

# Ausbildung im Berliner Gastgewerbe – zwischen Jugendkultur und Unternehmenskultur

Dokumentation der Fachveranstaltung  
am 18. Juni 2014, 10 -16 Uhr,  
in der Kalkscheune in Berlin-Mitte



Ein Kooperationsprojekt von

Redaktion: Projektteam match!  
<http://match-berlin.tumblr.com>  
  
in Kooperation mit Impuls -  
Agentur für angewandte Utopien e.V.  
[www.impuls.net](http://www.impuls.net)

Koordination: bildungsmarkt e.v.  
Waldenserstraße 2-4  
10551 Berlin  
Tel: 030 397391 65  
[ubuende@bildungsmarkt.de](mailto:ubuende@bildungsmarkt.de)  
[www.bildungsmarkt.de](http://www.bildungsmarkt.de)

Gestaltung: Tuulia Faber  
[www.GrafikDesign-Potsdam.de](http://www.GrafikDesign-Potsdam.de)

Berlin im August 2014

## Ein besonderer Ort für eine besondere Veranstaltung



Die Kalkscheune in Berlin Mitte, bekannt vor allem als Ort für Partys, bot am 18. Juni 2014 den charmanten Rahmen für eine Fachveranstaltung fast ohne Vorträge, dafür mit umso mehr Diskussion und Vernetzung. Genau 100 Vertreterinnen und Vertreter aus

- Unternehmen des Hotel- und Gaststättengewerbes
- Sekundarschulen
- Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA)
- Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG)
- Arbeitsverwaltung (Arbeitgeberservice der Agentur für Arbeit, Jobcenter)
- Kammer
- Sekundarschulen
- Berufsorientierungs- und Qualifizierungsprojekten am Übergang Schule-Beruf
- Hochschulen
- Politik
- Regionalentwicklung

kamen zusammen, um neue Ideen für das Azubimarketing, die Berufsorientierung, die Azubiauswahl und die Ausbildungsgestaltung im Berliner Gastgewerbe zu bekommen, und um Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Veranstalter war **match!**, ein Kooperationsprojekt von **bildungsmarkt e.v.**, **kiezküchen gmbh**, **LIFE e.V.** und **BildungsWerk in Kreuzberg GmbH**.

Zu Beginn des Tages fassten Regina Schmidt-Roßleben und Ulla Bünde vom bildungsmarkt e.v., die Koordinatorinnen des Projektverbundes match!, noch einmal zusammen, was den Anstoß zu dieser Veranstaltung und auch zum Projekt match! gab:

*In der Berliner Hotellerie und Gastronomie gibt es regelmäßig unverhältnismäßig viele unbesetzte Ausbildungsplätze und Ausbildungsabbrüche. Negativ wirkt sich dabei sicherlich aus, dass die meisten HoGa-Ausbildungsberufe bei Jugendlichen nicht sehr beliebt sind. Laut einer aktuellen Trendumfrage gehören die Berufe des Gastgewerbes zu den unbeliebtesten Berufen. Grundsätzlich geht es jedoch nicht nur um die „Mangelware Bewerber/in“: Oft finden sich Betrieb und Azubi auch einfach nicht oder stellen erst nach Ausbildungsbeginn fest, dass sie nicht zueinander passen. Die neuesten Zahlen der Bundesagentur für Arbeit beleuchten einen Ausschnitt der aktuellen Situation auf dem Berliner Ausbildungsstellenmarkt: Im Beruf Hotelfachfrau/-mann beispielsweise stehen 84 unversorgte Bewerber/innen 210 unbesetzten Ausbildungsstellen gegenüber, im Beruf Koch/Köchin sind es sogar 231 unversorgte Bewerber/innen gegenüber 190 unbesetzten Ausbildungsstellen. Auch das BMBF spricht dies in einer aktuellen Pressemitteilung zum Berufsbildungsreport an: „Eine zentrale Herausforderung stellen die zunehmenden Matchingprobleme am Ausbildungsmarkt dar. Betriebe klagen über Schwierigkeiten, geeignete Jugendliche für ihre Ausbildungsstellen zu finden. Auf der anderen Seite gibt es noch viele Jugendliche denen der Einstieg in Ausbildung nicht unmittelbar gelingt.“*

Oft führen falsche Vorstellungen voneinander zu diesem Mismatching – so die These von match!.  
Mit Unterstützungs- und Vernetzungsangeboten

- zum Ausbildungsmarketing: Wie und wo spreche ich Jugendliche erfolgreich an?
- zur Berufsorientierung: Was brauchen Jugendliche, um eine fundierte Berufsentscheidung zu treffen?
- zum Matching: Wie erkenne ich den richtigen Betrieb bzw. den/die richtige/n Azubi?
- zur Ausbildungsgestaltung: Wie fördere ich stabile Beziehungen im Ausbildungsalltag?

baut match! Brücken zwischen Unternehmen und Jugendlichen, zwischen Unternehmenskultur und Jugendkultur. Denn Lösungen können nicht einseitig, sondern nur von allen Beteiligten gemeinsam gefunden werden. Ein Baustein auf dem Weg dahin soll auch diese Veranstaltung sein: Ein intensiver fachlicher Austausch zwischen ganz unterschiedlichen Beteiligten.

## Die Vielfalt der Erfahrungen und Perspektiven

Eröffnet wurde der fachliche Austausch mit neun Statements zu der Frage: Was wollen Unternehmen von Jugendlichen, was wollen Jugendliche von Unternehmen? In vorbereiteten Miniinterviews sprachen Vertreter und Vertreterinnen aus Betrieben und Sekundarschulen, von DEHOGA und NGG, aus Jobcenter und Regionalentwicklung. Entsprechend unterschiedlich stellten sich die Herausforderungen und auch die Lösungsansätze dar:

*Es gibt viele Herausforderungen. Eine Kernherausforderung ist, dass Jugendliche nicht den Vorstellungen der Betriebe entsprechen. Gleiches gilt allerdings auch umgekehrt – die Erwartungen von Jugendlichen an Betriebe werden oft nicht erfüllt. Um diese Herausforderung zu bewältigen, müssen Schulen und Betriebe eng kooperieren, so dass Schüler/innen mehr Einblicke in die Welt der Betriebe erhalten. Grundsätzlich gilt es, als Branche gemeinsam die Qualität der Ausbildung als auch die Ausbendarstellung zu verbessern.*

Gerrit Buchhorn  
Stellv. Hauptgeschäftsführer DEHOGA Berlin

*Es ist zentral mit den Jugendlichen in Kontakt zu kommen und sie für die Ausbildungsberufe in Hotel und Gastronomie zu begeistern. Ebenso ist es wichtig, auch während der Ausbildung mit den Azubis in enger Kommunikation zu bleiben. Dafür müssen gerade auch Führungskräfte den richtigen Ton finden. Für Jugendliche ist es zunehmend von Bedeutung bereits früh Karrierewege und -perspektiven aufgezeigt zu bekommen.*

Roman Krieger  
Training and Quality Manager Palace Hotel



*Betriebe stehen vor der Herausforderung geeignete Jugendliche zu finden – denn diese handeln heutzutage immer kurzfristiger. Ausbildungsplätze können oft erst kurz vor Ausbildungsbeginn besetzt werden. Dies lässt nur wenig Raum, Bewerber/innen ausreichend Orientierungsphasen in Form von Praktika oder Probearbeitstagen zu bieten und so Fehlentscheidungen vorzubeugen. Schnelle Ausbildungsabbrüche sind vermehrt die Folge.*

Nicole Kassem  
Personaldirektorin Hyatt Berlin

*Betriebe können nicht auf Jugendliche warten, sondern müssen sich aktiv um ihren Nachwuchs kümmern. Die Devise lautet: Rausgehen und mit den Schulen bei der Berufsorientierung zusammenarbeiten und so die Attraktivität der Branche aufzeigen. Vor allem durch Betriebsbesuche und den Austausch mit Azubis kann man Jugendlichen authentische Eindrücke auf Augenhöhe vermitteln.*

Katja Porath, Direktionsassistentin/  
Ausbilderin, ibis budget, ibis und  
Suite Novotel Berlin City

*Berufsorientierung nimmt einen kleinen, aber sehr wichtigen Teil an Schulen ein. Welche Berufe gibt es? Wie sieht das Arbeitsleben aus? Warum ist eine Ausbildung so wichtig? Das sind Fragen, die vor allem in direkter Zusammenarbeit mit der Wirtschaft beantwortet werden können. Jedoch kommen Wirtschaft und Schule nur schwer zusammen, was auch daran liegt, dass Lehrer/innen über ihre schulische Unterrichtsarbeit hinaus nur wenige Kapazitäten übrig haben.*

Uta Hart  
Koordinatorin der Berufsorientierung an der Integrierten Sekundarschule Skalitzer Straße

*Viele Schüler/innen sind nach der 10. Klasse oft noch nicht bereit bzw. motiviert in die Arbeitswelt überzugehen. Schule und andere Institutionen sollten Jugendliche so früh wie möglich mit dem „Tun“ und der Außenwelt in Kontakt bringen. Praktisches Lernen, z. B. in Form einer Schülerfirma kann eine Möglichkeit sein.*

Josef Widerski  
Leiter der Hedwig-Dohm-Oberschule Moabit



*Jugendliche sind belastbar und wollen etwas leisten. Gleichzeitig wollen sie eine qualitativ hochwertige Ausbildung und dort auch Respekt erfahren. Die Ausbildung ist vielerorts besser geworden, aber es muss weiter mit wichtigen Institutionen (wie der IHK) an positiven Rahmenbedingungen und der Qualitätssicherung für die Ausbildung gearbeitet werden.*

Sebastian Riesner  
Gewerkschaftssekretär der NGG Region Berlin-Brandenburg

*Viele junge Menschen auf Arbeitssuche bringen Potenziale mit, wissen allerdings oft nicht, was sie können und was sie machen wollen. Vor allem die HoGa-Branche ist wenig reizvoll – notwendig sind gute Argumente, um Jugendliche zu motivieren, in die HoGa reinzuschnuppeln. Gerade für Jugendliche mit schwierigen Familienhintergründen wäre es grundsätzlich wichtig von Betrieben das Gefühl zu bekommen: Hier bist Du gewollt, wir schätzen Dich!*

Michael Hirsch  
Arbeitsvermittler im Jobcenter Charlottenburg-Wilmersdorf

*Junge Menschen ohne Ausbildung und Beruf stellen eine Herausforderung dar, nicht nur lokal in Berlin, sondern auch im europäischen Kontext. Deswegen ist es wichtig mit verschiedensten Instanzen an diesem Problem zu arbeiten. Produkte und Ergebnisse aus Projekten wie match! müssen weitergegeben und weiter genutzt werden. Für Schulen ist es wichtig, sich früher zu öffnen und Jugendliche früher mit der Außenwelt, also auch mit der Wirtschaft in Kontakt zu bringen.*

Klaus-Dieter Paul  
Geschäftsführer u.bus – Gesellschaft für regionale Entwicklung und europäisches Projektmanagement mbH

## Die Themen

Anschließend fanden sich die Teilnehmenden zu vier angekündigten thematischen Workshops zusammen, die von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen im Projekt match! moderiert wurden und verschiedene Schwerpunkte der Projektarbeit aufgriffen:

- **Der Auftritt – wenn Unternehmen sich bei künftigen Auszubildenden bewerben**
- **Die Verantwortung – Orientierung ist mehr als ein erster Eindruck**
- **Der Blick – wie die Suche nach der Nadel im Heuhaufen erfolgreich wird**
- **Der Ton – Erfolg ist eine Frage des Umgangs**



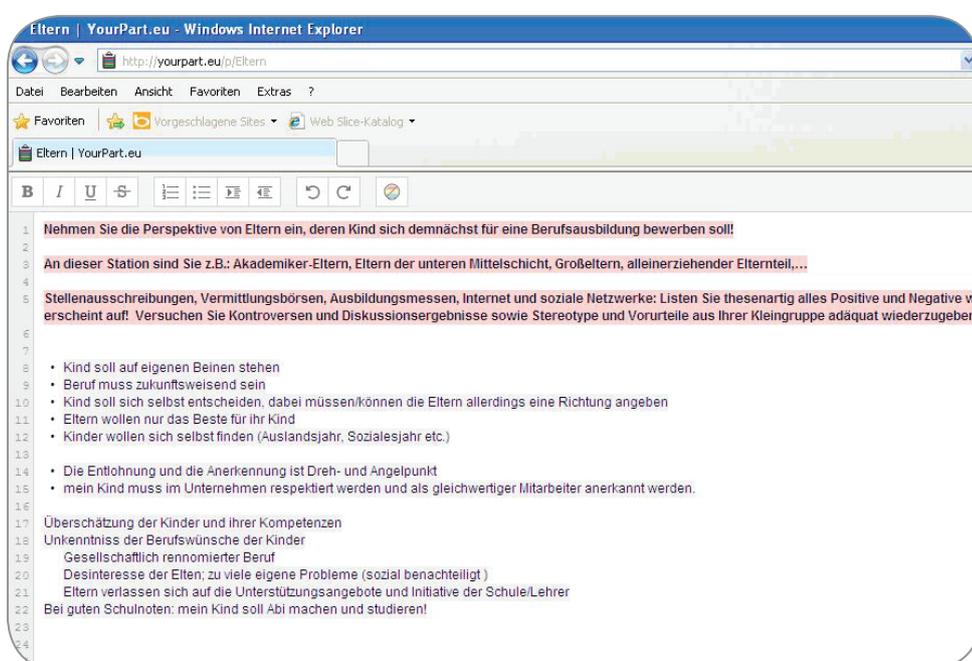
In allen vier Workshops tauschten sich Vertreter und Vertreterinnen aller Beteiligtegruppen aus. Sie diskutierten und analysierten, engagiert und höchst intensiv, in zum Teil fast konspirativ anmutender Kleingruppenarbeit, die Herausforderungen und ihre Erfahrungen mit unterschiedlichen Lösungsansätzen.

## Workshop 1: Der Auftritt – wenn Unternehmen sich bei künftigen Auszubildenden bewerben

Stellenausschreibungen, Vermittlungsbörsen, Ausbildungsmessen, Internet und soziale Netzwerke ... Welche Inhalte, welche Sprache, welche Gestaltung erreichen Jugendliche? In wie weit kann ein einzelnes Unternehmen all diese Kanäle angemessen bespielen?

Ein Knowledge-Café ermöglichte offene, kreative Konversation zu den einleitenden Fragen. In vier gemischten Kleingruppen nahmen die Teilnehmenden die Perspektiven von 1) Unternehmen, 2) Bewerber/innen, 3) Eltern und 4) Pädagogen/innen ein. An vier PC-Stationen im Raum sammelten und projizierten die Gruppen in ihrer eingenommenen Rolle positive und negative Erfahrungen und Ansätze zum Workshopthema. Dabei versuchten sie, auch Kontroversen und Konsens, Stereotype und Vorurteile, die im Gespräch relevant wurden, adäquat wiederzugeben.

Hier finden Sie die detaillierten Ergebnisse: [match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung](http://match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung)



Abschließend wurden die gesammelten Aussagen und Thesen aller Stationen betrachtet und erörtert. Einige Punkte fanden dabei besondere Aufmerksamkeit:

- *Es scheint ein lohnenswerter und bisher noch nicht weiter verfolgter Ansatz zu sein, Eltern als Zielgruppen für das Azubi-Marketing anzuvisieren.*
- *Digitale Medien sollten auch in der Berufsbildung unbedingt stärker integriert werden.*
- *Besonders kleine Unternehmen werden in Zukunft massive Probleme bekommen, Auszubildende zu finden.*
- *Die Berufsorientierung ist zu unübersichtlich und umfangreich, es herrscht ein Angebotsdschungel in Schulen.*
- *Jugendliche kommen heute – wenn überhaupt – erst sehr spät zu einem Berufswunsch.*

Beobachtet wurde auch, dass die Sichtweise vieler Akteure sehr stark durch ihren Alltag bestimmt wird, und es kaum Gelegenheit gibt, sich mit Außenstehenden auszutauschen. Die Teilnehmenden des Workshops schlugen vor, sich künftig verstärkt in Arbeitskreisen auszutauschen; etwa bei Elternabenden, Netzwerkveranstaltungen, Fortbildungen, im Netz über eine Facebook-Gruppe oder einen gemeinsamen Blog.

Sascha Eckerle und Markus Klopsch, bildungsmarkt e.v.

## Workshop 2: Die Verantwortung – Orientierung ist mehr als ein erster Eindruck

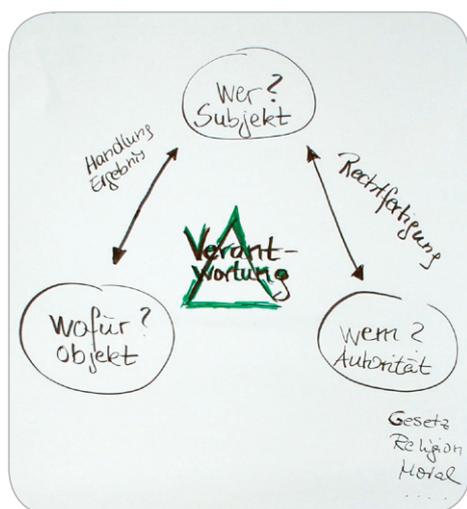
Arbeitsweltnah, betriebsnah, differenziert und individuell soll Berufsorientierung sein. Aber wer kann das leisten? Wie können sich Schule, öffentliche Hand, Betrieb, Kammer und Branche ergänzen? Wer oder was füllt Partnerschaften mit Leben?

Im Zentrum der Diskussion stand in diesem Workshop der Begriff der Verantwortung. Den Startpunkt bildete ein einfaches Grundmodell, vorgestellt durch die Moderation: Verantwortung ist die Verpflichtung einer Person (eines handelnden Subjektes) gegenüber einer anderen Person oder einer Sache, die durch eine höhere Instanz eingefordert wird und vor der sich die handelnde Person zu rechtfertigen hat. Diese Instanz kann ganz unterschiedlicher Natur sein, etwa ein Gesetz oder die moralische Auffassung einer Gruppe. In der Diskussion über die Berufsorientierung ist zu beobachten, so der Einstieg der Moderatorinnen, dass sehr häufig an die Verantwortung anderer appelliert wird und man sich auf gesetzliche oder moralische Zuständigkeiten anderer beruft: „Schule müsste ...“, „Politik müsste ...“, „Unternehmen müsste ...“.

Im Workshop diskutierten daher Kleingruppen, gebildet nach Zugehörigkeit zu den vier Bereichen Unternehmen, Schule, Projekte und Vernetzung/Koordinierung zu der Frage: Wo sehen Sie Ihre eigene Verantwortung für die Berufsorientierung von Jugendlichen?. Die Ergebnisse der Gruppen wurden präsentiert, diskutiert und dokumentiert.

Hier finden Sie die Mitschriften in leserlicher Form: [match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung](https://match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung)

Im Ergebnis wurde relativ gut deutlich, wo die Ansatzpunkte für eine kooperative Berufsorientierung liegen:



- Schulen kennen (als einzige) die Jugendlichen gut, von denen die Rede ist. Sie formulieren aber großen Unterstützungsbedarf dabei, den Schülern und Schülerinnen Wirtschaft und Arbeitsleben näher zu bringen. Dazu gehört auch eine „Berufsorientierung für Lehrkräfte“.
- Unternehmen verfügen über das Knowhow, aber nicht über ausreichend Ressourcen, um einzeln auf Schulen, Schülerveranstaltungen, Messen usw. zuzugehen. Es gibt zu diesem Zweck bereits erste Zusammenschlüsse von Unternehmen, aber auch großen Unterstützungsbedarf.
- Der Verband sieht sich als geeignete Schnittstelle, um Initiativen von Unternehmen und Schulen zu bündeln und macht bereits viele Angebote, und dies in Zusammenarbeit mit Projekten freier Träger.
- Freie Träger sehen sich ebenfalls als Bindeglied zwischen Schule und Unternehmen. Sie haben und suchen zudem auch eigene Konzepte für die Jugendlichen, die sie selbst betreuen.

Weitere Gespräche können an den folgenden Punkten anknüpfen:

- Nicht alle können Schnittstelle sein. Kooperation und Koordination der Aktivitäten von Verband, freien Trägern und anderen Mittlern zwischen Schule und Unternehmen ist nötig.
- An der Schnittstelle gibt es nur zeitlich begrenzte Projekte (Modellprojekte).
- Die Koordination von öffentlichen und privaten Finanzierungsmöglichkeiten für nachhaltige Angebote ist notwendig.
- Beispiele einer kooperativen Berufsorientierung und ihre Gelingensbedingungen sind zu identifizieren.

Tanja Czibulinski, kiezküchen gmbh  
Ulla Bünde und Regina Schmidt-Roßleben, bildungsmarkt e.v.

### Workshop 3: Der Blick – wie die Suche nach der Nadel im Heuhaufen erfolgreich wird

Wie erkenne ich den passenden Beruf, den passenden Betrieb, die/den passende/n Azubi? Wie erkenne ich Qualitäten, auf die es ankommt – im Praktikum, beim Probearbeiten, im Vorstellungsgespräch? Was prägt meinen Blick und wie kann ich ihn schulen?

Als Einstieg in den Workshop wurden Daten und Aussagen zum Thema Jugend („kultur“) und Unternehmen („skultur“) betrachtet. Die Präsentation finden Sie hier: [match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung](https://match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung)

In Kleingruppen benannten die Teilnehmenden anschließend die jeweils fünf wichtigsten Kompetenzen für die Berufe der Hotellerie und Gastronomie, ausgehend von der Frage: Worauf schauen Sie, wenn Sie Azubis auswählen? Hierzu wurde ausführlich diskutiert, welche Kompetenzen Schüler und Schülerinnen für den Berufsalltag tatsächlich mitbringen müssen. Im Ergebnis wurden folgende Kompetenzen festgehalten:

- *Fachkraft für Systemgastronomie: Ausdauer/Belastbarkeit, Kommunikationsfähigkeit, Zeitmanagement, Arbeitssystematik, Leistungsbereitschaft*
- *Hotel- bzw. Restaurantfachfrau/-mann: Grundkenntnisse Englisch, Höflichkeit, gepflegtes Erscheinungsbild, Flexibilität, Kommunikationsfähigkeit*
- *Fachkraft im Gastgewerbe: Zuverlässigkeit, Höflichkeit, Teamfähigkeit, Ausdauer/Belastbarkeit, Flexibilität*
- *Koch/Köchin: Zuverlässigkeit, Teamfähigkeit, einfache Rechentechniken, motorische Geschicklichkeit, Ausdauer/Belastbarkeit, Stressresistenz, Leistungs- und Lernbereitschaft*

Im weiteren Workshopverlauf wurden Ansätze aus dem Projekt match! diskutiert, die eine Annäherung von Bewerbern/Bewerberinnen und Betrieben unterstützen: Mit dem Erstellen eines betriebsspezifischen Anforderungsprofils haben Unternehmen ihre Erwartungen an junge Bewerber/innen reflektiert und gegebenenfalls revidiert. In berufsbezogenen Kompetenzfeststellungsworkshops haben Jugendliche ihre Berufswahl überprüft und ihre Stärken und ihren persönlichen Entwicklungsbedarf in Bezug auf die Anforderungen im Ausbildungsberuf reflektiert. Und über ein kriteriengeleitetes Probearbeiten und Beobachten kann der Blick aufeinander „versachlicht“ werden. Die Erfahrungen aus dem Projekt wurden in einem offenen Gespräch erörtert und in Kleingruppen um die Erfahrungen der Teilnehmenden ergänzt. Als besondere Herausforderungen erwiesen sich die folgenden:

- *Eine Willkommenskultur für ganz unterschiedliche Bewerber/innen-gruppen im Betrieb*
- *Pädagogische Kompetenzen speziell im Umgang mit teilweise sehr jungen Auszubildenden (ab 15 Jahren)*
- *Verbindliche und kontinuierliche Kontakte zwischen Betrieben und Schulen*

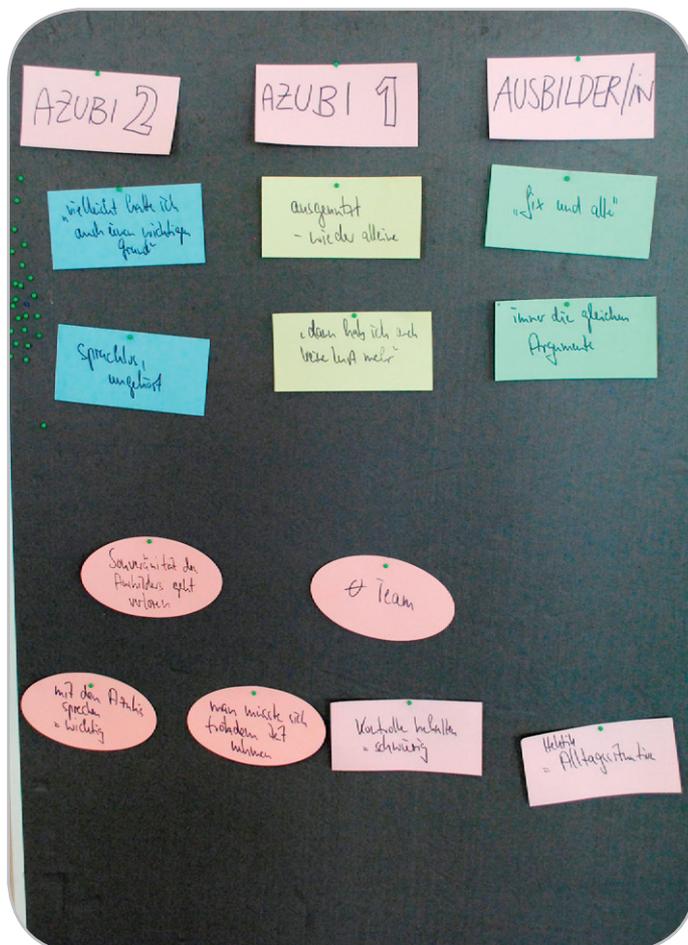
Alle Beteiligten wollen im Rahmen ihrer Möglichkeiten aktiv werden und über institutionelle Grenzen hinaus kooperieren, z. B. über betriebliche Praxisangebote, die Einblick in den Berufsalltag bieten. Wege zur Begegnung wollen neu erfunden werden – die Frage nach dem „wie“ ist allerdings noch nicht geklärt.

Mats Landgren, kiezküchen gmbh  
Ursula Neuhof, LIFE e.V.



## Workshop 4: Der Ton – Erfolg ist eine Frage des Umgangs

Selbstmanagement, Konfliktmanagement, Teambuilding – Ausbildung findet auch jenseits des Ausbildungsplans statt. Wie können Beziehungen im Ausbildungsalltag aktiv gepflegt werden, wie können ausbildungsbegleitende Aktivitäten integriert werden?



Der thematische Einstieg erfolgte in diesem Workshop durch eine szenische Darstellung typischer Knackpunkte zwischen Ausbilder/in und Azubi durch die Teilnehmenden. Verschiedene Perspektiven und Erfahrungen aus dem Ausbildungsalltag der Teilnehmenden wurden so deutlich. Vor diesem Hintergrund wurden verschiedene Ansätze aus dem Projekt match! zur „kultursensiblen Ausbildungsgestaltung“ vorgestellt: die erlebnispädagogische Reise, der Azubi-Workshop „Mediation“, Coaching, Auslandspraktikum und Spezialitätentage.

Die Präsentation finden Sie hier:

[match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung](https://match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung)

Darauf folgte ein reger Austausch zu der Frage: Wie können diese Elemente ganz konkret im betrieblichen Arbeitsalltag umgesetzt werden? In Kleingruppen sammelten die Teilnehmenden Lösungswege für konflikthafte Momente und Ideen für die Ausbildungsgestaltung. Die Ergebnisse wurden im Plenum präsentiert und eröffneten eine Diskussion über die Umsetzbarkeit der Lösungselemente im Arbeitsalltag der Teilnehmenden. Mit beeindruckender Kreativität und großem Engagement trugen alle Teilnehmenden bereits erfolgreich durchgeführte Methoden und Elemente der Ausbildungsgestaltung aus ihrer Praxis zusammen.

Hier finden Sie die Mitschriften in leserlicher Form:

[match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung](https://match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung)

Festzuhalten ist: Ausbildung findet auch jenseits des Ausbildungsplanes statt. Der persönliche Umgang zwischen Ausbilder/Ausbilderin und Azubi ist oft entscheidend für Erfolg und Misserfolg. Methoden, die Erfahrungen der Selbstwirksamkeit möglich machen, sind ein wichtiger Bestandteil einer erfolgreichen Ausbildung. Es gibt dafür eine Reihe positiver Beispiele, die sich auch im betrieblichen Ausbildungsalltag umsetzen lassen.

## Die Plädoyers

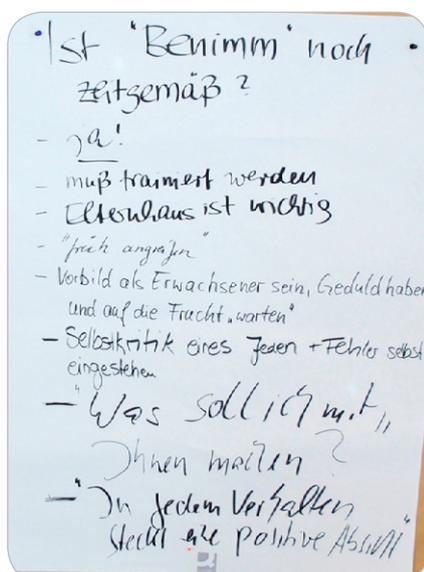
In Anlehnung an die Methode des Open Space schlugen am Nachmittag Teilnehmende Themen vor, die sie vertiefen oder auch neu aufwerfen wollten. So fanden sich zu neun Themen Arbeitsgruppen zusammen:

- **Ist die gute Kinderstube altmodisch?**
- **Unternehmen in der Kooperation mit Schulen**
- **Ausbildung der Ausbilderinnen**
- **Desinteresse? der Eltern**
- **Lehr- und Lernmaterialien im Gastgewerbe**
- **Azubis finden: Was funktioniert gut? Was funktioniert weniger gut?**
- **Sehr junge Bewerber/innen im Gastgewerbe ... wie lösen?**
- **Standards des äußeren Erscheinungsbildes**
- **Wie kann der Austausch von heute fortgeführt werden?**



Die Gruppen erörterten ihr Thema zukunftsgerichtet und präsentierten zum Abschluss des Veranstaltungstages eine Reihe von Fazits und Vorschlägen für das weitere Vorgehen:

### Ist die gute Kinderstube altmodisch?



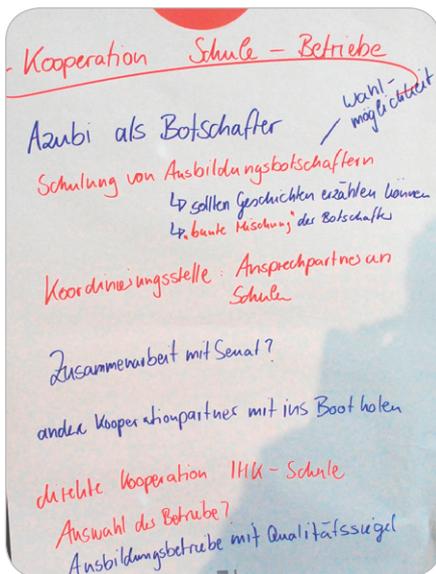
#### Benimm ist noch zeitgemäß!

- Man sollte früh anfangen den Kindern Höflichkeitsformen und Etikette beizubringen.
- Auch ein lässiges Elternhaus ist okay, aber es ist relevant, dass die Kinder wissen wann Etikette gefordert ist. Gerade im Hotelbereich ist dies sehr wichtig.
- Wir können alle zu guten Umgangsformen beitragen indem wir sie täglich vorleben. Sei es, einen Platz in der U-Bahn anzubieten, selbst die Tür aufzuhalten, "bitte" und "danke" zu sagen ... dieses tägliche Vorleben der Umgangsformen zeitigt dann auch bei Jugendlichen Wirkung.

## Unternehmen in der Kooperation mit Schulen

### Azubis als Ausbildungsbotschafter/innen!

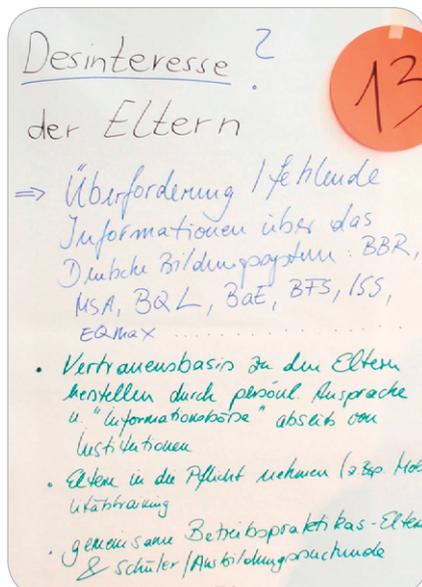
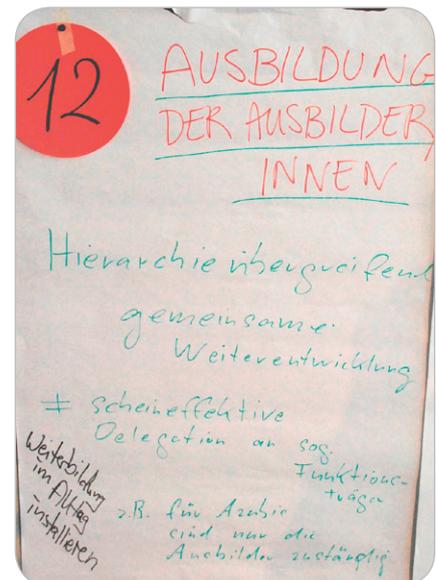
- Auszubildende werden zu Ausbildungsbotschafter/innen geschult.
- Zusammen mit einer weiteren Person (Personaler/in, Ausbilder/in) gehen sie in Schulen und informieren über die Branche und die Ausbildung.
- Fortbildung und Material sichern Qualität der Arbeit der Botschafter/innen.
- Es gibt eine zentrale Koordinierungsstelle, möglicherweise beim Verband. Schulen können diese Koordinierungsstelle kontaktieren, um Botschafter/innen vermittelt zu bekommen.
- Gestartet werden könnte mit den Betrieben der DEHOGA-Initiative „Ausbildung mit Qualität“.
- Ausbildungsbotschafter/innen können die direkte Kooperation zwischen Schule und Betrieb, wie sie z. B. die IHK mit dem Projekt Partnerschaft Schule-Betrieb koordiniert, ergänzen.



## Ausbildung der Ausbilderinnen

### Ausbildung geht den gesamten Betrieb an!

- Nicht nur der Ausbilder oder die Ausbilderin ist für Azubis zuständig.
- Ausbildungsgestaltung kann nicht nur über Schulungen für Ausbilder/innen weiterentwickelt werden.
- Azubis sollten wie Mitarbeiter/innen gesehen werden, und dann geht es um das Betriebsklima an sich.
- Mit Teambuilding-Maßnahmen wurden gute Erfahrungen gemacht, zum Beispiel mit einer Atmosphärenampel, deren Ergebnisse besprochen und in Veränderungen umgesetzt wurden.
- Es geht darum, Verantwortung nicht zu sehr zu delegieren und zu fragmentieren, sondern Ausbildung im Betrieb effektiv zu verankern und Weiterentwicklungsimpulse in den Alltag zu integrieren.



## Desinteresse? der Eltern

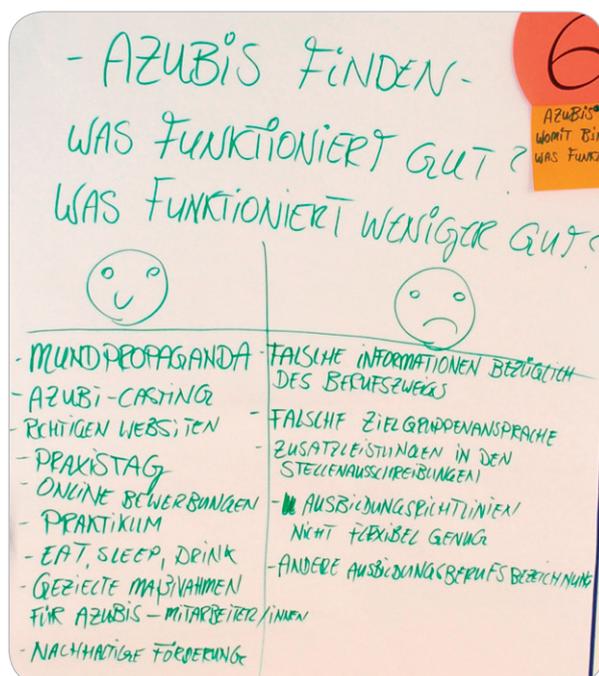
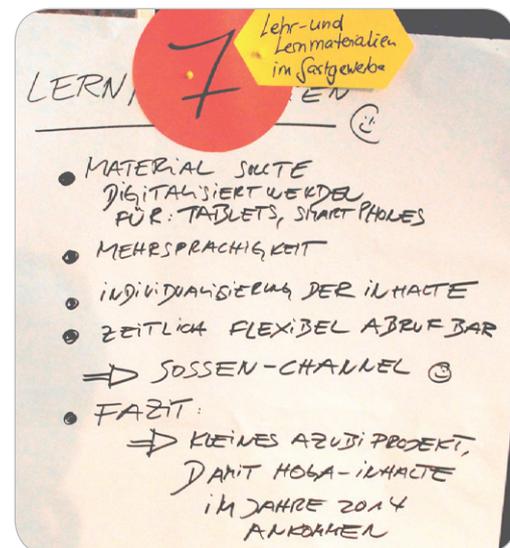
### Zusammenarbeit mit Eltern auch jenseits des eigentlichen Auftrags!

- Vermittler/innen im Jobcenter oder Berufseinstiegsbegleiter/innen sind wichtige Informationsquelle für überforderte Eltern im Dschungel des Bildungssystems.
- Vertrauen durch „Rundumbetreuung“ ist die Grundlage.
- Kleine Schritte mit Eltern gehen, z.B. Mobilitätstraining, Betriebsbesuche gemeinsam mit den Kindern, Alltagstipps wie „Berufe im Alltag beobachten“.

## Lehr- und Lernmaterialien im Gastgewerbe

### Das Kochbuch 2014 braucht dringend ein Update!

- Inhalt und Form von Lernmaterialien müssen angepasst werden, so dass sie zu den Jugendlichen passen.
- Sie müssen digitalisiert werden und auf Smartphone, Tablet etc. zeitlich und inhaltlich flexibel abrufbar sein.
- Sie könnten mehrsprachig sein, u. a. für ausländische Jugendliche, die für eine Ausbildung nach Berlin kommen.



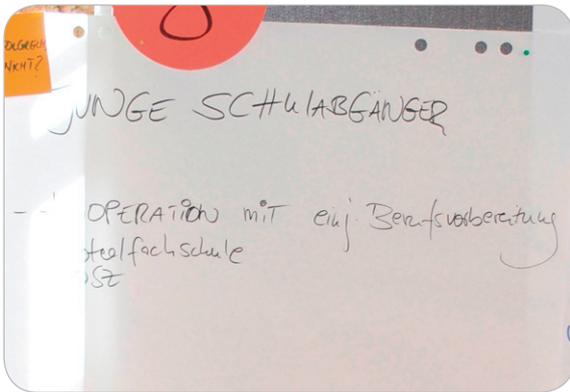
### Azubis finden: Was funktioniert gut? Was funktioniert weniger gut?

#### Gut funktioniert (Auswahl)

- Mundpropaganda, z. B. durch direktes Werben von Azubis/Mitarbeiter/innen im persönlichen Umfeld.
- Azubi-Casting-Days mit der Möglichkeit individuell auf Bewerber/innen einzugehen.
- Eat-Sleep-Drink als Beispiel für ein attraktives Ausbildungsmarketing-Tool im Web.
- Online-Bewerbungen vereinfachen den formalen Bewerbungsprozess.
- Praktikum zum gegenseitigen „Abschnuppern“.

#### Weniger gut funktioniert (Auswahl)

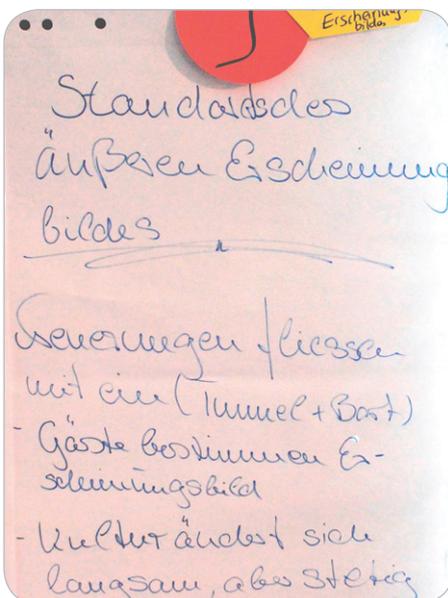
- altmodische Berufsbezeichnungen -> bspw. klingt Restaurantfachmann/-frau wenig attraktiv -> ein neuer Berufsname könnte das Image „aufpolieren“.
- Falsche Information bezüglich des Berufszweiges werden nach außen getragen (z. B. Wochenendschichten) – stattdessen müssen die positiven Inhalte viel deutlicher definiert und kommuniziert werden.



## Sehr junge Bewerber/innen im Gastgewerbe ... wie lösen?

### Flexibler Einstieg in den Betrieb!

- Es gibt gute Beispiele dafür, wie auch sehr junge Menschen im Betrieb integriert werden können.
- Verbundmodell Betrieb – berufliche Schule (Hotelfachschule, OSZ) wäre denkbar, bei dem junge Menschen ein schulisches Ausbildungsjahr absolvieren und im zweiten Ausbildungsjahr in den Betrieb bzw. in die duale Ausbildung übergehen.



## Standards des äußeren Erscheinungsbildes

### Standards versus Personality!

- Es ändert sich was. Man darf jetzt mehr und mehr auch Bart oder Ohrringe tragen.
- Grundsätzlich steuert die Erwartung der Gäste das Erscheinungsbild.
- Durch unterschiedliche Gäste sind in verschiedenen Betrieben unterschiedliche Erscheinungsbilder angemessen.
- Junge Menschen wissen dies und können einen passenden Betrieb auswählen.
- Die Kultur verändert sich langsam aber stetig.

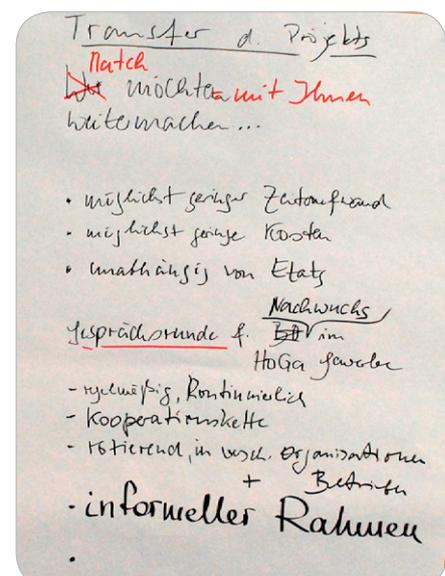
## Wie kann der Austausch von heute fortgeführt werden?

### Unabhängige Gesprächsrunden!

Ein Format wird gesucht, das den gemeinsamen Diskurs der unterschiedlichen Beteiligten weiter möglich macht, die Verbreitung erfolgreicher Instrumente unterstützt und Kooperationen stärkt. Vorgeschlagen werden regelmäßige Gesprächsrunden mit

- informellem Rahmen
- möglichst geringem Zeitaufwand
- möglichst geringen Kosten
- rotierender Organisation durch die verschiedenen Akteure

und unabhängig von Etats.



## Ausblick

Mit einem kurzen und eindeutigen Fazit entließen die Moderatorinnen der Gesamtveranstaltung die Teilnehmenden nach Hause: match! freut sich und macht weiter:

*Mit der Veranstaltung ist es gelungen, einen gemeinsamen Raum für Kommunikation und Austausch zwischen ganz verschiedenen Menschen zu schaffen. Interessierte aus unterschiedlichen Bereichen und Institutionen rund um die Ausbildung im Berliner Gastgewerbe kamen rege ins Gespräch miteinander, wurden inspiriert, tauschten Visitenkarten aus und trafen erste gemeinsame Vereinbarungen. Das Projekt match! läuft noch bis Ende 2014, und so war dies auch keine Abschlussveranstaltung, sondern der Startpunkt für weitere Zusammenarbeit. Ganz im Sinne des letzten Plädoyers – Unabhängige Gesprächsrunden! – wird match! seine noch vorhandenen Ressourcen nutzen, um regelmäßige Anlässe ins Leben zu rufen, in denen die Themen des Tages weiter vertieft werden und praktisches Handeln vorangebracht wird.*

**match!** Ihr Partner für

- ⇒ **Ausbildungsmarketing**
- ⇒ **Berufsorientierung**
- ⇒ **Matching**
- ⇒ **Ausbildungsgestaltung  
im Berliner Gastgewerbe**

<http://match-berlin.tumblr.com>

## Und was war noch?



Zur Einstimmung in das gemeinsame Thema sprachen Auszubildende von der Leinwand zu den Teilnehmenden. Den Trailer finden Sie hier: [match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung](https://match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung)



Am Rande der Veranstaltung wurde zum Videointerview gebeten. Eine Momentaufnahme zum Thema der Veranstaltung mit Perspektiven und Empfehlungen der verschiedenen Beteiligten gibt es auch als Film. Sie finden ihn hier: [match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung](https://match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung)



Kulinarisch wurden die Teilnehmenden morgens durch Auszubildende des BildungsWerk in Kreuzberg, mittags durch Auszubildende der kiez-kuechen betreut.



Die Botschaft des Tages geht an Unternehmen: Die Aussage „Unternehmen müssen sich bei Jugendlichen bewerben!“ erhielt mehr Zustimmung unter den Teilnehmenden als die Aussagen „Jugendkultur und Unternehmenskultur passen nicht zusammen“ und „Zum dualen Ausbildungssystem gibt es keine Alternative“.



Und natürlich konnten sich die Teilnehmenden den ganzen Tag über zu den analogen und digitalen match!-Angeboten beraten lassen.

**Alle Materialien und links zur Veranstaltung finden Sie auch im Internet über**  
<http://match-berlin.tumblr.com/Fachveranstaltung>

**Über Fragen und Anregungen freuen wir uns:**

Koordination match!  
Ulla Bünde, bildungsmarkt e.v.  
[ubuende@bildungsmarkt.de](mailto:ubuende@bildungsmarkt.de)  
Tel. 030 397 391 65

und alle Ansprechpartner/innen, die Sie in unseren Veröffentlichungen finden.

**Wir bedanken uns sehr herzlich für einen anregenden und konstruktiven Tag  
und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit!**

**Ihr Projektteam match!**

bildungsmarkt e.v.  
kiezküchen gmbh  
LIFE e.V.  
BWK BildungsWerk in Kreuzberg GmbH

Ein Kooperationsprojekt von



match! wird in den Jahren 2012 bis 2014 im Rahmen des Bundesprogramms „XENOS - Integration und Vielfalt“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.



EUROPÄISCHE UNION