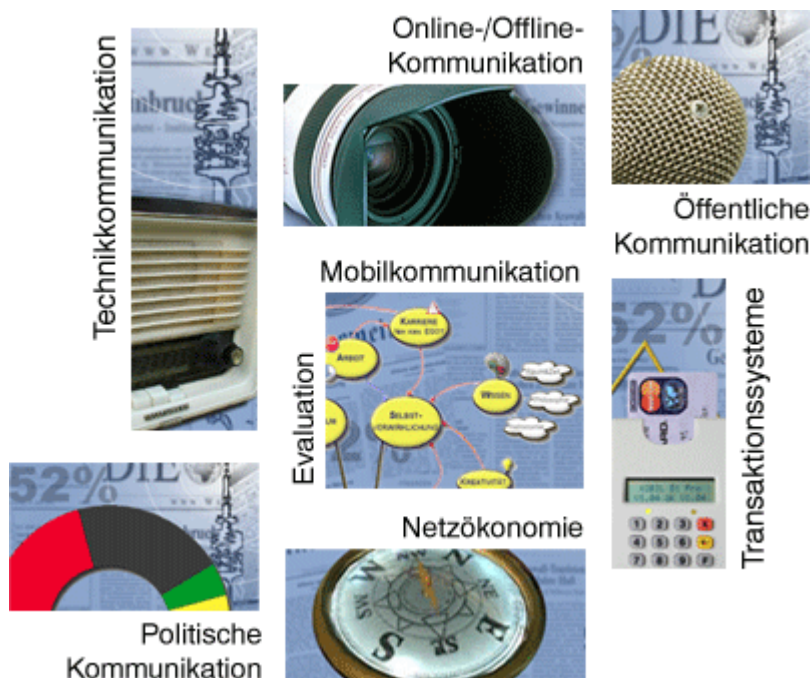
Kontakt:

Prof. Dr. Nicola Döring
Technische Universität Ilmenau
Institut für Medien- und
Kommunikationswissenschaft
Telefon: 03677 / 69 4704; Fax: 03677 / 69 4695
E-Mail: nicola.doering@tu-ilmenau.de
Weitere Informationen: <http://www.ifmk.de>

Zentraler Gegenstand der Forschung und Lehre am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft ist die medienvermittelte

Kommunikation. Die sieben Fachgebiete des Instituts beschäftigen sich damit aus unterschiedlichen Perspektiven. Aus der Verknüpfung

ergeben sich fachgebietsübergreifende Lehr- und Forschungs Kooperationen.



Das IfMK verantwortet die kommunikationswissenschaftlichen Studienanteile im Studienangebot der Technischen Universität Ilmenau. Insbesondere wird vom Institut der Diplomstudiengang "Angewandte Medienwissenschaft" getragen.

dieser Studiengang eng verzahnt mit den Diplomstudiengängen "Medientechnologie" und "Medienwirtschaft", den beiden anderen Medienstudiengängen an der TU Ilmenau.

Dieser Studiengang bietet ein sozialwissenschaftlich orientiertes Studium nach dem so genannten Ilmenauer Modell. Er verknüpft kommunikationswissenschaftliche mit technikwissenschaftlichen bzw. wirtschafts- und rechtswissenschaftlichen Studieninhalten. Dabei wird theoretische Fundierung mit praktischer Anwendung verbunden. Gleichzeitig ist


Siehe zur Markteinschätzung der Videospiegelindustrie auch den Bericht der Zeitschrift STERN „Games Convention: Klassenziel erreicht“ auf Seite 24 dieser iBB-Ausgabe.

Hochschulfinanzierung Wer sät, darf ernten

Quelle: Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft vom 24. August 2006

Während sich Investitionen in die Hochschulen für Deutschland insgesamt auszahlen, lohnen sie sich für jedes einzelne Bundesland nicht unbedingt. Beispielsweise bleiben die Länder auf den Kosten der Akademikerausbildung sitzen, wenn ihre Uni-Absolventen nach dem Studium fortziehen. Gerade die Stadtstaaten und Rheinland-Pfalz leiden zudem darunter, dass an ihren Unis viele Studenten aus anderen Bundesländern immatrikuliert sind. Das Institut der deutschen Wirtschaft Köln schlägt deshalb einen bundesweiten Finanzierungstopf für die Hochschulen vor.

Pendler-Studenten

Rund eine halbe Million Studenten hatten im Wintersemester 2004/2005 ihren Studienort nicht als ersten Wohnsitz angemeldet. Einige waren wahrscheinlich schlicht zu faul, zum Einwohnermeldeamt zu gehen. Andere pendelten Tag für Tag über Bundesländergrenzen – zum Beispiel, weil sie günstig bei den Eltern in Schleswig-Holstein wohnten und in Hamburg studierten.

Was für die Nachwuchsakademiker eine Lapalie sein mag, sorgt unter den Bundesländern für erhebliche finanzielle Verwerfungen. Schuld ist der Länderfinanzausgleich. Wie viel die Länder aus dem gigantischen Steuer-Umverteilungstopf erhalten, bemisst sich unter anderem an ihrer Einwohnerzahl. Ein Bundesland profitiert daher, wenn Landeskinder weiterhin in der Heimat gemeldet bleiben, aber jenseits der Bundeslandgrenzen studieren. Das Land erhält dann zwar Zuwendungen aus dem Finanzausgleich, muss jedoch nicht die Kosten der Hochschulausbildung stemmen. Umgekehrt entstehen einem Land Nachteile durch Studenten aus anderen Bundesländern,

Mit der Hochschulbildung ist das so eine Sache: Auf der einen Seite sind sich alle einig, dass Deutschland mehr Akademiker braucht. Schließlich bringen die gut qualifizierten Arbeitnehmer nicht nur die Wirtschaft voran, sondern zahlen meist auch höhere Steuern und nehmen weniger Sozialtransfers in Anspruch. Auf der anderen Seite kosten die Hochschulen eine Stange Geld – und da hört, wie so oft, die Einigkeit auf. So beklagen einige Landesregierungen, dass die Ausgaben für Universitäten und Fachhochschulen nicht gerecht verteilt seien. Tatsächlich fallen Kosten und Nutzen derzeit auseinander – das hat zwei Ursachen:

die ihren Studienort nicht als ersten Wohnsitz registrieren lassen. In diesem Fall kümmert sich das Land um die akademische Ausbildung, sieht aber von dem Geld aus dem Umverteilungstopf nichts.

Gekniffen sind dementsprechend Bundesländer, die besonders viele Studenten von außerhalb ausbilden und gleichzeitig nur wenige ihrer Landeskinder in der Ferne studieren lassen. Zu dieser Gruppe gehören allen voran die Stadtstaaten. An den Berliner Hochschulen beispielsweise waren im Wintersemester 2004/2005 rund 42.160 Studenten eingeschrieben, die ihren ersten Wohnsitz woanders hatten. Gleichzeitig lernten nur 25.700 in Berlin gemeldete Nachwuchsakademiker an Unis und FHs außerhalb der Hauptstadt. Das Land an der Spree stemmte damit die Bildungsausgaben für unterm Strich 16.400 Pendler-Studenten, was den strapazierten Etat weiter belastete (Grafik):

Wären bundesweit alle Studenten in ihrem Studienort gemeldet gewesen, dann hätte Ber-

lin im Jahr 2005 fast 47 Millionen Euro mehr zur Verfügung gehabt. Auch Bremen, Hamburg und Rheinland-Pfalz haben im derzeitigen Finanzgeflecht das Nachsehen. Die Pendler-Studenten kosteten die drei Länder im vergangenen Jahr per saldo jeweils mehr als 20 Millionen Euro.

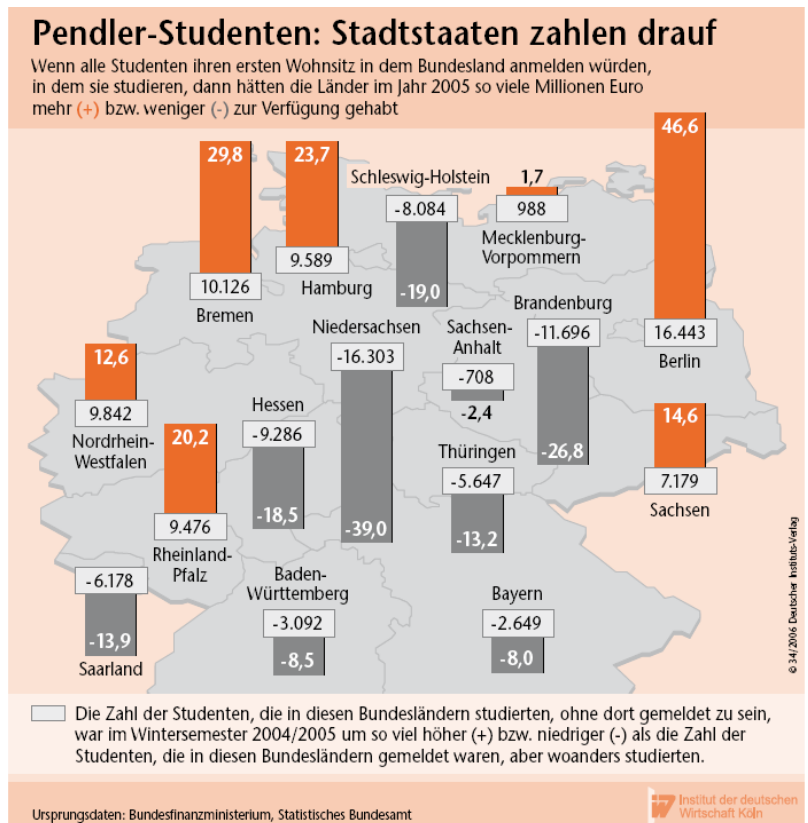
Gut Lachen haben dagegen die Nachbarn der Stadtstaaten. Für Brandenburg zum Beispiel summierte sich 2005 der Nutzen unterm Strich auf 27 Millionen Euro – für Niedersachsen waren es sogar schätzungsweise 39 Millionen Euro.

Umzug nach dem Studium

Selbst die Hochschulausbildung der eigenen Landeskinder kann für die Bundesländer finanzielle Nachteile mit sich bringen. Dazu ein Beispiel (Grafik): Nach dem Studium in seinem Heimatland zieht ein Rheinland-Pfälzer nach Bayern, um dort zu arbeiten. Pro Jahr zahlt er 10.000 Euro Lohnsteuer. Von diesem Betrag fließen 4.200 Euro in den Bundeshaushalt. Gut 2.900 Euro gehen an das Land Bayern, weitere 1.500 Euro an die Kommunen im Freistaat. Der Rest wird über den Länderfinanzausgleich unter den anderen Bundesländern verteilt. So darf sich etwa der Finanzminister von Baden-Württemberg über zusätzliche 566 Euro freuen; sein nord-rhein-nord-rhein-westfälischer Kollege kann mit 531 Euro mehr rechnen als vor dem Berufsstart des Akademikers.

Nur ein Land geht leer aus – und das ist ausgerechnet Rheinland-Pfalz, das die teure Uni-Ausbildung des frischgebackenen Steuerzahlers finanziert hat. Weil durch dessen Umzug nach Bayern die Einwohnerzahl von Rheinland-Pfalz sinkt, erhält die Regierung in Mainz pro Jahr 2.000 Euro weniger aus dem Finanzausgleich als vorher.

Mit anderen Worten: Wer viel Geld in seine Unis und FHs steckt, aber die Absolventen nicht im Land halten kann, ist der Dumme – er bleibt auf seinen Ausgaben sitzen. Länder, die Akademikern gute Arbeitsplätze bieten, sparen sich dagegen Ausbildungskosten und importieren die schlaue Hirne einfach.



Vom Zuzug der mobilen Jung-Akademiker haben zuletzt vor allem die Südländer Bayern, Hessen und Baden-Württemberg profitiert: In Hessen sank die Zahl der Hochschulabsolventen zwischen 1998 und 2003 um 14 Prozent. Gleichzeitig wuchs die Gruppe der Akademiker im erwerbsfähigen Alter um 7 Prozent. Ein ähnliches Bild zeigt sich in Bayern. Das Land hatte 2003 zwar 7 Prozent weniger Hochschulabsolventen ausgebildet als 1998, dafür aber 3 Prozent mehr Einwohner mit Uni- oder FH-Abschluss als Ende der neunziger Jahre. Auf der Verliererseite stehen dagegen die ostdeutschen Länder. Sie konnten ihre Absolventenzahlen nach oben schrauben und mussten gleichzeitig mit ansehen, wie viele Akademiker den Westen abwanderten.

All diese Probleme ziehen nicht nur das übliche Finanzgerangel zwischen den Ländern nach sich, sondern beschwören auch ein urmenschliches Verhalten herauf: Wer die Ernte nicht einfährt, der sät nicht. Oder anders ausgedrückt: Durch die derzeitige Hochschulfinanzierung und die Architektur des Länderfinanzausgleichs lohnt es sich für viele Bundesländer kaum, Geld für die Hochschulen auszugeben. Deshalb besteht die Gefahr, dass quer durch die Republik nicht genügend Studienplätze entstehen und die Akademikerschmieden weniger Mittel erhalten, als es gesamtwirtschaftlich wünschenswert wäre. Rheinland-Pfalz schlägt daher ein neues Modell der Hochschulfinanzierung vor: Zwischen den Ländern sollen Ausgleichszahlungen für landesfremde Studenten erfolgen. Länder, die

Die Länder erhielten Anreize, möglichst wenigen Schülern die Lizenz zum Studieren zu erteilen, indem sie die Messlatte für das Abitur sehr hoch legen. Schon jetzt ist das Niveau recht unterschiedlich. In den PISA-Tests schnitten beispielsweise die bayerischen Realschüler fast so gut ab wie die Gymnasiasten in Berlin und Bremen. Das hohe Niveau an Bayerns Schulen führt dazu, dass im Freistaat jedes Jahr vergleichsweise wenige Jugendliche ihre Studienberechtigung erhalten. Würde der rheinland-pfälzische Vorschlag umgesetzt, müsste Bayern deshalb nur eine geringe Zahl an Studienplätzen anbieten. Sollten andere Länder dem Beispiel folgen, liefe das den Bemühungen entgegen, für mehr Akademiker zu sorgen.

Die Erträge des Studiums fallen weiterhin dort

an, wo der Absolvent später seinem Beruf nachgeht – und nicht in dem Land, in dem er seine akademischen Weihen erhalten hat.

Besser wäre es daher, die Hochschulen über einen bundesweiten Fonds zu finanzieren. Aus diesem Topf bekämen die Unis und FHs für jeden Studenten einen bestimmten Betrag pro Semester. In den Fonds

ein zahlen sollten neben dem Bund auch sämtliche Länder. Allerdings müssen sich diejenigen Länder mehr engagieren, die besonders von dem Zuzug frisch ausgebildeter Hochschulabsolventen profitieren. So wäre sichergestellt, dass die Finanzierung vor allem dort erfolgt, wo später der Nutzen landet.

Finanzausgleich: Ausbilder werden bestraft

IW-Modellrechnung: Nach der Hochschulausbildung zieht ein Akademiker von Rheinland-Pfalz nach Bayern, um dort zu arbeiten. Aus seinen Lohnsteuerzahlungen erhalten neben dem Bund, Bayern und den bayerischen Kommunen über den Länderfinanzausgleich auch die anderen Bundesländer Geld. Rheinland-Pfalz bekommt jedoch weniger aus dem Steuertopf als zuvor, weil seine Einwohnerzahl gesunken ist.

Von 10.000 Euro Lohnsteuer erhalten die Gebietskörperschaften so viel Euro mehr bzw. weniger als vor Umzug und Berufsstart des Akademikers

Bund		4.215
Bayern		2.905
Kommunen in Bayern		1.500
Baden-Württemberg		566
Nordrhein-Westfalen		531
Niedersachsen		494
Hessen		298
Berlin		266
Sachsen		258
Schleswig-Holstein		175
Sachsen-Anhalt		155
Brandenburg		154
Thüringen		141
Hamburg		120
Mecklenburg-Vorpommern		108
Saarland		66
Bremen		54
Rheinland-Pfalz		-2.006

© 34/2006 Deutscher Instituts-Verlag

Stand: 2005
Ursprungsdaten: Bundesfinanzministerium

Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

mehr Studienplätze einrichten als sie Nachwuchs haben, bekämen dann Geld von Ländern, die nicht genügend Angebote für ihre Studenten schaffen.

Pendler-Studenten wären in diesem System kein großes Problem mehr. Der Vorschlag hat jedoch zwei Haken:

Biotechnologie In Deutschland eine junge Branche

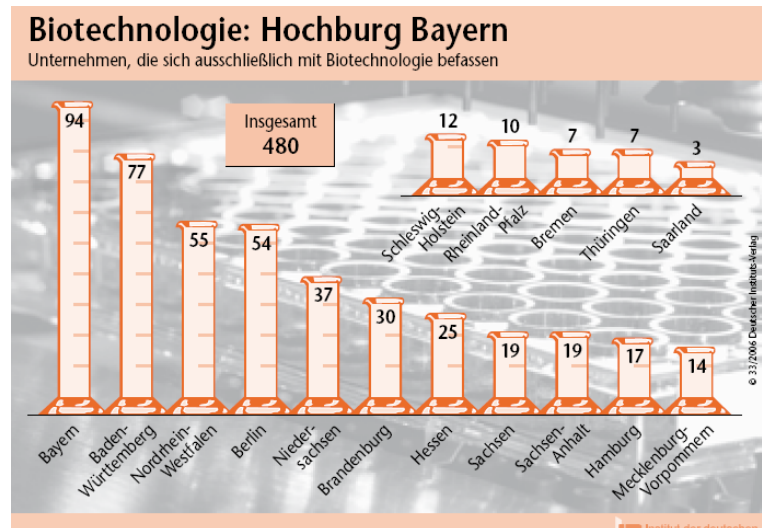
Quelle: Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft vom 17. August 2006

Auf dem Gebiet der Biotechnologie hat Deutschland zuletzt zugelegt. Rund um den Globus wird die Zahl der Biotechunternehmen auf 5.000 geschätzt. Von diesen Firmen sind etwa 600 börsennotiert. Jedes zehnte Unternehmen hat sich in Deutschland angesiedelt. Der derzeitige Weltumsatz der Branche liegt bei 68,5 Milliarden Euro; die Bundesrepublik konnte sich im vergangenen Jahr 1,54 Milliarden Euro vom Kuchen sichern.

Dass Deutschland in der Biotechnik noch nicht ganz vorne mitspielt, hat seinen Grund. Hierzulande erwachte die Branche relativ spät aus dem Dornröschenschlaf. Erst Mitte der neunziger Jahre, als das Forschungsministerium einen Wettbewerb ins Leben rief, kam es zu einem regelrechten Gründerboom. Dementsprechend ist die Branche in Deutschland noch relativ jung: Die Hälfte der derzeit bestehenden „reinen“ Biotechunternehmen, die sich ausschließlich dieser Materie widmen, wurde in den Jahren 1997 bis 2001 gegründet. Das Durchschnittsalter dieser Firmen lag 2005 bei 6,9 Jahren.

Die Biotechnologie ist etwas für Spezialisten. So agierten im vergangenen Jahr am Standort D 480 reine Biotechfirmen und lediglich 59 Unternehmen, bei denen die moderne Biotechnologie ein Geschäfts- oder Tätigkeitsfeld neben anderen ist. Vor allem Pharma- und Chemieunternehmen leisten sich ein solches zweites Standbein.

Große Beschäftigungsmotoren sind die Firmen nicht – eher kleine Think-Tanks. So zählten alle Unternehmen zusammen im Jahr 2005 nur knapp 24.000 Mitarbeiter, davon waren gut 54 Prozent in den eigentlichen Biotechunternehmen tätig.



Die Mehrzahl der reinen Biotechnologiefirmen – 88 Prozent – beschäftigt weniger als 50 Mitarbeiter.

Umsatzmäßig backen die Biotechschmieden eher größere Brötchen. Der Umsatz der Branche im engeren Sinne betrug 2005 rund 1,54 Milliarden Euro, knapp die Hälfte davon (714 Millionen Euro) wurde in Forschung und Entwicklung investiert. Umgerechnet auf die Zahl der Unternehmen sind das 3,2 Millionen Euro Umsatz pro Biotechfirma – mehr als doppelt so viel wie im gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt aller Betriebe in Deutschland.

Eine der wichtigsten Finanzierungsquellen für die Branche ist das Venture Capital: Insgesamt waren 44 Prozent der reinen Biotechunternehmen wagniskapitalfinanziert; nach Angaben der Unternehmen flossen auf diese Weise im Jahr 2005 rund 262 Millionen Euro in die Kassen. Bund, Länder und Kommunen sponserten die Biotechnologiefirmen zudem mit rund 50 Millionen Euro.

Das Hauptgeschäftsfeld der originären Biotechfirmen ist mit einem Anteil von 83 Prozent die Medizin. Der Schwerpunkt der Geschäftsstrategien liegt naturgemäß in der Forschung,

dicht gefolgt von Dienstleistungen sowie der Produkt- und Prozessentwicklung.

Biotechnologie-Hochburg ist Bayern mit 94 Unternehmen (Grafik); es folgen Baden-Württemberg (77) und Nordrhein-Westfalen (55). „Nachzügler“ sind dagegen das Saarland, Thüringen und Bremen mit zusammen 17 Biotechschmieden.

Dabei gehen eine starke Hochschullandschaft und Firmengründungen Hand in Hand. Ingsge-

samt bieten 38 Unis und FHs 2.540 passende Studienplätze an – die meisten dieser Hochschulen stehen in Baden-Württemberg (5), Bayern, NRW und Niedersachsen (jeweils 4). Mau sieht es in Bremen und im Saarland aus – der Hochschulkompass der Hochschulrektorenkonferenz weist in beiden Ländern kein Biotechstudienfach aus.

Gefälschte Bewerbungen Sich selbst erfinden

Quelle: Bayerischer Rundfunk
www.BR-online.de

Aus zwei Wochen Badeurlaub in Italien wird ein mehrmonatiger Studienaufenthalt. Aus dem regelmäßigen Bier mit dem türkischen Nachbarn die Leitung eines interkulturellen Freundschaftsprojektes. Und aus dem einjährigen Wahlfach Französisch, damals in der siebten Klasse, wird "fließend in Wort und Schrift". Immer mehr Karrieren beginnen mit einem Betrug.



Der reicht von aufgepeppten Lebensläufen, bis hin zu komplett gefälschten Uni-Zeugnissen oder gekauften Doktor-Titeln. "Ich bin sicher, wir sehen viele Dinge nicht", gibt Hans-Christoph Kuern offen zu. Bei Siemens nimmt er mit seiner Abteilung jedes Jahr rund

220.000 Bewerbungen unter die Lupe. Einen generellen Trend hin zu mehr Fälschungen will er nicht bestätigen. Er glaubt aber trotzdem an eine Zunahme – dem Computer sei Dank. Bei elektronischen Bewerbungen, so Kuern, könne man einfach besser schummeln als mit der klassischen Bewerbung auf Papier. Auch ein vermeintlich sicheres pdf-Dokument sei manipulierbar. Ein Universitätszeugnis perfekt zu fälschen, sei heute kein Problem mehr, da ist sich Kuern sicher.

Jede dritte Bewerbung war gefälscht

Wegen der vielen Bewerbungen, die er und seine Mitarbeiter bearbeiten müssen, können sie die Abschlüsse bei den Hochschulen nicht nachprüfen. Und so geht es vielen Personalabteilungen – nur die wenigsten manipulierten Unterlagen fallen auf. Bei einer Untersuchung, einer auf gefälschte Zeugnisse spezialisierten Detektei, waren im Jahr 2000 rund 30 Prozent von 5.000 Untersuchten Bewerbungen manipuliert.

Pfarrjugend, das klingt doch nicht schlecht?

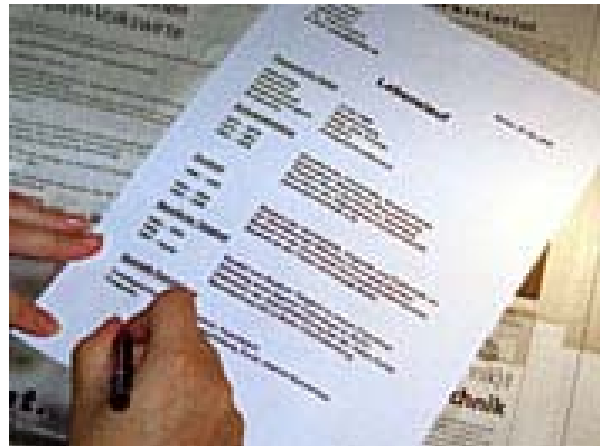
Neben echten Fälschungen von Zeugnissen und Diplomen, werden vor allem Lücken im Lebenslauf kreativ gefüllt oder "erwünschte" Freizeitbeschäftigungen dazu erfunden. Wer zwischendurch einige Zeit arbeitslos war, hat es dann eben ein Jahr in der Selbstständigkeit probiert. Und eine Mitgliedschaft in der Wasserwacht oder der katholischen Pfarrjugend wird in aller Regel auch nicht nachgeprüft – macht sich aber ziemlich gut im Lebenslauf. Viele Personalmanager vertrauen darauf, solche Hochstapeleien wenigstens im Bewerbungsgespräch herauszufinden. Gezielte Nachfragen zu Hobbys oder Auslandsaufenthalten dienen nicht nur dazu, den Bewerber besser kennen zu lernen.



Die meisten Fälschungen fliegen nicht auf.

Internationale Spitze

Getrickt und betrogen, wird aber nicht mehr nur bei normalen Jobs. Auch Ausbildungsplätze, Praktika und Stipendien werden erschwindelt. Bei einer Münchner Firma, die im Auftrag großer Unternehmen Stipendien an Studenten und Hochschulabgänger vergibt, tauchen immer wieder gefälschte Referenzen auf. Aber auch am anderen Ende der Skala wird kräftig gemogelt: Eine Unternehmensberatung überprüfte vor einiger Zeit zahlreiche Bewerbungsunterlagen von Top-Managern und Führungskräften. Im internationalen Vergleich waren die deutschen Bewerber dabei Fälschungs-Weltmeister.



Alle "Lücken" geschlossen?

Literaturhinweise

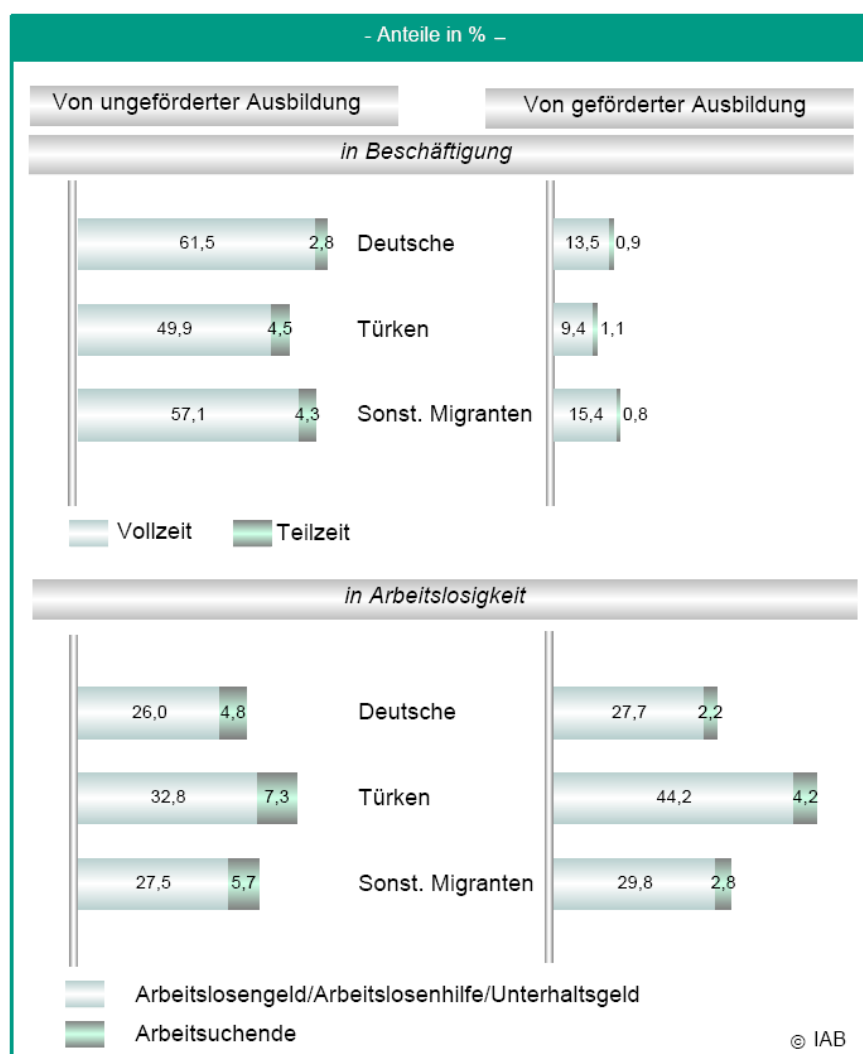
Auch nach erfolgreicher Berufsausbildung bleiben junge Türken am Arbeitsmarkt benachteiligt

Aktuelle Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

Eigene Kurzbeschreibung der Autoren
Andreas Damelang
und Anette Haas:

In der Debatte über Integrationspolitik für Personen mit Migrationshintergrund kommt der Teilnahme am Arbeitsmarkt eine Schlüsselrolle zu. Der Einstieg über die duale Berufsausbildung stellt für Jugendliche allgemein - aber insbesondere für Migranten, die in den höheren Bildungsabschlüssen unterrepräsentiert sind - eine wichtige Zugangsvoraussetzung dar. In dem Beitrag wird der Berufseinstieg von Migranten und Deutschen untersucht, die eine Ausbildung im dualen Ausbildungssystem in Deutschland erfolgreich abgeschlossen haben. Diese Erwerbsphase ist deshalb von besonderer Relevanz, da sie für den weiteren Berufsverlauf stark prägend ist.

Übergang von Ausbildung in Beschäftigung bzw. Arbeitslosigkeit
- Status nach der Ausbildung -



Auf Basis der Abschlusskohorte 2002 wird sowohl der erfolgreiche Einstieg nach der Ausbildung untersucht, als auch die Nachhaltigkeit mittels der Dauer der ersten Beschäftigungsphase analysiert. Dazu werden theoretische

Erklärungsmuster erläutert, die Bildungs- und Arbeitsmarktteilnahme von Ausländern in den letzten Jahren thematisiert und nach Ausbildungsberufen unterschieden. Die Ergebnisse zeigen für Türken ein deutlich erhöhtes

tes Arbeitslosigkeitsrisiko beim Einstieg, während für sonstige Migranten der Arbeitsmarkteintritt zwar häufiger mit einer Teilzeitbeschäftigung erfolgt, aber im Vergleich zu Deutschen nur ein leicht höheres Arbeitslosigkeitsrisiko vorliegt. Für die Nachhaltigkeit

der ersten Beschäftigungsphase für diejenigen Absolventen, die direkt im Anschluss an ihre Ausbildung eine Beschäftigung gefunden haben, zeigen sich keine nationenspezifischen Unterschiede.



*Damelang, Andreas; Haas, Anette:
Arbeitsmarkteinstieg nach dualer Berufsausbildung.
Migranten und Deutsche im Vergleich.
Nürnberg, 2006, 48 Seiten*

*Kostenlos als Volltext im Internet unter:
<http://doku.iab.de/forschungsbericht/2006/fb1706.pdf>*

Erik Händelers Blick auf die langen Wellen wirtschaftlicher Entwicklung jetzt auch als Hörbuch

Beraterinnen und Berater in Bildungs- und Berufsfragen haben als zeitlichen Horizont ihrer Arbeit nicht selten Jahrzehnte einzuschätzen –



gemeinsam nicht nur mit jugendlichen, sondern auch mit erwachsenen Bildungs- und Berufswählern. Wo sich langfristig die Potenziale für gelingende Berufsbiografien ergeben mögen, das ist keine einfache Frage. Aber sie ist

legitim anzugehen. Und es gehört dazu auch der Mut, das, was die jeweils aktuelle (wirtschafts-) politische Tagesdiskussion bestimmt, zu relativieren. Der Mut auch, auf das Wissen solcher Autorinnen und Autoren zurück zu greifen, die sich lange und intensiv, kurz wissenschaftlich, mit den Möglichkeiten beschäftigt haben, langfristige Entwicklungen zu analysieren, zu beschreiben und in ihrem Fortgang einzuschätzen. Der Ökonom Erik Händeler gehört seit einiger Zeit zu diesem Kreis, denn er hat sich vorgenommen die Kondratieffsche Theorie der „langen Wellen“ einem breiten Publikum näher zu bringen und sie zur Fortschreibung langfristiger Einschätzungen zu nutzen. Seine Ergeb-



nisse liegen jetzt in drei gestuften „Konsumformaten“ vor:

In der ausführlichen Buchpublikation *Die Geschichte der Zukunft* (464 Seiten, 18,90 €, ISBN 3-87067-963-8), als komprimierte Kurzfassung *Kondratieffs Welt* (128 Seiten, 9,90 €, ISBN 3-86506-065-X) und jetzt auch als Hörbuch auf 2 CDs: *Der Wohlstand kommt in langen Wellen* (16,90 €, ISBN 3-86506-138-9).



Zielgruppenerreichung und Teilnehmerstruktur des Jugendsofortprogramms JUMP

Aktuelle Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

Zusammenfassung der Autorinnen Johanna Dornette und Marita Jacob:

Die Maßnahmenangebote des Jugendsofortprogramms setzen an individuellen Zugangsproblemen und Vermittlungshemmnissen in Ausbildung und Beschäftigung an und versuchen diese zu reduzieren und zu beheben. Dazu werden Maßnahmen der Berufsvorbereitung und Qualifizierung eingesetzt, beschäftigungsschaffende und -begleitende Hilfen angeboten sowie individuelle sozialpädagogische Betreuung vermittelt. In dem vorliegenden Forschungsbericht beschäftigen wir uns mit Veränderungen des Umfangs unterschiedlicher Angebote während der fünfjährigen Förderzeit des Jugendsofortprogramms, mit regionalen und maßnahmenbezogenen Schwerpunkten und mit der Teilnehmerstruktur. Ferner vergleichen wir die Zutrittswahrscheinlichkeiten verschiedener Teilnehmergruppen und ihre Veränderungen über die Zeit. Die Beteiligung in der fünfjährigen Laufzeit des Jugendsofortprogramms ist insgesamt sehr hoch: Zwischen 1999 und 2003 wurden insgesamt 663.296 Jugendliche in 795.573 JUMP-Maßnahmen gefördert. Die meisten Eintritte in das Jugendsofortprogramm konnten 1999 im ersten Jahr der Laufzeit beobachtet werden. Sowohl der quantita-

tive Umfang als auch der Einsatz unterschiedlicher Maßnahmen veränderten sich im Förderzeitraum: Während 1999 relativ häufiger ausbildungs- und qualifizierungsbezogene Maßnahmen eingesetzt wurden, stand seit 2000 die Förderung arbeitsloser Jugendlicher mit Lohnkostenzuschüssen und Qualifizierungs-ABM im Vordergrund. Etwa 40 Prozent aller JUMP-Maßnahmen wurden in Ostdeutschland durchgeführt. Die Maßnahmenstruktur ist in Ost- und Westdeutschland unterschiedlich. Während wir in Ostdeutschland vergleichsweise viele berufliche Erstausbildungen und beschäftigungsschaffende Maßnahmen beobachten, bilden in Westdeutschland berufliche Fort- und Weiterbildung sowie Berufsvorbereitung Schwerpunkte. In den Richtlinien zum Jugendsofortprogramm wurden einige Personengruppen definiert, die bei der Zuweisung in die JUMP-Maßnahmen besonders beachtet und entsprechend ihren Anteilen an allen arbeitslosen Jugendlichen berücksichtigt werden sollten. Die vorliegenden Analysen zeigen, dass drei dieser vier zentralen Zielgruppen des Jugendsofortprogramms tatsächlich in vergleichbarem Umfang wie ihr Anteil an allen arbeitslosen Jugendlichen Zugang zu den JUMP-Maßnahmen gefunden haben. Die Anteile langzeitarbeitsloser Jugendlicher (21 Prozent), Jugendlicher ohne Be-

rufsausbildung (60 Prozent) und Benachteiligter (29 Prozent) an allen Teilnehmern des Jugendsofortprogramms liegen über den Anteilen der Gruppe an allen arbeitslosen Jugendlichen. Allerdings blieben die Teilnehmerzahlen von Jugendlichen mit Migrationshintergrund hinter deren Anteilen an allen arbeitslosen Jugendlichen zurück. Vielmehr werden junge Migranten in geringerem Umfang im Rahmen des Jugendsofortprogramms gefördert als dies durch die Richtlinien vorgegeben wurde. Den Ursachen für diese Unterrepräsentierung konnten wir anhand unserer Datenbasis leider nicht auf den Grund gehen. Wir können festhalten, dass alle JUMP-Zielgruppen relativ konstante Zuweisungsmuster im Programmverlauf aufweisen, die erkennbaren Schwankungen sind gering. Wir beobachten jedoch unterschiedliche Teilnahmehäufigkeiten der Zielgruppen an verschiedenen Maßnahmetypen wie Ausbildungsvorbereitung, berufliche Fort- und Weiterbildung oder Eingliederung in den ersten Arbeitsmarkt (z.B. mittels Lohnkostenzuschüssen). So nehmen Migranten überproportional häufig an Maßnahmen der Ausbildungsvorbereitung und beruflichen Erstausbildung teil, sind aber in Maßnahmen, die der direkten Integration in den Arbeitsmarkt dienen, wie Qualifizierungs-ABM und Lohnkostenzuschüsse, deutlich seltener vertreten. Behinderte Jugendliche werden besonders durch AQJ-Maßnahmen auf die Aufnahme einer beruflichen Erstausbildung vorbereitet und nehmen relativ häufig an Qualifizierungs-ABM teil. Benachteiligte JUMP-Teilnehmer sind zu wesentlich höheren Anteilen in den Maßnahmen der Integration in den Arbeitsmarkt vertreten, während Nichtbenachteiligte

außerdem häufig in Maßnahmen gefördert werden, die auf den Ausbildungsmarkt abzielen. Migranten nehmen mit hoher Wahrscheinlichkeit an beschäftigungsbegleitenden Hilfen teil, in deren Rahmen auch Sprachunterricht angeboten wird und sie werden häufig sozialpädagogisch betreut. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass unsere Untersuchung im Wesentlichen auf vier Aspekte aufmerksam gemacht hat: Zum einen wurden fast alle Zielgruppen entsprechend der vorgesehenen Anteile erreicht, einzige Ausnahme bilden Jugendliche mit Migrationshintergrund. Ferner treten konstante Zuweisungsmuster für die verschiedenen Teilnehmergruppen auf, bei unterschiedlichen Teilnahmehäufigkeiten der einzelnen Zielgruppen. Außerdem fanden wir regionale Unterschiede hinsichtlich der Struktur der hauptsächlich vergebenen Maßnahmen vor. Die Zuweisung zu den JUMP-Maßnahmen entsprach in der Regel den Vorgaben durch die Richtlinien. Die Frage nach den Zutrittswahrscheinlichkeiten zum Jugendsofortprogramm ist mit dem vorliegenden Bericht weitgehend beantwortet. Der Erfolg von Förderprogrammen wie dem Jugendsofortprogramm wird aber unter anderem daran gemessen, dass der Anteil der Jugendlichen, die anschließend dauerhaft in den Arbeitsmarkt integriert werden, so hoch wie möglich ist. Daher bleibt für eine abschließende Bewertung des Gelingens des Jugendsofortprogramms die Frage nach dem Verbleib der Teilnehmer am Jugendsofortprogramm noch zu beantworten. Die Selektivitäten, die in der hier vorgestellten Analyse aufgezeigt wurden, sind dabei entsprechend zu berücksichtigen.



*Dornette, Johanna; Jacob, Marita:
Zielgruppenerreichung und Teilnehmerstruktur
des Jugendsofortprogramms JUMP.
Nürnberg, 2006, 54 Seiten*

*Kostenlos als Volltext im Internet unter:
<http://doku.iab.de/forschungsbericht/2006/fb1606.pdf>*

Pressemeldung

Quelle: STERN vom 24. August 2006
www.Stern.de

Games Convention Klassenziel erreicht

Die Computerspiele-Messe Games Convention hat seine selbst gesteckten Ziele übertroffen: In den vier Messetagen kamen 105.000 Besucher nach Leipzig.



Foto: www.GC-Germany.de

Mit 105.000 Besuchern hat die Computerspielmesse Games Convention (GC) in Leipzig in diesem Jahr einen neuen Rekord aufgestellt. „Unsere Erwartungen wurden voll erfüllt“, sagte Messegeschäftsführer Josef Rahmen zum

Positives Feedback

Überaus zufriedene Gesichter habe man auch bei den Ausstellern registriert, so die Leipziger Messe. 93 Prozent der insgesamt 270 Messe Teilnehmer aus 13 Ländern sahen laut einer Umfrage der Leipziger Messegesellschaft ihre Erwartungen erfüllt oder weit übertroffen an. Sie hätten bereits vor Messeabschluss ihre Teilnahme an der GC 2005 angekündigt. Auch beim ideellen Träger des Familienbereichs GC

Abschluss der viertägigen Schau. Man sei mit der GC in eine Marktlücke gestoßen und Aussteller wie Besucher hätten die Messe begeistert angenommen.

Wie die Leipziger Messe in ihrem Abschlussbericht mitteilte, reisten fast 40 Prozent der Besucher aus mehr als 300 Kilometern Entfernung an. Über 40 Prozent der Besucher kamen aus den alten Bundesländern in die sächsische Metropole, laut Umfragen wollen über 92 Prozent der Interessenten auch im kommenden Jahr zur GC anreisen. Auch bei den Medien traf die GC diesen Angaben nach auf großes Interesse: Mehr als 1.700 Journalisten aus 21 Ländern habe man akkreditiert, nachdem es im vergangenen Jahr 1.300 Journalisten aus sechs Ländern von Europas einziger Erlebnis- und Fachmesse für interaktive Unterhaltung berichtet hatten. Impressionen von der GC

family, dem Deutschen Kinderhilfswerk, waren nur lobende Worte zu hören. „Von den Besuchern der GC family wurde das Konzept gut angenommen“, sagte Dirk Höschen, Referent für Neue Medien beim Deutschen Kinderhilfswerk. Die GC family biete eine einmalige Gelegenheit, Informationen über Lernsoftware und Software für Kinder zu erhalten.

Gemeinsame Medienerfahrung von Eltern und Kindern

Lob für die GC kam auch von Sachsens Innenminister Horst Rasch. „Medien lassen sich aus dem Alltag unserer Kinder und Jugendlichen nicht mehr wegdenken“, erklärte der CDU-Politiker. Fast alle 12- bis 19-Jährigen hätten heute einen Zugang zu TV- und Videogeräten, PC-Spielen, Handy und zum Internet. Viele nutzten diese Medien als Informationsquellen, zur Unterhaltung und für ihre Freizeitaktivitäten. Neben der Familie, der Schule und dem Freundeskreis würden vor allem die so

genannten „Neuen Medien“ immer mehr die Wertvorstellungen und Verhaltensorientierungen minderjähriger Heranwachsender prägen. „Umso erfreulicher ist es, dass die 'Games Convention' mit dazu beigetragen hat, die gemeinsame Medienerfahrung von Eltern und Kindern in den Mittelpunkt zu stellen“, erklärte Rasch. Damit habe die Messe gezeigt, dass man Fun, Action und Verantwortung verbinden könne.

Veranstaltungshinweis

Professionelle Arbeit in der Bildungs- und Berufsberatung braucht die ständige Fortbildung in einem breiten Spektrum methodischer, wirtschafts- und berufskundlicher sowie bildungs- und sozialpolitischer Themen. Deshalb sollen

entsprechende Veranstaltungshinweise besonders auch hierfür Anregungen geben. Auch hier – wie in allen anderen Rubriken der iBB – sind Hinweise und Beiträge aus der Leserschaft herzlich willkommen. (K.K.)

Workshop „Berufung und Beruf“

Anthropologisches Seminar zur Weiterbildung des dvb Nord im Oktober

Quelle: dvb NORDINFO vom 6. August 2006, www.dvb-Fachverband.de/Nord

Beraterinnen und Berater in Sachen Bildung und Beruf wissen um die Bedeutung methodischer Vielfalt für das Gelingen ihrer Gespräche mit Rat Suchenden. Das nächste Fortbildungsangebot des dvb Nord wird wieder in den schönen Räumen des Seehotels Frankenhort stattfinden, und zwar unter der Leitung des Wismarer Anthropologen Dr. Tilman Kiehne. „Warum zum Anthropologen?“ fragt dieser auf seiner Internetseite (www.Der-weise-Narr.de) und beantwortet das so: „Anthropologie heißt übersetzt die Lehre vom Menschen. Ein Anthropologe versucht, die grundlegenden und typischen Eigenschaften und Eigenarten des Menschen zu erfassen und zu beschreiben. Hierzu muss er schon während der Ausbildung lernen, Erkenntnisse aus vielen verschiedenen Wissensgebieten zu verbinden. Zu diesen Gebieten gehören unter



anderer Biologie, Geschichte, Völkerkunde, Soziologie, Psychologie. Genau darin liegt die spezielle Stärke eines Anthropologen als Berater: Denn als Generalist kann er wie kaum ein anderer bei komplexen Fragen den Überblick behalten, Ordnungen erkennen und neue Verknüpfungen schaffen. Ihr Nutzen besteht darin, dass Sie durch die Beschäftigung mit anthropologischen Fragestellungen den Blick auf sich und

Ihr Leben erweitern und viele Dinge auf neue Weise sehen lernen.“
Das fanden wir gerade auch für unsere Profession interessant und haben ihn deshalb gebeten, ein Angebot für uns zusammenzustellen. Und das kam dabei heraus: ein Workshop zum Thema „Berufung und Beruf“ – wie wir finden: ein spannendes Programm:

Menschen sind aufgrund ihrer Fähigkeit, die Dinge und sich selbst denkend zu begreifen und zu verändern, unglaublich flexibel, lern- und anpassungsfähig. Diese Fähigkeit ist in einer Zeit, in der immer neue Berufsbilder entstehen und die bestehenden Berufsbilder sich kontinuierlich wandeln, kaum zu überschätzen.

Andererseits verspüren viele Menschen eine tiefe Sehnsucht nach Sicherheit und Beständigkeit, die bei der Geschwindigkeit der heutigen Veränderungen oftmals keine Erfüllung findet, und die sich manchmal als Hindernis bei der Berufsfindung oder der Weiterentwicklung im Beruf erweist.

Gibt es bei allem Wandel der Berufswelt Konstanten, auf die man sich verlassen kann? Am Freitag möchte ich in einem kurzen Vortrag das Gefühl der „Berufung“ als eine solche Konstante zur Diskussion stellen. Der Samstag soll dann ein Denk- und Besinnungs-Workshop werden, in dem die Teilnehmenden die eigene Praxis der Berufsberatung vor dem Hintergrund des oben genannten Spannungsverhältnisses reflektieren können.

Termin: Freitag, 6. Oktober 2006, 17.00 Uhr, bis Samstag, 7. Oktober 2006, 15:00 Uhr
Ort: Best Western Seehotel Frankenhort, Frankenhort 5, 19055 Schwerin www.seehotel.bestwestern.de
Anmeldung: verbindlich per E-Brief an: Nord@dvb-Fachverband.de
Teilnehmerzahl mindestens 8, höchstens 16

	dvb-Mitglieder	Nicht-Mitglieder
Teilnahme am Seminar inklusive Abend- und Mittagessen sowie freien Getränken	93 €	113 €
dasselbe inklusive Übernachtung pro Person im Doppelzimmer mit Frühstücksbuffet	133 €	153 €
dasselbe im Einzelzimmer	153 €	173 €



Impressum

verantwortlich im Sinne des Presserechts:
Karl-Heinz P. Kohn

Adresse der Redaktion:
iBB@Kohnpage.de

Die Zeitschrift wird kostenlos als PDF-Dokument zur Verfügung gestellt.

Die Anmeldung zum Abonnement kann durch eine E-Mail (auch leer) an folgende Adresse erfolgen:
iBB-Zeitschrift-subscribe@yahoogroups.de

Am 25. August 2006 verzeichnen die *iBB*

1061

Abonnentinnen und Abonnenten,

Die Einsendung von Beiträgen ist willkommen. Veröffentlichung vorbehalten. Die *iBB* sind eine ehrenamtliche Dienstleistung für Beraterinnen und Berater. Honorar kann deshalb nicht gezahlt werden.

Bei Leserbriefen geben Sie bitte an, ob Sie mit einer Veröffentlichung einverstanden sind.

Die dokumentierten Beiträge geben nicht immer die Position der Redaktion wieder. Für die Inhalte tragen die Autorinnen und Autoren und die zitierten Medien die Verantwortung.

Leider kann es aus redaktionsökonomischen Gründen nicht durchgängig gelingen, alle dokumentierten Beiträge an die aktuelle deutsche Rechtschreibung anzupassen. Die *iBB* appellieren an alle Autorinnen und Autoren, im Interesse unserer Kinder die bildungsbürgerlich eingübte Abendlandskritik abzulegen und die aktuelle Rechtschreibung zu erlernen und anzuwenden.

Die *iBB* im Internet:
www.Kohnpage.de/iBB

Die *iBB* sind eine Reaktion auf die bedrohlich schwindenden Ressourcen, die von der öffentlichen Hand für die Bildungs- und Berufsberatung zur Verfügung gestellt werden. Um etwas mehr gegen diese Bedrohung und für eine weiterhin engagierte Beratung jugendlicher und erwachsener Berufswähler zu tun, empfiehlt die Redaktion die Mitgliedschaft und Mitarbeit im *dvb* –



Deutscher Verband für Bildungs- und Berufsberatung e.V. Dieser Interessenverband wurde vor 50 Jahren gegründet. Vielleicht war er nie so wichtig wie heute.



Über die umfangreiche Arbeit der Kolleginnen und Kollegen im *dvb* kann man sich im Internet informieren unter:
www.dvb-Fachverband.de .