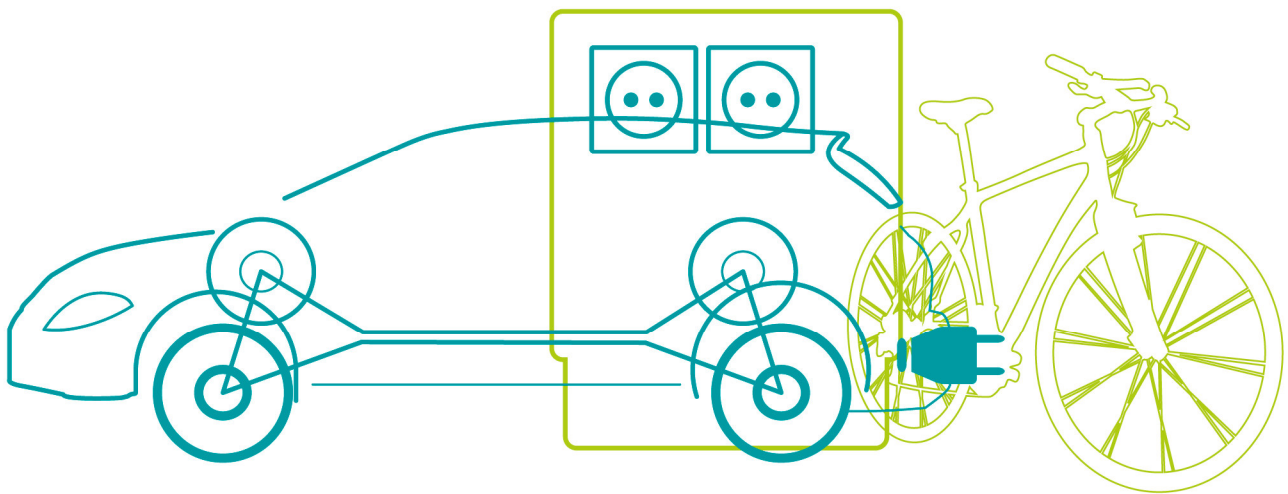




Wissenstransfer im Mobilitätsbereich durch Stärkung der Partnerschaft zwischen Forschung, Wirtschaft und Bildung



VORWORT

Die Publikationsreihe **BLUE GLOBE REPORT** macht die Kompetenz und Vielfalt, mit der die österreichische Industrie und Forschung für die Lösung der zentralen Zukunftsaufgaben arbeiten, sichtbar. Strategie des Klima- und Energiefonds ist, mit langfristig ausgerichteten Förderprogrammen gezielt Impulse zu setzen. Impulse, die heimischen Unternehmen und Institutionen im internationalen Wettbewerb eine ausgezeichnete Ausgangsposition verschaffen.

Jährlich stehen dem Klima- und Energiefonds bis zu 150 Mio. Euro für die Förderung von nachhaltigen Energie- und Verkehrsprojekten im Sinne des Klimaschutzes zur Verfügung. Mit diesem Geld unterstützt der Klima- und Energiefonds Ideen, Konzepte und Projekte in den Bereichen Forschung, Mobilität und Marktdurchdringung.

Mit dem **BLUE GLOBE REPORT** informiert der Klima- und Energiefonds über Projektergebnisse und unterstützt so die Anwendungen von Innovation in der Praxis. Neben technologischen Innovationen im Energie- und Verkehrsbereich werden gesellschaftliche Fragestellung und wissenschaftliche Grundlagen für politische Planungsprozesse präsentiert. Der **BLUE GLOBE REPORT** wird der interessierten Öffentlichkeit über die Homepage www.klimafonds.gv.at zugänglich gemacht und lädt zur kritischen Diskussion ein.

Der vorliegende Bericht dokumentiert die Ergebnisse eines Projekts aus dem Forschungs- und Technologieprogramm „Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz“. Mit diesem Programm verfolgt der Klima- und Energiefonds das Ziel, durch Innovationen und technischen Fortschritt den Übergang zu einem nachhaltigen Energiesystem voranzutreiben.

Wer die nachhaltige Zukunft mitgestalten will, ist bei uns richtig: Der Klima- und Energiefonds fördert innovative Lösungen für die Zukunft!

A handwritten signature in black ink, reading 'Theresia Vogel'.

Theresia Vogel
Geschäftsführerin, Klima- und Energiefonds

A handwritten signature in black ink, reading 'Ingmar Höbarth'.

Ingmar Höbarth
Geschäftsführer, Klima- und Energiefonds

Wissenstransfer im Mobilitätsbereich durch Stärkung der Partnerschaft zwischen Forschung, Wirtschaft und Bildung

MOWISSTRANS

AutorInnen:

Mag.^a Susanne Wolf-Eberl (Research & Data Competence OG)

Mag.^a Petra Wagner-Luptacik, M.A. (AIT Austrian Institute of Technology GmbH)

FH-Prof. DI Mag. Emil Simeonov (Fachhochschule Technikum Wien)

FH-Prof. DI Harald Wahl (Fachhochschule Technikum Wien)

Ing. Mag. Gerd Krizek (Fachhochschule Technikum Wien)

Dr. Markus Ossberger (WIENER LINIEN GmbH & Co KG)

Vera Fochler (RTCA - Rail Technology Cluster Austria)

1 Inhaltsverzeichnis

1	Inhaltsverzeichnis.....	4
2	Einleitung	5
2.1	Aufgabenstellung	5
2.2	Schwerpunkte des Projektes	5
2.3	Einordnung in das Programm	7
2.4	Verwendete Methoden	7
2.5	Aufbau der Arbeit	7
3	Inhaltliche Darstellung	8
4	Ergebnisse und Schlussfolgerungen	14
4.1	Ergebnisse aus dem ersten Umfrageteil	15
4.1.1	Zielrichtungen in Schulen zur Vorbereitung auf das Berufsleben/den Beruf	15
4.1.2	Gegenüberstellung der Nutzenaspekte und Notwendigkeit von Engagement im Ausbildungsbereich aus Unternehmens – und Bildungs-/Forschungssicht	16
4.1.3	Einstellung zu Mentoring und Peer-Learning	18
4.1.4	Akzeptierte Vorstellungen.....	20
4.2	Ergebnisse aus dem 2. Umfrageteil.....	21
4.2.1	Interesse an den Formaten anhand der Kurzbeschreibung	22
4.2.2	Vertiefende Detailbeschreibung und Bewertung zu den einzelnen Formaten	23
5	Ausblick und Empfehlungen	32
5.1	Themenvielfalt zu zukünftigen Herausforderungen im Mobilitätssektor für bestehende innovative Lernumgebungen	33
5.2	Berufsorientierung und Unternehmenskontakte.....	34
5.3	Zwei Adressatenkreise von MentorInnenaktivitäten mit Schulen	34
5.3.1	SchülerInnen	34
5.3.2	PädagogInnen.....	35
5.4	Vernetzung von bestehenden Plattformen.....	36
5.5	Weiterentwicklung und Kombination der Formate	38
6	Literaturverzeichnis	40
7	Anhang.....	43
8	Kontaktdaten	79

2 Einleitung

2.1 Aufgabenstellung

Die Sicherung der Spitzenkompetenz als Garant für die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Mobilitätsunternehmen braucht Initiativen, die langfristig wirken und das Image positiv verändern. Der Wunsch nach bestqualifiziertem, hochmotiviertem Personal auf allen Ausbildungsstufen erfordert eine langfristige Entsprechung in einer Vorbereitung der Jugend auf die technologischen und mobilitätsrelevanten Herausforderungen.

2.2 Schwerpunkte des Projektes

Die Entwicklung eines Peer- und Mentoringansatzes im Mobilitätsbereich soll die Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz unterstützen. Es sollen:

- ✓ Anreize, Motive, Nutzenüberlegungen und Themenbereiche etc. identifiziert werden, die das Engagement in einem Netzwerk begünstigen;
- ✓ Vorschläge zu Formaten und Strukturen der Zusammenarbeit erstellt und deren Attraktivität und Akzeptanz ermittelt werden;
- ✓ SchlüsselpartnerInnen identifiziert werden, die die Initialphase mittragen
- ✓ der Mobilitätssektor als attraktives Betätigungsfeld positioniert werden (über intensive Zusammenarbeit zwischen Forschung, Bildung und Unternehmen)

Die Berufsfelder im weiten Bereich der Mobilität sollen besser positioniert und als Herausforderung begreifbar werden. Das Zusammentreffen mit unterschiedlichen Peers oder die Begleitung durch MentorInnen soll Mut machen, sich selbst etwas zuzutrauen und eigene Anknüpfungsmöglichkeiten in einem innovativen, technologiegestützten Betätigungsfeld zu suchen.

Der Wirtschaftsstandort Österreich ist gerade in der Zulieferindustrie im Mobilitätsbereich darauf angewiesen, dass auch zukünftig ausreichend Fachkräfte zur Verfügung stehen. International tätige Unternehmen drohen mit Abwanderung, sollte kein ausreichend qualifiziertes Personal auffindbar sein. Mittel und langfristig wird erwartet, dass die Produktion (Zusammenbau von Fahrzeugkomponenten) den Hoffungsmärkten Richtung Asien folgt. Österreichs Chancen an neuen Technologieschüben mitzuwirken und neue Chancen für die Produktion in Österreich herauszuarbeiten, braucht hoch qualifizierte und motivierte MitarbeiterInnen.

Vor allem KMUs beklagen einen Mangel an Fachkräften, da Großbetriebe in der Regel attraktivere Arbeitsbedingungen und Sozialleistungen bieten können.

Der Bereich Mobilität und Verkehr ist gemäß dem Rat für Forschung und Technologieentwicklung, ein „Stärkefeld der österreichischen Forschung“. Diese Tatsache ist deutlich zu schwach an potentielle Nachwuchskräfte kommuniziert. Für Jugendliche ist der Mobilitätssektor kaum sichtbar und als Zukunftsperspektive nicht greifbar.

Die Automobil- und Zulieferindustrie, sowie Bahntechnologie und Leichtbauteile für Flugzeugindustrie, U-Bahnen und Straßenbahnen, sowie der gesamte ITS Bereich (Intelligente Transportsysteme) sind zu wichtigen Sektoren der österreichischen Wirtschaft geworden. Eine Beibehaltung des hohen Standards erfordert Anstrengungen in der Nachwuchsförderung.

Auf allen Ausbildungsebenen haben Nachwuchskräfte zu wenig Vorstellung über am Markt nachgefragte Skills/Fertigkeiten und Voraussetzungen, die sie für die Berufswelt mitbringen sollen. SchülerInnen müssen daher frühzeitig mit den Berufschancen und Anforderungen im Mobilitätssektor in Berührung kommen. Es gibt große Diskrepanzen bezüglich der Vorstellungen von nötigen Qualifikationen aus der Perspektive der Jugend und der Unternehmen. Der Wettbewerb der Unternehmen um die „besten Köpfe“ verlangt von allen Seiten neue Strategien und Anstrengungen.

Im Bildungssystem sind derzeit kaum Möglichkeiten vorgesehen, Kindern und Jugendlichen eine realistische Vorstellung von der beruflichen Vielfalt zu bieten. Nur wenige PädagogInnen erkennen das Dilemma und versuchen Kindern und Jugendlichen erste Einblicke im Rahmen der Berufsorientierung Einblicke in die Berufswelt zu bieten. Dabei zeigt sich, dass einige Berufsfelder und Jobmöglichkeiten stärker präsent sind als andere. Die Berufswahl wird sehr oft von den Eltern gesteuert, sodass auch diese wichtige Adressaten sind. Lehrlingsberufe wie FriseurIn, AutomechanikerIn etc. sind besser im Bewusstsein verankert als neue (technische) Berufschancen im Mobilitätssektor.

Eine Schlüsselrolle kommt hier Leitbetrieben aus dem Mobilitätssektor als zukünftige Arbeitgeber zu, die über ihre Öffentlichkeitsarbeit auch Berufsbereiche und Lehrlingsausbildungsmöglichkeiten ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken können. Eine andere Schlüsselrolle kommt der Jugend zu, die vermehrt an ihre Zukunftschancen und neue Berufsfelder herangeführt werden soll.

- ✓ Wie können SchülerInnen und Unternehmen voneinander lernen und sich frühzeitig annähern und somit ihre gegenseitigen Chancen erhöhen?
- ✓ Wie kann die Attraktivität und Sichtbarkeit des Mobilitätsbereiches als Zukunftssparte gesteigert werden, sodass es hohes Interesse an der Sparte und den Leitbetrieben gibt?
- ✓ Wie kann eine gute Unternehmensperformance an die in Ausbildung befindliche Jugend gebracht werden?
- ✓ Gibt es Ansätze, die besonders erfolgreich und vielversprechend sind?
- ✓ Kann es eine Berufsberatung spezifisch für den Mobilitätssektor geben und wie könnte diese praktisch funktionieren?

Die ARGE möchte:

- ✓ Anreize, Motive, Nutzenüberlegungen und Themenbereiche etc. identifizieren, die das Engagement in einem Netzwerk begünstigen;
- ✓ Vorschläge zu Formaten und Strukturen der Zusammenarbeit erstellen;
- ✓ und deren Akzeptanz im Anschluss überprüfen

2.3 Einordnung in das Programm

Das vorliegende Projekt wurde gemäß den Vorgaben der Ausschreibung „Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz“ des Klima- und Energiefonds KLIEN und der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft FFG erstellt. Dabei handelt es sich um eine F&E Dienstleistung (Grundlagenforschung), welche im Rahmen der 1. Ausschreibung des genannten Programms im Dezember 2012 ausgeschrieben wurde (Ausschreibungspunkt 2.1. Konzepte nachhaltiger Partnerschaften zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung im Mobilitätsbereich).

2.4 Verwendete Methoden

1. Recherche
2. Einzelexplorationen mit Unternehmens- und Clusterverantwortlichen für Human Resources und Personen aus dem Bildungswesen (DirektorInnen, Berufsorientierungsverantwortliche)
3. Interner Workshop
4. Zweistufige Delphi Befragung zur Klärung wichtiger Rahmenbedingungen und Feedback zu den im zweiten Durchgang vorgestellten 5 Formaten
5. Diskussion und Feinabstimmung der Ergebnisse

2.5 Aufbau der Arbeit

- ✓ Begriffsklärung und Abgrenzung Mentoring – Peeransatz
- ✓ Hypothesenerstellung zu erfolgversprechenden Ansätzen aufgrund der erfolgten Expertengespräche; Gegenüberstellung der Sichtweise von Bildung/Forschung und Unternehmen/Cluster
- ✓ Sammlung von:
 - Umsetzungsideen
 - möglichen Vorgehensweisen und möglichen UnterstützerInnen
 - Best practice Beispielen
 - Barrieren und Ängste
- ✓ Fokussierung auf Formate, die auch realisiert werden und Unterstützung finden aufgrund der Ergebnisse der 1. Delphi-Umfrage

- ✓ Vorstellung der Formate und Kommentierungen zu den Formaten in der 2. Delphi Befragung
- ✓ Erste Umsetzungsversuche mit der Wiener Stadtwerke Holding und Lehrlingen als Peers
- ✓ Einschätzung zu langfristig erfolgreichen Mentoringprogrammen und notwendigen Begleitveranstaltungen

3 Inhaltliche Darstellung

SchülerInnen wie Studierende benötigen zur Orientierung und Entscheidung darüber, wo und wie sie als künftige Fachkraft bzw. Führungskraft reüssieren können, frühzeitig Zugang zu für sie relevanten und altersadäquat aufbereiteten Informationen. **Mentoring** hat sich dabei als ein viel versprechender Ansatz der individualisierten Heranführung an künftige Herausforderungen durch Erfahrenere herausgestellt.

Unter Mentoring versteht man traditionell die Förderung bzw. Beratung einer weniger erfahrenen Person (Mentee) durch eine erfahrenere Person (MentorIn) über einen längeren Zeitraum. Ziel ist meist die Unterstützung bei der beruflichen und persönlichen Entwicklung. Im Gegensatz zum Coaching ist der Mentor üblicherweise nicht für diese Tätigkeit ausgebildet.

Typischerweise wird Mentoring als enge Eins-zu-Eins Beziehung beschrieben, die oft formalisiert und intensiv umgesetzt wird. Inhaltlich geht es im Wesentlichen darum, informelle Regeln zu vermitteln; in bestehende Netzwerke einzuführen; praktische Tipps zu geben und langfristig die Karriere zu fördern. Die Bandbreite der Aktivitäten reichen von der Vermittlung von Tipps und Tricks bis zur intensiven Beratung; vom Job Shadowing bis zum Role Modelling.

Grundsätzlich lassen sich verschiedene Modelle von **School-** bzw. **Workplace Mentoring** (Holland, 2009) in der Literatur unterscheiden, wobei sich in den letzten Jahren eine neue Generation von Programmen entwickelt hat, die **flexiblere und dynamischere Bezugsmodelle** in den Fokus stellen. Dazu zählen insbesondere:

- Das **funktionale Modell**, in dem eine formale Distanz zwischen den Lernenden und den MentorInnen gegeben ist und der Fokus stärker auf Lernergebnissen liegt, als auf den Lernenden als Person. Ein funktionaler Zugang eignet sich auch für (unterrepräsentierte) Gruppen, da es unwahrscheinlich ist, dass eine einzige Mentoring-Quelle alle Funktionen erfüllt.
- Das **relationale Modell**, in dem die Lernenden als gleichwertig angesehen werden, die aber spezifische Unterstützungsbedarf haben, wobei Aspekte von Respekt und Vertrauen eine größere Rolle spielen.

- Der **Netzwerk- oder „Konstellations“-Zugang** (Fifolt & Searby, 2010; Packard, 2012), das jenes Set an strategisch zusammengestellten Mentoring-Beziehungen aus unterschiedlichen Quellen bezeichnet, die eine Reihe von Mentoring-Funktionen entlang des Entwicklungspfadens einer Jugendlichen bereitstellen.
- **Sozio-motivationale Mentoring-Modelle** zur Verhinderung von Drop-Out bei Studierenden in Naturwissenschaft und Technik belegen, dass Mentees signifikant höhere Levels an Motivation, positivere Berufswahlprofile, besseren institutionellen Bezug sowie soziale Anpassung zeigen (Irby, 2011).

Ansätze und Modelle von Mentoring haben sich in den letzten Jahren insofern stark verändert, als nunmehr Mentoring von einem breiteren Konzept ausgeht, durch sehr unterschiedliche Quellen bezogen und in unterschiedlichen Settings umgesetzt werden kann (z.B. professionelle Organisation, Onlinesystem, oder Kurzzeit-Partnerschaften). Dies bezieht sich auch auf die unterschiedlichen Zielrichtungen von Mentoring:

Karriere Mentoring-Programme konzentrieren sich sowohl auf AbsolventInnen, als auch zunehmend auf StudienanfängerInnen und werden erfolgreich durch Online-Karriere-Mentoring befördert.

Akademische Mentoring-Programme, inklusive Peer-geführter Zusatzförderung (Tutoring) geben StudienanfängerInnen ein besseres Verständnis des Felds; verbessern ihre Skills; und steigern ihr Engagement für naturwissenschaftliche und technische Felder (Naeger, Conrad, Nguyen, Kohi, & Webb, 2013). Involvierte Unternehmen können Anreize in Richtung NAWITECH Praktika oder Teilnahme an firmenweiten MINT Mentoring Programmen erhalten. Auch hier zeigen Online-Karriere-Mentoring-Systeme nachhaltige Effekte auf Karriereinteressen.

Transitions-Mentoring Programme zielen wiederum darauf ab, Übergänge zu erleichtern. Unterstützende Beziehungen zwischen Jugendlichen und Erwachsenen (Role Models) bzw. Jugendlichen und ihren Peers (siehe unten) können sich positiv auf den Übergang bzw. die Übergangsperiode nach dem Schulabschluss auswirken, wenn die gewohnte strukturierte Umgebung endet bzw. Unterstützungssysteme nicht mehr länger vorhanden sind. Dazu gibt es insbesondere im angelsächsischen Raum umfassende praktische Erfahrungen, die auch durch Forschungsergebnisse belegt sind; vor allem in Bereichen, wo es um die persönliche Entwicklung benachteiligter Gruppen von Jugendlichen geht. Im deutschsprachigen Raum sind Mentoring-Ansätze im schulischen Bereich (d.h. Schüler und Schülerinnen als MentorInnen und Mentees) vergleichsweise selten und werden im Bereich Naturwissenschaft und Technik oft als Instrument der Talente- bzw. Spitzenförderung eingesetzt. Noch seltener werden standardisierte und strukturierte Programme, die zudem fest in der Schulkultur etabliert sind, geboten (Raufelder & Ittel, 2012).

Peer-Mentoring ist Mentoring unter Gleichgestellten bzw. Gleichrangigen. Peers sind zu verstehen als Individuen, die einige ähnliche Eigenschaften, Attribute bzw. Kontexte teilen. Diese können sich etwa auf Alter, Fähigkeiten oder Interessen beziehen. Peer-Quellen von Mentoring werden oft übersehen, wenn man einen traditionellen Ansatz von Mentoring ausgeht. Letzter sind jedoch sehr wohl effektiv, wenn es sich um die Förderung des Gefühls der Zugehörigkeit bzw. des Zutrauens akademischer Fähigkeiten geht. Eine besonders gelingende Kombination aus „Peer“ und „Mentor“ stellen *near-peers* (Tenenbaum, Anderson, Jett, & Yourick, 2014; Wilson et al., 2012) dar, die nur ein oder zwei Jahre älter als ihre Mentees sind.

Peer Mentoring Initiativen setzen oft im Bereich der Übergänge zwischen Schule und Hochschule oder Schule und Ausbildungs-/ Arbeitsplatz an, etwa um Drop Out Quoten zu verringern. Peers motivieren und vermitteln auf Augenhöhe, weil sie aufgrund der „Nähe“ wissen, worauf es ankommt und so die Eingewöhnung in das neue System erleichtern können. Während klassische Mentoring-Beziehungen primär als „Einbahn“ funktionieren, bieten Peer-Beziehungen einen höheren Grad an gegenseitiger Unterstützung, wo beide Personen – MentorIn wie Mentee – Unterstützung geben und erhalten. Peers stehen vor ähnlichen Herausforderungen und können so leichter Strategien etc. entwickeln bzw. austauschen, um Barrieren zu überwinden bzw. Ziele zu erreichen.

Im Vergleich zu Peer-Mentoring ist **Peer-Learning** eine Form der Wissensweitergabe unter Gleichaltrigen bzw. Gleichgestellten, die dem kooperativen Lernen entspricht.

Idee Supplierangebot für Schulen

Auf der Suche nach zeitlichen Möglichkeiten, SchülerInnen abseits des Regelunterrichts anzuleiten und zu animieren, sich mit Berufsfeldern und Berufsbildern auseinander zu setzen, hat sich vor allem in Schulen mit geringem Interesse an Berufsorientierung die Idee zur Ausnutzung von Supplierstunden ergeben.

Supplierzeiten könnten zur gemeinsamen (Online) Recherche über Berufsfelder, -bilder, Praktikaplätzen, zum Ansehen von Videoclips zu Berufen, Ausbildungsmöglichkeiten und Onlinespielen, die zur Wissensvermittlung geeignet sind, genutzt werden. Im Rahmen erster Gespräche mit Schulen wurde klar, dass auch hier PädagogInnen überzeugt werden müssen, solche Angebote zu nutzen, vor allem jene mit wenig Erfahrung in E-Learning. Es braucht ein Anreizsystem, um die breite Nutzung über das gesamte PädagogInnenteam zu gewährleisten.

Idee Erweiterung der Angebote für Sekundarstufe I (6.-8. Schulstufe)

Verkehrs- und Mobilitätserziehung ist trotz Verankerung im Lehrplan oft auf die Volksschule (und hier auf den Schulbeginn sowie die freiwillige Radfahrprüfung mit 10 Jahren) begrenzt. Insbesondere fächerübergreifendes Arbeiten fehlt. Manchmal wird das Thema in der 4. Klasse NMS oder im Polytechnischen Lehrgang in Bezug auf die Mopedausbildung mit 15

Jahren wieder aufgenommen oder in Teilaspekten mit Umweltschutzthemen (z.B. Lärm) kombiniert.

Im Zuge des MOWISSTRANS Projekts wurde eine ausführliche Recherche in Bezug auf vorhandene Verkehrs- und Mobilitätserziehungsangebote im deutschsprachigen Raum (Österreich, Deutschland und Schweiz) für die 1. bis 12. Schulstufe vorgenommen. Auffällig war hierbei, dass insbesondere für Sekundarstufe I (6. bis 8. Schulstufe) Angebote fehlen, während es für den Elementarschulbereich und die 5. Schulstufe zum Teil ausgezeichnete Angebote gibt.

Aus verkehrspsychologischer und pädagogischer Sicht sind für eine erfolgreiche Implementierung in den Unterricht (angedacht wurde hier insbesondere ein Einsatz in Supplimestunden, nach erfolgter Noteneintragung, ...) folgende Aspekte essentiell:

- Altersadäquatheit (keine Unter- oder Überforderung)
- Zielgruppenspezifisches Angebot
- Theoriefundiertheit/hohes fachliches Niveau
- ansprechende Gestaltung
- praktische Anwendbarkeit
- geringer Adaptierungsbedarf und wenig Vorbereitung für den/die LehrerIn.

Die angedachte Supplimestappe würde derart gestaltet sein, dass sie in das E-Learning Konzept passt und von den PädagogInnen einfach online abgerufen werden kann (beispielsweise über netzwerk-verkehrserziehung.at, das vom BMBF betreut wird). Die geladenen Inhalte würden auf die oben erwähnten Qualitätsmerkmale hin überprüft werden.

Vor- und Nachteile

- + einfache Umsetzung in einem bewährten Schulsystem ohne zusätzliche laufende Kosten
 - + sinnvolle Nutzung von Supplimestunden und Vertretungsstunden
 - + Entlastung für PädagogInnen
 - + spannende Inhalte und Informationen für SchülerInnen, die im Schulalltag oft zu kurz kommen
 - + Vorstellen neuer Berufsfelder
 - + Kennenlernen neuer Mobilitätsformen
 - + Erhöhung der Verkehrssicherheit durch laufende Verkehrserziehung und Vermittlung von Sicherheitsaspekten
 - + mögliche praxisnahe Vernetzung von diversen Unterrichtsinhalten
- steht und fällt mit Motivation der PädagogInnen, das Angebot zu nutzen

Hypothesenerstellung zu erfolgversprechenden Ansätzen

Sichtweise der Bildung:

- ✓ Große Unterschiede zwischen AHS und BHS im Zugang zu Berufsorientierung und berufspraktischen Tagen; Mentoring mit einzelnen Unternehmen wird von AHS Seite eher

als Vereinnahmung abgelehnt. Exkursionen in Unternehmen sind aber willkommene Abwechslung.

These: AHS braucht am ehesten die FHs/Uni als Vermittler, um die Breite an Studienmöglichkeiten aufzuzeigen.

- ✓ BHS SchülerInnen sind Mentoring Aktivitäten gegenüber aufgeschlossener.
- ✓ Die Bildungsseite beklagt zum Teil ein Überangebot an Aktivitäten und Themen, die schwer im Schulalltag unterzubringen sind (in der AHS müssen LehrerInnen für Projekttag auf ihre Stunden verzichten, was angesichts des „vollen“ Lehrplanes als Belastung gesehen wird. Teilweise sind die Themen den Lehrkräften nicht schlüssig und nahe.)

These: Berufsorientierung heißt in der AHS eher noch Studienvielfalt vermitteln. Das Interesse der PädagogInnen an fächerübergreifenden Aktivitäten ist gering. Es braucht VermittlerInnen und Personen, die die Fülle an Möglichkeiten strukturieren. Anreize müssen PädagogInnen entlasten und nicht weitere Themenauseinandersetzung einfordern. Schwerpunktthemen brauchen Jahrgangsteams und externe Unterstützung.

- ✓ Fächerübergreifendes Lernen bedarf einer großen Feinabstimmung, die im Schulalltag nicht eingeplant ist und die als unbezahlte Mehrarbeit gesehen wird. Auch Mentoringaktivitäten sind schwer unterzubringen.

These: Die Auseinandersetzung mit Berufsbildern kann man über Kurzfilme und Onlinespiele in Supplierstunden einflechten. FachpädagogInnen finden somit Schnittstellen zu Unternehmen und Ausbildungsmöglichkeiten. Es braucht Anreize für PädagogInnen/Schulen, sich hier zu beteiligen und die SchülerInnen anzuleiten (Praktikplätze etc.).

- ✓ Aus der Perspektive von NMS und Polytechnikum gilt es verstärkt die Basic Skills zu vermitteln. Welchen Anforderungen müssen LehrlingsbewerberInnen entsprechen?

These: Die Begegnung mit Peers (die den Jugendlichen berichten, was man braucht und wie man sich vorbereitet) erhöht die Bereitschaft, sich anzustrengen. Die Auseinandersetzung mit verschiedenen Berufsfeldern im Vorfeld von Bewerbungen ist sinnvoll, um die Bandbreite an Möglichkeiten zu erkennen.

Sichtweise der Unternehmen:

- ✓ Geeignete BewerberInnen zu finden wird immer mehr zum Rekrutierungsprozess. Im Kampf um die „besten Köpfe“ haben große Unternehmen, die bessere Ausgangsposition.

These: Die Auswahlverfahren setzen sehr stark auf Eigeninitiative. Unternehmen wollen sich frühzeitig den Zugang zu den „besten Köpfen“ sichern, wobei bei jungen Menschen spielerisch deren Fähigkeiten und Grenzen ausgelotet werden sollen.

Eine große Schwierigkeit Nachwuchskräfte zu bekommen orten Unternehmen auf der Lehrlingsebene beziehungsweise in Berufen, die mit Verantwortung und einer Fachausbildung einhergehen.

- ✓ Kooperationen mit Unis/FHs machen für große Unternehmen Sinn, da sich dadurch eine Anbahnung eines Arbeitsverhältnisses ergeben kann oder durch Forschungsarbeiten oder Praktika eine frühe Identifikation mit einem Unternehmen entstehen kann.

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische
Forschungsförderungsgesellschaft FFG

- ✓ Peerlearning und Mentoring bedeuten intensive Vorbereitung und Selektion geeigneter Peers und MentorInnen.
- ✓ Mentoring bedeutet die Schulung und Betreuung von MentorInnen. Vor allem in Großunternehmen ist ein klares Briefing der MentorInnen hinsichtlich Leitbild, Wunschvorstellungen und Möglichkeiten für Mentees wichtig.
- ✓ Mentoring birgt auch die Chance, das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber mit sehr konkreten Tätigkeitsbereichen zu vermitteln und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Employer Branding.
- ✓ Unternehmen sind bereit sich mit FHs und Unis auf inhaltlicher Ebene zur Zusammenarbeit zu begeben und Forschungsfragen an StudentInnen auszulagern. Der Kontakt geht vielfach von den Unis/FHs aus, beziehungsweise werden UnternehmensvertreterInnen auch oft als LektorInnen etc. berufen.
- ✓ Unternehmen setzen zunehmend auf Eigeninitiative und erwarten, dass Studierende mit sehr konkreten Vorstellungen und Wünschen hinsichtlich Tätigkeit oder Forschungsarbeiten an sie herantreten.
- ✓ Unternehmen müssen sich einerseits rasch auf Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe Generation Y (nach 1980 geboren!) einstellen. Andererseits sollte es den Unternehmen gelingen, auch klare Anforderungen an zukünftige Mitarbeiter/innen zu kommunizieren. Mentoring könnte helfen, die Kluft zwischen den unterschiedlichen Vorstellungen zu schließen und Erwartungshaltungen zu verändern.

Sichtweise der Forschung:

- ✓ Kooperationen mit Großunternehmen sind wünschenswert
- ✓ FHs/Unis brauchen motivierte Studierende
- ✓ Die Vielfalt an Ausbildungsmöglichkeiten braucht die „Übersetzung“ von StudentInnen als TutorInnen. Je früher Schwerpunkte und Möglichkeiten sichtbar werden, desto besser.
- ✓ Das Zeitfenster für Studienberatung und Möglichkeiten ist in der 7/8.Schulstufe und 11/12 Schulstufe besonders gegeben.
- ✓ Interesse lässt sich besonders gut durch kreative Vermittlung schüren und nicht durch trockene Fachvorträge. Die PädagogInnen wollen Fachwissen, die SchülerInnen ansprechende, spannende „Bilder“ und spielerischen Zugang.
- ✓ Bachelor-Studierende sollten im 4., 5. oder 6. Semester angesprochen werden. Das Interesse könnte man durch Informationsveranstaltungen, aber noch besser durch konkrete Themen für Projekt- bzw. Bachelor-Arbeiten wecken.
- ✓ Die Sichtbarkeit einer „Fachrichtung“ braucht gemeinsame Anstrengung von FHs und Unis

Kooperationen mit Institutionen, die schon im Ausbildungsbereich tätig sind, wie AMS, Bifie, Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer und Vereine, sind in jedem Fall anzustreben. Die Erfahrungen mit bestehenden Konzepten und die Vernetzung von Aktivitäten sind bestmöglich herzustellen und zugänglich zu machen.

4 Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Befragungsablauf:

Auf Basis der genannten Überlegungen wurde eine Online-Befragung durchgeführt. Dazu wurde eine abgewandelte Delphi-Methode gewählt, die in zwei Stufen angewendet wurde. Diese strukturierte Gruppenbefragung, als dialogorientiertes Verfahren, ermöglicht es, die unterschiedlichen Perspektiven der Befragten erfassen zu können, um damit in einer zweiten Befragungsstufe die optimierten Varianten einer neuerlichen Akzeptanzüberprüfung unterziehen zu können. Die Zielvorstellung, damit ein wechselseitiges Verständnis erzeugen zu können, konnte so erreicht werden.

Durch die Rückkopplung der Ergebnisse aus dem ersten Teil der Befragung mittels einer zweiten Befragungsrunde an die gleiche Zielgruppe, wurde sichergestellt, dass die entwickelten „Begegnungsformate“ von beiden Seiten (Wirtschaft und Bildung) als ausreichend attraktiv eingestuft werden können. Dies bildet die Voraussetzung dafür, dass diese Formate durch die Befragten selbst, innerhalb ihrer Netzwerke verbreitet und somit die zukünftigen Nutzungschancen erhöht werden.

Im Rahmen der Online Befragung wurde versucht, den gemeinsamen Nenner der ExpertInnen aus Bildung (verschiedenen Bildungslevels, Ausbildungsverantwortliche) Forschung (ausgewählte Unis, FHs), und Unternehmensperspektive (HR, Personalwesen, Recruiting) zu ermitteln, aber auch wichtige Unterschiede der verschiedenen Sichtweisen aufzuzeigen.

Die zweistufige Umfrage stellt ein erstes Meinungsspektrum zur weiterführenden Betrachtung dar. Beide Untersuchungsteile wurden dem gleichen AdressatInnenkreis übermittelt. Auf Basis der Rückmeldungen zum ersten Untersuchungsteil wurden konkrete Formate ausgearbeitet und zur verbalen Kommentierung anhand vorgegebener Fragestellungen vorgelegt.

Die Einschätzungen, Verbesserungsvorschläge und Anregungen wurden im Konsortium diskutiert und sind in Abänderungen und Zusammenfassungen der Formate eingeflossen.

Es wurden zu jedem Untersuchungsschritt drei adaptierte Fragebögen (Kernfragen analog, Spezialfragen dem Umfeld entsprechend) erstellt, um die verschiedenen Perspektiven (Unternehmen, Bildung/Forschung, AbsolventInnen der FH Technikum Wien) gegenüberstellen zu können.

Insgesamt haben 62 ExpertInnen im ersten Teil und 26 im zweiten Teil teilgenommen. Die Auswahl der zur Umfrage eingeladenen ExpertInnen aus Bildung und Forschung wurde vom Konsortium vorgenommen. Die Unternehmensseite wurde aus RTCA (Rail Technology Custer Austria), Wirtschaftskammer Wien, Mitglieder aus dem Transportwesen sowie im Vorfeld kontaktierte Großunternehmen und Clustern aus dem Mobilitätssektor zusammengestellt.

4.1 Ergebnisse aus dem ersten Umfrageteil

4.1.1 Zielrichtungen in Schulen zur Vorbereitung auf das Berufsleben/den Beruf

Hohe Einigkeit besteht über die Notwendigkeit (Wichtigkeit)

- ✓ **der Stärkung der Sozialkompetenz (Teamfähigkeit), sowie**
- ✓ **der Stärkung von Eigeninitiative und Eigenleistung.**

Die Rücksichtnahme auf „andersartige Mitglieder einer Gemeinschaft“ und das Verständnis, dass Vielfalt und Toleranz ein Team stärkt, scheint als Zielwert „Sozialkompetenz“ gut verankert. Die Ich-Zentriertheit der Jugend braucht die Übersetzung der Notwendigkeit von Gesellschaftswerten und Gemeinschaftssinn.

Vielfach wird die mangelnde Motivation von Jugendlichen beklagt, sich selbständig um Chancen und Möglichkeiten zu bemühen. „Regelkonformes Verhalten“ ist im Schulwesen bis zu einem gewissen Grad notwendig, senkt aber zum Teil das Verständnis für Eigenleistung. Zunehmend wird aber gerade das selbständige Erkennen von Situationen und Aufgaben, also die Selbstorganisation gefragt. Junge Personen sollen befähigt werden, Problem- und Aufgabenstellungen selbständig zu analysieren und aktiv Lösungen anzubieten.

Zunehmend flachere Hierarchien in Unternehmen, Abteilungsteams und - damit verbunden - geringere „Kontrollen“ der Arbeitsleistung des Einzelnen, brauchen Sozialkompetenz und das Verständnis der Notwendigkeit von Eigenleistung. Vor allem innovative Unternehmen bewerten Eigeninitiative und Engagement von (potentiellen) MitarbeiterInnen sehr hoch. Insgesamt ist es ein zentrales Anliegen, das Verständnis der Jugend für die Notwendigkeit von persönlichem Einsatz zu erzeugen (besonders für Jugendliche aus bildungsfernen Schichten ohne Vorbilder).

Im oberen Mittelfeld der Zustimmung zur Wichtigkeit (mehr als die Hälfte erachten das Ziel als sehr wichtig) stehen auch:

- **Initiativen zur Stärkung des allgemeinen Bildungsniveaus**
- **Unterstützung der Berufsorientierung**
- **Hebung der allgemeinen Fähigkeiten (Umgangsformen, Auftreten, Benehmen...)**

Auch bezüglich dieser Initiativen zur Berufsvorbereitung besteht weitgehend Übereinstimmung aus Bildungs- und Unternehmenssicht, wenn auch in Ansätzen Unterschiede zu erkennen sind. So steht die Stärkung des allgemeinen Bildungsniveaus etwas weniger im Zentrum für Unternehmen.

Aus den Verbalkommentaren der Bildungsseite zeigt sich auch hier die Zuspitzung der „Bildungsdiskussion“ auf die Frage: Was soll denn das Bildungssystem noch alles - abseits der Wissensvermittlung - leisten? Was soll noch alles auf PädagogInnen übergewälzt werden?

Im unteren Mittelfeld, aber durchwegs akzeptiert, stehen:

- **Unterstützung von forschendem Lernen**
- **Absenkung der SchulabbrecherInnenquote**
- **Unterstützung der Berufswahl von MigrantInnen**

Die geringste Wichtigkeit wird:

- **Der Förderung der Technikkompetenz von Mädchen**
- **Der Hebung des Technikinteresses allgemein**

zugeschrieben.

Diese für den fti-orientierten Mobilitätsbereich „bittere Pille“ bedeutet auch, dass es besseres Verständnis der Job-Chancen, Verdienstmöglichkeiten, des sozialen Status, der Karriere-möglichkeiten etc. in technischen Berufsfeldern und Berufsbildern im Vergleich zu üblichen, (Lehr)berufen braucht.

Insgesamt ist das weite Auseinanderklaffen der empfundenen Wichtigkeit von Sozial- und Technikkompetenz kein neuer Befund, aber eine weitere Bestätigung für den notwendigen Handlungsbedarf, die Lücke zu schließen und beides zu gewährleisten. Der Mangel an gut qualifizierten Fachkräften und Technik-AbsolventInnen steht nicht im Vordergrund.

Orientiert man sich an den beiden positiven Ausprägungen (sehr und eher wichtig) über alle Dimensionen, so wird deutlich, dass die Technikkompetenz zwar nur schwach als zentraler Faktor gesehen wird, aber doch von jeder antwortenden Person als „eher wichtig“ erachtet wird.

4.1.2 Gegenüberstellung der Nutzenaspekte und Notwendigkeit von Engagement im Ausbildungsbereich aus Unternehmens – und Bildungs-/Forschungssicht

Hier wurden - auch auf Basis der Ergebnisse der qualitativen Interviews - Bereiche gegenübergestellt, die sich für Unternehmens und Bildungsseite unterschiedlich darstellen. Für beide Seiten wurde eine Reihung nach der Wichtigkeit von insgesamt vier Bereichen erstellt:

Unternehmensseite

1. Werteebene
2. Imageebene
- 3.+4. Personal-+ Inhaltsebene

Bildungsseite

1. Personalebene
2. Berufsorientierungsebene
- 3.+4. Werte-/Imageebene

„Werteebene“ unternehmensseitig war definiert als:

Gesellschaftliches Engagement, Bewusstsein, dass die eigene Firma vorausschauend und nachhaltig agiert.

„Werteebene“ bildungsseitig:

Gesellschaftliches Engagement, Sichtbarmachung von Standpunkten und Werten

Imageebene unternehmensseitig:

Attraktivere Außendarstellung für potentielle Arbeitskräfte

Imageebene bildungsseitig:

Positive Auswirkungen von Projektarbeiten auf das Image der Schule

Personalebene unternehmensseitig:

Verkürzte Personalsuche; AnwärterInnen sind bereits in der „Pipeline“, erhöhte Unternehmensbindung

Personalebene bildungsseitig:

Steigert die Attraktivität der Schule bei engagierten PädagogInnen

Inhaltsebene unternehmensseitig:

Durch Zusammenarbeit mit FHs, UNIs (über Praktika, Abschlussarbeiten etc.) kommt Know-How ins Unternehmen

Berufsorientierungsebene:

Erhöhung der Chancen am Arbeitsmarkt durch enge Kooperationen mit Unternehmen

Engagement im Ausbildungsbereich zahlt sich aus der Perspektive der Unternehmen, die sich hier eingebracht haben, primär aus, um **gesellschaftliches Engagement** zu unterstützen und - damit einhergehend - sich attraktiv für potentielle und eigene Arbeitskräfte zu positionieren.

„Positiv interpretiert“ könnte das bedeuten, dass Unternehmen bereit sind, Verantwortung im Ausbildungsbereich zu übernehmen, da sie einerseits von manchen Fähigkeiten und Skills profitieren und andererseits - seitens der MitarbeiterInnen - an Vertrauen gewinnen.

Erstaunlich und unerwartet ist das Ergebnis aus der Bildungsperspektive. Für Schulen und weiterführende Bildungseinrichtungen zahlt sich das Engagement in Projektarbeit mit außerschulischen AkteurInnen primär auf der Personalebene aus; es steigert nämlich die Attraktivität der Schule bei engagierten PädagogInnen. Ein pulsierendes Schul(umfeld), dass Neues erprobt, zieht weitere „PionierInnen“ an. Innovative Schulen nehmen zunehmend auch an EU Projekten teil und ermöglichen ihren PädagogInnen auch internationalen Erfahrungsaustausch. Der Kreis der engagierten Schulen erweitert sich ständig.

Unterschiedliche Einschätzung der Wichtigkeit der Berufsorientierung

Die Einschätzung, dass das Engagement der Schulen für die Berufsorientierungsebene besonders wichtig ist, polarisiert stark. Hier gibt es fast gleichermaßen BefürworterInnen und GegnerInnen.

Aufgrund der Aussagen in vorgelagerten Einzelexplorationen interpretieren wir, dass die BefürworterInnen einerseits aufgrund positiver Erfahrungen mit Unternehmenskooperationen die praxisbezogene Bereicherung des Unterrichts zu schätzen wissen und andererseits versuchen, mit ihrem Einsatz auch die größer werdende Kluft zwischen den

hohen Unternehmensanforderungen an Berufseinsteiger und Lehrlingen einerseits und den tatsächlich aufgefundenen Kompetenzen andererseits zu schließen.

Die GegnerInnen sehen darin eine unzulässige Verlagerung von Sozial- und Familienagenden in das Klassenzimmer, wodurch die Wissensvermittlung leidet und das Niveau sinkt. Allgemeine Skills sollen über Coaching und externe Vereine vermittelt werden.

Für den Fachkräftebedarf im fti-orientierten Mobilitätssektor sind Kooperationen mit technikaffinen höheren Schulen unerlässlich und auch weitgehend Praxis.

Handlungsbedarf besteht in der „Übersetzung“ der Tätigkeitsschwerpunkte für technische Lehrberufe. Es fehlt weitgehend eine in Bildersprache aufgelöste Beschreibung der Berufspfade für BerufsorientierungslehrerInnen und FachpädagogInnen als VermittlerInnen (vor allem für bildungsferne SchülerInnen). Zusätzlich bedarf es externer ExpertInnen, die einerseits verschiedene Ausbildungswege im Mobilitätssektor aufzeigen können und andererseits die „Herausforderungen“ an den Mobilitätssektor spannend vermitteln können. Handlungsbedarf besteht aber auch im Verständnis der Technikdurchdringung unseres Alltags und der Bedeutung der Sicherung des Nachschubs an hochqualifizierten Arbeitskräften. Eine zunehmend stärkere Selektion der „besten Köpfe“ braucht auch Engagement zur Verbreiterung der Basis.

4.1.3 Einstellung zu Mentoring und Peer-Learning

Die erste Fragestellung zielte auf die Eignung von Mentoring oder Peer-Learning zur Gewährleistung einer besseren Vorbereitung der Jugend auf die Berufssituation ab.

Insgesamt ist die Zustimmung zur Eignung von **Mentoring** sehr hoch; 60% der insgesamt 62 Befragten finden Mentoring sehr gut geeignet und weitere 35% eher gut geeignet. Es gibt somit kaum Ablehnung (5%). In allen Untergruppen (Bildung, Unternehmen, AbsolventInnen der FH Technikum Wien) wird die Eignung von Mentoring gleichermaßen hoch eingeschätzt.

Peer Learning wird ebenfalls überwiegend positiv bewertet, wird aber im Vergleich zu Mentoring etwas seltener als geeignet erachtet. Hier gibt es 17%, die Peer-Learning als wenig oder überhaupt nicht geeignet halten, um Jugendliche auf die Berufssituation vor zu bereiten. Vor allem AbsolventInnen der FH stehen Peer-Learning etwas skeptischer gegenüber.

Begründungen dafür können sein, dass ein Mentoring Ansatz mehr Sozialprestige verspricht und ein Berufsnetzwerk, dass gemeinsam „Mentoring Aktivitäten“ anbietet, auch beruflich weiterhelfen kann.

Die im Peeransatz intendierte „gegenseitige Unterstützung auf Augenhöhe“ könnte dem Selbstverständnis der AbsolventInnen bereits erfolgreich ein Studium absolviert zu haben, entgegen stehen.

MENTORING aus Unternehmensperspektive

<i>(N=26; Absolutzahlen; n=1 keine Angabe)</i>	JA	NEIN	WEISS NICHT
Glauben Sie, dass es in Ihrem Unternehmen Interesse gibt, dass sich MitarbeiterInnen als MentorInnen engagieren?	19	1	5
Und haben/hätten die MitarbeiterInnen Ihres Unternehmens selbst - Ihrer Meinung nach - auch Interesse daran, als Mentor/Mentorin zu agieren?	19	1	5
Und wären die MitarbeiterInnen Ihrer Erfahrung nach auch dazu bereit, sich als PEER zu engagieren?	14	4	7
Ist bzw. wäre es in Ihrem Unternehmen vorstellbar, dass MitarbeiterInnen für PEER-LEARNING, also als Peers, angeleitet und eingesetzt werden?	13	5	7

Insgesamt ist auch in Bezug auf das eigene Unternehmen die Akzeptanz zu Mentoringaktivitäten höher, als zu Peer Learning Aktivitäten. Jeder fünfte/jede fünfte (ver)mag die Situation für das Unternehmen nicht einzuschätzen. Es gibt aber keinen nennenswerten Unterschied zwischen Unternehmenssicht (aus der Sicht der Befragten) und vermutetem MitarbeiterInneninteresse.

Die Anzahl der Personen, die keine Einschätzung abgeben wollen, ist hier noch größer, was auf größere Distanz zum Thema hindeutet.

Aufgaben des Mentors/der Mentorin aus Sicht von Unternehmen/FH AbsolventInnen

Fragestellungen an die ExpertInnen: Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die nachfolgenden Aufgaben eines Mentor/einer Mentorin gegenüber den StudentInnen/SchülerInnen bzw. gegenüber dem Unternehmen?

<i>1=sehr wichtig; 2=eher wichtig; 3=eher unwichtig; 4=ganz und gar unwichtig und 5=weiss nicht/kann ich nicht beurteilen</i>	1	2	3	4	5
Die individuelle Entwicklung der Mentees durch persönlichen Austausch stärken	18	4	2	-	-
Vorbildfunktion einnehmen/als Rollenmodell fungieren	15	7	-	2	-
Mentees bei Berufs-/Karriereplanung und beim Aufbau fachlich relevanter Netzwerke unterstützen	11	10	3	-	-
Darstellung des Unternehmens/des Sektors bzgl. Berufsbilder/Jobprofile/ Karrierechancen	8	10	4	2	-

(N=26; Absolutzahlen; n=2 keine Angabe)

Breite Zustimmung findet die Vorstellung, dass es wichtig ist, als MentorIn die individuelle Entwicklung des Mentees durch persönlichen Austausch zu stärken und somit auch zu prägen und auch Vorbild zu sein.

Als weniger wichtig wird die Aufgabe gesehen, Mentees in ihrer Karriereplanung und beim Aufbau von Netzwerkaktivitäten zu unterstützen. Nachdem hier teilweise AbsolventInnen, die erst kurz im Unternehmen sind, befragt wurden, sind die Unterstützung bei „Karriereplanung und Karrierechancen“ für Dritte vermutlich eine Überforderung ihrer Möglichkeiten.“

Karriere Mentoring“ funktioniert letztendlich (ohne „Etikettierung“) über Angebote der Ausbildungsstätten, die das Agieren in Netzwerken fördern.

In Bezug auf die verschiedenen Formen von Mentoring wird das „Individuelle Mentoring“, das dem klassischen Bild (one-to-one) entspricht, insgesamt am sinnvollsten erachtet.

Breite Zustimmung finden aber auch Team-Mentoring, Cross Mentoring und (etwas schwächer) Matching Mentoring. (siehe Anhang, Frage 8- Delphi 1)

„Ehrenamtliches Mentoring“, e-Mentoring und Equal Gender Monitoring werden deutlich weniger oft als „sinnvoll“ erachtet.

4.1.4 Akzeptierte Vorstellungen

Gemäß BildungsexpertInnen soll eine Initiative, die Bildung, Wirtschaft und Wissenschaft näher zusammenführt, primär folgendes bereitstellen:

- Best Practice Tipps für Schulen und Bildungseinrichtungen
- Sichtbare Aktivitäten und Veranstaltungen im Ausbildungsbereich
- Links hinsichtlich Berufsorientierung
- Links zu aktuellen Erkenntnissen; leicht verständlich
- Überblick über Schultypen, Schwerpunktthemen, Kooperationen
- Links zu Vereinen, Organisationen, Forschung und Unternehmen nach Tätigkeitsschwerpunkten
- Fördermöglichkeiten für die Zusammenarbeit

Zusammengefasst besteht auf Bildungs- und Unternehmensseite hoher Bedarf an einfach überschaubaren Möglichkeiten, sowie Informationen ohne zeitaufwändige Recherchen. Ein Gesamtüberblick, der mit einfachen Suchmenüs schnelle Ergebnisse liefert.

Die Unternehmensseite findet Gefallen an:

- Berufsportraits (gebranded) von Unternehmen als Kurzvideos oder „Fotoecke“, welche Schulen abrufen können
- Überblick über Schulen, Schwerpunktthemen, Kooperationen
- Links hinsichtlich Berufsorientierung
- Sichtbare Branchenaktivitäten (z.B. Cluster) im Ausbildungsbereich Technologiekompetenz

4.2 Ergebnisse aus dem 2. Umfrageteil

Aufgrund der Erkenntnisse der Einzelexplorationen und des ersten Umfrageteils, sowie der Berücksichtigung möglicher Umsetzungsperspektiven, wurden nachstehende Mentoring- und Peeransätze zusammengestellt. Diese wurden wiederum Online an denselben AdressatInnenkreis zurückgespielt und zur Diskussion gestellt.

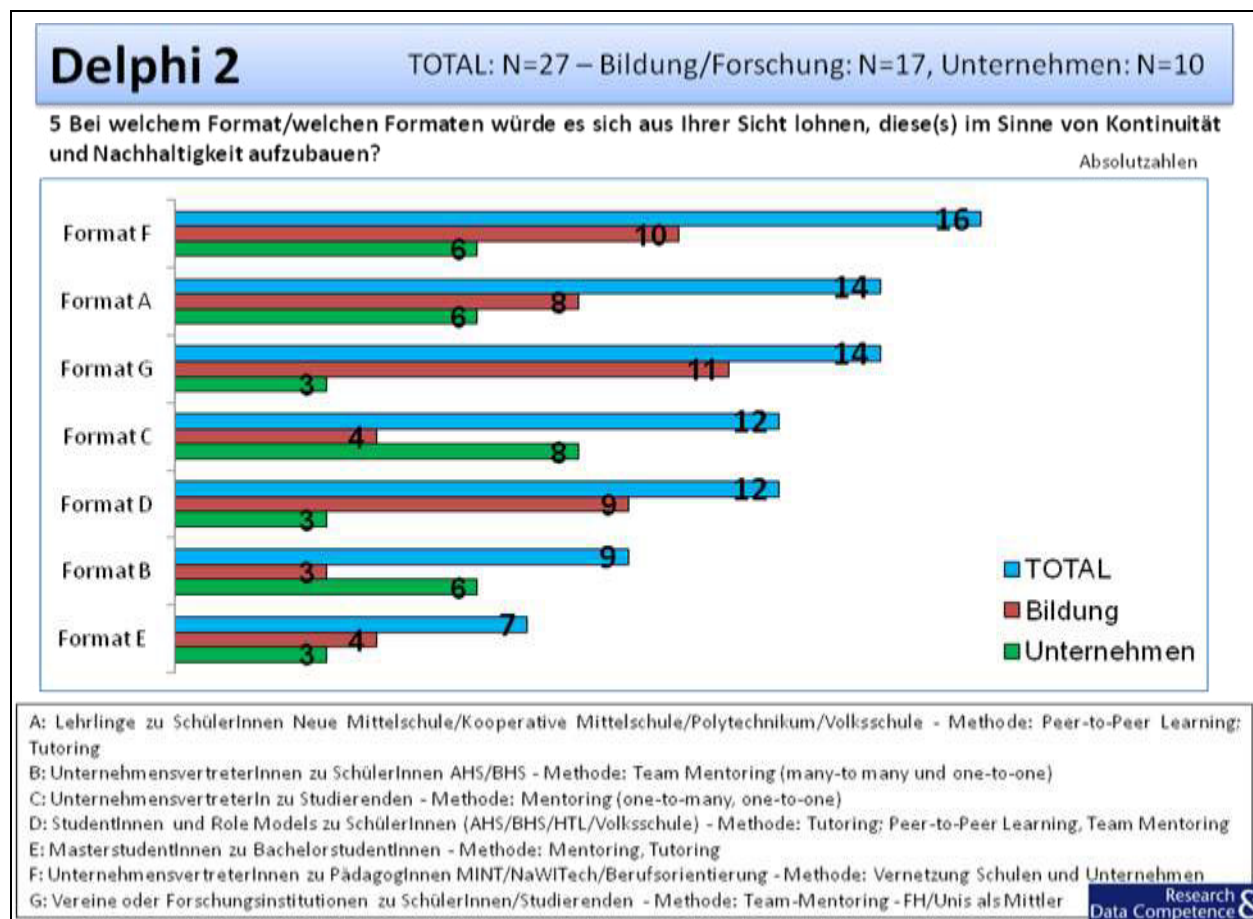
Nachstehend sind zu jedem Konzept von Format A bis E die Kurzbeschreibung, die weiterführenden Fragen und die vertiefende Detailbeschreibung der Konzepte angeführt.

Kurzbeschreibung:

- A: Lehrlinge - SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative MS, Polytechnikum
Methode: Peer-to-Peer; Tutoring
- B: Unternehmensvertreterinnen - SchülerInnen AHS/BHS
Methode: Team Mentoring (one-to many) und one-to-one
- C: UnternehmensvertreterIn - Studierenden
Methode: one to many, one to one
- D: StudentInnen und Role Models – SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule)
Methode: Tutoring; Peer-to-Peer, Team Mentoring (many to-many)
- E: MasterstudentInnen - BachelorstudentInnen
Methode: Mentoring
- F: UnternehmensvertreterInnen – PädagogInnen NaWiTech/Berufsorientierung
Methode:
- G: (Nationale sowie Internationale) Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen /Studierenden

4.2.1 Interesse an den Formaten anhand der Kurzbeschreibung

Je nach abgefragtem Fokus (welches Format ist unterstützenswert/für die eigene Situation passend/ zu erproben, umzusetzen/im Sinne von Kontinuität und Nachhaltigkeit aufzubauen) werden die Formate unterschiedlich gereiht. (Detailergebnisse siehe Anhang) Am ehesten Zustimmung erfahren die Konzepte F, A und C



4.2.2 Vertiefende Detailbeschreibung und Bewertung zu den einzelnen Formaten

4.2.2.1 Format A: Peer Learning Lehrlinge zu SchülerInnen

Auszug aus dem Online-Fragebogen: Kurzvorstellung der einzelnen Formate, mit besonderem Fokus auf Angaben zur Art, Zielgruppe, Kerninhalte und spezielle Anforderungen an das Konzept (Format):

Welche Art: Peer-to-Peer

Zielgruppendefinition (wer mit wem): Lehrlinge eines Unternehmens zu SchülerInnen aus Neuer Mittelschule, Kooperative Mittelschule, Polytechnikum (=Jugendliche vor der Entscheidung zu berufspraktischen Tagen)

Speziell: Jugendliche mit Migrationshintergrund, technisch interessierte und motivierbare SchülerInnen, SchulabbrecherInnen

Kerninhalte:

- Breite an Lehrmöglichkeiten über Peers (be-)greifbar machen
- Interesse an beruflichen Möglichkeiten in Unternehmen fördern
- Positive Grunderlebnisse vermitteln (das kann ich); Selbstvertrauen stärken (das traue ich mir zu); Orientierung geben – (was will ich)

Beispiel: TUUS (Technik unterstützt das Unterwegs sein) 3-4 Schwerpunkttag(e) über ein Schuljahr

- Speed Dating zwischen Peers aus einem Unternehmen und SchülerInnen
- Stationenbetrieb (Technik erlebbar machen; Technikbausätze, Löten etc.)
- Unternehmenstag/Unternehmensmesse in Schulen

SchülerInnen recherchieren selbständig zu Unternehmen, stellen Kontakte her und laden diese ein

Speziell: TUUS kann auch für SchulabbrecherInnen in Kooperation mit Organisationen oder Vereinen aufgesetzt werden oder für Volksschulen adaptiert werden.

Gesammelte Rückmeldungen aus der 2. Delphi Umfrage zu Format A:

- ✓ **Überwiegende Zustimmung – Einschätzung als ein realistisches Szenario**
- ✓ **Hauptnutzen für Unternehmen: stärkt die Unternehmensbindung und Identifikation der Lehrlinge/JungmitarbeiterInnen**
- ✓ **Hauptnutzen für SchülerInnen: stärkt das Interesse/die Motivation der SchülerInnen, sich mit Lehrberufen zu beschäftigen**
- ✓ **Der „Aufwand“ ist geteilt zwischen Schulen und Unternehmen**

Die Akzeptanz zu diesem Ansatz ist sehr hoch. Der emotional motivierende Aspekt wird verstanden und befürwortet. SchülerInnen gewinnen einen Einblick in die Welt der Lehrlinge

und erfahren aus erster Hand, was es braucht, um einen Lehrplatz zu bekommen. Die positive Ausstrahlung der Peers soll SchülerInnen animieren. Die Möglichkeit in Austausch zu treten und aus SchülerInnenperspektive nachzufragen, wird als wertvolle Erfahrung erachtet.

SchülerInnen brauchen ein realistisches und kein idealisiertes Bild vom Lehrlingsalltag. Gerade darin wird vor allem von der Bildungsperspektive der Vorteil gesehen. SchülerInnen sollen mit Rechten, Chancen, aber auch Pflichten konfrontiert werden, um abschätzen zu können, ob dieser Lehrberuf ihren Vorstellungen entspricht.

Kontrollverlust oder Vertrauensbeweis

Unternehmen beunruhigt vor allem der Kontrollverlust, der aus diesem Format entsteht. Lehrlinge repräsentieren gegenüber dem Nachwuchs das Unternehmen. Die Darstellung des Alltags, die Vermittlung der Perspektiven und Herausforderungen im Unternehmen erfolgt von jungen MitarbeiterInnen, die selbst noch wenig Erfahrung im zwischenmenschlichen Umgang und vor allem im Umgang mit Frustrationen haben. „Unerfahrene stehen Unerfahrenen“ gegenüber, ist die Angst, die sich hier bemerkbar macht. Es wird thematisiert, ob hier auch unbemerkte negative Emotionen weitergegeben werden. Unerfahrenheit bedeutet auch Unsicherheit und mangelnde Glaubwürdigkeit.

Dieser Kritikpunkt muss sehr ernst genommen werden und mit den Lehrlingen reflektiert werden. Es stellt einen besonderen Vertrauensbeweis des Unternehmens dar, in Ausbildung befindliche junge Personen als VermittlerInnen ihres Berufsbildes zu ernennen. Es liegt in der Hand des Unternehmens, Persönlichkeiten auszuwählen, die eine positive Ausstrahlung haben und die sich auch bereit erklären, diese Verantwortung zu übernehmen. Dieser Vertrauensbeweis (Auszeichnung) muss ausreichend kommuniziert und die genaue „Rolle“ und deren Vorteile definiert werden. Lehrlinge brauchen eine genaue Abgrenzung dessen, was erwartet wird und was nicht passieren soll, aber auch die Freiheit, realistisch zu berichten.

Eine Erprobung des Kreativkonzeptes mit Lehrlingen der Stadtwerke Holding aus verschiedenen Bereichen (Wiener Netze, Wien Energie, Wiener Linien und Bestattung) und SchülerInnen einer Brennpunktschule (NMS) war für beide Seiten eine wichtige Erfahrung. SchülerInnen konnten sich ein Bild von den Tätigkeiten und Ausbildungsschwerpunkten der Lehrlinge machen und nach den für sie spannenden Aspekten fragen.

Ein kurzer Gegencheck der Pädagogin nach dem Speed Dating bestätigte die richtige Verknüpfung von Tätigkeitsbeschreibungen zu den Lehrberufen und deren RepräsentantInnen vor Ort. Das kreative Umsetzungskonzept wurde von Lehrlingen und SchülerInnen als kurzweilig und witzig erlebt, brauchte aber die Unterstützung von 4 PädagogInnen über zwei Stunden. Die Lehrlinge als Peers waren geduldig, freundlich und

authentisch. Mit einem freundlichen Lächeln haben sie SchülerInnen auf Unzulänglichkeiten und „no goes“ aufmerksam gemacht und auch eigene Erfahrungen weitergegeben.

Nachdem dieses Format auch für SchülerInnen unterschiedlicher Herkunft und unterschiedlichen Sprach- und Lernniveaus bei großem Unterschied der Lebenswelten zwischen Peers und Lehrlingen sinnvoll war, ist der positive Lerneffekt in jedem Fall gegeben.

Verbesserungsvorschläge zu Format A

Einen wesentlichen Hinweis zur Verbesserung dieses Formates haben wir durch den Hinweis bekommen, dass es für Unternehmen zu aufwändig ist, ständig neue „Peers“ auszubilden, da die Lehrlingstätigkeit zeitlich begrenzt ist. Der Vorschlag lautet deshalb: junge MitarbeiterInnen, die ihre Lehre erfolgreich absolviert haben, bekommen diese vertrauensvolle Zusatzqualifikation als Peers und erhalten dazu eine spezielle Vorbereitung, die sie im Zeitablauf wiederum an geeignete JungmitarbeiterInnen weitergeben. Die Peertätigkeit ist Teil ihres Aufgabenbereichs.

Die **Bildungsmesse** wird durchwegs als weitere Chance gesehen. Teilweise würden Unternehmen aber lieber einen Tag der offenen Tür im eigenen Betrieb organisieren, um ihr Umfeld zu zeigen. Dies könnte so durchgeführt werden, dass SchülerInnen mehrere Betriebe an einem Tag besuchen. Die SchülerInnen gehen also direkt zu den Betrieben und nicht zu einer Messe, bei der sich diese Betriebe vorstellen.

Das Interesse vieler Unternehmen, an einem Tag mehrere Schulen und Schulklassen zu erreichen, ist groß. Den Vorbereitungsaufwand an die SchülerInnen auszulagern ist vorstellbar (SchülerInnen beschäftigen sich in ihrer Vorbereitung [als Team/Klasse] mit dem Unternehmensschwerpunkt, den Berufsmöglichkeiten und den Jobchancen und gestalten für das Unternehmen eine „Messekoje“).

4.2.2.2 Format B: Mentoring UnternehmensvertreterInnen zu AHS-/BHS SchülerInnen

Auszug aus dem Online-Fragebogen: Kurzvorstellung der einzelnen Formate, mit besonderem Fokus auf Angaben zur Art, Zielgruppe, Kerninhalte und spezielle Anforderungen an das Konzept (Format):

Welche Art: Many-to-Many; mit Option auf nachfolgendes One-to-One

Zielgruppendefinition (wer mit wem): Gruppe von UnternehmensvertreterInnen und Gruppe interessierter OberstufenschülerInnen

Speziell: Unternehmensvertretung (gestreut nach Geschlecht, Funktion, Hintergrund etc.) wird von jeweiliger Geschäftsführung nominiert (damit Sichtbarkeit des Unternehmens gewährleistet ist)

Kerninhalte

- Studien-/Berufs- und Karriereoptionen (inkl. Vereinbarkeit) näher bringen
- Neue Herausforderungen im Mobilitätssektor, die mit Hilfe von Naturwissenschaft und Technik gelöst werden können (thematische Abstimmung mit PädagogInnen im Vorfeld)

Programmvorschlge und Timing

- Vermittlung von Erfahrungen durch persönliche und virtuelle Kontakte; Timing nach individuellem Bedarf und Vereinbarung
- Speed Dating zum Kennenlernen
- Periodisch abgehaltene Veranstaltungen als Andockmöglichkeit in Unternehmen und Forschungseinrichtungen bzw. an Schulen
- Kombination mit Praktika bzw. vorwissenschaftlichen Arbeiten/Facharbeiten

Gesammelte Rückmeldungen aus der 2. Delphi Umfrage zu Format B:

- ✓ **Zusammenarbeit über Praktika und Fachbereichsarbeiten erscheint zielführend**
Skepsis gibt es zu folgenden Punkten:
- ✓ **Die Zweifel aus der Perspektive der Unternehmen beziehen sich auf den hohen Aufwand (Many-to-Many) und die mangelnde Effizienz von Speed Datings generell, sowie auf das mangelnde Interesse von AHS SchülerInnen, sich für die konkreten Berufsmöglichkeiten der einzelnen Unternehmen zu interessieren (eher BHS)**
- ✓ **Die Zweifel aus der Perspektive der Bildung beziehen sich auf das „Marketinginteresse“ einzelner (groerer) Unternehmen, das hier nicht erwünscht ist. Der eigentliche Bedarf wird in einer Studienberatungsstelle gesehen, die mehrere Joboptionen hat. Die Fokussierung auf Berufs- und Karriereoptionen wird zum Teil als zu früh eingeschätzt.**

Verbesserungsvorschläge zu Format B

Das Format B sollte mit anderen Formaten kombiniert werden und primär BHS-SchülerInnen adressieren.

Uni's bzw. FH's könnten hier (nach Klärung der Ressourcenfrage) als vermittelnde und qualitätssichernde Institutionen fungieren. Ein Argument dafür wäre, dass die Unis/FH's dadurch ‚sichtbarer‘ würden.

Wenn die UnternehmensvertreterInnen den SchülerInnen zusätzlich die Uni's/FH's (in ihrer Rolle als Vermittlungsinstitutionen) als Orte der weiterführenden Bildung empfehlen, könnten die dazu notwendigen Mittel aus den Rekrutierungsressourcen der Unis/FH's entnommen werden (quasi eine Win-Win-Win-Situation).

4.2.2.3 Format C: Mentoring UnternehmensvetreterInnen – Studierende

Auszug aus dem Online-Fragebogen: Kurzvorstellung der einzelnen Formate, mit besonderem Fokus auf Angaben zur Art, Zielgruppe, Kerninhalte und spezielle Anforderungen an das Konzept (Format):

Welche Art: Mehrheitlich One-to-One oder One-to-Many Mentoring

Zielgruppendefinition (wer mit wem?): Unternehmensvertretung mit Fokus auf AbsolventInnen einschlägiger Master- oder Bachelor-Programme zu Gruppe interessierter Bachelor-Studierenden ; FH und Uni als aktive Mittler;

Speziell: MitarbeiterInnen (gestreut nach Geschlecht, Funktion, Position, Nationalität, Hintergrund etc.) werden von Unternehmensführung unterstützt;

Kerninhalte

- Themen für Bachelor-/Masterarbeiten und Firmenbetreuung seitens des/der MentorIn; Unterstützung in der Themenfindung auch für Projektarbeiten; Mitbetreuung von Projekten, Hilfestellungen (z.B. Qualitätskontrolle, Feedback, Praxisbezug)
- Einbinden der Mentees in Netzwerke; Mentees zu Veranstaltungen einladen
- Berufs- und Karriereoptionen aufzeigen, diskutieren, Praktika vermitteln
- Ermöglichung des Zugangs zu real eingesetzten Systemen, Bereitstellung realitätsnaher Daten für Lehre- bzw. Forschungszwecken

Programmorschläge und Timing

- Initialtreffen potentieller MentorInnen auf der FH/Uni (Rahmenbedingungen festlegen)
- Liste mit potentiellen MentorInnen sichtbar machen
- Vorstellen der MentorInnen im Rahmen von Veranstaltungen an der FH/Uni
- Kompetenzprofile der MentorInnen erstellen.
- Vorstellung typischer Arbeitsplatzumgebungen

Gesammelte Rückmeldungen aus der 2. Delphi Umfrage zu Format C:

- ✓ **Überwiegende Zustimmung – Einschätzung als ein realistisches Szenario, das für beide Seiten eine win-win Situation darstellen kann**
- ✓ **Der Praxisbezug wird als vorwiegender Vorteil angesehen**
- ✓ **Die Erleichterung des Berufseinstiegs kann so gewährleistet sein**
- ✓ **Es gibt Bedenken hinsichtlich der Finanzierbarkeit und bezüglich des hohen Administrationsaufwands**

Die Einbindung von Studierenden in ein Firmenumfeld kann sowohl für Studierende als auch für Unternehmen zahlreiche Vorteile mit sich bringen. Zum einen ist der dadurch gegebene hohe Praxisbezug hervorzuheben, zum anderen kann so der Einstieg ins Berufsleben erleichtert werden. Unternehmen können sich mit konkreten und relevanten Facharbeiten an Studierende wenden, da sie im Unterschied zu jüngeren SchülerInnen, schon ein gewisses Maß an Vorbildung mitbringen. Somit ist auch eine größere Erfolgchance für brauchbare Lösungen gegeben.

Die Machbarkeit hängt in vielen Fällen an den Unternehmen, sie müssten konkrete Bekenntnisse erwirken, da die Arbeitszeit von MitarbeiterInnen dazu notwendig ist: für die Organisation und die Administration und vor allem für die Durchführung und Einbindung der Studierenden in reale Aufgabenstellungen.

Verbesserungsvorschläge zu Format C

Das Kennenlernen typischer Arbeitsplatzumgebungen bedeutet für Studierende einen ungemeinen Mehrwert, da während des Studiums meist simulierte Umgebungen geschaffen werden und die Vorstellung von tatsächlichen Arbeitsumgebungen oft vage ist.

Sollte es von Seiten der Unternehmen möglich sein, konkrete betriebliche Zugänge zu schaffen und beispielsweise realitätsnahe Daten für Lehre- bzw. Forschungszwecke bereit zu stellen, so kann eine weitere Verzahnung von Unternehmen und Studierenden erfolgen.

4.2.2.4 Format D: Mentoring FH/Uni-Studierende - SchülerInnen

Auszug aus dem Online-Fragebogen: Kurzvorstellung der einzelnen Formate, mit besonderem Fokus auf Angaben zur Art, Zielgruppe, Kerninhalte und spezielle Anforderungen an das Konzept (Format):

Welche Art: Many-to-Many; mit Option auf nachfolgendes One-to-One oder One-to-Many
Zielgruppendefinition (wer mit wem?): Bachelor- und Master-Studierende (gestreut nach Geschlecht, Semester, Nationalität, etc.) und interessierte, motivierbare SchülerInnen aus AHS, BHS, HTL ab 10.Schulstufe; adaptierbar auch für VolksschülerInnen

Kerninhalte:

- Schnittstellen zu Fächern wie z.B. Physik, , Geographie, Informatik, Chemie zeigen Herausforderungen an zukünftige Mobilität bzgl. z.B. Physik, , Geographie, Informatik, Chemie (alternative Treibstoffe, Abgase/Umweltverschmutzung (Umweltchemie))
- Alltagsmobilität und neue Mobilitätslösungen z.B. in Psychologie, Deutsch, Englisch
- Notwendige Technologien für Lösungsstrategien in z.B. Informatik, Physik, Mathematik

Programmvorschlge und Timing

- Hilfestellung bei vorwissenschaftlichen Arbeiten
- Einladung von Interessierten (inkl. PädagogInnen) an die FH/Uni
- 2 – 3 Aktivierungstermine pro Studienjahr

Gesammelte Rückmeldungen aus der 2. Delphi Umfrage zu Format D:

- ✓ **Spannende Idee, vor allem als erweiterte Studienberatung**
- ✓ **Durchaus Bedenken ob der Qualität der Methode**
- ✓ **Durchführbarkeit hängt stark von „Führung“ der Studierenden ab**

Im Idealfall bedeutet dieses Format eine erweiterte Studienberatung für SchülerInnen, die so aus erster Hand erfahren können, was an den FHs/Unis in den einzelnen Studiengängen geschieht. Auch kann mit bestehenden Vorurteilen aufgeräumt werden, dass etwa „Technik“ nicht spannend oder nicht für alle geeignet sei.

Unklar sind bei der Durchführung, ob Studierende geeignete Informationen weitergeben können bzw. wie die Qualität des Mentoring gewährleistet werden kann. Die qualitative Sicherstellung ist u.a. abhängig von der Methode der Vermittlungsarbeit, der Auswahl und der dahinterliegenden Motivation der Studierenden und ihrer Fähigkeiten im Umgang mit SchülerInnen.

Verbesserungsvorschläge zu Format D

Sollte es möglich sein, die Umsetzung dieses Formats in den regulären Unterricht einzubauen, wäre dadurch eine perfekte Hebelwirkung zu erzielen. Studierende anzuleiten, Informationen adäquat an SchülerInnen weiterzugeben, zahlt sich auch nachhaltig aus, da diese „Fähigkeit“ im anschließenden Berufsleben wieder an Studierende zurückfließen kann. (AbsolventInnen in Unternehmen an Studierende)

4.2.2.5 Format E: Mentoring Master - Bachelorstudierende

Auszug aus dem Online-Fragebogen: Kurzvorstellung der einzelnen Formate, mit besonderem Fokus auf Angaben zur Art, Zielgruppe, Kerninhalte und spezielle Anforderungen an das Konzept (Format):

Welche Art: Many-to-Many; mit Option auf nachfolgendes One-to-One oder One-to-Many
Zielgruppen (wer mit wem?): Gruppe von Master-Studierenden zu Gruppe von interessierten/engagierten Bachelor-Studierenden verschiedener Fakultäten

Speziell: Master-Studierende (gestreut nach Geschlecht, Semester, Nationalität etc.) werden beim Mentoring von jeweiliger Studiengangsleitung aktiv unterstützt (Reduktion der Anwesenheitspflicht, Einschulung, Reflexion)

Kerninhalte:

- Themen für Bachelor-Arbeiten – Bezug des jeweiligen Fachgebiets des Mentees (z.B. Informatik, Elektrotechnik, Bauingenieurwesen, Maschinenbau, Mathematik, Physik, Geographie) zum Verkehr (Thema der Bachelorarbeit ist z.B. ein Informatik-Thema mit direktem Verkehrsbezug)
- Themen für Projektarbeiten
- Berufs- und Karriereoptionen durch ein Verkehrs (ITS)-bezogenes Masterstudium; ev. Berufspraktika (für andere FH-/Uni-Bachelor-Studiengänge)

Programmvorschlge und Timing:

- Vermittlung von Erfahrungen durch Mitbetreuung von Bachelor-Arbeiten bzw. von Projekten anderer Fakultäten; diese Betreuung kann sowohl persönlich als auch virtuell durchgeführt werden (oder als Mischform) Dabei ist speziell auf die Bindung zwischen Mentor und Mentee zu achten.
- Vorstellung der Bachelor-Arbeiten bzw. der Projektarbeiten an der FH/Uni im Rahmen einer Veranstaltung (Preisverleihung und Teilnahme von Unternehmen) Die Bachelorarbeiten bzw. die Projektarbeiten werden an der FH im Rahmen einer Veranstaltung vorgestellt. (ev. Mit Preisen, aber zumindest mit einer gewissen Öffentlichkeit). Wenn Firmen involviert sind, so werden diese Kontakte auch sichtbar gemacht.

Gesammelte Rückmeldungen aus der 2. Delphi Umfrage zu Format E:

- ✓ **Der Kontakt (die Kommunikation) zwischen Bachelor- und Masterstudierenden kann durch gemeinsame Unterrichtszeiten in Projektfchern sowie gemeinsamen Präsentationen und Projektdemonstrationen hergestellt und gefördert werden. Durch Einblicke in das Masterstudium sind bereits einige Inhalte des Formats umgesetzt.**

- ✓ **Dazu besteht die Möglichkeit der Nutzung einer e-Mentoring Plattform, die Themen für Bachelor-Arbeiten liefern kann.**

Verbesserungsvorschläge zu Format E

Der Austausch zwischen Master- und Bachelorstudierenden könnte beispielsweise durch die FH Technikum Wien gefördert werden, da hier sowohl im Master als auch im Bachelor, Lehrveranstaltungen zum Thema „Projektarbeit“ abgehalten werden, die örtlich und zeitlich im Labor abgewickelt werden können. Das ermöglicht etwa eine gemeinsame Abwicklung von Studierendenprojekten und fördert somit den inhaltlichen Austausch. Dabei können entscheidende Inhalte des Formats durch örtliche und zeitliche Nähe der Studierenden umgesetzt werden. (Studentische Vernetzung kann auch studienübergreifend stattfinden)

Es müsste im Hochschulsektor sondiert werden, ob eine Art „Messe für Bacheloratsarbeiten/-Themen“ sinnvoll sein könnte. Dasselbe würde für Themen zu vorwissenschaftlichen Arbeiten im Sekundarbereich gelten. Alternativ könnte man solche Themen auch über eine (in Kapitel 5.4 näher erläuterte) e-Mentoring-Plattform kommunizieren.

So wie bei allen Formaten wäre es auch hier von Vorteil, wenn zur Qualitätssicherung ein externes Monitoring, zumindest in der Anfangsphase, stattfinden könnte.

5 Ausblick und Empfehlungen

„Peer Aktivitäten“ rund um Berufsorientierung in Lehrberufen und Berufen ohne Hochschulabschluss erfordern **eine zweifache Herangehensweise**. Technische Berufsbilder (insbesondere Lehrberufe) sollen mithilfe kreativer Techniken und Bildersprache stärker verankert werden und auf das „Verständnis“ von teilweise sehr jungen AdressatInnen herunter gebrochen werden. Es ist aber auch notwendig, die Berufschancen von TechnikerInnen rund um den fti-orientierten Mobilitätsbereich speziell bei PädagogInnen mit Berufsorientierungsschwerpunkt zu verankern. Ohne das Verständnis für „speziellere Berufsbilder“ (wie beispielsweise EnergietechnikerIn der Wiener Linien) bei den zuständigen PädagogInnen und PsychologInnen der Berufsvermittlung, werden SchülerInnen eher in „traditionelle“ Lehrberufe vermittelt. Unternehmen müssen bestärkt und (gegebenenfalls extern) unterstützt werden Peervermittlung zuzulassen und ihren Peers Wertschätzung und Vertrauen zu geben.

„Mentoring Aktivitäten“ brauchen FHs/UNIs als Mittler, um die Sichtbarkeit des Mobilitätssektors zu erhöhen. Sie können (idealerweise gemeinsam) die Schnittstelle zu Unternehmen und zu Schulen bilden.

Es braucht Kreativ- und weiterführende Konzepte, die einerseits die neuen didaktischen Möglichkeiten mit einbeziehen und andererseits die Ziele aus dem Bildungssektor sowie EU Schlüsselkompetenzen treffen (E-Learning skills; Entrepreneurship, MINT, etc.)

Insgesamt betrachtet empfiehlt das Projektteam:

- Eine größere Pilotphase mit anschließender Evaluierung zu Format A: Peer-Learning von Lehrlingen zu SchülerInnen
- Eine Komprimierung der getesteten Formate zu Mentoring - Erprobung eines kombiniertes Formates, Unternehmen zu SchülerInnen/StudentInnen
- Eine Kosten-Nutzenabwägung zu einer e-Mentoring Plattform mit der FH Technikum Wien als Drehscheibe
Unabhängige Vermittler aufzubauen und zu unterstützen, die im Rahmen eines Gesamtkonzeptes nachhaltig agieren und in bestehenden Netzwerken und Initiativen aktiv werden
- PädagogInnen und Unternehmen zu entlasten (Konzepte vorbereiten – Ergebnisse zentral aufbereiten; Evaluieren) PädagogInnen sind im Rahmen ihrer Weiterbildung näher an Forschungsergebnisse und neue österreichische Entwicklungen heranzuführen, die Forschungsseite bietet Hilfestellung für vorwissenschaftliche Arbeiten von SchülerInnen, um aktuellen Themen Sichtbarkeit zu geben und veröffentlicht diese auf der e-Mentoring Plattform (siehe 5.4), langfristige (kreative) Formate/ Konzepte anzustreben und ständig zu optimieren

Formate dürfen nicht für sich alleine stehen und sind idealerweise in ein Gesamtkonzept eingebettet. (Handelnde Personen müssen es auf- bzw. annehmen können)

Aufgrund der Vielfalt von Angeboten braucht es VermittlerInnen, die Konzepte nachhaltig verfolgen und PädagogInnen entlasten aber einbinden. Die derzeitige ungefilterte Informationsflut demotiviert und senkt die Bereitschaft zu kontinuierlicher Projektarbeit schulseitig. Erkenntnisse und Ergebnisse, die aufgrund der ständigen Überforderung nicht gesammelt und weitergegeben werden, müssen von externen Vermittlern aufbereitet und sichtbar gemacht werden. Auch Unternehmensseitig braucht es Unterstützung, um die Zusammenarbeit mit Forschung und Bildung als Bereicherung zu erleben.

5.1 Themenvielfalt zu zukünftigen Herausforderungen im Mobilitätssektor für bestehende innovative Lernumgebungen

Um das Technikinteresse und gemeinsame Grundverständnis von ITS zu verbessern, braucht es die Einspeisung von leicht verständlichen Texten und Bildern zu Innovationsschüben und Zukunftsvisionen (bspw. autonomes Fahrzeug, E-Bikes) die anregen sich weiter zu beschäftigen

Derzeit gibt es viele mögliche Schnittstellen in Schulen zu bestehenden Projekten, Wettbewerben oder Schulversuchen, die für Studien- und Berufsorientierung genutzt werden können. (Beispielsweise: E-Learning Initiative, Redewettbewerbe, Entrepreneurship, mobile buchbare Forschungslabors, Technikcamps, Technikwettbewerbe)

Alle Formate, die Anknüpfungspunkte zu Schulen brauchen, sind damit konfrontiert, dass es gesellschaftlich allgemein akzeptierte Themenstellungen wie beispielsweise Gesundheit (ausgehend von der Bewegungsarmut vieler SchülerInnen), Umweltschutz (Luftverschmutzung und zunehmende Atemwegkrankungen, Lärmbelastung etc.) oder öffentliche Verkehrssysteme (Vandalismus, Sicherheit) gibt, die als Türöffner gut geeignet sind. Mobilität und der Beitrag neuer Technologien zur Verbesserung der Lebensqualität, sowie der Bezug zu intelligenten Transportsystemen sind allseits gut kombinierbar. PädagogInnen brauchen aber jedenfalls „ExpertInnen-Input“ von außen.

Bearbeitung von Themen rund um Berufsorientierung (technische Lehrberufe und Berufsbilder) in bestehenden Bildungs- und Ausbildungsformaten und Veröffentlichung auf der e-Mentoring Plattform der FH Technikum Wien:

- Sichtbarmachung der **bestehenden** (Vernetzungs- und Projekt-) **Aktivitäten** von Schulen und (Berufsorientierungs-) PädagogInnen auf bestehenden Plattformen
- Adaptierung, Erweiterung und Optimierung bestehender Initiativen im Sinne von nachhaltigem Agieren – etwa im Bereich der Aus- und Weiterbildung (beispielsweise

Aktivitäten wie „Tag der offenen Tür“, Praktikaplätze, Schnuppertage, Girls´ Day Programm, Wettbewerbe, Take Tech (FFG gefördertes Projekt), Praktikabörse des bmvit, Talente regional Förderungen

- **Bessere Sichtbarkeit von innovativen Forschungsergebnissen und Markteinführungen** sowie Zusammenführung von Aktivitäten rund um den fti-orientierten Mobilitätsbereich durch Studienaktivitäten im Rahmen von Lehrveranstaltungen der FH Technikum Wien und als Blog der e-Mentoring Plattform
- Sichtbarmachung und Attraktivierung von Technischen **Lehrberufen** - Beispiel Lehrlingspool Steiermark; **Zertifikate für Jugendliche** (nach einem Testverfahren) danach „**Aufnahme in eine Webplattform**“, um Unternehmen das Auswahl- und Bewerbungsverfahren zu erleichtern.

5.2 Berufsorientierung und Unternehmenskontakte

Der Schulzweig entscheidet vielfach darüber, ob Berufsorientierung in der Schule hohen Stellenwert hat oder nicht. AHS Sekundarstufe 2 ist eher an der Vermittlung weiterführender Ausbildungsmöglichkeiten interessiert.

Über Exkursionen, Praktika oder Schnuppertage sind direkte Kontakte zu Unternehmen für BHS wichtiger als für AHS (Sekundarstufe).

NMS und Polytechnikum sind sich des hohen Stellenwertes der Berufsorientierung bewusst. Eine konsequente fächerübergreifende Vorbereitung scheint noch optimierbar, zumal bei Bewerbungen vielfach Allgemeinwissen und die Gesamtpformance zählen. In jedem Fall erscheint es wesentlich, die Vielfalt an technischen Lehrberufen näher zu bringen und das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten zu stärken.

5.3 Zwei Adressatenkreise von MentorInnenaktivitäten mit Schulen

5.3.1 SchülerInnen

MentorInnenaktivitäten mit SchülerInnen als Mentees sind am ehesten in Kombination mit Praktika und Fachbereichsarbeiten zu realisieren. Interessierte SchülerInnen, die noch die gesamte Ausbildungszeit vor sich haben, stehen für Unternehmen weniger im Fokus; sehr wohl aber SchülerInnen von BHS, die sich unmittelbar nach dem Abschluss auf Jobsuche begeben. Das Interesse, SchülerInnen als potentielle zukünftige MitarbeiterInnen bereits im Vorfeld kennen und einschätzen zu lernen, steht hier im Vordergrund. Vielfach werden auch Wettbewerbe oder Spiele zur Abschätzung der Fähigkeiten genutzt. Zertifikate oder gewonnene Preise eignen sich gut in Bewerbungsunterlagen, zumal sie Engagement signalisieren.

Das Engagement geht teilweise auch von PädagogInnen aus, die ihre Klassen/SchülerInnen ermutigen und fördern. Schlüsselpersonen und VorreiterInnen unter den PädagogInnen sind einerseits wichtig, brauchen aber zunehmend die Unterstützung von Jahrgangsteams, um sich weder zu verausgaben, noch als „ExotInnen“ isoliert zu werden. Auch in unserer Umfrage wurde die Vernetzung von PädagogInnen (insbesondere der MINT/NAWITECH Fächer aber auch der Berufsorientierungsverantwortlichen) untereinander, sowie der Austausch mit FachexpertInnen, ArbeitsmarktexpertInnen und UnternehmensvertreterInnen als wichtig erachtet.

5.3.2 PädagogInnen

Die Fachhochschule Technikum Wien ist hier Ansprechpartner und kann sich vorstellen, ein Tutoring/Mentoring Format zu betreuen und zu koordinieren. Die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz einer FH/UNI (bzw. idealerweise mehrerer mit fti Bezug) als Mittler zwischen Unternehmen und PädagogInnen wird von unserem Konsortium als hoch eingeschätzt.

- Es können Exkursionen in Betriebe, gemeinsam mit dem AMS und eventuell der Pädagogischen Hochschule organisiert werden. Als Exkursionsserie 4 bis 5 Mal pro Jahr zu Leitbetrieben (ÖBB, Wiener Linien, Asfinag, AustroControl, Via Donau, Flughafen Wien etc.), Forschungseinrichtungen und zu Ministerien (z.B. BMVIT) Wichtig erscheint, dass Unis/FHs als Mittler fungieren, die eine Einführung und Nachbesprechung zu verschiedenen Themenschwerpunkten leiten und Infos zum neuesten Stand der Wissenschaft/Forschung liefern.
- Der Netzwerkgedanke kann gemeinsam mit anderen FHs und Unis und anderen „VermittlerInnen“ erfolgreich umgesetzt werden wenn:
 - ❖ es genügend Interesse von PädagogInnen gibt (Anlaufphase notwendig);
 - ❖ es Themenbereiche sind, die allgemeine Relevanz haben (Lärmreduktion, GPS Ortung, neue Kommunikationstechnologien, Sicherheitstechnologien, Sensorik etc.);
 - ❖ es Unterstützung der Initiative aus dem Stadtschulrat/Bildungsressort gibt;
- es konkrete, einfach erfassbare Berufsbilder für Schulen gibt.

Die Wiener Linien sind sich beispielsweise dieser Problematik bewusst und schaffen dahingehend Abhilfe, indem sie fallweise einzelne Sektoren vorstellen (Sektor = Berufsbild – das muss man in der Kommunikation an die PädagogInnen berücksichtigen)

- **Lehrlingsbeauftragte von Großunternehmen** wenden sich gemeinsam mit dem AMS an interessierte PädagogInnen von NMS und Polytechnikum. Hier geht es auch darum, Verständnis für die Bandbreite an (technischen) Berufsbildern bei PädagogInnen zu erzeugen und die Scheu vor Technik zu nehmen. Darüber hinaus soll die Vermittlung von notwendigen Fähigkeiten/Befähigungen und realistischen Einschätzungen von Berufsbildern stattfinden. (siehe Delphi Befragung 1. Teil – Eigeninitiative, Eigenleistung etc.) Die Unterstützung von Peeraktivitäten von Lehrlingen zu SchülerInnen hat bereits positive Vorreiter (RIC, ÖBB, Wiener Holding etc.)

Ein erstes Sondierungsgespräch mit der FH St. Pölten, ist auf positive Resonanz gestoßen. In der FH St. Pölten gibt es einige berufsbegleitende Lehrgänge, die positive Vorbilder für mögliche Karrierepfade (auch ohne Matura) ergeben.

5.4 Vernetzung von bestehenden Plattformen

Teilweise gibt es bereits Mentoring Aktivitäten an FH/Unis und anderen Organisationen, die aber weitgehend unabhängig voneinander agieren und nur für einen kleinen Adressatenkreis sichtbar und nutzbar sind.

Zu überlegen wäre die Schaffung einer e-Mentoring-Plattform, eventuell eingebettet in eine bestehende und erfolgreich funktionierende größere Plattform. Diese e-Mentoring-Plattform kann folgende Spezifika aufweisen:

Inhalte und Timing:

- „kontinuierliches“ Mentoring
- 2 – 3 Aktivierungstermine pro Studienjahr
- Vorwissenschaftliche Arbeit
- Einladung einer interessierten Gruppe an die FH

Kommunikation: Persönlicher Erstkontakt (etwa durch Schulbesuche in gemeinsamen Auftritt mit LehrerInnen – idealerweise als Teil des Unterrichts, d.h. Studierende gehen in Schulen oder alternierend auf verschiedenen FHs/Unis)

Vorstellung der Vorteile für SchülerInnen (etwa: spannende relevante vorwissenschaftliche Arbeiten, Praktika); „Abchecken“ einer möglichen zukünftigen Studienwahl, Unterstützung auch außerhalb der Lehrerschaft, ...)

Schlüsselakteure: Studierende (Bachelor, Master) in Abstimmung mit Studiengangsleitungen; FHs/Unis und bestehende Partnerschulen mit der Option weitere interessierte Schulen einzubinden;

Schnittstellen zu sozialen Netzwerken und Sparkling Science (ÖAD Wissenschaft macht Schule)

Gewährleistung von Erfahrungstransfer bzw. Qualitätssicherung: begleitendes externes Monitoring

Chancen einer Plattform:

Online Plattformen leben von der intensiven Nutzung durch eine breite Usergruppe. Daher besteht die Herausforderung die Plattform für Mentees und MentorInnen attraktiv zu halten. Hier bietet es sich an auf bestehende Initiativen aufzusetzen (beispielsweise der Smart Cities Stakeholder Plattform: <http://eu-smartcities.eu>) die bereits eine starke Vernetzung über eine Plattform aufweisen und potentielle MentorInnen gewährleisten könnten. Die zunehmende Vernetzung und steigende Bereitschaft unter Studierenden Online-Angebote zu nutzen sprechen für die Akzeptanz dieses Angebots. Die Einbindung von Unternehmen und

Institutionen verbreitert die Basis potentieller MentorInnen und bietet Unternehmen und Institutionen eine attraktive Möglichkeit zu rekrutieren und sich zu präsentieren.

Konkret könnte das in der Umsetzung beispielsweise bedeuten: Eine Plattform bietet Anfragen mit Tags. Diese Tags enthalten Filterfunktionen zu den jeweiligen Anfragen (z.B. Jobs, Allgemeines, Problem xy), um so eine Weiterleitung an die betreffenden MentorInnen, die dafür zuständig sind, zu ermöglichen. Dabei ist zu beachten, dass auf inhaltliche und organisatorische Kontexte Rücksicht genommen wird. Eine Internet-Plattform würde die Möglichkeit bieten:

- regionale Netzwerke zu nutzen bzw. sich regional zu vernetzen
- Multimedia-Angebote zur Verfügung zu stellen (Erklärungsvideos, Kurzfilme etc.)
- Angebote von Unternehmen zu kommunizieren (Praktikplätze, Jobs, Diplomarbeiten etc.)

Interesse von Bildungsseite:

- Schriftliche Bewertung oder Feedback-Kommentare über Exkursionen, Weiterbildungsmaßnahmen, ExpertInnenvorträge, EU-Projekte, Wettbewerbe etc.
 - ❖ Sichtbarkeit von themenrelevanten Ausstellungen für Schulen (ITS Kongress)
 - ❖ Zugang zu „Themenmaterialien“ und „Forschungsergebnissen“

Interesse von Unternehmensseite:

- ❖ Sichtbarkeit von kooperationswilligen Schulen für Unternehmen und FH/Unis
- ❖ Sichtbarkeit von Aktivitäten der unterschiedlichen Schultypen zur Einspeisung von Inhalten und Infomaterial und Unterstützung mit Know-how (BHS Schwerpunktthemen, Jahresaktivitäten und Projekte)
- ❖ Zugang zu bereits „zertifizierten“ LehrlingsanwärterInnen für kleine Unternehmen, die Lehrlinge ausbilden aber nicht rekrutieren wollen
- ❖ Zugang zu interessierten und motivierten SchülerInnen (themenspezifisch auf verschiedenen Bildungslevels)

Gemeinsames Interesse von Bildung, Forschung und Unternehmen an:

- Verstärkung von Spezialthemen mit besonderem Augenmerk auf der Ergebnisdarstellung und nachhaltigen Verwendung der Vor- und Nachbereitung (Projektdokumentationen und Kontakte)
Raum zur Sichtbarmachung von erfolgten themenspezifischen Aktivitäten: Beispiel Umwelt; Mobilität – Unterwegs sein; Gesundheit (viele Aktionen, Schulausstellungen, Aufführungen, Interventionen etc. erhalten zu wenig Aufmerksamkeit für den hohen Aufwand, der damit verbunden ist)
- Sichtbarkeit und (verständliche und animierende) Erläuterung von Berufsbildern mit Technikbezug (zur Weiterverwendung in der Elternarbeit)

- ❖ Train the Trainer Aktivitäten – Verständnis erzeugen für und Vorbereitung auf technische (Lehr)berufe (Coaching, Tutoring, Peer-to Peer; Mentoring)
 - Pools von ExpertInnen und Freiwilligen (pensionierte Technikfachkräfte, ProfessorInnen etc.) sowie MentorInnen aus Unternehmen, Weiterbildung und Forschung, die gemeinsam themenspezifisch unterstützen möchten
 - Bezug zur Praxis: beispielsweise Buchungsmöglichkeit von „mobilen Forschungslaboren, Technikbausätzen, Technikanwendungen zum Ausprobieren“ etc.
 - Konzepte und Vorbereitungskurse für eine kreative und „spannende Vermittlung“)
- Verständnis erzeugen für „technische Innovationen“ bei PädagogInnen und SchülerInnen– Beitrag der Technik zur Problemlösung (Beispiel Lärmthematik: „Schnell aber leise“)

Um eine längerfristige und großflächige Umsetzung gewähren zu können, muss es Anreize geben, die über die Eigenmotivation einzelner Personen hinaus auch funktionieren. Da würde es zum einen helfen, wenn Forschungsprojekte umsetzungsorientiert aufgestellt werden können, um MitarbeiterInnen in Unternehmen/FHs/Unis und auch Studierende (eingebunden in ein wie auch immer geartetes Beschäftigungsverhältnis) verbindlich beauftragen zu können.

Zum anderen könnten die Aktivitäten auf FH Seite (eine Flexibilität der Lehrenden vorausgesetzt) auch in die Lehre integriert werden, etwa bei persönlichkeitsbildenden bzw. Soft-Skills Lehrveranstaltungen

5.5 Weiterentwicklung und Kombination der Formate

Die Phase der Konkretisierung und Weiterentwicklung macht Sinn, wenn zur Verfügung stehende Ressourcen und die nachhaltige Einbindung mehrerer „Mittler“ in ein Gesamtkonzept gewährleistet sind.

Wie schon erwähnt gibt es das konkrete Interesse zweier Fachhochschulen hier aktiv zu werden und viele Ideen, die der Umsetzung harren.

Erfolgsversprechende Format-Kombinationen sind:

✓ Lehrlinge zu SchülerInnen

Die konkrete Umsetzung des Formates „Lehrlinge zu SchülerInnen“ kann durch Lehrlingsbeauftragte von Unternehmen begleitet und forciert werden. Auch hier braucht es externe Konzept Vor- und Nachbereitung.

✓ **Unternehmensseite an StudentInnen und PädagogInnen mit FHs/UNIs als Mittler**

FHs/Unis sind eher geeignet PädagogInnen und Unternehmen zusammenzuführen. Zur Ansprache von PädagogInnen besteht innerhalb des Konsortiums auch Skepsis, da bereits erfolglose Versuche dokumentiert sind. Mit Einbindung von Partnerschulen der FHs und BerufsorientierungslehrerInnen erscheint die Aktivierung von interessierten PädagogInnen zu geführten Exkursionen in Leitbetrieben und Forschungseinrichtungenrealistisch.

6 Literaturverzeichnis

Fifolt, M., & Searby, L. (2010). Mentoring in Cooperative Education and Internships: Preparing Proteges for STEM Professions. *Journal of STEM Education: Innovations and Research*, 11(1), 17-26.

Holland, C. (2009). Workplace mentoring: A literature review. Retrieved September, 23, 2010.

Irby, B. J. (2011). Mentoring and tutoring in schools and universities. *Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning*, 19(2), 121-124.

Naeger, D. M., Conrad, M., Nguyen, J., Kohi, M. P., & Webb, E. M. (2013). Students Teaching Students: Evaluation of a "Near-Peer" Teaching Experience. *Academic Radiology*, 20(9), 1177-1182. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.acra.2013.04.004>

Packard, B. W.-L. (2012). Effective outreach, recruitment, and mentoring into STEM pathways: Strengthening partnerships with community colleges. *Community Colleges in the Evolving STEM Education Landscape: Summary of a Summit*, 57.

Raufelder, D., & Ittel, A. (2012). Mentoring in der Schule: Ein Überblick. Theoretische und praktische Implikationen für Lehrer/-innen und Schüler/-innen im internationalen Vergleich. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*, 7(2).

Tenenbaum, L. S., Anderson, M. K., Jett, M., & Yourick, D. L. (2014). An Innovative Near-Peer Mentoring Model for Undergraduate and Secondary Students: STEM Focus. *Innovative Higher Education*, 1-11.

Links (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

Bildung

www.lebenslanges-lernen.at

www.oead.at

www.learn4life.co.at

www.efeu.or.at

www.nmsvernetzung.at

www.digikomp.at

www.berufsbildendeschulen.at

www.htl.at

www.peer-review-in-quibb.at

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische
Forschungsförderungsgesellschaft FFG

www.give.or.at

www.lehrerweb.at

Bildungsplattformen

<http://www.bildungsserver.com/schulfuehrer/action/listEventsFiltered/controller/School/http://>

www.edumoodle.at/moodle/

<https://lms.at/>

Arbeitsmarkt/Beruf

www.ams-forschungsnetzwerk.at

[http://bildung-](http://bildung-beratung.wuk.at/WUK/BERATUNG_BILDUNG/WUK_Bildung_und_Beratung/Über_Uns/Aktuell/categoryid/232)

[beratung.wuk.at/WUK/BERATUNG_BILDUNG/WUK_Bildung_und_Beratung/Über_Uns/Aktuell/categoryid/232](http://bildung-beratung.wuk.at/WUK/BERATUNG_BILDUNG/WUK_Bildung_und_Beratung/Über_Uns/Aktuell/categoryid/232)

www.sprungbrett.or.at

www.ifa.or.at

Technopol Jugendförderung : www.technopol.at

AMS - Qualifikationsbarometer – Berufe: bis.ams.or.at/qualibarometer/berufsstruktur.php

bfi - Berufsförderungsinstitut Österreich: www.bfi.at

BIWI - Berufsinformation der Wiener Wirtschaft: www.biwi.at

Careerjet – Jobsuchmaschine: www.careerjet.at

Fachkräftestipendium

oea.arbeiterkammer.at/beratung/bildung/studium/Studium.html

Fachkräftestipendium: Liste der förderbaren Ausbildungen

www.ams.at/docs/001_fks_liste.pdf

Jobcenter: Strukturierte Linkplattform zur Jobsuche: www.jobcenter.at

Jobs für HTL-Absolvent/innen: www.absolventen.at

Online Jobportal – Careesma: www.careesma.at

StepStone - Online-Jobbörse: www.stepstone.at

WIFI - Wirtschaftsförderungsinstitut Österreich: www.wifi.at

Links Lehre

Technopol Jugendförderung

www.technopol.at

AMS - Lehrlingskompass

www.berufskompass.at/jugendkompass/index_orientierung.php

Die österreichische Lehrstellenbörse

www.lehrberuf.info

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische
Forschungsförderungsgesellschaft FFG

EUROPASS

www.europass.at

Jugend am Werk; moderne Berufsausbildung; Lehrwerkstätten

www.jaw.at

Lehrberufe Industrie

www.dieindustrie.at/ausbildung/futurejobs/

Lehrberufe: Informationen und Beschreibung

Berufsgruppen die für den Mobilitätsbereich interessant sind u.a:

Maschinen/Fahrzeuge/Metall

Transport/Verkehr/Lager

Umwelt/Energie/Rohstoffe

www.bic.at/bildungswege.php

Lehrberufe: Liste, Formulare, Ausbildung

www.wko.at/wknoe/ba

Lehre mit Matura in Österreich

www.lehremitmatura.at

Lehrlingsweb Online Bewerbungsplattform

www.lehrlingsweb.at/intro.html

Österreichweite Lehrstellen suchen ...

www.lehrlingsportal.at

Wiener Berufsschulen

www.wiener-berufsschulen.at

Wirtschaftsministerium: Lehrlingsservice

www.bmwfj.gv.at/Berufsausbildung/LehrlingsUndBerufsausbildung/Seiten/default.aspx

7 Anhang

1) Leitfäden zu Einzelexplorationen (Unternehmen, Bildung, FH)

Delphi 1 - Fragestellungen an die ExpertInnen

Mowisstrans BEREICH: Bildung



Sehr geehrte Teilnehmer und Teilnehmerinnen. Unsere Aufgabenstellung ist es, kontinuierliche Schnittstellen zwischen Forschung, Wirtschaft und Bildung aufzuzeigen und - ausgehend von den unterschiedlichen Interessenslagen - Möglichkeiten zur Zusammenarbeit zu identifizieren und zu überprüfen.

Wir bitten Sie daher zu den nachfolgenden Thesen und Vorschlägen Stellung zu nehmen. Ihre Angaben werden selbstverständlich nur anonym ausgewertet und nur in aggregierter Form dargestellt. Diese Umfrage enthält 12 Fragen.

Einstiegsthese

1 [F1a]Derzeit sind Schulen im Fokus vieler Initiativen, die auf das Berufsleben/den Beruf vorbereiten und ein breites Spektrum an Zielrichtungen verfolgen. Wie wichtig sind die angeführten Ziele Ihrer Ansicht nach? 1=sehr wichtig; 2=eher wichtig; 3=eher unwichtig; 4=gar nicht wichtig und 5=weiß nicht/kann ich nicht sagen *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
Unterstützung der Berufsorientierung	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung von forschendem Lernen	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung der allgemeinen Fähigkeiten (Umgangsformen, Auftreten, Benehmen etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Stärkung der sozialen Kompetenzen (Teamfähigkeit etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung des Verständnisses für Eigeninitiative und Eigenleistung	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung des Technikinteresses allgemein	☐	☐	☐	☐	☐
Förderung der Technikkompetenzen von Mädchen	☐	☐	☐	☐	☐
Absenkung der Schulabbrecherquoten	☐	☐	☐	☐	☐
Stärkung des allgemeinen Bildungsniveaus	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung der Berufswahl von MigrantInnen	☐	☐	☐	☐	☐

2 [F1b]Gibt es sonst noch Ziele, die aus Ihrer Sicht wichtig sind?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

3 [F2]Wie sehr halten Sie Peer-Learning und Mentoring geeignet, um eine bessere Vorbereitung der Jugend auf ihre Berufssituation zu gewährleisten? 1=sehr gut geeignet; 2=eher gut geeignet; 3=eher nicht gut; 4=überhaupt nicht gut geeignet; und 5 bedeutet "kann ich nicht beurteilen/weiss nicht" *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
PEER-LEARNING (=kooperatives Lernen und Wissensweitergabe unter Gleichaltrigen/Gleichgestellten)	☐	☐	☐	☐	☐
MENTORING (=Förderung/Beratung einer weniger erfahrenen Person (Mentee) durch eine erfahrenere Person (Mentor) über längeren Zeitraum)	☐	☐	☐	☐	☐

4 [F3]Für Schulen und weiterführende Bildungseinrichtungen kann sich das Engagement in Projektarbeit mit außerschulischen AkteurInnen auf mehreren Ebenen auszahlen: Bitte nehmen Sie eine Reihung vor, welcher der folgenden vier Aspekte am wichtigsten; welcher am zweitwichtigsten; welcher am dritt- und welcher am viertwichtigsten ist (1=am wichtigsten; 2=am zweitwichtigsten usw.).

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1=am wichtigsten	2=am zweitwichtigsten	3=am dritt wichtigsten	4=am viertwichtigsten
Imageebene - positive Auswirkungen von Projektarbeiten auf das Image der Schule	☐	☐	☐	☐
Werteebene - gesellschaftliches Engagement; Sichtbarmachung von Standpunkten und Werten	☐	☐	☐	☐
Personalebene - steigert die Attraktivität der Schule bei engagierten PädagogInnen	☐	☐	☐	☐
Berufsorientierungsebene - Erhöhung der Chancen am Arbeitsmarkt durch enge Kooperationen mit Unternehmen	☐	☐	☐	☐

5 [F4]Welche Inhalte/Strukturen und Formate muss eine Initiative, die Bildung, Wirtschaft und Wissenschaft näher zusammenführen soll, online bereitstellen. 1

bedeutet "sehr wichtig"; 2= "eher wichtig"; 3= "eher unwichtig"; 4= "ganz unwichtig" und 5 bedeutet "kann ich nicht sagen/weiss nicht". *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:	1	2	3	4	5
Links zu Vereinen, Organisationen, Forschung und Unternehmen nach Tätigkeitsschwerpunkten	☐	☐	☐	☐	☐
Links hinsichtlich Berufsorientierung	☐	☐	☐	☐	☐
Links zur Hebung des TechnikerInneninteresses	☐	☐	☐	☐	☐

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:	1	2	3	4	5
Links zu aktuellen Erkenntnissen; leicht verständlich	☐	☐	☐	☐	☐
Best practice Tipps für Schulen und Bildungseinrichtungen	☐	☐	☐	☐	☐
Schulportraits	☐	☐	☐	☐	☐
Portraits von Universitäten/Fachhochschulen	☐	☐	☐	☐	☐
Fördermöglichkeiten für die Zusammenarbeit	☐	☐	☐	☐	☐
Sichtbare Bundesländer-/Regionenschwerpunkte	☐	☐	☐	☐	☐
Sichtbare Aktivitäten und Veranstaltungen im Ausbildungsbereich	☐	☐	☐	☐	☐
Überblick über Schultypen, Schwerpunktthemen, Kooperationen	☐	☐	☐	☐	☐

6 [F5] Je nach Schultyp und Engagement der PädagogInnen findet eine unterschiedliche Vorbereitung von Jugendlichen auf weiterführende Ausbildung und Berufsperspektiven statt. Was braucht es Ihrer Meinung nach, um Jugendliche zu motivieren, sich mit der Vielfalt von Berufsmöglichkeiten auseinanderzusetzen? Wie wichtig sind die folgenden Aspekte aus Ihrer Sicht? Beurteilen Sie bitte anhand einer 4-stufigen Skala: 1=sehr wichtig; 2=eher wichtig; 3=eher unwichtig und 4=ganz unwichtig. Wenn Ihnen kein Urteil möglich ist, können Sie noch die 5 (=weiss nicht/kann ich nicht sagen) wählen.

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:	1	2	3	4	5
Eine Aufbereitung unterschiedlicher Tätigkeitsbereiche in Form von Berufsportraits	☐	☐	☐	☐	☐
Gezielte Ansprache über "Social Media"-Kanäle	☐	☐	☐	☐	☐
Direkter Kontakt über aktive Begegnungsformate wie z. B. Speed Dating (Kurzaustausch SchülerInnen UND Unternehmens-/BranchenvertreterInnen)	☐	☐	☐	☐	☐
Direkte Vermittlung über außerschulische Peers oder MentorInnen (z. B. StudentInnen, Lehrlinge)	☐	☐	☐	☐	☐
Individuelle Beratung (z. B. über Berufsorientierungszentren wie BIZ vom AMS)	☐	☐	☐	☐	☐
Eine verpflichtende Auseinandersetzung mit Ausbildung und Berufsmöglichkeiten in allen Schultypen	☐	☐	☐	☐	☐
Außerschulische Initiativen von Branchen und Firmenclustern, um Jugendlichen die Bandbreite der Möglichkeiten vorzustellen	☐	☐	☐	☐	☐
SchülerInnen beschäftigen sich mit Berufsportraits	☐	☐	☐	☐	☐
Übersichtliches Informationsmaterial für PädagogInnen/Coaches zum Downloaden	☐	☐	☐	☐	☐
Mehr Möglichkeiten für Schnuppertage in Betrieben oder Berufsorientierungstage	☐	☐	☐	☐	☐

7 [F5a] Und gibt es - außer den genannten - noch andere Aspekte, die in dieser Hinsicht einen großen Einfluß auf die Motivation der Jugendlichen hätten?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

8 [F6] Das Ausbildungssystem in Österreich steht im Zentrum vieler Überlegungen und Initiativen. Nachstehend sind einige Aussagen angeführt. Beurteilen Sie bitte jeweils, wie sehr diese Aussagen - Ihrer Meinung nach - zutreffen. (1 bedeutet "trifft voll zu"; 2=trifft eher zu; 3=trifft eher nicht zu; und 4=trifft überhaupt nicht zu. Wenn Ihnen kein Urteil möglich ist, können Sie noch die "5" (=weiss nicht/kann ich nicht sagen) wählen. *

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische
Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:	1	2	3	4	5
Das Engagement von Unternehmen und Branchenvertretungen in Schulen ist begrüßenswert	☐	☐	☐	☐	☐
Wissenschaft und Forschung brauchen bessere Schnittstellen zu PädagogInnen als VermittlerInnen	☐	☐	☐	☐	☐
Berufsorientierung soll überwiegend zu Hause, in Absprache mit den Eltern stattfinden	☐	☐	☐	☐	☐
Projektbeteiligungen sind bei PädagogInnen wenig beliebt, da ein zu hohes Ausmaß an unentgeltlichem Engagement verlangt wird	☐	☐	☐	☐	☐
Es ist zielführend, Jahrgangsteams in Schulen zu bilden, die gemeinschaftlich für Projekte und inhaltliche Schwerpunkte zuständig sind, sodass es ausreichend Unterstützung unter KollegInnen gibt	☐	☐	☐	☐	☐
Die Zunahme an bürokratischen Zusatzdokumentationen hemmt die Bereitschaft, sich an Projekten zu beteiligen	☐	☐	☐	☐	☐
Die Hinführung zu einem Berufsfeld und die Vorbereitung auf die Anforderungen des Berufslebens ist eine zentrale Aufgabe aller Schultypen	☐	☐	☐	☐	☐
Berufsmöglichkeiten sollen in jedem Unterrichtsgegenstand thematisiert werden	☐	☐	☐	☐	☐
Schulprojekte und Kooperationen sollen kontinuierlich betrieben werden, da somit der Aufwand minimiert wird	☐	☐	☐	☐	☐
Es soll eine längerfristige Sichtbarkeit und bessere Zugänglichkeit zu Ergebnissen aus Schulprojekten geben	☐	☐	☐	☐	☐
Derzeit gibt es ein Überangebot an Projekten und Wettbewerben	☐	☐	☐	☐	☐
Unternehmen sollen sich mit interessierten PädagogInnen/SchulleiterInnen austauschen	☐	☐	☐	☐	☐
Es braucht mehr Berufspraktikplätze für SchülerInnen	☐	☐	☐	☐	☐
Es wäre für Unternehmen und Schulbetrieb einfacher, wenn es eine fixe Woche oder zumindest einzelne Tage im Jahr (z.B. vor Semesterende) für „Begegnung und Austausch“ gäbe	☐	☐	☐	☐	☐
Jede Schule sollte Partnerschaften mit Unternehmen eingehen, die den SchülerInnen Einblicke in die Anforderungen der Berufswelt geben	☐	☐	☐	☐	☐

Statistische Fragen:

9 [S1]Abschließend noch kurz ein paar statistische Angaben. Zunächst: Was ist Ihr hauptsächlichlicher Tätigkeitsbereich? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Lehrtätigkeit, Aus- und Weiterbildungstätigkeit - im Schulbereich
- Lehrtätigkeit, Aus- und Weiterbildungstätigkeit - im Uni/FH Bereich
- Lehrtätigkeit, Aus- und Weiterbildungstätigkeit - außerhalb des Schulbereichs (Beratung, Coaching etc.)
- Wissenschaftliche Begleitung von Berufsorientierungsmaßnahmen
- Bildungswesen/öffentlicher Dienst
- Entwicklung und Umsetzung von außerschulischen Bildungsangeboten wie Wettbewerbe, Infoveranstaltungen, Workshops etc.
- anderes:

10 [S2] Geschlecht? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:



- weiblich
- männlich

11 [S3] In welche Altersgruppe fallen Sie? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- bis 29 Jahre
- 30-49 Jahre
- 50 Jahre und älter

12 [S4] Bundesland? * Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Wien
- Niederösterreich
- Burgenland
- Steiermark
- Kärnten
- Oberösterreich
- Salzburg
- Tirol
- Vorarlberg

Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

Wir werden Sie demnächst mit den aggregierten Ergebnissen vertraut machen und Sie nochmals um eine kurze Einschätzung bitten.

Vielen Dank für die Beantwortung des Fragebogens.

Mowisstrans BEREICH: Fachhochschulen



Sehr geehrte Teilnehmer und Teilnehmerinnen.

Unsere Aufgabenstellung ist es, kontinuierliche Schnittstellen zwischen Forschung, Wirtschaft und Bildung aufzuzeigen und - ausgehend von den unterschiedlichen Interessenslagen - Möglichkeiten zur Zusammenarbeit zu identifizieren und zu überprüfen.

Wir bitten Sie daher zu den nachfolgenden Thesen und Vorschlägen Stellung zu nehmen. Ihre Angaben werden selbstverständlich nur anonym ausgewertet und nur in aggregierter Form dargestellt. Diese Umfrage enthält 25 Fragen.

Einstiegsthemen

Was trifft auf die jeweilige Branche zu?



1 [F1a]Derzeit sind Schulen im Fokus vieler Initiativen, die auf das Berufsleben/den Beruf vorbereiten und ein breites Spektrum an Zielrichtungen verfolgen. Wie wichtig sind die angeführten Ziele Ihrer Ansicht nach? 1=sehr wichtig; 2=eher wichtig; 3=eher unwichtig; 4=gar nicht wichtig und 5=weiß nicht/kann ich nicht sagen *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
Unterstützung der Berufsorientierung	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung von forschendem Lernen	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung der allgemeinen Fähigkeiten (Umgangsformen, Auftreten, Benehmen etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Stärkung der sozialen Kompetenzen (Teamfähigkeit etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung des Verständnisses für Eigeninitiative und Eigenleistung	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung des Technikinteresses allgemein	☐	☐	☐	☐	☐
Förderung der Technikkompetenzen von Mädchen	☐	☐	☐	☐	☐
Absenkung der Schulabbrecherquoten	☐	☐	☐	☐	☐
Stärkung des allgemeinen Bildungsniveaus	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung der Berufswahl von MigrantInnen	☐	☐	☐	☐	☐

2 [F1b]Gibt es sonst noch Ziele, die aus Ihrer Sicht wichtig sind?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

3 [F2]Welche Inhalte/Strukturen und Formate muss eine Initiative, die Bildung, Wirtschaft und Wissenschaft näher zusammenführen soll, bereitstellen. 1 bedeutet "sehr wichtig"; 2= "eher wichtig"; 3= "eher unwichtig"; 4= "ganz unwichtig" und 5 bedeutet "kann ich nicht sagen/weiss nicht". *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
Links zu Vereinen, Organisationen, Forschung und Unternehmen nach Tätigkeitsschwerpunkten	☐	☐	☐	☐	☐
Links hinsichtlich Berufsorientierung	☐	☐	☐	☐	☐
Links zur Hebung des TechnikerInneninteresses	☐	☐	☐	☐	☐
Links zu aktuellen Erkenntnissen; leicht verständlich	☐	☐	☐	☐	☐
Best practice Tipps für Unternehmen getrennt nach Human Resources und Kommunikation/Public Relations	☐	☐	☐	☐	☐
Berufsportraits (gebranded) von Unternehmen als Kurzvideos oder „Fotoecke“, welche Schulen abrufen können	☐	☐	☐	☐	☐
Fördermöglichkeiten für die Zusammenarbeit aufzeigen	☐	☐	☐	☐	☐
Bundesländer/Regionenschwerpunkte sichtbar machen	☐	☐	☐	☐	☐
Branchenaktivitäten (z.B. Cluster) im Ausbildungsbereich Technologiekompetenz sichtbar machen	☐	☐	☐	☐	☐
Einen Überblick über Schulen, Schwerpunktthemen, Kooperationen geben	☐	☐	☐	☐	☐

4 [F3]Welche der nachstehenden Möglichkeiten halten Sie für sinnvoll, wenn Sie das Interesse an der Tätigkeit Ihrer Branche steigern wollen? Kreuzen Sie bitte alle Möglichkeiten an, die aus Ihrer Sicht sinnvoll sind. *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Schnuppertage im Unternehmen
- Speed Datings zwischen Role Models und interessierten Jugendlichen
- Wettbewerbe
- Praktika
- Kreativworkshops in den Unternehmen
- Vorträge in der Bildungseinrichtung
- Infotage der Unis/FHs
- Berufsmessen
- Fachbereichsarbeiten in und über Unternehmen
- Bachelorarbeiten, die vom Unternehmen in Auftrag gegeben bzw. mitbetreut werden
- Sonstiges:

5 [F4]Wie sehr halten Sie Peer-Learning und Mentoring geeignet, um eine bessere Vorbereitung der Jugend auf ihre Berufssituation zu gewährleisten? 1=sehr gut geeignet; 2=eher gut geeignet; 3=eher nicht gut; 4=überhaupt nicht gut geeignet; und 5 bedeutet "kann ich nicht beurteilen/weiss nicht" *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
PEER-LEARNING (=kooperatives Lernen und Wissensweitergabe unter Gleichaltrigen/Gleichgestellten)	☐	☐	☐	☐	☐
MENTORING (=Förderung/Beratung einer weniger erfahrenen Person (Mentee) durch eine erfahrenere Person (Mentor) über längeren Zeitraum)	☐	☐	☐	☐	☐

6 [F5]Glauben Sie, dass es in Ihrem Unternehmen Interesse gibt, dass sich MitarbeiterInnen als MentorInnen engagieren? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

7 [F5a]Und haben/hätten die MitarbeiterInnen Ihres Unternehmens selbst - Ihrer Meinung nach - auch Interesse daran, als Mentor/Mentorin zu agieren? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

8 [F6]Ist bzw. wäre es in Ihrem Unternehmen vorstellbar, dass MitarbeiterInnen für PEER-LEARNING, also als Peers, angeleitet und eingesetzt werden? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen



9 [F6a]Und wären die MitarbeiterInnen Ihrer Erfahrung nach auch dazu bereit, sich als PEER zu engagieren? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

10 [F7]Nochmals zum Mentoring. Welche der angeführten Formen des MENTORINGS sind aus Ihrer Sicht sinnvoll? Markieren Sie bitte alle, die aus Ihrer Sicht sinnvoll sind. *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- E-MENTORING (Virtueller Kontakt vorwiegend Online)
- MATCHING MENTORING (MentorInnen+Jugendliche werden gemäß den Ähnlichkeiten ihrer Interessen gematcht)
- EHRENAMTLICHES MENTORING (außerhalb von Unternehmensstrukturen)
- TEAM-MENTORING (Betreuung einer Gruppe von Mentees durch eine/n Mentor/Mentorin)
- INDIVIDUELLES MENTORING (exklusive one-on-one-Beziehung zwischen Mentor und Mentee)
- EQUAL GENDER MENTORING (gleichgeschlechtliche Mentoring-Tandems)
- CROSS MENTORING zwischen UnternehmensvertreterInnen und LehrerInnen/LehrerInnenfortbildung
- Sonstiges:

11 [F8]Könnten Sie sich persönlich auch die Rolle als MENTOR/MENTORIN vorstellen? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja, sicher
- ja, vielleicht
- nein, eher nicht
- nein, sicher nicht
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

12 [F8a]Und warum eigentlich nicht? Was spricht dagegen? Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war 'nein, eher nicht' oder 'nein, sicher nicht' bei Frage '11 [F8]' (Könnten Sie sich persönlich auch die Rolle als MENTOR/MENTORIN vorstellen?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

13 [F9]Was müsste gegeben sein, damit Sie sich als MENTOR/MENTORIN Ihres Unternehmens in Bildungseinrichtungen betätigen? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Wertschätzung des Unternehmens/der Vorgesetzten
- Verständnis der Gesamtstrategie für das Unternehmen
- Zeitlicher Aufwand überschaubar bzw. planbar
- Training zum Mentor/zur Mentorin bzw. laufende Supervision
- Finanzielle Aufwandsabgeltung bzw. Dienstfreistellung
- Sonstiges:



14 [F10] Für welche Zielgruppe könnten Sie sich vorstellen, als MENTOR/MENTORIN zu agieren? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- für StudentInnen zum Master des Studienfaches, das Sie selbst auch absolviert haben
- für StudentInnen zum Bachelor des Studienfaches, das Sie selbst auch absolviert haben
- für SchülerInnen der Oberstufe (14-18 Jahre) allgemeinbildend
- für SchülerInnen der Oberstufe (14-18 Jahre) berufsbildend
- für MitarbeiterInnen im eigenen Unternehmens, die eine weiterführende Ausbildung anstreben
- für keine, würde das nicht machen
- Sonstiges:

15 [F10] Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die nachfolgenden Aufgaben eines Mentors/einer Mentorin gegenüber den StudentInnen/SchülerInnen bzw. gegenüber dem Unternehmen? *

Beurteilen Sie wieder mit 1=sehr wichtig; 2=eher wichtig; 3=eher unwichtig; 4=ganz und gar unwichtig und 5=weiss nicht/kann ich nicht beurteilen *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
Vorbildfunktion einnehmen/als Rollenmodell fungieren	☐	☐	☐	☐	☐
Mentees bei Berufs-/Karriereplanung und beim Aufbau fachlich relevanter Netzwerke unterstützen	☐	☐	☐	☐	☐
Die individuelle Entwicklung der Mentees durch persönlichen Austausch stärken	☐	☐	☐	☐	☐
Darstellung des Unternehmens/des Sektors bzgl. Berufsbilder/Jobprofile/Karrierechancen	☐	☐	☐	☐	☐

16 [F11] Was würden Sie sich persönlich von einer Tätigkeit als Mentor/Mentorin erwarten? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

° Die Antwort war 'ja, sicher' oder 'ja, vielleicht' bei Frage '11 [F8]' (Könnten Sie sich persönlich auch die Rolle als MENTOR/MENTORIN vorstellen?)

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Soziale und kommunikative Kompetenzen trainieren
- Eigenes Arbeiten reflektieren
- Frische Ideen und Impulse vom Nachwuchs erhalten
- Durch spezielle Schulungen und praktische Erfahrungen die eigene (Führungs-) Kompetenz stärken
- Zum Abbau geschlechtsspezifischer Barrieren in einem für Frauen noch wenig attraktiven Sektor beitragen
- Ausbau des eigenen Netzwerks, Aufbau von Kontakten zu anderen MentorInnen
- Qualifizierten Nachwuchs für die eigene Organisation bzw. das eigene Team rekrutieren
- Die Befriedigung, mein Wissen bzw. meine Erfahrungen mit anderen teilen zu können
- Das gute Gefühl, jungen Menschen helfen bzw. der Gesellschaft etwas zurückgeben zu können
- Sonstiges:

Statistik



17 [S1]Abschließend noch kurz ein paar Angaben zu Ihrem Unternehmen. Zunächst: Wie viele MitarbeiterInnen sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- bis 10 Beschäftigte
- 11-50 Beschäftigte
- 51-100 Beschäftigte
- über 100 Beschäftigte
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

18 [S2]Ist Ihr Unternehmen *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- privatwirtschaftlich tätig
- gemeinwirtschaftlich/öffentlich tätig
- anderes und zwar:

19 [S3]Welche Position nehmen Sie selbst im Unternehmen ein?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

20 [S4]Firmenzugehörigkeit in Jahren?

Bitte geben Sie in jedem Eingabefeld eine Zahl zwischen 0 und 99 ein:

21 [S5]Geschlecht?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- weiblich
- männlich

22 [S6]In welche Altersgruppe fallen Sie? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- bis 29 Jahre
- 30-49 Jahre
- 50 Jahre und älter

23 [S7]Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

24 [S8]Ist Ihr Unternehmen Mitglied in einem Cluster? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

25 [S9]Bundesland? * Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Wien
- Niederösterreich
- Burgenland
- Steiermark
- Kärnten
- Oberösterreich
- Salzburg
- Tirol
- Vorarlberg

Wir werden Sie demnächst mit den aggregierten Ergebnissen vertraut machen und Sie nochmals um eine kurze Einschätzung bitten. Vielen Dank.

Mowisstrans BEREICH: Unternehmen

Expertenbefragung - Unternehmen/Organisationen



Sehr geehrte Teilnehmer und Teilnehmerinnen.

Unsere Aufgabenstellung ist es, kontinuierliche Schnittstellen zwischen Forschung, Wirtschaft und Bildung aufzuzeigen und - ausgehend von den unterschiedlichen Interessenslagen - Möglichkeiten zur Zusammenarbeit zu identifizieren und zu überprüfen. Wir bitten Sie daher zu den nachfolgenden Thesen und Vorschlägen Stellung zu nehmen. Ihre Angaben werden selbstverständlich nur anonym ausgewertet und nur in aggregierter Form dargestellt. Diese Umfrage enthält 25 Fragen.

Einstiegsthese

Was trifft auf die jeweilige Branche zu?

1 [F1a]Derzeit sind Schulen im Fokus vieler Initiativen, die auf das Berufsleben/den Beruf vorbereiten und ein breites Spektrum an Zielrichtungen verfolgen. Wie wichtig sind die angeführten Ziele Ihrer Ansicht nach? 1=sehr wichtig; 2=eher wichtig; 3=eher unwichtig; 4=gar nicht wichtig und 5=weiß nicht/kann ich nicht sagen *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
Unterstützung der Berufsorientierung	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung von forschendem Lernen	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung der allgemeinen Fähigkeiten (Umgangsformen, Auftreten, Benehmen etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Stärkung der sozialen Kompetenzen (Teamfähigkeit etc.)	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung des Verständnisses für Eigeninitiative und Eigenleistung	☐	☐	☐	☐	☐
Hebung des Technikinteresses allgemein	☐	☐	☐	☐	☐
Förderung der Technikkompetenzen von Mädchen	☐	☐	☐	☐	☐
Absenkung der Schulabbrecherquoten	☐	☐	☐	☐	☐
Stärkung des allgemeinen Bildungsniveaus	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung der Berufswahl von MigrantInnen	☐	☐	☐	☐	☐

2 [F1b]Gibt es sonst noch Ziele, die aus Ihrer Sicht wichtig sind?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

3 [F2]Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auch in Ihrer Branche zu? Beurteilen Sie bitte anhand einer 4-stufigen Skala:

1=stimme völlig zu; 2=stimme eher zu; 3=stimme eher nicht zu und 4=stimme gar nicht zu. Wenn Ihnen kein Urteil möglich ist, können Sie noch die 5 (=kann ich nicht sagen) wählen. Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
Unternehmen stehen in Konkurrenz um „die bestgeeigneten Köpfe“ und versuchen sich langfristig den Zugang zu diesen zu sichern	☐	☐	☐	☐	☐
Unternehmen sollen vermehrt Einblicke in die Bandbreite der	☐	☐	☐	☐	☐

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische
Forschungsförderungsgesellschaft FFG

	1	2	3	4	5
Unternehmenstätigkeiten geben	☐	☐	☐	☐	☐
Unternehmen sollen überwiegend gemeinschaftlich an das Schulsystem herantreten	☐	☐	☐	☐	☐
Aktivitäten und Netzwerke zu Berufsorientierung sollen auch über Bundesländergrenzen hinweg stattfinden	☐	☐	☐	☐	☐
KMU's benötigen eine Unterstützung, um sich adäquat den Nachwuchskräften zu präsentieren	☐	☐	☐	☐	☐
Unternehmen sind bereit, nachhaltige Partnerschaften mit Schulen einzugehen	☐	☐	☐	☐	☐
Unternehmen sollen gemeinsam in Netzwerke oder Plattformen gehen, um bei der Berufsorientierung zu helfen	☐	☐	☐	☐	☐
Im Kontakt mit Schulen braucht es viel Überzeugungskraft, um PädagogInnen zur Zusammenarbeit zu motivieren	☐	☐	☐	☐	☐
Ich halte es für sinnvoll, unsere Unternehmensschwerpunkte und Jobs von Jugendlichen für Jugendliche kreativ darstellen zu lassen	☐	☐	☐	☐	☐
Social Media Aktivitäten sind für unser Unternehmen gut geeignet, um an interessierte Jugendliche heranzukommen	☐	☐	☐	☐	☐
Schnuppertage in Betrieben oder Berufsorientierungstage sind für SchülerInnen sinnvoll	☐	☐	☐	☐	☐
Schnuppertage in Betrieben oder Berufsorientierungstage sind für Unternehmen oft sehr aufwändig	☐	☐	☐	☐	☐



4 [F3]Für ein Unternehmen kann sich Engagement im Ausbildungsbereich auf mehreren Ebenen auszahlen: Reichen Sie bitte die folgenden 4 Dimensionen nach der Wichtigkeit für Ihr Unternehmen (1=am wichtigsten; 2=am zweitwichtigsten usw.).

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1=am wichtigsten	2=am zweitwichtigsten	3=am dritt wichtigsten	4=am viertwichtigsten
Imageebene - attraktivere Außendarstellung für potentielle Arbeitskräfte	☐	☐	☐	☐
Werteebene - gesellschaftliches Engagement; Bewusstsein, dass die eigene Firma vorausschauend und nachhaltig agiert	☐	☐	☐	☐
Personalebene - Verkürzte Personalsuche; AnwärterInnen sind in der Pipeline; erhöhte Unternehmensbindung	☐	☐	☐	☐
Inhaltsebene - durch Zusammenarbeit mit FHs, UNIs (Praktika, Abschlussarbeiten etc.) kommt Know-How ins Unternehmen	☐	☐	☐	☐



5 [F4]Denken Sie nun an Online-Kontakte.

Welche Inhalte/Strukturen und Formate muss eine Initiative, die Bildung, Wirtschaft und Wissenschaft näher zusammenführen soll, online bereitstellen. 1 bedeutet "sehr wichtig"; 2= "eher wichtig"; 3= "eher unwichtig"; 4= "ganz unwichtig" und 5 bedeutet "kann ich nicht sagen/weiss nicht". *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
Links zu Vereinen, Organisationen, Forschung und Unternehmen nach Tätigkeitsschwerpunkten	☐	☐	☐	☐	☐
Links hinsichtlich Berufsorientierung	☐	☐	☐	☐	☐
Links zur Hebung des TechnikerInneninteresses	☐	☐	☐	☐	☐
Links zu aktuellen Erkenntnissen; leicht verständlich	☐	☐	☐	☐	☐
Best practice Tipps für Unternehmen getrennt nach Human Resources und Kommunikation/Public Relations	☐	☐	☐	☐	☐
Berufsportraits (gebranded) von Unternehmen als Kurzvideos oder „Fotoecke“, welche Schulen abrufen können	☐	☐	☐	☐	☐
Fördermöglichkeiten für die Zusammenarbeit	☐	☐	☐	☐	☐
sichtbare Bundesländer-/Regionenschwerpunkte	☐	☐	☐	☐	☐
sichtbare Branchenaktivitäten (z.B. Cluster) im Ausbildungsbereich Technologiekompetenz	☐	☐	☐	☐	☐
Überblick über Schulen, Schwerpunktthemen, Kooperationen	☐	☐	☐	☐	☐

6 [F5]Nun zu Direkt-Kontakten.

Direkter Kontakt zu Bildungseinrichtungen kann über verschiedene Möglichkeiten hergestellt werden. Welche halten Sie für sinnvoll, wenn Sie das Interesse an der Tätigkeit Ihrer Branche steigern wollen? Kreuzen Sie bitte alle Möglichkeiten an, die aus Ihrer Sicht sinnvoll sind. *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Schnuppertage im Unternehmen
- Speed Datings zwischen Role Models und interessierten Jugendlichen
- Wettbewerbe
- Praktika
- Kreativworkshops in den Unternehmen
- Vorträge in der Bildungseinrichtung
- Infotage der Unis/FHs
- Berufsmessen
- Fachbereichsarbeiten in und über Unternehmen
- Bachelorarbeiten, die vom Unternehmen in Auftrag gegeben bzw. mitbetreut werden
- Sonstiges:



7 [F6]Wer wäre am besten, wer am zweitbesten und wer am drittbesten dafür geeignet, um Berührungspunkte zwischen Unternehmen, Bildung und Wissenschaft im Mobilitätssektor zu koordinieren?

Durch Anklicken einer Zeile wird diese in die Reihenfolge aufgenommen. Wenn Sie Ihre Auswahl ändern wollen, klicken Sie bitte auf das "Schere-Symbol" rechts.

Bitte nummerieren Sie jede Box in der Reihenfolge Ihrer Präferenz, beginnen mit 1 bis 10

- Körperschaften
- Vereine/Verbände
- Industrie
- Bildungseinrichtungen
- Berufsinformationseinrichtungen
- wissenschaftliche Einrichtungen
- Ministerien/Landesschulräte
- Medien
- Museen, Kindermuseen
- Cluster
- Sonstiges

8 [F6a]Und gibt es - außer den genannten - andere Einrichtungen/Institutionen, die für die Koordination zwischen Unternehmen, Bildung und Wissenschaft ideal wären?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

9 [F6b]Und wer ist am wenigsten dafür geeignet? * Bitte wählen Sie maximal 3

Antworten aus:

- Körperschaften
- Vereine/Verbände
- Industrie
- Bildungseinrichtungen
- Berufsinformationseinrichtungen
- wissenschaftliche Einrichtungen
- Ministerien/Landesschulräte
- Medien
- Museen/Kindermuseen
- Cluster
- Sonstiges:

10 [F7]Wie sehr halten Sie Peer-Learning und Mentoring geeignet, um eine bessere Vorbereitung der Jugend auf ihre Berufssituation zu gewährleisten?

1=sehr gut geeignet; 2=eher gut geeignet; 3=eher nicht gut; 4=überhaupt nicht gut geeignet; und 5 bedeutet "kann ich nicht beurteilen/weiss nicht" *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
PEER-LEARNING (=kooperatives Lernen und Wissensweitergabe unter Gleichaltrigen/Gleichgestellten)	☐	☐	☐	☐	☐
MENTORING (=Förderung/Beratung einer weniger erfahrenen Person (Mentee) durch eine erfahrenere Person (Mentor) über längeren Zeitraum)	☐	☐	☐	☐	☐

11 [F8]Glauben Sie, dass es in Ihrem Unternehmen Interesse gibt, dass sich MitarbeiterInnen als MentorInnen engagieren? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

12 [F8a]Und haben/hätten die MitarbeiterInnen Ihres Unternehmens selbst - Ihrer Meinung nach - auch Interesse daran, als Mentor/Mentorin zu agieren? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

13 [F9]Ist bzw. wäre es in Ihrem Unternehmen vorstellbar, dass MitarbeiterInnen für PEER-LEARNING, also als Peers, angeleitet und eingesetzt werden? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

14 [F9a]Und wären die MitarbeiterInnen Ihrer Erfahrung nach auch dazu bereit, sich als PEER zu engagieren? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

15 [F10]Nochmals zum Mentoring. Welche der angeführten Formen des MENTORINGS sind aus Ihrer Sicht sinnvoll? Markieren Sie bitte alle, die aus Ihrer Sicht sinnvoll sind.

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- E-MENTORING (Virtueller Kontakt vorwiegend Online)
- MATCHING MENTORING (MentorInnen+Jugendliche werden gemäß den Ähnlichkeiten ihrer Interessen gematcht)
- EHRENAMTLICHES MENTORING (außerhalb von Unternehmensstrukturen)
- TEAM-MENTORING (Betreuung einer Gruppe von Mentees durch eine/n Mentor/Mentorin)
- INDIVIDUELLES MENTORING (exklusive one-on-one-Beziehung zwischen Mentor und Mentee)
- EQUAL GENDER MENTORING (gleichgeschlechtliche Mentoring-Tandems)
- CROSS MENTORING zwischen UnternehmensvertreterInnen und LehrerInnen/LehrerInnenfortbildung
- Sonstiges:

16 [F11]Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die nachfolgenden Aufgaben eines Mentors/einer Mentorin gegenüber den StudentInnen/SchülerInnen bzw. gegenüber dem Unternehmen? Beurteilen Sie wieder mit 1=sehr wichtig; 2=eher wichtig; 3=eher unwichtig; 4=ganz und gar unwichtig und 5=weiss nicht/kann ich nicht beurteilen *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
Vorbildfunktion einnehmen/als Rollenmodell fungieren	☐	☐	☐	☐	☐
Mentees bei Berufs-/Karriereplanung und beim Aufbau fachlich relevanter Netzwerke unterstützen	☐	☐	☐	☐	☐
Die individuelle Entwicklung der Mentees durch persönlichen Austausch stärken	☐	☐	☐	☐	☐
Darstellung des Unternehmens/des Sektors bzgl. Berufsbilder/Jobprofile/Karrierechancen	☐	☐	☐	☐	☐

Statistik

17 [S1]Abschließend noch kurz ein paar Angaben zu Ihrem Unternehmen. Zunächst: Wie viele MitarbeiterInnen sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- bis 10 Beschäftigte
- 11-50 Beschäftigte
- 51-100 Beschäftigte
- über 100 Beschäftigte
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

18 [S2]Ist Ihr Unternehmen *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- privatwirtschaftlich tätig
- gemeinwirtschaftlich/öffentlich tätig
- anderes und zwar:

19 [S3]Welche Position nehmen Sie selbst im Unternehmen ein?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

20 [S4]Firmenzugehörigkeit in Jahren?

Bitte geben Sie in jedem Eingabefeld eine Zahl zwischen 0 und 99 ein:

seit Jahre(n)

21 [S5]Geschlecht?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- weiblich
- männlich

22 [S6]In welche Altersgruppe fallen Sie? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- bis 29 Jahre
- 30-49 Jahre
- 50 Jahre und älter

23 [S7] Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:



24 [S8] Ist Ihr Unternehmen Mitglied in einem Cluster? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ja
- nein
- weiss nicht/kann ich nicht sagen

25 [S9] Bundesland? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Wien
- Niederösterreich
- Burgenland
- Steiermark
- Kärnten
- Oberösterreich
- Salzburg
- Tirol
- Vorarlberg

Vielen Dank für Ihre Teilnahme. Wir werden Sie demnächst mit den aggregierten Ergebnissen vertraut machen und Sie nochmals um eine kurze Einschätzung bitten.
Vielen Dank für die Beantwortung des Fragebogens.

2) Leitfäden zu Einzelexplorationen (Bildung, Unternehmen, FH) Delphi 2

Delphi Mowisstrans Runde 2 Bildung/Forschung/Wissenschaft

Vorstellung und Beurteilung von erarbeiteten Formaten.



Mentoring-Formate

1 [F1] Auf der Basis der ersten Befragungswelle haben wir folgende Mentoring-Formate erarbeitet. Welche der folgenden Beispiele sind auch aus Ihrer Sicht unterstützenswert?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ A: Lehrlinge zu SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative
Mittelschule/Polytechnikum/Volksschule - Methode: Peer-to-Peer Learning; Tutoring
- ☐ B: UnternehmensvertreterInnen zu SchülerInnen AHS/BHS - Methode: Team
Mentoring (many-to many und one-to-one)
- ☐ C: UnternehmensvertreterIn zu Studierenden - Methode: one to many, one to one
- ☐ D: StudentInnen und Role Models zu SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule) -
Methode: Tutoring; Peer-to-Peer Learning, Team Mentoring (many-to-many)
- ☐ E: MasterstudentInnen zu BachelorstudentInnen - Methode: Mentoring, Tutoring
- ☐ F: UnternehmensvertreterInnen zu PädagogInnen MINT/NaWiTech/Berufsorientierung
- Methode: Vernetzung Schulen und Unternehmen
- ☐ G: Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen/Studierenden - Methode:
Team-Mentoring – Fachhochschule/Unis als Mittler

Zur Erläuterung:



Many-to-many Mentoring bedeutet die Förderung/Beratung vieler Personen (Mentees) mit geringerer Erfahrung durch viele erfahrene Personen (MentorInnen).

One-to-one bezieht sich auf die Förderung/Beratung eines Mentees durch eine(n) Mentor(in).
Peer-Learning = kooperatives Lernen/Wissensweitergabe unter Gleichaltrigen/Gleichgestellten.

2 [F1a] Gibt es noch andere Konstellationen, die Sie begrüßen würden?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

3 [F2] Und welche(s) Format(e) würde(n) für Ihre Situation am ehesten passen?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ A: Lehrlinge zu SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative Mittelschule/Polytechnikum/Volksschule - Methode: Peer-to-Peer Learning; Tutoring
- ☐ B: Unternehmensvertreterinnen zu SchülerInnen AHS/BHS - Methode: Team Mentoring (many-to many und one-to-one)
- ☐ C: UnternehmensvertreterIn zu Studierenden - Methode: Mentoring (one-to-many, one-to-one)
- ☐ D: StudentInnen und Role Models zu SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule) - Methode: Tutoring; Peer-to-Peer Learning, Team Mentoring
- ☐ E: MasterstudentInnen zu BachelorstudentInnen - Methode: Mentoring, Tutoring
- ☐ F: UnternehmensvertreterInnen zu PädagogInnen MINT/NaWiTech//Berufsorientierung - Methode: Vernetzung Schulen und Unternehmen
- ☐ G: Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen/Studierenden - Methode: Team-Mentoring – FH/Unis als Mittler

4 [F3] Welches Format könnten Sie sich vorstellen zu erproben bzw. wird bereits umgesetzt?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ A: Lehrlinge zu SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative Mittelschule/Polytechnikum/Volksschule - Methode: Peer-to-Peer Learning; Tutoring
- ☐ B: Unternehmensvertreterinnen zu SchülerInnen AHS/BHS - Methode: Team Mentoring (many-to many und one-to-one)
- ☐ C: UnternehmensvertreterIn zu Studierenden - Methode: Mentoring (one-to-many, one-to-one)
- ☐ D: StudentInnen und Role Models zu SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule) - Methode: Tutoring; Peer-to-Peer Learning, Team Mentoring
- ☐ E: MasterstudentInnen zu BachelorstudentInnen - Methode: Mentoring, Tutoring
- ☐ F: UnternehmensvertreterInnen zu PädagogInnen MINT/NaWiTech//Berufsorientierung - Methode: Vernetzung Schulen und Unternehmen
- ☐ G: Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen/Studierenden - Methode: Team-Mentoring – FH/Unis als Mittler

5 [F4] Bei welchem Format/welchen Formaten würde es sich aus Ihrer Sicht lohnen, diese(s) im Sinne von Kontinuität und Nachhaltigkeit aufzubauen?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ A: Lehrlinge zu SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative Mittelschule/Polytechnikum/Volksschule - Methode: Peer-to-Peer Learning; Tutoring
- ☐ B: Unternehmensvertreterinnen zu SchülerInnen AHS/BHS - Methode: Team Mentoring (many-to many und one-to-one)
- ☐ C: UnternehmensvertreterIn zu Studierenden - Methode: Mentoring (one-to-many, one-to-one)
- ☐ D: StudentInnen und Role Models zu SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule) - Methode: Tutoring; Peer-to-Peer Learning, Team Mentoring
- ☐ E: MasterstudentInnen zu BachelorstudentInnen - Methode: Mentoring, Tutoring
- ☐ F: UnternehmensvertreterInnen zu PädagogInnen MINT/NaWiTech//Berufsorientierung - Methode: Vernetzung Schulen und Unternehmen
- ☐ G: Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen/Studierenden - Methode: Team-Mentoring – FH/Unis als Mittler

6 [F5A] Im nachfolgenden Teil finden Sie die beispielhaften Formate A bis D. Bitte sehen Sie sich die Kurzbeschreibung genau an und geben Sie dann für jedes Format an, wie Ihre Meinung dazu ist. Beginnen wir zunächst mit ...

Format A: Peer Learning Lehrlinge zu SchülerInnen

Art: Peer-to-Peer Learning

Zielgruppen (wer mit wem): Lehrlinge eines Unternehmens zu SchülerInnen aus Neuer Mittelschule, Kooperativer Mittelschule, Polytechnikum (=Jugendliche vor der Entscheidung zu berufspraktischen Tagen)

Speziell: Jugendliche mit Migrationshintergrund, technisch interessierte und motivierbare SchülerInnen, SchulabbrecherInnen

Kerninhalte:

Breite an Lehrmöglichkeiten über Peers (be-)greifbar machen
Interesse an beruflichen Möglichkeiten in Unternehmen fördern
Positive Grunderlebnisse vermitteln; Selbstvertrauen stärken; Orientierung geben

Beispiel: TUUS (Technik unterstützt das Unterwegs sein): 3-4 Schwerpunkttag(e) über ein Schuljahr

- Speed Dating zwischen Peers aus einem Unternehmen und SchülerInnen
- Stationenbetrieb (Technik erlebbar machen; Technikbausätze; Löten etc.)
- Unternehmenstag/Unternehmensmesse in Schulen
- SchülerInnen recherchieren selbständig zu Unternehmen, stellen Kontakte her, laden diese ein

Speziell: TUUS kann auch für SchulabbrecherInnen in Kooperation mit Organisationen oder Vereinen aufgesetzt werden oder für Volksschulen adaptiert werden.

**Wie gefällt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?
Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:**

**7 [F5A1] Und was würden Sie am Format A (Lehrlinge-SchülerInnen; Mentoringart: Peer Learning) unbedingt ändern, verbessern oder ergänzen?
Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:**

8 [F5A2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept A (Lehrlinge-SchülerInnen; Peer Learning) kombinieren?

**Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?
Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:**

9 [F5B] Format B: Mentoring UnternehmensvertreterInnen zu AHS-/BHS-SchülerInnen

Art: Many-to-Many; mit Option auf nachfolgendes One-to-One

Zielgruppen (wer mit wem): Gruppe von UnternehmensvertreterInnen und Gruppe interessierter OberstufenschülerInnen

Speziell: Unternehmensvertretung (gestreut nach Geschlecht, Funktion, Hintergrund etc.) wird von jeweiliger Geschäftsführung nominiert (damit Sichtbarkeit des Unternehmens gewährleistet ist)

Kerninhalte:

Studien-/Berufs-/ und Karriereoptionen (inkl. Vereinbarkeit) näher bringen
Neue Herausforderungen im Mobilitätssektor, die mit Hilfe von Naturwissenschaft und Technik gelöst werden können (thematische Abstimmung mit PädagogInnen im Vorfeld)

Programmorschläge und Timing:

- Vermittlung von Erfahrungen durch persönliche und virtuelle Kontakte; Timing nach individuellem Bedarf und Vereinbarung
- Speed Dating zum Kennenlernen
- Periodisch abgehaltene Veranstaltungen als Andockmöglichkeit in Unternehmen und Forschungseinrichtungen bzw. an Schulen
- Kombination mit Praktika bzw. vorwissenschaftlichen Arbeiten/Facharbeiten

**Wie gefällt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?
Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:**

**10 [F5B1] Was würden Sie am Format B (Mentoring Unternehmen-AHS-/BHS-SchülerInnen) unbedingt ändern und verbessern oder ergänzen?
Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:**

11 [F5B2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept B (Mentoring Unternehmen-AHS-/BHS-SchülerInnen) kombinieren?

**Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung beim Konzept B interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?
Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:**

12 [F5C]

Format C: Mentoring UnternehmensvertreterInnen - Studierende



Art: mehrheitlich One-to-One oder One-to-Many Mentoring

Zielgruppen (wer mit wem): Unternehmensvertretung mit Fokus auf AbsolventInnen einschlägiger Master- oder Bachelor-Programme zu Gruppe interessierter Bachelor-Studierenden.

Speziell: MitarbeiterInnen (gestreut nach Geschlecht, Funktion, Position, Nationalität, Hintergrund etc.) werden von Unternehmensführung unterstützt.
FH/Uni als aktive Mittler.

Kerninhalte:

- Themen für Bachelor-/Masterarbeiten und Firmenbetreuung seitens des/der MentorIn
- Unterstützung in der Themenfindung auch für Projektarbeiten; Mitbetreuung von Projekten, Hilfestellungen (z. B. Qualitätskontrolle, Feedback, Praxisbezug)
- Einbinden der Mentees in Netzwerke; Mentees zu Veranstaltungen einladen
- Berufs- und Karriereoptionen aufzeigen, diskutieren, Praktika vermitteln

Programmvorschlge und Timing:

Initialtreffen potenzieller MentorInnen auf der FH/Uni (Rahmenbedingungen festlegen)

Liste mit potenziellen MentorInnen sichtbar machen

Vorstellen der MentorInnen im Rahmen von Veranstaltungen an der FH/Uni

Kompetenzprofile der MentorInnen erstellen

Wie gefllt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

13 [F5C1] Was würden Sie am Format C (Mentoring UnternehmensvertreterInnen-Studierende) unbedingt ändern und verbessern oder ergänzen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

14 [F5C2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept C (Mentoring Unternehmen-Studierende) kombinieren?

Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung beim Konzept C interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

15 [F5D] Format D: Mentoring FH/Uni-Studierende - SchülerInnen (AHS/BHS)

Art: Many-to-Many; mit Option auf nachfolgendes One-to-One oder One-to-Many

Zielgruppen (wer mit wem): Bachelor- und Master-Studierende (gestreut nach Geschlecht, Semester, Nationalität etc.) und interessierte, motivierbare SchülerInnen aus AHS, BHS (inkl. HTL) ab 10. Schulstufe; adaptierbar auch für VolksschülerInnen

Kerninhalte:

Schnittstellen zu Fächern wie z. B. Physik, Chemie, Geographie, Informatik zeigen Herausforderungen an zukünftige Mobilität bzgl. z. B. Physik, Chemie, Geographie Alltagsmobilität und neue Mobilitätslösungen z. B. in Psychologie, Deutsch, Englisch Notwendige Technologien für Lösungsstrategien z. B. Informatik, Physik, Mathematik

Programmvorschlge und Timing:

Hilfestellung bei vorwissenschaftlichen Arbeiten

Einladung von Interessierten (inkl. PädagogInnen) an die FH/Uni

2-3 Aktivierungstermine pro Studienjahr



Wie gefällt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

16 [F5D1] Was würden Sie am Format D (Mentoring FH/Uni-Studierende-SchülerInnen) unbedingt ändern und verbessern oder ergänzen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

17 [F5D2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept D (Mentoring FH/Uni-Studierende - SchülerInnen) kombinieren?

Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung beim Konzept D interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

18 [F6] Wären Sie selbst auch bereit, an einem Workshop zur Detailbearbeitung der Konzepte teilzunehmen?

Falls JA, ersuchen wir Sie, Ihre Kontaktdaten per Mail an office@wolf-eberl-seisser.at zu übermitteln. Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Ja
☐ Nein

Statistik

19 [S1] Abschließend noch kurz ein paar statistische Angaben. Zunächst: Was ist Ihr hauptsächlicher Tätigkeitsbereich? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ Lehrtätigkeit, Aus- und Weiterbildungstätigkeit - im Schulbereich
☐ Lehrtätigkeit, Aus- und Weiterbildungstätigkeit - im Uni/FH Bereich
☐ Lehrtätigkeit, Aus- und Weiterbildungstätigkeit - außerhalb des Schulbereichs (Beratung, Coaching etc.)
☐ Wissenschaftliche Begleitung von Berufsorientierungsmaßnahmen
☐ Bildungswesen/öffentlicher Dienst
☐ Entwicklung und Umsetzung von außerschulischen Bildungsangeboten wie Wettbewerbe, Infoveranstaltungen, Workshops etc.
☐ anderes und zwar:

20 [S2] Geschlecht?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ weiblich
• ☐ männlich

21 [S3] In welche Altersgruppe fallen Sie? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ bis 29 Jahre
• ☐ 30-49 Jahre
• ☐ 50 Jahre und älter

22 [S4] Bundesland, in dem Sie hauptsächlich tätig sind?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Wien
- ☐ Niederösterreich
- ☐ Burgenland
- ☐ Steiermark
- ☐ Kärnten
- ☐ Oberösterreich
- ☐ Salzburg
- ☐ Tirol
- ☐ Vorarlberg

Delphi Mowisstrans Runde 2 Unternehmen/Wirtschaft

Vorstellung und Beurteilung von erarbeiteten Formaten.

Mentoring-Formate

1 [F1] Auf der Basis der ersten Befragungswelle haben wir folgende Mentoring-Formate erarbeitet. Welche der folgenden Beispiele sind auch aus Ihrer Sicht unterstützenswert?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ A: Lehrlinge zu SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative
Mittelschule/Polytechnikum/Volksschule - Methode: Peer-to-Peer Learning; Tutoring
- ☐ B: UnternehmensvertreterInnen zu SchülerInnen AHS/BHS - Methode: Team
Mentoring (many-to many und one-to-one)
- ☐ C: UnternehmensvertreterIn zu Studierenden - Methode: one to many, one to one
- ☐ D: StudentInnen und Role Models zu SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule) -
Methode: Tutoring; Peer-to-Peer Learning, Team Mentoring (many-to-many)
- ☐ E: MasterstudentInnen zu BachelorstudentInnen - Methode: Mentoring, Tutoring
- ☐ F: UnternehmensvertreterInnen zu PädagogInnen MINT/NaWiTech/Berufsorientierung
- Methode: Vernetzung Schulen und Unternehmen
- ☐ G: Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen/Studierenden - Methode:
Team-Mentoring – FH/Unis als Mittler

Zur Erläuterung:

Many-to-many Mentoring bedeutet die Förderung/Beratung vieler Personen (Mentees) mit geringerer Erfahrung durch viele erfahrene Personen (MentorInnen).

One-to-one bezieht sich auf die Förderung/Beratung eines Mentees durch eine(n) Mentor(in).

Peer-Learning = kooperatives Lernen/Wissensweitergabe unter Gleichaltrigen/Gleichgestellten.

2 [F1a] Gibt es noch andere Konstellationen, die Sie begrüßen würden?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

3 [F2] Und welche(s) Format(e) würde(n) für Ihre Situation am ehesten passen?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ A: Lehrlinge zu SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative
Mittelschule/Polytechnikum/Volksschule - Methode: Peer-to-Peer Learning; Tutoring
- ☐ B: Unternehmensvertreterinnen zu SchülerInnen AHS/BHS - Methode: Team Mentoring (many-to many und one-to-one)
- ☐ C: UnternehmensvertreterIn zu Studierenden - Methode: Mentoring (one-to-many, one-to-one)
- ☐ D: StudentInnen und Role Models zu SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule) - Methode: Tutoring; Peer-to-Peer Learning, Team Mentoring
- ☐ E: MasterstudentInnen zu BachelorstudentInnen - Methode: Mentoring, Tutoring
- ☐ F: UnternehmensvertreterInnen zu PädagogInnen
MINT/NaWiTech//Berufsorientierung - Methode: Vernetzung Schulen und Unternehmen
- ☐ G: Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen/Studierenden - Methode: Team-Mentoring – FH/Unis als Mittler

4 [F3] Welches Format könnten Sie sich vorstellen zu erproben bzw. wird bereits umgesetzt?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ A: Lehrlinge zu SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative
Mittelschule/Polytechnikum/Volksschule - Methode: Peer-to-Peer Learning; Tutoring
- ☐ B: Unternehmensvertreterinnen zu SchülerInnen AHS/BHS - Methode: Team Mentoring (many-to many und one-to-one)
- ☐ C: UnternehmensvertreterIn zu Studierenden - Methode: Mentoring (one-to-many, one-to-one)
- ☐ D: StudentInnen und Role Models zu SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule) - Methode: Tutoring; Peer-to-Peer Learning, Team Mentoring
- ☐ E: MasterstudentInnen zu BachelorstudentInnen - Methode: Mentoring, Tutoring
- ☐ F: UnternehmensvertreterInnen zu PädagogInnen
MINT/NaWiTech//Berufsorientierung - Methode: Vernetzung Schulen und Unternehmen
- ☐ G: Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen/Studierenden - Methode: Team-Mentoring – FH/Unis als Mittler

5 [F4] Bei welchem Format/welchen Formaten würde es sich aus Ihrer Sicht lohnen, diese(s) im Sinne von Kontinuität und Nachhaltigkeit aufzubauen?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ A: Lehrlinge zu SchülerInnen Neue Mittelschule/Kooperative
Mittelschule/Polytechnikum/Volksschule - Methode: Peer-to-Peer Learning; Tutoring
- ☐ B: Unternehmensvertreterinnen zu SchülerInnen AHS/BHS - Methode: Team
Mentoring (many-to many und one-to-one)
- ☐ C: UnternehmensvertreterIn zu Studierenden - Methode: Mentoring (one-to-many,
one-to-one)
- ☐ D: StudentInnen und Role Models zu SchülerInnen (AHS/BHS/HTL/Volksschule) -
Methode: Tutoring; Peer-to-Peer Learning, Team Mentoring
- ☐ E: MasterstudentInnen zu BachelorstudentInnen - Methode: Mentoring, Tutoring
- ☐ F: UnternehmensvertreterInnen zu PädagogInnen
MINT/NaWiTech//Berufsorientierung - Methode: Vernetzung Schulen und Unternehmen
- ☐ G: Vereine oder Forschungsinstitutionen zu SchülerInnen/Studierenden - Methode:
Team-Mentoring – FH/Unis als Mittler

6 [F5A] Im nachfolgenden Teil finden Sie die beispielhaften Formate A bis E. Bitte sehen Sie sich die Kurzbeschreibung genau an und geben Sie dann für jedes Format an, wie Ihre Meinung dazu ist. Beginnen wir zunächst mit ...

Format A: Peer Learning Lehrlinge zu SchülerInnen

Art: Peer-to-Peer Learning

Zielgruppen (wer mit wem): Lehrlinge eines Unternehmens zu SchülerInnen aus Neuer Mittelschule, Kooperativer Mittelschule, Polytechnikum (=Jugendliche vor der Entscheidung zu berufspraktischen Tagen)

Speziell: Jugendliche mit Migrationshintergrund, technisch interessierte und motivierbare SchülerInnen, SchulabbrecherInnen

Kerninhalte:

Breite an Lehrmöglichkeiten über Peers (be-)greifbar machen

Interesse an beruflichen Möglichkeiten in Unternehmen fördern

Positive Grunderlebnisse vermitteln; Selbstvertrauen stärken; Orientierung geben

Beispiel: TUUS (Technik unterstützt das Unterwegs sein): 3-4 Schwerpunkttag(e) über ein Schuljahr

- Speed Dating zwischen Peers aus einem Unternehmen und SchülerInnen
- Stationenbetrieb (Technik erlebbar machen; Technikbausätze; Löten etc.)
- Unternehmenstag/Unternehmensmesse in Schulen
- SchülerInnen recherchieren selbständig zu Unternehmen, stellen Kontakte her, laden diese ein

Speziell: TUUS kann auch für SchulabbrecherInnen in Kooperation mit Organisationen oder Vereinen aufgesetzt werden oder für Volksschulen adaptiert werden.

Wie gefällt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

7 [F5A1] Und was würden Sie am Format A (Lehrlinge-SchülerInnen; Mentoringart: Peer Learning) unbedingt ändern, verbessern oder ergänzen? Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

8 [F5A2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept A (Lehrlinge-SchülerInnen; Peer Learning) kombinieren?

Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

9 [F5B] Nun ... **Format B: Mentoring UnternehmensvertreterInnen zu AHS-/BHS-SchülerInnen**

Art: Many-to-Many; mit Option auf nachfolgendes One-to-One

Zielgruppen (wer mit wem): Gruppe von UnternehmensvertreterInnen und Gruppe interessierter OberstufenschülerInnen

Speziell: Unternehmensvertretung (gestreut nach Geschlecht, Funktion, Hintergrund etc.) wird von jeweiliger Geschäftsführung nominiert (damit Sichtbarkeit des Unternehmens gewährleistet ist)

Kerninhalte:

Studien-/Berufs-/ und Karriereoptionen (inkl. Vereinbarkeit) näher bringen

Neue Herausforderungen im Mobilitätssektor, die mit Hilfe von Naturwissenschaft und Technik gelöst werden können (thematische Abstimmung mit PädagogInnen im Vorfeld)

Programmvorschlge und Timing:

- Vermittlung von Erfahrungen durch persönliche und virtuelle Kontakte; Timing nach individuellem Bedarf und Vereinbarung
- Speed Dating zum Kennenlernen
- Periodisch abgehaltene Veranstaltungen als Andockmöglichkeit in Unternehmen und Forschungseinrichtungen bzw. an Schulen
- Kombination mit Praktika bzw. vorwissenschaftlichen Arbeiten/Facharbeiten

Wie gefällt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

10 [F5B1] Was würden Sie am Format B (Mentoring Unternehmen-AHS-/BHS-SchülerInnen) unbedingt ändern und verbessern oder ergänzen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

11 [F5B2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept B (Mentoring Unternehmen-AHS-/BHS-SchülerInnen) kombinieren?

Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung beim Konzept B interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

12 [F5C] **Format C: Mentoring UnternehmensvertreterInnen - Studierende**

Art: mehrheitlich One-to-One oder One-to-Many Mentoring

Zielgruppen (wer mit wem): Unternehmensvertretung mit Fokus auf AbsolventInnen einschlägiger Master- oder Bachelor-Programme) zu Gruppe interessierter Bachelor-Studierenden.

FH und Uni als aktive Mittler.

Speziell: MitarbeiterInnen (gestreut nach Geschlecht, Funktion, Position, Nationalität, Hintergrund etc.) werden von Unternehmensführung unterstützt.

Kerninhalte:

- Themen für Bachelor-/Masterarbeiten und Firmenbetreuung seitens des/der MentorIn
- Unterstützung in der Themenfindung auch für Projektarbeiten; Mitbetreuung von Projekten, Hilfestellungen (z. B. Qualitätskontrolle, Feedback, Praxisbezug)
- Einbinden der Mentees in Netzwerke; Mentees zu Veranstaltungen einladen
- Berufs- und Karriereoptionen aufzeigen, diskutieren, Praktika vermitteln

Programmorschläge und Timing:

Initialtreffen potenzieller MentorInnen auf der FH/Uni (Rahmenbedingungen festlegen)
Liste mit potenziellen MentorInnen sichtbar machen
Vorstellen der MentorInnen im Rahmen von Veranstaltungen an der FH/Uni
Kompetenzprofile der MentorInnen erstellen

Wie gefällt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

13 [F5C1] Was würden Sie am Format C (Mentoring UnternehmensvertreterInnen-Studierende) unbedingt ändern und verbessern oder ergänzen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

14 [F5C2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept C (Mentoring Unternehmen-Studierende) kombinieren?

Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung beim Konzept C interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

15 [F5D] **Format D: Mentoring FH/Uni-Studierende - SchülerInnen (AHS/BHS)**

Art: Many-to-Many; mit Option auf nachfolgendes One-to-One oder One-to-Many

Zielgruppen (wer mit wem): Bachelor- und Master-Studierende (gestreut nach Geschlecht, Semester, Nationalität etc.) und interessierte, motivierbare SchülerInnen aus AHS, BHS, (inkl. HTL) ab 10. Schulstufe; adaptierbar auch für VolksschülerInnen

Kerninhalte:

Schnittstellen zu Fächern wie z. B. Physik, Chemie Geographie, Informatik zeigen Herausforderungen an zukünftige Mobilität bzgl. z. B. Physik, Chemie, Geographie Alltagsmobilität und neue Mobilitätslösungen z. B. in Psychologie, Deutsch, Englisch Notwendige Technologien für Lösungsstrategien in z. B. Informatik, Physik, Mathematik

Programmorschläge und Timing:

Hilfestellung bei vorwissenschaftlichen Arbeiten
Einladung von Interessierten (inkl. PädagogInnen) an die FH/Uni
2-3 Aktivierungstermine pro Studienjahr

Wie gefällt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

16 [F5D1] Was würden Sie am Format D (Mentoring FH/Uni-Studierende-SchülerInnen) unbedingt ändern und verbessern oder ergänzen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

17 [F5D2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept D (Mentoring FH/Uni-Studierende - SchülerInnen) kombinieren?

Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung beim Konzept D interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

18 [F5E] Format E: Mentoring Master - Bachelorstudierende

Art: Many-to-Many; mit Option auf nachfolgendes One-to-One oder One-to-Many

Zielgruppen (wer mit wem): Gruppe von Master-Studierenden zu Gruppe von interessierten/engagierten Bachelor-Studierenden verschiedener Fakultäten

Speziell: Master-Studierende (gestreut nach Geschlecht, Semester, Nationalität etc.) werden beim Mentoring von jeweiliger Studiengangsleitung aktiv unterstützt (Reduktion der Anwesenheitspflicht, Einschulung, Reflexion)

Kerninhalte:

Themen für Bachelor-Arbeiten - Bezug des jeweiligen Fachgebiets des Mentees (z. B. Informatik, Elektrotechnik, Bauingenieurwesen, Maschinenbau, Mathematik, Physik, Geographie) zum Verkehr (Thema der Bachelor-Arbeit ist z. B. ein Informatik-Thema mit direktem Verkehrsbezug)

Themen für Projektarbeiten

Berufs- und Karriereoptionen durch ein Verkehrs (ITS) -bezogenes Masterstudium; eventuell Berufspraktika (für andere FH-/Uni-Bachelor-Studiengänge).

Programmvorschläge und Timing:

Vermittlung von Erfahrungen durch Mitbetreuung von Bachelor-Arbeiten bzw. von Projekten anderer Fakultäten. Diese Betreuung kann sowohl persönlich als auch virtuell durchgeführt werden (oder als Mischform)

Vorstellung der Bachelor-Arbeiten bzw. der Projektarbeiten an der FH/Uni im Rahmen einer Veranstaltung (Preisverleihung und Teilnahme von Unternehmen)

Wie gefällt Ihnen das Konzept? Was ist aus Ihrer Sicht positiv daran? Was stört Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

19 [F5E1] Was würden Sie am Format E (Mentoring Master - Bachelorstudierende) unbedingt ändern und verbessern oder ergänzen?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

20 [F5E2] Mit welchen bestehenden Projekten/Programmen lässt sich das Konzept E (Mentoring Master - Bachelorstudierende) kombinieren?

Wer könnte aus Ihrer Sicht an der Umsetzung und Finanzierung beim Konzept E interessiert sein bzw. sind Sie selbst daran interessiert?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

21 [F6] Wären Sie selbst auch bereit, an einem Workshop zur Detailbearbeitung der Konzepte teilzunehmen? Falls JA, ersuchen wir Sie, Ihre Kontaktdaten per Mail an office@wolf-eberl-seisser.at zu übermitteln.

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Ja
☐ Nein

Statistik

**22 [S1]Abschließend noch kurz ein paar Angaben zu Ihrem Unternehmen. Zunächst:
Wie viele MitarbeiterInnen sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt? ***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ bis 10 Beschäftigte
- ☐ 11 bis 50
- ☐ 51 bis 100
- ☐ mehr als 100
- ☐ weiss nicht/kann ich nicht sagen

23 [S2]Ist Ihr UnternehmenBitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ privatwirtschaftlich tätig
- ☐ gemeinwirtschaftlich/öffentlich tätig

24 [S3]Welche Position nehmen Sie selbst im Unternehmen ein? Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

25 [S4]Firmenzugehörigkeit in Jahren? Bitte geben Sie in jedem Eingabefeld eine Zahl zwischen 0 und 50 ein:

26 [S5]Geschlecht? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ weiblich
- ☐ männlich

27 [S6]In welche Altersgruppe fallen Sie? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ bis 29 Jahre
- ☐ 30-49 Jahre
- ☐ 50 Jahre und älter

28 [S7]Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

29 [S8]Ist Ihr Unternehmen Mitglied in einem Cluster? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ ja
- ☐ nein
- ☐ weiss nicht/kann ich nicht sagen

30 [S9]Bundesland Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Wien
- ☐ Niederösterreich
- ☐ Burgenland
- ☐ Steiermark
- ☐ Kärnten
- ☐ Oberösterreich
- ☐ Salzburg
- ☐ Tirol
- ☐ Vorarlberg

31 [S10]Sind Sie selbst mit Aufgaben der Aus- und Weiterbildung betraut?

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

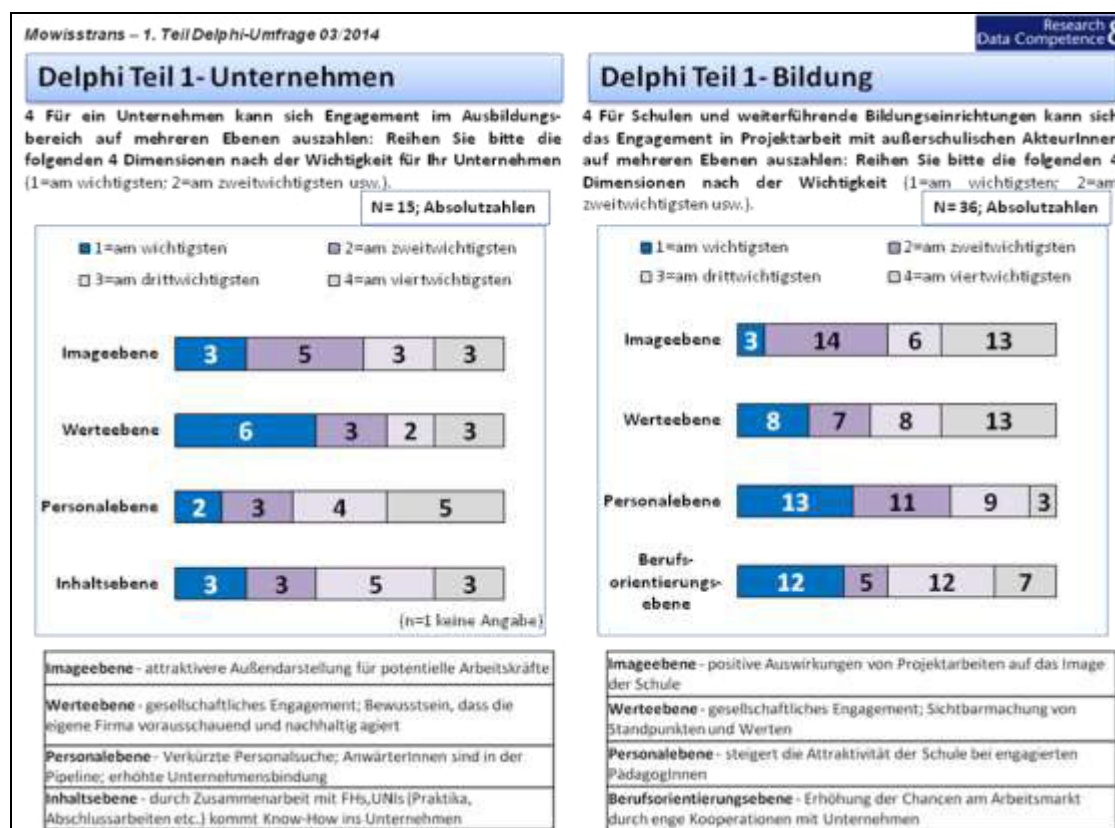
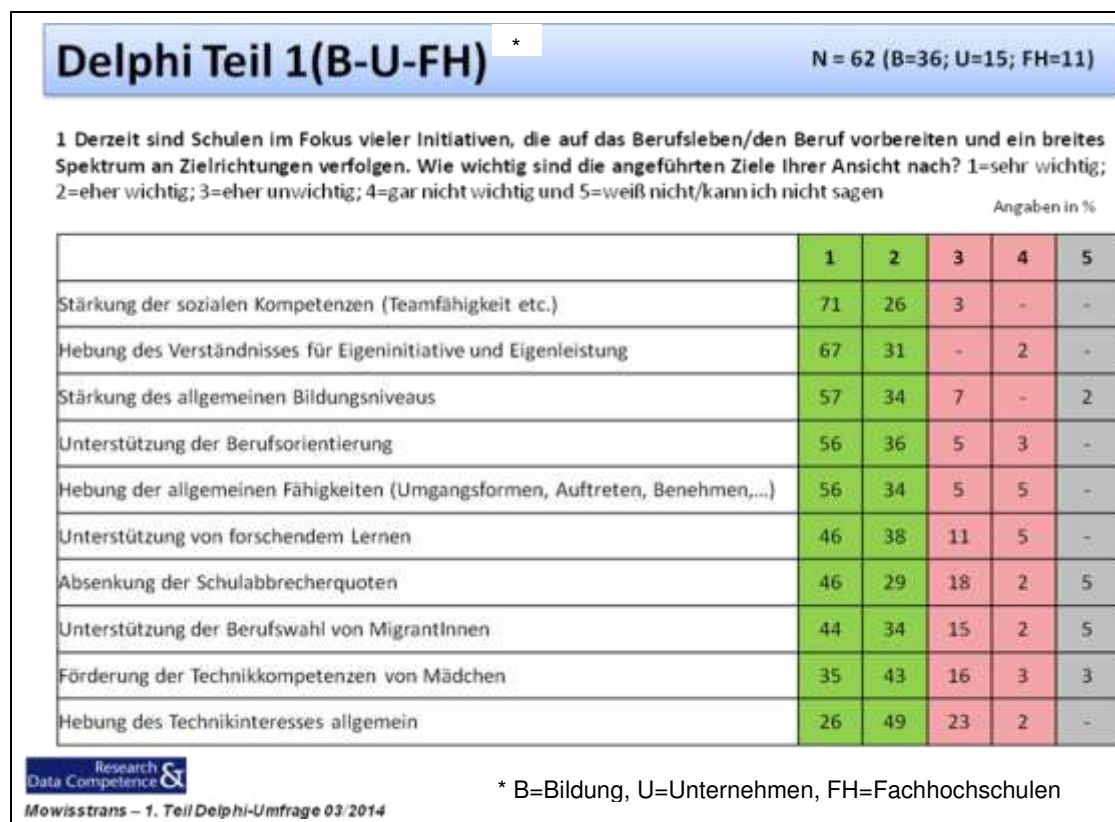
- ☐ ja, innerbetrieblich
- ☐ ja, an FH's/an Universitäten
- ☐ ja, an Schulen
- ☐ ja, an außerschulischen Einrichtungen
- ☐ ja, in anderer Form (z. B. Bildungspolitik, Theorie,...)
- ☐ nein, könnte ich mir aber gut vorstellen
- ☐ nein, habe nichts damit zu tun

Vielen Dank für die Teilnahme!

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG

3) Zusammenstellung der wichtigsten Ergebnisse



Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Fragestellungen an Bildung (B), Unternehmen (U) und Fachhochschulen (FH)

Delphi Teil 1 (B-U-FH)

N = 62 (B=36; U=15; FH=11)

5 Denken Sie nun an Online-Kontakte: Welche Inhalte/Strukturen und Formate muss eine Initiative, die Bildung, Wirtschaft und Wissenschaft näher zusammenführen soll, online bereitstellen. 1 bedeutet "sehr wichtig"; 2= "eher wichtig"; 3= "eher unwichtig"; 4= "ganz unwichtig" und 5 bedeutet "kann ich nicht sagen/weiss nicht".

Angaben in %

	1	2	3	4	5
Links hinsichtlich Berufsorientierung	41	39	18	-	2
Überblick über Schulen, Schwerpunktthemen, Kooperationen geben	38	44	15	3	-
Links zu aktuellen Erkenntnissen; leicht verständlich	38	33	23	3	3
Links zu Vereinen, Organisationen, Forschung und Unternehmen nach Tätigkeitsschwerpunkten	33	41	21	3	2
Fördermöglichkeiten für die Zusammenarbeit aufzeigen	31	44	16	7	2
Sichtbare Bundesländer-/Regionenschwerpunkte	23	30	28	16	3
Links zur Hebung des TechnikerInneninteresses	20	46	26	5	3

Mowisstrans – 1. Teil Delphi-Umfrage 03/2014

Detailfragen an Bildungsbereich:

Mowisstrans – 1. Teil Delphi-Umfrage 03/2014

N = 36

Delphi Teil 1- Bildung

8 Das Ausbildungssystem in Österreich steht im Zentrum vieler Überlegungen und Initiativen. Nachstehend sind einige Aussagen angeführt. Beurteilen Sie bitte jeweils, wie sehr diese Aussagen - Ihrer Meinung nach - zutreffen. (1 bedeutet "trifft voll zu"; 2=trifft eher zu; 3=trifft eher nicht zu; und 4=trifft überhaupt nicht zu. Wenn Ihnen kein Urteil möglich ist, können Sie noch die "5" (=weiss nicht/kann ich nicht sagen) wählen. (Absolutzahlen, n=1 keine Angabe)

	1	2	3	4	5
Wissenschaft und Forschung brauchen bessere Schnittstellen zu PädagogInnen als VermittlerInnen	20	10	5	-	-
Die Zunahme an bürokratischen Zusatzdokumentationen hemmt die Bereitschaft, sich an Projekten zu beteiligen	20	6	5	1	3
Es braucht mehr Berufspraktikplätze für SchülerInnen	18	12	3	1	1
Unternehmen sollen sich mit interessierten PädagogInnen/SchulleiterInnen austauschen	14	18	1	1	1
Das Engagement von Unternehmen und Branchenvertretungen in Schulen ist begrüßenswert	13	15	4	2	1
Berufsmöglichkeiten sollen in jedem Unterrichtsgegenstand thematisiert werden	13	7	11	3	1
Schulprojekte und Kooperationen sollen kontinuierlich betrieben werden, da somit der Aufwand minimiert wird	12	15	7	1	-
Es wäre für Unternehmen und Schulbetrieb einfacher, wenn es eine fixe Woche oder zumindest einzelne Tage im Jahr (z.B. vor Semesterende) für „Begegnung und Austausch“ gäbe	12	13	4	3	3

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Mowisstrans – 1. Teil Delphi-Umfrage 03/2014

Delphi Teil 1- Bildung

N = 36

8 Das Ausbildungssystem in Österreich steht im Zentrum vieler Überlegungen und Initiativen. Nachstehend sind einige Aussagen angeführt. Beurteilen Sie bitte jeweils, wie sehr diese Aussagen - Ihrer Meinung nach - zutreffen.
 (1 bedeutet "trifft voll zu"; 2=trifft eher zu; 3=trifft eher nicht zu; und 4=trifft überhaupt nicht zu. Wenn Ihnen kein Urteil möglich ist, können Sie noch die "5" (=weiss nicht/kann ich nicht sagen) wählen.

(Absolutzahlen, n=1 keine Angabe)

	1	2	3	4	5
Es ist zielführend, Jahrgangsteams in Schulen zu bilden, die gemeinschaftlich für Projekte und inhaltliche Schwerpunkte zuständig sind, sodass es ausreichend Unterstützung unter KollegInnen gibt	11	17	6	-	1
Es soll eine längerfristige Sichtbarkeit und bessere Zugänglichkeit zu Ergebnissen aus Schulprojekten geben	8	20	7	-	-
Die Hinführung zu einem Berufsfeld und die Vorbereitung auf die Anforderungen des Berufslebens ist eine zentrale Aufgabe aller Schultypen	8	17	9	1	-
Jede Schule sollte Partnerschaften mit Unternehmen eingehen, die den SchülerInnen Einblicke in die Anforderungen der Berufswelt geben	8	14	7	2	4
Derzeit gibt es ein Überangebot an Projekten und Wettbewerben	8	5	10	7	5
Projektbeteiligungen sind bei PädagogInnen wenig beliebt, da ein zu hohes Ausmaß an unentgeltlichem Engagement verlangt wird	5	17	8	2	3
Berufsorientierung soll überwiegend zu Hause, in Absprache mit den Eltern stattfinden	-	8	13	12	2

Detailfragen an Unternehmensbereich:

Mowisstrans – 1. Teil Delphi-Umfrage 03/2014

Delphi Teil 1- Unternehmen

N = 15

(U:F3) Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auch in Ihrer Branche zu? Beurteilen Sie bitte anhand einer 4-stufigen Skala: 1=stimme völlig zu; 2=stimme eher zu; 3=stimme eher nicht zu und 4=stimme gar nicht zu. Wenn Ihnen kein Urteil möglich ist, können Sie noch die 5 (=kann ich nicht sagen) wählen.

(Absolutzahlen, n=2 keine Angabe)

	1	2	3	4	5
Schnuppertage in Betrieben oder Berufsorientierungstage sind für SchülerInnen sinnvoll	9	2	2	-	-
Unternehmen stehen in Konkurrenz um „die bestgeeigneten Köpfe“ und versuchen sich langfristig den Zugang zu diesen zu sichern	8	3	2	-	-
Aktivitäten und Netzwerke zu Berufsorientierung sollen auch über Bundesländergrenzen hinweg stattfinden	7	4	1	1	-
Unternehmen sind bereit, nachhaltige Partnerschaften mit Schulen einzugehen	6	3	2	2	-
Ich halte es für sinnvoll, unsere Unternehmensschwerpunkte und Jobs von Jugendlichen für Jugendliche kreativ darstellen zu lassen	5	5	2	1	-
Schnuppertage in Betrieben oder Berufsorientierungstage sind für Unternehmen oft sehr aufwändig	5	2	5	-	1

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Delphi Teil 1- Unternehmen						N = 15
(U:F3) Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auch in Ihrer Branche zu? Beurteilen Sie bitte anhand einer 4-stufigen Skala: 1=stimme völlig zu; 2=stimme eher zu; 3=stimme eher nicht zu und 4=stimme gar nicht zu. Wenn Ihnen kein Urteil möglich ist, können Sie noch die 5 (=kann ich nicht sagen) wählen. (Absolutzahlen, n=2 keine Angabe)						
	1	2	3	4	5	
Unternehmen sollen vermehrt Einblicke in die Bandbreite der Unternehmenstätigkeiten geben	4	7	2	-	-	
Social Media Aktivitäten sind für unser Unternehmen gut geeignet, um an interessierte Jugendliche heranzukommen	4	5	4	-	-	
KMUs benötigen eine Unterstützung, um sich adäquat den Nachwuchskräften zu präsentieren	4	5	3	1	-	
Unternehmen sollen überwiegend gemeinschaftlich an das Schulsystem herantreten	4	5	2	1	1	
Im Kontakt mit Schulen braucht es viel Überzeugungskraft, um PädagogInnen zur Zusammenarbeit zu motivieren	4	3	5	-	1	
Unternehmen sollen gemeinsam in Netzwerke oder Plattformen gehen, um bei der Berufsorientierung zu helfen	3	8	2	-	-	

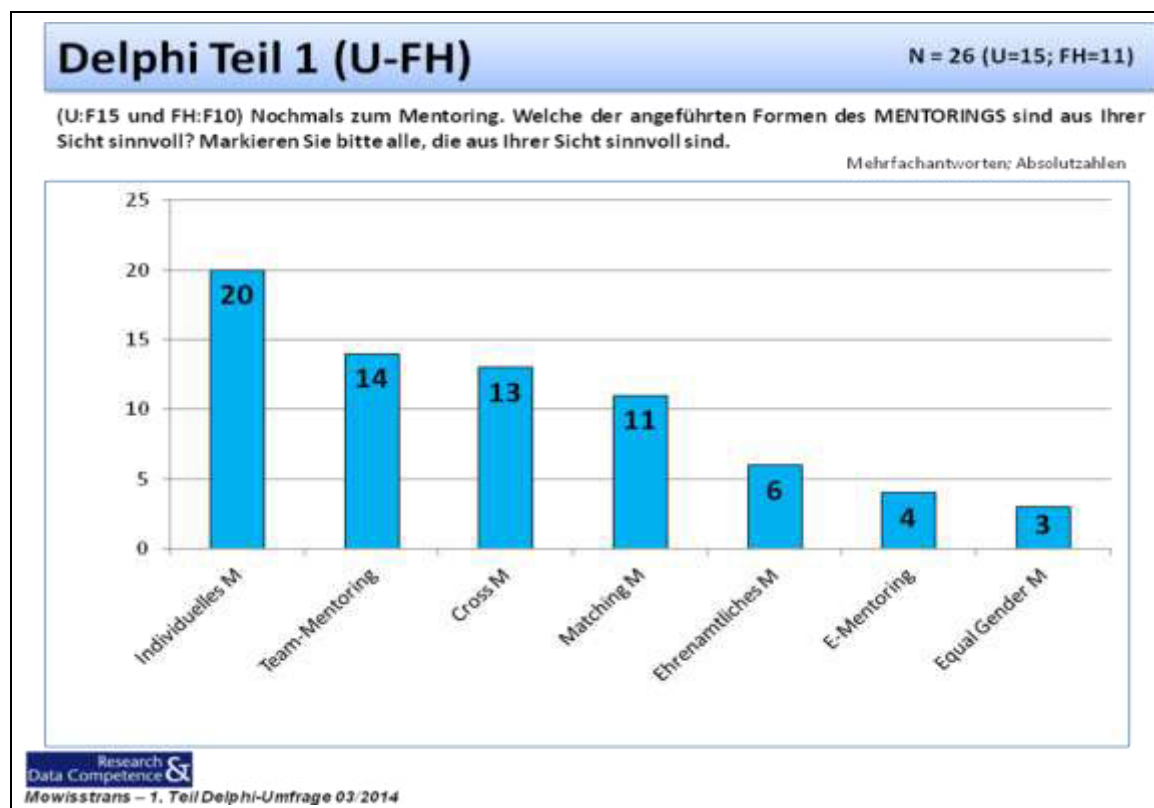
Research & Data Competence
Mowisstrans – 1. Teil Delphi-Umfrage 03/2014

Fragen zu Online-Kontakten bei Unternehmen

Fragebogen Unternehmen						N = 15
5 Denken Sie nun an Online-Kontakte. Welche Inhalte/Strukturen und Formate muss eine Initiative, die Bildung, Wirtschaft und Wissenschaft näher zusammenführen soll, online bereitstellen. 1 bedeutet "sehr wichtig"; 2= "eher wichtig"; 3= "eher unwichtig"; 4= "ganz unwichtig" und 5 bedeutet "kann ich nicht sagen/weiss nicht". (Absolutzahlen, n=1 keine Angabe)						
	1	2	3	4	5	
Berufsportraits (gebranded) von Unternehmen als Kurzvideos oder „Fotoecke“, welche Schulen abrufen können	9	3	1	-	1	
Überblick über Schulen, Schwerpunktthemen, Kooperationen	6	5	3	-	-	
Links hinsichtlich Berufsorientierung	5	5	3	-	1	
sichtbare Branchenaktivitäten (z.B. Cluster) im Ausbildungsbereich Technologiekompetenz	4	6	2	1	1	
sichtbare Bundesländer-/Regionenschwerpunkte	4	4	4	1	1	
Links zu aktuellen Erkenntnissen; leicht verständlich	4	4	3	2	1	
Links zur Hebung des TechnikerInneninteresses	3	8	1	1	1	
Links zu Vereinen, Organisationen, Forschung und Unternehmen nach Tätigkeitsschwerpunkten	3	7	3	-	1	
Fördermöglichkeiten für die Zusammenarbeit	3	5	4	1	1	
Best practice Tipps für Unternehmen getrennt nach Human Resources und Kommunikation/Public Relations	2	4	4	2	2	

Research & Data Competence
Mowisstrans – 1. Teil Delphi-Umfrage 03/2014

Fragen zu Mentoring-Arten bei Unternehmen und Fachhochschulen



Fragestellung zu Aufgaben von Mentoren bei Unternehmen und Fachhochschulen

Delphi Teil 1 (U-FH) N = 26 (U=15; FH=11)

(U:F16 und FH:F15) Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die nachfolgenden Aufgaben eines Mentors/einer Mentorin gegenüber den StudentInnen/SchülerInnen bzw. gegenüber dem Unternehmen? Beurteilen Sie wieder mit 1=sehr wichtig; 2=eher wichtig; 3=eher unwichtig; 4=ganz und gar unwichtig und 5=weiss nicht/kann ich nicht beurteilen

Absolutzahlen, n=2 keine Angabe

	1	2	3	4	5
Die individuelle Entwicklung der Mentees durch persönlichen Austausch stärken	18	4	2	-	-
Vorbildfunktion einnehmen/als Rollenmodell fungieren	15	7	-	2	-
Mentees bei Berufs-/Karriereplanung und beim Aufbau fachlich relevanter Netzwerke unterstützen	11	10	3	-	-
Darstellung des Unternehmens/des Sektors bzgl. Berufsbilder/Jobprofile/Karrierechancen	8	10	4	2	-

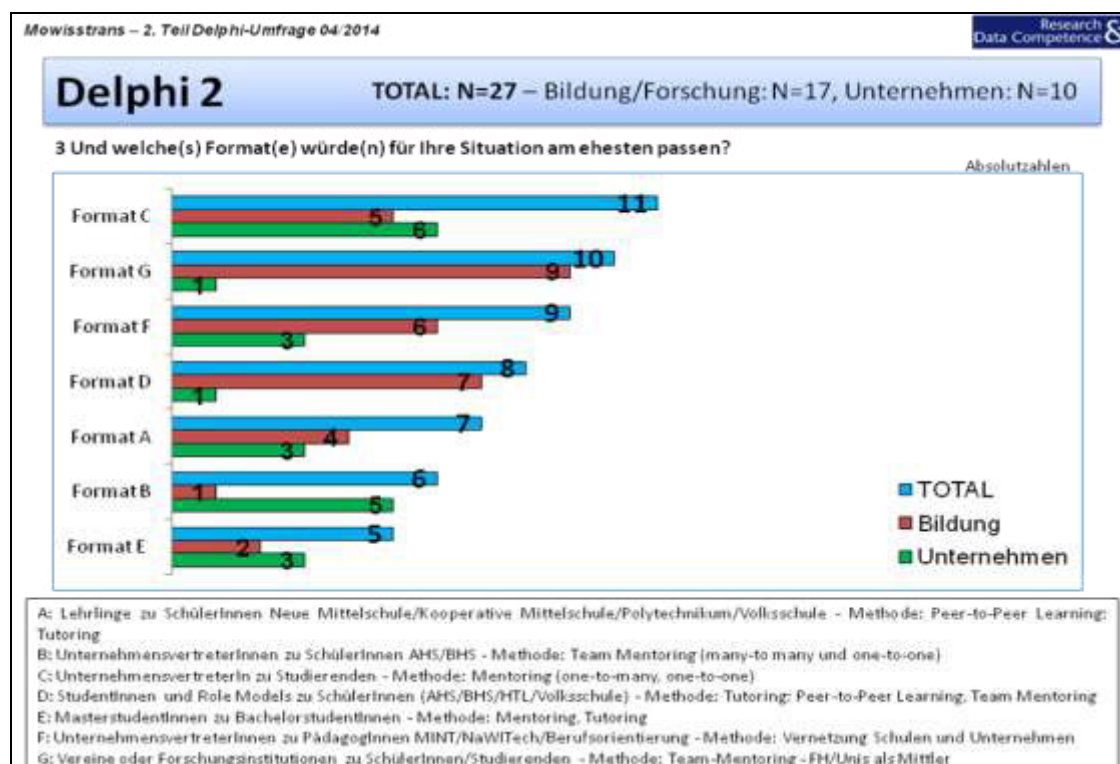
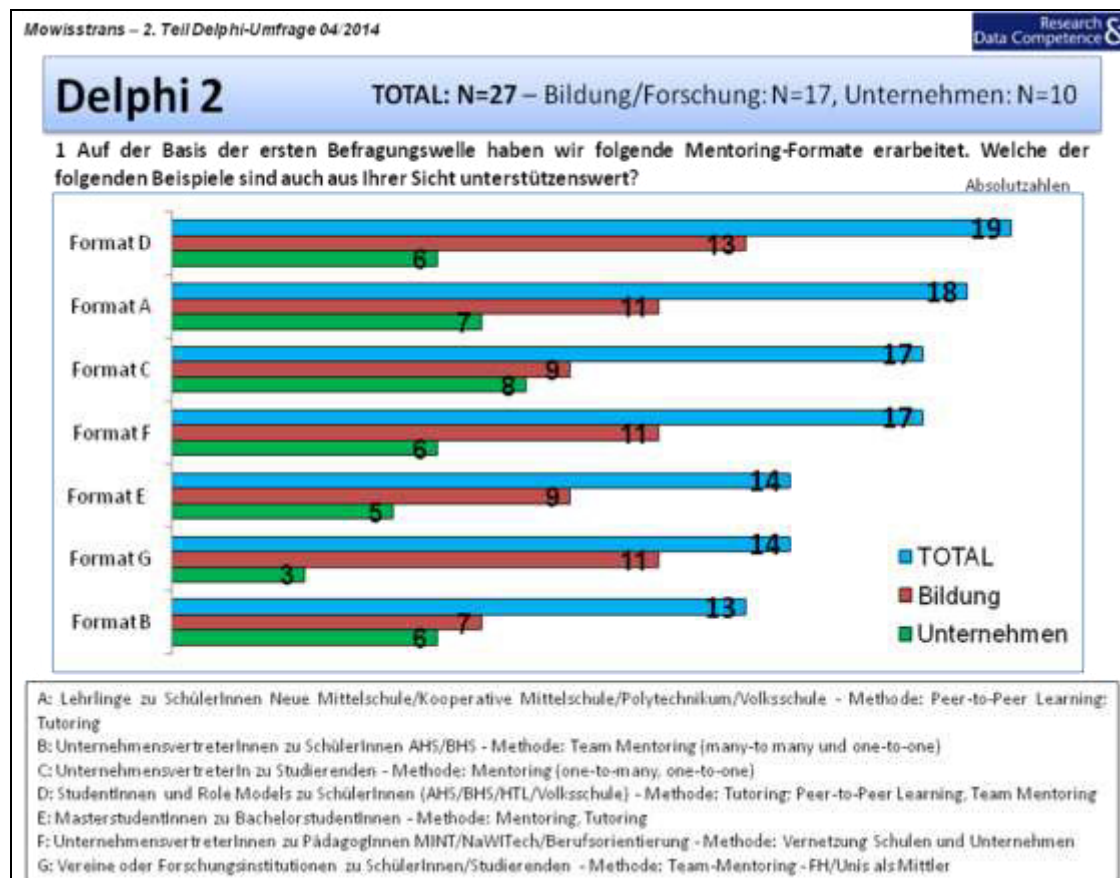
Research Data Competence &
Mowisstrans – 1. Teil Delphi-Umfrage 03/2014

Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG

2. Teil der Delphi-Umfrage 04/2014

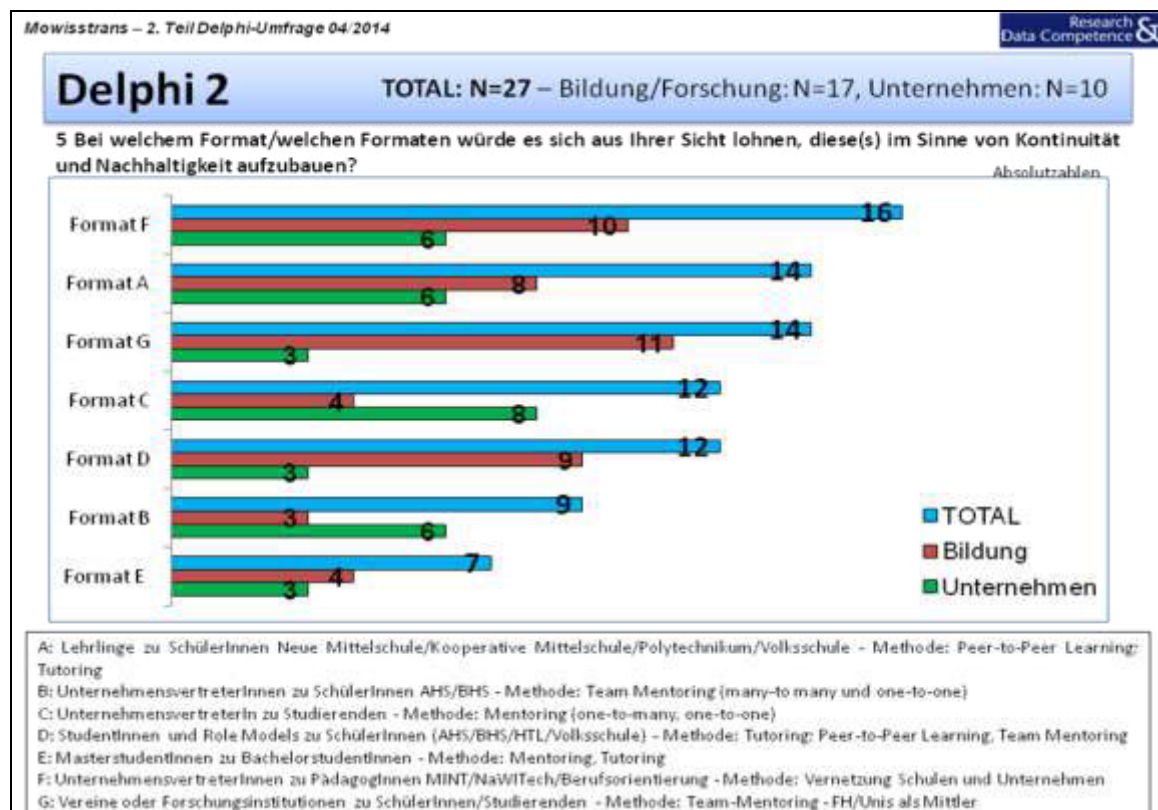
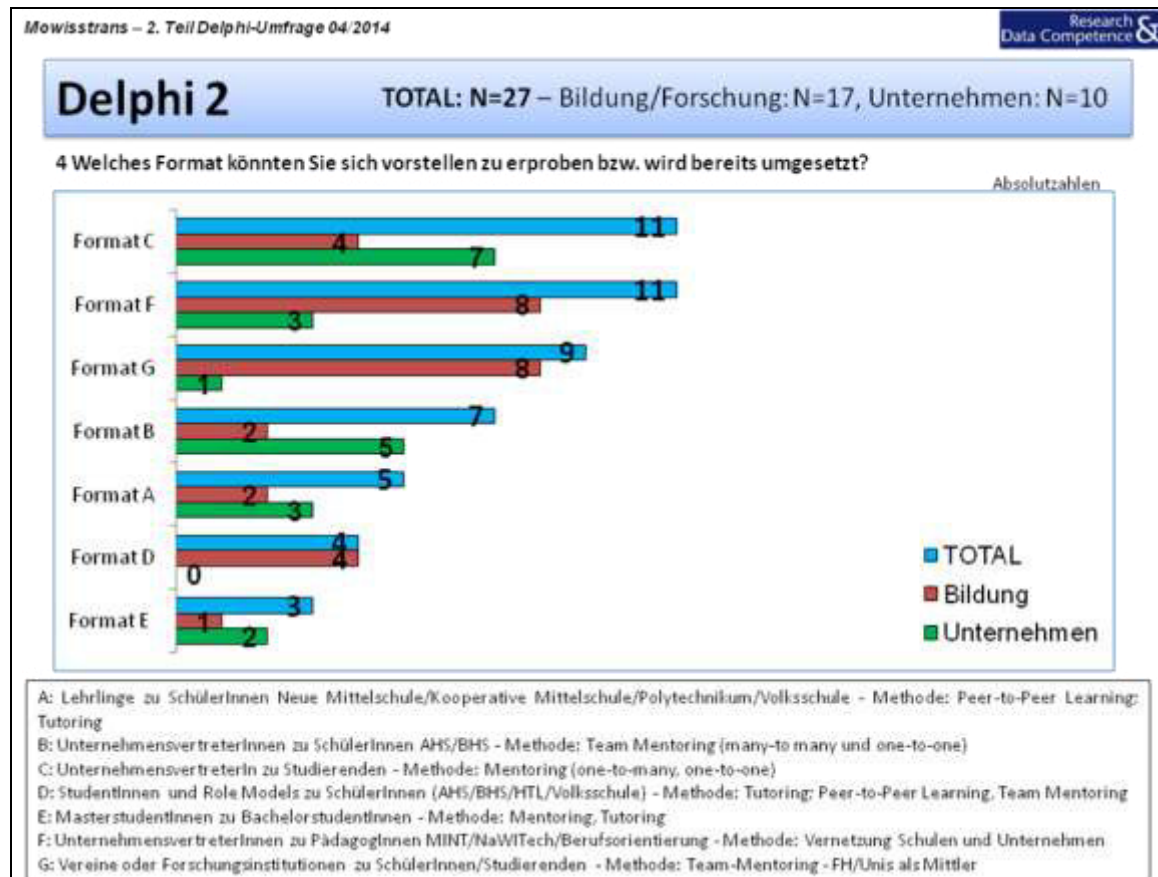
Fragestellungen an ExpertInnen aus den Bereichen Bildung/Forschung und Unternehmen



Ausbildungsinitiative Technologiekompetenz – 1. Ausschreibung

Klima- und Energiefonds des Bundes – Abwicklung durch die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Detailfrage: Welches Format könnten Sie sich vorstellen zu erproben bzw. wird umgesetzt?



8 Kontaktdaten

ProjektleiterIn:

Mag.^a Susanne Wolf-Eberl

Institut/Unternehmen:

Research & Data Competence OG

Kontaktadresse:

1040 Wien, Wiedner Hauptstraße 39

Tel: 01/89 000 19 (Fax-DW: 15)

E-Mail: office@wolf-eberl-seisser.at

Web: www.wolf-eberl-seisser.at

Auflistung der weiteren Projekt- bzw. KooperationspartnerInnen Name / Institut oder Unternehmen

Mag.^a Petra Wagner-Luptacik / AIT Austrian Institute of Technology GmbH

FH-Prof. DI Mag. Emil Simeonov, FH Prof. DI Harald Wahl, Mag. Gerd Christian Krizek /
Fachhochschule Technikum Wien

Dr. Markus Ossberger , Mag.^a Edith Soura/ WIENER LINIEN GmbH & Co KG

Vera Fochler, Marit Fochler / RTCA – Rail Technology Cluster Austria

SubauftragnehmerIn: Verein WOMEN (Dipl. Pädagogin Gerda Reissner, Mag.^a Bettina
Schützhofer)

IMPRESSUM

Verfasser

Research & Data Competence OG
ProjektleiterIn: Susanne Wolf-Eberl
1040 Wien, Wiedner Hauptstraße 39
Tel: 01/89 000 19 (Fax-DW: 15)
E-Mail: office@wolf-eberl-seisser.at
Web: www.wolf-eberl-seisser.at

Projektpartner und AutorInnen

Research & Data Competence OG
– Susanne Wolf-Eberl

AIT Austrian Institute of Technology GmbH
– Petra Wagner-Luptacik, M.A.

Fachhochschule Technikum Wien
– Emil Simeonov
– Harald Wahl
– Gerd Krizek

WIENER LINIEN GmbH & Co KG
– Markus Ossberger

RTCA - Rail Technology Cluster Austria
– Vera Fochler

Eigentümer, Herausgeber und Medieninhaber

Klima- und Energiefonds
Gumpendorfer Straße 5/22
1060 Wien
E-Mail: office@klimafonds.gv.at
Web: www.klimafonds.gv.at

Disclaimer

Die Autoren tragen die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieses Berichts. Er spiegelt nicht notwendigerweise die Meinung des Klima- und Energiefonds wider.

Weder der Klima- und Energiefonds noch die Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) sind für die Weiternutzung der hier enthaltenen Informationen verantwortlich.

Gestaltung des Deckblattes

ZS communication + art GmbH