

OloV-Strukturprojekt

Tipps- und Tricks-Sammlung für Berufsorientierungsmessen

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
1. Ziele & Zielgruppen der Messe	3
Was? Welche Ziele sind mit der Messe verbunden?	3
Hilfreiche Fragen für die Vorbereitung:.....	3
2. Vorbereitung einer Messe.....	3
Wer? Das Organisationsteam	3
Wo? Der Standort	4
Empfehlungen für die Auswahl des Messe-Standorts	4
Wann? Beginn der Vorbereitung	4
Faustregel für Anfragen:	5
Wann? Zeitpunkt der Messe	5
Was? Erfordernisse.....	5
Wie? Werbung bei den Zielgruppen	5
Werbung für Schülerinnen und Schüler:.....	5
Werbung für Eltern:.....	6
Werbung für Schulen/Lehrkräfte	6
Weitere Werbemöglichkeiten	6
Unternehmen als Ausstellende gewinnen	6
Wie? Finanzierung	7
3. Durchführung einer Messe	7
Wie? Aufgaben des Organisationsteams vor Ort.....	7
Vor Ort Wichtige Aspekte für Ausstellende	7
Vor Ort Typische Angebote.....	8
Wie? Organisation für Besucher	8
Schülerinnen und Schüler	8
Lehrkräfte.....	8
Fachkräfte.....	9
Eltern/Familien.....	9
Pannen Was ist zu beachten?.....	9
4. Nachbereitung einer Messe.....	9
Wie? Nachbereitung der Messe	9
5. Vorlagen	9
6. Matching-Plattform Schwalm-Eder	9

Einleitung

Die nachfolgende Sammlung ist ein Ergebnis der Aktivitäten und der Vernetzung der Arbeitsgruppe (AG) Bildungsmessen und Ausbildungsbörsen des Schwalm-Eder-Kreises und der Arbeitsgruppe Kommunikationsstrukturen intern/extern der Stadt Hanau und des Main-Kinzig-Kreises im Rahmen des OloV-Strukturprojektes **2022/23**.

Das Team des OloV-Strukturprojektes von involas hat die jeweiligen AGs sowie den Austausch zwischen den Regionen begleitet. Dabei wurden Erfahrungen und Erkenntnisse zu Berufsorientierungsmessen aus den Arbeitsgruppensitzungen und aus einer Befragung der Akteure dokumentiert. In Abstimmung mit den Regionen wurden die Ergebnisse in dieses Dokument überführt. Weiterhin wurden erste Ergebnisse bei der Entstehung der Sammlung auf weiteren Veranstaltungen wie den OloV-Regionalkonferenzen oder dem Transfer-Workshop des Strukturprojektes vorgestellt. Hierbei haben die Teilnehmenden weitere Tipps eingebracht, die in der Sammlung aufgegriffen wurden.

Ergänzend haben die regionalen Akteure Dokumente, die sie für die Organisation von Messen entwickelt haben, als beispielhafte Vorlagen zur Verfügung gestellt.

Das Team des OloV-Strukturprojektes bedankt sich bei allen Akteuren, die zum Inhalt dieser Sammlung beigetragen haben. Wir hoffen, dass wir die Leserinnen und Leser damit bei Ihrer Arbeit in den Regionen unterstützen können und wünschen viel Erfolg für künftige Berufsorientierungsmessen.

Offenbach, Januar 2024

Team des OloV-Strukturprojektes

1. Ziele & Zielgruppen der Messe

Was? | Welche Ziele sind mit der Messe verbunden?

Ein Ziel steht bei Berufsorientierungsmessen immer im Vordergrund: die Förderung der Beruflichen Orientierung junger Menschen und die Verbesserung des Matchings mit den Betrieben bzw. Ausstellenden. Wichtig ist hierbei u. a. die persönliche Ansprache der Jugendlichen. Dies kann auf unterschiedliche Weise erfolgen, z. B.

bei der Vorbereitung des Messebesuchs im Unterricht, der Begleitung und Ansprache der Schülerinnen und Schüler auf der Messe sowie einer reflexiven Nachbereitung. Bei der Gestaltung der Messe sollte auf die jeweiligen Bedarfe der angesprochenen Zielgruppen eingegangen werden. Diese können je nach Klassenstufe und Schulform variieren.

Wenn die Veranstaltung für die Öffentlichkeit gedacht ist, sollte generell Barrierefreiheit gewährleistet sein. Für die Teilnahme von Förderschulen sollten bestimmte Rahmenbedingungen (kleinere Gruppen, Lotsen) ermöglicht werden.

Hilfreiche Fragen für die Vorbereitung:

- Für welche Klassen und Schulformen soll die Berufliche Orientierung erfolgen?
- Können die beteiligten Ausstellenden eine Vermittlung von Ausbildungsplätzen ermöglichen?
- Können die beteiligten Ausstellenden eine Vermittlung von Praktikumsplätzen ermöglichen?
- Sollen Möglichkeiten für den Direkt- oder Quereinstieg dargestellt werden?
- Können regionale Berufsschulen für das Aufzeigen ihrer Berufsfelder für die BO-Messe eingebunden werden?
- Wie kann das soziale Umfeld der Jugendlichen, z. B. die Eltern, eingebunden werden?

TIPP

Ein Berufsfeld:

Häufig decken Ausbildungsmessen mehrere Berufsfelder ab. Die regionale Erfahrung zeigt: Falls es in einem Berufsfeld besonders große Bedarfe gibt (z. B. Pflege), bietet sich die Fokussierung dieses Berufsfelds in einer gesonderten Messe oder einem gesonderten Bereich auf der BO-Messe an.

2. Vorbereitung einer Messe

Wer? | Das Organisationsteam

Je nach Messe variiert das Organisationsteam und die Einbindung regionaler Akteure des Ausbildungs- und Arbeitsmarktes.

Neben einem Kernteam, das für organisatorische Aufgaben die Verantwortung übernimmt, kann ein unterstützendes Netzwerk aus weiteren Akteuren aufgebaut werden. Dies dient dem Austausch und der Beratung über offene Fragen, wie z. B. der Ansprache der Zielgruppen, der Gewinnung von Ausstellern, der Gestaltung von Veranstaltungsflächen, den Möglichkeiten der Finanzierung (Fördermittel) etc.

Mögliche Beteiligte sind:

- Staatliches Schulamt, allgemeinbildende Schulen (z. B. Ansprechpersonen Berufliche Orientierung am Staatlichen Schulamt, Schulkoordinatorinnen und -koordinatoren)
- Berufsschulen
- Regionales OloV-Netzwerk
- Kammern (Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer, Kammern freier Berufe)
- Kreishandwerkerschaft
- Agentur für Arbeit
- Jobcenter
- Kommune/Vertretungen kommunaler Ämter
- Öffentliche und freie Träger der Jugendberufshilfe
- Bildungsträger
- Regionale Arbeitskreise wie z. B. SCHULEWIRTSCHAFT
- Auszubildende

Für die Abstimmung mit den Ausstellenden ist eine zentrale Ansprechperson im Organisationsteam hilfreich. Dies gilt auch für auch auf Seiten der Ausstellenden.

Der Kontakt zu ihnen ist eine wichtige Basis für Berufsorientierungsmessen. Zum weiterführenden Austausch untereinander sowie für die Vermittlung von Ausstellenden an weitere Berufsorientierungsmessen, wird die Vernetzung von Messe-Organisationsteams in einer Region empfohlen. Bei der Weitergabe von Kontaktinformationen sollte der Datenschutz beachtet werden.

¹ Beispiel für einen Popup-Store: „Tatkraft. Finde deinen Weg“ in Hanau. Nähere Informationen

TIPP

Peer-to-Peer

Peer-to-Peer-Angebote, bei denen Auszubildende an den Ständen die Jugendlichen beraten, sind bei Jugendlichen sehr beliebt. Daher ist es hilfreich, Auszubildende in das Organisationsteam einzubinden.

Wo? | Der Standort

Als Messegelände empfehlen sich ebenerdig zugängliche Räumlichkeiten zur Sicherstellung der Barrierefreiheit. Einfach und schnell zugängliche, gut einsehbare Bereiche haben eine höhere Attraktivität. Bei Bedarf kann das Messegelände über Zelte/Pavillons auf Außenflächen erweitert werden. Auf dem Messegelände sollte den Ausstellenden, neben ihren Ständen, weitere **Flächen** für den **Auf- und Abbau** zugewiesen werden. Beim Aufbau sollte die Ansprechperson des Organisationsteams möglichst vor Ort sein.

Bei Messen in Form von „**Popup-Stores**“¹ (Informationen sowie Berufs-Ausprobierstationen als temporäre Veranstaltung in Einkaufszentren/öffentlichen Gebäuden), empfiehlt sich eine zentrale, innenstädtische Lage.

Empfehlungen für die Auswahl des Messe-Standorts

- Gute Erreichbarkeit (öffentliche Verkehrsmittel, Parkplätze)
- Barrierefreiheit
- Nutzung von Außenflächen
- Übersichtlichkeit: breite, gerade Gänge
- Attraktivität (Gastronomie, Einkauf etc.)
- Kosten für den Veranstaltungsort

Wann? | Beginn der Vorbereitung

Die Vorbereitung für die Durchführung einer Berufsorientierungsmesse startet am besten mindestens sechs Monate vorher. Schulen haben einen vollen Kalender, daher ist eine frühzeitige Kontaktaufnahme für die Abstimmung des Termins zu empfehlen.

unter: <https://www.tatkraft-hanau.de/>
zuletzt geprüft am 10.01.2024

Faustregel für Anfragen:

- Schulen: zu Beginn des Schuljahres (bzw. so früh möglich)
- Bei großen Messen: mindestens sechs Monate vorher mit der Vorbereitung und Abstimmung mit den Schulen beginnen
- *Weitere Hinweise finden Sie in den Vorlagen im Anhang (exemplarischer Terminplan)*

Wann? | Zeitpunkt der Messe

Der Zeitpunkt für die Durchführung einer Messe sollte die Kapazitäten und Interessen der Akteure berücksichtigen.

Mit Blick auf die Teilnahme von **Schulen** sollte darauf geachtet werden, dass Messen möglichst außerhalb von Prüfungszeiten stattfinden. Die Prüfungszeiten an Schulen stehen frühzeitig fest und können bei den Schulen sowie dem Staatlichen Schulamt erfragt werden. Landesweite Prüfungstermine veröffentlicht das Kultusministerium:

- Haupt- und Realschulprüfungen:
<https://kultusministerium.hessen.de/schulsystem/schulformen-und-bildungsgaenge/hauptschule/hauptschulabschluss/termine-pruefungsabfolge-zaa>
zuletzt geprüft am 10.01.2024
- Abiturprüfungen:
<https://kultusministerium.hessen.de/Schulsystem/Schulformen-und-Bildungsgaenge/Gymnasium/Landesabitur/Termine-Landesabitur>
zuletzt geprüft am 10.01.2024

Für **Unternehmen** ist ein Zeitpunkt während konjunkturarmen Zeiten der Betriebe günstig. Hinweise über saisonale Arbeitsspitzen mancher Branchen können die Kammern (IHK, HWK) geben.

Eine Messe am Vormittag **unter der Woche** erleichtert die Begleitung durch Lehrkräfte. Eine Messe **am Wochenende sowie in den Nachmittags- und Abendstunden** ermöglicht dagegen eher einen gemeinsamen Besuch der Jugendlichen mit ihrer Familie. Wochenenden können für Schulen und Betriebe, insbesondere bei Arbeitszeitregelungen für Auszubildende, eine Hürde darstellen. Es gibt auch Formate, die explizit **abends** statt-

finden. Unter dem Begriff „Nacht der Ausbildung“ bieten mehrere Betriebe in ihren eigenen Räumen Angebote zur Beruflichen Orientierung an.

Was? | Erfordernisse

Bei der Organisation einer Messe müssen diverse **Erfordernisse** erfüllt werden:

- Am Veranstaltungsort sind diese Aspekte einzuplanen:
 - Sanitätsdienst
 - Hinweisschilder zur Orientierung
 - Parkplatzlösungen für Besucher:innen und Ausstellende
 - Regelungen für die Müllentsorgung
- Bei der Platzzuweisung für Ausstellende auf dem Messegelände ist Folgendes zu berücksichtigen:
 - Wasser-/Abwasseranschlüsse
 - Strom
 - Internet
 - Bodenbeschaffenheit
 - Größe der Tische
 - Platzbedarf der Ausstellenden
- Arbeits-, Zeit- und Personalaufwand auf verschiedenen Ebenen, z. B. bei begleitenden Lehrkräften für die Unterstützung der Jugendlichen vor Ort.

Externe Unterstützung: Es gibt externe Dienstleister, die man für die Durchführung von Messen an Schulen beauftragen kann. Die Schule muss dafür nur die Räumlichkeiten stellen. Bei den teilnehmenden Unternehmen wird hingegen eine Gebühr erhoben. Ob dieses Angebot für eine Schule attraktiv ist, sollte im Einzelfall geprüft und mit weiteren Akteuren (Staatliches Schulamt, OloV-Koordination) abgestimmt werden.

Wie? | Werbung bei den Zielgruppen

Werbung für Schülerinnen und Schüler:

- Einladung über die Schulleitung
- Explizite Ansprache der Vorabgangs- und Abgangsklassen
- Werbe-Postkarten
- Verteilen von Elternbriefen mit Hinweis auf die Messe

- Vorbereitung der Messe im (BO-)Unterricht
- Mit dem Peer-to-Peer-Ansatz werben (z. B. auf Azubis als Ansprechpersonen auf Messe hinweisen)
- Social Media
- Heterogenität beachten: Lebenssituation der Jugendlichen, Schulform, Wünsche, Barrierefreiheit, geeignete Besuchszeiten
- Über das soziale Umfeld (Eltern etc.)
- Ggf. Sprachbarrieren berücksichtigen

Werbung für Eltern:

- Verteilen von Elternbriefen mit Einladung zur Messe
- Einladung über Klassenlehrkräfte
- Einladen über den Elternbeirat
- Hinweis geben auf Ausbildungs-Info-Abend
- Ggf. Sprachbarrieren berücksichtigen
- Spezielles Angebot für Eltern auf der Messe:
 - Runder Tisch
 - Workshops
 - Informationsstände
 - Elterncafé
 - unterhaltsames Rahmenprogramm (Schulband, Schultheater)
- Ggf. Sprachbarrieren berücksichtigen
- Presse (Tageszeitung, regionale (Werbe-)Zeitungen)
- Social Media (z.B. Facebook, Instagram)

Werbung für Schulen/Lehrkräfte

- Schulkoordinator:innen für BO über das Staatliche Schulamt kontaktieren
- Informationen für Lehrkräfte: Eingeladene Ausstellende, Zeitslots, Lageplan, ggf. unterstützendes Material zur Vor- und Nachbereitung des Messebesuchs mit den Schülerinnen und Schülern
- Informationen über Organisation der An- und Abreise

TIPP

Gewinnspiel:

Auch Gewinnspiele (zum Beispiel: X-ter Besucher erhält einen Gewinn, Tombola, Preise im Rahmen einer Messerallye, Glücksrad etc.) können die Attraktivität des Messebesuchs für Jugendliche und deren Familien steigern.

Wichtig: Bitte rechtliche Rahmenbedingungen bei Gewinnspielen beachten.

Weitere Werbemöglichkeiten

- Kommunikationswege bestehender Netzwerke nutzen (Kolleg:innen, Fachkräfte)
 - Kanäle der Institutionen und Betriebe, die als Ausstellende vor Ort sind
 - Flyer, Plakate
 - Broschüre mit wichtigen Informationen und Ausstellende der Messe, mit QR-Code auf digitale Informationsplattform aufmerksam machen
 - Radio
 - Regionalzeitungen (Presse im Vorfeld informieren)
 - Soziale Medien
 - Übergeordnete Informationsplattformen wie z. B.
 - Kampagne „von A zu B“ des hessischen Wirtschaftsministeriums:
 - www.vonazub.de
 - www.praktisch-unschlagbar.de
 - www.azubiyo.de
 - www.aubi-plus.de
 - www.planet-beruf.de
- Links zuletzt geprüft am 10.01.2024

Unternehmen als Ausstellende gewinnen

- Anmeldung über ein online-Formular
- Austausch von Kontaktinformationen zwischen Messeveranstalter:innen (Hinweis: *Einverständnis einholen, Datenschutz beachten*)
- Auch kleinere, regionale Unternehmen berücksichtigen und ggf. unterstützen. Kleinere, regionale Messen in unmittelbarer Nähe können hier ggf. attraktiver sein.

- Kleinere Unternehmen ggf. durch Stände übergeordneter Vertretungen berücksichtigen (insbesondere HWK/IHK).
- Veranstaltungen sollten daher mit Kammern abgestimmt werden. Bei Ständen übergeordneter Akteure wie IHK und HWK können Listen mit Informationen über ausbildende Betriebe und deren Ausbildungs- und Praktikumsangebot ausgelegt werden. Weiterhin können Kammer-Vertretungen als Multiplikatoren persönliche Beratung anbieten.

Wie? | Finanzierung

- Agentur für Arbeit
- Förderverein (z.B. der Schule)
- Spenden
- Stiftungen
- Kommune oder Kreis
- Bildungsfonds²

TIPP

Zelte: Kostenreduktion durch Nutzung vorhandener Strukturen

Prüfen, ob Zelte/Pavillons des Kreises, der Kommune oder regionaler Institutionen (Vereine, Feuerwehr etc.) ausgeliehen werden können, die sich im Rahmen der Messe-Organisation einbringen. Beim Ausleihen von Material bei gewerblichen Anbietern können sich ggf. mehrere Ausrichter zusammenschließen, um günstigere Konditionen zu verhandeln.

- Kommunikation sicherstellen (z. B. durch Chatgruppe)
- Unterstützung des Organisationsteams durch Schülerinnen und Schüler der Berufsschule oder der Fachoberschule. Diese können z. B. Schülergruppen (5 - 6 Jugendliche) als Lotsen durch die Messe führen.
- Bereitstellung von Kontaktdaten des Organisationsteams
- Alle Informationen vor Ort in Papierform und *digital* bereitstellen und auch noch nach der Veranstaltung verfügbar halten (z. B. hierauf über QR-Codes in den Printinformationen aufmerksam machen).

TIPP

Briefing für Schülerlotsen

Wenn Schülerlotsen der Berufsschule/Fachoberschule bzw. weitere Unterstützende eingesetzt werden, sollten diese im Vorfeld auf ihre Aufgabe vorbereitet werden. Zum Beispiel:

- Offenes Auftreten
- Aktive Ansprache der Messe-Besuchenden
- Verweis der Besuchenden auf weitere Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner
- Antworten auf die wichtigsten Fragen weitergeben (Informationsmöglichkeiten über Berufe, Toiletten, Verpflegung, Parkplätze)

3. Durchführung einer Messe

Wie? | Aufgaben des Organisationsteams vor Ort

- Team für die Betreuung der Infostände für Besucher
- Pro Bereich eine Person (z. B. Außenbereich, Innenbereich, Stockwerke, bestimmte Besuchergruppen etc.)

Vor Ort | Wichtige Aspekte für Ausstellende

- Möglichkeit der Verpflegung bereithalten (bspw. kann ein Caféstand zu Gesprächen und Vernetzung des Fachpersonals anregen)
- feste Ansprechperson im Organisationsteam
- Begleitung bei An- und Abreise sowie Aufbau/Abbau

² Beispiel für einen regionalen Bildungsfonds: <https://www.bildungsfonds->

schwalm-eder.de/startseite.html
zuletzt geprüft am 10.01.2024

- Lageplan (weitere Hinweise zu hilfreichen Materialien finden Sie im Anhang „exemplarischer Terminplan“ Stichwort „Paket für Ausstellende“)

Vor Ort | Typische Angebote

- Handlungsorientierte Ausprobier-Stationen
- Möglichkeit zum Erstellen und Mitnehmen von Werkstücken
- Bereitstellung von Kontaktdaten der ausstellenden Betriebe für weiterführenden Austausch mit den Besuchenden
- Kontaktmöglichkeiten/Austausch mit Auszubildenden ermöglichen (Peer-to-Peer-Prinzip)
- Entgegennahme von Bewerbungsschreiben/Zeugnissen bei ausstellenden Betrieben
- Speed-Castings (Bewerbungen)
- Informationen über freie Ausbildungsstellen und Praktikumsplätze
- Informationen über Berufsbilder
- Informationen zu Weiterbildungsmöglichkeiten
- Unterhaltsames Rahmenprogramm (Schulband, Schultheater etc.)

TIPP

Umgang mit Werbematerial

Ein Phänomen, welches den Besuch von Messen häufig begleitet, ist das Sammeln von Werbematerial. Dieses dient nach der Veranstaltung als Erinnerungsstütze über die besuchten Betriebe. Damit Jugendliche, neben Kugelschreibern, vertiefende Erkenntnisse von der Messe mitnehmen, ist eine Vor- und Nachbereitung der Messe zu empfehlen.

Wie? | Organisation für Besucher

Schülerinnen und Schüler

- Raum und Zeit für den persönlichen Austausch mit Schülerinnen und Schülern einplanen, z.B. durch die Vergabe für Zeitslots für Schulklassen. Zwischen zwei Klassen sollten etwa 30 bis 45 Minuten liegen.

- Strukturierung des Rundgangs durch:
 - Rallye/Fragebogen für die Jugendlichen
 - Laufzettel, um den Besuch von Ständen zu dokumentieren, z. B. durch Stempel/Beantwortung von Fragen (*Unternehmen im Vorfeld darüber informieren*). Um bei einzelnen Ausstellenden einen Ansturm zu vermeiden, kann man verschiedene Laufzettel mit unterschiedlichen Ausstellenden gestalten.
 - Plan mit vorgegebenem Rundlauf
 - Messelotsen (z. B. aus Berufsschule, Fachoberschule)
- Abstempeln des Berufswahlpasses
- Ggf. persönliche Unterstützung/ Begleitung bei der Ansprache von Ausstellenden
- Möglichkeit der Verpflegung bereithalten

TIPP

Unorthodoxe Standverteilung

*Um die Besucher auf größeren Messen besser zu verteilen, bietet es sich an, die Stände der Unternehmen **nicht** nach Branchen zu verteilen. Dadurch werden die Besucher angeregt, über die gesamte Messe zu laufen und weitere Berufsfelder kennenzulernen.*

Lehrkräfte

- Der Messebesuch sollte im Vorfeld durch die Lehrkräfte im Unterricht vorbereitet werden. Mögliche Fragen hierzu sind:
 - Welche Berufsfelder gibt es?
 - Für welche Berufsfelder besteht Interesse bei den Jugendlichen?
 - Welche Fragen können den Ausstellenden gestellt werden?
 - Wie sollte man bei Messebesuch/bei potenziellen Ausbildungs- oder Praktikumsbetrieben auftreten?
- Für den Besuch einer Schulklasse bei einer Schulmesse sollte etwa eine Schul-Doppelstunde eingeplant werden.

Fachkräfte

- Fachkräfte der Berufsberatung können Messen nutzen, um sich über aktuelle Entwicklungen zu informieren.
- Ggf. gesonderte Messezeiten ausschließlich für Fachkräfte (z. B. vor dem Start der Messe oder am Nachmittag außerhalb der Schulzeiten). Dies kann mit Fachvorträgen verbunden werden.

Eltern/Familien

- Wochenenden und ein attraktives Gesamtangebot begünstigen den Besuch durch Eltern bzw. Familien
- Angebote und Informationen gezielt für Eltern konzipieren und anbieten.

Pannen | Was ist zu beachten?

- Im Vorfeld worst-case Szenarien durchspielen (Fragestellung: Was muss passieren, damit es „richtig schief“ geht? Z. B. Wetterverhältnisse bei Outdoor-Angeboten. Für diese Szenarien bereits Lösungen (Plan B und C) entwickeln.

4. Nachbereitung einer Messe

Wie? | Nachbereitung der Messe

- Fragebogen für Teilnehmende, z. B.
 - durch Papier-Fragebögen
 - durch Tablets am Ausgang
 - durch digitale Befragungen im Anschluss
- Fragebogen für Ausstellende
- Reflexions-Termin von Messeveranstaltenden und Lehrkräften
- Pressebericht
- Im Vorfeld die Ausstellenden ansprechen, welche Infos im Nachgang über die Presse weitergegeben werden können, z. B. in einer Sonder-Beilage über Ausbildungsbetriebe der Messe.
- Vorbereitete Pressemeldungen an Kommunen/Institutionen des Kreises schicken und um Veröffentlichung bitten

- Dokumentation auf Veranstaltungs-Homepage (längerfristig im Nachgang bereithalten)

5. Vorlagen

- Exemplarischer Terminplan
- Informationen für Ausstellende
- Einladung für Mitarbeitende

6. Matching-Plattform Schwalm-Eder

Weitere Informationen und Beispiele zu:

- Informationen für Besuchende
- Informationen für Ausstellende der Ausbildungsbörse
- Informationen für Lehrkräfte
- Fragebogen für Besuchende (Wie war die Ausbildungsbörse?)
- Ausbildungsbörse auf der Homepage des Schwalm-Eder-Kreises³

³ <https://matching-se.de/ausbildungsboerse/>
zuletzt geprüft am 10.01.2024

Impressum

Die Tipps- und Tricks-Sammlung ist im Rahmen des OloV-Strukturprojekts in der Zusammenarbeit mit den Regionen des Schwalm-Eder-Kreises, Hanau und des Main-Kinzig-Kreises entstanden.

Das OloV-Strukturprojekt wird unter dem Förderkennzeichen 21BLVHEOL vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen der Initiative Bildungsketten gefördert.

Durchführung:



Institut für berufliche Bildung, Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik GmbH
Herrnstraße 53

63065 Offenbach am Main

Telefon: 069 27224-0

E-Mail: olov-stukturprojekt@involas.com

Internet: <https://www.olov-hessen.de/strukturprojekt>
<https://www.involas.com>

Autor:innen: Holger Lübbe, Julian Santner, Anja Wolf

Mitarbeit: Marijke Mussert

Endredaktion: Dr. Melanie Sittig

Offenbach, Januar 2024