

The logo for Joblinge, featuring the word "JOBLINGE" in a bold, blue, sans-serif font. The background of the entire image shows three people (two men and one woman) walking down a modern staircase with a wooden handrail. The woman in the foreground is smiling and looking towards the man next to her. The man is wearing a plaid shirt and looking down. Another man is visible behind them, also smiling. The setting appears to be a contemporary office or public space with large windows and indoor plants.

JOBLINGE

Jahres- und Wirkungsbericht 2023

gemäß Social Reporting Standard

Inhaltsverzeichnis

3	Einführung
7	Gesamtproblem und Überblick Markt
8	Aktivierung
16	Vermittlung
18	Das Modell JOBLINGE
20	Begleitung
23	Zielgruppenverständnis
27	Finanzierung
28	Die stärksten Kräfte für die Zielgruppe bündeln
31	Standorte
32	Finanzen
38	Impressum

Grußwort Kadim Tas

Gesellschaftliche Herausforderungen nehmen zu, ausgelöst durch Klimawandel, Globalisierung, Digitalisierung und demografischen Wandel. Die wachsende Fachkräftelücke ist eine dieser Herausforderungen, fehlende gesellschaftliche Gerechtigkeit eine andere. Diesen Herausforderungen begegnen wir seit 16 Jahren. JOBLINGE hat sich von einem Projekt, das die Boston Consulting Group und die Eberhard von Kuenheim Stiftung vor über 16 Jahren angestoßen haben, zu einer etablierten Sozialorganisation, zur messbar erfolgreichsten Sozialorganisation am Übergang Schule-Beruf, entwickelt.

Für uns gehören unternehmerisches Handeln und soziale Wirkung untrennbar zusammen und die Entwicklung in unserer Gesellschaft beweist, dass die Zeit „netter Sozialorganisationen“ definitiv vorbei ist. JOBLINGE steht nicht mehr nur als gutes Beispiel, wir skalieren unsere Wirkung aktuell massiv. Wir müssen für junge Erwachsene im gesamten Übergangssystem messbar funktionierende Ideen und Maßnahmen stärker entwickeln, fördern und wachsen lassen. Nur so können wir die immer drängender werdenden gesellschaftlichen Fragen – wie der nach einer nachhaltigen Arbeitsmarktintegration – lösen. Dafür brauchen wir Zusammenarbeit über Sektoren hinweg, mit Wirtschaft, Politik und weiteren Sozialorganisationen sind ein Teil der Zivilgesellschaft. So wie wir es seit 16 Jahren vorleben.

Das JOBLINGE-Credo lautet: Wenn wir etwas unternehmen, dann wollen wir auch, dass es skalierbar funktioniert. Wir setzen uns hohe Ziele, definieren Kennzahlen und lassen uns an Ergebnissen messen – kritisch und transparent. Auf diese Weise können wir sicherstellen, dass wir wirksame Lösungen für Probleme finden und das System verändern können.

Am Ende schaffen wir damit eine Win-win-win-Situation: für die jungen Erwachsenen auf Ausbildungssuche, für Unternehmen, die ihre Fachkräftelücke schließen können

und für die Gesellschaft als Ganzes. Unsere Haltung den teilnehmenden jungen Erwachsenen gegenüber ist hierfür ein essenzieller Erfolgsfaktor: Eine Haltung, die nicht auf Defizite blickt, sondern Stärken der jungen Menschen während ihres Weges in die Ausbildung und darüber hinaus fokussiert.

Dieser Jahresbericht stellt in mehrfacher Hinsicht einer Neuerung für uns dar: Wir haben 2023 einen Strategieprozess angestoßen, der uns bis 2030 an ein ambitioniertes Ziel führen wird. Wir wollen als Initiative bis 2030 insgesamt 100.000 junge Menschen auf dem Weg in Ausbildung begleitet haben. Um das zu schaffen, wachsen wir zukünftig nicht nur über unsere Kernprogramme, sondern fokussieren den weiteren Ausbau von unseren Angeboten, die vor und nach dem Kernprogramm greifen. PLAN A und basecamp zeigen immer mehr ihre Bedeutung für die Aktivierung und nachhaltige Vermittlung von jungen Erwachsenen in Ausbildung.

Für diese Vision haben wir fünf Wachstumshebel definiert, die wir in diesem Jahresbericht detailliert aufzeigen. Zugleich beschreiben wir die Herausforderungen, die uns auf dem Weg zum Ziel 2030 begegnen werden. Denn wir adressieren weitere Zielgruppen, für die wir auch eine angepasste Wirkungslogik benötigen. Wir entwickeln uns von einer Ein-Programm- zu einer Mehr-Programm-Organisation, die damit auch flexiblere Finanzierungswege oder weitere Kompetenzen in den Teams benötigt und benötigen wird.

Wir sind dabei sehr dankbar dafür, dass wir uns bei dieser Weiterentwicklung von JOBLINGE auf unser wertvolles und langjähriges Partnernetzwerk verlassen können. Ohne diese Partner, ohne Sie ist die Entwicklung von JOBLINGE nicht denkbar.

[Wir freuen uns, dass Sie Seite an Seite mit uns den Weg im Jahr 2024 weitergehen.](#)
Ihr Kadim Tas



JOBLINGE wurde 2008 initiiert von der Boston Consulting Group und der Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG. JOBLINGE ist der Beweis, dass messbar wirksame soziale Arbeit funktioniert. JOBLINGE zeigt, wie der Übergang von der Schule in den Beruf gelingt.

“

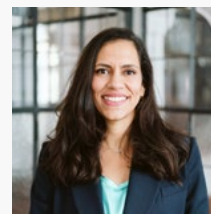
Aus der Vision junge, benachteiligte Menschen transparent, messbar und nachhaltig in den Arbeitsmarkt zu integrieren, entstand die erfolgreichste Sozialinitiative in Deutschland. Wir bei der Boston Consulting Group sind stolz darauf, JOBLINGE 2008 gemeinsam mit der Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG ins Leben gerufen zu haben. Wäre die transparente Wirkmessung am Übergang Schule-Beruf Pflicht, wäre das JOBLINGE-Prinzip Marktführer.“



Oliver Dany,
BCG Managing Director & Senior Partner,
Vorstand JOBLINGE gAG FrankfurtRheinMain,
Vorstandsvorsitzender JOBLINGE-Stiftung.

“

Es begann 2008 mit einem Projekt an einem einzigen Standort und hat sich seither kontinuierlich zur erfolgreichsten gemeinnützigen Organisation im Bereich des Übergangs von der Schule ins Berufsleben entwickelt. JOBLINGE demonstriert eindrucksvoll, wie sich Fürsprecher für oftmals übersehene junge Menschen dynamisch weiterentwickeln können – und auch müssen – ohne dabei jemals ihre Mission aus den Augen zu verlieren: junge Menschen unabhängig von ihrer Herkunft in eine Ausbildung zu vermitteln. JOBLINGE rückt stets die jungen Erwachsenen ins Zentrum ihres Wirkens. Wir sind stolz darauf, mit der Eberhard von Kuenheim Stiftung diesen bedeutenden Impuls gesetzt zu haben und freuen uns umso mehr über die anhaltend enge und langjährige Partnerschaft.“



Dr. Heba Aguib,
BMW Foundation Herbert Quandt
(bis März 2016 Eberhard von Kuenheim Stiftung)

So messen wir Wirksamkeit

Input – Output – Outcome – Impact: Nach diesem Modell arbeitet JOBLINGE schon lange, wir implementieren es in unsere Arbeit jedoch gerade mit der Umsetzung unserer Vision 2030 immer stärker. Die gesellschaftliche Wirksamkeit unserer Initiative zu stärken und die Wirkmessung unserer verschiedenen Bausteine auf das gemeinsame Ziel von chancengerechten Anfängen nachhaltiger Berufskarrieren auszurichten, beschäftigt uns darum aktuell stark.

Das IOOI-Modell ermöglicht es uns als Social-Entrepreneur unsere strategische Ausrichtung und effiziente Nutzung von Ressourcen für gesellschaftliche Projekte besser zu fokussieren. Mit dem Jahresbericht 2023 gehen wir darum noch einmal stärker auf die einzelnen unter dem JOBLINGE-Dach zusammengefassten Tätigkeitsfelder ein, zeigen auf wie wir unsere Wirksamkeit zukünftig über die reinen Kennzahl der erfolgreichen Vermittlungen hinaus messen werden und beschreiben, mit welchen verschiedenen Stakeholdern wir diese Ergebnisse erreichen.

Wenn wir für uns dieses Gerüst anwenden, so ist es für unsere Partner ebenso wichtig. Denn so wird aus einem Input an Personal, Finanzen und Ehrenamt ein Output aus Workshops, Coachings und Trainings für unsere Teilnehmenden, sowie Mentoring-Tandems und Unternehmenspraktika. Diese münden in erfolgreiche Berufsstarts, die wiederum einen direkten Einfluss auf die gesellschaftliche Entwicklung haben. JOBLINGE konsolidiert dabei unter dem Kernmarkendach die Aktivierung von jungen Erwachsenen jenseits der Mechanismen der öffentlichen Hand mit PLAN A und die Begleitung von Azubis im basecamp mit unseren ausbildungsbegleitenden Maßnahmen entweder vollständig privat finanziert oder mittlerweile auch durch entsprechende passende Förderinstrumente der öffentlichen Hand.

“

Das IOOI-Modell ermöglicht es uns als Social-Entrepreneur unsere strategische Ausrichtung und die effiziente Nutzung von Ressourcen für gesellschaftliche Projekte besser zu fokussieren.

Jan Boskamp
Director Collective Impact JOBLINGE e.V.



Nachhaltig nicht nur für unsere Partner, sondern auch für uns selbst

Für uns als Initiative ist die Verpflichtung auf ESG-Kriterien selbstverständlich. Während wir im Umweltbereich anstreben, so umweltneutral wie möglich zu arbeiten, sind es vor allem unsere Personalkennzahlen, mit denen wir unsere Initiative nachhaltiger gestalten wollen.

alle Angaben beziehen sich auf den Stichtag vom 31.12.2023

Wachstum (Zahl Mitarbeitende Festanstellung)	Anfang 2023: 230 Ende 2023: 243
Eintritte	64 Festanstellungen
Fluktuationsrate	Die Fluktuationsrate für die Gesamtorganisation beträgt für das Jahr 2023 19,67 %. Diese Zahl umfasst alle Austrittsarten (arbeitgeber- oder arbeitnehmerseitige Kündigungen, auslaufende Verträge) und betritt alle Festangestellten (VZ/TZ). Nicht enthalten sind Werkstudent*innen, Minijobber*innen, Praktikant*innen und Azubis.
Zahl interner Beförderungen	37
Anzahl Jubiläen (im Jahr 2023)	5 Jahre Betriebszugehörigkeit JOBLINGE: 14 10 Jahre Betriebszugehörigkeit JOBLINGE: 4
Zugehörigkeit gesamt (wie lange sind MA Durchschnittlich bei JOBLINGE?)	3,63 Jahre (entspricht: 3 Jahre und 7,56 Monate)

Altersstruktur der MA	18 - 20 21 - 30 31 - 40 41 - 50 51 - 60 61 - 70	0,42 % 21,25 % 49,17 % 21,67 % 6,25 % 1,25 %
Zurzeit in Ausbildung bei JOBLINGE	4 Auszubildende	
Frauen in Führungspositionen	70,18 %	
Frauenquote in der Organisation	70,83 %	
Angebote Fort- bildungen insgesamt	Anzahl angebotener Trainings * Anzahl angebotener Trainings * durchschnittliche Anzahl Teilnehmende inkl. INSITE durchschnittliche Anzahl Teilnehmende inkl. INSITE durchschnittliche Anzahl angebotener Plätze JOBLINGE Trainings durchschnittliche Auslastung Plätze JOBLINGE Trainings	94 62 12 14 43 50%

*Angebotene Trainings sowohl intern, als auch über unsere externe Mitarbeitendenberatung Insite

Die Herausforderung Übergang Schule-Beruf

Mit 15.000 Teilnehmenden und einer Vermittlungsquote von fast 80 Prozent haben wir bisher eine solide Basis geschaffen. Doch angesichts der alarmierenden Zahl von 630.000 jungen Menschen, die weder in Arbeit, Ausbildung noch in der Schule sind (sog. NEET; Not in Employment, Education or Training), und über 2 Millionen jungen Erwachsenen unter 35 Jahren ohne berufliche Qualifikation ist klar: Wir müssen unsere Anstrengungen drastisch erhöhen. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Partnern bis 2030 signifikant mehr Jugendliche zu begleiten und in Ausbildung zu bringen.

Rückblickend auf unsere Gründung 2008 war unsere strategische Ausrichtung völlig anders. Unser Fokus lag hauptsächlich auf der unmittelbaren Vermittlung von jungen benachteiligten zukünftigen Fachkräften auf Ausbildungsstellen. Doch die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich massiv verändert. Die Corona-Pandemie hat die Lage unserer Zielgruppe erheblich beeinflusst. Heute sehen wir uns einer Realität gegenüber, in der digitale und hybride Angebote unerlässlich geworden sind. Heute sind wir in einer Realität angekommen, in der Aktivierungsinstrumente aber auch eine Begleitung während der Ausbildung intensiviert werden müssen.

2021 haben wir als Gesamtorganisation die JOBLINGE Vision 2030 initiiert. Sie markiert einen fundamentalen Wandel in unserer Herangehensweise. Ende 2023 können wir stolz auf die Fortschritte zurückblicken, die wir auf diesem Weg bereits gemacht haben.

Wir erweitern unsere Anstrengungen vor und nach dem JOBLINGE-Programm durch neue digitale und hybride Angebote, die Skalierung unseres Projekts PLAN A und der basecamps sowie die Erschließung weiterer Regionen in Deutschland.

Unsere fünf strategischen Hebel für JOBLINGE 2030 bauen auf den seit 2019 entwickelten Bausteinen auf, die unsere strategische Erweiterung ermöglichen:

1. Zielgruppenverständnis

Unsere Studie „Jugend im Stand-by“, erstellt in Zusammenarbeit mit der Bank of America, dem Rheingold Institut und More in Common, bietet wertvolle Einblicke in die Herausforderungen und Motivationen junger Menschen. Diese Erkenntnisse sind unerlässlich, um bis 2030 signifikant mehr Jugendliche zu erreichen.

2. Finanzierung

Outcome-basierte Funds, wie der von uns in Gemeinschaft mit The Human Safety Net der Generali Group aufgesetzte OFAF (Outcome first apprenticeship fund), ermöglichen es uns, unsere Kernarbeit basierend auf den erreichten Erfolgen zu finanzieren. Mehr als eine Million Euro wurden bereitgestellt, um Geflüchtete im Kompass-Programm zu unterstützen.

3. Aktivierung

PLAN A ist unser Schlüsselinstrument zur Ansprache junger Menschen. Durch direkte Ansprache vor Ort und Werbekampagnen auf Social Media erreichen wir diejenigen, die bisher keinen Zugang zu Ausbildungsmöglichkeiten hatten. Unternehmenspartner wie Deutsche Post DHL Group oder Stiftungen wie aqtvator und die One Foundation sind dabei wichtige Grundpfeiler.

4. Vermittlung

Während unser Ansatz von 2010 bis 2020 auf der Eröffnung neuer Standorte in Metropolregionen basierte, setzen wir bis 2030 auf hybride und somit schnellere Ansätze. So erreichen wir auch Jugendliche in ländlichen Regionen, die bisher nicht abgedeckt wurden.

5. Begleitung

Dank der Unterstützung von JP Morgan haben wir mit den basecamps reale Lernorte geschaffen, die über Frankfurt hinaus in Berlin, Mannheim und Essen skaliert wurden. Diese bieten Azubis Nachhilfe, Workshops und interdisziplinäre Seminare, um die seit jeher zu JOBLINGE gehörende Ausbildungsbegleitung noch einmal stärker zu positionieren.

→ Unsere strategische Neuausrichtung seit 2021 ist klar: Wir müssen flexibler, digitaler und präventiver arbeiten, um die Herausforderungen der heutigen Zeit zu meistern und bis 2030 noch mehr jungen Menschen eine Perspektive zu bieten.

Problemstellung Aktivierung

Spätestens die Corona-Pandemie hat dazu geführt, dass die für viele als gegeben angenommene kontrollierte Zuführung von Teilnehmenden durch die öffentliche Hand im Übergangssystem quantitativ eingebrochen ist. Die Verbindung der Jobcenter und Arbeitsagenturen zu ihren Kunden ist schwieriger geworden. Gleichzeitig zeigt die Statistik, dass bestehende Maßnahmen die Zielgruppe nicht erreichen. Die Zahl der NEET hat 2022 einen neuen Hochpunkt erreicht. Auch die Zahl der jungen Menschen, die nach ihrer schulischen Laufbahn direkt ins Übergangssystem einmünden, bleibt wenig verändert. Mit PLAN A haben wir bereits 2019 in der Pilotierung gezeigt, dass eine Aktivierung junger Erwachsener auf Ausbildungssuche jedoch weiterhin möglich ist. Allerdings strukturell nur dort, wo wir flexible Förderinstrumente der öffentlichen Hand finden konnten oder auf die Finanzierungen von Unternehmen und Stiftungen setzen konnten.

Wir müssen hier individuell angepasst flexibel agieren können. Denn unsere Studie „Jugend im Standby“ zeigt: Junge Menschen auf Ausbildungssuche sind keine homogene Gruppe und damit auch sehr vielfältig in ihren Herausforderungen und Bedürfnissen. Förderinstrumente der öffentlichen Hand bilden diese Heterogenität bislang nicht ab. Eine für den Arbeitsmarkt wirksame Aktivierung des Fachkräftepotenzials muss also breit aufgestellt sein – und nicht erst wirksam werden, wenn junge Erwachsene bereits in der Arbeitslosigkeit oder im Leistungsbezug angekommen sind. Wir haben darum unsere Aktivierung und die im JOBLINGE-Konzept immer fest verankerte intensive Berufsorientierung ausgeweitet. Nicht nur im Bereich nach dem Schulabschluss, sondern auch proaktiv.



Schulaktivitäten

Die Arbeit in und mit Schulen nimmt für die JOBLINGE Initiative eine zunehmende Bedeutung an. So wurden im zurückliegenden Jahr in der Mehrheit unserer eigenständigen JOBLINGE-Regionen Projekte unterschiedlichster Art vorwiegend in Abschlussklassen durchgeführt. Dabei erstreckt sich die Vielfalt der durchgeführten Aktivitäten von fokussierten Themen-Workshops bis hin zu einer ganz-jährigen Begleitung. Diese Vielfalt ist sowohl den unterschiedlichen regionalen Besonderheiten und Bedarfen als auch der Art und Weise geschuldet, wie wir als Initiative neue Angebote entwickeln, testen und skalieren. Teil der Konsolidierung unserer Schulaktivitäten ist der einheitliche Auftritt unter der Marke PLAN A, welche junge Menschen für Ausbildung begeistert und aktiviert. So verbinden wir die an einigen Standorten bereits unter dieser Marke durchgeführten Schulaktivitäten mit den sonstigen Angeboten von JOBLINGE im Bereich Schule. Ausgenommen davon ist das Projekt TechTeens in Sachsen, welches als eigenständige Marke weiterbesteht.

Im Zuge unserer Strategie #2030 haben wir im vergangenen Jahr damit begonnen ein Grundgerüst für wirkungsvolle Schulinterventionen basierend auf unserer bisherigen Erfahrung zu entwickeln, weitere Piloten in diesem Bereich zu starten und gemeinsam mit Partnern mögliche Wachstums- und Wirkungshebel zu definieren, um unsere Schulaktivitäten zukünftig bundesweit zu bündeln und auszuweiten. Die Grundlage dafür bilden u.a. die im Folgenden dargestellten Projekte aus dem Jahr 2023.



Schulaktivitäten

Berlin

In der Region in Berlin wurden im ersten Halbjahr 2023 im Projekt PLAN A @School insgesamt 40 Workshops an Schulen durchgeführt, in denen rund 150 Schüler*innen erreicht wurden. Angedockt daran konnten 120 Jugendliche mit einer Vermittlung in Ausbildung, Ausbildungsvorbereitung, Freiwilliges Soziales Jahr oder eine weiterführende Schule unterstützt werden. Im Schuljahr 2023/24 wurden bis Jahresende 2023 rund 170 Schüler*innen mit Angeboten von PLAN A @School erreicht. Zudem konnten wir zum Jahresende die Ausweitung des Angebotes in Berlin durch die Unterstützung der UniCredit Foundation für weitere 1,5 Jahre sichern.

Hanse

In Hamburg wurden über das Angebot Jobcamp im vergangenen Jahr 140 Schüler*innen erreicht, die an mehreren Tagen eine ausführliche berufliche Orientierung inkl. Praxiselementen durchlaufen haben. Insgesamt 30 Schüler*innen erhielten darauf aufbauend darauf individuelle Unterstützung im Kontext von PLAN A. In Hamburg haben darüber hinaus 440 Schüler*innen an eigens von JOBLINGE durchgeführten Jobmessen teilgenommen. In Bremen wurden über die Angebote von PLAN A weitere 100 Schüler*innen erreicht und individuell unterstützt.

Ruhrgebiet

Im Ruhrgebiet wurden im vergangenen Jahr drei Jobcamps zu jeweils zwei Tagen für Schüler*innen angeboten und hier 28 Teilnehmende betreut, welche individuelle Orientierung und Vorbereitung auf das Berufsleben erhalten haben. Weitere 78 Schüler*innen wurden über andere Wege (u.a. über eine Berufsschule und TalentTage Ruhr) erreicht und themenspezifisch (z.B. Umwelt und Klima) für das Thema Ausbildung sensibilisiert. Hierbei wurden auch qualifizierte Freiwillige aus Unternehmen für Coachingangebote eingebunden.

Rheinland

Am Standort in Troisdorf haben wir mit dem Projekt JOBLINGE @School eine Abschlussklasse mit 23 Schüler*innen bis Sommer 2023 intensiv begleitet und auf einen gelingenden Anschluss vorbereitet, welcher in 15 Fällen in Form einer Ausbildungsstelle gelungen ist. Jeweils vier Schüler*innen haben sich für den Schritt an eine weiterführende Schule bzw. ein Berufskolleg entschieden. Das Folgeprojekt mit 20 Schüler*innen ist im August 2023 gestartet und umfasst ebenfalls ein festes Angebot pro Woche im Klassenverbund sowie 20 Einzelstunden (u.a. für Coachings) pro Schüler*in. Angedockt an dieses Projekt sind regelmäßige Ausbildungsmessen in Verbindung mit dem Projekt PLAN A am JOBLINGE Standort in Troisdorf.

Metropolregion Rhein Neckar

In Mannheim und Ludwigshafen haben wir mit PLAN A im vergangenen Jahr bereits rund 30 Schulklassen mit Angeboten erreicht. Kick-Off-Workshops wurden mit insgesamt 16 Klassen durchgeführt, daraus habensich 35 Einzelcoachings mit dem hauptamtlichen Team ergeben. Weitere 13 Klassen an insgesamt vier Schulen der Region wurden mit modularen Workshopangeboten unterstützt. Über zusätzliche digitale Ausbildungsmessen konnten aus 72 Teilnehmenden insgesamt 15 Praktika und sieben Vermittlungen in Ausbildungen erreicht werden.

Südwest

Durch PLAN A Workshopangebote in Schulen wurden in der Region Südwest im vergangenen Jahr insgesamt rund 300 Schüler*innen erreicht, von denen etwa 50 Schüler*innen unmittelbar an einer der angeschlossenen Ausbildungsmessen (inkl. individueller Vorbereitung) teilgenommen haben. 100 Schüler*innen haben sich im Anschluss für eine weitergehende Unterstützung über die PLAN A-Plattform registriert. Über Mittel des Europäischen Sozialfonds Plus fördern wir mit PLAN A+ in der Region zudem Bezugspersonen von ausbildungssuchenden Menschen mit Zuwanderungsgeschichte. Als Bezugspersonen werden z.B. Familienangehörige, Ehrenamtliche, Pädagog*innen und Trainer*innen verstanden, welche Fortbildungen und Beratung über PLAN A+ erhalten.

Leipzig

In Leipzig setzen wir seit 2019 das Projekt TechTeens um und haben dabei im vergangenen Jahr im Rahmen von Roadshows rund 4.000 Schüler*innen an den zwölf Partnerschulen von TechTeens erreicht. In zusätzlichen Workshops wurden weitere 200 Schüler*innen erreicht. Das Angebot an den Partnerschulen umfasst dazu ein regelmäßiges Ganztagesangebot, an dem im vergangenen Jahr 120 Schüler*innen teilgenommen haben.



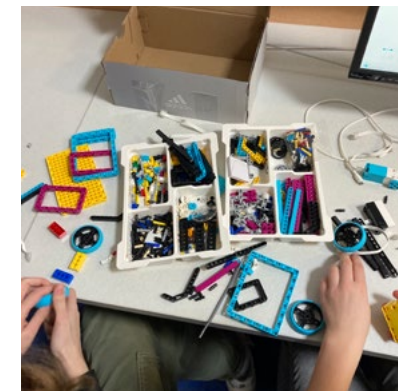
Schüler*innen für IT und Technik begeistern, Entwicklungstrends aufzeigen und neue Technologien und Software erfahrbar machen – dies und vieles mehr ist Aufgabe der MINT-Bildungsinitiative TechTeens, die seit dem Schuljahr 2019/2020 von JOBLINGE in Leipzig koordiniert und mit Leben gefüllt wird.

Ursprünglich vom IT Unternehmen Comparex AG, heute SoftwareOne Deutschland GmbH, als Ideengeber 2018 initiiert und mit einer Vielzahl an ehrenamtlichen Unternehmensfachkräften in Leipzig gestartet, hat sich das zunächst auf Leipzig fokussierte Projekt zu einer sächsischen Bildungsinitiative mit breitem Bildungsangebot entwickelt. TechTeens bietet von wöchentlichen Ganztagesangeboten, über digitale Lernformate, bis hin zu Aktionsformaten zu den Themen IT & Technik, Lebenskompetenzen und Berufseinstieg, verschiedene Formate an, um Schüler*innen im Bereich IT und Technik zu begeistern. Gefördert durch die Stadt Leipzig und ausgezeichnet mit dem Leipziger Zukunftspreis konnte TechTeens dank der Förderung des Sächsischen Staatsministeriums für Kultus seinen Wirkungskreis im Jahr 2023 auf das Leipziger Land und Nordsachsen erweitern und ist seitdem mit einer Mobilen TechTeens Akademie neben Leipzig an Oberschulen im ländlich strukturschwachen Raum im Einsatz. Zum Auftakt der Mobilen Akademie gab es im Sommer 2023 umfangreiche TechTeens-Roadshows an 12 Partnerschulen, um Interessenten für die Ganztagesangebote zu gewinnen. Mit 45 Minuten Praxiseinheit ging es für das TechTeens-Team der JOBLINGE gAG Leipzig durch alle Klas-

senstufen, so dass über 4.000 Schülerinnen und Schüler erste TechTeens-Luft schnuppern konnten. Ausgelegt mit einer maximalen Gruppenstärke von 15 Schüler*innen startete TechTeens anschließend 2023 mit über 120 Schülerinnen und Schülern in wöchentliche 90-minütigen Ganztagesangebote und arbeitet seitdem mit den Jugendlichen an digitalen Projekten.

Neben TechTeens-Tutor*innen für digitale Bildung als Lehrkräfte vor Ort setzt TechTeens als wichtige Säule auf ein Mentoring-Konzept. Gemeinsam mit einem Netzwerk aus ehrenamtlichen Mentor*innen regionaler und überregionaler Unternehmen, Freelancer*innen und Ehrenamtlichen coacht TechTeens Schüler*innen in den Bereichen, Programmierung, Webentwicklung/-design, Robotik, Social Media, Marketing und Berufsfeldern und motiviert sie ihre berufliche Zukunft in einem MINT-Beruf zu gestalten. Die Mentor*innen sind ein buntes Abbild der Fachkräfte der Regionen und inspirieren die Jugendlichen mit ihren Lebenswegen und Berufsbildern.

Nominiert im Jahr 2023 für den Deutschen Engagementpreis tritt TechTeens ab dem Schuljahr 2024/25 in eine neue Wachstumsphase. Nach Mittelsachsen und Nordsachsen geht es für TechTeens an neue Schulen in Ostsachsen, hier erstmals auch an Gymnasien. Das zeigt: TechTeens hat das Potenzial zu wachsen, denn in einer zunehmend digitalisierten Lebens- und Arbeitswelt werden zukünftige IT-Fachkräfte stärker denn je gebraucht.





PLAN A ist eine umfassende Ausbildungsoffensive für alle jungen Menschen mit Ausbildungswunsch. Das Ziel ist es, durch herkömmliche Maßnahmen oftmals schwer zu erreichende junge Menschen zu aktivieren und sie zu motivieren, an ihrer Zukunft zu arbeiten. Das Projekt wurde zunächst 2019 in Frankfurt pilotiert. Im Jahr 2023 konnten wir aufbauend auf den Erfahrungen aus dem Pilotprojekt und maßgeblich gefördert durch die aqtvator Stiftung und die One Foundation einheitliche Umsetzungsstandards entwickeln, die dafür notwendige Infrastruktur aufsetzen sowie ein entsprechendes Qualitätsmanagement implementieren um PLAN A bundesweit zu skalieren.

In der Ansprache der Jugendlichen kombinieren wir Online- und Offline-Kanäle, sprechen die jungen Menschen also beispielsweise über Instagram und TikTok aber auch über Straßenansprachen so niedrigschwellig wie möglich an. Direkt nach der Registrierung bei PLAN A wird im Erstgespräch mit unseren PLAN A-Ausbildungsmanagern Ausgangslage, Ziel und Unterstützungsbedarf ermittelt. Die Zielgruppe von PLAN A profitiert von der Inspiration und Motivation, ihre berufliche Zukunft in die Hand zu nehmen. Das Aufzeigen konkreter Perspektiven und Chancen auch anhand von Role Models und Werdegängen hilft dabei, Möglichkeiten zu erkennen und Eigenmotivation zu stärken. Die Jugendlichen entscheiden dabei selbst, wie viel Hilfe sie zu welcher Zeit in Anspruch nehmen. Dadurch ermutigen wir sie zur Übernahme von Eigenverantwortung.

Sie benötigen häufig eine individuelle und eher kurzfristige Unterstützung, beispielsweise beim Erstellen des Lebenslaufs oder Vorbereitung auf ein Vorstellungsgespräch. Die jungen Menschen arbeiten mit den Ausbildungsmanagern auf die Teilnahme an bundesweit stattfindenden PLAN A Ausbildungsmessen oder an Speed-Dating-Formaten mit unseren Partnerunternehmen hin und werden dadurch mit der Arbeitswelt in Kontakt gebracht.

WIRKUNGSZIELE

Mit PLAN A verfolgen wir zwei eigenständige Wirkungsziele für die Zielgruppe ausbildungssuchender Menschen zwischen 16 und 30 Jahren in Deutschland:

ZIEL 1

MOTIVATION & BEGEISTERUNG FÜR AUSBILDUNG

Dabei nutzen wir jeweils eigenständige Indikatoren für die beiden Wirkungsziele, welche wir für die Berichterstattung zum Jahr 2023 aufschlüsseln. Mit dem Aufbau von PLAN A gehen wir gleich mehrere für JOBLINGE neue Schritte, da wir einerseits stärker selbst in die Ansprache von Teilnehmenden gehen und sich dadurch andererseits auch Indikatoren und Wirkungslogik für uns ändern.

ZIEL 2

VERMITTLUNG IN AUSBILDUNG ODER ANSCHLUSSANGEBOTE

MOTIVATION & BEGEISTERUNG FÜR AUSBILDUNG

Über PLAN A wollen wir möglichst viele junge Menschen für das Thema Ausbildung motivieren und begeistern. Dabei denken wir PLAN A als permanentes Angebot, über welches Beziehung und Vertrauen entstehen. Für dieses Wirkungsziel nutzen wir den Indikator der qualifizierten Registrierungsquote. Diese berechnet sich aus dem Anteil der erfolgreichen Erstgespräche unter allen registrierten Jugendlichen.

- Die qualifizierte Registrierungsquote lag für das Jahr 2023 bei 42%. Diese berechnet sich aus 2.829 angesprochenen Jugendlichen und 1.477 durchgeführten Erstgesprächen
- Im Jahr 2023 wurden insgesamt 16 Social Media Kampagnen zur Ansprache der Zielgruppe ausgespielt. Diese liefen über Facebook, Instagram und TikTok. Hierbei haben sich über 1.030 Jugendliche registriert.
- Gleichzeitig wurden bundesweit 35 Straßenansprachen von eigens geschultem Personal („Ausbildungspromoter“) durchgeführt. Zusätzlich wurden über 25 Workshops in Abschlussklassen und Einrichtungen durchgeführt. Hier haben sich über 500 Jugendliche registriert.

VERMITTLUNG IN AUSBILDUNG ODER ANSCHLUSSANGEBOTE

Allen qualifiziert registrierten Jugendlichen bieten wir einen schnellen Weg in Ausbildung an oder vermitteln sie bei Bedarf in entsprechende Anschluss- und Unterstützungsangebote.

Unter „vermittelt“ fassen wir die folgenden Ergebnisse zusammen: Individuelles Ziel erreicht, vermittelt in Ausbildung, Praktikum, Bildung, Arbeit oder Einmündung ins JOBLINGE Kernprogramm.

- Bundesweit haben wir im Jahr 2023 in den Regionen FrankfurtRheinMain, Metropolregion Rhein-Neckar, Berlin, Südwest, München, Ruhr, Rheinland und Hanse 13 Jobmessen angeboten.
- Vermittelt wurden 2023: 595 Jugendliche
- Darüber hinaus arbeiten wir mit jungen Erwachsenen bei PLAN A daran, dass sie individuelle Ziele der beruflichen Orientierung erreichen

**ANGESPROCHENE
UND REGISTRIERTE
JUGENDLICHE**

2.829



**QUALIFIZIERT
REGISTRIERTE
JUGENDLICHE**

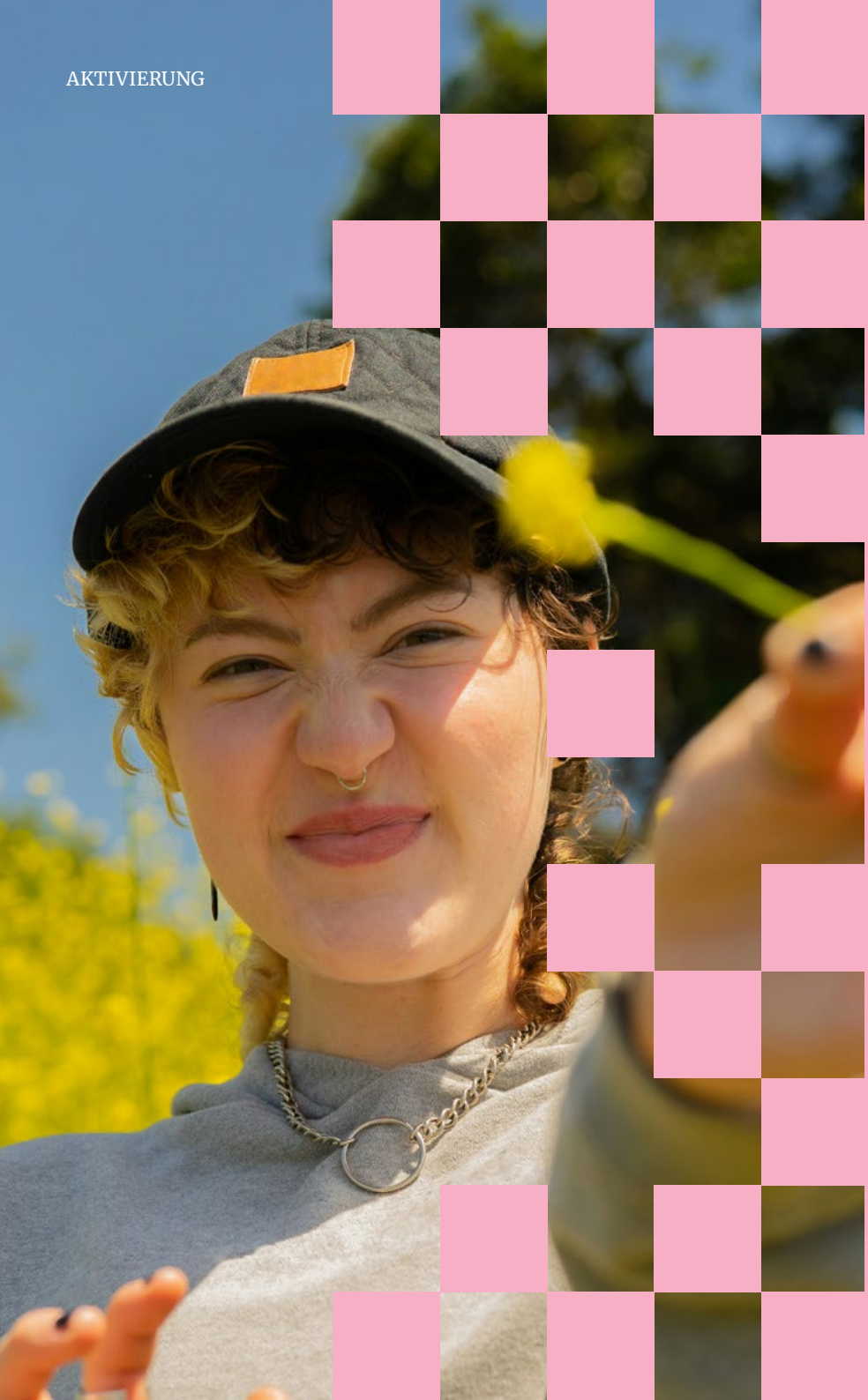
1.477

(durchgeführte Erstgespräche nach initialer Erstregistrierung)



**QUALIFIZIERTE
REGISTRIERUNGSQUOTE**

42% (2023)



BUNDESWEITE KONSOLIDIERUNG DES PROJEKTES

Nach verschiedenen Pilotprojekten und aufgrund teilweise unterschiedlicher Umsetzungsvarianten, bedingt durch regionale Förderlandschaften stand die Konsolidierung im Jahr 2023 im Fokus. Dabei war vor allem die Entwicklung eines Toolkits für alle Standorte ein entscheidender Meilenstein. Das Toolkit sichert eine hohe Qualität in der Konzeptumsetzung und ist gleichzeitig die Grundlage für eine standardisierte Infrastruktur im Hintergrund. Im Zuge der Konsolidierung wurden alle lokalen PLAN A-Teams qualifiziert, sodass regionale Umsetzungen auf einem vollständigen einheitlichen Fundament stehen. Alle damit verknüpften Faktoren zählen auf das Ziel ein, flexibel zum Beispiel auch ländliche Regionen mit dem PLAN A- Konzept bedienen zu können.

ERKENNTNISSE DER PLAN A ARBEIT 2023:

ZIELGRUPPE

Unter Berücksichtigung der JOBLINGE-Studie „Jugend im Stand-By“ werden Strategien erarbeitet, um unterschiedliche Sub-Zielgruppen von PLAN A noch besser zu adressieren.

INFRASTRUKTUR UND RAHMEN

Die bundesweite Durchführung von PLAN A in einem einheitlichen Konzept trifft auf regionale Besonderheiten in sozialer Struktur und auch finanzieller Förderung – PLAN A steht auf einem Fundament, das lokale Besonderheiten zulässt, vom Konzept bis zur Datenerfassung.

HERAUSFORDERUNGEN AUS 2023 FÜR DIE JOBLINGE VISION #2030

Die Skalierung von PLAN A betrifft uns als gesamte Organisation und damit neun Regionen, die deutschlandweit unterschiedliche Herausforderungen und Förderbedingungen vorfinden. Diese Perspektiven, Erfahrungen und äußeren Umstände für jeden Standort strategisch abzubilden, ist eine Herausforderung. Das Qualitätsmanagement für PLAN A zur Sicherung, Kontrolle und vertieften Evaluierung der Qualität wird ausgeweitet.

Mit der Einführung eines zentralisierten Customer Relation Managements im Jahr 2021 wurden insgesamt 9.307 Registrierungen dokumentiert, erst mit der weiteren Konsolidierung von PLAN A ab 2023 wurde eine vereinheitlichte Dokumentationsstruktur etabliert. Über unsere Plattform fairtrainer ermöglichen wir es unseren Regionen gezielt geschulte Ausbildungspromoter*innen und auch Ausbildungsmanager*innen für die Betreuung von PLAN A Aktivierungen zu buchen.

2024 treiben wir die Umsetzung von PLAN A in den Regionen weiter voran, optimieren das Angebot für Schüler*innen in Abschlussklassen weiter und entwickeln Instrumente zur Finanzierung von PLAN A über öffentliche Mittel.



JOBLINGE steht dafür, schnell und effektiv auf gesellschaftliche Herausforderungen zu reagieren. Unser seit 2022 aktives Projekt **work4u** unterstützt gezielt Ukrainer*innen, die durch den Krieg in ihrem Heimatland vertrieben worden sind.

Der Angriffskrieg auf die Ukraine dauert an und für Geflüchtete aus der Ukraine bleibt ihre Zukunft ungewiss. Die Integration in den Arbeitsmarkt ist ein wichtiges Thema – sowohl für die Geflüchteten als auch für die deutsche Wirtschaft und Gesellschaft. Trotz Fachkräftelücke stehen Geflüchtete weiterhin oft vor zahlreichen Herausforderungen und Hürden bei der Suche nach einer Beschäftigung oder Ausbildung. Mit **work4u** haben wir uns auch in 2023 dafür eingesetzt, die Geflüchteten aus der Ukraine beim Ankommen in Deutschland und auf dem Arbeitsmarkt zu unterstützen. Unser Ziel: Wir unterstützen schnell und unbürokratisch dabei, die Hürden bei der Arbeitsmarktintegration und der Suche nach einer Ausbildungsstelle zu überwinden. Immer mehr Geflüchtete schließen Sprach- und Integrationskurse ab, die ihnen einen Einstieg in den Arbeitsmarkt erleichtern sollten. Doch die Realität zeigt, dass der Unterstützungsbedarf bei der Integration in den Arbeitsmarkt und der Suche nach einer Ausbildungsstelle groß ist – und im Laufe von 2023 stetig gestiegen ist. Dies zeigt auch die Zahl der Registrierungen die bis Ende Dezember 2023 798 auf unserer Unterstützungs-Plattform (www.work4u.org) betrug.

Weiterhin ist das größte Bedürfnis, Herausforderungen zu lösen, die ihnen den Zugang zum Arbeitsmarkt erschweren:

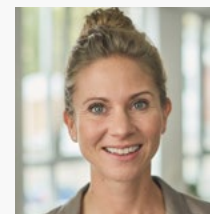
- Lange und bürokratische Anerkennungsverfahren von Berufsabschlüssen
- Fehlendes Wissen über den deutschen Arbeits- sowie Ausbildungsmarkt

- Nicht ausreichende Sprachkenntnisse (zu wenig Sprachkurs-Angebote, traumatische Erfahrungen erschweren den Spracherwerb)
- Unsicherheit aufgrund von Bürokratie und Gesetzgebung

work4u hat in 2023 einen Fokus darauf gelegt, bei genau diesen Herausforderungen individuell und professionell zu unterstützen. Muttersprachliche Infoveranstaltungen zum Arbeits- und Ausbildungssystem in Deutschland waren ein Fokusthema. In Workshops schulten wir Ukrainer*innen rund um das Thema Bewerbungsvorbereitung. Da in Deutschland entsprechende Sprachkenntnisse weiterhin der wichtigste Baustein auf dem Weg in den Beruf sind, arbeiten wir mit Ukrainer*innen auch gezielt beim Erwerb von deutschen Sprachkenntnissen. Bei digitalen Sprachcafés können sich von **work4u** unterstützte Personen von einer professionellen Sprachtrainerin unterstützen lassen. Je nach Bedarf bilden wir darüber hinaus passende Tandems aus Geflüchteten und Volunteers, um eine engere Unterstützung bei der beruflichen Orientierung oder beim Spracherwerb zu ermöglichen. Begleitet werden die Geflüchteten durch unsere ukrainisch- und russisch-sprachigen Kolleg*innen rund um die Themen Bildung und Arbeit in Deutschland, Vorbereitung auf Vorstellungsgespräche und Vermittlung von relevanten Unterstützungsangeboten. Für das Projekt „**work4u**“ sind wir 2023 mit dem Deutschen Demografie Preis in der Kategorie „Gemeinsam wirken – Bündnisse schmieden“ ausgezeichnet worden.



Wenige Wochen nach Beginn des Angriffskriegs Russlands auf die Ukraine haben wir unsere Arbeitsmarktunterstützung für ukrainische Geflüchtete in unserer Plattform **work4u** gebündelt: Muttersprachliche Beratung, Volunteers für Sprachtandems und zur Erstorientierung, sowie ein Workshopangebot speziell zum Berufseinstieg in Deutschland standen im Zentrum. Jetzt geht es darum, dieses Angebot zu verstetigen und dem weiterhin großen Bedarf gerecht zu werden.“



Stefanie Baic,
JOBLINGE Management Team
und Leitung **work4u**

Die Problemstellung Vermittlung in den ersten Arbeitsmarkt

Junge Menschen in den ersten Arbeitsmarkt zu vermitteln ist die Herausforderung, der wir uns seit Gründung von JOBLINGE 2008 stellen. Unser Anspruch: Mit unserem Konzept schaffen wir das transparenter und wirksamer als jede andere Initiative und dienen so als Leuchtturm, nach dem sich andere Initiativen im Übergang Schule-Beruf ausrichten können. Unser Ziel: Mehr Wirksamkeit für junge Erwachsene. Egal ob sie bei JOBLINGE unterstützt werden oder anderswo. Allein als Beispiel zu dienen ist jedoch nicht mehr das Ziel unserer Vision #2030. Spätestens während der Corona-Krise zeigte sich, wie sehr unsere Zielgruppe nicht im Fokus von positiv unterstützenden Maßnahmen steht. Die Vermittlung ist der Kern von JOBLINGE. Um jedoch wirksamer für die Gesellschaft und für unsere Partner der Wirtschaft zu sein, weiten wir den Blick. Die nachhaltige Vermittlung in den ersten Arbeitsmarkt bleibt dabei das Kerngeschäft von JOBLINGE und alle unsere Maßnahmen zahlen genau auf dieses Ziel ein. Zielgruppen, die durch die bestehenden Instrumente der öffentlichen Hand nicht oder nur unzureichend aktiviert werden, bringen wir aktiv in die Berührung mit der Arbeitswelt. Wir befähigen sie kurzfristig, über PLAN A den Einstieg zu schaffen, oder fördern im JOBLINGE-Kernprogramm den Einstieg in die Ausbildung in durchschnittlich etwas über drei Monaten. Die jungen Auszubildenden erhalten anschließend in unseren basecamps genau die Unterstützung, die sie brauchen, um ihre Ausbildung erfolgreich zu meistern.



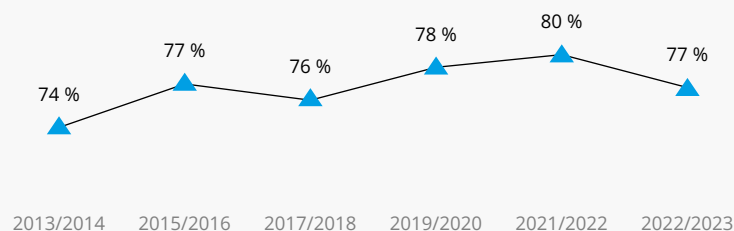
Zahlen Vermittlung (JOBLINGE Klassik und JOBLINGE Kompass)

Für die TN-Zahlen im Cockpit wurde der Zeitraum 01.11.22 – 31.10.23 für Klassik und 01.11.21 – 31.10.22 für Kompass verwendet. TN Gesamt 2023 sind inkl. aller Gruppentypen.

- 1.631 TN in 2023, davon 245 TN in Kompass
- Vermittlungsquote Klassik in 2023: 77 Prozent (79 Prozent wären max. noch erreichbar)
- Vermittlungsquote Klassik, erster Ausbildungs- bzw. Arbeitsmarkt: 75 Prozent (kumuliert über alle Standorte seit Start 2008)
- Vermittlungsquote Kompass im Jahr 2022, erster Ausbildungsmarkt: regulär 72 Prozent
- Vermittlungsquote Kompass, erster Ausbildungsmarkt: regulär 69 Prozent (kumuliert über alle Standorte seit Start 2016 bis Ende des Ausbildungsjahres 2021/2022)
- Vermittlungsquote Kompass mit ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen 2022: 77 Prozent
- Vermittlungsquote Kompass mit ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen: 73 Prozent (kumuliert über alle Standorte seit Start 2016 bis Ende des Ausbildungsjahres 2021/2022)



Vermittlungsquote
JOBLINGE Klassik



Nachhaltigkeitsquote⁹

- Nachhaltigkeitsquote Klassik: 85 Prozent
- Kumulierte Nachhaltigkeitsquote Klassik seit 2008: 84 Prozent
- Nachhaltigkeitsquote Kompass in 2022: 95 Prozent
- Kumulierte Nachhaltigkeitsquote Kompass seit 2016: 88 Prozent



- 3.925 lokale und überregionale Unternehmen und Betriebe aller Größen und Branchen
- 48 öffentliche Förderer
- 108 Mandatsträger*innen, die sich ehrenamtlich in den Gremien der gAGs und in der JOBLINGE-Stiftung als Vorstand*Vorständin, Aufsichtsrat*Aufsichtsrätin oder Beirat* Beirätin engagieren
- 119 Gruppenstarts der Programme Klassik, Kompass und Integrativ in 2023
- 1.642 Praktika in 2023
- 1:1-Betreuung der Jugendlichen durch Mentor*innen in 1.067 Mentorentandems
- Im Jahr 2023 haben JOBLINGE-Mitarbeitende gemeinsam mit den Unternehmen 1.060 Ausbildungs- und Arbeitsplätze angeboten

Methoden und Grundlagen unseres Qualitätsmanagement

Die Vermittlungsquoten wurden für die Programme Klassik und Kompass separat berechnet, wobei für Kompass sowohl die reguläre Quote als auch die Quote mit ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen berücksichtigt wurde. Die Nachhaltigkeitsquoten wurden ebenfalls für die Programme Klassik und Kompass separat berechnet, wobei die Nachhaltigkeit definiert wurde als der Anteil der Teilnehmenden, die nach sechs Monaten noch in ihrer Ausbildung oder Beschäftigung sind. Die weiteren Zahlen und Fakten wurden aus verschiedenen Ansichten in der Entität Unternehmen, Engagements, Gruppen, Stellentermine und Mentoringtandems extrahiert, die jeweils für das Jahr des Berichts angepasst wurden.

Für den Jahresbericht 2023 (wie auch für alle zurückliegenden Jahresberichte) liegt der Betrachtungszeitraum zwischen dem 1.11.2022 und dem 31.10.2023, um das für uns relevante Ausbildungsjahr abzubilden.

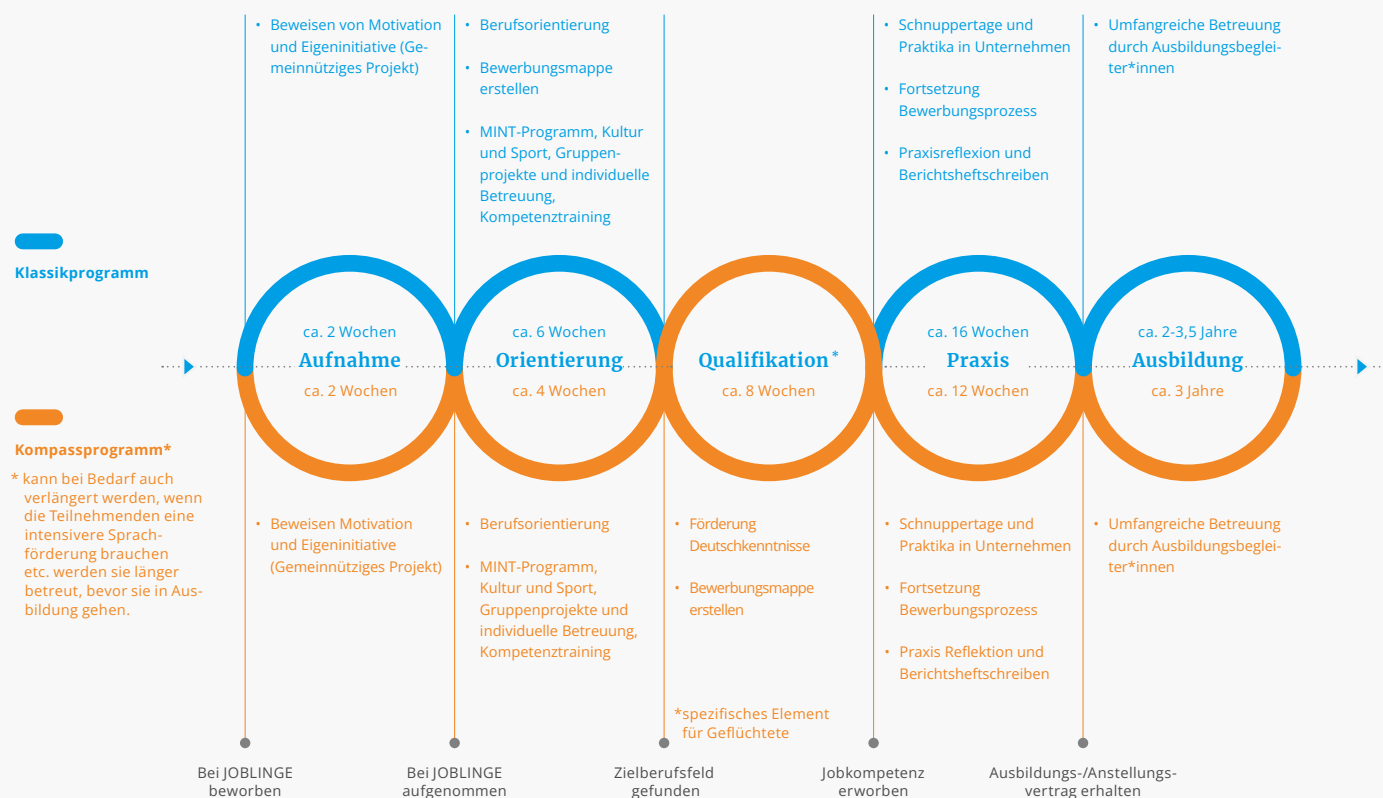
Was macht das JOBLINGE Programm aus?

JOBLINGE denkt Widerstände mutig weiter: Wir befähigen junge Menschen unabhängig von ihrer Herkunft, sich ihren Ausbildungs- oder Arbeitsplatz selbst zu erarbeiten. Die Jugendlichen durchlaufen ein sechsmonatiges Programm, an dessen Ende die echte Chance auf einen Ausbildungsplatz besteht.

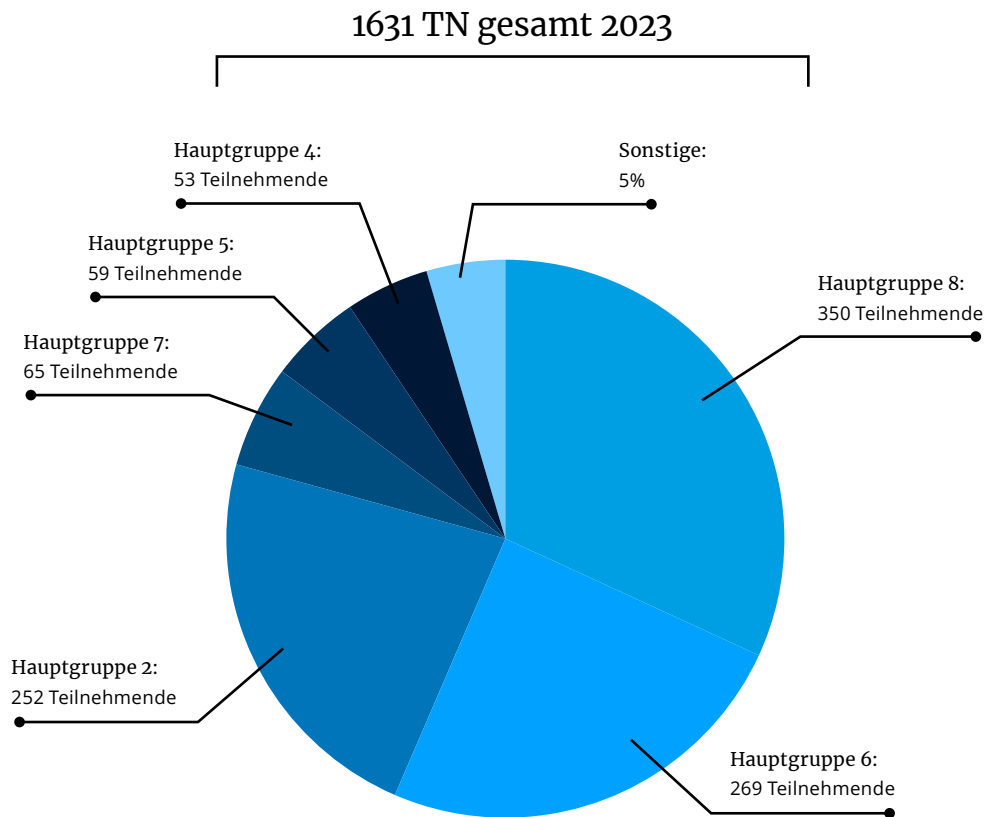
Alle unsere Teilnehmenden erhalten persönliche, ehrenamtliche Mentor*innen (1:1-Unterstützung) – Menschen, die zuhören, motivieren und vor allem in schwierigen Phasen helfen, nicht aufzugeben.

Ziel ist die passgenaue Vermittlung in eine Ausbildung oder Anstellung. Außerdem unterstützen wir auch danach weiter: mit der JOBLINGE-Ausbildungsbegleitung – Expert*innen, die Jugendlichen sowie Unternehmen als Ansprechpersonen zur Seite stehen.

- Praxisnah wichtige Schlüsselqualifikationen erlernen: im MINT-Programm
- Soziale Kompetenzen trainieren und Neues wagen: im Kultur- und Sportprogramm
- Berufsbezogene Sprachqualifizierung
- Sich den Ausbildungs- oder Arbeitsplatz gezielt erarbeiten
- Arbeit in Gruppenprojekten und mehreren Praktika



JOBLINGE vermittelt in Mangelberufe



Die Benennungen der Hauptgruppen*

- Hauptgruppe 8 | Gesundheit, Soziales, Lehre und Erziehung
- Hauptgruppe 6 | Kaufmännische Dienstleistungen, Warenhandel, Vertrieb, Hotel und Tourismus
- Hauptgruppe 2 | Rohstoffgewinnung, Produktion und Fertigung
- Hauptgruppe 7 | Unternehmensorganisation, Buchhaltung, Recht und Verwaltung
- Hauptgruppe 5 | Verkehr, Logistik, Schutz und Sicherheit
- Hauptgruppe 4 | Naturwissenschaft, Geografie und Information
- Hauptgruppe 3 | Bau, Architektur, Vermessung und Gebäudetechnik
- Hauptgruppe 9 | Sprach-, Literatur-, Geistes-, Gesellschafts- und Wirtschaftswissenschaften, Medien, Kunst, Kultur, Gestaltung
- Hauptgruppe 1 | Land-, Forst- und Tierwirtschaft und Gartenbau

*Bundesagentur für Arbeit: Klassifikation der Berufe 2010, überarbeitete Fassung 2020

Erziehende

Nach einer bundesweiten Pilotphase wird unser Fokusprojekt für Erziehende unter dem Titel JOBLINGE family aktuell im Ruhrgebiet weitergeführt. Die anhaltende prekäre Lebenssituation für über 200.000 junge Erziehende unter 28 im Leistungsbezug liegt hier im Fokus. Denn Erziehende im Leistungsbezug werden, solange ihr Kind noch nicht schulpflichtig und nicht in der Betreuung ist, von der öffentlichen Hand nicht aktiv beim Einstieg in Arbeit unterstützt. Wir identifizieren darum gezielt entsprechende Personen, nehmen Kontakt auf und bieten ein individuelles Curriculum an, mit dem Ziel einer (Teilzeit-) Ausbildung an.

2023 wurden durch die Finanzierung der Edeka Zukunftsstiftung im Ruhrgebiet 12 Stipendiatinnen aufgenommen, sowie 2 weitere Personen pro bono unterstützt. Folgende Ergebnisse wurden erzielt:

- 8 Vermittelt (5x Ausbildung, 1x Schule, 2x Arbeit)
- 3 Aktiv (Bewerbungsphase)
- 2 Abbruch
- 1 Verhindert (Teilnahme nicht mehr möglich, bei Vermittlungsquote nicht berücksichtigt)
- 62% Vermittlungsquote (Zielquote lag bei 50%, max. erreichbar 85%)

Gerade in der Arbeit mit jungen Eltern (häufig Alleinerziehende Mütter) sind flexible Modelle der Zusammenarbeit wichtig. So können geförderte Eltern zum einen im regulären JOBLINGE-Kernprogramm „mitlaufen“, wir greifen jedoch auch auf hybride und rein digitale Lernformate zurück, um den Bedürfnissen individuell gerecht zu werden. Die größte Herausforderung für unsere Teilnehmenden bleibt aktuell die fehlende Kenntnis von Betrieben über Teilzeit-Ausbildungen, jedoch auch die strukturelle Herausforderung angemessene Betreuungsmodelle für Kinder zu finden.

Begleitung

Der dritte Wachstumshebel der JOBLINGE Vision #2030 ist die professionelle Begleitung von Auszubildenden während der Ausbildung. Die Ausbildungsbegleitung ist seit unserer Gründung ein festes Puzzlestück für unser Wirken. Denn nur eine nachhaltig im Beruf platzierte Person ist für uns ein wirklicher Erfolg.

Der Fachkräftemangel und fehlende Passungen zwischen Ausbildungsangebot und Ausbildungssuchenden waren bereits 2008 absehbar. Doch das Problem ist auch 2023 noch ungelöst. Die Wirtschaft beklagt fehlende Nachwuchskräfte: 69.000 Ausbildungsplätze blieben im Jahr 2022 unbesetzt. Auf der anderen Seite steigt der Druck auf Jugendliche, etwa wegen erhöhter Anforderungen zum Einstieg in eine Ausbildung. Nach Analysen des Bundesinstituts* für Berufsbildung werden aktuell rund 1/3 aller Ausbildungsverträge vorzeitig aufgelöst. Die Lösungsquote ist keine Abbrecherquote, denn viele junge Erwachsene führen ihre Ausbildung in anderen Betrieben fort. Doch die hier entstehenden Reibungsverluste für Betrieb wie für Auszubildende stehen nachhaltigen Berufskarrieren und einem nachhaltigen Invest in Auszubildende entgegen. Hier greift das basecamp ein.

Für die Qualifizierung während der Ausbildung sind die Berufsschulen und Betriebe zuständig, denen es oftmals an Zeit und Knowhow für individuelle Begleitung der Auszubildenden mangelt. Gerade im ersten halben Jahr und vor den relevanten Prüfungen brauchen viele Auszubildende jedoch gezielte Unterstützung, um ihre Kompetenzen zu vertiefen. Die durchschnittliche Abbruchquote liegt bei 27 Prozent. Besonders betroffen sind Auszubildende ohne Schul- oder mit Hauptschulabschluss (39 Prozent) und Auszubildende ohne deutschen Pass (35 Prozent).

*Bundesinstitut für Berufsbildung (2023): Vertragslösungsquote in der dualen Berufsausbildung auf neuem Höchststand



Wie ist das basecamp entstanden?

Das basecamp wurde von uns in Frankfurt 2019/2020 pilotiert. Ende 2022 und in der ersten Jahreshälfte 2023 wurden in einem ersten Erweiterungsschritt weitere basecamps in Berlin, Mannheim und Essen eröffnet. Maßgeblicher überregionaler Förderer der basecamps ist JP Morgan. Die initiale Ermöglichung des Konzepts, sowie des weiteren Rollouts ist ohne so eine klare wirtschaftliche Unterstützung einfach nicht möglich.

Was ist das basecamp?

basecamp – gemeinsam Ausbildung. Der Leitspruch des basecamp macht klar: Hier findet Ausbildung statt. Hier spielen die stärksten Kräfte gemeinsam zusammen auf ein großes Ziel.

Das primäre Ziel ist es, Auszubildende zum erfolgreichen Abschluss zu begleiten. Hierfür unterstützen wir sie mit Angeboten wie Nachhilfe, Sprachförderung, Prüfungsvorbereitung und individueller Beratung. Darüber hinaus bieten wir Auszubildenden Weiterqualifizierungen für das spätere Berufsleben. Hierfür bieten wir universell einsetzbare Workshops an – zum Beispiel, um psychische Herausforderungen zu meistern, oder ihren Fachhorizont zu erweitern. Teilnehmende können diese Angebote sowohl in einem attraktivem Lernumfeld vor Ort wahrnehmen als auch im digitalen basecamp, welches Lernangebote aus allen basecamps ortsunabhängig zugänglich macht. Das basecamp ist darüber hinaus ein Ort der Inspiration und Aktivierung von jungen Menschen für die Ausbildung ein Thema ist – das können Abschlussklassen sein oder junge Menschen, die über PLAN A an einer digitalen Jobmesse im basecamp teilnehmen. Zu guter Letzt spielt im basecamp Netzwerken, Wissenstransfer und Entwicklung von innovativen Ansätzen in der Arbeitsmarktintegration mit diversen Stakeholdern im Bereich Ausbildung eine große Rolle. Denn nur durch intersektorale Arbeit in Form von Workshops für Ausbilder*innen oder gemeinsamen Events können wir Ausbildung ganzheitlich denken und somit den Stellenwert von Ausbildungen erhöhen.

Kennzahlen der Ausbildungsbegleitung und zu den basecamps

- Anzahl Teilnehmende in der Ausbildungsbegleitung 2023: 631
- Anschlussquote von Alumni aus dem JOBLINGE-Kernprogramm in der Ausbildungsbegleitung: 86%
- Anzahl Veranstaltungen insgesamt: 989 Einzelevents (einmalige Veranstaltungen, umfasst nicht Nachhilfe oder Sprechstunden)
- Durchschnittl. Teilnehmende Anzahl bei Events/Workshops: 11

Formate:

- Workshops: Konflikte, Soft Skills, Kommunikation, Motivation, Finanzen, Feedback, Prüfungsvorbereitung, online Plattformen, Rechte&Pflichten, Berichtsheft
- Events: StarterDay, Azubiaustausch, Vorstellung AB, Sommerfest, Winterfest, Iftar, Stammtisch, Jahresausklang
- Events für Ausbilder*innen: Netzwerke Events, Workshops (Interkulturelles Training, Mentale Gesundheit, Generation Z, Kenne deine Azubis)

Die basecamps im Detail

Neben der Kernidee „gemeinsam Ausbildung“ als Fokus, bilden sich die vier basecamps jeweils auf eine spezifische Thematik heraus, die abhängig von regionalen Kernthemen unterschiedlich ist. Im basecamp in Mannheim liegt der Fokus darauf, dem Fachkräftemangel durch interdisziplinäre Zusammenarbeit diverser Stakeholder zu begegnen. Einen wichtigen Beitrag hierzu leistet PLAN A, da hier junge Menschen individuell aufgesucht, beraten und begleitet werden.

Das Berliner basecamp fokussiert sich neben der Ausbildungsbegleitung auch auf vielfältige Angebote für Auszubildende und Unternehmen. Um beim Übergang von der Schule in die Berufsausbildung zu unterstützen, wurden an fünf verschiedenen Schulen mit 200 Schüler*innen Berufsorientierungsangebote absolviert.

Im basecamp Essen spielt das Thema Klima/Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle. Ziel ist es, junge Menschen für das Thema zu sensibilisieren, damit sie die grundlegenden Prozesse der Klima- und Energiewende verstehen. Bei der Übertragung der Themen auf den zukünftigen Arbeitsmarkt und den daraus resultierenden Fachkräftebedarf erkennen sie Chancen und Potenziale für die eigene Berufswahl.

Im Frankfurter basecamp werden junge Menschen dazu befähigt, verantwortungsvolle und unabhängige Akteure in der Gesellschaft zu werden, indem sie digitale und partizipatorische Ansätze und Methoden nutzen. In diesem Sinne ist das basecamp ein einzigartiger Ort der Begegnung und des gemeinsamen Lernens für eine Vielzahl von Akteur*innen.

Partner

Überregional

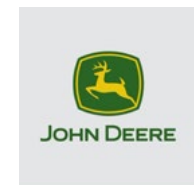
Berlin

Essen

Mannheim

Initiator basecamp Frankfurt,
überregionaler Förderer und
Mitinitiator:

J.P.Morgan



Zielgruppenverständnis

Die Lebenswelt junger Menschen von heute unterscheidet sich fundamental von der Lebenswelt vorangegangener Generationen. Die heutige Jugend ist geprägt vom Erleben einer weltweiten Pandemie, vom Klimawandel, der Digitalisierung, von der Infragestellung althergebrachter Werte und Ordnungen ebenso wie dem Entdecken revolutionärer neuer Entwicklungen, wie künstlicher Intelligenz. Ohne diese Jugend zu kennen und ihre Bedürfnisse, Wünsche und Hürden zu verstehen, entwickeln meist Erwachsene ihre Qualifizierungs- und Unterstützungsangebote. Aber: Es kann nicht darum gehen, dass Jugendliche so werden, wie wir (vielleicht) einmal waren. Vielmehr sollen unsere Angebote das werden, was junge Menschen wirklich brauchen, um selbstständig an der Gesellschaft teilzuhaben.

Diese Erkenntnis war auch ein Ergebnis des vom Hessischen Ministerium für Soziales und Integration geförderten Projekts JOBLINGE Hybrid, das wir Anfang 2022 mit folgenden Fragen gestartet haben: Wie kann die Unterstützung benachteiligter Jugendlicher in Zukunft aussehen? Reicht es aus, die erfolgreichsten digitalen mit den bewährten physischen Methoden zu kombinieren? Mit anderen Worten: Sind hybride Unterstützungsangebote der richtige Weg? Denn während sich der Fachkräftemangel immer gravierender zuspitzt, wird es gleichzeitig, und besonders seit Beginn der Corona-Pandemie, immer schwieriger, junge Menschen für Angebote zu erreichen, die ihnen beim Start in eine Ausbildung und ins Berufsleben helfen.

Gemeinsam mit den relevanten Akteur*innen am Übergang Schule und Beruf wollten wir Hürden identifizieren, Potenziale erkennen und – daraus abgeleitet – erste Lösungsansätze pilotieren. Neben Fragen zur Haltung der Akteure am Übergang Schule-Beruf, zu fehlenden Beziehungen und zu der unübersichtlichen Bürokratie, kamen die Teilnehmer*innen immer wieder auf ein Thema zurück: Um junge Menschen (besser) zu erreichen und für eine aktive Gestaltung ihrer beruflichen Zukunft zu begeistern, müssen sie selbst einbezogen werden. Solange Maßnahmen, Rekrutierungskampagnen und Projekte ohne Beteiligung junger Menschen konzipiert und umgesetzt werden, gehen sie häufig an den Bedürfnissen der Zielgruppe vorbei oder werden von dieser nicht wahrgenommen. Diese Erkenntnis war ein Schlüsselmoment und Grundstein für die Ansätze, die im weiteren Prozess entstehen sollten. Die grundlegende Frage, die uns im weiteren Verlauf des Innovationsprozesses begleitete, lautete

von nun an: Was müssen wir verändern, um Jugendliche wieder besser zu erreichen und wer steckt hinter der Gruppe der vermeintlich schwer Erreichbaren?

Meilenstein für ein besseres Zielgruppenverständnis: Veröffentlichung der ersten JOBLINGE-Studie im Oktober 2023

Die gesellschaftliche Spaltung scheint – nicht zuletzt verstärkt durch Corona – beständig zuzunehmen. Sowohl öffentliche Institutionen als auch Unternehmen beklagen als eine Folge von Corona, dass sie gerade junge Menschen immer schwieriger für berufliche Bildung erreichen. War es zu Beginn unserer Arbeit noch die Herausforderung, Unternehmen zu finden, die unserer Zielgruppe eine Chance geben, sind die Unternehmen inzwischen dankbar, wenn wir für sie den Kontakt zu den jungen Menschen herstellen, die immer schwieriger zu erreichen sind. Woran liegt das? Die Forschungsorganisation More in Common, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken, hat 2019 bereits die Studie „Die andere deutsche Teilung“* veröffentlicht, in der sie der Frage nachgegangen ist, was in der Gesellschaft eigentlich vor sich geht. Sie haben dabei sechs Typen innerhalb der Gesellschaft identifiziert, die aufgrund ihrer Werte und Grundüberzeugungen jeweils eine eigene charakteristische Sichtweise auf die Gesellschaft haben. Aus der Dynamik der verschiedenen gesellschaftlichen Typen untereinander ergibt sich eine Dreiteilung der Gesellschaft, die quer zu bis dato diskutierten Trennlinien in der Bevölkerung verläuft. Besonders interessant für uns: Das sogenannte unsichtbare Drittel.

Die Studienautor*innen stellen fest: „Vor allem das unsichtbare Drittel (...) verdient Aufmerksamkeit, findet es doch in unserer Gesellschaft am wenigsten Halt. Dies ist ganz wortwörtlich zu verstehen: Während 30 Prozent aller Befragten sagen, dass sie einsam sind, ist dieses Gefühl im unsichtbaren Drittel überdurchschnittlich stark ausgeprägt. Zugleich ist der Glaube, das eigene Schicksal selbst in der Hand zu haben, bei den Pragmatischen und den Enttäuschten (Anmerkung: das unsichtbare Drittel besteht aus den Pragmatischen und den Enttäuschten) besonders schwach. Doch nicht nur im persönlichen Leben fehlt es an Einbindung, auch das demokratische System gibt ihnen weniger Halt als anderen. Kategorien wie „Links“

und „Rechts“ geben dem unsichtbaren Drittel deutlich weniger Orientierung, und der Bezug zur Politik fällt insgesamt merklich schwächer aus.“

Der Gedanke, dass sich auch unsere junge, schwer zu erreichende Zielgruppe in diesem „unsichtbaren Drittel“ befindet, verstärkte sich zunehmend und war der Startschuss für die Arbeit an unserer ersten JOBLINGE-Studie, die ein halbes Jahr später veröffentlicht wurde. Gemeinsam mit dem Forschungsteam von More in Common vertieften wir im Rahmen mehrerer Workshops ihre wissenschaftlichen Erkenntnisse mit unseren operativen Erfahrungen. Durch die großzügige Förderung der Bank of America war es möglich, das renommierte rheingold-Institut für die Durchführung unserer Studie zu gewinnen. Ziel war es, im Rahmen einer qualitativen Befragung der NEETs ein tiefenpsychologisches Verständnis für die Zielgruppe zu gewinnen und ihre Bedarfe, Wünsche und Ängste in Bezug auf berufliche Bildung in einen breiten gesellschaftlichen Diskurs zu bringen. Die Studie hilft Bildungsorganisationen, politischen Entscheidung*innen, Unternehmen und öffentlichen Institutionen dabei, effektive Lösungen zu gestalten, um junge Menschen (wieder) für berufliche Bildung zu erreichen. Die Analyse der Befragten umfasste die Alltagsgestaltung, Sehnsüchte, gesellschaftliche Einbindung und Nutzung von Kommunikationskanälen.

Damit schließt die Studie „Jugend im Standby: Was braucht sie für den Schritt in eine Ausbildung?“ eine wichtige Lücke innerhalb des bislang dünnen Forschungsstands zu der Gruppe der NEETs.

joblinge.de/ueber-uns/jugend-im-stand-by/

*More in Common (2019): Die andere Teilung - Executive Summary.
https://www.dieanderteilung.de/media/muuf5gg2/more-in-common_dieanderteilung_executive-summary.pdf

5 zentrale Erkenntnisse aus der Studie



Die Zielgruppe junger Menschen ohne Ausbildung ist schwer erreichbar. Klassische Ansprachewege, Angebote und Anreize schlagen bei dieser Zielgruppe nicht an.



Wir sprechen nicht über eine homogene Gruppe junger Menschen: **Die Studie identifiziert sechs Typen mit individuellen Vermeidungsstrategien in Bezug auf berufliche Bildung.**



Die Studienteilnehmer*innen schwanken zwischen mangelndem Selbstwert und überhöhtem Selbstbewusstsein (Hybris). Das macht deutlich: Es braucht persönliche Betreuung, vertrauensvolle Beziehungen und geschultes Personal, um die Zielgruppe für Ausbildungen zu erreichen.



Die Studienteilnehmer*innen können mit der Idee einer Gesellschaft und gesellschaftlicher Teilhabe wenig anfangen. Sie fühlen sich von der Gesellschaft abgekapselt, misstrauen öffentlichen Institutionen und ordnen sich – wenn überhaupt – kleineren Social Bubbles zu.



Die Optionen nach der Schulzeit erscheinen den Studienteilnehmer*innen unendlich – das löst Überforderung, Druck und Rückzugstendenzen aus. Sie wünschen sich vorstrukturierende Unterstützungsangebote im privaten und beruflichen Bereich.

Sechs Typen der Vermeidung*

Die Ergebnisse der 38 qualitativen Interviews mit den befragten Jugendlichen zeichnen ein diverses Bild über die vieldiskutierte Gruppe, denn die Studie zeigt eindrücklich: NEETs bilden keine homogene Gruppe. Im Gegenteil: Die Studie identifiziert „sechs Typen der Vermeidung“. Diese Typen beschreiben verschiedene Strategien, die Jugendliche von dem Weg in berufliche Bildung abhalten.

Spektrum von
großen Träumen...

... bis zu geringem
Selbstvertrauen

a. In Wohlfühl-Welten verharren

d. Fehlende Skills und Abschlüsse

b. Self-Made-People

e. Brüche und Traumata behandeln

c. Als Chef*in einsteigen wollen

f. Sich als Loser erleben

* Die Typisierung verhilft lediglich zur groben Einordnung und ist nicht abschließend. Eine Stigmatisierung lehnen wir ab und weisen darauf hin, dass es sich um heterogene Gruppen handelt.



Das war die schwierigste Rekrutierung meiner rheingold-Karriere: Probanden sind mehrfach eingeladen worden und immer wieder nicht erschienen, mit und ohne Absage. Wie schwer es dann Unternehmen, öffentlichen Institutionen und anderen Akteuren am Übergang Schule-Beruf fallen muss, wird dabei besonders ersichtlich.

Sabine Loch,
Client Director des rheingold Instituts.

Die Studie unterstreicht unsere Forderungen, nach innovativen und zielgruppengerechten Rekrutierungsformaten und der Öffnung hin zu diverseren Hintergründen potenzieller Nachwuchskräfte auf Seiten der Unternehmen. Die Studie bestätigt eine weitere Erkenntnis, die wir in unserer Arbeit tagtäglich erleben: Die Optionen nach der Schulzeit erscheinen den Studienteilnehmer*innen unendlich – das löst Überforderung, Druck und Rückzugstendenzen aus. Sie wünschen sich vorstrukturierende Unterstützungsangebote im privaten und beruflichen Bereich. Auch hier wird deutlich, dass Wirtschaft und öffentliche Institutionen früher und regelmäßiger den Kontakt zu jungen Menschen suchen müssen, um Angebote der beruflichen Bildung bei der Zielgruppe zu platzieren.

Das Spannungsfeld zwischen fehlender Selbstwertschätzung und Hybris spiegelt die diversen und komplexen Herausforderungen junger Menschen in der Post-Coronazeit wider. Ein wesentlicher Teil der Studie sind die Ableitungen, die wir ausgehend von sechs identifizierten Typen in Bezug auf die Aktivierung und Motivierung für berufliche Bildung treffen können. Dabei zeigt sich, dass zielgruppenspezifische Ansprachen und Kanäle den Grundpfeiler für einen Zugang und Beziehungsaufbau zu der Zielgruppe bilden.

Gleichzeitig geben die Studienergebnisse wichtige Einblicke in die gesellschaftliche Verortung der Zielgruppe: Sie können mit der Idee einer Gesellschaft und gesellschaftlicher Teilhabe wenig anfangen. Vielmehr fühlen sie sich von der Gesellschaft abgekapselt, misstrauen öffentlichen Institutionen und ordnen sich – wenn über-

haupt – kleineren Social Bubbles zu. Unsere anfängliche Vermutung, dass sich die Gruppe der NEETs mit der Beschreibung des von Zivilgesellschaft, Wirtschaft und öffentliche Hand müssen an einem Strang ziehen, um das Vertrauen der jungen Menschen in berufliche Perspektiven und gesellschaftlichen Zusammenhalt wieder zu gewinnen. Die untersuchten jungen Menschen werden in gängigen Jugendbefragungen offensichtlich nicht hinreichend repräsentiert. Es liegt in unserer Verantwortung, ihre Stimmen in den breiten gesellschaftlichen Diskurs zu tragen und so jungen Menschen wieder Vertrauen in Gesellschaft und ihre Akteur*innen zu geben.

Die Studie „Jugend im Standby“ bestätigt unsere operative JOBLINGE-Expertise aus über 15 Jahren der Zusammenarbeit mit jungen Menschen am Übergang Schule-Beruf: Vertrauen und Beziehung sind die Basis wirksamer Ansätze. Wer Angebote für junge Menschen gestaltet, muss sich mit ihnen und ihrer Individualität und ihren Lebenswelten auseinandersetzen.

Dieses Wissen wollen wir in Zukunft noch stärker in unsere Arbeit einfließen lassen: Wir möchten junge Menschen systematisch bei der Entwicklung von Angeboten einbeziehen und sie dazu befähigen ihre Expertise einzubringen, denn: Echte Partizipation bedeutet nicht, Jugendliche nach ihrer Meinung zu fragen und sie dann allein zu lassen. Vielmehr geht es darum, sie aktiv zu begleiten, ihnen Strukturen und Leitlinien zur Verfügung zu stellen und durch ihre Befähigung echte Partnerschaften zu ermöglichen.

Die andere Seite

Unsere Zielgruppe macht häufig und regelmäßig die Erfahrung, dass über sie geredet wird – und meist negativ. Darum ist es für uns wichtig, mit der Zielgruppe zu reden, oder sie reden zu lassen und erst im Nachgang dann aus Wünschen und Ansprüchen neue Programmbausteine zu entwickeln. Ein Beispiel für diese thematischen Auseinandersetzungen hier. Im Rahmen einer angeleiteten Kreativwoche haben Teilnehmende im JOBLINGE-Kernprogramm in Frankfurt einen Blick auf die Themen Beruf(ung), Chancen und Gesellschaft geworfen.

„Wenn ich erstmal aufgetaut bin, kann ich super mit Menschen umgehen. Und ich liebe es, neue Sachen zu lernen! Ich war immer gerne mit Älteren zusammen. Zum Beispiel, als ich klein war, in Afghanistan, war ich immer lieber mit Erwachsenen zusammen, die viel Erfahrung haben. Und wenn die tausend Sachen sagen, kann ich mir wenigstens eine davon merken, die mir später hilft im Leben.“

Muzamil



Naod



Milad



Muzamil

Finanzierung

Wir sind eine gemeinnützige Organisation mit öffentlich-privater Kofinanzierung: Bundesweit stammen ca. 65% unserer Mittel aus öffentlichen Quellen und rund 35% sind Spenden von Unternehmen, Stiftungen und Privatpersonen. Der Anteil der Finanzierung hängt von den lokalen Förderbedingungen ab und variiert von Standort zu Standort. Die Finanzierung von erfolgreichen Vermittlungen erfolgt durch die öffentliche Hand jedoch nicht outcome- sondern input basiert. Wie erfolgreich eine Initiative arbeitet zählt aktuell noch nicht so, wie wir uns das wünschen. Außerdem können wir junge Menschen nicht so fördern, wie sie es brauchen. Es zählen generelle gesellschaftliche Kriterien - wie zum Beispiel Bürgergeldbezug. Wir wissen jedoch: Die Zielgruppe ist divers.

Unser engster Partner ist die öffentliche Hand, vor allem: die Agenturen für Arbeit und die Jobcenter. Gemeinsam arbeiten wir daran, langzeitarbeitslose junge Menschen zu aktivieren, orientieren und in Ausbildung und Arbeit zu bringen. Die Arbeit im Kernprogramm von JOBLINGE wird aktuell nicht kostendeckend von der öffentlichen Hand finanziert, da die Finanzierungslogik einerseits eine Reihe von Elementen des JOBLINGE-Curriculum nicht abdeckt – Leistungen von denen wir überzeugt sind, dass sie unseren Erfolg ausmachen, die aber über das hinaus gehen, was von uns gefordert wird. Außerdem setzt die Systemlogik am Übergang Schule-Beruf andererseits auf Inputs anstatt Outcomes und bezahlt Kapazitäten anstatt von Erfolgen.

Zudem verfügen wir über ein großes und stetig wachsendes Unternehmensnetzwerk aus über 2.400 Unternehmen. Ob als Spender*in, Ausbildungsunternehmen oder durch Mentor*innen: Unsere Partner-Unternehmen unterstützen JOBLINGE auf vielfältige Art und Weise.

Das Partnernetzwerk ist immens wichtig für uns, denn nur so garantieren wir die besten Chancen für die JOBLINGE-Teilnehmenden. Einige Elemente unseres Angebots werden von der Öffentlichen Hand nämlich nicht oder nur teilweise finanziert, daher sind wir auch auf Spenden angewiesen.

Ein besonderes Projekt, das wir in Kooperation mit Generali und The Human Safety Net auf den Weg gebracht haben, ist der OFAF (Outcome First Apprenticeship Fund) Ziel ist hier, Geflüchteten einen besseren Zugang zu einer Ausbildung und damit zu Aufstiegschancen und einer sicheren Existenz zu verhelfen. Der Outcome-First Apprenticeship-Fund steht seit 2023 allen JOBLINGE Standorten zur Verfügung. Diese erhalten nach jeder erfolgreichen Vermittlung von Teilnehmer*innen mit Fluchtgeschichte eine Prämie aus dem Fund, welche einen Teil der nicht gedeckten Kosten outcome-basiert deckt. Der Fund wurde gemeinsam mit The Human Safety Net initiiert und ist für drei Jahre grundfinanziert. Auf dieser Basis werden weitere Zustifter gesucht, um das Volumen zu erhöhen und mehr junge Menschen mit Fluchtgeschichte in Ausbildung zu vermitteln.



Die stärksten Kräfte für die Zielgruppe bündeln

Wir stehen für Transparenz und enge Zusammenarbeit mit allen Stakeholdern, die unserer Zielgruppe positive Zukunftsaussichten bieten können. Darum sind unsere Beziehungen zur öffentlichen Hand, aber auch zu Wirtschaft und Zivilgesellschaft unser wichtigstes Instrument, dass wir pflegen, und dessen Wirksamkeit wir stets ausbauen. 2023 haben wir mit dem Format „Mission Possible“ in Hannover gezeigt, wie erfolgreiche Zusammenarbeit von Jobcentern, Arbeitsagenturen und der Zielgruppe funktioniert. Aus dem Workshopformat, angeleitet von unseren Kolleg*innen aus dem Raum Hanse, entstanden für uns Kontakte und für junge Erwachsene im Raum Hannover konkrete Zukunftsperspektiven. Diese Form der impactorientierten Zusammenarbeit verschiedener Stakeholder wünschen wir uns mehr.

Genau so eng streben wir an mit all unseren Partnern zu arbeiten. Wir wollen diese Beziehungen nicht nur pflegen, sondern kontinuierlich ausbauen und festigen. Dazu halten wir stetig Kontakt – auch persönlich. Eines unserer Highlights in diesem Kontext war unser Partnerevent im

Oktober 2023 und die im Anschluss stattfindende Benefizgala im Frankfurter Gibson Club.

Zum ersten Mal haben wir unsere Vision mit unseren bundesweiten Premium- und Impactpartnern geteilt, diskutiert und alle miteinander vernetzt, um über unsere Vision 2030 und die Strategie dorthin zu sprechen. Unser Ziel: Mehr Kooperation untereinander, mehr strategische Fokussierung in unseren Förderungen und damit mehr Wirkung für alle, weil wir mehr junge Menschen erreichen und in Ausbildung bringen.

Besonders war auch, dass so viele Partner im Anschluss mit uns und weiteren 400 Gästen aus unserem Netzwerk bei unserer Benefizgala im Frankfurter Gibson Club gefeiert haben und miterlebt haben, warum es so schwierig ist, Jugendliche überhaupt zu erreichen. Eindrucksvoll haben die jungen Menschen dies auf der Bühne in einem Theaterstück gezeigt. Sie werden nicht gesehen, nicht gehört und damit auch nicht verstanden. Sie werden vor allem mit ihren Defiziten konfrontiert und kämpfen mit

Vorurteilen. Unsere Studie „Jugend im Standby“, gefördert durch die Bank of America, stellten wir anschließend das erste mal im großen Rahmen der Öffentlichkeit vor.

Unser Ziel haben wir an diesem Abend erreicht: Wir wollen mit unserem starken Partnernetzwerk an einem Strang ziehen und unsere Vision 2030 umsetzen, damit nicht weiterhin hunderttausende junge Menschen auf den Start in ein selbstbestimmtes Leben warten müssen.



Teach First Deutschland + JOBLINGE: Qualität am Übergang – Innovation Club

Gemeinsam mit Teach First Deutschland arbeiten wir seit mehreren Jahren im Projekt „Qualität am Übergang“ daran, die Erfolgsfaktoren am Übergang Schule-Beruf transparent zu machen und so herauszustellen, wie sich daraus wirkungsvolle Unterstützungsangebote und gelingende Übergänge in Arbeit ableiten lassen. Dabei ist eine Vielzahl von Partnern aus Wissenschaft und Praxis eingebunden, ermöglicht durch eine mehrjährige Förderung der Vector Stiftung und der Fritz Henkel Stiftung. Teil des Projektes ist das Dialogformat „Innovation Club“.

Obwohl es eine Vielzahl an Angeboten, Programmen und Ansätzen am Übergang gibt, steigt sowohl die Zahl junger Menschen ohne Abschluss nach der Schule als auch die der unter 30-Jährigen ohne ersten Berufsabschluss seit Jahren kontinuierlich an. Die Frage nach der Qualität von Unterstützungsangeboten und Interventionen am Übergang Schule-Beruf steht also nicht nur aus Perspektive der Bildungs- und Arbeitsmarktforschung, sondern auch in Anbetracht der wachsenden Fachkräftelücke in Deutschland zurecht im Fokus. Um dieser Herausforderung gerecht zu werden, nimmt das Projekt „Qualität am Übergang“ neben quantitativen Ansätzen wie (Bildungs-)Verlaufdaten und einer transparenten Steuerung am Übergang auch qualitative Ansätze in den Blick, also die Frage nach den Erfolgsfaktoren am Übergang Schule-Beruf.

Die Erfolgsfaktoren können sowohl mit Blick auf die eigene Organisation und Arbeit genutzt werden als auch entscheidende Hinweise für die Gestaltung von Förderprogrammen und Rahmenbedingungen im Ökosystem geben. Die identifizierten Faktoren wurden in neun thematischen Clustern zusammengefasst.

Sie sind damit für Bildungsorganisationen ebenso relevant wie für Stiftungen und die Öffentliche Hand. Jeder der

Fokus der Intervention

Klare Zielsetzung mit vorrangigem Vermittlungsauftrag für die Jugendlichen

Selbstverständnis der Organisation

Identifikation mit Kernwerten innerhalb der Organisation

Kooperation mit Unternehmen

Partnernetzwerk mit echten Arbeitenden dahinter

Faktoren kann als Ausgangspunkt für eine Analyse oder Neugestaltung von Angeboten am Übergang Schule-Beruf genutzt werden und sollte zunächst für sich genommen betrachtet werden, da die einzelnen Erfolgsfaktoren jeweils unterschiedliche Elemente (z.B. Personal, Netzwerk oder Curriculum) in den Blick nehmen. Während jeder der genannten Faktoren vollständig durch Bildungsorganisationen selbst beeinflusst werden kann und damit mögliche

Multiprofessionelle Teams

Aufbau vielfältiger Expertisen beim pädagogischen Personal

Berufsorientierende Maßnahmen für die Jugendlichen

u.a. Simulationsgespräche, Stärkenanalyse, Einbindung von Vorbildern und Peer to peer learning

Outcomeorientierung für die Zielgruppe

Priorisierung eines konkreten Übergangs als Outcome

Veränderungen sehr direkt und zeitnah umgesetzt werden können, empfiehlt sich im nächsten Schritt ein Blick auf die Faktoren aus Perspektive aller relevanten Akteure im Ökosystem Übergang Schule-Beruf. Die Erfolgsfaktoren können in diesem Fall Grundlage für ein lokales Dialogformat sein, welche Akteure aus allen Sektoren und Stakeholdergruppen einbindet, für das wir gemeinsam außerdem eine Toolbox erstellt haben.

Begleitung des pädagogischen Personals

Teaminterne Fallberatung und externe Supervisionen für das pädagogische Personal

Architektonische Gegebenheiten

Professionelle, ordentliche, neutrale Einrichtung der Interventionsräume

Vertrauen in die Zielgruppe

Vertrauensvorschuss, Zutrauen und Empowerment durch pädagogisches Personal

Innovation Club

Toolbox



Das brauchst du für deinen lokalen Innovation Club

Die vollständige Toolbox ist auf www.joblinge.de/innovation-club herunterzuladen. Damit haben alle Organisationen im Bereich des Übergangs Schule-Beruf die Möglichkeit sich zu vernetzen und gemeinsam zu erarbeiten, was erfolgreiche Initiativen auszeichnet. Auf dieser Basis können wir unsere Arbeit weiter verbessern und noch größere Erfolge erzielen.

www.joblinge.de/innovation-club



Wir bedanken uns bei unseren Förderpartnern der Vector Stiftung und der Fritz Henkel Stiftung für die Ermöglichung dieses Projekts.

VECTOR ►
STIFTUNG

 **Fritz Henkel**
Stiftung

Standorte

gAG Rheinland

Köln
Klassik (Connect bis 30.09), Kompass (bis 31.07), AsA flex (bis 31.07) Integrativ (ab 01.10)

Troisdorf
PLAN A (joblinge@school), Klassik (digital+), AsA flex (bis 31.07)

gAG MRN

Ludwigshafen Rheinuferstr.
AsA flex

Ludwigshafen Ludwigsplatz
PLAN A, Klassik

Mannheim
PLAN A, Klassik, basecamp

gAG FRM

Frankfurt Henschelstr.
basecamp, Erfolgreich in Ausbildung, JOBLINGE booster

Frankfurt Eschersheimerlandstr.
§16h, Integrativ

Darmstadt
Integrativ

Mainz
Integrativ

Offenbach
§16h, Integrativ

Wiesbaden
Integrativ

gAG Südwest

Stuttgart Böblingerstr.
PLAN A, Klassik

Stuttgart Wilhelmsplatz
Kompass, BEQ4U

Ulm
PLAN A, Integrativ

Pforzheim
Integrativ

Reutlingen
PLAN A+, Integrativ

gAG Hanse

Hamburg
PLAN A, Klassik, Kompass

Bremen
PLAN A, Integrativ

gAG Ruhr

Essen Heinrich-Reisner Platz
Kompass (ab 1.10.), work4u (ab 1.10.), basecamp (ab 1.6.)

Essen Altendorferstr.
Klassik, PLAN A, Family, work4u (bis 30.9.)

Gelsenkirchen
Klassik, Kompass (bis 30.9.)

Recklinghausen
Klassik

gAG Berlin

Friedrichshain

Schöneberg
PLAN A, Integrativ, basecamp, §16h, Plan A Schule

Westend
Integrativ

gAG Leipzig

Leipzig
Klassik, Kompass, TechTeens, Peer2Work

Dachorganisation

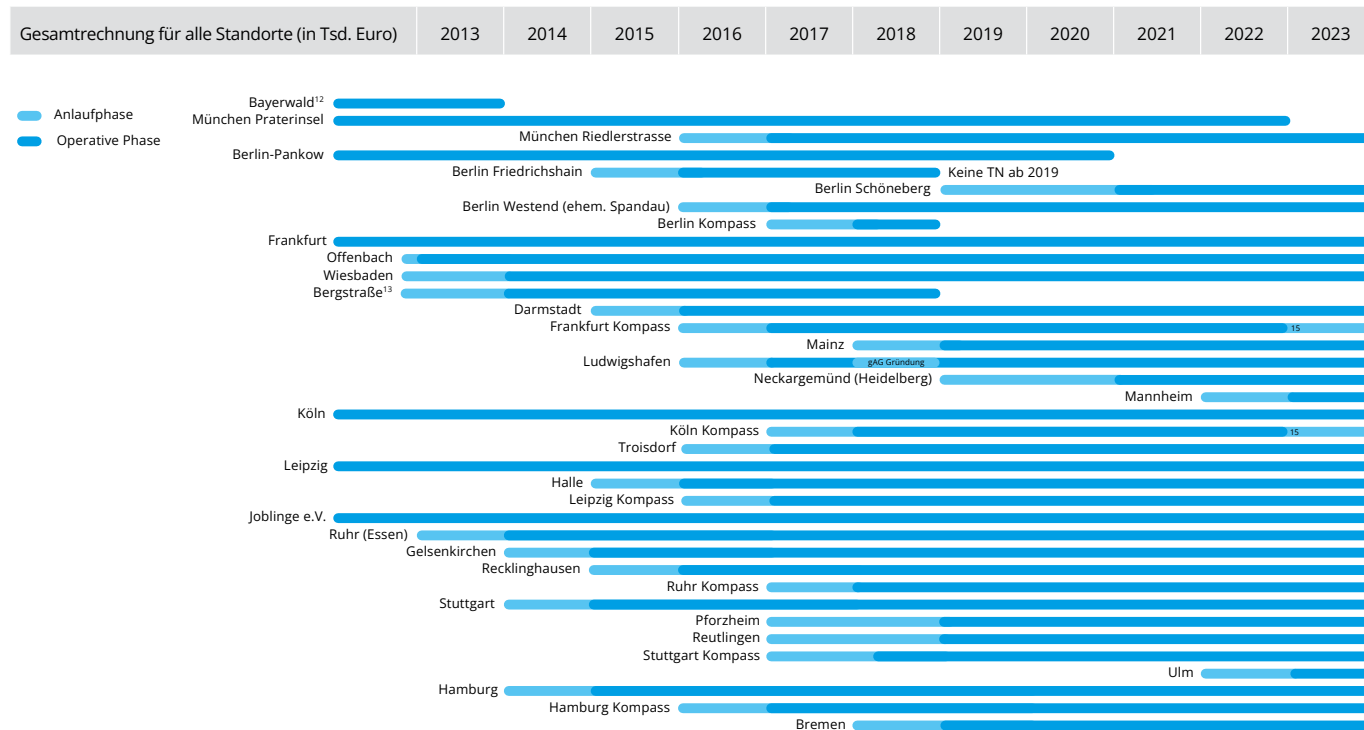
München Kapuzinerstr.

gAG München

München Ridlerstr.
PLAN A, Klassik



Einnahmen und Ausgaben der Gesamtorganisation



Erträge											
Zuschüsse der öffentlichen Hand	2.208	2.861	3.708	5.606	7.304	8.793	9.650	9.705	11.298	10.898	11.549
Spenden	1.431	1.869	2.514	3.064	3.740	3.854	3.923	4.230	4.801	6.653	7.216
Sonstige Erträge	54	51	22	33	9	102	249	309	250	369	331
Summe Erträge	3.692	4.782	6.243	8.703	11.053	12.749	13.822	14.244	16.349	17.920	19.096
Aufwand											
Personalkosten	2.323	2.996	3.820	5.298	6.891	8.007	9.119	9.832	10.959	11.905	12.710
Sachkosten	1.252	1.629	2.072	3.206	4.316	4.258	4.879	4.386	5.422	6.029	5.906
Finanzierungskosten	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe Aufwand	3.575	4.625	5.891	8.504	11.208	12.265	13.998	14.218	16.381	17.934	18.616
Jahresergebnis	118	157	352	199	-155	484	-176	26	-32	-14	480

*Ohne JOBLINGE Stiftung

¹²Operativer Betrieb Ende September 2013 eingestellt.

¹³Operativer Betrieb Ende Dezember 2018 eingestellt.

¹⁴Seit 2019 ohne Teilnehmende.

¹⁵Ab Januar 2023 integrativ.

Anmerkung: Mögliche Differenzen aufgrund von Rundungen.

Vermögensverhältnisse der Gesamtorganisation

Gesamtrechnung für alle Standorte (in Tsd. Euro)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)										
A Anlagevermögen	25	30	38	78	76	125	135	107	121	115
I. Immaterielles Vermögen (z. B. Software)	–	–	–	–	2	7	31	25	17	15
II. Sachanlagen	25	30	38	78	74	118	104	82	104	100
B Umlaufvermögen	1.410	1.872	2.858	3.642	4.173	4.739	4.816	5.708	5.404	5.423
I. Forderungen	155	427	417	682	967	1.167	1.097	1.237	1.441	1.528
II. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	1.255	1.445	2.441	2.960	3.206	3.572	3.719	4.471	3.963	3.895
C Rechnungsabgrenzungsposten	25	27	31	47	39	41	38	41	54	65
Summe Aktiva	1.439	1.929	2.927	3.767	4.288	4.905	4.989	5.856	5.579	5.603
Passiva (Mittelherkunft)										
A Eigenkapital ¹⁵	533	875	1.463	1.115	1.286	1.841	1.334	1.361	1.327	1.314 ¹⁸
B Sonderposten für nicht verbrauchte Zuschüsse und Spenden ¹⁷	0	564	824	1.622	1.923	1.983	2.133	3.105	2.926	2.850 ¹⁹
C Rückstellungen	204	214	255	316	392	375	442	573	616	565
D Verbindlichkeiten	121	259	270	440	602	598	559	601	516	812
I. Aufgenommene Darlehen	–	98	30	91	127	69	47	9	176	151
II. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	35	68	98	121	110	246	236	198	177	406
III. Sonstige Verbindlichkeiten	86	93	142	260	365	282	274	394	163	255
E Rechnungsabgrenzungsposten	143	17	115	274	86	107	521	216	194	62
Summe Passiva	1.439	1.929	2.927	3.767	4.288	4.905	4.989	5.856	5.579	5.603

¹⁵ Ab 2019 ohne JOBLINGE-Stiftung

¹⁶ Bei JOBLINGE e.V. und JOBLINGE-Stiftung inklusive Mittelvortrag und Stiftungskapital.

¹⁷ Bei JOBLINGE e.V. und JOBLINGE-Stiftung inklusive freier Rücklagen.

¹⁸ inkl. Mittelvortrag JOBLINGE e.V.

¹⁹ inkl. freie Rücklagen JOBLINGE e.V.

Anmerkung: Mögliche Differenzen aufgrund von Rundungen.

Einnahmen und Ausgaben der Standorte

Ertrag und Aufwand 2022 Standortspezifisch (in Tsd. Euro)	Gesamt	gAG München	gAG Berlin	gAG FrankfurtRheinMain	gAG Rheinland	gAG Leipzig	gAG Ruhr	gAG Südwest	gAG Hanse	gAG Main-Rhein-Neckar	e. V.	Stiftung
Ertrag												
Zuschüsse der öffentlichen Hand	10.898	562	924	2.678	695	1.407	910	1.699	1.013	1.010	0	0
Spenden	6.653	201	453	723	396	169	685	1.045	442	426	2.113	2.436
Sonstige Einnahmen	369	0	0	0	0	0	33	0	38	0	298	0
Summe Ertrag	17.920	763	1.377	3.401	1.091	1.576	1.628	2.744	1.493	1.436	2.411	2.436
Aufwand												
Personalkosten	11.905	563	937	2.160	821	1.162	1.237	1.900	1.038	809	1.278	0
Sachkosten und sonst. betr. Aufwendungen	6.029	200	432	1.275	270	414	391	844	455	627	1.121	2.401
Satzungsgemäße Ausgaben DO (z. B. Finanzierung gAGs)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe Aufwand	17.934	763	1.369	3.435	1.091	1.576	1.628	2.744	1.493	1.436	2.399	2.401
Jahresergebnis	-14	0	8	-34	0	0	0	0	0	0	12	35
Entnahmen aus Rücklagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16
Einstellung in Rücklagen	8	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gewinn/Verlustvortrag aus Vorjahr	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
Bilanzgewinn/-verlust	-20	0	0	-34	2	0	0	0	0	0	12	51

Vermögensverhältnisse der Standorte

Bilanz der Standorte zum Stichtag 31.12.2022 (in Tsd. Euro)	Gesamt	gAG München	gAG Berlin	gAG FrankfurtRheinMain	gAG Rheinland	gAG Leipzig	gAG Ruhr	gAG Südwest	gAG Hanse	gAG Main-Rhein-Neckar	e. V.	Stiftung
Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)												
A Anlagevermögen	115	1	14	57	1	2	10	5	5	19	1	15
I. Immaterielles Vermögen (z. B. Software)	15	0	0	15	0	0	0	0	0	0	0	15
II. Sachanlagen	100	1	14	42	1	2	10	5	5	19	1	-
B Umlaufvermögen	5423	439	196	353	237	324	477	589	905	383	1520	1973
I. Forderungen	1528	145	107	277	28	72	86	138	355	196	124	3
II. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	3895	294	89	76	209	252	391	451	550	187	1396	1970
C Rechnungsabgrenzungsposten	65	0	22	0	6	6	1	1	18	10	1	-
Summe Aktiva	5603	440	232	410	244	332	488	595	928	412	1522	1988
Passiva (Mittelherkunft)												
A Eigenkapital (Mittelvortrag und Stiftungskapital bei Stiftung und e. V.)	1314	265	112	95	102	80	55	50	50	50	455	282 ²⁰
B Sonderposten für nicht verbrauchte Zuschüsse und Spenden (inkl. freie Rücklagen Stiftung und e. V.)	2850	105	0	0	54	0	346	398	799	288	860	1697 ²¹
C Rückstellungen	565	33	12	150	49	75	47	94	45	19	41	0
D Verbindlichkeiten	812	37	108	165	36	123	40	53	29	55	166	9
I. Aufgenommene Darlehen	151	0	51	0	0	100	0	0	0	0	0	0
II. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	406	32	7	139	1	11	16	32	27	40	101	9
III. Sonstige Verbindlichkeiten	255	5	50	26	35	12	24	21	2	15	65	0
E Rechnungsabgrenzungsposten	62	0	0	0	3	54	0	0	5	0	0	0
Summe Passiva	5603	440	232	410	244	332	488	595	928	412	1522	1988

²⁰ Mittelvortrag und Stiftungskapital bei JOBLINGE e.V. und JOBLINGE-Stiftung

²¹ Freie Rücklagen JOBLINGE e.V. und JOBLINGE-Stiftung

Anmerkung: Mögliche Differenzen aufgrund von Rundungen.

Lagebericht

Die Finanzlage der Gesamtorganisation entwickelt sich größtenteils stabil, trotz der weiterhin geringeren Zuweisungen von Teilnehmenden durch die Öffentliche Hand und einer dadurch bedingten Unterauslastung unserer Standorte. Die damit verbundene sinkende Finanzierung der öffentlichen Hand kann durch private Spendenmittel ausgeglichen werden, welche nun auch über die Finanzierung von Innovationen hinaus zu einem bedeutenden Faktor werden.

Die Jahresabschlüsse der JOBLINGE gAGs des Geschäftsjahres 2023 sind zum Teil noch in Bearbeitung, es zeichnet sich aber ein überwiegend neutraler bzw. positiver Trend ab. Der Jahresabschluss des JOBLINGE e.V. und der JOBLINGE Stiftung fielen im Jahr 2023 neutral bzw. positiv aus. Wesentlicher Erfolgsfaktor von JOBLINGE ist seit Beginn das gemeinsame, sektorübergreifende Engagement, das sich auch in der Finanzierung widerspiegelt. Im Rahmen der öffentlich-privaten Kofinanzierung werden die laufenden Kosten der JOBLINGE-Standorte zu einem großen Teil von der öffentlichen Hand getragen. Der Anteil der öffentlichen Finanzierung ist von Standort zu Standort sehr unterschiedlich. Über die gesamte Initiative gerechnet, beträgt er 60 Prozent. Etwa 40 Prozent der Kosten werden durch Spenden finanziert. Im Geschäftsjahr 2023 betrug die Höhe eingeworbener privater Spenden rund 7,2 Millionen Euro. Diese eingeworbenen Gelder sind insbesondere für nicht von der öffentlichen Hand finanzierte innovative JOBLINGE-Themenbereiche wichtig. Themen wie die (digitale) Rekrutierung jenseits der von Jobcenter

und Arbeitsagentur etablierten Strukturen zeigten sich als für die JOBLINGE-Zielgruppe essenziell, um überhaupt Zugang und Informationen über Unterstützungsangebote zu erhalten. Bereits 2019 mit dem Start der JOBLINGE-Aktivierungskampagne PLAN A fokussierten wir auf Zielgruppen, die von der öffentlichen Hand nicht oder nicht mehr erreicht wurden. Junge Erwachsene zu aktivieren und für eine selbstbestimmte Zukunft zu aktivieren, mit Konzepten wie dem basecamp und unserer seit Jahren erfolgreichen Ausbildungsbegleitung die Ausbildung attraktiver zu machen und die Ausbildung gerade für die JOBLINGE-Zielgruppe nachhaltig zu gestalten – diese Erfolgsfaktoren für JOBLINGE sind nur durch Spendengelder möglich. Wieder zeigt sich, dass der trisektorale Ansatz unserer Initiative wirksam akute wie systemische Probleme angreift und löst. Deshalb gilt seit 2022 mehr denn je: Jeder Euro zählt. Gerade in einer Zeit, in der der Kontakt zur Zielgruppe immer schwerer wird und wir unseren Auftrag ausweiten, die JOBLINGE-Wirkung skalieren und junge Erwachsene selbst für die Ausbildung aktivieren. Wir brauchen unser starkes Netzwerk an privaten Förderern. Daher freuen wir uns sehr, dass es auch 2023 trotz all der Umstände wieder gelungen ist, die Gesamtsumme privater Spenden zu erhöhen. Obwohl die aufzubringende Spendensumme beachtlich ist und in Zukunft durch Wachstum und inhaltliche Weiterentwicklung kontinuierlich steigen wird, blickt die JOBLINGE-Initiative dank der großzügigen Unterstützung und der wachsenden Förderbereitschaft optimistisch in die Zukunft und freut sich auf die Zusammenarbeit mit bestehenden und neuen Förderern.



Hier finden Sie uns

Newsletter: www.joblinge.de/newsletter

Facebook: www.facebook.com/joblinge

Instagram: [@ausbildungs.heroes](https://www.instagram.com/ausbildungs.heroes)

LinkedIn: www.linkedin.com/company/joblinge

Impressum

Vertretungsberechtigte

Kadim Tas, CEO, JOBLINGE e.V.

Vereinsregisternummer

VR 204183, Amtsgericht München

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

DE 143 217 61608

Anschrift JOBLINGE e.V.

Kapuzinerstraße 9 d

80337 München

Telefon: 089 1250-1410

Redaktion

Georgina Heyland

Julian Weber

Layout

Clique G Kreativbüro