

Berufdienstprojekte aus dem Distrikt 1900

RC Passport D1900

RC Höxter

RC Essen-Centennial

RC Halle Westfalen

Die vier Bielefelder Rotary Clubs

RC Hohenlimburg-Letmathe

RC Ruhr

RC Selm Kaiser Barbarossa

RC Gevelsberg

RC Bochum-Mark mit weitem

RC Paderborn Kaiserpfalz

RC Hagen-Lenne

RC Hamm

Die drei Herforder Rotary Clubs



Club: Halle Westfalen

Projekt: PRO-Holzmanufaktur und Grundschulwerkstatt

Zielgruppe

Bildungschancen für benachteiligte Jugendliche im Kreis Gütersloh. Mit ihrem Ausbildungsangebot zum „Fachpraktiker für Holzverarbeitung“ richtet sich die Holzmanufaktur an junge Menschen mit sonderpädagogischem Unterstützungsbedarf. Darüber hinaus unterrichtet unser Projektpartner in einer Grundschulwerkstatt bereits Kinder ab der zweiten Klasse jeweils einen Tag pro Schuljahr mit dem Ziel der handwerklichen Früherziehung.

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Junge Menschen mit sonderpädagogischem Förderbedarf haben anders als Menschen mit Behinderung keinen Rechtsanspruch auf einen Arbeitsplatz in einer Werkstatt für behinderte Menschen. Somit konkurriert diese Gruppe auf dem freien Arbeitsmarkt mit nicht behinderten Menschen und hat wenig bzw. keine Chance, mit eigener Arbeit ihren Lebensunterhalt zu verdienen und die immer geforderte „Teilhabe am gesellschaftlichen Leben“ zu erfahren.

Bereits in den Klassen 8 und 9 bietet die Holzmanufaktur einen betreuten Kontakt mit handwerklicher Arbeit und fördert so die handwerkliche Kreativität.

Da bereits in der Grundschule ein Großteil des Lernens rein kognitiv und immer weniger handwerklich stattfindet, möchte die Holzmanufaktur bereits in diesen frühen Jahren ansetzen und vor allem auch Kindern mit Lerndefiziten durch die handwerkliche Arbeit die Möglichkeit geben, Erfolgserlebnisse im Schulleben zu erleben. Weitere positive Aspekte bei der handwerklichen Arbeit in diesem jungen Alter sind unter anderem Punkte wie: - Einfachere Integration von Migrantenkindern, da weniger Sprachbarrieren - Weniger Stereotypen (was machen Jungen, was machen Mädchen?); dadurch auch einfacher möglich, Mädchen für das Handwerk zu gewinnen.

Angebot

Wir bieten den Jugendlichen durch unseren Projektpartner die Möglichkeit eines erleichterten Einstiegs in eine erfolgreiche Berufsausbildung. Gerade der Einstieg ins erste Ausbildungsjahr wird in der Holzmanufaktur durch gezielte pädagogische Maßnahmen intensiv betreut und gefördert.

Dies ermöglicht den Auszubildenden i. d. R. einen Einstieg in eine gewerbliche Ausbildung zum 2. Ausbildungsjahr. Die Aufnahme durch einen gewerblichen Ausbildungsbetrieb wird durch die Holzmanufaktur nach Kräften unterstützt. Nach Abschluss der Facharbeiterprüfung ist eine Weiterbeschäftigung im ersten Arbeitsmarkt dann mit hoher Wahrscheinlichkeit gesichert, was ohne die Förderung bei der Aufnahme der Ausbildung selten gelingt.

Handwerkliche Früherziehung in der Grundschulwerkstatt ab Klasse 2

Unser Projektpartner bietet schon besonders jungen Schülern ab KL. 2 einen geschützten und fachlich angeleiteten Zugang zu handwerklichen Arbeiten mit dem Werkstoff Holz. Durch praktisches Lernen und die Entdeckung neuer, eigener Stärken gelingt der Aufbau von Selbstvertrauen und Kreativität.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

Wir erreichen die Zielgruppen durch unseren Projektpartner, der als gemeinnütziger Verein „Holzmanufaktur e. V.“ in der Gesamtschule Harsewinkel mit eigener Werkstatt aktiv ist.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

Mit der ausführenden Rolle unseres Projektpartners haben wir zunächst nur begrenzten persönlichen Zugang zu den Arbeiten innerhalb der Holzmanufaktur. Um diesen Zugang im Zeitverlauf besser zu entwickeln möchten wir gemeinsame Veranstaltungen bzw. unterstützende Aktionen durchführen. Wir möchten mit den Verantwortlichen der Holzmanufaktur prüfen, ob es Möglichkeiten zur aktiven Kooperation vor Ort gibt und welche davon besonders interessant erscheinen.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

Der gewünschte Unterstützungsbetrag p. a. beträgt netto € 3000,- Bei durchgehender Nutzung der durch die Holzmanufaktur bereitgestellten Dienste soll die Förderung über drei Jahre gewährleistet werden.

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

Holzmanufaktur Harsewinkel e.V.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Zurückliegende und kommende Abstimmungsgespräche sowie geplante Besuche zum besseren Kennenlernen des Projektpartners / Vorträge etc. werden ggf. ein- bis zwei (Mann) Wochen in Anspruch nehmen. Genaue Zeitaufwände sind aktuell allerdings schwer einzuschätzen. Unsere Rolle als Unterstützer beinhaltet auch einen Beitrag zur Publizierung des Projekts in der Öffentlichkeit. Darüber hinaus wird der Rotary Club Halle sich in regelmäßigen Abschnitten über den Fortgang des Projekts während der dreijährigen Projektphase erkundigen und ggf. auch aktiv unterstützen.

Club: Selm Kaiser Barbarossa

Projekt: Selmer Azubinale

Zielgruppe

Schüler der weiterführenden Schulen (Abschlussklassen) in Selm und Selmer Unternehmen.

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Die Schüler brauchen frühzeitige Unterstützung in der Berufsorientierung, Berufswahl und beim Eintritt in die Ausbildung. Sie haben die Chance, Unternehmen und Auszubildende kennenzulernen. Die Unternehmen haben die Chance, Nachwuchskräfte kennenzulernen.

Angebot

Wir bieten der Zielgruppe hinsichtlich ihrer Probleme ... um zu erreichen, dass ...

siehe Antwort zu Frage 6!

Marketing

Wir erreichen die Zielgruppe durch eine jährliche Veranstaltung. Die Schüler haben die Möglichkeit, Selmer Unternehmen und diverse Ausbildungsberufe kennenzulernen, indem sie an fünf Stationen ausbildungstypische Übungen machen können. Zur Vorbereitung erhalten sie mit einer Broschüre schriftliche Informationen über die Unternehmen, die im Rahmen des Unterrichts besprochen werden. So treffen sie vorab eine Auswahl.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

Wir haben ein gutes Netzwerk gegründet mit dem Übergangmanagement Schule-Beruf der Stadt Selm, dem Jobcenter Kreis Unna, dem Multikulturellen Forum e. V., den Selmer weiterführenden Schulen und der Stadt Selm.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

Neben ganz viel Men- und Women-Power kostet die Erstellung der Broschüre ca. 1.000 € (davon regelmäßig 700 € durch den Club gesponsert), die Raummiete ca. 500 €. Alles andere wurde bisher durch die Stadt, Selmer Unternehmen und andere Institutionen unterstützt bzw. gesponsert. Weitere Kosten können aktuell entstehen. Geplant sind eine Azubinale-App und ein YouTube-Kanal. Diese Kosten sind noch nicht geklärt.

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

Die Veranstaltung hat bisher zweimal im Bürgerhaus der Stadt Selm stattgefunden. In diesem Jahr musste sie coronabedingt ausfallen.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Die Projektplanung ist ein Jahresprogramm. Die Azubinale findet an einem Tag statt.

Club: Höxter

Projekt: Mit Herz und Hand

Zielgruppe

Schülerinnen und Schüler, ca. 1 Jahr vor Abschluss. Ziel ist es, bei der Berufsorientierung zu helfen und zum Denken über die richtige Berufswahl anzuregen. Daher ist es egal, ob es Schüler*Innen des Gymnasiums oder der Hauptschule sind ...

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Berufsorientierung. Was will ich wirklich? Wo sind meine Stärken? Heutzutage erhalten die Schüler*Innen viele Jobangebote (Fachkräftemangel). Oft wissen sie aber nicht, was sie wirklich wollen!

Angebot

Wir bieten der Zielgruppe eine Orientierung und viele Denkanstöße, um zu erreichen, dass sie mehr über ihren zukünftigen Weg, ihre Stärken und Interessen nachdenken! Wir erreichen dies über ein Theaterstück, bei dem ein Zimmermann über seine Lebenserfahrungen berichtet und dabei eine Brücke erbaut. Diese wird dann Teil der Diskussionen und interaktiv eingesetzt. Zitat: „Mit Herz und Hand Rotary Höxter sponsert Theaterstücke zur Berufsorientierung an Schulen in Höxter und Brakel Der Rotary-Club Höxter hatte sich zum Ziel gesetzt, Berufsorientierung mal ganz anders zu gestalten: ohne spröde Vorträge - stattdessen viel erlebbarer und interessanter für die Schülerinnen und Schüler, die schon bald eine der wichtigsten Entscheidungen in ihrem Leben treffen müssen: Was möchte ich mal werden?!?“.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

ein interaktives Theaterstück. Schüler*Innen erreicht man wenig durch Vorträge. Man muss alternative Wege gehen, um die zum wirklichen Nachdenken anzuregen. Zitat: „Bereits kurz nach dem Auftreten des Zimmermeisters Paul Ballmer wird klar, dass es sich nicht um einen normalen Vortrag zur Berufsorientierung handeln wird. Neben seinen eigenen handwerklichen Fähigkeiten gelingt es Herrn Richard Betz, über seine Kunstfigur Paul Ballmer, den Schülerinnen und Schülern seine Liebe zum Handwerk zu vermitteln und zugleich auch vielfältige weitere Lebenswege mit Hoch- und Tiefpunkten, Krisen, Umwegen und Chancen vor Augen zu führen. Dabei zeigt er viel Humor, eine tolle Bühnenpräsenz und macht den Schülerinnen und Schülern Mut, nach den eigenen Träumen zu suchen, sich „selbst heraus zu finden“ und dann für diese Träume zu kämpfen. Bezugspunkt seiner Überlegungen sind dabei vielfach Pläne und Ziele Leonar-

do da Vincis, der immer vom Fliegen träumte. Die im Laufe des Stückes erbaute „da Vinci“ - Brücke bildet schließlich End- und Höhepunkt der Veranstaltung. 160 Schülerinnen und Schüler der Vorabschlussklassen der Schulen der Brede wurden von R. Betz und seinem Theaterstück „Mit Herz und Hand“ in den Bann gezogen. Mucksmäuschenstill folgten sie der Lebensgeschichte von Paul Ballmer, die in traditioneller Zimmermannstracht mit schwarzem Schlapphut, Motorsäge und Spezialbohrer erzählt wird. Verpackt in diese spannende Geschichte transportiert er seine Botschaften. Die verbreitete Annahme, wer nicht studiert, hat schon verloren, sei ein Schmarrn! Und wer ein Leben lang nur ans Geld denke, komme nicht weit! Ohne Missionieren zu wollen rät er auch den Jugendlichen am KWG in Höxter, herauszufinden, wo ihre wirklichen Interessen und Stärken liegen. „Finde Dich selbst und Du erfindest Dich neu“. „Achtet darauf, dass ihr es gerne macht – und dass ihr es gut macht!“ sind weitere Kernaussagen. Es waren zwei tolle, inspirierende Auftritte, die hoffentlich vielen Schülerinnen und Schülern wichtige Denkanstöße für die richtige Berufswahl gegeben haben.“

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

1 Schauspieler 2-3 Vertreter von Rotary, um die anschließende Diskussion mit zu begleiten.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

Ausgaben in Höhe von ca. € 800 pro Auftritt. Ich halte es persönlich für sinnvoll, wenn die Schule davon zum Beispiel 1/3 übernimmt, da ein kostenfreies Angebot oft nicht gewürdigt wird... Auch Handwerkskammern oder lokale Firmen können diese Initiativen unterstützen.

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

In der Aula der Schulen oder ggf. auch in der Sporthalle.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Buchung des Künstlers und Terminabstimmung mit den Schulen. Eruierung, ob Handwerkskammer oder lokale Firmen das Event sponsern. Vorbereitung und Nachbereitung mit der Schulleitung/ den Lehrern.

Club: Ruhr

Projekt: Berufsbildungskanal

Zielgruppe

Primär unterstützen wir mit unserem Projekt „Berufsbildungskanal“ didaktisch und medial alle pädagogisch Verantwortlichen, die sich im Rahmen von Berufsvorbereitung und Berufsanbahnung damit auseinandersetzen, Heranwachsende, insbesondere diejenigen, die es sich selbst und anderen nicht immer so leicht machen, an die Modalitäten von Beruflichkeit und beruflichem Handeln heranzuführen. Sekundär ist es unser dringliches Anliegen, mittels medialer Anschaulichkeit, Realitätsnähe der Arbeitsumgebungen und Exemplarität der situativen Herausforderungen dazu beizutragen, „gebremste“ Berufseinsteiger durch aktives, lösungsorientiertes Handeln Momente von Selbstwirksamkeit erleben zu lassen, die entsprechend positive Impulse in Richtung Berufs- und damit Lebensbewältigung setzen.

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Die „Integrationskraft“ des beruflichen Bildungssystems definiert sich heute für einen wachsenden Anteil an Schulabgänger/innen eher nicht durch die Einmündung in eine voll qualifizierende Ausbildung, sondern in das sogenannte Übergangssystem – und dies insbesondere für Jugendliche mit geringen Schulabschlüssen und junge Männer, unter denen ein hoher Anteil Jugendlicher mit Migrationshintergrund vorzufinden ist. Die komplexen Anforderungen dynamischer Berufslaufbahnen fordern insbesondere den Jugendlichen, die noch in biografischen und gesellschaftlichen Klärungsprozessen stecken, grundlegende Kompetenzen im Bereich der Selbstklärung und persönlichen Zielsetzung ab. Es mangelt ihnen an Impulsen und Anleitungen zu entsprechenden Perspektivübernahmen und Selbstbefähigungen. Sie brauchen für die Berufsintegration in aller Regel einen Motivationskick und schnellen, für berufliches Handeln prototypischen Lernerfolg.

Angebot

Wir bieten unserer primären Zielgruppe der Lehrenden mit mehr als dreißig Clips ein auf die Zielgruppe zugeschnittenes mediales Werkzeug, erfolgreiches, selbstwirksames berufliches Handlungslernen zu initiieren, um der sekundären Zielgruppe - Jugendliche, die nur schwer ins Berufsleben finden - tragfähige Berufsmotivation, notwendige lösungsorientierten Erfolgserlebnisse und damit letztlich eine berufliche Perspektive zu vermitteln.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

... ein stimmiges Erscheinungsbild, fundierte didaktische Begleitung, professionelle mediale Umsetzung und ein Höchstmaß an Anschaulichkeit und Lernwirksamkeit bei den Lehrenden, auf deren Unterrichtsanforderungen zugeschnittene Lerngehalte ...

durch sehr hohe mediale Akzeptanz, hohe Wiedererkennungswerte im gezeigten Rollenverhalten, alterstypische Identifikationsangebote (insbesondere auch für Migrant:innen), individuelle Anforderungsniveaus ohne Stigmatisierungseffekte PS: Anhand unabhängiger quantitativer Kanalanalysen dürfen wir nach jetzt zwei Jahren davon ausgehen, dass wir mit unserem Angebot des Berufsbildungskanals in der sekundären Zielgruppe bundesweit bisher eine hohe fünfstellige Zahl an Berufsorientierenden erreicht haben.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

Unsere didaktische Expertise erwächst aus einem Schwerpunkt der beruflichen Bildung im Club, der wirklich allseitigen Bereitschaft im Club, Firmengelände für Dreharbeiten zur Verfügung zu stellen, der Bereitschaft, die im Club vorhandene berufliche Erfahrung zu nutzen und entsprechend kenntnisreich und realitätsgerecht in die Rollen zu schlüpfen, Praxiskontexte zu erstellen. Die Komplexität des Projektes kann dadurch bewältigt werden, dass auch zahlreiche Interessierte, für das Anliegen höchst Motivierte und in der Sache Engagierte von außerhalb des Clubs integriert werden können. In besonderer Weise sorgen ein um der Sache willen engagierter Komponist und ein Filmemacher dafür, die Ideen medial auf hohem Niveau umzusetzen. In diesem Sinne handelt es sich auf Clubebene um ein wirkliches clubinternes Kooperationsprojekt mit kooperativer Strahlwirkung in die lokale pädagogische Landschaft und unsere Nachwuchsorganisationen.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

Wir arbeiten ohne aufrechenbare Kosten, erstatten dem Filmemacher die Unkosten für Anfahrt und tatsächlicher Arbeitszeit des Filmens und schneidens aus unserer laufenden Kasse mit 3000€ für je 10 Filme.

Veranstaltungsort

Medial auf der Plattform „Youtube“.

Zeit

Für die Planung und Gestaltung der didaktischen Situation, dem Drehbuchschreiben, der Rollenbesetzung und szenischen Vorplanung sind in der Regel je Clip 25 Stunden, für den eigentlichen Dreh, die Musikproduktion sind durchschnittlich 15 Stunden je Film zu veranschlagen. Wir produzieren 10 Clips jedes Jahr. Das Projekt existiert seit dem Jahre 2018 und wird auch 2021 weitergeführt.

Club: Hohenlimburg-Letmathe

Projekt: Zukunftsweiserabend (vormals Rotarischer Berufsinfoabend)

Zielgruppe

Schüler/innen der Q1 und Q2.

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Berufs- oder Studienwahl in Zeiten der Pandemie.

Angebot

Wir bieten der Zielgruppe hinsichtlich ihrer Probleme ... um zu erreichen, dass ...

sie niederschwellig Gespräche direkt mit Führungskräften aus der Region führen können und ehrliche Antworten auf ihre Fragen von Praktikern erhalten.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

Online-Flyer, Ansprache der Oberstufenkoordinatoren, Social Media.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

Eine breite Palette von Berufsfeldern sollte abgedeckt sein - wenn nötig nicht unbedingt nur durch Rotarier/innen. Einen engagierten und kommunikationsstarken Koordinator/in. In unserem Fall Unterstützung durch die lokale SIHK in Bezug auf die Räumlichkeiten und Catering.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

Je nach Teilnehmerzahl und Format etwa 2500 Euro. In unserem Fall wird es durch die drei Hagener Clubs gemeinsam getragen und rotiert. Die SIHK stellt ihre Räumlichkeiten kostenfrei zur

Verfügung. Dieses Jahr waren die Kosten des Catering geringer als üblich (coronabedingt). Kosten ergeben sich noch durch die Erstellung der Online-Flyer.

Veranstaltungsort

SIHK Hagen.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Etwa 6 Monate. Durch die Erneuerung / Modernisierung und die Corona-Erfordernisse entstand ein erheblicher Mehraufwand, aber auch nach einhelliger Meinung ein deutlicher Zusatznutzen. Wesentliche Neuerungen: Vorherige Online-Anmeldung der Schüler*innen über unsere Club-Homepage. Dies macht Rotary sichtbarer, ermöglicht das Erstellen von Namensschildern, der Zuweisung zu Tischen und die Einführung eines Rotationssystems am eigentlichen Zukunftsweiserabend. Dadurch entstanden tiefere, fruchtbarere und zielgerichtetere Gespräche und Kontakte, das „Gewusel“ entfiel. Die Schüler wählten bereits im Vorfeld online bis zu drei Interessensgebiete aus (-> Tischzuteilung mit Pivot-Tabellen). Weitere wesentliche Neuerung: Zweischichtsystem am Berufsinfoabend. Zwei Gruppen a jeweils ca. 90 Schüler wurden jeweils für eine Stunde zur Beratung begrüßt. Straffe Organisation mit Begrüßung, Image-Film zu Rotary, Tischlisten mit Namen und Abfolge der Beratungen, aber immer noch Freiraum für spontane Beratungen. Keine Anonymität mehr. Darüber hinaus etliche kleinere Änderungen wie Versand des Online-Flyers per Email, Verlegung der Veranstaltung in den wettertechnisch noch freundlichen Herbst, Aufnahme neuer Beratungsbereiche wie IT, Fluglotse etc.. Kommunikation mit den angemeldeten Schülern bereits im Vorfeld per Email (zusätzlich zur bereits vorhandenen Kommunikation mit den Berater*innen). Nachbereitung nach dem Event im September 2020 ca. 2 Wochen.

Club: Gevelsberg

Projekt: Förderung junger Menschen bei Rotary

Zielgruppe

Die Zielgruppe des Projektes sind junge Menschen in den Abschlussklassen verschiedenster Schulformen. Junge Erwachsene die sich am Übergang von Schule zu Ausbildung, Studium oder auch anderen Formen eines neuen Lebensabschnitt befinden.

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Sie müssen für sich selbst zum ersten mal eine Entscheidung treffen, in welche berufliche Richtung es gehen soll. Gerade in der momentanen Situation, bedingt durch einen Virus, ist diese Entscheidungsfindung für viele noch schwerer geworden. Orientierung fällt noch schwerer als zuvor. Helfende Soziale Umfelder sind eingeschränkt greifbar. Möglichkeiten wie Praktika, Schnupper-Tage in Firmen und Austausch mit Älteren sind nicht in gleicher Art möglich wie zuvor.

Angebot

Das Konzept: Ein Mehrtägiger Workshop 4 bis 5 Treffen dieser ist stufenweise aufgebaut: 1. Kennenlernen, Team Building und Vorstellung des Projektes -> Eis brechen, Vertrauen aufbauen 2. Austausch und Diskussion zu den Problemen und Sorgen der Jugendlichen -> Probleme erkennen 3. Gemeinsame Erarbeitung von konkreten Lösungsansätzen (z.B. Angebote zu individuellem, langfristiges Coaching und Begleitung über den Workshop hinaus, Hilfe bei der Suche nach Ausbildungsplatz oder Studienplatz, Vermittlung von Kontakten oder auch Praktika im rotarischen Kreis etc.)-> Lösungswege erarbeiten 4. Planung der Umsetzung -> auf den Weg machen, Weichen stellen.

Marketing

Die Kontaktaufnahme und Bekanntmachung des Projektes soll direkt an den Schulen erfolgen. Bestehende Kontakte verschiedener rotarischer Freundinnen und Freunde zu verschiedenen Schulen im Umkreis sollen genutzt werden. Das Projekt soll in starker Zusammenarbeit mit den Roteractern durchgeführt werden. Hier wollen wir ebenfalls auf bestehende Netzwerke zu den Schulen und Schüler zurück greifen. Die Bekanntmachung und Vorstellung des Projektes an den Schulen kann mit Hilfe von Flyern, persönlicher Vorstellung oder auch über kleine Kurzfilme erfolgen. Eine Art Bewerbung durch ein kurze Vorstellung per Kurzfilm ist für die Kandidaten vorgesehen um abschreckende schriftliche Bewerbungen zu vermeiden.

Schlüsselpersonen

Ein Kerngedanke dieses Konzeptes soll sein, dass nicht wir „Älteren“ als Wegweiser und Berater fungieren sondern eine zweite Gruppe junger Menschen dies übernehmen soll. Wir den-

ken dabei an Auszubildende und Studenten, die zu Beginn ihres beruflichen Werdegangs ähnliche Orientierungsprobleme hatten und dann vielleicht erst über Umwege doch zu Ihrem Wunschberuf, Ausbildung oder Studiengang gelangt sind. Sie sollen als positive Beispiele motivieren und zeigen, dass der Weg nicht immer geradlinig sein muss. Diese zweite Gruppe wollen wir den Teilnehmern durch den Workshop an die Seite stellen. Wir wollen die Roteracter hierbei einbeziehen. Wir glauben sie können hier vor allem bei der Suche nach den Kandidaten der zweiten Gruppe sehr beitragen. Darüber hinaus wollen wir die Roteracter bei der Planung und Durchführung dieses Projektes stark einbeziehen. Die Teilnehmeranzahl sehen wir bei etwa 5 bis max. 10 Kandidaten. Auf Seiten der Durchführenden haben wir ca. 5 Rotarier und 5 Rotaracter als Kernteam.

Kostenstruktur

Die Teilnahme an dem Projekt soll für die Kandidaten kostenlos sein. Projektspezifische Spendenaktionen sind nicht geplant. Einnahmen zu generieren ist damit nicht geplant. Die Finanzierung ist momentan aus der Clubkasse vorgesehen, wobei die geschätzten Kosten sich wohl auf die Versorgung der Teilnehmer während der Workshops mit Speisen und Getränken konzentrieren. Die Anmietung von Räumlichkeiten soll vermieden werden; wir wollen da auf Möglichkeiten vers. Clubmitglieder zurückgreifen. Ich schätze die Kosten auf ca. 800€ ohne Anmietung pro Workshoprunde. Falls doch vermietbare Flächen nötig sein sollten, plane ich ca 2000€ in Summe (eine Workshoprunde bestehend aus 4 Workshops mit Vorbereitung und Nachbereitung).

Veranstaltungsort

Wie schon in der vorangegangene Frage erläutert, sollen die Workshops in vorhandenen Räumlichkeiten stattfinden. Wenn die Jahreszeit es zulässt ist eine Veranstaltung teils im Freien natürlich auch vorstellbar und wahrscheinlich sogar noch schöner. Es soll auf keinen Fall das Flair eines Schulungsraums bzw. Klassenraums aufkommen.

Zeit

Der Zeitraum der Workshoprunden soll sich über ca. vier bis acht Wochen erstrecken. Die Workshops sind samstags durchzuführen mit jeweils ca. 6 Stunden Länge. Ggf. auch mal ein Wochenende Pause währenddessen.

Clubs: Bielefeld, Bielefeld-Sparrenburg, Bielefeld-Süd, Bielefeld-Waldhof

Projekt: Berufe entdecken - Alles online.

Digitale Woche der Berufsinformation der 4 Bielefelder Rotary Clubs.

Zielgruppe

Schüler*innen der Klassen 11, 12 und 13 aller Gymnasien und Gesamtschulen in Bielefeld, Halle und Umgebung. Berufe entdecken - Alles online, die digitale Woche der Berufsinformation der vier Bielefelder Rotary Clubs, richtet sich an junge Menschen, die studieren wollen oder einen Ausbildungsberuf suchen und daher von Berufspraktiker*innen mehr über Herausforderungen, Karrieremöglichkeiten und Selbstverwirklichung in unterschiedlichen Berufen erfahren wollen.

Bedürfnis

Die Jugendlichen sehen sich bei ihrer Studien- und Berufswahl einem beinahe undurchschaubaren Dschungel an Informationen und Möglichkeiten gegenüber. Viele Angebote im Rahmen der Berufsorientierung unterstützen die Schüler*innen inzwischen dabei, sich zunächst ihrer eigenen Talente bewusst zu werden. Diese auf die eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten fokussierten Orientierungsmaßnahmen sind sehr zu begrüßen. Doch bei der sich anschließenden Entscheidung zur Studien und Berufswahl müssen die Schüler*innen diese talentorientierte Sicht dann mit konkreten Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten in Übereinstimmung bringen. Dies führt bei vielen jungen Menschen zu einer Überforderung, da die Ausbildungs- und Studienangebote leider viel zu oft nur über die Beschreibung von fachlichen Ausbildungsinhalten oder durch idealisierende Darstellungen des späteren Berufsalltags beschrieben werden. Hierdurch werden falsche Erwartungen geweckt, die in der Realität leider oftmals zu Ausbildungs- und Studienabbrüchen führen und damit vermeidbare Enttäuschungen bei der jungen Generation erzeugen. Daher benötigen die Jugendlichen gerade an dieser für den gesamten Lebensweg entscheidenden Schwelle eine umfassende Unterstützung.

Angebot

Die vier Bielefelder Rotary Clubs bieten den Jugendlichen mit „Berufe entdecken - Alles online“, ihrer digitalen Woche der Berufsinformation, wertvolle Unterstützung bei der Studien- und Berufswahlentscheidung. Von Samstag, 20. Februar, bis Sonntag, 28. Februar, 2021 stehen Bielefelder Rotarier und von diesen ausgewählte Expert*innen in mehr als 100 Zoom-Onlinesessions interessierten Schüler*innen aus Bielefeld und Umgebung mit Berufswahltipps zur Verfügung. Mehr als 40 Praktiker*innen aus über 10 Berufsgruppen stehen den jungen Menschen Rede und Antwort. Üblicherweise fand diese Veranstaltung seit Jahren als Präsenzveranstaltung in den Räumlichkeiten der Universität Bielefeld statt, Corona macht der Veranstaltung im Audimax aber einen Strich durch die Rechnung, weshalb die Bielefelder Rotary Clubs nun auf ein neun-

tägiges Onlineprogramm umgestellt haben. Es ist beabsichtigt, dieses zeitgemäße und zielgruppengerechte Format auch nach der Pandemie fortzuführen. Im Mittelpunkt der Onlinesessions steht die Möglichkeit, im direkten Gespräch mit Praktiker*innen Themen wie die notwendige persönliche Eignung, Varianten von Ausbildungswegen, Berufseinstieg, Arbeitsinhalte, Aufstiegschancen, Arbeitsbedingungen, Verdienstmöglichkeiten u. a. zu diskutieren. Die Online-Gespräche umfassen die Berufsfelder: kaufmännische, gewerblich-technische und handwerkliche Ausbildungsberufe, Bauwesen/Architektur/Landschaftsarchitektur, Juristische Berufe, Kreativwirtschaft und Medien, Mathematik, Natur- und Umweltwissenschaften, Medizin und Gesundheit, Psychologie/Soziologie/Soziale Arbeit, Schule/Pädagogik, Startup und Digitalisierung, Technik und Ingenieurwesen sowie Wirtschaft und Finanzen. Durch ihr Engagement unterstützen die Berufspraktiker*innen die Jugendlichen bei ihrer Studien- und Berufswahl und tragen so dazu bei, dass die Gefahr vermeidbarer Abbrüche von Ausbildung und Studium verringert und große Enttäuschungen bei den Jugendlichen vermieden werden.

Marketing

Vor dem Hintergrund des neuen Veranstaltungsformates und der äußeren Begleitumstände - die Schulen sind ja aktuell noch geschlossen -, kommt der Ansprache der Schulen und der Unterstützung durch die Schulleiter*innen und Studien- und Berufswahlkoordinator*innen eine riesige Bedeutung zu. Denn es muss den Bielefelder Rotary Clubs gelingen, die Schüler*innen auf digitalem Wege zu erreichen und über die Veranstaltung zu informieren. Als wesentliche Kontaktfläche und zentrale Informationsplattform ident die Website www.berufe-entdecken.de. Dort sind sämtliche Informationen zur Gesamtveranstaltung und zu jeder einzelnen Onlinesession gebündelt. Zu jeder Session finden sich dort Informationen zu den jeweiligen Berufspraktiker*innen, zum Berufsfeld und natürlich auch zur genauen Uhrzeit wie auch zum Zugang zu den Sessions. Engagierte Clubmitglieder treten daher mit den Schulleiter*innen bzw. den*die Studien- und Berufswahlkoordinator*in in Kontakt und weisen diese auf die Veranstaltung und die Website hin. Diese werden dann darum gebeten, die Informationen in den Jahrgangsstufen 11 bis 13 zu verbreiten. Dabei geht es um die Aufnahme in Schul- bzw. Stufenmails, das Einstellen in die aktuell verwendeten Plattformen zum Distance Learning und das gezielte Verbreiten an Eltern- und Schüler*innenvertretungen. Es wird empfohlen, den Link zu www.berufe-entdecken.de über WhatsApp-Gruppen zu verbreiten. Zusätzlich erhalten die Schulen gedruckte Poster und Informationskarten mit einem QR-Codes zur Website. Für den Fall, dass die Schulen Mitte Februar den Präsenzunterricht wieder aufnehmen können, besteht so

eine zusätzliche Chance zur Bewerbung der Veranstaltung. Darüber hinaus findet am 12. Februar 2021 eine digitale Pressekonferenz zur Veranstaltung statt, um auch über klassische Wege wie Zeitung und Radio einen Zugang zu den Schüler*innen oder deren Eltern zu erlangen.

Schlüsselpersonen

Die vier Vertreter der Bielefelder Rotary Clubs im gemeinsamen Berufsdienst verfügen über eine gute Kombination aus Kreativität, digitalem Sachverstand und Expertenwissen im Bereich der dualen und akademischen Berufsbildung. Sie erfahren wertvolle Unterstützung durch einen weiteren Rotarier, der als Eigentümer einer Werbeagentur die Website www.berufe-entdecken.de pro bono erstellt. Darüber hinaus sind zwei studentische Hilfskräfte eingebunden, die als Hosts in den Zoom-Sessions fungieren und so die Berufspraktiker*innen unterstützen. Für die Online-Gespräche in den Berufsfeldern kaufmännische, gewerblich-technische und handwerkliche Ausbildungsberufe, Bauwesen/Architektur/Landschaftsarchitektur, Juristische Berufe, Kreativwirtschaft und Medien, Mathematik, Natur- und Umweltwissenschaften, Medizin und Gesundheit, Psychologie/Soziologie/Soziale Arbeit, Schule/Pädagogik, Startup und Digitalisierung, Technik und Ingenieurwesen sowie Wirtschaft und Finanzen braucht es zusätzlich engagierte Berufspraktiker*innen, die ihr Wissen und ihre Zeit den Jugendlichen ehrenamtlich zur Verfügung stellen. Zu den mehr als 40 Berufspraktiker*innen gehören u.a. Unternehmer*innen und leitende Angestellte aus namhaften Bielefelder Unternehmen und Organisationen, Hochschulprofessor*innen, Richter*innen, Rechtsanwälte*innen, Ärzte*innen, Unternehmensgründer*innen, Journalist*innen, Pressesprecher*innen sowie Vertreter*innen von Internet- und Medienagenturen. Die Rotarier werden dabei auch von Berufspraktiker*innen unterstützt, die (noch) nicht Mitglied in den Bielefelder Clubs sind.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

Durch das hohe ehrenamtliche Engagement aller Beteiligten bleiben folgende Kostenpositionen übrig, die sich die 4 Bielefelder Rotary Clubs teilen: - Lizenzen für Zoom und entsprechende

Hintergrundprogramme: rd. 300 EUR, - Kosten für 2 studentische Hilfskräfte als Minijobber: rd. 900 EUR, - Druckkosten für Informationskarten und Poster: rd. 300 EUR.

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

„Berufe entdecken - Alles online“ ist ein rein-digitales Veranstaltungsformat. Als zentrale Plattform fungiert die Website www.berufe-entdecken.de. Sämtliche Onlinesessions finden im System Zoom statt.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Das Team des Berufsdienstes der vier Bielefelder Rotary Clubs hat im September 2020 die Entscheidung getroffen, die frühere Präsenzveranstaltung in ein rein digitales Format zu überführen. Seitdem tagt das Berufsdienstteam im Schnitt alle 14 Tage, zuletzt im Wochenrhythmus. Auch diese Besprechungen finden digital statt und dauern in der Regel zwischen 30 und 60 Minuten. Für die Konzeption und den Aufbau der Website www.berufe-entdecken.de müssen ca. 5 Personentage veranschlagt werden. Der Go live der Website hat am 25.01.2021 stattgefunden. Der Aufbau des Zoom-Systems im Hintergrund sowie die tatkräftige Unterstützung der Berufspraktiker*innen während der Veranstaltungswoche erfordern die Unterstützung durch zwei studentische Hilfskräfte als Minijobber in den Monaten Januar und Februar 2021. Die mehr als 40 Berufspraktiker*innen wurden durch das Berufsdienstteam per E-Mail-Ansprache gewonnen, für das Projekt begeistert und für die Durchführung gebrieft. Jede*r Berufspraktiker*in stellt sich den Jugendlichen für eine bis drei Online-Sessions zur Verfügung. Der Aufwand ist demnach durchaus erheblich, durch das Verteilen auf viele Schultern aber zu bewältigen. Und die Rotarier in Bielefeld sind sich sicher: Es lohnt sich!

Club: Essen-Centennial

Projekt: Schulabschlüsse an der VHS Essen

Zielgruppe

Der Programmbereich Schulabschlüsse der VHS Essen wendet sich mit verschiedenen Bildungsangeboten an überwiegend junge Menschen, die in der Regelschulzeit noch nicht den Schulabschluss erreicht haben, den sie für den Eintritt ins Berufsleben brauchen.

Die Gründe hierfür sind vielfältiger Natur. Die VHS Essen berät vor Aufnahme in die Schulabschluss-Klassen individuell und kann daher mit verschiedenen Angeboten dem jeweiligen Bildungsstand angepasst entsprechende Angebote unterbreiten. So sind unter den ca. 250 Absolventen, denen die VHS in jedem Jahr einen Schulabschluss erteilt, auch viele Zugewanderte, die zunächst den Integrationskurs erfolgreich besucht und an der VHS infolge auch Deutsch gelernt haben. Ein weiteres wichtiges Angebot sind auch die bundesweit einmaligen „Professor-Eggers-Lehrgänge“, die jungen Erwachsenen mit einer psychischen Erkrankung überhaupt erst einen Schulabschluss ermöglichen. Als Referenz kann die aktuelle Broschüre „Schulabschlüsse in der Volkshochschule Essen in Corona-Zeiten“ als PDF oder in gedruckter Form übermittelt werden, die die Adressaten ausführlich in Wort und Bild zeigt. Die Bildergalerie, die diesem Presseclip über das Projekt aus dem Jahr 2015 anhängt, zeigt die Adressaten ebenfalls sehr anschaulich: https://www.lokal-kompass.de/essen-steele/c-ratgeber/rotary-club-centennial-gab-tipps-bei-der-inhouse-ausbildungsmesse-in-der-vhs_a530773.

Bedürfnis

Die seit dem Jahr 2007 laufende Kooperation zwischen der VHS Essen und dem Rotary Club Essen-Centennial hat sich inhaltlich immer wieder neu den sich verändernden Herausforderungen angepasst, aber auf den Punkt gebracht geht es immer um folgendes: Junge Menschen, die mit Hilfe der VHS Essen nachträglich den Schulabschluss erreichen, den sie für den Eintritt ins Berufsleben benötigen, brauchen aus vielfältigen Gründen zusätzliche Unterstützung beim Übergang in ein Praktikum, eine weiterführende Ausbildung oder einen Beruf. Es lassen sich dabei drei verschiedene Zielgruppen bzw. Herausforderungen differenzieren: 1. Junge Menschen, die aufgrund ihres schwierigen sozialen Umfeldes an Staatsschulen keinen Schulabschluss machen konnten und diesen an der VHS Essen nachholen, benötigen Unterstützung bei der Berufswahl und beim anschließenden Bewerbungsprozess. 2. Junge Menschen, die aufgrund einer psychischen Erkrankung an Staatsschulen keinen Schulabschluss machen konnten und diesen an der VHS Essen nachholen, benötigen Unterstützung bei der Berufswahl, beim anschließenden Bewerbungsprozess und oft auch bei der Suche nach Praktikumsplätzen. 3. Junge Geflüchtete, die in Kombination mit dem Erlernen der deutschen Sprache einen Schulabschluss an der VHS machen, benötigen Unterstützung bei der Wahl der anschließenden Ausbildung, der Suche nach Praktika oder auch einem Beruf. Referenzen: 1. Presseclip über

eine Kunstausstellung, die Zielgruppe Nr. 2 in der VHS im Frühjahr 2015 mit Unterstützung des Rotary Club Essen-Centennial durchgeführt hat: <https://www.derwesten.de/staedte/essen/vhs-zeigt-fotos-von-psychisch-kranken-jugendlichen-id10616407.html?keepUrlContext=true> 2. Bei Interesse kann eine E-Mail von Herrn Moussa Konde vom 6.2.2021 zur Verfügung gestellt werden, in der er – 3,5 Jahre nach seinem Schulabschluss an der VHS - der zuständigen Programmbereichsleiterin der VHS Essen, Heike Hurlin, von seiner erfolgreich abgeschlossenen Lehre und seinem gerade erhaltenen Arbeitsvertrag berichtet und sich „herzlich für die Orientierung in das Berufsleben bedankt“.

Angebot

Wir bieten in Zeiten vor und nach Corona je nach Bedarf und Absprache mit dem Direktor und der Fachbereichsleitung der VHS: • Vorträge von RotarierInnen in der VHS zu den Themen Berufswahl, Ausbildung und Bewerbung. • Unterstützung von Projekten in Form von Geld- oder Sachspenden, sowie Hilfe bei der Suche nach weiteren Sponsoren. • Beteiligung an der zweimal im Jahr stattfindenden interkulturellen Berufsmesse in der VHS in Form eines Standes, an dem durch RotarierInnen Bewerbungsunterlagen korrigiert werden (Diese Messen fanden seit 2014 durchgängig bis zum Beginn der Pandemie statt) • Hilfe bei der Suche nach Schülerpraktika. Wir bieten in Zeiten von Corona seit Jahresbeginn 2021 interaktives Berufskoaching über ZOOM oder alternative virtuelle Plattformen. 8 – 10 Schülerinnen mit den besten Halbjahreszeugnissen erhalten ein Intensiv-Coaching, das die Bearbeitung des Lebenslaufs und des Bewerbungsschreibens ebenso umfasst, wie einen Austausch über den Berufswunsch und den Weg, wie man diesen umsetzen könnte. Eine Vorbereitung auf Bewerbungsgespräche rundet die geplanten drei Gesprächstermine pro SchülerIn ab. ...um zu erreichen, dass die angesprochenen jungen Menschen nach dem Schulabschluss an den der VHS im Sommer ein Praktikum mit dem Ziel eines späteren Berufseinstiegs, eine Ausbildung oder sogar einen Beruf beginnen können. Referenzen: 1. Presseclip aus Januar 2021 über den Besuch von Klaus Kaiser, Parlamentarischer Staatssekretär im Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW: https://www.lokalkompass.de/essen-sued/c-kultur/staatssekretaer-zu-besuch-an-der-volkshochschule_a1508907 2. Bei Interesse kann ein beispielhaftes individuelles Referenzschreiben des Rotary-Berufsdienstes für Teilnehmer des interaktiven Berufskoachings als PDF-Datei zur Verfügung gestellt werden.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

...regelmäßige Kommunikation mit der Direktion und der Programmbereichsleitung der VHS Essen und das flexible Eingehen auf den jeweiligen Unterstützungsbedarf der VHS. ... in Zeiten vor Corona durch regelmäßige Präsenz, die jenseits

von Vorträgen vor Corona zu vier fixen Terminen im Jahr stattfindet, nämlich zur Vergabe der Halbjahreszeugnisse und der Jahresabschlusszeugnisse und bei beiden interkulturellen Ausbildungsmessen in der VHS. An der Vergabe der Zeugnisse sind der Präsident und der Rotary-Berufsdienst aktiv ad persona beteiligt. Auf der interkulturellen Ausbildungsmesse ist der Rotary Club in Form eines Standes mit mehreren Clubmitgliedern beteiligt. ...in Zeiten von Corona durch einen Gutschein für ein interaktives Berufscoaching, der den 8-10 besten SchülerInnen mit ihrem Halbjahreszeugnis zugeschickt wird, und auf dem ein QR-Code mit einem Link zu einem Video gedruckt ist, in dem der Berufsdienst sich persönlich vorstellt: Referenz 2 und 3. Referenzen: 1. Bericht über die Zeugnisvergabe an der VHS Essen im Sommer 2020: <https://essen-centennial.rotary.de/#neues-grosse-zeugnisfeier-der-vhs=20202021> 2. YouTube-Video des Rotary-Berufsdienstes aus Januar 2021, in dem er das interaktive Berufscoaching und sich selbst vorstellt: <https://youtu.be/Wxe4tUslfRI> 3. Der Gutschein kann bei Interesse gerne als PDF-Dokument zur Verfügung gestellt werden.

Schlüsselpersonen

Für die bis vor Corona gelaufenen Aktivitäten benötigte der zuständige Berufsdienst keine besondere Qualifikation. Für die jeweiligen Aktivitäten wurden ClubfreundInnen angesprochen, die aufgrund ihres Berufsbildes besonders geeignet waren, also:

- Bei Vorträgen zu Berufsbildern entsprechende FreundInnen aus diesem beruflichen Hintergrund
- Bei Bewerbungscoaching auf der interkulturellen Berufsmesse FreundInnen, die beruflich im Personalwesen tätig sind, oft Einstellungsgespräche führen, AusbilderInnen sind oder beruflich viel mit jungen Leuten zu tun haben. Für das nun gestartete virtuelle Berufscoaching ist es für den verantwortlichen Berufsdienst von Vorteil, dass er zum einen BAMF-zertifizierter Dozent für Deutsch als Fremdsprache ist und Deutsch auf dem Niveau B1 bis C1 unterrichtet. Er gibt berufsbezogene Deutschkurse. Hier berät er auch regelmäßig seine SchülerInnen bei Fragen rund um die Berufswahl, die Bewerbungsunterlagen und Bewerbungsgespräche. Insofern hat er Erfahrung mit dem Thema und der Zielgruppe. Aber „Berufscoaching“ sollten auch ClubfreundInnen aus den o.g. beruflichen Hintergründen durchführen können. Es ist empfehlenswert, das Angebot nicht „Berufsberatung“ zu nennen, denn das ist Sache der Agentur für Arbeit bzw. des Jobcenters. Deren Monopol in diesem Bereich ist zwar vor Jahren offiziell gefallen, aber unter diesem Namen gibt es Angebote dieser Institutionen mit speziell ausgebildetem und geschultem Personal. Die Begriffe „Jobcoaching“, „Karierecoaching“ oder „Berufscoaching“ sind rein formal unproblematisch, und es obliegt dem Geschick und dem Netzwerk der Verantwortlichen, dass die Zielgruppe von diesem Angebot auch profitieren kann. Rein zeitlich sollte pro Person mit 3 virtuellen Einheiten à 30 – 60 Minuten plus Vor- und Nachbereitung gerechnet werden. Deshalb ist das Angebot in unserem Club auch zunächst auf 8-10 Personen beschränkt, um erste Erfahrungen zu sammeln. Es ist vorab zu überdenken, wie viel rein quantitativ vom Club geleistet werden kann. Referenz: Bei Interesse kann der Gutschein des Rotary Club Essen-Centennial für das Berufscoaching als PDF-Datei zur Verfügung gestellt

werden, den 8 Schülerinnen der VHS Essen im Februar 2021 mit dem Halbjahreszeugnis zugeschickt bekommen haben.

Kostenstruktur

Das Berufsdienstprojekt „Schulabschlüsse an der VHS“ ist in erster Linie ein „Hands-On-Projekt“. Zwar beteiligte sich der Club im Verlauf der Kooperation auf Anfrage finanziell an Projekten der Schulabschlüsse an der VHS, so beispielsweise zu 50% an der Einrichtung eines Fotostudios im Jugendzentrum „Villa Rü“, welches auch von den Schulabschlusskursen der VHS genutzt wird. Ebenso hat er – gemeinsam mit der durch Rotary akquirierten GENO BANK ESSEN – die Schüler der Professor-Eggers-Klassen durch Sach- und Geldspenden beim Projekt „Denkmalpfad“ des Historischen Vereins unterstützt. Schüler sind hier eingebunden in die Inspektion, Pflege und Wartung der Tafeln des Essener Denkmalpfades; die Tafeln sind wiederum Inhalt des Geschichts-, Politik- und Englischunterrichts. Im Unterrichtsfach EDV wird das sog. Historische Portal auf der Homepage des Historischen Vereins für Stadt und Stift Essen e. V. mit betreut. Aber die Vorträge im Unterricht wie auch die Präsenzen auf den interkulturellen Ausbildungsmessen, die Praktikumsvermittlung und das Jobcoaching sind ausschließlich Zeitinvestitionen der Clubmitglieder. Maßgeblich ist die Netzwerkfunktion von Rotary. Der Rotary Club Essen-Centennial und die Direktion der VHS verbinden in der Stadt Essen die Akteure zur Zielerreichung eines Schulabschlusses mit nachfolgendem Anschluss. Beispielhaft sind hier genannt: Historischer Verein für Stadt und Stift Essen e. V., GENO BANK ESSEN, Sparkasse Essen, Kreishandwerkerschaft, IHK, Europabüro, Bistum Essen, Evangelische Kirche in Essen und so fort. Referenzen: 1. Bei Interesse kann der Jahresbericht des Historischen Vereins aus dem Jahr 2014 als PDF-Datei zugesandt werden, aus dem das Engagement des Rotary Club Essen-Centennial und der GENO BANK ESSEN hervorgeht. 2. Der Umfang des Projektes Denkmalpfad geht aus der im Jahr 2020 veröffentlichten Broschüre der Stadt Essen über den Denkmalpfad hervor, welche bei Interesse als PDF-Datei zugesandt werden kann.

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

In der Vergangenheit fanden alle zuvor beschriebenen Aktivitäten ausschließlich in der VHS Essen statt. Entscheidend für den Erfolg des Projektes ist, dass die im Projekt aktiven Clubmitglieder der Zielgruppe persönlich bekannt sind. Dies ist eine pädagogische Notwendigkeit, die von der zuständigen Programmbereichsleitung sehr ernst genommen wird und sich aus der vorgenannten Beschreibung der Zielgruppe erklären dürfte. Durch die mindestens vier Präsenztermine pro Jahr in Zeiten vor Corona war dies durchgängig gewährleistet. Präsident und/oder Berufsdienst vergeben normalerweise persönlich die Zeugnisse oder beteiligen sich an der Moderation der Veranstaltung. Bei den interkulturellen Ausbildungsmessen sind auch weitere Clubmitglieder präsent. Die zuvor beschriebene pädagogische Notwendigkeit führte dazu, dass der Berufsdienst nun während Corona das bereits zuvor benannte Video produziert hat, um über ein der Zielgruppe vertrautes Medium Kontakt aufzubauen.

Denn die Zeugnisse wurden diesmal per Post versandt und auch im vergangenen Sommer konnte wegen Corona keine persönliche Übergabe der Zeugnisse durch den Berufsdienst stattfinden. Berufscoaching-Termine können bis auf Weiteres nur online und telefonisch durchgeführt werden. VHS-Programmbereichsleitung und Lehrer sind hier eingebunden um ggfls. Hilfestellung zu leisten, falls es bei dieser unpersönlichen Kommunikationsform Probleme geben sollte. Bisher läuft dies aber einwandfrei.

Sobald die Pandemie vorbei ist, soll das Berufscoaching wieder persönlich stattfinden, und dies natürlich ausschließlich in den Räumlichkeiten der VHS Essen. Referenz: Auf der Webseite des Rotary-Club Essen-Centennial wird das Projekt an mehreren Stellen in seinen verschiedenen Ausprägungen erwähnt. Unter diesem Link findet sich eine umfassende Beschreibung: <https://essen-centennial.rotary.de/#projekt-schulabschluss-vhs-essen=20202021>.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Die aktuelle Runde des neuen Karriere-Coachings ist fast abgeschlossen und es kann ein positives Zwischenfazit gezogen werden, das natürlich nach Ausbildungsbeginn im Sommer 2021 nochmals im Hinblick auf die Erfolge der Teilnehmenden überprüft werden muss. Von 8 ausgegebenen Karriere-Gutscheinen wurden 7 eingelöst. 1 Gutschein wurde aus gesundheitlichen Gründen nicht eingelöst. Der bisherige Aufwand bestand aus insgesamt 16 ZOOM-Coachings, welche inklusive Vor- und Nachbereitung 41 Zeitstunden, ausmachten. Es wurden über 100 E-Mails geschrieben. Der Aufwand für die noch laufenden Coachings wird mit weiteren 19 Zeitstunden angesetzt. Zu den

insgesamt 60 virtuellen Zeitstunden kommen für den Berufsdienst zwei einstündige Präsenztermine in der VHS hinzu, die trotz Corona notwendig waren, um das Vertrauen des Prof-Eggers-Lehrgangs und seiner Teilnehmenden mit psychischen Vorerkrankungen zu gewinnen. Der Berufsdienst ist im Falle eines Teilnehmers weiter engagiert, der ohne die Unterstützung des rotarischen Netzwerkes wohl kaum eine Ausbildung finden wird und dem in diesem Fall die Abschiebung droht. Hier ist ein unvorhergesehener und hoher Stundenaufwand absehbar.

Es wäre also bei entsprechender Aktivität des Berufsdienstes in jedem Schuljahr nach jeder Zeugnisvergabe von einem Zeitaufwand in Höhe von ca. 120 h p.a. auszugehen. Der Berufsdienst wird dem Club aufgrund dieses hohen Zeitaufwandes ein Patenschaftsmodell vorschlagen, bei welchem er nur das erste Coaching übernimmt und nach Klärung der beruflichen Möglichkeiten der Teilnehmenden die Coachings 2 und 3 jeweils an rotarischen FreundInnen aus diesem Berufsfeld weiterleitet.

Es ist anzumerken, dass in Zeiten vor Corona die Präsenz auf den interkulturellen Ausbildungsmessen ebenfalls in Summe für alle beteiligten RotarierInnen mit einem erheblichen Zeitaufwand verbunden gewesen ist bzw. das in Zukunft auch wieder so sein wird. Es sind über den Tag 2-4 FreundInnen für jeweils mehrere Stunden präsent. Hier war bei beiden Messen auch eine höhere zweistellige Stundenzahl pro Jahr anzusetzen, die allerdings auf mehr Schultern verteilt gewesen ist.

Referenz: Video einer interkulturellen Ausbildungsmesse an der VHS Essen im Jahr 2019, welches die Größe und Bedeutung der Veranstaltung erahnen lässt: <https://youtu.be/KK3KuOVTKK4> .

Club: Bochum-Mark, Rotaract Bochum, Interact Bochum, weitere Bochumer Clubs und Innerwheel Club Bochum-Hellweg

Projekt: Rotarisches Mentoring-Programm

Zielgruppe

Das Projekt wendet sich an alle Mitglieder*innen der Rotarischen Familie in allen drei Generationen zunächst in Bochum und Hattingen! Es soll durch Teilnehmer:innen aller sechs Bochumer Rotary Clubs (RC Bochum, RC Bochum-Rechen, RC Bochum-Hellweg, RC Bochum-Constantin, RC Bochum-Mark und RC Bochum-Renaissance), den RC Hattingen, den Inner-Wheel Club Bochum-Hellweg, den Rotaract Club Bochum und den Interact Club Bochum begleitet werden.

Bedürfnis

Die rotarische Familie aller Generationen und Clubs in Bochum und Hattingen soll weiter verstärkt werden und der Austausch zwischen den Mitglieder*innen in den verschiedenen Berufsfeldern, rotarischen und persönlichen Themen unterstützt werden. Wir bieten ein generationenübergreifendes rotarisches Mentoring-Programm an, damit sich die Mitglieder:innen der rotarischen Familie besser kennenlernen und auf persönlicher, beruflicher und rotarischer Ebene voneinander lernen. Hierzu werden generationsübergreifende Tandems aus je zwei Mitglieder:innen der rotarischen Familie gebildet.

Angebot

Wir bieten eine Plattform und Gelegenheit zu: - Bildung von Paaren zwischen Interacter:innen-Rotaracter:innen, Rotaracter:innen-Rotarier:innen, Interacter:innen-Rotarier:innen und Rotarier:innen-Rotarier:innen. - Wissens- und Erfahrungsaustausch im Laufe eines ganzen Jahres - persönlichem und intensivem Kennenlernen und gegenseitige Unterstützung in persönlichem Rahmen als Mentoring-Paare. - 2-Wege-Mentoring: Die Rollen Mentor:in und Mentee können und sollen während der Gespräche wechseln, sie sind nicht fixiert. Es geht um gegenseitige Unterstützung. - voneinander Lernen der 3 rotarischen Generationen - Freund:innen, Vorbild, Ratgeber:in, Coach, Kritiker:in und auch Förderer:Förderin finden.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

direkte Ansprache in den Bochumer Clubs, RC Hattingen, Rotaract Bochum und Interact Bochum sowie Innerwheel Bochum-Hellweg.

Schlüsselpersonen

Um das Projekt auf die Beine zu stellen bedurfte es meiner Idee, eines Konzeptes und dann eines Teams, das das Konzept zum Leben erweckte. Das Team besteht aus Mitglieder*innen von RC Bochum-Mark, Rotaract Club Bochum und Interact Club Bochum. Es ist eine Homepage entstanden, die Anmeldeseite mit Export in eine Tabellenkalkulation für's Matching der Paare und natürlich eine umfangreiche Präsentation, anhand derer

wir die Idee in die Mitgliedermeetings der Clubs bringen. Für die Teilnahme braucht es 5 Minuten Zeit für die Anmeldung und den Wunsch, mit einem/einer Partner*in am 2-Wege-Mentoring teilzunehmen. Dazu ist die Bereitschaft, Wissen zu teilen und der Wunsch, zu zuzuhören und zu lernen erforderlich.

Kostenstruktur

Es entstehen keinerlei Kosten in €. Die Teilnehmer*innen investieren ihre Zeit.

Veranstaltungsort

Das Programm startet am 25.03.2021 mit einer Kickoff-Veranstaltung per Zoom. Die Promotion-Tour durch die genannten Clubs läuft seit dem 16.02.2021, eine Mail an alle Mitglieder:innen der Clubs wird am 17.03.2021 verschickt. Anmeldungen sind seit dem 16.02.2021 und bis zum 21.03.2021 möglich. Zusätzlich werden 2-3 Meetings für den Austausch aller Mentor:innen und Mentees im Laufe des Jahres angeboten, das Team ist auch zwischendurch jederzeit ansprechbar. Wünschenswert sind persönliche Treffen und auch Austauschtreffen. Bis das wieder möglich ist, nutzen wir Zoom. Die Paare können auch andere technische Lösungen (Teams, Facetime,...) nutzen.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Die Ersterstellung des Konzeptes hat ca. 4 Tage gebraucht. Danach habe ich einzelne rotarische Freunde um Feedback und ggfs. Unterstützung gebeten und schnell 2 aktive Freundinnen gewinnen können. Nächste Ansprechpartner waren 2 Freund:innen aus dem Rotaract Club Bochum und eine Freundin aus dem Interact Club Bochum. Damit stand das Projektteam und alle 3 Generationen waren vertreten. Ab da haben wir per WhatsApp-Gruppe und Zoom-Meetings das Programm entstehen lassen. Es war eine tolle, energiereiche und dynamische, im wahrsten Sinne des Wortes agile Teamarbeit. Nächster Schritt waren die Vorstellung für unsere Präsidentin und der Mailversand an die Präsidentenrunde zwecks Vorab-Info und Bitte, das Programm in den Meetings vorstellen zu dürfen. Die Vorstellungstermine liegen zwischen dem 16.02. und 17.03.2021. In der Zeit informieren wir Freund:innen aus 4 RC aus Bochum, IWC Bochum, RC Hattingen, Rotaract Club Bochum und Interact Club Bochum. Die Terminfindung für die verbleibenden 2 Bochumer RC stehen noch aus. Start ist dann am 25.03.2021 im Kickoff-Meeting per Zoom. Bis dahin stehen die Paare fest. Zusätzlich werden 2-3 Meetings für den Austausch aller Mentor:innen und Mentees im Laufe des Jahres angeboten, das Team ist auch zwischendurch jederzeit ansprechbar.

Club: Paderborn Kaiserpfalz

Projekt: Job Info Tag

Zielgruppe

Schüler in Abschlussklassen vor Beginn eines Studiums oder einer Ausbildung.

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Viele Möglichkeiten, da möchten wir Orientierungshilfe leisten.

Angebot

Wir bieten der Zielgruppe hinsichtlich ihrer Probleme ... um zu erreichen, dass ...

Wir bieten der der Zielgruppe hinsichtlich ihrer Probleme eine Orientierungsmöglichkeit um sie bei der Auswahl eines Berufes zu unterstützen.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

Webseite, Facebook, Instagram, Zeitungsartikel, Werbung in Bussen und auf öffentlichen Plakaten, durch Besuche in den Abschlussklassen direkt, durch die Agentur für Arbeit, die für unser Projekt wirbt.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

Dieses Projekt betreuen aktuell 4 Berufsdienstbeauftragte aus den 4 Paderborner Rotary Clubs. Man muss organisieren können.

Kostenstruktur

Kosten entstehen durch Werbung, Webhosting etc. Die Kosten teilen die 4 Clubs. Spenden gibt es von Banken oder der Universität in Form von Bereitstellung der Räumlichkeiten.

Veranstaltungsort

Universität Paderborn.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Der Job Info Tag findet immer im Februar/März statt. Wir beginnen jeweils im August vorher mit den Planungen.

Club: Hagen-Lenne

Projekt: New Generation Study Support Award

Zielgruppe

Hagener Abiturienten im Übergang zum natur- oder ingenieurwissenschaftlichen Studium, die sich neben guten schulischen Noten durch hervorragende Leistungen außerhalb des schulischen Umfeldes hervorragen haben (z.B. soziales Engagement, sportliches Engagement, MINT-Erfolge, Jugend Forscht Teilnahme). Geeignete Schüler*innen werden von der Schule, insbesondere der Jahrgangsstufenleitung ausgewählt und eingeladen, eine Bewerbung einzureichen. Auswahlkriterium: Schüler befindet sich im Jahr vor der Erlangung der Hochschulzugangsberechtigung und beabsichtigt die Aufnahme eines ingenieur- oder naturwissenschaftlichen Studiums. Gesamtbild des Schülers zeigt Leistungsbereitschaft und Leistungsfähigkeit sowie Sozialkompetenz und Engagement. Weitere Kriterien können sein: besondere Erfolge, Auszeichnungen, Preise; außerschulisches Engagement; besondere persönliche oder familiäre Umstände. Gesamteindruck des beurteilenden Lehrers hat Gewicht.

Bedürfnis

Die Abiturienten stehen vor dem Beginn eines Studiums, in dem sie sich zurecht finden müssen und - insbesondere in Studiengängen der Ingenieurwissenschaften - Vorleistungen wie Praktika zu absolvieren haben. Insbesondere in Fällen, wo der Abiturient bzw. sein Elternhaus nicht über den Hintergrund oder Kontakte verfügt, die ihm bei den Formalitäten des Studiums, der Suche nach Wohnraum, der Auswahl des Studienortes oder der Suche nach erforderlichen Praktika unterstützen können, steht dieser vor großen Herausforderungen. Hinzu kommt die finanzielle Herausforderung insbesondere bei einem wohnortfernen Studienort.

Angebot

Wir bieten dem angehenden Studierenden eine monetäre Unterstützung in Höhe von monatlich EUR 150,- über zwei Semester. Darüber hinaus stellen wir ihm eine geeigneten Paten für diesen Zeitraum (u.a. für Beratung bei Studienwahl, Unterstützung bei Praktikumsfindung, Ansprechpartner im Studium) bereit, der in Bezug auf die gewählte Studienrichtung die erforderliche Kompetenz aufweist. Hierdurch erreichen wir, dass die angehenden Studierenden von Anfang an einen kompetenten Ansprechpartner und eine Orientierung für die zielgerichtete Durchführung des gewählten Studienganges bekommen.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch die Unterstützung der Oberstufenleitung der beteiligten Gymnasien, welche die Oberstufenschüler über einen langen Zeitraum hin begleitet haben und diese über die Zeugnisnoten hinaus beurteilen können. Wir haben mit den beteiligten Personen durch intensive Gespräche Kriterien erarbeitet, um ihnen eine Leitlinie für die Auswahl geeigneter Bewerber zu geben. Die Oberstufenleitung nimmt Kontakt zu den von ihnen ausgewählten Schülern auf und überreicht Ihnen eine Einladung unseres Clubs zur Bewerbung um den Award.

Schlüsselpersonen

Jeder Rotary Club verfügt naturgemäß über Vertreter vielfältiger Fachrichtungen und Kompetenzen, die geeignet sind, einen angehenden Studierenden in den ersten beiden Semestern seines Studiums zur Seite zu stehen. Bereits vorhandene Kontakte zu Gymnasien sind hilfreich. Die Schulen stehen dem Projekt unserer Erfahrung nach sehr offen und hilfsbereit gegenüber.

Kostenstruktur

Die Kosten für die Förderung eines Award-Empfängers belaufen sich bei uns auf 12 x 150,- EUR. Weitere Ausgaben bestehen nicht. Spenden für unser Projekt generieren wir über Einwerbung bei den Clubfreunden. Der obligatorische Bericht eines jeden Award-Empfängers hilft, die Clubfreunde zu informieren und von dem Projekt zu begeistern.

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

Die Verleihung des Awards findet im Zuge der Abiturverleihung in dem jeweiligen Gymnasium statt. Der Kontakt zu dem zugeordnetem Paten wird von Club hergestellt.

Zeit

Die Konzipierung, Planung und Durchführung des Projekts, einschließlich Kontaktaufnahme zu Schul- und Oberstufenleitung sowie Vorstellung im Club dauerte etwa ein Jahr. Eine weitere Auflage dieses Awards sollt ein etwa 3 bis 4 Monaten durchführbar sein. Wir räumen den Abiturienten eine Bewerbungsfrist von drei Monaten ein. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass diese sich dann mitten in den Abiturprüfungen befinden.

Club: Passport D1900

Projekt: Bewerbung 2.0

Zielgruppe

Junge Leute, die sich vor/ in einem Bewerbungsverfahren befinden und Sicherheit im Bewerbungsverfahren benötigen. Bevorzugt werden Bewerber*innen, die aufgrund von „Stigmata“ in Schul- oder Arbeitszeugnissen häufig Absagen erhalten. Als Erweiterung sind perspektivisch auch (ältere) Langzeitarbeitslose als Zielgruppe denkbar.

Bedürfnis

Die Zielgruppe steht vor der Herausforderung, sich in der Suche um Praktikum, Ausbildungsplatz oder Arbeitsplatz bewerben zu müssen. Durch Online-Verfahren während (und wohl auch nach) der CoVid19-Pandemie sind die Anforderungen an die Bewerbung noch gestiegen. Gute, branchenerfahrene Beratung und Unterstützung steht vielen nicht zur Verfügung. Identifizierung und Reflexion der Zeugnisinhalte, die eine Anstellung erschweren. Generierung von Zeugnissen und Bescheinigungen, welche die Chancen auf dem Arbeitsmarkt wieder erhöhen.

Angebot

Rotarier*innen haben genau diese Erfahrung in ganz unterschiedlichen Berufsfeldern und möchten diese den jungen Menschen zur Verfügung stehen. Dabei soll durch den ganzen Bewerbungsprozess begleitet werden. Von der schriftlichen Bewerbung inkl. Bewerbungsfotos bis hin zu den Auswahlgesprächen. Damit sollen die Teilnehmenden in die Lage versetzt werden, Ihre Kompetenzen gut zu demonstrieren und durch das Coaching mit mehr Sicherheit/Selbstbewusstsein, um den „Traumjob“ zu bekommen: Wertschätzendes, professionelles Feedback zu bestehenden Bewerbungen Tipps für Verbesserungen Gemeinsames Üben von Online-Bewerbungsgesprächen mit Branchenkennern im Rollenspielszenario im „geschütztem Raum“ Standardisierte bis hin zur individuellen Unterstützung durch unbeteiligte, aber professionelle RC – Mitglieder Begleitung vor-, während und nach dem Start Begleitetes Onboarding zB in den ersten 100 Tagen .

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

Homepage, Social Media (z.B. Facebook, Instagram), Flyer (für andere RCs zum Weitergeben an ausgesuchte Interessent*innen), Menschen aus unserer Umgebung.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

Die Branchenexperten der anderen Rotary-Clubs. Personalerfahrene Leader(innen), die Bewerbungen bewerten können. Personen, die Online-Tipps geben können Kreative Coaches Didaktische/methodische/rhetorische Kompetenzen (die auch stark in Grammatik und strukturellen Aufbau von CV's sind) Webmaster*in Social Media Beauftragte Fotograf*innen.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

KOSTEN: Online-Werbebudgets 2000€ Webseite und Konferenzsysteme 1.000 € Foto- und Druckkosten (z.B. picturepeople.de) 1.000€ EINNAHMEN: Clubmittel, Drittmittel-staatl. Förderung, Spenden: Alumniarbeit (erfolgreich Vermittelte), Öffentlichkeit, Crowdfunding.

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

Online Zoom nach Corona auch mal ein Seminarwochenende zu diesem Thema mit entsprechenden professionellen Coachings (RYLA).

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

Projekt in der Planungs- und Pilotierungsphase Erster Pilot erfolgreich abgeschlossen Aktuell: Start des Marketings und Ausrollen des Projektes Ständig: Rekrutierung interessierter Bewerbenden und rotarischer Freund*innen als Mentor*innen und Berater*innen“.

Club: Passport D1900

Projekt: Praktika – we connect

Zielgruppe

Schülerinnen und Schüler,

- denen es schwer fällt, durch angemessene Eigeninitiative einen Praktikumsplatz zu finden
- die spezielle Bedarfe an einen Praktikumsplatz stellen

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

- Stärkung des Selbstwertgefühls
- Entwicklung von Eigeninitiative
- Erkennen des eigenen Potentials und Interesses für eine Praktikumsstätigkeit
- Vermittlung von geeigneten Praktikumsplätzen
- zielgerichtete Unterstützung während des Praktikums in Kooperation mit Schule und Betrieb

Angebot

Wir bieten der Zielgruppe hinsichtlich ihrer Probleme ... um zu erreichen, dass ...

- Unterstützung bei der Suche nach einem passenden Praktikumsplatz
- Information/Aufklärung der Betriebe bei speziellen Bedarfen
- Unterstützung der Betriebe bei Umsetzung dieser Bedarfe
- Nutzung des Rotary-Netzwerks für die Gewinnung von Praktikumsplätzen

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

Pilot: Kooperation mit dem Rheinisch-Westfälischen Berufskolleg Essen, größte Förderschule (Sekundarstufe II) für Gehörlose und Schwerhörige in der Bundesrepublik, an der Schülerinnen und Schüler aus ganz Deutschland unterrichtet werden (größtenteils Internatsschüler); daher deutschlandweit Praktikumsplätze erforderlich.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

- Als Passportclub sind wir überregional ausgerichtet, die Kooperation mit anderen Clubs in Projekten ist Bestandteil unseres Selbstverständnisses:
 - größere Praktikumsvielfalt
 - Weitergabe des Konzepts an andere Clubs

- Projektteam aus Clubmitgliedern
 - das geeignete Unternehmen u.a. Anbieter von Praktikumsstellen akquiriert, informiert und für die Idee begeistert
 - das die Praktikumsvermittlung zwischen Schule, Schüler und Unternehmen koordiniert
- Ansprechpartner in der Schule
- engagierte Unternehmen, Dienstleister, Einrichtungen, Behörden etc.
- diese werden über unseren Club und das Rotary-Netzwerk gewonnen.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

Kostenvolumen für die Startphase ca. 3500 €:

- Planung und Aufbau einer (digitalen) Praktikumsbörse (2000 €)
- Onlineportal für die Medienarbeit (1000 €)
- Erstellen von Informationsmedien (500 €).

Ein Teil des Aufwands kann durch ehrenamtliche Arbeit von Clubmitgliedern geleistet werden

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

wechselnde Schulen und Unternehmen/digital.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

- Planungsphase seit 12/2020
- Seit 03/2020 Kooperation mit Rheinisch-Westfälischem Berufskolleg und Anbahnungsgespräche mit weiterer Schule in Hennef
- Entwicklung von Verfahrensweisen und Strukturen für die Kooperation mit der Schule
- Akquise von Praktikumsplätzen bei Unternehmen u.a.
- Durchführung von Praktikumsvermittlungen ab Schuljahr 2021/22
- Kontinuierliche Weiterentwicklung des Konzepts durch Pilotierung (agile Vorgehensweise) in der Praxis und Einbindung/ Weitergabe an interessierte Clubs
- Einbindung des deutschlandweiten rotarischen Netzwerks

Club: Hamm

Projekt: Ich hab da mal eine Frage

Zielgruppe

An wen wendet sich das Projekt

Schüler / innen aus dem 10 -12 Schuljahr der Schullandschaft in Hamm.

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Die Zielgruppe steht oftmals hilflos zum Abschluss des Schullebens vor der Auswahl eines Studiengangs oder Ausbildung. An dieser Stelle möchten wir ansetzen und Hilfestellung leisten.

Angebot

Wir bieten der Zielgruppe hinsichtlich ihrer Probleme ... um zu erreichen, dass ...

als erstes und wichtiges bieten wir der Zielgruppe persönliche Gespräche und Kontakte zu Rotarier/innen. - Lebens- und Berufserfahrung soll im persönlichen Austausch untereinander geteilt werden.

Marketing

Die Zielgruppe erreichen wir durch ...

persönliche Ansprache über die Schulen in Hamm - nach einer Vorauswahl mit den Lehrenden erfolgt eine persönliche schriftliche Einladung für die Schüler/innen - nach erfolgreicher Durchführung einer Runde „ich hab da mal eine Frage“ kann dieses Format über die aktuellen Medien Internet, Youtube etc. weitergegeben werden, so dass eine größere Anzahl von Schülern/innen erreicht werden kann.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

Rotarier/inne aus dem Club - evtl. „Fremdzugänge“ mit ausgefallenen Berufen.

Kostenstruktur

Kostenvolumen, Einnahmen durch ... Ausgaben durch ... evtl. Spenden generiert durch ...

Eine Runde „Ich hab da mal eine Frage“ mit persönlicher Präsenz von 20 Teilnehmern, 5 Rotarier/innen, Einladungen, Werbung, Catering ca. 200,00 € Bei Übertragungen über das Internet, Youtube etc. kommen die Kosten eine Aufzeichnung hinzu, ca. 250,00 €. Die Kosten werden vom Club getragen.

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

Innerhalb der Stadt Hamm an verschiedenen Orten.

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

1. Vorstellung im Club 2. Erstellung der Info-Flyer (Werbung für Schulen) 3. Auswahl und Festlegung von Orten und Terminen Wenn die Pandemie dem Ende zugeht und alle wohlwollend mitanpacken beträgt die geschätzte Zeitdauer ca. 4-6 Wochen. Sollte die Pandemie-Zeit weiter anhalten kann das Programm auch in kleineren Gruppen durchgeführt werden und über Internet, Youtube der Öffentlichkeit vorgestellt werden.

Club: Herford Widukind in Zusammenarbeit mit Herford und Herford Hanse

Projekt: Herforder Berufsinformationstag (HERBI)

Zielgruppe

Schülerinnen und Schüler der EF, Q1, Q2 an den Gymnasien, Oberstufen der Gesamtschulen und Berufskollegs sowie der 10. Klasse der Realschulen im Kreis Herford, die sich für ein Studium als Basis für Ihre berufliche Laufbahn interessieren.

Bedürfnis

Vor welcher Herausforderung steht die Zielgruppe?

Die Wahl des richtigen Studienganges wird häufig aus Familiendition oder durch viel Theorie geprägt; es existieren kaum Angebote für junge Menschen, durch welche sie wirkliche Praxiserfahrungen einholen können.

Angebot

Wir bieten der Zielgruppe eine Orientierung zu Hochschulstudiengängen direkt von Praktikern, um zu erreichen, dass sie sich in der Auswahl des für sie passenden Studienfaches praxisnah unterstützt fühlen.

Marketing

Zielgruppe adressiert durch enge Kontakte zu den Berufskoor­dinatoren der Schulen, durch eine eigene Homepage mit einer Übersicht über die Berufsbilder sowie Aushänge&Flyer in den Schulen sowie Plakatwerbung im Kreis Herford.

Schlüsselpersonen

Wen benötigt man personell und mit welchen Qualifikationen und Eigenschaften um das Angebot durchführen zu können?

- Orga-Team von Herbi = 4 Personen
- Mindesten 50 Vertreter verschiedener, akademischer Berufsbilder zum Abhalten der Vorträge
- Mindestens 10 Helfer am Tag der Durchführung , davon 3, die – zusätzlich zum Orgateam- auskunftsfähig zum Projekt sind

Kostenstruktur

- Kostenvolumen: ca. € 5.000
- Einnahmen durch: Spenden
- Ausgaben durch: Homepageprogrammierung; Shuttle-Service mit Bussen; Hauptpreis (Smartphone); Catering für Referenten am Tag der Durchführung
- Spenden generiert durch: Logo-Verwendung der spendenden Unternehmen auf allen Herbi-Medienkanälen; konsequente Presse-Strategie im Vorfeld und nach der Veranstaltung

Veranstaltungsort

Die Durchführung findet wo statt?

Jährliche wechselnde Räumlichkeiten verschiedener Schulen im Stadtgebiet Herford (Aula mit ausreichender Kapazität für bis zu 800 Personen ist Pflicht).

Zeit

Umfang für Projektplanung Projektdurchführung

- Planung: zwischen September und Februar ca. 2 Tage pro Monat mit insgesamt 4 Personen des Orga-Teams (=12 Tage mit 4 Personen)
- Umfassende An- und Rücksprache mit den Referenten im Vorfeld der Veranstaltung (Akquise zur Bereitschaft; Rückfragen beantworten; Termin-Verschiebungen umsetzen etc.)
- Kommunikation mit den Schulen (Schulleitungen; Berufskoor­dinatoren)
- Durchführung: ein Freitag-Nachmittag Ende Februar/Anfang März zwischen 14Uhr und 19Uhr