

business & profession

Informationen zu
Personalentwicklung
und Weiterbildung

Willkommen in Berlin!



Seit September 2004 ist Seminarzentrum Göttingen als offizieller Partner des BLC engagiert und mit *Stefan Komoß*, Geschäftsführer Seminarzentrum Göttingen, im Beirat vertreten.

Das *Business Location Center* (BLC) Berlin bündelt mit vielfältigen Angeboten einer Informations- und Aktionsplattform die Interessen am Wirtschaftsstandort Berlin. Das multimediale Standortinformationssystem umfasst an Informationsservices Daten zu Märkten, Technologien, Arbeitsmarkt, Immobilien, Außenwirtschaft, Forschung, Infrastruktur und Finanzierung. Als Public-Private-Partnership-Projekt wird es von der Wirtschaftsförderung Berlin International GmbH, dem Berliner Senat und zahlreichen Partnern aus der Berliner Wirtschaft gemeinsam betrieben. Im Ludwig Erhard Haus bietet das BLC mit einem Showroom die Möglichkeit

zur Präsentation des Standortes für interessierte Investoren und darüber hinaus den räumlichen Rahmen für Dialoge, Meetings, Know-how-Austausch und Veranstaltungen.

Seminarzentrum Göttingen ist seit 1991 in Berlin tätig. Im Laufe der 15-jährigen Unternehmenspräsenz am Standort Berlin ist eine nachhaltige Partnerschaft mit regionalen Unternehmen und privaten wie auch öffentlichen Institutionen in allen Fragen professioneller Beratungs- und Personalentwicklungsdienstleistungen gewachsen. Der Wandel von Unternehmensstrategien und die Dynamik in der Neugestaltung von Geschäftsprozessen stellen ständige Herausforderungen an die Strategieumsetzung, die Wahrnehmung von Fach- und Führungsaufgaben und die Veränderung von Kompetenzen, insbesondere von Personalqualifikationen dar. Das

Dienstleistungsportfolio von Seminarzentrum Göttingen setzt dabei jeweils an den direkten Lösungsbedarfen der Partner und Kunden an. Dialog, Anstöße und Begegnung leiten das Kommunikationsverständnis. Im Dezember 2004 organisierte Seminarzentrum Göttingen im BLC seine erste "Business-Talkrunde" zum Thema Fördermittel für mittelständische Unternehmen: Der Referent der Wirtschaftsförderung Berlin International, *Bernd Reimer*, initiierte mit einem gelungenen Überblick über den "Förderdschun- gel" eine rege Diskussion mit und unter den Teilnehmern. Mit den "Business-Talkrunden" will Seminarzentrum Göttingen künftig einmal im Quartal für einen Kreis von jeweils 12 Unternehmensvertretern mittelstandsspezifische Themen zur Information und zum Dialog anbieten.

Im Netzwerk des BLC lässt die Vielfalt der eingebundenen Partner und Kompetenzen für 2005 spannende Perspektiven aus der gemeinsamen Kommunikation für die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Berlin erwarten. ▀



B Business Location Center Berlin
Karin Teichmann,
Tel: (0 30) 3 99 80-2 56
www.blc.berlin.de

Partner im BLC

Berliner Modell

Kreativjob im Kurzinterview

Liebe Leserinnen und Leser,

wir hoffen, das neue Jahr hat gut und vor allem gesund für Sie begonnen und begrüßen Sie mit der aktuellen Ausgabe unseres Newsletters "business & profession".

Dialog im Business Location Center (BLC) Berlin: Seit September 2004 engagiert sich Seminarzentrum Göttingen als offizieller Partner dieses Public-Private-Partnership-Projekts.

Bewerbermangel auf dem Berliner Arbeitsmarkt?! Eine Rekrutierungsinitiative für die Call-Center-Branche hat 140 offene Stellen mit geeigneten Bewerbern besetzt.

Im "Berliner Modell" verbinden sich selbstlerngestützte Weiterbildung und begleitendes Vermittlungcoaching von PSA-Mitarbeitern. Mit dem Pilotprojekt von Seminarzentrum Göttingen und Randstad Deutschland realisierte die Geschäftsstelle Steglitz eine Vermittlungsquote von über 70 %.

Explizit an Frauen richtete sich die im November 2004 von der Regionaldirektion Berlin-Brandenburg der Bundesagentur für Arbeit organisierte Messe zum Thema "Chancengleichheit am Arbeitsmarkt".

Ein Blick hinter die Kulissen der PR-Arbeit: Monika Ertel, Art Direktorin der Agentur unic marketing setzt seit 2003 für Seminarzentrum Göttingen vielfältige Gestaltungsanliegen um.

Im Projekt "GÖtrain 2004/2005" begeisterten 17 Trainees verschiedene Unternehmen als Fallstudiengeber und die Jury für die in den Teams entwickelten Konzepte.

In unserer Reihe "Future jobs" finden Sie eine Skizze zum Medieninformatiker.

Kreative Ideen, deren erfolgreiche Umsetzung und weitere vielfältig positive Überraschungen wünschen wir Ihnen auch für das Jahr 2005.



Anja Eckert

Stefan Komob

Rekrutierung für Berliner Call Center

Offene Stellen und nicht genügend Bewerber? In einigen Branchen ist diese Situation schon heute ein Hemmnis für Auftragsumsetzung und Wachstumsentwicklung von Unternehmen.



Call Center AKADEMIE

Sie begeistern sich für den Umgang mit Menschen und wollen 2005 neue berufliche Chancen ergreifen?

Wir suchen im Auftrag von Unternehmen in Berlin

Call us

telefonische Kundenberater(in)/ Telefonverkäufer(in)

Wenn Sie sich den Einstieg in eine spannende Branche mit hervorragenden Wachstumschancen vorstellen können, dann rufen Sie uns an:

(0 30) 5 47 02-2 55

oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto) an:

Call Center Akademie
Allee der Kosmonauten 33g
12681 Berlin
E-Mail: berlin@call-center-online.de

Besonders gravierend ist der Bewerbermangel seit Mitte 2004 für Berliner Call Center gewesen. Für zunächst acht Call Center und dann insgesamt 12 Unternehmen in Berlin hatte die Wirtschaftsförderung Berlin über die Servicegesellschaft gsub deshalb eine Rekrutierungskampagne initiiert. Seminarzentrum Göttingen wurde mit dem Projektbereich Call Center Akademie im August 2004 beauftragt, kurzfristige Stellenbesetzung zu unterstützen.

Innerhalb von wenigen Tagen wurde mit Hilfe der Agentur unic marketing, Göttingen eine Anzeigenkampagne entwickelt. Es galt, gezielt Interessenten für eine Call-Center-Tätigkeit anzusprechen, um diese später auf die unterschiedlichen Funktionen und Aufgaben in den Unternehmen vorzu-

bereiten. "Dies ist sehr gut gelungen", so *Burkhard Volbracht*, Projektleiter der gsub. Insgesamt konnten in nur vier Monaten mehr als 140 Stellen im Rahmen der Initiative besetzt werden. Eine überdurchschnittliche Erfolgsbilanz, die auch auf der Pressekonferenz der Wirtschaftsförderung Berlin International im Januar 2005 im Rahmen der Call Center World gewürdigt wurde.

Bei *Doris Weylandt* waren es zunächst Neugier und die Notwendigkeit eines Neueinstiegs im Anschluss an eine ABM-Beschäftigung, die die 54-Jährige dazu veranlassten, auf die Anzeige der Call Center Akademie Berlin zu reagieren. Die 14-tägige Schulung und eine gehörige Portion Selbstbewusstsein halfen der zweifachen Mutter dabei, die letzten

Hemmschwellen zu überwinden. Unterstützt durch Beratungs- und Vermittlungsbegleitung der Call Center Akademie Berlin konnte sie ihr Ziel verwirklichen – seit November 2004 ist *Doris Weylandt* fest angestellte Mitarbeiterin in einem renommierten Call-Center-Unternehmen. "Ich bin mit dem Angebot der Call Center Akademie rundum zufrieden", so das Fazit der gelernten Industriekauffrau.

Anerkennung für die punktgenaue Rekrutierung gab es auch direkt von den Unternehmen. "Ohne diese kurzfristige Personalunterstützung wäre die Realisierung eines Großauftrages nicht möglich gewesen", so *Anne Hertel*, Niederlassungsleiterin von Creyf's Personalservice. ▀

Call Center Akademie
Tel: (0 30) 5 47 02-2 55
Mail: berlin@call-center-online.de

Branchen-Initiative
Berlin

Kompetenzpartnerschaft Weiterbildung und Coaching

Seminarzentrum Göttingen und das Zeitarbeitsunternehmen Randstad Deutschland haben gemeinsam das "Berliner Modell" zur vermittlerischen Unterstützung und individuellen Weiterbildung von PSA-Beschäftigten entwickelt und setzen dieses Modell seit Oktober 2004 auch bundesweit um.

Der Grundgedanke einer Personal-Service-Agentur (PSA) besteht darin, dass die Agenturen für Arbeit über neun Monate eine Beschäftigung für ausgewählte Arbeitsuchende in einer Zeitarbeitsunternehmung fördern und diese dadurch wieder gezielt an den ersten Arbeitsmarkt heranführen. In verleihefreien Zeiten erlaubt dies für die PSA-Mitarbeiter die Wahrnehmung von Zusatzleistungen, insbesondere die Möglichkeiten der individuellen Qualifizierung und Vermittlungsunterstützung.

"Wir haben uns auf unsere Kernkompetenz der Arbeitnehmerüberlassung



Erik Krömer, Leiter
Arbeitsmarktprojekt Randstad

konzentriert und mit Seminarzentrum Göttingen einen erfahrenen Partner für diese begleitenden Zusatzleistungen gefunden", so Erik Krömer, Leiter Arbeitsmarktprojekt am Firmensitz von Randstad Deutschland in Eschborn.

Dem "Berliner Modell" liegen Konzept und Organisation von InZenit zu Grunde, welches den tagesaktuellen Einstieg in selbstlerngestützte Weiter-

bildung mit der begleitenden Vermittlungsunterstützung durch einen Coach verbindet. Im Berliner Pilotprojekt, das Seminarzentrum Göttingen in der Geschäftsstelle Steglitz umsetzt, hat dies bisher eine Vermittlungsquote von über 70% realisieren lassen.

Inzwischen ist das "Berliner Modell" mit erfahrenen Kooperationspartnern aus dem Bundesverband der Schulen in freier Trägerschaft (VDP) bundesweit auf regionale und lokale PSA-Standortprojekte der Randstad Deutschland übertragen. Die Kooperationen z. B. an den Standorten Köln, Hamburg und Dessau haben gezeigt, dass das Berliner Modell in Regionen mit ganz unterschiedlichen wirtschaftlichen Voraussetzungen ebenso erfolgreich sein kann. ▀

i InZenit – Zentrum für individuelles Training
Tel: (0 30) 84 49 50-0
Mail: steglitz@szg.de

"Berliner Modell"

"Women only"

Jobperspektiven auf der Frauenmesse im Roten Rathaus zu Berlin



Berliner Frauenmesse

"Chancengleichheit am Arbeitsmarkt" hatte die Regionaldirektion Berlin-Brandenburg der Bundesagentur für Arbeit erstmals im November 2003

zum besonderen Messethema gemacht. Bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz, einer neuen Arbeitsstelle oder beim Wiedereinstieg in das Berufsleben sollte dieses Forum Frauen aller Altersstufen Informationen und Impulse vermitteln. Das hohe Interesse der Besucherinnen dieser ersten Messeveranstaltung ermutigte für eine zweite Runde am 23. November 2004.

28 Aussteller von der Agentur für Arbeit bis zur branchenspezifischen Fachvermittlung beteiligten sich mit Vorträgen und Informationsangeboten.

Für Seminarzentrum Göttingen stand Bewerbungsberatung im Vordergrund. Angelika Klepsch, Heidi Rehak und Heike Neumann informierten über die Gestaltung von Bewerbungsmappen, über die Formulierung von Bewerbungsschreiben bis hin zum Lebenslauf oder über geeignete Weiterbildungsangebote. Die Bereitschaft, für aktuelle Expertentipps Wartezeiten in Kauf zu nehmen, war hoch. Am Ende eines langen Messetages hatten viele Besucherinnen interessante, konstruktive und individuelle Anregungen mit auf den Weg genommen. ▀

Frauen sind dabei!

Es war einmal...

"Geschichtenerzählung" und andere kreative Ideen für die Unternehmenspraxis



29.10.2004, gespannte Stille legte sich über Raum 101 im Seminarzentrum Göttingen. Es war Zeit für die Präsentation der Fallstudienenergebnisse der zweiten Trainingsmaßnahme des Traineeprojektes "GÖtrain 2004/2005".

17 Trainees bzw. Traineeanwärter hatten Fallstudienteams gebildet, um für verschiedene Unternehmen und Institutionen Konzepte zu erarbeiten. Die Firmen hatten dafür gesorgt, dass die Teams ihre Aufgabenstellungen aus der konkreten Unternehmenspraxis erhielten.

Die Vorbereitungszeit sollte den angehenden Trainees nicht lang werden: Umfangreiche und detaillierte Ideen wurden entwickelt, ausgearbeitet und für eine 30-minütige Präsentation zusammengefasst. Durchaus eine gewisse Herausforderung für die Teams, ihren Ideenreichtum in so kurzer Zeit zu bündeln! Bei den Unternehmensvertretern, die während der jeweiligen Präsentation "ihres" Themas als interessierte wie auch kritische Jury fungierten, sorgten die Resultate für positive Überraschungen:

Mittelalter zum Anfassen:

"1 A! Ich bin rundum zufrieden und hoffe, dass Sie Ihren zukünftigen Traineegebern genauso gute Ergebnisse liefern!" resümierte *Martina Krug*, Museumsleiterin, Städtisches Museum Hann.Münden. Das Fallstudienteam präsentierte als kreative und konkrete Ideen das "Einkaufen wie zu Uromas Zeiten", bei dem eine im Museum ausgestellte Ladeneinrichtung bestückt mit zur damaligen Zeit erhältlichen Waren als Kulisse dient, oder etwa die "Höfische Geschichtenerzählerin", welche Märchen und Geschichten vergangener Zeiten zum Besten gibt. Selbstverständlich hatte das Team es nicht versäumt, eine dafür geeignete Person zu identifizieren und zu kontaktieren. Diese und viele weitere Vorschläge zur Ge-

staltung des Internationalen Museumstages 2005 hatten *Martina Krug* sofort richtig begeistert und werden sicher auch bei den Besuchern des Museumstages für Aufmerksamkeit sorgen.

Nicht nur Winterzeit ist Virenzeit ...

... so lautete einer der Slogans, den ein weiteres Team für die NuS Computer-Netze und EDV-Systeme GmbH entwickelte. Neben der eigentlichen Aufgabenstellung, welche die Konzeption eines Anschreibens für eine Direktmarketingmaßnahme vorsah, fand die Gruppe sogar noch die Zeit kreative Flyer zu entwerfen. Letztere fanden nicht nur besonderen Anklang bei *Erika Amslinger*, Marketingbeauftragte der NuS GmbH, sondern erheiterten mit Wortspielen rund um den Firmennamen wie "Bei uns bekommen die Viren eins auf die NuS!" auch die weiteren Teilnehmer der Präsentation.



(von li. n. re.): *Erika Amslinger*, NuS GmbH mit dem Projektteam *Stefanie Grünberg*, *Michaela Meyer*, *Thomas Svensen*, *Matthias Beuchel*

Was bedeutet eigentlich "Kanake"?

Antworten nicht nur auf diese Frage sollte eine für die Gesellschaft für bedrohte Völker e. V. entworfene Jugendhomepage klären. Und auch hier gelang es dem Team, ihren Fallstudiengeber zu überraschen: Ein Lexikon von "Aborigine" bis "Zwangsumsiedlung" wurde als "I-Tüpfelchen" der

Page präsentiert. "Die Idee gefällt mir sehr gut, so etwas hatten wir bisher nicht!" kommentierte *Yvonne Bangert*, für die Internetpräsenz verantwortlich bei der Gesellschaft für bedrohte Völker e. V., den Vorschlag.

Wie ein Gabelstapler zur Unterhaltung beiträgt ...

... wurde in der Präsentation eines Veranstaltungskonzeptes für die Jahresfeier der Distrob GmbH schnell klar: Rundfahrten für Kinder sollten damit angeboten werden. Insbesondere die detailgenaue Ausarbeitung des Konzeptes beeindruckte das Präsentationsforum. So wurde bei der Budgetierung bis auf die Kommastelle genau gerechnet, ausführliche Angebote für das Catering konnten präsentiert werden und auch die wenig wünschenswerte Situation "Regenwetter" und natürlich Sicherheitsaspekte wurden berücksichtigt. "Ich finde es ganz toll, was herausgekommen ist! Sie sind sehr tief in die Materie gegangen!" konstatierte *Rainer Schlothauer*, Leiter Operatives Management, Distrob GmbH.

Um 15:30 Uhr ging ein ereignis- und informationsreicher Präsentationstag zu Ende. Die gespannte Stille zu Beginn des Tages hatte sich zu einem lebhaften Kommunikations- und Visualisierungsspektrum gewandelt. Für die Teilnehmer der Präsentationen hatten die vielen kreativen Anstöße einen durchaus unterhaltsamen Tag geboten. *Werner Hüsich*, Hochschulteam der Agentur für Arbeit Göttingen und als Initiator des Pilotprojektes seit mittlerweile sechs Jahren aufmerksamer und interessierter Begleiter dieser Praxisveranstaltungen wünscht den angehenden Trainees, dass sie auch bei ihren zukünftigen Arbeitgebern eine solche Portion an kreativen Ideen einbringen, wie sie sie an diesem Tag mehr als facettenreich vorgestellt haben. ▀



Newsletter und der Spaß an neuen Herausforderungen

Kreativjob im
Kurzinterview



Monika Ertel, Art Direktorin
unic marketing GmbH & Co. KG, Göttingen

Layout und Druck des Newsletters "business & profession" läuft seitens der betreuenden Agentur, unic marketing in Göttingen, seit 2003 unter der Regie von Art Direktorin *Monika Ertel*. Sie ist verantwortlich für die Entwicklung und Umsetzung von Designanliegen und Gestaltungselementen in den Bereichen Marketing und Öffentlichkeitsarbeit von Seminarzentrum Göttingen. Unter der "Feder" der erfahrenen Art Direktorin entstehen Flyer, Anzeigen sowie die jährliche Publikation "Karrieren in Bewegung", zu der im vergangenen Herbst das Special "Bewerbungen, die bewegen" erschienen ist.

Die Redaktion hat zu Motivation und Anforderungen des Kreativjobs bei

Monika Ertel nachgehakt. Als besonderen Reiz ihrer Aufgabe nennt die Art Direktorin, die vor ihrer 4-jährigen Agenturtätigkeit selbständig war, den "Spaß im Team zu arbeiten" und die Möglichkeit über den "Grafik-Teller- rand hinaus kreativ gefordert zu sein". Für die Entwicklung neuer Ideen und für die Umsetzung individueller Kundenanliegen empfindet sie den gegenseitigen Austausch als besonders bereichernd und wichtig. In andere Funktionen, wie das Delegieren, das die Position einer Art Direktorin mit sich bringt, musste sie allerdings erst hineinwachsen.

Als wichtige persönliche Eigenschaften rückt *Monika Ertel* die Fähigkeit Ruhe zu bewahren, Konzentration, gute konzeptionelle Fähigkeiten und natürlich eine grundsätzliche Kreativität in den Vordergrund. Ohne eine Vielzahl origineller Ideen, die gleichzeitig umsetzbar und praxistauglich sein sollten, ist man in der Branche nicht gut aufgehoben.

Auf die Frage, welche weiteren Eigenschaften von besonderer Bedeutung sind, antwortet die Art Direktorin, dass für sie auch Kommunikationsgeschick sowie Fingerspitzengefühl und Sensi-

bilität im Umgang mit dem Kunden dazu zählen. "In fast jedem Neukundengespräch geht es zunächst darum, die Kompetenz der Agentur zu vermitteln und deutlich zu machen, dass alle eingebundenen Akteure vom Fach sind. Die Leistung der Grafiker wird leider oft unterschätzt", erläutert *Monika Ertel*. Das heißt, dass es so manchen Entscheidungsträger auf Kundenseite davon zu überzeugen gilt, Vorschläge auch nach grafischen Gesichtspunkten zu würdigen statt nur nach seinem persönlichen Geschmack auszuwählen.

So gehören möglichst genaue und offene Briefings und eine konkrete Verständigung auf die zu vermittelnde Corporate Identity für *Monika Ertel* zu den maßgeblichen Kriterien für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Nicht weniger wichtig sind für sie ein realistischer Zeitplan und natürlich eine ordentliche Portion Spaß.

An der langjährigen Kundenbeziehung mit Seminarzentrum Göttingen schätzt sie vor allem den großen Fundus an inhaltlichen Informationen, auf den sie jederzeit zurückgreifen kann. ▀

FUTURE JOBS

Medieninformatiker

Wie etwas digital in Szene gesetzt wird, das wissen *Medieninformatiker*. Sie sind Allrounder, die sowohl etwas von IT-Systemen als auch von Medien (Print, Radio, TV und Internet) verstehen. Zu ihren Hauptaufgaben gehört es, Multimediakonzepte in die Computersprache zu übersetzen. Dafür sind nicht nur Informatikkenntnisse und technisches Interesse wichtig. Vor allem Schnittstellenkompetenz ist

das Zauberwort, denn Medieninformatiker müssen sowohl Kenntnisse in der Medienkonzeption, -didaktik und -psychologie, der Video- und Audioproduktion, dem Screen- und Webdesign als auch der Programmierung interaktiver Medien besitzen. Ohne ein gewisses Gespür für Ästhetik, Gestaltung, Farbe, Strukturen und Formen geht es nicht.

Der Weg zum Medieninformatiker führt entweder über einen eigenständigen Studiengang oder eine Vertiefungs-/Spezialisierungsrichtung innerhalb von Informatik-Studiengängen. Alternativen sind berufsbegleitende Weiterbildungen oder Fortbildungen im Gestaltungs- und Medienbereich. ▀

Digitale Wege



+++ arbeitsmarkt-ticker +++ arbeitsmarkt-ticker +++

Die mit der "Hartz"-Reform verbundenen neuen gesetzlichen Regelungen zielen auch auf ein neues Qualitätskonzept für die von der Bundesagentur für Arbeit geförderten Weiterbildungen. Die im Juni 2004 im Bundesgesetzblatt veröffentlichte neue "**Anerkennungs- und Zulassungsverordnung – Weiterbildung – AZWV**" ist am 01.07.2004 in Kraft getreten. Während zuvor die Trägeranerkennung über die jeweilige Agentur für Arbeit erfolgte, werden diese Aufgaben zukünftig von Fachkundigen Stellen übernommen. Welchen Qualitätsmanagementansatz (ISO 9000, EFQM, Selbstevaluation etc.) der Träger anwendet, bleibt seiner Wahl überlassen, soweit die in der Verordnung geforderten Kriterien erfüllt werden. Die Geltungsdauer der Zulassung ist auf maximal drei Jahre begrenzt. Eine Übergangsregelung gilt bis 31.12.2005.

Mit einem **Vermittlungsgutschein** der Bundesagentur für Arbeit können Arbeitsuchende einen oder mehrere private Arbeitsvermittler ihrer Wahl mit der Jobvermittlung beauftragen. Der Gutschein kann bei der zuständigen Agentur für Arbeit persönlich abgeholt oder formlos beantragt werden. Seit dem 01.01.2005 sind hierzu einige neue Regelungen in Kraft getreten: Der Vermittlungsgutschein kann nicht wie bisher erst nach dreimonatiger, sondern bereits nach sechswöchiger Arbeitslosigkeit beantragt werden. Bezieher des Arbeitslosengeldes II (Hartz IV) haben keinen Anspruch auf einen Vermittlungsgutschein. Die Höhe des Vermittlungsgutscheines beträgt nun einheitlich 2.000 Euro und es wird ihn zunächst bis zum 31.12.2006 geben.

Zusätzliche Arbeitsgelegenheiten mit Mehraufwandsentschädigung, sog. "**Ein-Euro-Jobs**", sollen bei Arbeitsuchenden die Beschäftigungsfähigkeit erhalten bzw. wiederherstellen und

damit die Chancen auf Integration in den ersten Arbeitsmarkt erhöhen. Es handelt sich dabei nicht um sozialversicherungspflichtige Beschäftigungen. Die Arbeitsuchenden erhalten eine Mehraufwandsentschädigung von ein bis zwei Euro, die nicht auf das Arbeitslosengeld II angerechnet wird und so eine Erhöhung des Transfergehalts ermöglicht. Gefördert werden maximal 30 Stunden pro Woche über einen individuell festgelegten Zeitraum. Die Arbeiten müssen zusätzlich und gemeinnützig sein bzw. im öffentlichen Interesse liegen, worunter in der Regel Tätigkeiten in Kommunen, bei Wohlfahrtsverbänden und kirchlichen Einrichtungen fallen. Es gibt aber in einigen Bundesländern bereits Vorstöße, die "Ein-Euro-Jobs" auch auf bestimmte Bereiche der privaten Wirtschaft auszuweiten. In die öffentliche Kritik sind diese Beschäftigungen geraten, da neben einem erheblichen Verwaltungsaufwand Marktverzerrungen und negative Beeinträchtigungen gewerblicher Unternehmen befürchtet werden.

Weitreichende Veränderungen im Bereich der Berufsausbildung wird die im vergangenen Jahr von den Regierungsparteien beschlossene **Berufsbildungsreform** mit sich bringen. So soll zwar weiterhin an der dualen Ausbildung festgehalten werden, darüber hinaus will man aber alternative Möglichkeiten zur Ablegung der Abschlussprüfung schaffen. Auch im Bezug auf den Ablauf der Prüfungen sind eine Reihe neuer Regelungen geplant. Beispielsweise soll die klassische Zwischenprüfung in vielen Ausbildungsberufen umgestaltet werden. Mit der Inkraftsetzung des neuen Berufsbildungsgesetzes ist nicht vor dem 01.03.2005 zu rechnen. ▀

Impressum

Herausgeber/Redaktion:
Seminarzentrum Göttingen
GmbH & Co. KG
Zentrale Dienste
Marketing/PR
Maschmühlenweg 2
37073 Göttingen
Tel: (05 51) 4 98 00-0
Fax: (05 51) 4 98 00-8 90
Mail: goettingen@szg.de
Web: www.szg.de

Layout:
unic marketing GmbH & Co. KG,
Göttingen

Druck:
Goltze-Druck, Göttingen