

Pressemitteilung

JOBLINGE startet neues MINT-Programm und Lern-App „Mathe als Mission“

- **Vor dem Hintergrund der Digitalisierung und des Fachkräftemangels soll das neue Programm die Qualifikationsschere für benachteiligte Jugendliche für Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (kurz: MINT) schließen.**
- **Anteil der in diesen Ausbildungsbereich vermittelten JOBLINGE-Teilnehmer soll bundesweit auf mehr als 30 Prozent erhöht werden. Ziel sind mindestens 350 in MINT-Ausbildungen vermittelte Jugendliche pro Jahr.**
- **Zwei Säulen: digitales Lernen mit neuer App „Mathe als Mission“ und praktisches Erleben über die Workshops „MINTwelten“**

München, 04. September 2017 – Mit ihrem neuen [MINT-Programm](#) (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) möchte die Initiative JOBLINGE benachteiligte, langzeitarbeitslose Jugendliche für Berufe in diesem Bereich begeistern und sie in entsprechende Ausbildungen vermitteln. Aufbauend auf zehn Jahren Erfahrung mit der Zielgruppe hat JOBLINGE das neue MINT-Programm auf zwei Säulen aufgebaut: Eine neue Lern-App ermöglicht den Jugendlichen sich selbständig und digital in Mathematik fortzubilden; parallel dazu werden die Teilnehmer in praxisnahen Workshops in Unternehmen für den Bereich sensibilisiert. Gleichzeitig eröffnen sich für die Firmen neue Wege, Kandidaten kennenzulernen sowie Kompetenzen und Interessen unverbindlich zu testen.

„Bei JOBLINGE greifen wir Trends auf dem Arbeitsmarkt nicht nur auf, sondern denken sie auch für unsere Zielgruppe weiter. Gerade angesichts des Fachkräftemangels in den MINT-Berufen und der fortschreitenden Digitalisierung scheint die Lücke zwischen Herkunft und Zukunft für benachteiligte Jugendliche besonders weit auseinanderzuklaffen. Genau deshalb ist es wichtig, innovative und konkrete Lösungen zu entwickeln“, sagt Kadim Tas, operativer Vorstand der JOBLINGE-Dachorganisation. Mit dem neuen [MINT-Programm](#) schafft JOBLINGE den Spagat zwischen digitalem Lernen sowie praktischem Erleben und schlägt so eine Brücke zwischen potenziellen Auszubildenden und Unternehmen. „In der neuen App kombinieren wir klassische Lerninhalte mit einem Spiel. Dieses Format motiviert auch Jugendliche mit mangelndem Interesse an Mathematik und MINT-Berufen. Sie spielen die App, lernen Mathe und qualifizieren sich gleichzeitig für die Anforderungen technischer Ausbildungsberufe“, so Kadim Tas.

JOBLINGE Dachorganisation
Christina Schinz
Marketing und Kommunikation

Tel. +49 89 1250-14114
christina.schinz@joblinge.de
Kapuzinerstr. 9 d
80337 München

BMW Group
Milena Pighi
Konzernkommunikation und
Politik, Sprecherin CSR

Tel. +49 89 382-66563
Milena.PA.Pighi@bmw.de
Petuelring 130
80788 München

J.P. Morgan
Sara Günnewig
Head of Marketing & Communications Germany/
Austria/Switzerland

Tel. +49 69 7124-1448
sara-lisa.guennewig
@jpmorgan.com
TaunusTurm, Taunustor 1
60310 Frankfurt

JOBLINGE hat die App in Kooperation mit der BMW Group entwickelt. „Bereits seit mehreren Jahren unterstützen wir die Initiative und beschäftigen JOBLINGE-Teilnehmer in unserem Unternehmen. Vor dem Hintergrund unserer sehr positiven Erfahrungen ist es uns ein großes Anliegen, das Verständnis und die Begeisterung für Technik bei diesen jungen Menschen zu fördern“, erklärt Milagros Caiña-Andree, Personalvorstand der BMW Group. „Unsere Ausbilder haben die Initiative bei der Entwicklung der App beratend unterstützt und ihren ganzen Erfahrungsschatz mit in das Projekt einfließen lassen. Mit ‚[Mathe als Mission](#)‘ liefern wir den Jugendlichen einen weiteren wichtigen Baustein auf ihrem Weg in die Arbeitswelt und eine selbstbestimmte Zukunft.“

Außerdem an der App-Entwicklung beteiligt waren Professor Dr. Martin Stein vom Institut für Didaktik der Mathematik und Informatik der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Experten für die Zielgruppe und eine auf Serious Games spezialisierte App-Agentur. Die App misst den individuellen Lernerfolg. In die Auswertung fließen zudem Ergebnisse speziell entwickelter Vor- und Nachtests ein.

Eng verzahnt mit dem digitalen Lernen erfolgt das praktische Erleben im MINT-Programm von JOBLINGE. In Zusammenarbeit mit der JPMorgan Chase Foundation hat die Initiative dafür „[JOBLINGE goes MINT](#)“ entwickelt. Das Projekt schlägt die Brücke zu Unternehmen und bietet ihnen sowohl neue Rekrutierungswege als auch für die Jugendlichen Workshops zur Berufsorientierung und zur praktischen Kompetenzfeststellung. Parallel werden die Teilnehmer für den MINT-Bereich sensibilisiert. „Mit JOBLINGE goes MINT wollen wir für die Jugendlichen vor allem die Zugangsschranken in den MINT-Bereich senken. In unseren Workshops „MINTwelten“ können Teilnehmer ihr Interesse und ihre Fähigkeiten für MINT-Berufe testen – und zwar durch berufsrelevante Experimente direkt vor Ort in den Unternehmen. Gleichzeitig finden auch persönliche Treffen zwischen Firmen und JOBLINGE-Teilnehmern statt, die ein unverbindliches Kennenlernen ermöglichen“, erklärt Andreas Windmeier, Head of Treasury Services bei J.P. Morgan in Deutschland und Österreich und „Pate“ des Projekts „JOBLINGE goes MINT“ im lokalen CSR Government Committee von JPMorgan. „Das Interesse steigt so auf beiden Seiten: Bei den Jugendlichen für die MINT-Branche und neue Berufe sowie bei den Unternehmen für die Zielgruppe langzeitarbeitslose Jugendliche. Das hat die Auswertung des mehr als einjährigen Pilotprojekts an der JOBLINGE gAG Frankfurt/RheinMain deutlich gezeigt“, erläutert Windmeier.

Das JOBLINGE MINT-Programm mit digitalem und praktischem Teil soll ab September auf alle 27 JOBLINGE-Standorte bundesweit ausgerollt werden und den Anteil von Jobblingen in MINT-Berufen auf mehr als 30 Prozent steigern. Jährlich sollen mindestens 350 Jugendliche in MINT-Ausbildungsberufe vermittelt werden.



Der [offizielle Trailer](#) zum JOBLINGE MINT-Programm.

Mehr Informationen auch auf:
www.joblinge.de/mint-programm

JOBLINGE Dachorganisation
Christina Schinz
Marketing und Kommunikation

Tel. +49 89 1250-14114
christina.schinz@joblinge.de
Kapuzinerstr. 9 d
80337 München

BMW Group
Milena Pighi
Konzernkommunikation und Politik, Sprecherin CSR

Tel. +49 89 382-66563
Milena.PA.Pighi@bmw.de
Petuelring 130
80788 München

J.P. Morgan
Sara Günnewig
Head of Marketing & Communications Germany/
Austria/Switzerland

Tel. +49 69 7124-1448
sara-lisa.guennewig
@jpmorgan.com
TaunusTurm, Taunustor 1
60310 Frankfurt

JOBLINGE ist eine gemeinnützige Initiative der Unternehmensberatung The Boston Consulting Group und der Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG. Sie bündelt das bürgerschaftliche Engagement zahlreicher Partner aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft, um Jugendliche auf ihrem Weg in die Arbeitswelt zu unterstützen. In einem sechsmonatigen Programm qualifizieren sich Teilnehmer in der Praxis und erarbeiten sich aus eigener Kraft einen Ausbildungs- oder Arbeitsplatz in einem JOBLINGE-Partnerunternehmen. Auf lokaler Ebene wird die Initiative von gemeinnützigen Aktiengesellschaften (gAGs) getragen. Seit der Gründung der ersten gAG 2008 ist JOBLINGE zur bundesweiten Initiative mit 27 Standorten gewachsen – unter anderem in München, Berlin, Hamburg, Frankfurt und Leipzig. Mehr als 5.000 Jugendliche haben bereits an dem Programm teilgenommen. Im September 2014 wurde JOBLINGE von der Deutschlandstiftung Integration als „Integrationsprojekt des Jahres“ ausgezeichnet. Seit 2016 unterstützt die Initiative mit dem zweiten Programm JOBLINGE Kompass gezielt auch junge Geflüchtete. Für weitere Informationen: www.joblinge.de

Gesellschaftliches Engagement bei der BMW Group

Gesellschaftliches Engagement ist für die BMW Group fester Bestandteil des unternehmerischen Selbstverständnisses. Der Schwerpunkt liegt vor allem auf den zwei Bereichen Ressourceneffizienz sowie interkulturelle Innovationen und soziale Inklusion. Dabei konzentriert sich das Unternehmen vor allem auf Projekte und Konzepte, bei denen es aufgrund seiner Kernkompetenzen eine konkrete, messbare Verbesserung bewirken kann. Im Fokus des Engagements stehen langfristige Lösungsansätze, die international übertragbar sind und nach dem Prinzip "Hilfe zur Selbsthilfe" spürbare Langzeitwirkung entfalten.

Corporate Responsibility bei J.P. Morgan

Integrität, Fairness und verantwortungsvolles Handeln zählen zu den Grundwerten von JPMorgan Chase. Wir glauben, dass wir als eine der größten Banken der Welt in der Lage sind, einen Beitrag zur Lösung dringender gesellschaftlicher Herausforderungen zu leisten. Das Unternehmen und die JPMorgan Chase Foundation investieren jedes Jahr mehr als 200 Millionen US-Dollar weltweit in lokale gemeinnützige Initiativen. Der Fokus der Aktivitäten liegt auf der Qualifizierung benachteiligter Menschen für die Arbeitswelt, der Unterstützung kleiner Unternehmen und Selbstständiger und der Verbesserung finanzieller Fähigkeiten und Kenntnisse. Wir fördern unsere Partner sowohl finanziell als auch mit unserem Netzwerk, unseren Ressourcen und unserer Expertise.

JOBLINGE Dachorganisation
Christina Schinz
Marketing und Kommunikation

Tel. +49 89 1250-14114
christina.schinz@joblinge.de
Kapuzinerstr. 9 d
80337 München

BMW Group
Milena Pighi
Konzernkommunikation und Politik, Sprecherin CSR

Tel. +49 89 382-66563
Milena.PA.Pighi@bmw.de
Petuelring 130
80788 München

J.P. Morgan
Sara Günnewig
Head of Marketing & Communications Germany/Austria/Switzerland

Tel. +49 69 7124-1448
sara-lisa.guennewig@jpmorgan.com
TaunusTurm, Taunustor 1
60310 Frankfurt