

Auch wir sind Deutschland

Ausländische Jugendliche suchen Einstieg in deutschen Ausbildungsmarkt

Offen und neugierig gehen 13 Schüler auf eine Vielzahl von Messeständen zu. Sie suchen bei den über 90 Ausstellern der azubi- und studentage in München nach den ersten wertvollen Kontakten auf dem deutschen Ausbildungsmarkt. Die Jugendlichen sind Teilnehmer eines Deutschkurses, den die Arbeiterwohlfahrt München organisiert und besuchen auf Anregung ihres Klassenlehrers für einen Tag die Ausbildungsmesse. Ziel ihrer Exkursion ist es, den Ausbildungsanbietern zu vermitteln, dass sie mit deutschen Jugendlichen durchaus mithalten können und mit ihrer italienischen, türkischen oder sudanesischen Muttersprache ein Gewinn für jedes Unternehmen sind.

Auf der Messe haben die Schüler die Gelegenheit, ihre vorbereiteten Bewerbungen gleich in die richtigen Hände zu geben. „Die persönlichen Gespräche waren für beide Seiten sehr fruchtbar“, fasst Frans Louis Isrif, Veranstalter der azubi- und studentage, die Aktion zusammen. Angestoßen durch das positive Feedback, ruft er die Initiative „Auch wir sind Deutschland“ ins Leben, um auf zukünftigen Messen gezielt jugendliche Migranten mit Unternehmen und Hochschulen zusammenzuführen.

Studie belegt: Ausländische Bewerber werden benachteiligt

Die Aktion soll dabei helfen, die Benachteiligung von Ausländern im Bewerbungsprozess zu umgehen. Den Handlungsbedarf hat nun eine Studie des Instituts zur Zukunft der Arbeit (IZA) belegt: in einer Reihe von Testbewerbungen wurden Bewerber mit türkischem Namen bei gleicher Qualifikation zu 14 Prozent seltener zu Vorstellungsgesprächen eingeladen. Weiter stellen die Forscher fest, dass die ungleiche Behandlung nicht auf die Persönlichkeit des Bewerbers, sondern auf Vorurteile gegenüber der Gruppe zurückgeführt werden kann.

Ein Vorurteil besteht zum Beispiel darin, dass ausländischen Bewerbern eine mangelnde Sprachkompetenz in Deutsch unterstellt wird. Isrif, der selbst vor 31 Jahren aus den Niederlanden nach Deutschland umzog, spricht aus Erfahrung: „Eine Messe ist die ideale Plattform, um persönliche Gespräche zu führen und gegenseitige Erwartungen abzustecken“. Die Aktion „Auch wir sind Deutschland“ richtet sich jedoch nicht nur an Jugendliche, die eine Ausbildung suchen. Auf den azubi- und studentagen sind ferner weiterführende Schulen und Universitäten anwesend.

Azubi- und studentage: 19 Jahre Erfahrung im Schul- und Bildungsmarketing

Mit 19 Jahren Erfahrung im Schul- und Bildungsmarketing gehört die mmm message messe & marketing GmbH zu den führenden Veranstaltern von Bildungsmessen. Die azubi- & studentage sind bundesweit in acht Bundesländern vertreten und bieten Schülern aller Abschlussklassen eine Plattform für ihre berufliche Orientierung. Namhafte Unternehmen, Hochschulen, Berufsschulen, Kammern und Anbieter von Sprachreisen treffen dort qualifizierte Bewerber für ihre Nachwuchsgewinnung an.

Unterstützen Sie die Aktion „Auch wir sind Deutschland“ auf Facebook mit einem Klick auf „Gefällt mir“ unter www.facebook.com/auchwirsinddeutschland. Weitere Infos zu den azubi- und studentagen finden sie unter www.azubitage.de und auf www.facebook.com/azubitage.

Kontakt

Eric Placzeck

mmm message messe & marketing GmbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (6221) 71404-31

Fax: +49 (6221) 71404-50

E-Mail: awsd-2013@azubitage.de