

Vorlage		Vorlage-Nr:	FB 02/0020/WP17
Federführende Dienststelle: Fachbereich Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten		Status:	öffentlich
Beteiligte Dienststelle/n:		AZ:	
		Datum:	01.04.2015
		Verfasser:	FB 02
CHECK IN - Aachen			
Beratungsfolge:		TOP: __	
Datum	Gremium	Kompetenz	
10.06.2015	AAWW	Kenntnisnahme	

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft nimmt die Ausführungen der Verwaltung zustimmend zur Kenntnis.

Zudem beauftragt er die Verwaltung, regelmäßig über den Fortgang zu berichten.

CHECK IN – Aachen

Unter Beteiligung von 48 Unternehmen und 24 Schulen aus Stadt und StädteRegion Aachen fand der erste CHECK IN-Tag am 27.02.2015 unter Federführung des Fachbereiches Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten statt. Er wurde in Partnerschaft mit IHK und HWK Aachen, VUV, Bundesagentur für Arbeit und der Regionalagentur des Zweckverbandes der Region Aachen und in Abstimmung mit dem Städteregionalen Bildungsbüro initiiert und organisiert. Im bisherigen Aktionsgebiet (Krefeld, Mönchengladbach, Kreis Viersen, Rhein-Kreis Neuss) findet im Juni 2015 bereits die fünfte Auflage dieses Tages statt, der dort im Jahre 2010 in vergleichbarer Größenordnung mit rund 50 Unternehmen startete.

CHECK IN-Aachen ist darüber hinaus – im Gegensatz zum bisherigen Aktionsgebiet am Niederrhein – zusätzlich als Berufsfelderkundung anerkannt und leistet damit einen wertvollen Beitrag zum Landesprogramm 'Kein Abschluss ohne Anschluss'.

Durch den engen Kontakt zu den Schulen konnten zahlreiche SchülerInnen und deren Eltern durch unterschiedliche Kanäle auf CHECK IN aufmerksam gemacht und darauf vorbereitet werden.

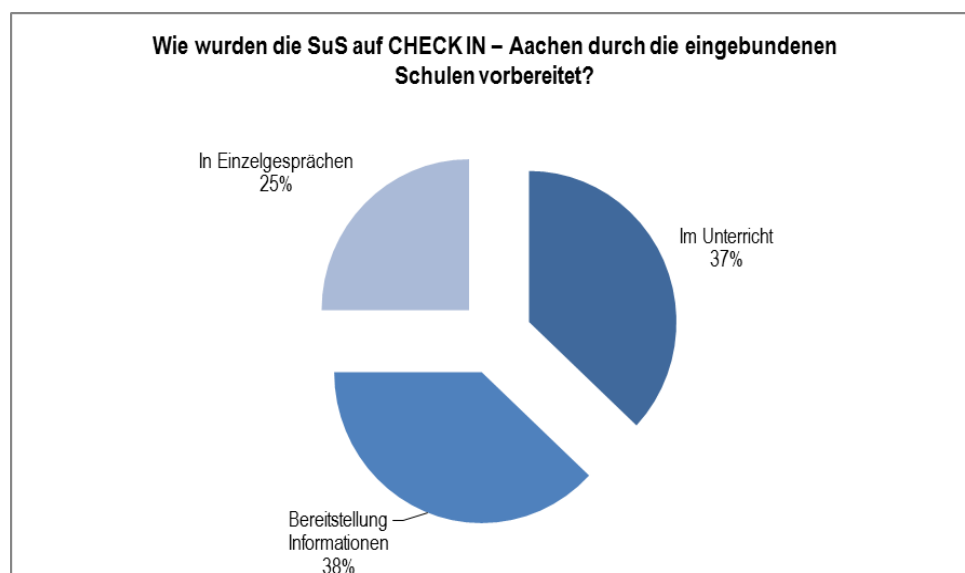


Abbildung 1: Übersicht der Vorbereitung von SuS durch die Schulen

Mithilfe der Unterstützung der LehrerInnen konnte erreicht werden, dass das Format seine Zielgruppe der Jahrgangsstufen 8-12 in der Breite erreichte. Bedingt durch die Anerkennung als Berufsfelderkundung lag ein leichter Fokus auf den Jahrgangsstufen 8 und 9.

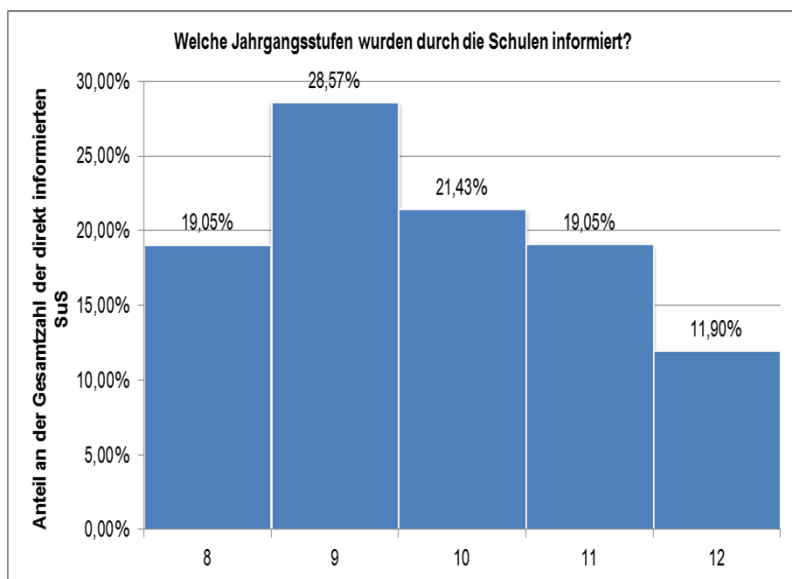


Abbildung 2: Übersicht der informierten Jahrgangsstufen

Durch die direkte und enge Einbindung von Schulen bei CHECK IN-Aachen wurde die Quote der TeilnehmerInnen im Vergleich zum bisherigen Aktionsgebiet am Niederrhein um mehr als das Dreifache gesteigert. Von den insgesamt ca. 1.200 Teilnehmer(n)Innen haben ca. 470 SchülerInnen CHECK IN-Aachen als Berufsfelderkundung wahrgenommen. Dies entspricht einem Anteil von knapp 40 %.

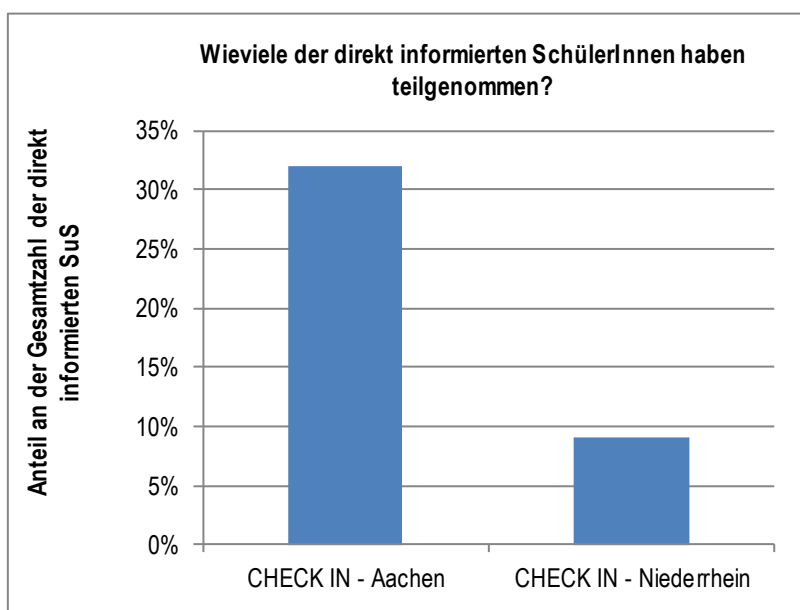


Abbildung 3: Vergleich der TeilnehmerInnen-Quote

Nach den bisher bekannten Zahlen wurden die Unternehmen im Aktionsgebiet am Niederrhein am vergangenen CHECK IN-Tag von durchschnittlich 15 Schülerinnen besucht. Auch diese Quote konnte in Aachen übertroffen werden, da sich hier je Unternehmen ca. 21 SchülerInnen vor Ort informiert haben.

Aus der Perspektive der meisten Schulen stellt CHECK IN-Aachen ein gelungenes Format dar, wie durch das Engagement und Feedback der Schulen deutlich wird. So bewerten die eingebundenen LehrerInnen CHECK IN mit der Schulnote 1,85 und möchten auch 2016 wieder bei CHECK IN-Aachen mitwirken.

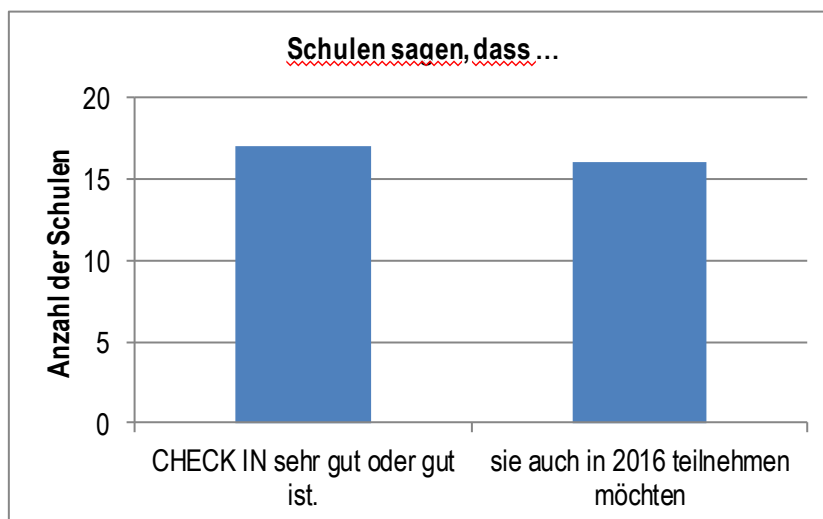


Abbildung 4: Gesamtfeedback der eingebundenen Schulen

Diejenigen Unternehmen, die CHECK IN-Aachen mit einer Schulnote 'gut' bewerten, sind zugleich meist auch an der Etablierung von CHECK IN-Aachen als jährlichem Format interessiert.

Neben der Anzahl der TeilnehmerInnen war den Unternehmen ebenfalls deren Vorbereitung durch die Schulen wichtig.

32 der teilnehmenden Unternehmen waren mit der Anzahl der BesucherInnen sehr zufrieden und beschrieben diese als 'genau richtig' oder gaben an, dass diese die eigens gesetzte Zielmarke sogar übertroffen haben.

80 % der Unternehmen waren von der guten Vorbereitung der SchülerInnen auf den CHECK IN-Tag begeistert und bewerteten diese mit 'gut'. Lediglich 2 teilnehmende Unternehmen bewerteten die Vorbereitung der SchülerInnen als schlecht, was sich durch TeilnehmerInnen erklärt, die keine der direkt eingebundenen Schulen besuchten.

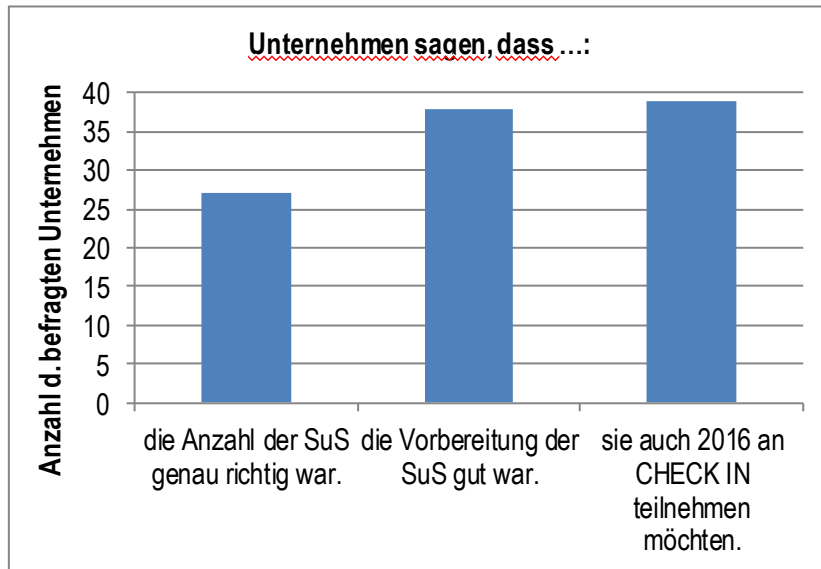


Abbildung 5: Gesamtfeedback der Unternehmen

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit konnte mithilfe einer Medienpartnerschaft mit dem Radiosender 100,5 ein positives Bild von CHECK IN transportiert werden – sowohl in der Vorbereitung zum ersten CHECK IN-Tag in Aachen als auch in der begleitenden und anschließenden Berichterstattung. Hierdurch wurde auch regional bei Schulen und Unternehmen ein Interesse an CHECK IN geweckt. Die Initiatorengruppe unter der Federführung des städtischen Fachbereichs Wirtschaftsförderung/ Europäische Angelegenheiten organisierte Radio-Spots und Live-Schaltungen sowie verschiedene Interviews und Pressegespräche mit Print- und Fernsehmedien im Vorfeld und am CHECK IN-Tag selbst.



Abbildung 6: Beispiele der Presseresonanz und Öffentlichkeitsarbeit

Im Gesamtergebnis kann festgehalten werden, dass der erste CHECK IN-Tag in Aachen erfolgreich war und bei den Initiatoren sowie weiteren potentiellen Partnern das Interesse besteht, dieses Format zu etablieren.

Die vom Zweckverband der Region Aachen vorgesehene regionale Ausweitung wird von der Bereitschaft der jeweiligen Kreisgebietskörperschaften zur Teilnahme an CHECK IN abhängen.

Trotz des guten Gesamtfeedbacks wurden durch den Fachbereich Wirtschaftsförderung/ Europäische Angelegenheiten jedoch verschiedene Bereiche ausgemacht, die im Falle einer Wiederholung weiter verbessert werden müssen, um den Bedarfen der Schulen, SchülerInnen und Unternehmen gerechter zu werden und insgesamt das Format weiterzuentwickeln.

Dabei ist nicht nur die intensivere und frühzeitigere Vorbereitung der Schulen und Unternehmen im Fokus der Initiatoren, sondern auch insbesondere die Frage des Veranstaltungszeitpunktes. Obwohl im bisherigen Aktionsgebiet am Niederrhein die Teilnehmerzahl nicht maßgeblich durch den Wochentag oder den Jahreszeitpunkt von CHECK IN beeinflusst wurde, sollten diese Aspekte bei einer Wiederholung in Aachen noch einmal konkret beleuchtet werden.

Auch die Steigerung der Anzahl der BesucherInnen in einzelnen Unternehmen ist ein Ziel, das im Rahmen von CHECK IN 2016 verfolgt werden sollte. Trotz der breiten Öffentlichkeitsarbeit und der direkten Einbindung der Schulen, haben Unternehmen Handlungsbedarfe für sich ausgemacht, die insbesondere den Bekanntheitsgrad des Unternehmens und dessen Image betreffen. Da sich dies u. U. negativ auf die unternehmensbezogene Besucherzahl auswirken kann, haben die Initiatoren die Aufgabe, die Unternehmen in diesem Handlungsbereich bei der Vorbereitung auf den CHECK IN-Tag zu unterstützen und zu beraten.

Ein weiterer wichtiger Handlungspunkt im Rahmen der Optimierung von CHECK IN-Aachen ist auch der Bereich der Berufsfelderkundung im Rahmen des Landesprogrammes 'Kein Abschluss ohne Anschluss'. Hierbei muss der Initiatorenkreis weiter daran arbeiten, den Unternehmen die spezifischen Vorteile einer engagierten Beteiligung darzulegen. Wichtig erscheint in diesem Zusammenhang, dass die Bedarfe der Schulen und Unternehmen weiterhin genau betrachtet und übereinander gebracht werden.