

Weiterbildung Das Wifi setzt sich für eine Aufwertung des dualen Systems ein und urgiert eine Berufsakademie

„Die Lehre ist richtig cool“

Institutsleiter Michael Landertshammer: „Das duale Bildungssystem ist eine Erfolgsgeschichte.“

Wien. Der demografische Wandel schwebt wie ein Damoklesschwert über Österreichs Wirtschaft: Die Zahl der 15-Jährigen, die in den Arbeitsmarkt eintreten, wird immer kleiner – „der Tiefpunkt wird 2016 erreicht sein“, prognostiziert Michael Landertshammer, Institutsleiter des Wifi Österreich und Leiter der Abteilung für Bildungspolitik in der WKÖ, im Gespräch mit medianet. Hinzu käme, dass das Niveau der Jugendlichen, die in einen Lehrberuf wechseln möchten, immer schwächer werde.

„30 Prozent können nicht sinnfassend lesen“, zeichnet er ein düsteres Szenario und fordert ein Umdenken in der Schulpolitik: „Unser System darf sich nicht länger an den Schwächen der Schüler orientieren, sondern muss die Stärken forcieren. Daher brauchen wir die besten Lehrer, allgemeine Bildungsstandards, Schulautonomie und eine nachhaltige Berufsorientierung in den Schulen“, will er vor allem das Image des Lehrberufs aufpolieren: „Das duale System ist ein österreichisches Erfolgsmodell – was sich in der geringen Jugendarbeitslosigkeit widerspiegelt. Viele Jugendliche wissen aber gar nicht, welche tollen Lehrberufe existieren und werden angehalten eine Oberstufe zu besuchen, obwohl sie in einem praktischen Feld vielleicht besser aufgehoben wären“, so seine nüchterne Situationsbeschreibung. „Vor allem die Lehre mit Matura sollte man hervorstreichen.“ Was seiner Meinung nach aktuell fehle, sei eine Potenzial-



M. Landertshammer: „Bildung ist endlich wieder ein Thema in der Öffentlichkeit.“

analyse für die Schüler: „Von den Jugendlichen muss ein Stärken- und Schwächenprofil erstellt werden, damit sie wissen, was sie wirklich können und sie von der folgenden Ausbildung – egal ob Schule oder Lehre – das Maximum herausholen können.“ Ein derzeitiges Manko der Lehre sei auch, dass eine spätere akademische Laufbahn nur mit großem Umweg eingeschlagen werden könnte: „Was wir vorschlagen, ist eine dritte Säule – also eine Berufsakademie, die ohne öffentliche Mittel auskommt. Die könnte an Einrichtungen, die bereits Erfahrung mit praxisorientierter Weiterbildung haben, sei es das Wifi oder

etwa das bfi, vergeben werden. Wir arbeiten derzeit an der Akkreditierung und sind diesbezüglich mit der Uniko in Verhandlung“, hofft er das Modell bis nächstes Jahr ins Parlament zu bringen.

Maßgeschneiderte Bildung

Froh sei Landertshammer, dass Bildung endlich wieder ein „Thema“ in der Öffentlichkeit sei und Unternehmen wieder verstärkt in ihre Mitarbeiter investierten: „Das Verständnis für die Notwendigkeit von Weiterbildung steigt. Und die Unternehmen suchen vermehrt Mitarbeiter, die sich in Eigenver-

antwortung weiterbilden.“ Für sein Institut bedeute das, dass 40% der Kursteilnehmer am Wifi die Kurskosten vom Arbeitgeber bezahlt bekommen, 40% selbst in die Tasche greifen und rund 20% eine Mischfinanzierung nutzen. „Wenn Firmen ihren Mitarbeitern Weiterbildung ermöglichen, steigern sie die Wertschöpfung. Die Investition in die Menschen erzielt langfristig meist einen höheren Return on Investment als Infrastrukturinvestitionen“, so Landertshammer. Daher sei es eine fast logische Konsequenz, dass seitens des Wifi eine wachsende Nachfrage der Unternehmen nach maßgeschneiderten Programmen sichtbar sei.

Sichtbar sei auch eine Internationalisierung in der Bildung: „Lernen ist nicht mehr regional zugeschnitten. Die Welt wird bunter, schneller und vielfältiger. Darauf muss auch am Weiterbildungssektor reagiert werden.“ Inhaltlich sieht er die Bereiche Greenskills und Energieeffizienz im Kommen: „Natürlich hat auch das Wifi bereits auf diesen Trend reagiert, wie etwa das Gesundheitszentrum des Wifi Steiermark zeigt“, so Landertshammer abschließend. (red)

FACTS & FIGURES

Im Schulungsjahr 2011 besuchten 353.499 Kursteilnehmer österreichweit 30.807 Veranstaltungen und bescherten dem Wifi Österreich einen Umsatz von 145 Mio. €. Für 2012 strebt Institutsleiter Michael Landertshammer ein Plus von fünf Prozent an.

Verantwortung 16 unbegleitete Flüchtlinge aus Afghanistan, Nigeria und Somalia absolvierten Computer-Kurs

T-Systems macht Flüchtlinge fit für die Lehre

Wien. Gesellschaftliche Verantwortung wird im Hause T-Systems groß geschrieben: Im Rahmen des Programms „Bildungswege 2012“ des gemeinnützigen Vereins „lobby.16“ haben nun 16 unbegleitete jugendliche Flüchtlinge erfolgreich einen Computer-Kurs bei T-Systems in Österreich abgeschlossen; Martin Katzer, der neue Geschäftsführer von T-Systems, überreichte kürzlich den Teilnehmern im T-Center die Zertifikate.



Der neue T-Systems Österreich-Chef Martin Katzer (hinten) übergab die Zertifikate an die 16 Teilnehmer des Computer-Kurses.

Teil der Philosophie

„Als Verantwortung tragendes Unternehmen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnik ist es nicht nur unsere Pflicht, sondern auch Teil unserer

Unternehmensphilosophie, einen Beitrag zur Überwindung der digitalen Spaltung der Gesellschaft und zur Verbesserung der Chancengleichheit in unserer Informations- und Wissensgesellschaft zu leisten“, so Katzer.

In zwei Gruppen erlernten die Jugendlichen aus Afghanistan, Nigeria sowie Somalia, die ohne Familie mit dem Ziel einer Lehrstelle nach Österreich gekommen sind, Computer-Basiskenntnisse, die sie für den Einstieg in einen

Lehrberuf oder in eine weiterbildende Schule benötigen.

Mehr als 50 junge Flüchtlinge haben in Summe den Kurs von T-Systems in den vergangenen beiden Jahren bereits erfolgreich absolviert.

monster.at

Ihr neues Leben ruft™

job börse

Die Auf- und Umsteiger der Woche im Kurzporträt.



M. Schwarzingner

Roland Berger

Michaela Schwarzingner (45) leitet seit Februar als „HR Manager CEE“ von Wien aus sämtliche Personalagenturen von Roland Berger in der Region Central Eastern Europe. Zuletzt war Schwarzingner für Heidrick & Struggles tätig.



Wolfgang Hammerer

WdF

Wolfgang Hammerer ist der neue Geschäftsführer des Wirtschaftsforum der Führungskräfte (WdF). Er folgt damit Roland Graf, der vier Jahre Geschäftsführer war. Hammerer war zuletzt Geschäftsführender Gesellschafter der b&s GmbH.



Kristin Forsthuber

Kiska

Kristin Forsthuber (45) verstärkt ab sofort das Brand-Team des Design- und Markenberatungsunternehmens Kiska. Die Markenspezialistin bringt vor allem ihre Kenntnisse im Bereich FMCG (Fast Moving Consumer Goods) ein.



André Schroeder

Johnson & Johnson

André Schroeder (46) hat mit 1. März die Geschäftsführung der Johnson & Johnson GmbH in Österreich übernommen. Er folgt auf Andreas Gerber, der in die Geschäftsleitung der Janssen-Cilag AG in der Schweiz wechseln wird.

Karriere-Inside mit:
Christoph Weissenböck



Generation was?

Sie sind gebildet, interessiert und individualistisch. Sie sind bereit, sich für ihren Job voll ins Zeug zu legen – so lange sie selbst Spaß daran haben. Sie sind idealistisch und auf eine andere Art und Weise politisch als ihre Eltern. Geld ist zwar wichtig; wenn es aber um die Arbeitsplatzwahl geht, stehen Faktoren wie Arbeitsklima, flexible Zeiteinteilung und nette Kollegen ganz weit oben. Richtig, es geht um jene Altersgruppe, die sich im allgemeinen Sprachgebrauch als „Millenials“ oder „Generation Y“ einen Namen gemacht hat.

Plötzlich waren sie da, die Millenials. Stürmten einfach so den Arbeitsmarkt – und warfen ihn gehörig über den Haufen. Zwischen 18 und zirka 30 Jahre alt, selbstbewusst in ihrem Können, irgendwie anders in ihrem Denken und viel schneller in ihrer Kommunikation sowie so. Aufgewachsen mit dem Rechner, sozialisiert im Web. Beruflich engagiert, fachlich top und bildungshungrig. Eine Generation der sozialen Individualisten, die tradierte Werte hinterfragt und in erster Linie für sich selbst arbeitet.

Soweit gängige Attribute, die man der Generation Y zuordnet und die über weite Strecken auch zutreffen mögen. Allein die Kategorisierung ist aber auch Ausdruck des Versuchs, den gesellschaftlichen und medialen Wandel irgendwie greifbar zu machen und zu verstehen, wie die aufstrebende Altersgruppe wohl am besten erreicht werden kann – medial, inhaltlich, emotional. Eine Aufgabe, mit der nicht nur die Werbung kämpft, sondern auch die althergebrachte Personalabteilung.

karriere.at
ÖSTERREICHS KARRIEREN
BEGINNEN HIER

PROMOTION