

Mainstreaming... ist mehr als Quotenregelung

Gender und Cultural Mainstreaming als Querschnittsthemen der Kompetenzagenturen

von Elisabeth Aram und Dr. Astrid Fischer, PT-DLR

Gender und Cultural Mainstreaming (GM und CM) sind als Querschnittsthemen der Kompetenzagenturen in den förderpolitischen Vorgaben verankert. Mit diesen Strategien wird im Programm Kompetenzagenturen das Ziel verfolgt, besonders benachteiligten Jungen und Mädchen sowie Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund gleiche Chancen im Zugang zu Unterstützungsangeboten zu bieten und damit ihre soziale und berufliche Integration zu fördern. Wieso aber sind Cultural und Gender Mainstreaming von Bedeutung und wie lassen sie sich in der Arbeit der Kompetenzagenturen umsetzen?

Multiple Vermittlungshemmnisse



Workshop in Frankfurt/M., Mai 2007

In Kompetenzagenturen werden Jugendliche beraten und betreut, die multiple Vermittlungshemmnisse aufweisen und damit als besonders benachteiligt zu bezeichnen sind. Zu diesen Merkmalen der Benachteiligung können neben dem fehlenden Schulabschluss oder sozialen Problemen unter anderem auch der kulturelle Hintergrund oder das Geschlecht gehören. So kann eine ungleiche Verteilung der Chancen im Übergang in den Beruf zwischen den beiden Geschlechtern nachgewiesen werden. Ebenso konnte mehrfach gezeigt werden, dass junge Menschen mit Migrationshintergrund innerhalb der Gruppe der Benachteiligten besonders stark vertreten sind. Beispielsweise sahen Daten des Statistischen Bundesamtes, dass 5,6 % der deutschen, aber 14,2 % der ausländischen Jugendlichen 2005 die Schule ohne Abschluss verlassen haben (vgl. Statistisches Bundesamt, Indikatorenbericht 2006, 54). Dabei haben „lediglich“ 11 % der ausländischen jungen Frauen die Schulzeit ohne Abschluss beendet, während 17 % der ausländischen jungen Männer keinen Schulabschluss aufweisen können (vgl. Statistisches Bundesamt, Indikatorenbericht 2006, 55). Auch bei den deutschen Jugendlichen bestätigt sich die Tendenz des besseren Abschneidens bei jungen Frauen. Trotz ihrer guten

Ausgangsbedingungen gelingt es jungen Frauen jedoch nicht, sich entsprechend auf dem Arbeitsmarkt zu positionieren. Während in 2004 69 % der gemeldeten Ausbildungsbewerber einen Ausbildungsvertrag abschließen konnten, lag die Quote der Mädchen bei 48 % (vgl. Granato 2006, 75f). Auch Jugendliche mit Migrationshintergrund haben besondere Schwierigkeiten im Übergang von der Schule in den Beruf. So betrug die Übergangsquote bei deutschen Bewerbern und Bewerberinnen 59 %. Bei ausländischen Jugendlichen lag die Übergangsquote lediglich bei 25 % (28 % bei den Bewerbern und 23 % bei den Bewerberinnen, vgl. Granato 2006, 75f). Aus dem 11. Kinder- und Jugendhilfebericht (2002) geht zudem hervor, dass Angebote der Kinder- und Jugendhilfe von Personen mit Migrationshintergrund trotz des offensichtlich bestehenden Bedarfs unterdurchschnittlich genutzt werden.

Gender und Cultural Mainstreaming als Strategien

Vor diesem Hintergrund sollen in der Arbeit der Kompetenzagenturen die Querschnittsthemen Cultural Mainstreaming und Gender Mainstreaming besondere Berücksichtigung finden. Die Querschnittsthemen sind als Strategien zu verstehen, an denen sich die Arbeit der Kompetenzagenturen ausrichtet.

Gender und Cultural Mainstreaming sind politische Prinzipien mit dem Ziel der gleichberechtigten Teilhabe.

Ihre Verfolgung zielt auf die Gleichstellung aller Mitglieder der Gesellschaft und deren gleichberechtigte Teilnahme an gesellschaftlichen Aktivitäten ab.

Für die Umsetzung des Gender und Cultural Mainstreamings können unterschiedliche Strategien genutzt werden, wie etwa die Top-down- oder Bottom-up-Strategie oder aber eine selbstreflexive Auseinandersetzung mit normativen Vorstellungen. Wesentlich ist, dass die

Editorial

Liebe Leserin, Lieber Leser, Liebe Kolleginnen und Kollegen in den Kompetenzagenturen,

Individualisierung und Passgenauigkeit - dies sind anerkannte Standards in der Jugendhilfe und ihren Förderkonzepten und Hilfsangeboten. Sie zielen darauf ab, jedem Jugendlichen mit Hilfebedarf ein individuell adäquates Hilfsangebot zu machen.

Menschen sind – wie wir alle wissen – in ein kulturelles und soziales Netz eingebettet, ohne dessen Kenntnis eine adäquate Unterstützung gar nicht möglich wäre. Individuelle Förderung muss den Menschen in seinem Lebenszusammenhang wahrnehmen. Deshalb plädiert diese Praxishilfe dafür, bestimmte Gruppen von Jugendlichen unter Berücksichtigung dieser Lebensumstände gezielt in den Blick zu nehmen.

Wir stellen daher einige geschlechtsspezifische Förderkonzepte vor und begründen, wie und warum Besonderheiten im Umgang mit Jugendlichen und ihrem Migrationshintergrund beachtet werden sollten. Nach einer Einführung zum Thema schildern einige Kompetenzagenturen ihre Praxiserfahrungen mit den Strategien des Gender und Cultural Mainstreaming. Die Infobörse auf Seite 4 stellt wichtige Partner in der interkulturellen Arbeit vor.

Mit diesen Themen befasste sich auch ein Workshop vom 30. bis 31. Mai 2007 in Frankfurt: „Gender und Cultural Mainstreaming und ihre Umsetzung im Case Management“. Die Ergebnisse und den Diskussionsverlauf machen wir hier allen Kompetenzagenturen zugänglich. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops haben eine praxisbezogene Arbeitshilfe zur Einführung und Optimierung von Gender und Cultural Mainstreaming in den Kompetenzagenturen zusammengetragen, in die Sie auf Seite 4 Einblick erhalten.

Die Redaktion wünscht Ihnen eine interessante Lektüre!

in den Institutionen wirkenden Entscheidungsgrundlagen und -abläufe daraufhin überprüft werden, ob sie eine gleichberechtigte Teilnahme der besonders benachteiligten Jugendlichen an den Förderprozessen tatsächlich ermöglichen. Dazu müssen bspw. kulturelle Zuschreibungen und Vorurteile bzw. Geschlechterzuschreibungen reflektiert werden und gleichzeitig interkulturelle Kompetenzen oder Genderkompetenzen bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Kompetenzagenturen gefördert werden.



Kompetenzagenturen

erreichen . halten . stärken

Praxishilfen Nr. 02, November 2007

Umsetzung des Mainstreaming

Für die konkrete Planung, Gestaltung und Reflexion der Arbeit der Kompetenzagenturen werden die folgenden Fragen exemplarisch vorgeschlagen, die eine selbstreflexive Auseinandersetzung mit den eigenen normativen Vorstellungen unterstützen.

Dabei werden drei verschiedene Ebenen betrachtet: (1) die Ebene der Organisationsentwicklung, (2) die Ebene der Personalentwicklung und (3) die Ebene der pädagogischen Konzepte.

Diese drei Ebenen werden bewusst unterschieden, um zu verdeutlichen, dass die Strategien des Gender und Cultural Mainstreaming nicht nur beim „Klienten“, sondern insbesondere auch an den Organisationsstrukturen, dem Personal und der pädagogischen Vorgehensweise ansetzen. Für die Umsetzung des Gender und Cultural Mainstreaming auf diesen drei Ebenen werden folgende Fragestellungen als Anregung formuliert:

1) Ebene der Organisationsentwicklung:

- Wie ist das quantitative Verhältnis zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Personen mit und ohne Migrationshintergrund?
- Wie verteilen sich die Gruppen auf Leitungspositionen?

- Welche Gründe bestehen für diese Relationen?
- Werden Mittel für unterschiedliche Gruppen in gleicher Weise eingesetzt?
- Wird eine Gruppe innerhalb der Institution benachteiligt?
- Sind Cultural und Gender Mainstreaming als Leitbild in der Einrichtung verankert?

2) Ebene der Personalentwicklung:

- Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können Gender und/oder interkulturelle Kompetenzen aufweisen?
- Werden Fragen zur Gleichstellung der Geschlechter bzw. der Gleichstellung von Personen mit und ohne Migrationshintergrund angesprochen?
- Werden Zuschreibungsprozesse thematisiert?

3) Ebene der pädagogischen Konzepte und Angebote:

- Werden Kompetenzfeststellungsverfahren verwendet, die Jungen und Mädchen sowie Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund gerecht werden?
- Wird die Lebenswelt Jugendlicher mit Migrationshintergrund berücksichtigt?
- Welche Formen der Ansprache werden gewählt?

Cultural Mainstreaming...

... ist mehr als Sprachförderung

von Thorsten Voss, Kompetenzagentur Berlin Kreuzberg

Klar ist: Cultural Mainstreaming ist komplexer und anspruchsvoller als die reine Förderung, Erweiterung und Verbesserung deutscher Sprachkompetenz. Welche Hinweise aber verbergen sich hinter dem Begriff des Cultural Mainstreaming für die Arbeitspraxis unserer Kompetenzagentur?

Anders als beim Gender Mainstreaming gibt es für das Cultural Mainstreaming noch keine verbindliche Begriffsbestimmung. Bestehende Definitionen sind eher allgemein gehalten und zeigen mit ihren unterschiedlichen Spannbreiten und Differenzierungen kaum Handlungskonsequenzen und -richtungen auf. In der praktischen Arbeit war es daher für uns notwendig, einen Arbeitsansatz des Cultural Mainstreaming methodisch zu etablieren. Im Berliner Stadtteil Kreuzberg ist hierfür vor allem ein hoher Anteil Jugendlicher nicht deutscher Herkunftssprache ausschlaggebend.

Abgeleitet aus den alltäglichen Erfahrungen in der Beratung, im Case Management, in der Akquise der Teilnehmer/innen und in der Arbeit mit dem sozialen Umfeld und den Eltern der Jugendlichen, definieren wir in der Kompetenzagentur Kreuzberg Cultural Mainstreaming wie folgt:

Planmäßige Absenkung kultureller Barrieren, mit dem Ziel der gleichberechtigten beruflichen und sozialen Integration und gesellschaftlichen Teilhabe von Jugendlichen.

Das klingt theoretisch und abstrakt. Auf unsere Arbeitsbereiche herunter gebrochen, ergeben sich aber ganz konkrete Umsetzungsmöglichkeiten in den einzelnen Arbeitsgebieten:

Mainstreaming unterstützt individuelle Förderung

Die Umsetzung der Querschnittsthemen Gender Mainstreaming und Cultural Mainstreaming bewirkt eine Verstärkung der individuellen Förderung der besonders benachteiligten Jugendlichen. Sie ermöglicht eine differenzierte Wahrnehmung von Geschlecht und Kultur, wobei vermieden werden sollte, die einzelnen Personen darauf zu reduzieren. Eine Gleichstellung von Männern und Frauen bzw. von Personen mit und ohne Migrationshintergrund lässt sich nur dann erreichen, wenn der der vorherrschenden Gesellschaftsordnung unterliegende Mechanismus der Konstituierung und Hierarchisierung von Differenz(en) reflektiert wird. Dies soll mit der hier angeregten Selbstreflexivität unterstützt werden. Daher gilt es in der Arbeit der Kompetenzagenturen, individuelle und flexible Förder- und Entwicklungswege auf Basis kulturreflexiver und geschlechtersensibler Kompetenzanalysen und eines daran ausgerichteten Case Managements zu gestalten.

Migrationshintergrund... ist mehr als „ausländischer Pass“

Seit dem Mikrozensus 2005 hat das Statistische Bundesamt neue Kriterien zur Erfassung des Integrationsbedarfs eingeführt. Außer formaler Staatsangehörigkeit werden nun auch die Herkunft der Personen selbst und ihrer Eltern und Großeltern erfasst. Danach gibt es mehr als doppelt so viele Menschen in Deutschland mit Migrationshintergrund als mit einem ausländischen Pass (18,6 % oder 15,3 Mio. Menschen). Auch das DJI plädiert in der Studie *Indikatoren zur Erfassung des Migrationshintergrundes* (2006) dafür, das Geburtsland der Betroffenen selbst und das der Eltern bzw. eines Elternteils zu berücksichtigen. Die zu Hause gesprochene Sprache sowie die ethnische, kulturelle und religiöse Zugehörigkeit sind weitere wichtige Kriterien. Für die Arbeit der Kompetenzagenturen verstehen wir also unter „Jugendliche mit Migrationshintergrund“:

- Jugendliche mit ausländischer Staatsangehörigkeit (auch mit gesichertem und dauerhaftem Aufenthaltsstatus),
- jugendliche EU-Bürger,
- jugendliche Aussiedler,
- jugendliche Flüchtlinge und Asylsuchende,
- eingebürgerte Jugendliche (ausländischer Herkunft),
- in Deutschland geborene Jugendliche ausländischer Herkunft (2./3. Generation).





Öffentlichkeitsarbeit

Wir berücksichtigen den kulturellen Hintergrund der Jugendlichen und deren Eltern in der Gestaltung von Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit. Flyer werden in Deutsch und Türkisch gedruckt, Jugendliche unterschiedlicher Herkunft sind auf Abbildungen vertreten und die Website der Kompetenzagentur ist zweisprachig gestaltet. So fühlen sich Eltern durch unseren Slogan „Biz sana yeteneğini gösteriyoruz!“ (Wir zeigen Dir was Du kannst!) angesprochen und ein erstes Interesse für das Angebot der Kompetenzagentur ist geweckt. Bei der Gestaltung fremdsprachiger Materialien ist jedoch kritisch zu hinterfragen, ob die Ansprache in einer Zweitsprache eine mangelnde Sprachkompetenz der Adressaten impliziert.

Soziales Umfeld und Elternarbeit

Eltern nicht deutscher Herkunftssprache haben in vielen Fällen keine Einsicht in die Struktur des deutschen Schul- und (Aus)bildungssystems. Um hier kompensatorisch zu arbeiten, sprechen wir Eltern aktiv über Religionsgemeinschaften, Migrantinnen- und Migrantenvereine, Moscheen und Kirchen an. Ziel ist es hierbei, unter Berücksichtigung der kulturellen Verhaltensweisen und Wertvorstellungen, die Eltern mit in den Beratungs- und Förderprozess der Jugendlichen zu integrieren und über Entwicklungsmöglichkeiten zu informieren. Daneben werden Ärzte und Ärztinnen, Sport- oder Kulturvereine und Reisebüros über die Arbeit der Kompetenzagentur informiert und wirken als Multiplikator/innen.

Aufsuchende Arbeit

Wo halten sich Jugendliche bevorzugt auf? Diese Frage ist wichtig für die niedrigschwellige Kontaktaufnahme und eine bei Bedarf längerfristige Förderung zur Integration Jugendlicher mit Migrationshintergrund. Besonders effektiv sind „Vor-Ort-Beratungen“ in Migrantinnen- und Migrantenvereinen sowie in Sportstudios und Jugendclubs, da hier viele Jugendliche (und deren Eltern) über das Angebot der Kompetenzagentur informiert werden können. Dabei werden wichtige Hinweise zu Schule, Ausbildung und Beruf gegeben, die bei Bedarf in der Kompetenzagentur durch Einzelberatungen vertieft und erweitert werden.

Beratung und Case Management

Der bewusste Umgang mit sprachlichen Barrieren, kulturellen Besonderheiten und dem kulturellen Hintergrund der Berater und Beraterinnen wirkt positiv auf den Integrationserfolg. Die Einbeziehung von Sprachmittlern, vor allem wenn die Eltern mit in den Beratungsprozess eingebunden sind, ist klärend und sinnvoll. Auf die Verwendung von Fachbegriffen (zum Beispiel „duales System“) wird bei der gemeinsamen Planung des Förderverlaufs verzichtet, um Missverständnissen vorzubeugen.

Daneben bildet die Berücksichtigung kultureller Besonderheiten in der Beratungssituation (zum Beispiel: Männliche Case Manager beraten ein Mädchen nicht allein in einem Raum) eine wichtige Grundlage für gute Beratungs- und Fördererfolge.



Foto: Kompetenzagentur Berlin-Kreuzberg

Vernetzungsarbeit

Die Netzwerke, die sich mit der beruflichen und sozialen Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund befassen, werden identifiziert und hinsichtlich des Umgangs mit kulturellen Barrieren von der Kompetenzagentur sensibilisiert. Hierzu gibt es in regelmäßigen Abständen Feedback-Gespräche, vor allem mit von Migrantinnen und Migranten besuchten Kulturvereinen und dem Jugendmigrationsdienst. In der Zusammenarbeit mit weiteren Kooperationspartnern werden die oben genannten Umsetzungsmöglichkeiten der einzelnen Arbeitsbereiche in Abstimmungs- und Planungsprozessen berücksichtigt. ■

Gender Mainstreaming...

... ist mehr als Mädchenarbeit

Wie leben junge Frauen, wie leben junge Männer heutzutage? Unterscheiden sich Jungen und Mädchen, und wenn ja – wie? Taugt das Geschlecht überhaupt noch als Differenzierungsmerkmal? Oder verbinden beziehungsweise trennen soziale und kulturelle Herkunft, Bildungshintergrund, religiöse und ethnische Zugehörigkeit, familiäre Situation und konkretes Lebensumfeld stärker als Gender?



Foto: Kompetenzagentur Regensburg

Stereotypen bestehen fort

Die 15. Shell Jugendstudie von 2006 bestätigt es: Jugendliche nehmen nach wie vor geschlechtsstereotype Wertehaltungen ein. Dies kann auch ihren Bildungsverlauf und ihre berufliche Sozialisation beeinflussen. Grund genug für die Kompetenzagenturen, diese Unterschiede in den Blick zu nehmen und im Sinne der Geschlechtergerechtigkeit zu berücksichtigen. Wie sich Gender Mainstreaming auf die tägliche Arbeit auswirken kann, zeigen Beispiele aus den Kompetenzagenturen.

Sport und Integration: das passt

Die enge Zusammenarbeit der Kompetenzagentur Plauen/Schwarzenberg mit einem Sportverein zeigt geschlechtsspezifische Zugänge zu bildungsfernen Jugendlichen

Zu GM siehe auch:

www.gender-mainstreaming.net

www.genderkompetenz.info

auf. Die Trainer des Fußballclubs Erzgebirge Aue, einer von hoher Arbeitslosigkeit gekennzeichneten Region, machten auf die Problemlagen der von ihnen betreuten jungen Männer aufmerksam. So wurde der Verein Partner der Kompetenzagentur. Mit Trainern, Eltern, Schulen ist eine fruchtbare Interaktion entstanden. Aufbauend auf der Grundmotivation für den Sport wird die Vermittlung sozialer Kompetenzen vereint mit der beruflichen Integration. Durch die Ausweitung auf Sportarten wie Volleyball und Handball, in denen mehr junge Frauen vertreten sind, werden auch diese nun verstärkt angesprochen.

Gezielte Arbeit spricht sich rum

Bei der Kompetenzagentur Hamburg-Harburg fällt auf, dass die Zielgruppe der jungen Frauen besonders gut erreicht wird. Hier wirkt sich aus, dass der Träger der Kompetenzagentur sowohl unter den jungen Frauen vor Ort als auch innerhalb des Netzwerks der Jugendsozialarbeit bekannt für seine Mädchenarbeit ist. Mädchen empfehlen die Kompetenzagentur im Kreis



Kompetenzagenturen

erreichen . halten . stärken

Praxishilfen Nr. 02, November 2007

ihrer Freundinnen weiter, andere Einrichtungen vermitteln junge Frauen verstärkt hier hin. So können Spezialisierungen – in diesem Fall auf eine geschlechtsspezifische, berufsbezogene Mädchenarbeit – dazu dienen, Vertrauen bei und Zugang zu einer Zielgruppe zu schaffen, die von anderen Stellen nicht erreicht wird.

Strafgefangene früh ansprechen

Einen speziellen Weg zu jungen Männern hat die Kompetenzagentur in der Uckermark geebnet. Über den Jugendstrafvollzug für junge Männer der Justizvollzugsanstalt Wriezen nimmt die Kompetenzagentur frühzeitig Kontakt zu den jugendlichen Strafgefangenen, deren Sozialarbeiterinnen und -arbeiter sowie anderen Bezugspersonen auf – und zwar etwa drei Monate vor ihrer Entlassung, bevor sie „auf der Straße stehen“. Gemeinsam wird der berufliche und soziale Integrationspro-

zess vorbereitet; die jungen Männer lernen die Mitarbeiter/innen der Kompetenzagentur kennen und bauen Kontakthemmnisse ab. Mit dieser Teilzielgruppe wird eine Problemlage angesprochen, die überwiegend männliche Jugendliche betrifft (fast 95 % aller Strafgefangenen sind Männer).

Junge Mütter in Teilzeitausbildung

Die genderspezifische Auswertung der betreuten Jugendlichen in der Kompetenzagentur des Kyffhäuserkreises brachte es zu Tage: Für junge, insbesondere alleinerziehende Mütter gibt es in der Region kein adäquates Angebot. Die Kompetenzagentur regte daraufhin in den regionalen Gremien an, den Bestand an Maßnahmen zu überprüfen und Lücken zu schließen. In der Folge haben zwei Träger die Projekte „Teilzeitausbildung für junge Mütter“ und „Mütter in Ausbildung“ eingerichtet. Jetzt hat die Kompetenzagentur eine Aktualisierung der

Bestandsaufnahme angeregt, die die Situation junger (auch alleinerziehender) Väter in den Blick nimmt. (uk, at) ■

Praktische Arbeitshilfe zum Gender- und Kulturcheck

Kompakt und übersichtlich gegliedert präsentiert sich diese praxisbezogene Arbeitshilfe zum „Gender und Cultural Mainstreaming und ihre Umsetzung im Case Management“. Entstanden ist sie auf dem gleichnamigen Workshop in Frankfurt, überarbeitet von Fadi Saad und Thorsten Voss von der KA Berlin-Kreuzberg. Auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die nicht auf dem Workshop waren, bringt diese Handreichung die Aufgaben im Gender und Cultural Mainstreaming plastisch und nachvollziehbar nahe. Die Arbeitshilfe kann unter <http://www.kompetenzagenturen.de> heruntergeladen werden.

Gelebte Zusammenarbeit:

Interkulturelle Netzwerkpartner

Netzwerkarbeit zur wirksamen Unterstützung benachteiligter Jugendlicher ist eine wichtige Aufgabe der Kompetenzagenturen. Für die interkulturelle Zusammenarbeit geben die Förderrichtlinien eine verbindliche Partnerschaft mit dem Jugendmigrationsdienst (JMD) vor. Es gibt jedoch weitere relevante Anlaufstellen, die im folgenden ebenso genannt werden.

Foto: Kompetenzagentur Regensburg



Jugendmigrationsdienst

Wenn beide vor Ort vertreten sind, sollen Kompetenzagentur und Jugendmigrationsdienst zusammenarbeiten. Die Praxis beschreibt Thorsten Voss, Kompetenzagentur Berlin-Kreuzberg: „Wir tauschen uns einzelfallbezogen mit dem JMD aus. Wenn wir zum Beispiel Jugendliche betreuen, deren Aufenthaltsstatus nicht geklärt ist, werden diese aufenthaltsrechtlichen Fragen beim JMD bearbeitet. Und Jugendliche, die eine berufsbezogene Unterstützung benötigen, vermittelt der JMD an uns.“ Der JMD will die sprachlichen, schulischen, beruflichen und sozialen Integrationschancen insbesondere von nicht mehr schulpflichtigen, neu zugewanderten Jugendlichen bis 27 Jahre verbessern. Also: definitiv ein Partner für die Kompetenzagenturen. Loh-

nenswert auch die Website mit aktuellen Informationen, Fortbildungen, Links zum Thema Integrationsförderung. Hier gibt es zudem das Integrationshandbuch der Europäischen Kommission für Entscheidungsträger/innen und Praktiker/innen.

KAUSA, JOBSTARTER und andere

KAUSA ist Teil des Programms JOBSTARTER. Die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung beauftragte Informations- und Servicezentrale unterstützt Projekte dabei, um Ausbildungsplätze bei Unternehmen ausländischer Herkunft zu werben. Ende 2007 wird ein ausbildungsbezogenes Fachglossar in Deutsch, Griechisch, Italienisch, Russisch und Türkisch herausgebracht. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales fördert Entwicklungspartnerschaften im Netzwerk IQ „Integration durch Qualifizierung“, die Strategien zur Verbesserung der Arbeitsmarktsituation von Migrant/inn/en entwickeln, erproben und optimieren (www.intqua.de). Über die „Beruflichen Qualifizierungsnetzwerke (BQN)“, die den Zugang von Migrant/inn/en zur beruflichen Bildung erleichtern, informiert www.bqnet.de. Und Datenbanken über Projekte mit guter interkultureller Praxis gibt es beim BIBB und beim DJI (PRAXIMO und SINTEGRA). (uk, at) ■

Links zur interkulturellen Arbeit:

<http://www.jugendmigrationsdienst.de>
<http://www.jobstarter.de>
<http://www.bibb.de>
<http://www.dji.de>
<http://www.intqua.de>
<http://www.bqnet.de>

Fragen?

Projektträger im Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (PT im DLR)

Integration benachteiligter Jugendlicher
Heinrich-Konen-Str. 1, 53227 Bonn
Besucheradresse:
Königswinterer Str. 552, 53227 Bonn
Tel.: 0228/3821-600
E-Mail: kompetenzagenturen@dlr.de
www.kompetenzagenturen.de

INBAS GmbH

Prozessberatung Kompetenzagenturen
Hardy Adamczyk, Uwe Kirchbach
Herrnstraße 53, 63065 Offenbach/Main
Tel.: 069/2 72 24-60
E-Mail: inbas@inbas.com
www.inbas.com
www.kompetenzagenturen.inbas.com

Impressum

Herausgeber:

Projektträger im Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (PT im DLR),
Dr. Astrid Fischer, Frank Tönnissen

Redaktion und Gestaltung:

Uwe Kirchbach, INBAS GmbH
Schreiberei Andrea Thode

Fotos:

Kompetenzagentur Berlin-Kreuzberg,
Uwe Kirchbach, Andrea Thode

Das Programm „Kompetenzagenturen“ (Durchführungsphase) wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds gefördert.



DLR

Deutsches Zentrum
für Luft- und Raumfahrt e.V.
Projektträger im DLR

