



DIENSTBLATT

DER BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT

– Nur für den Dienstgebrauch –

Betreff:
Aufgaben, Ziele und Inhalte der Hochschularbeit der BA

Geschäftszeichen:
lb2/la2 – 6201.7/6302.4/6701.5/6010.8/5409/1300

Vorgang:
RdErl 46/96

Dienstblatt-Runderlaß

36/99

vom 6. August 1999

Handakte

Handbuch der AVuAB
Teil 210.2

Handbuch der BB,
Teil 1, GWBB

Verteiler

10
20, 22
38
40
50, 52
60, 63

I. ALLGEMEINES

Mit **RdErl 46/96** wurde die Neuorganisation und Intensivierung der Hochschularbeit der BA eingeleitet. Durch die Integration der Aufgaben der FVD in die allgemeine AVuAB, eine stärkere Verzahnung der Hochschularbeit von BB und AVuAB und durch die Einrichtung gemeinsamer Hochschulteams (HT) der Abteilungen I und II in den Arbeitsämtern an großen Hochschulstandorten wurden Kompetenzen gebündelt und die Hochschularbeit noch effektiver und kundenorientierter gestaltet.

Zur Weiterentwicklung und fachlichen Fundierung ergehen mit diesem RdErl (in Ergänzung zu RdErl 46/96) grundsätzliche Weisungen zu den geschäftspolitischen **Zielen, Aufgaben und Inhalten** der Hochschularbeit der BA.

Detaillierte Hinweise zu den Aufgaben, Inhalten und Methoden sind dem in der **Anlage** beigefügten **Fachkonzept für die Hochschularbeit der BA** zu entnehmen, das Bestandteil dieses Erlasses ist.

**Anlage
Fachkonzept**

II. ZIELE UND AUFGABEN

1. Ziele und Grundsätze der Hochschularbeit der BA

Die Förderung des Marktausgleichs und die Ausrichtung am Informations- und Beratungsbedarf der Kunden unter Berücksichtigung der erkennbaren aktuellen und längerfristigen Entwicklungen im Hochschulbereich und auf dem Arbeitsmarkt für Akademiker im nationalen und europäischen Kontext bilden die grundlegende Zielrichtung der Hochschularbeit der BA nach dem SGB III.

SGB III

Die Hochschularbeit der AÄ richtet sich an Studieninteressierte, Studierende und Absolventen, an Arbeitgeber und Betriebe sowie an die Hochschulen und ihre Beratungseinrichtungen. Sie umfaßt - unabhängig von der Organisationsform und vom Ort der Aktivitäten - alle Dienstleistungen der AÄ, die auf eine Hochschulausbildung, deren berufliche Verwertung und den Arbeitsmarkt für Akademiker von der Studienwahl bis zum Berufseinstieg gerichtet sind. D.h., auch die Beratungs- und Orientierungsarbeit der BB-A/H in der Sekundarstufe II, die nicht im Hochschulteam erfolgt, ist weit überwiegend Hochschularbeit.

Definition

Wichtigstes Ziel der Hochschularbeit ist eine Optimierung der Übergänge von der Schule in die Hochschule und von der Hochschule in den Arbeitsmarkt, um den vielfältigen Problemen vor, während und am Ende des Studiums und deren negativen Folgen für die berufliche Integration (u.a. Orientierungslosigkeit, Informationsdefizite, überlange Studienzeiten, Studienwechsel und -abbruch, Praxisdefizite, Arbeitslosigkeit) entgegenzuwirken. Dabei wird in erster Linie eine prophylaktische Zielsetzung verfolgt, d.h. durch frühzeitige Information und Beratung von Studieninteressierten und Studierenden sollen die genannten Probleme im Ansatz vermieden und die späteren Berufsperspektiven verbessert werden. Die

Prophylaxe

Maßnahmen der Hochschularbeit in diesem Zusammenhang sind in erster Linie "Hilfe zur Selbsthilfe": Das Informationsniveau und die Kenntnisse der Studierenden über künftige Arbeitsfelder und Anforderungen sowie alternative Beschäftigungsmöglichkeiten sollen verbessert, die Eigenverantwortung und Eigeninitiative der Studierenden und Absolventen sowie ihre "Selbstvermarktungsfähigkeiten" gestärkt werden.

Unterstützung der Betriebe

Die BA trägt durch ihre Hochschularbeit zur Transparenz über Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt für Akademiker bei und fördert die Anbahnung von Kontakten zwischen Stellenanbietern und Bewerbern. Sie strebt eine zügige Besetzung von offenen Stellen für Hochschulabsolventen an - sowohl durch direkte Vermittlungsbemühungen als auch durch vermittlungsvorbereitende Maßnahmen (z.B. Praxiskontakte, Zusatzqualifikationen, Bewerbertrainings) und ggf. durch finanzielle Leistungen der Arbeitsförderung. Diese Maßnahmen werden durch den offensiven Einsatz der Selbstinformationseinrichtungen unterstützt. Um den Ausgleich am Akademikerarbeitsmarkt zu verbessern, müssen auch Arbeitgeber kontinuierlich über bestehende und neue Studiengänge und -inhalte sowie über die Qualifikationsprofile der Hochschulabsolventen informiert werden.

Unterstützung der Hochschulen

Die Hochschularbeit der BA richtet sich auch an die Hochschulen als Anbieter von akademischer Ausbildung mit dem Ziel, über Entwicklungen am Arbeitsmarkt für Akademiker und über Qualifikationsbedarfe des Beschäftigungssystems zu informieren und die Hochschulen bei der Ausgestaltung ihrer Studienangebote oder bei Studienreformen zu unterstützen.

Bedeutung der Hochschularbeit

Hochschularbeit ist angesichts der zunehmenden Höherqualifizierung in der Erwerbsbevölkerung ein geschäftspolitisch wichtiges Handlungsfeld der BA, dessen Bedeutung weit über den Nutzen für die unmittelbaren Zielgruppen hinausreicht. Positive Erfahrungen, die Unternehmen in diesem Arbeitsmarktsegment mit den Dienstleistungen der BA machen, dienen dem Marketing für die BA in anderen Bereichen. Hochschulabsolventen sind in Wirtschaft und Verwaltung wichtige Multiplikatoren in der Kompetenzbeurteilung der Arbeitsämter. Ein hoher Qualitätsstandard und ein hoher Einschaltungsgrad in der Hochschularbeit unterstreichen die Rolle als kompetente Anbieterin von Beratungs- und Vermittlungsleistungen auf dem Beschäftigungsmarkt.

2. Das Dienstleistungsangebot: Aufgaben und Inhalte

Fachkonzept

Aufgaben, Inhalte, Angebotsformen und Methoden der Hochschularbeit sind ausführlich in dem beigefügten "**Fachkonzept für die Hochschularbeit der BA**" beschrieben. Alle AÄ müssen im Rahmen ihrer Hochschularbeit solche Aufgaben wahrnehmen - unabhängig davon, ob ihre Hochschularbeit in Form eines Hochschulteams organisiert ist oder nicht. Umfang, Intensität und themenspezifische Ausrichtung der Angebote richten sich nach den örtlichen Erfordernissen und werden jährlich mindestens einmal zwischen den beteiligten Fach- und Führungskräften im AA vereinbart.

Angebote für Ratsuchende und Bewerber

Die Dienstleistungsangebote der AÄ im Rahmen der Hochschularbeit umfassen die berufliche Einzel- und Gruppenberatung (**Beratung**), eine Vielzahl von verschiedenartigen Veranstaltungsangeboten zu studien- und berufsrelevanten Themen (**Berufsorientierung**) und Hilfen beim Übergang in Beschäftigung (**Vorbereitung/Begleitung des Berufseinstiegs, Vermittlung, Förderung**). Die Dienstleistungen sind - unabhängig von der konkreten Organisationsform der Hochschularbeit im AA - möglichst kundenorientiert, d.h. nachfragegerecht, hochschulnah und niedrigschwellig anzubieten.

Angebote für Betriebe

Bezogen auf die Kundengruppe Arbeitgeber gehören die Arbeitsmarktberatung und die Vermittlung (i.S. d. §§ 34 und 35 SGB III), hierbei insbesondere initiative **Betriebskontakte**, Stellenakquisition und Vermittlung sowie die Zusammenarbeit mit Organisationen der Wirtschaft, Verbänden, Vereinigungen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer zu den Aufgaben der Hochschularbeit.

Im Hinblick auf die wachsende Bedeutung der **Selbstinformation** und die verbreitete Internetnutzung an Hochschulen sind neben SIS und AIS auch für die Beratung und Orientierung im Hochschulbereich, vermehrt computergestützte Informationssysteme und interaktive Programme zu den Themen Studium, Beruf und Arbeitsmarkt und zu den regionalen Angeboten der Hochschularbeit einzusetzen und zu nutzen.

Selbstinformation

3. Koordinations-, Kooperations- und Infrastrukturaufgaben in der Hochschularbeit

Voraussetzung für eine erfolgreiche Hochschularbeit sind u.a.

- eine vorausschauende, an den Erfordernissen der jeweiligen Hochschulsituation und der Arbeitsmarktlage orientierte Planung,
- eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit und
- eine sachgerechte, kontinuierliche Evaluation der Aktivitäten.
Einzelheiten zu diesen Aufgaben sind dem beigefügten Fachkonzept zu entnehmen.

Effektive und effiziente Hochschularbeit der BA erfordert eine enge Kooperation mit den Hochschulen und anderen Kooperationspartnern an und im Umfeld von Hochschulen, hier insbesondere mit den einschlägigen Beratungseinrichtungen (v.a. Zentrale Studienberatungen und Fachstudienberatungen) und den Organisationen der Wirtschaft. Auch das Hochschulrahmengesetz (§ 14) fordert die Hochschulen zur Zusammenarbeit mit den AÄ auf.

Kooperation mit Hochschulen

Ziel der Kooperation ist die wechselseitige Unterstützung der Partner in dem gemeinsamen Bemühen, die Informations-, Orientierungs- und Beratungsangebote an den Hochschulen zu verbessern und deren Nutzung effektiver zu gestalten. Hierzu ist eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und gleichberechtigte Partnerschaft anzustreben, bei der einerseits das jeweils eigenständige Profil und die spezifische Kompetenz jedes Partners sichtbar bleibt und bei der andererseits die Angebote so aufeinander abgestimmt oder miteinander verbunden sind, daß Doppelungen vermieden und Synergieeffekte erzielt werden. Anzustreben sind - je nach örtlicher Lage - fallweise oder kontinuierliche Beteiligungen an Veranstaltungen, gemeinsame Veranstaltungen oder Projekte, lockere Netzwerke, festere Beratungsverbände und gemeinschaftlich getragene Career Services.

Gleichberechtigte Partnerschaft

Die angestrebte Akzentuierung der Hochschularbeit und die Verbreiterung des Angebots über die großen Hochschulstandorte hinaus erfordert eine ämterübergreifende Kooperation, um auch Studierenden und Absolventen kleinerer Hochschulorte ein leistungsfähiges Angebot machen zu können und um auch an Standorten ohne Hochschule(n) die Beratungskompetenz zu sichern und zu erweitern. Je nach den regionalen Gegebenheiten (u.a. einheitlicher Wirtschafts- oder Bildungsraum; günstige Verkehrsbedingungen) sollen angrenzende Arbeitsämter - auch über LAA-Grenzen hinweg - ihre Angebote im Bereich der Hochschularbeit aufeinander abstimmen und miteinander kooperieren. Anregungen hierzu sind in dem beigefügten Fachkonzept enthalten. Die Kooperationen sind mit den Landesarbeitsämtern abzustimmen.

AA-übergreifende Kooperation

Die Erkenntnisse aus der Hochschularbeit müssen für das AA insgesamt, für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, für Vortragsveranstaltungen u.ä. nutzbar gemacht werden. Hierzu sind regelmäßig Daten und Erkenntnisse aus der eigenen Hochschularbeit auszuwerten. Für eine bundesweite, umfassende Berichterstattung durch die Arbeitsmarktinformationsstelle bei der ZAV sind Korrespondenten der Hochschulteams und weiterer AÄ ohne Hochschulteam erforderlich. Näheres ist bereits durch Erlaß geregelt (vom 26.11.1997, Ia2 - 5471).

Erkenntnisse der Hochschularbeit nutzbar machen

**Aufgabenkatalog
Hochschulteams**

4. Hochschularbeit in AÄ mit Hochschulteam (HT): Ziele und Aufgaben

Grundlage für die Aufgaben der Hochschulteams ist das als **Anlage** beigefügte "Fachkonzept für die Hochschularbeit der BA".

Gegenstand der Arbeit in Hochschulteams sind dabei insbesondere folgende Themen und Anliegen:

- Studium allgemein, einzelne Studienfächer, Studienwahl, Studienschwerpunkte und -abschlüsse, Eignung, Entscheidungsprobleme/ Berufszielfindung, Studienwechsel und Studienabbruch, arbeitsmarktnahe Studiengestaltung, studienbegleitender Erwerb arbeitsmarktrelevanter Zusatzqualifikationen, wissenschaftliche Weiterbildungsmöglichkeiten, studienübergreifende Arbeitsmarktthemen (z.B. Frauen und Arbeitsmarkt für Akademikerinnen)
- Arbeitsmarktbeobachtung und -analysen, Arbeitsmarktberatung für Arbeitgeber, Lage und Entwicklung akademischer Berufsfelder, Qualifikations- und Fachkräftebedarf der Wirtschaft, systematische und eigeninitiierte Betriebskontakte, Gewinnung von Stellen (Praktika, Trainee, Arbeit), Hilfestellung bei der Rekrutierung akademischen Nachwuchses, ggf. Vermittlung, Informationen zu Förderungsmöglichkeiten, neue Beschäftigungsformen, Telearbeit, Existenzgründung
- studiengangnahe und alternative Berufsfelder/Tätigkeitsfelder, Übergangshilfen zum Berufseinstieg, Bewerbungstrainings inkl. Assessment Center, Such- und Selbstvermarktungsstrategien, Veranstaltungen zur Kontaktaufnahme mit Beschäftigten (z.B. Job-Börsen, Rekrutierungsmessen)
- Zusammenarbeit mit: Beratungseinrichtungen an und im Umfeld der Hochschulen, Hochschulorganen z.B. Beratung von Hochschulen bei Studienreformvorhaben, Betrieben, Organisationen der Wirtschaft, Verbänden, Arbeitgeber- und Arbeitnehmervereinigungen, Behörden und sonstigen Institutionen, studentischen Initiativen, Studentenwerk, benachbarten AÄ
- Bedarfserhebungen, Veranstaltungsmanagement, Öffentlichkeitsarbeit, Evaluation

**Orientierungsangebote
für Studieninteressierte
im Hochschulteam**

Angesichts der zunehmenden Studien- und Berufswahlprobleme von Ratsuchenden mit einer Hochschulzugangsberechtigung und angesichts der Zunahme von Studienfachwechseln, Studienabbrüchen und - damit verbunden - Studiendauer müssen auch Hochschulteams in Zusammenarbeit mit den Hochschulen verstärkt Informations- und Orientierungsangebote zur Studienvorbereitung unterbreiten.

5. Organisatorische Regelungen

Zu den organisatorischen Regelungen für die Hochschularbeit und deren personelle Umsetzung sowie zu einer entsprechenden Erprobung im Rahmen von AA 2000 ergeht ein gesonderter Erlaß.

III. SONSTIGES

1. Den RdErl. 46/96 bitte ich mit Hinweisen auf diesen RdErl zu versehen.
2. Dieser Runderlaß wird in den Amtlichen Nachrichten veröffentlicht.
3. Der Präsident der Hochschulrektorenkonferenz und die Präsidenten der Landeshochschulrektorenkonferenzen, der Präsident der Kultusministerkonferenz und die Kultusminister und Senatoren der Länder werden von mir über diesen Runderlaß unterrichtet.

Anlage

Im Auftrag

Dr. Leve

Abteilung I
lb2/la2 – 6201.7/6302.4/6701.5/6010.8/5409/1300

**Fachkonzept
für die Hochschularbeit der BA***

- 1. Definition**
- 2. Ziele**
- 3. Aufgabenkatalog**
 - 3.1 Operative Aufgaben: Dienstleistungsangebote für die verschiedenen Kunden und Zielgruppen
 - 3.1.1 Studieninteressierte
 - 3.1.2 Studierende und Absolventen
 - 3.1.3 Unternehmen/Arbeitgeber
 - 3.1.4 Hochschulen
 - 3.2 Koordinations-, Kooperations- und Infrastrukturaufgaben:
 - 3.2.1 Planung und Koordinierung der Hochschulaktivitäten des AA
 - 3.2.2 AA-übergreifende Kooperation in der Hochschularbeit
 - 3.2.3 Kooperations- und Koordinationsaufgaben innerhalb des AA
 - 3.2.4 Sicherung der fachlichen Kompetenz durch Anbindung an die Fachabteilungen
 - 3.2.5 Erstellung von Analysen und Berichten zur aktuellen Situation der Studierenden und zur Arbeitsmarktlage von Hochschulabsolventen
 - 3.2.6 Präsentation in der Öffentlichkeit; Mitwirkung bei Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 - 3.2.7 Evaluation der Hochschularbeit vor Ort
- 4. Jährliche Vereinbarungen über den Umfang der Hochschularbeit**

* Das Fachkonzept für die Hochschularbeit der Bundesanstalt für Arbeit beschreibt als Anlage zum RdErl.36/99 die inhaltlichen Aufgaben der Hochschularbeit der Arbeitsämter unabhängig von der jeweiligen Organisationsform in den einzelnen Arbeitsämtern (mit oder ohne Hochschulteam). Um die Einordnung in den Gesamtkontext deutlich zu machen, sind wesentliche geschäftspolitische Aussagen des RdErl. 36/99 hier nochmals enthalten.

1. Definition

Die Hochschularbeit der BA richtet sich an Studieninteressierte, Studierende und Absolventen, an Arbeitgeber und Betriebe sowie an die Hochschulen und ihre Beratungseinrichtungen. Sie umfaßt - unabhängig vom Ort der Aktivitäten - alle Dienstleistungen, die auf eine Hochschulausbildung, deren berufliche Verwertung und den Arbeitsmarkt für Akademiker von der Studienwahl bis zum Berufseinstieg gerichtet sind. Dies sind in erster Linie Angebote:

- zur Information und Berufsorientierung an und im Umfeld von Hochschulen (einschließlich Selbstinformationseinrichtungen),
- zur beruflichen Beratung und Vermittlung für Studieninteressierte, Studierende, Absolventen und Arbeitgeber,
- für spezifische Übergangshilfen in den akademischen Arbeitsmarkt, in abhängige oder selbständige Beschäftigung (einschließlich unterstützender finanzieller Leistungen) und
- zur Unterstützung von Betrieben bei der Rekrutierung akademischen Nachwuchses (einschließlich finanzieller Leistungen).

2. Ziele

Die Ziele der Hochschularbeit ergeben sich aus dem Sozialgesetzbuch III, dem Informations- und Beratungsbedarf der Kunden und aus den erkennbaren Entwicklungen im Hochschulbereich und auf dem Akademikerarbeitsmarkt. Durch die Leistungen der Arbeitsförderung soll vor allem der Ausgleich am Arbeitsmarkt unterstützt werden (§ 1 SGB III). Für die Hochschularbeit bedeutet dies, an der Verbesserung des Ausgleichs von Angebot und Nachfrage auf dem Akademikerarbeitsmarkt mitzuwirken.

- Wichtigstes Ziel der Hochschularbeit ist es daher, beim Übergang von der Schule in die Hochschule und von der Hochschule in den Arbeitsmarkt den vielfältigen Problemen vor, während und am Ende des Studiums und deren möglichen negativen Folgen für die berufliche Integration entgegenzuwirken (u.a. Orientierungslosigkeit, Informationsdefizite, überlange Studienzeiten, Studienwechsel oder -abbruch, Praxisdefizite, Arbeitslosigkeit). Dabei wird in erster Linie eine prophylaktische Zielsetzung verfolgt, d.h. durch frühzeitige Information und Beratung von Schülern und Studierenden sollen die genannten Probleme im Ansatz vermieden werden. Die Maßnahmen der Hochschularbeit in diesem Zusammenhang sind in erster Linie "Hilfe zur Selbsthilfe": Die Eigenverantwortung und Eigeninitiative der Studierenden sowie ihre "Selbstvermarktungsfähigkeiten" sollen gestärkt, ihr Informationsniveau und ihre Kenntnisse über künftige Arbeitsfelder, Anforderungen und alternative Beschäftigungsmöglichkeiten sollen verbessert werden.
- Entwicklungen im Hochschulbereich, wie der Anstieg der Zahl der Studienberechtigten, Studierenden und Hochschulabsolventen in Deutschland bis zum Jahre 2015 (vgl. KMK-Dokumentation 146, vom Juni 1998) sowie neue, z.T. gestufte Studienabschlüsse (z.B. Bachelor/Master), die Internationalisierung des akademischen Arbeitsmarktes und die wachsende Zahl international ausgerichteter Studiengänge stellen in Zukunft erhöhte Anforderungen an die Hochschularbeit der BA.
- Zu den Voraussetzungen für einen besseren Ausgleich am Akademikerarbeitsmarkt gehört auch, daß Stellenanbieter sowohl über bereits bekannte als auch über neue Studiengänge und -inhalte und die Qualifikationsprofile der Hochschulabsolventen umfassend informiert sind. Wichtige Ziele der Hochschularbeit der BA sind daher die Schaffung von Transparenz über das Angebot und die Qualifikationsprofile von Hochschulabsolventen (eine zentrale Aufgabe auch der Hochschulen, allerdings nicht wie bei der BA unter speziell arbeits- und beschäftigungspolitischen Aspekten) und die Anbahnung von Kontakten zwischen Stellenanbietern und Bewerbern, insbesondere für Klein- und Mittelbetriebe, die in der Regel wenig eigene Kontakte zu Hochschulen haben.
- Neben Information und Beratung der Arbeitgeber wird der Ausgleich am Akademikerarbeitsmarkt auch durch eine zügige Besetzung von offenen Stellen für Hochschulabsolventen unterstützt. Hierbei sind direkte individuelle Vermittlungsbemühungen ebenso wichtig wie der offensive Einsatz der Selbstinformationseinrichtungen SIS, AIS, ASIS und die Unterstützung der Einstellungen durch finanzielle Leistungen der Arbeitsförderung.

- Die Hochschularbeit der BA richtet sich auch an die Hochschulen als Anbieter von akademischer Ausbildung mit dem Ziel, über Entwicklungen am akademischen Arbeitsmarkt und über Qualifikationsbedarfe des Beschäftigungssystems zu informieren und die Hochschulen bei der Ausgestaltung ihrer Studienangebote oder bei Studienreformen zu unterstützen. Diese Aktivitäten richten sich auch an andere Institutionen der Bildungspolitik und Bildungsplanung und sollen zu einer besseren Abstimmung zwischen Bildungs- und Beschäftigungssystem beitragen.

Hochschularbeit ist ein geschäftspolitisch wichtiges Handlungsfeld der BA, dessen Bedeutung weit über den Nutzen für die unmittelbaren Zielgruppen hinausreicht. Positive Erfahrungen, die Unternehmen in diesem Arbeitsmarktsegment mit den Dienstleistungen der BA machen, dienen dem Marketing für die BA in anderen Bereichen. Hochschulabsolventen sind in Wirtschaft und Verwaltung wichtige Multiplikatoren in der Kompetenzbeurteilung der Arbeitsämter. Ein hoher Qualitätsstandard und ein hoher Einschaltungsgrad in der Hochschularbeit unterstreichen die Rolle der BA als kompetente Partnerin und Anbieterin von Beratungs- und Vermittlungsdienstleistungen auf dem Beschäftigungsmarkt.

3. Aufgabenkatalog

Aus den o.g. Zielen der Hochschularbeit ergibt sich ein umfangreicher Katalog an Aufgaben und Maßnahmen für die gemeinsame Hochschularbeit der Abteilungen Berufsberatung (BB) und Arbeitsvermittlung und Arbeitsberatung (AVuAB) bzw. der Ausbildungs- und Arbeitsmarktpartnerteams. Diese Aufgaben, Inhalte und Anforderungen der Hochschularbeit, die im RdErl 46/96 und früheren Erlassen nur grob skizziert wurden, werden nachfolgend ausführlich und differenziert nach den einzelnen Kunden- und Zielgruppen beschrieben. Alle AÄ mit einer oder mehreren Hochschulen im Bezirk müssen im Rahmen ihrer Hochschularbeit diese Aufgaben wahrnehmen - unabhängig davon, ob ihre Hochschularbeit in Form eines Hochschulteams organisiert ist oder nicht. Umfang, Intensität und themenspezifische Ausrichtung der Angebote richten sich nach den örtlichen Erfordernissen und Möglichkeiten (vgl. Abschnitt 4).

3.1 Operative Aufgaben: Dienstleistungsangebote für die verschiedenen Kunden und Zielgruppen

Die Dienstleistungsangebote der Arbeitsämter im Rahmen der Hochschularbeit umfassen - unabhängig von der Form ihrer Organisation - die berufliche Einzel- und Gruppenberatung (**Beratung**), eine Vielzahl von verschiedenartigen Veranstaltungsangeboten zu studien- und berufsrelevanten Themen (**Berufsorientierung**) und Hilfen beim Übergang in Beschäftigung (**Übergangsvorbereitung, Vermittlung, Förderung**). Nach dem SGB III sind die Angebote - mit Ausnahme der Förderleistungen - grundsätzlich gleichrangig. Allerdings erfordern die eingangs formulierten Ziele der Hochschularbeit, die gestiegene Zahl an Studierenden und ihr wachsender Informations- und Beratungsbedarf insbesondere eine Intensivierung der Orientierungsangebote und Gruppenmaßnahmen. Hochschularbeit darf sich nicht auf das Angebot von Sprechstunden und/ oder terminierter Beratung an der Hochschule und in der Vermittlung von Hochschulabsolventen in Beschäftigung beschränken. Im Hinblick auf die wachsende Bedeutung der Selbstinformation sind bei den Angeboten der Hochschularbeit die stark erweiterten Internetnutzungen im Hochschulbereich und das veränderte Informationsverhalten der jeweiligen Zielgruppe zu berücksichtigen. Für Beratung, Orientierung, Vermittlung und Förderung müssen daher interaktive Angebote über das Internet vermehrt eingesetzt und genutzt werden.

3.1.1 Studieninteressierte

Bei Studieninteressierten kann es sich um Schüler/ -innen der Sekundarstufe II (Gymnasien, Fachoberschulen, etc.) und um andere Personen mit Studienberechtigung handeln (Wehr-/ Zivildienstleistende, Personen in freiwilligen Diensten, Berufstätige, Auszubildende oder z.Z. Arbeitslose), die ihr Studium nicht unmittelbar im Anschluß an die Schule, sondern zu einem späteren Zeitpunkt aufnehmen wollen. Sie werden beraterisch dort betreut, wo sie anlaufen (in der Schule, im AA oder an der Hochschule) und sie können Orientierungsangebote für Studierende, insbesondere solche für Anfangssemester, nutzen. Für sie werden - außer den häufig gemeinsam mit der Studienberatung durchgeführten Hochschul-Informationstagen - keine eigenständigen Angebote in der Hochschularbeit organisiert. Sie sind jedoch im Rahmen der Beratungs- und Orientierungsaktivitäten der BB-A/H im Sekundarbereich II auf für sie geeignete Veranstaltungen der Hochschularbeit hinzuweisen bzw. offensiv dorthin einzuladen.

3.1.2 Studierende und Absolventen

- **Beratung:**
Für Studierende und Absolventen ist ein regelmäßiges, gut erreichbares Beratungsangebot - d.h. in der Regel in der Hochschule oder hochschulnah - einzurichten. Das Beratungsangebot umfaßt Sprechstunden, die bedarfsgerecht angeboten werden, sowie terminierte Einzelberatungen (BnV) und Gruppenberatungen, die in der Hochschule oder im AA durchgeführt werden. Die Beratung greift alle Fragen auf, die seitens der Zielgruppen an das AA gestellt werden. Soweit erforderlich, wird qualifiziert an andere Beratungsdienste (Studienberatungen, Studentenwerk, Psychotherapeutische Beratung, Akademisches Auslandsamt, etc.) verwiesen.

Zur Vorbereitung oder Unterstützung der individuelle Beratung können auch Internetangebote eingesetzt bzw. entwickelt werden, z.B. Beratungsfragebogen, Checklisten für die Beratung, Antwortkonserven für häufig gestellte Fragen (FAQ), E-Mail-Funktion zur Beantwortung von Anfragen.

- **Berufsorientierung/ Gruppeninformation:**
Berufsorientierung für Studierende und Absolventen erfolgt durch personale und mediale Angebote.
Die **medialen** Angebote umfassen die Schriften
 - * "Studien- und Berufswahl",
 - * "abi-Berufswahlmagazin",
 - * "UNI - Magazin" (einschließlich des dazugehörigen Internetangebots "www.unimagazin.de") und die
 - * studienbezogenen Angebote im BIZ (Info-Mappen, Filme, Diaserien und Hörprogramme, Hochschulpanoramen),
 - * die Arbeitsmarktberichte der Arbeitsmarktinformationsstelle der ZAV

und computergestützte, interaktive Selbstinformationsangebote der BA:

- * Studien- und Berufswahl - online ("www.studienwahl.de")
- * KURS - die Datenbank für Aus- und Weiterbildung ("KURS im Internet" unter "www.arbeitsamt.de")
- * BIZ-Computer mit dem Programm "Interessen - Studium - Beruf"
- * Stellen-Informationen-Service (SIS)
- * Arbeitgeber-Informationen-Service (AIS)
- * Ausbildungs-Stelleninformationen-Service (ASIS)
- * sonstige Internet-Angebote der BA unter "www.arbeitsamt.de", hier insbesondere die Informationen über die Angebote der Hochschulteams.

Die **personalen** Angebote zur Berufsorientierung in der Hochschularbeit werden entweder in Eigenregie der AA oder in Kooperation mit Partnern und anderen Anbietern innerhalb oder außerhalb der Hochschulen konzipiert und durchgeführt. Eine Abstimmung mit oder Information der Hochschule bzw. der Studienberatungsstelle sollte auch bei Maßnahmen in Eigenregie erfolgen, um die Akzeptanz bei den Partnern an der Hochschule zu sichern, mögliche Synergieeffekte zu nutzen und so insgesamt die Effizienz der Hochschularbeit der BA zu steigern. Die Kooperationsformen reichen von Maßnahmen externer Anbieter, die im Auftrag des AA durchgeführt werden, über Beteiligung des AA an Maßnahmen anderer bis hin zu gemeinsam mit den Partnern durchgeführten und verantworteten Veranstaltungen oder Veranstaltungsreihen.

Art, Inhalte und Umfang berufsorientierender Veranstaltungen in der Hochschularbeit orientieren sich an den unterschiedlichen Fragestellungen und Problemlagen der Studierenden im Studienverlauf und an den Erfordernissen, die sich aus der jeweiligen Hochschulart (FH, Uni, TU, Kunsthochschule) und den dort vertretenen Fachrichtungen und deren Arbeitsmarktlage ergeben. In jedem Fall charakterisiert der Arbeitsmarktbezug jedoch die besondere Kompetenz des Anbieters.

So sind beispielsweise für Studierende geisteswissenschaftlicher Fächer z.T. andere Inhalte und Themen anzubieten als für angehende Ingenieure und Mediziner. Universitäten/Studienfachrichtungen/Fachbereiche mit hohen Studienabbrecherquoten benötigen ein entsprechend umfangreiches Angebot für diese spezifische Problemlage, usw.

Die Veranstaltungsformen und -methoden sollten sich an modernen Präsentationsformen orientieren. Neben der "klassischen" Vortragsform sind auch vermehrt ansprechende, handlungsorientierte Angebote zu unterbreiten.

Das Standardangebot sollte mindestens die folgenden Themen und Veranstaltungsformen beinhalten:

- * Einführende Veranstaltung(en) zu Studium, Beruf und Arbeitsmarkt, in denen die Bedeutung einer frühzeitigen Ausrichtung des Studiums auf künftige Praxisfelder und Beschäftigungsmöglichkeiten aufgezeigt wird, und in denen die Hilfen des AA für Studierende und Absolventen erläutert werden und zur Inanspruchnahme ermuntert wird. Die Platzierung dieser Angebote empfiehlt sich im Kontext der Einführungsveranstaltungen der Fakultäten oder Fachbereiche für Anfangssemester.
- * Vortragsveranstaltungen und Vortragsreihen nach dem Muster
 - "Berufs- und Tätigkeitsfelder der ..." z.B. Psychologen, Biologen, Ökotoxikologen, usw.
 - "Der Arbeitsmarkt für ..." z.B. Ingenieure, Naturwissenschaftler, Lehrer, Computerfachleute, usw.

Hier empfiehlt sich die Einbeziehung von Berufsvertretern und Experten, um Authentizität und Praxisbezug herzustellen.

- * Informationsveranstaltungen, Messen, moderierte Erfahrungsaustausche u.ä. zum Thema Studium und Praktika im Ausland; Arbeiten in Europa etc.
- * Seminarangebote, workshops, Arbeit mit Gruppen, in denen in Kleingruppen spezifische Themen und persönliche Problemlösungen erarbeitet werden können, z.B. Berufsziel- und Lebensplanung, Studienfachwechsel, Studienabbruch.
- * Veranstaltung von oder Teilnahme an öffentlichen Podiumsdiskussionen, Hearings, Fachtagungen oder Kongressen zu arbeitsmarktrelevanten Fragestellungen des Studiums, der Beschäftigungsperspektiven und -alternativen oder zur Zukunft der Arbeit und Qualifikationsentwicklung.

Synergieeffekte und eine bessere Erreichbarkeit der Zielgruppen können auch durch eine Nutzung des Internets für Orientierungsangebote erreicht werden. Überregional bedeutsame Veranstaltungen können per Videokonferenztechnik bzw. als Aufzeichnung durch Einstellung ins Internet Studierenden und Beratern anderer AA-Bezirke/ Hochschulstandorte angeboten werden.

- **Übergangsvorbereitung/ Begleitung des Berufseinstiegs:**

Das Standardangebot sollte je nach örtlichem Bedarf zumindest einige der nachfolgend aufgeführten Maßnahmen enthalten

- * Angebote zu Praxiserfahrungen und Kontakten mit Arbeitgebern z.B. durch:
 - Firmenkontaktmessen, Jobbörsen, Rekrutierungsmessen, Studienabbrecherbörsen
 - Exkursionen zu Unternehmen, Messen und Ausstellungen
 - Teilnahme an Betriebs- oder Presseseminaren, Kurzzeitpraktika
 - Veranstaltungen mit Absolventen, etc.

Hier sind der Phantasie wenig Grenzen gesetzt, Kooperationen mit Unternehmen und anderen Institutionen sind unerlässlich. Solche Veranstaltungen richten sich üblicherweise an Studierende in der zweiten Hälfte des Studiums bzw. an Endsemester und Absolventen. Sie können jedoch auch für Anfangssemester, die sich über ihr Studium oder ihren Studienschwerpunkt noch im Unklaren sind, sinnvoll sein.

- * Seminarmäßige Angebote zu Bewerbungsstrategien, Bewerbungstrainings (einschl. Übungen zur Bewerbung via Internet), Assessment-Center, Moderations- und Präsentationstechniken, Existenzgründung richten sich in der Regel an Endsemester und Absolventen.

- **Vermittlung**

- * Akquisition von Arbeits-, Ausbildungs- und Praktikantenstellen für Studierende, Studienabbrecher und Hochschulabsolventen
- * Vermittlung von Hochschulabsolventen in Arbeitsstellen
- * Praktikantenvermittlung, Praktikantenbörsen, ggfs. in Zusammenarbeit mit den Praktikumsstellen der Hochschulen und anderer Institutionen,
- * Vermittlung in Ausbildungsstellen für Studienabbrecher
- * Selbstinformationseinrichtungen für die Vermittlung (SIS, AIS und ASIS)

- **Förderung**

Im Bereich der individuellen Förderung werden v.a. Absolventen und Studienabbrecher über finanzielle Fördermöglichkeiten der AÄ bei der Aufnahme einer Beschäftigung, der beruflichen Weiterbildung, über ABM, usw. informiert. Zur Aufgabe der Hochschularbeit gehört auch die Anregung von Weiterbildungsmaßnahmen für den besonderen Personenkreis.

3.1.3 Unternehmen/ Arbeitgeber

Unternehmen und Arbeitgeber sind wichtige Kunden in der Hochschularbeit der AÄ (vgl. Abschnitt 2). Zugleich sind sie wichtige Kooperationspartner für die vielfältigen Aufgaben der Hochschularbeit. Alle Beratungs- und Vermittlungsfachkräfte in der Hochschularbeit müssen daher engen Kontakt zu Betrieben pflegen.

• **Vorrangige Angebote für Unternehmen/Arbeitgeber:**

- * Beratung in Fragen der Personalbedarfsermittlung, Nachwuchsrekrutierung und Stellenbesetzung für Akademiker
- * Erschließung von Beschäftigungsmöglichkeiten für Absolventen, Praktikanten und Studienabbrecher (Stellenakquisition)
- * Schaffung von Kontaktmöglichkeiten für Betriebe zur Hochschule und möglichen Bewerbern, insbesondere für Klein- und Mittelbetriebe, das Handwerk und Branchen, die bislang nur wenige Akademiker beschäftigen (z.T. widmen sich auch Transferstellen an Hochschulen dieser Aufgabe)
- * Vermittlung von Hochschulabsolventen in Arbeits- oder Praktikantenplätze und in Traineeprogramme
- * Information über Studiengänge und -inhalte sowie Qualifikationsprofile von Hochschulabsolventen und mögliche (alternative) Einsatzfelder; Veränderungen in der Hochschullandschaft
- * Beratung in bezug auf Frauenförderung - hier insbesondere Frauen in technischen Berufen und Führungspositionen
- * Information und Beratung zur finanziellen Förderung von Unternehmen bei der Beschäftigung von Hochschulabsolventen und Studienabbrechern
- * Einrichtung von Traineeprogrammen u.a. Qualifizierungsprojekten für Hochschulabsolventen für bestimmte Unternehmen oder Branchen
- * Gewinnung von Unternehmen für die Durchführung von Kooperationsprojekten in Zusammenarbeit mit den Hochschulen, dem AA und anderen Einrichtungen zur Verbesserung des Praxisbezugs im Studium und zur Erweiterung der beruflichen Einsatzmöglichkeiten in alternativen Beschäftigungsfeldern.

Zur Stärkung der Arbeitsmarktkompetenz der Fachkräfte werden Fortbildungsveranstaltungen solche Themen aufgreifen.

3.1.4 Hochschulen

Die Hochschulen mit ihren zahlreichen Untergliederungen (Hochschulleitungen, Fakultäten/Fachbereiche, Hochschullehrer/innen, Studienberatungen, Fachschaften, akademische Ämter) sind - ähnlich wie Unternehmen - wichtige Kunden und zugleich Kooperationspartner der AÄ bei der Durchführung ihrer Hochschularbeit. Ein enger Kontakt und wechselseitige Abstimmung bzw. Kooperation bei den Angeboten der AÄ in und für Hochschulen sind daher unerlässlich (vgl. Abschnitt 3.2). Das Ziel, den Ausgleich auf dem Akademikerarbeitsmarkt zu unterstützen, läßt sich nur erreichen, wenn auch die Hochschulen ausreichend über Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt und den Qualifikationsbedarf in Wirtschaft und Gesellschaft informiert sind. Die Informations- und Beratungsaktivitäten der AÄ für die Hochschulen sollten sich daher u.a. auf folgende Themen und Bereiche beziehen:

- * Arbeitsmarktinformationen, allgemein und zu speziellen Studiengängen sowie zur Akzeptanz der Studienabschlüsse
- * Informationen über die Erwartungen der Betriebe an die Hochschulen
- * Anbahnung von Kontakten zwischen Hochschulen und Betrieben, wo diese nicht bestehen
- * Beratung bei der Einrichtung neuer und der Reform bestehender Studiengänge (Mitarbeit in Studienreformkommissionen u.ä.)
- * Darstellung des Dienstleistungsangebots der AÄ

Die **Kooperation** mit den Hochschulen bzw. Studienberatungen an den Hochschulen und weiterer hochschulnaher Beratungseinrichtungen (z.B. Akademisches Auslandsamt, Transferstellen der Hochschulen, Deutsches Studentenwerk, DAAD,) kann sich - je nach örtlicher Situation - auf die Planung, Organisation, Weiterentwicklung oder Unterstützung folgender (gemeinsamer) **Vorhaben** beziehen:

- * Gemeinsame Veranstaltungen/Veranstaltungsreihen, Semester-/ Jahresprogramme
- * Gemeinsame bzw. vernetzte Beratungs-, Orientierungs- und/ oder Vermittlungsangebote; Beratungsverbände; Career Services
- * Initiierung/ Unterstützung von Kooperationsprojekten zwischen Hochschule, Wirtschaft und AA zur Vermittlung studienbegleitender Zusatzqualifikationen/ Praktika usw. ("Magister optimum", "Kostar", "Student und Arbeitsmarkt" etc.) und/ oder von studentischen Arbeitsmarktinitiativen
- * Gemeinsame Praktikantenbörsen/ Praktikantenvermittlung
- * Herausgabe gemeinsamer Schriften und anderer Medien; gemeinsame Internetprojekte; Schriftenaustausch

3.2 Koordinations-, Kooperations- und Infrastrukturaufgaben

3.2.1 Planung und Koordinierung der Hochschulaktivitäten des AA

Hierzu gehören in erster Linie

- * eine kontinuierliche Bedarfsanalyse erforderlicher Aktivitäten, Angebote und Themen für die jeweiligen Zielgruppen
- * die Planung der Angebote und deren personelle, zeitliche und räumliche Umsetzung
- * die Abstimmung und gemeinsame Vorbereitung mit den beteiligten Hochschulen/Partnern
- * die Gewinnung von Referenten
- * die Erstellung der Semester-Veranstaltungsprogramme
- * die Präsentation der Hochschularbeit des AA im Internet
- * Öffentlichkeitsarbeit

Die Planung und Durchführung der Hochschularbeit erfordert eine enge **Kooperation** mit den Hochschulen und anderen **Kooperationspartnern an und im Umfeld von Hochschulen**, hier insbesondere mit den ebenfalls dort tätigen Beratungseinrichtungen. Bei der Umsetzung sind deren Angebote und Kompetenzen so zu berücksichtigen, daß

- * einerseits die Angebote der BA gleichberechtigt neben die Angebote anderer Institutionen treten und
- * dabei das jeweils eigene Profil der verschiedenen Partner erhalten bleibt,
- * daß aber andererseits die Angebote aufeinander abgestimmt, Doppelungen vermieden und Synergieeffekte erzielt werden.

Anzustreben sind - je nach örtlicher Lage - lockere Netzwerke, ggf. auch festere Beratungsverbände oder Career Services. Um solche Kooperationen aufzubauen und zu pflegen, bedarf es kontinuierlicher Kontakte v.a. zu:

- * Hochschulleitungen/-verwaltungen, Fachbereichen (Präsidenten, Rektoren, Dekanen, Kanzlern)
- * einzelnen Hochschullehrern

- * Studienberatungen (Zentrale Studienberatungen, Fachstudienberatungen)
- * anderen Beratungseinrichtungen
- * Transferstellen der Hochschulen
- * Akademischen Auslandsämtern
- * Praktikantenämtern
- * Prüfungsämtern
- * Studentenwerken
- * Fachschaften, Studenteninitiativen
- * Pressestellen der Partnereinrichtungen
- * Betrieben und Organisationen der Wirtschaft
- * Berufsverbänden, Unternehmensberatungen
- * Bildungsträgern

3.2.2 AA-übergreifende Kooperation in der Hochschularbeit

Hochschularbeit erfordert in besonderem Maße eine ämterübergreifende Kooperation angrenzender AA-Bezirke, um auch Studierenden und Absolventen kleinerer Hochschulorte ein leistungsfähiges Angebot machen zu können und um auch an Standorten ohne Hochschule(n) die Beratungskompetenz zu sichern. Je nach den regionalen Gegebenheiten (u.a. einheitlicher Wirtschafts- oder Bildungsraum; günstige Verkehrsbedingungen) sollen angrenzende Arbeitsämter - auch über LAA-Grenzen hinweg - ihre Angebote im Bereich der Hochschularbeit aufeinander abstimmen und miteinander kooperieren, u.a. durch:

- Verweise in den Veranstaltungsprogrammen
- Herausgabe gemeinsamer Programme
- ausgewählte gemeinsame Veranstaltungen
- "Tage der offenen Tür"
- Wiederholung von Veranstaltungen an kleineren Hochschulstandorten oder in AÄ ohne eigene Hochschule(n)
- Begründung von "Patenschaften" zwischen kleinen und großen AÄ in bezug auf Hochschularbeit
- "Hospitationen" und andere Formen geregelter Mitarbeit von BB-A/H kleinerer AÄ in größeren Hochschul-AÄ
- Nutzung neuer Medien, u.a. des BA-Intranet und des Internet ("Hochschulteam online").

Die Kooperationen sind mit den Landesarbeitsämtern abzustimmen.

3.2.3 Kooperations- und Koordinationsaufgaben innerhalb des AA

Gemeinsame Hochschularbeit von BB und AVuAB bzw. Ausbildungsmarkt- und Arbeitsmarktpartnerteams erfordert eine gute abteilungs- und teamübergreifende Zusammenarbeit. Dies gilt nicht nur für AÄ mit Hochschulteam, sondern in besonderem Maße für AÄ ohne Hochschulteam. Außer der unmittelbaren Beteiligung der jeweiligen Fachkräfte an der Hochschularbeit geht es dabei insbesondere um

- die Vereinbarung sinnvoller Schnittstellen zwischen Hochschularbeit und den in den Abteilungen bzw. Teams zu erledigenden Aufgaben (z.B. Beteiligung von Arbeitsberatern der zuständigen Berufsbereiche/Arbeitsmarktpartner teams an bestimmten Veranstaltungen an der Hochschule, Verweis von Bewerbern an den Vermittlungsservice im zuständigen Berufsbereich//Arbeitsmarktpartner team),
- Zusammenarbeit mit Fachdiensten (PD, ÄD); Teamberatungen
- Regelmäßige Abstimmungen der beteiligten Fach- und Führungskräfte im AA über die in der Hochschularbeit erforderlichen Aktivitäten und Ressourcen (vgl. Abschnitt 4)
- Zusammenarbeit mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Zusammenarbeit mit und Unterstützung seitens der Verwaltung bei den räumlichen und sächlichen Ressourcen für die Hochschularbeit

3.2.4 Sicherung der fachlichen Kompetenz

Mit Blick auf künftige Entwicklungen und Herausforderungen erhält die Sicherung der fachlichen Kompetenz auch im Rahmen der Hochschularbeit zunehmende Bedeutung. Ein enger fachlicher Informationsaustausch zwischen den Verantwortlichen in der Hochschularbeit und den übrigen zuständigen Stellen des AA über aktuelle, regionale und überregionale Arbeitsmarkt-, Bildungs- und Ausbildungsentwicklungen, über Entwicklungen in den Schulen des Sekundarbereichs II und in den Hochschulen sowie auf dem Akademikerarbeitsmarkt ist daher unabdingbar. Die Teilnahme der mit Hochschularbeit betrauten Mitarbeiter/innen an Dienstbesprechungen der übrigen zuständigen Organisationseinheiten sowie die regelmäßige Versorgung mit allen für die angesprochenen Bereiche relevanten Inhalten kann dazu beitragen, den erforderlichen Informationsfluß zu sichern.

3.2.5 Erstellung von Analysen und Berichten zur aktuellen Situation der Studierenden und zur Arbeitsmarktlage von Hochschulabsolventen

Die Erkenntnisse aus der Hochschularbeit müssen für das AA insgesamt, für Fach- und Führungskräfte, für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, für Vortragsveranstaltungen u.ä. nutzbar gemacht werden. Hierzu sind regelmäßig Daten und Erkenntnisse aus der eigenen Hochschularbeit, aber auch aus Statistiken und Veröffentlichungen auszuwerten und ggf. Berichte o.ä. zu erstellen. Dabei sind auch die zentral erarbeiteten Materialien der Arbeitsmarktinformationsstelle der ZAV, des IAB und der Referate ICF bei den LAÄ, der Hauptstelle und der LAÄ hinzuzuziehen.

3.2.6 Präsentation in der Öffentlichkeit; Mitwirkung bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Erfolgreiche Hochschularbeit setzt systematische und wirksame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit voraus, um die Zielgruppen und Kooperationspartner optimal zu erreichen und für das Dienstleistungsangebot zu werben. In diesem Zusammenhang wird nochmals auf die eingangs hervorgehobene strategische Bedeutung der Hochschularbeit für Einschaltung und Image der BA auch in anderen Marktsegmenten hingewiesen (vgl. Abschnitt 2).

Die bisherige Öffentlichkeitsarbeit für die Hochschularbeit wurde dem zwischenzeitlich entwickelten Corporate Design der BA angepaßt bzw. entsprechend verändert. Ein neuer Gestaltungsrahmen, der bei allen Publikationen, Programmheften, Plakaten, Zeitungsanzeigen, usw. zu verwenden ist, löst das bislang verwendete Symbol ab (RdErl. Vom 15.07.1999, Ib2-6201.7/6302.4/6010.8/5409/1306). Ausnahmen sind lediglich in solchen Fällen möglich, in denen eine Kooperationsvereinbarung mit Partnern (Beratungsverbund, Career Service) oder gemeinschaftlich getragene und finanzierte Vorhaben eine Verwendung des BA-Erscheinungsbildes nicht im vollen Umfang zulassen.

Zu den Aufgaben einer zielgruppengerechten und öffentlichkeitswirksamen Präsentation und Information über die Hochschularbeit gehören u.a. folgende Bereiche:

- effektive Distribution des Veranstaltungsprogramms; Informationsstände, Plakatierung und andere Formen der Bekanntgabe von Veranstaltungshinweisen, Beratungsangeboten, Öffnungszeiten, usw.
- Plazierung der Angebote und aktuellen Hinweise sowie Berichte über Veranstaltungen in der örtlichen, ggf. überörtlichen, (Tages-) Presse, in Funk- und Fernsehen sowie in Vorlesungsverzeichnissen und Hochschulzeitschriften
- Darstellung der Beratungs- und Unterstützungsangebote, der Erfahrungen und Erfolge in den Medien, u.a. auch anhand journalistisch aufbereiteter Falldarstellungen oder Reportagen, um so auch eine emotionale Ansprache von Lesern und Zuhörern zu erreichen

Bei dem Marketing der Hochschularbeit sind die sich verändernden Informationsgewohnheiten der Zielgruppen und die Ausbreitung neuer Medien zu berücksichtigen. Das erfordert auch eine wirksame Plazierung im Internet-Angebot der BA und in den Internet-Angeboten der Partner im Bildungs- und Beschäftigungssystem (z.B. in Studien- und Berufswahl-online, in den Bildungsservern der Bundesländer, der Schulen und Hochschulen, der HRK, der Studienberatungen und auf den Homepages der Wirtschaft für Studierende und Hochschulabsolventen). Auf die erforderliche Beachtung des Style Guide für die Internetpräsentation wird hingewiesen.

3.2.7 Evaluation der Hochschularbeit vor Ort

Zur Qualitätssicherung sind die Angebote der Hochschularbeit vor Ort regelmäßig zu evaluieren. Dies gilt grundsätzlich für alle Aktivitäten, insbesondere aber für:

- die unterschiedlichen Beratungsangebote (Sprechstunden, terminierte Beratung), deren räumlich-zeitliche Plazierung und fachliche Akzeptanz
- die Inanspruchnahme und "Ausschöpfungsgrade" unterschiedlicher Orientierungsangebote durch/ bei bestimmte/ -n Zielgruppen (Seminare, Vortragsveranstaltungen, Messen und Börsen, etc.)
- die Aktivitäten zur Übergangsvorbereitung und Vermittlung
- Art und Anzahl der Kontakte zu Arbeitgebern, Verbänden, etc.

Dabei sind u.a. Fragen der

- Zufriedenheit der Ratsuchenden, Teilnehmer, Betriebe und Kooperationspartner mit den Inhalten und der organisatorischen Umsetzung der Angebote in der Hochschularbeit
- individuellen Wirkungen der verschiedenen Interventionen auf den weiteren Studien- und Berufsverlauf und die berufliche Eingliederung der Ratsuchenden/Teilnehmer sowie auf die Nachwuchsrekrutierung der Unternehmen und der
- Wirtschaftlichkeit der Angebote zu untersuchen.

Neben einfachen statistischen Aufzeichnungen sind Kundenbefragungen und Expertengespräche (z.B. mit Arbeitgebern und Hochschulvertretern) sinnvolle Instrumente der Evaluation. Um eine unabhängige, neutrale Evaluation sicherzustellen, sollte nach Möglichkeit externer wissenschaftlicher Sachverstand hinzugezogen werden. Den AÄ wird hierzu eine Arbeitshilfe zur Verfügung gestellt; auf die entsprechenden Fortbildungsangebote der FH Mannheim wird verwiesen. Die Aufwände für Evaluation sind bei der Aufgabenplanung zu berücksichtigen.

Die Evaluation ist kein Instrument der Dienst- und Fachaufsicht oder der Personalbeurteilung, sondern dient ausschließlich der Qualitätssicherung der Angebote in der Hochschularbeit.

4. Jährliche Vereinbarungen über den Umfang der Hochschularbeit

Hochschularbeit als gemeinsame Aufgabe von BB und AvuAB, bzw. Ausbildungs- und Arbeitsmarktpartnerteams und als geschäftspolitisch wichtiges Handlungsfeld der BA bedarf einer Zielplanung der Beteiligten im AA über den erforderlichen Umfang und die einzusetzenden Ressourcen. Die dabei zu beachtenden fachlichen Entscheidungskriterien werden nachfolgend beschrieben:

1. Der fachliche Aufgabenkatalog (vgl. Abschnitt 3)
2. Erfordernisse, die sich aus der örtlichen Hochschul- und Beratungslandschaft ergeben
3. Anforderungen aus den übrigen Fachaufgaben des AA

Zu 1.

Der fachliche Aufgabenkatalog.

Diese Thematik wird im Abschnitt 3 des Fachkonzeptes abgehandelt.

Zu 2.

Erfordernisse, die sich aus der örtlichen Hochschul- und Beratungslandschaft ergeben

Neben den rein quantitativen Anforderungen, die sich aus der Zahl der Studierenden und der Anzahl der zu betreuenden Hochschulen ergeben, wird der Beratungs- und Informationsbedarf inhaltlich durch die Art der Hochschulen (Fachhochschule, Universität, Kunsthochschule, Verwaltungsfachhochschule, usw.) und die dort vertretenen Fachrichtungen mit ihren je unterschiedlichen Problemlagen beeinflusst: z.B. hohe Studienabbrecherquoten und Wechslerquoten an geisteswissenschaftlichen Fakultäten, Bedarf an Praktikumsplätzen oder studienbegleitenden Zusatzqualifikationen, besonderen Einstiegshilfen oder Traineeangeboten bei wirtschaftsnahen Studienfächern, usw.

Die jeweilige Arbeitsmarkt- und Konjunkturlage beeinflusst das Übertritts- und Studienwahlverhalten junger Menschen und bewirkt so u.a. erhebliche Schwankungen bei den Studienanfängerzahlen in den einzelnen Studiengängen. Dies wiederum beeinflusst die Berufseinstiegschancen und Arbeitslosigkeitsrisiken der Absolventen und ruft unter Abiturienten, Studierenden und Absolventen hohen Informations- und Beratungsbedarf hervor. Gleichzeitig steigt der Bedarf an Fördermaßnahmen zur beruflichen Eingliederung oder zur beruflichen Weiterbildung sowohl für Absolventen als auch für Betriebe. Insofern beeinflusst die Arbeitsmarkt- und Konjunkturlage indirekt auch die Kooperationsbeziehungen mit Hochschulen und mit der Wirtschaft (z.B. bei der Gewinnung von Referenten oder bei der Durchführung von Betriebsbesuchen).

Die Aktivitäten der AA sind auch abhängig davon, wie intensiv sich die Hochschulen selbst unter Nutzung ihrer Kontakte zur Wirtschaft - um die Orientierung ihrer Studierenden und den Verbleib ihrer Absolventen bemühen oder wie sonstige Beratungseinrichtungen oder Initiativen aus dem Hochschulumfeld in den Beratungs- und Orientierungsprozeß eingebunden sind. Grundsätzlich sind die Angebote des AA so einzubringen, daß einerseits die Erfüllung des gesetzlichen Auftrags der BA gewährleistet wird, andererseits zum Nutzen der Kunden die eigenen Angebote mit denen anderer sinnvoll abgestimmt werden, um auf diese Weise Doppelarbeit zu vermeiden und Synergieeffekte zu erzielen.

Zu 3.

Anforderungen aus den übrigen Fachaufgaben des AA

Die Hochschularbeit steht sowohl in der Berufsberatung/bei den Ausbildungsmarktpartnern als auch in der Arbeitsvermittlung und Arbeitsberatung/bei den Arbeitsmarktpartnern in Konkurrenz zu den übrigen Fachaufgaben, die in der Regel quantitativ einen wesentlich größeren Umfang haben. In der Berufsberatung, bzw. bei den Ausbildungsmarktpartner-teams sind es die wachsenden Orientierungs- und Beratungsaufgaben in der Sekundarstufe II sowie die schwierige Situation auf dem Ausbildungsstellenmarkt, die erhöhte Anforderungen an die BB-A/H stellen. In der Arbeitsvermittlung und Arbeitsberatung, bzw. den Arbeitsmarktpartner-teams erfordern die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit, die beraterische, vermittlerische und leistungsrechtliche Betreuung vor allem der Arbeitslosen und der Arbeitgeber alle verfügbaren Kräfte.

Dennoch darf Hochschularbeit angesichts dieser Anforderungen nicht zur Restgröße werden, sondern muß gerade wegen ihrer über die unmittelbare Zielgruppe hinausgehenden Bedeutung innerhalb der Geschäftspolitik einen eigenständigen und klar definierten Stellenwert im Aufgabenspektrum des AA behalten. Dazu bedarf es verbindlicher Vereinbarungen der Beteiligten.