

A group of people are sitting around a table in a meeting room. One person is holding a smartphone, and the others are looking at it. The room has large windows and a modern light fixture.

JOBLINGE

Jahres- und Wirkungsbericht 2024

gemäß Social Reporting Standard

Inhaltsverzeichnis

3	Einführung
7	Das Problem am Übergang Schule-Beruf
9	Aktivierung
14	Vermittlung
18	Begleitung
22	Zielgruppenverständnis
24	Ausbildungsgerechtigkeit stärken
28	Standorte
29	Finanzen
35	Impressum

Liebe Partner und Unterstützer*innen,

Wirksamkeit bedeutet für JOBLINGE immer schon zuallererst das Entstehen für unsere Zielgruppe. Anwalt sein für die, die keine Fürsprecher haben.

Darum setzen wir auf messbare Wirksamkeit, auf nachhaltige Perspektiven. Wir schmieden Allianzen, um den meist strukturell benachteiligten jungen Menschen in der Gesellschaft die Netzwerke zu geben, die in Deutschland Sicherheit bedeuten.

2024 haben wir mit diesem Ansatz in München unser fünftes basecamp aufgebaut. Das von der Allianz Gruppe, BMW Group, Infineon Technologies AG, Lufthansa Group und Siemens AG gespannte Unterstützungsnetz ist die Blaupause dafür, wie wir nachhaltige Ausbildungserfolge garantieren wollen. Das Commitment unserer Partner aus der Wirtschaft zeigt: Wir als Gesellschaft wollen und werden etwas für die jungen Menschen tun, die sonst keine Teilhabe erfahren.

Denn während 2008 für JOBLINGE noch die Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit im Fokus stand, geht es mittlerweile um ein strukturell anderes Problem: Knapp 630.000 Menschen in Deutschland unter 25 Jahren werden von den Angeboten, die für sie gedacht sind, nicht erreicht. Sie finden keine Wege in eine durch Arbeit und Ausbildung finanzierte, selbstbestimmte Zukunft.

Das bedeutet: Um weiter wirksam für unsere Zielgruppe zu sein, liegt der Fokus von JOBLINGE aktuell neben unseren basecamps auch auf unserer Rekrutierungskampagne PLAN A. Denn nur, wenn junge Erwachsene überhaupt von Unterstützungsangeboten erfahren, wenn wir sie für ihre eigene Zukunft aktivieren und wenn sie eine verlässliche direkte Unterstützung erleben, werden sie auch den Weg in unsere Gemeinschaft finden.

Ich freue mich, mit Ihnen, mit aktuellen und zukünftigen Unterstützer*innen, diesen Weg zu beschreiten.

**Herzlich,
Kadim Tas**



JOBLINGE wurde 2008 von der Boston Consulting Group und der Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG initiiert. JOBLINGE ist der Beweis, dass messbar wirksame soziale Arbeit funktioniert. JOBLINGE zeigt, wie der Übergang von der Schule in den Beruf gelingt.

“

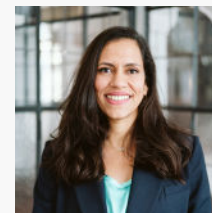
Aus der Vision junge, benachteiligte Menschen transparent, messbar und nachhaltig in den Arbeitsmarkt zu integrieren, entstand die erfolgreichste Sozialinitiative in Deutschland. Wir bei der Boston Consulting Group sind stolz darauf, JOBLINGE 2008 gemeinsam mit der Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG ins Leben gerufen zu haben. Wäre die transparente Wirkmessung am Übergang Schule-Beruf Pflicht, wäre das JOBLINGE-Prinzip Marktführer.“



Oliver Dany,
BCG Managing Director & Senior Partner,
Vorstand JOBLINGE gAG FrankfurtRheinMain,
Vorstandsvorsitzender JOBLINGE-Stiftung.

“

Es begann 2008 mit einem Projekt an einem einzigen Standort und hat sich seither kontinuierlich zur erfolgreichsten gemeinnützigen Organisation im Bereich des Übergangs von der Schule ins Berufsleben entwickelt. JOBLINGE demonstriert eindrucksvoll, wie sich Fürsprecher für oftmals übersehene junge Menschen dynamisch weiterentwickeln können – und auch müssen – ohne dabei jemals ihre Mission aus den Augen zu verlieren: junge Menschen unabhängig von ihrer Herkunft in eine Ausbildung zu vermitteln. JOBLINGE rückt stets die jungen Erwachsenen ins Zentrum ihres Wirkens. Wir sind stolz darauf, mit der Eberhard von Kuenheim Stiftung diesen bedeutenden Impuls gesetzt zu haben und freuen uns umso mehr über die anhaltend enge und langjährige Partnerschaft.“



Dr. Heba Aguib,
BMW Foundation Herbert Quandt
(bis März 2016 Eberhard von Kuenheim Stiftung)

IOOI: So messen wir Wirksamkeit

Input – Output – Outcome – Impact: Nach diesem Modell arbeitet JOBLINGE schon lange, wir implementieren es in unsere Arbeit jedoch gerade mit der Umsetzung unserer Vision 2030 immer stärker. Die gesellschaftliche Wirksamkeit unserer Initiative zu stärken und die Wirkmessung unserer verschiedenen Bausteine auf das gemeinsame Ziel von chancengerechten Anfängen nachhaltiger Berufskarrieren auszurichten, beschäftigt uns darum aktuell stark.

Das IOOI-Modell ermöglicht es uns als Social Entrepreneurs, unsere strategische Ausrichtung und effiziente Nutzung von Ressourcen für gesellschaftliche Projekte besser zu fokussieren. Mit dem Jahresbericht 2024 gehen wir darum noch einmal stärker auf die einzelnen unter dem JOBLINGE-Dach zusammengefassten Tätigkeitsfelder ein, zeigen auf, wie wir unsere Wirksamkeit zukünftig über die reinen Kennzahlen der erfolgreichen Vermittlungen hinaus messen werden und beschreiben, mit welchen verschiedenen Stakeholdern wir diese Ergebnisse erreichen.

Wenn wir für uns dieses Gerüst anwenden, so ist es für unsere Partner ebenso wichtig. Denn so wird aus einem Input an Personal, Finanzen und Ehrenamt ein Output aus Workshops, Coachings und Trainings für unsere Teilnehmenden, sowie Mentoring-Tandems und Unternehmenspraktika. Diese münden in erfolgreiche Berufsstarts, die wiederum einen direkten Einfluss auf die gesellschaftliche Entwicklung haben. JOBLINGE konsolidiert dabei unter dem Kernmarkendach die Aktivierung von jungen Erwachsenen mit PLAN A und die Begleitung von Auszubildenden im basecamp mit unseren ausbildungsbegleitenden Maßnahmen. Diese beiden Angebote werden entweder noch vollständig privat finanziert oder mittlerweile bereits durch entsprechende passende Förderinstrumente der öffentlichen Hand kofinanziert.

“

Das IOOI-Modell ermöglicht es uns als Social Entrepreneur unsere strategische Ausrichtung und die effiziente Nutzung von Ressourcen für gesellschaftliche Projekte besser zu fokussieren.

Jan Boskamp
Director Collective Impact JOBLINGE e.V.



Nachhaltig nicht nur für unsere Partner, sondern auch für uns selbst

Für uns als Initiative ist die Verpflichtung auf ESG-Kriterien selbstverständlich. Während wir im Umweltbereich anstreben, so umweltneutral wie möglich zu arbeiten, zeigen unsere Personalkennzahlen auf, wie nachhaltig wir arbeiten.

alle Angaben beziehen sich auf den Stichtag vom 31.12.2024.

Mitarbeitende Festanstellung	Anfang 2024: 229 Ende 2024: 228
------------------------------	------------------------------------

Eintritte	58 Festanstellungen
-----------	---------------------

Fluktuationsrate	Die Fluktuationsrate für die Gesamtorganisation beträgt für das Jahr 2024 28,45 %. Diese Zahl umfasst alle Austrittsarten (arbeitgeber- oder arbeitnehmerseitige Kündigungen, ausgelaufene Verträge) und betrifft in Jahren alle Festangestellten (VZ/TZ). Nicht enthalten sind Werkstudent*innen, Minijobber*innen, Praktikant*innen.
------------------	---

Zahl interner Beförderungen	19
-----------------------------	----

Anzahl Jubiläen (im Jahr 2024)	5 Jahre Betriebszugehörigkeit JOBLINGE: 13 10 Jahre Betriebszugehörigkeit JOBLINGE: 7
--------------------------------	--

Zugehörigkeit gesamt (Wie lange sind Mitarbeitende durchschnittlich bei JOBLINGE?)	3,97 Jahre (entspricht: 3 Jahre und 11,64 Monate)
--	--

Altersstruktur der Mitarbeitenden nach Altersstufen	18 - 20	0,88 %
	21 - 30	21,59 %
	31 - 40	48,90 %
	41 - 50	20,26 %
	51 - 60	6,61 %
	61 - 70	1,76 %

Zurzeit in Ausbildung bei JOBLINGE	3 Auszubildende
------------------------------------	-----------------

Frauen in Führungspositionen	73,02 %
------------------------------	---------

Frauenquote in der Organisation	57,04 %
---------------------------------	---------

Angebotene überregionale Fortbildungen	Anzahl interner Trainings	75
	Anzahl externer Trainings	27

Die Herausforderung Übergang Schule-Beruf

Mit 18.000 Teilnehmenden und einer Vermittlungsquote von fast 80 Prozent ist unsere Arbeit im Übergang Schule-Beruf hocheffektiv, aber für unsere Vision 2030 erst die solide Basis. Denn angesichts der alarmierenden Zahl von 630.000 jungen Menschen, die weder in Arbeit, Ausbildung noch in der Schule sind (sog. NEETs; Not in Employment, Education or Training)¹ und 2,86 Millionen Menschen zwischen 20 und 34 Jahren ohne formale Ausbildung², ist klar: Wir müssen unsere Anstrengungen drastisch erhöhen.

Ein Blick auf das Bildungssystem zeigt, wie dringend ein Umdenken nötig ist: Im Schuljahr 2022/2023 verließen 769.400 Jugendliche die allgemeinbildenden Schulen – mehr als 50.000 davon ohne jeden Abschluss, über 125.000 mit Hauptschulabschluss.³ Gleichzeitig mündeten allein im Jahr 2023 rund 249.800 Jugendliche in das sogenannte Übergangssystem ein – ein Bereich, in dem mehr als zwei Dritteln der jungen Menschen der Schritt in eine vollqualifizierende Ausbildung erst nach drei Jahren gelingt.⁴

Diese Realitäten zeigen: Nachschulische Bildungsverläufe dauern heute deutlich länger als idealtypisch gedacht. Vier Jahre nachdem sie ins sogenannte Übergangssystem eingemündet sind, verfügen erst 43 Prozent der Jugendlichen über einen Ausbildungs- oder Studienabschluss. Weitere 15 Prozent haben bis dahin weder den Einstieg geschafft noch die Ausbildung erfolgreich abgeschlossen.⁵ Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Partnern bis 2030 signifikant mehr Jugendliche zu begleiten und in Ausbildung zu bringen.

Zur JOBLINGE-Gründung im Jahr 2008 lag unser Fokus auf der unmittelbaren Vermittlung von langzeitarbeitslosen jungen Menschen in Ausbildungsstellen – mit dem klaren Ziel, ihnen eine Perspektive als zukünftige Fachkräfte zu eröffnen. Dieses Ziel verfolgen wir auch heute noch – und stärker denn je. Was sich jedoch verändert hat, sind die Rahmenbedingungen: Immer mehr junge Erwachsene finden sich nicht in der bestehenden Unterstützungsstruktur wieder. Die Corona-Pandemie hat die Lebensrealitäten unserer Zielgruppe zusätzlich verschärft. Unsere Antwort darauf ist eine Weiterentwicklung unseres Ansatzes: Wir führen junge Erwachsene aktiv auf unsere Unterstützungsangebote hin. Wir bieten flexible, digitale und hybride Angebote und wir haben die Begleitung unserer Teilnehmenden während der Ausbildung verstärkt – individuell, intensiv und wirksam. Aus diesen Notwendigkeiten sind PLAN A und das basecamp entstanden. Sie stehen für unser gewachsenes Verständnis davon, was es heute braucht, um junge Menschen nachhaltig zu erreichen und zu stärken.

2021 haben wir als Gesamtorganisation die JOBLINGE-Vision 2030 initiiert. Sie markiert einen fundamentalen Wandel in unserer Herangehensweise. Ende 2024 können wir stolz auf die Fortschritte zurückblicken, die wir auf diesem Weg bereits gemacht haben.

Wir erweitern unsere Anstrengungen vor und nach dem JOBLINGE-Kernprogramm durch neue digitale und hybride Angebote, die Skalierung unseres Projekts PLAN A und der basecamps sowie die Erschließung weiterer Regionen in Deutschland.



¹Beretsmann-Stiftung (2024): Faktencheck NEETs 2024 | Abgehängt oder nur am Abhängen?

²Davon rund 1,7 Millionen Menschen unter 30 Jahre alt. Bundesministerium für Bildung und Forschung (2024): Berufsbildungsbericht

³Bundesministerium für Bildung und Forschung (2024): Berufsbildungsbericht

⁴Bundesministerium für Bildung und Forschung (2024): Berufsbildungsbericht

⁵Beretsmann-Stiftung (2022): Nachschulische Bildung in Deutschland – Zentrale Ergebnisse und bildungspolitische Einordnung

Unsere strategischen Hebel für die JOBLINGE Vision 2030 basieren auf den seit 2019 entwickelten Bausteinen, die Wachstum ermöglichen:

1. Aktivierung

PLAN A ist unser Schlüsselinstrument zur Ansprache junger Menschen. Durch die direkte Ansprache vor Ort und Werbekampagnen auf Social Media erreichen wir auch Schüler*innen und Personen, die noch in der beruflichen Orientierung sind oder bisher noch keinen Zugang zu Ausbildungsmöglichkeiten gefunden haben.

2. Vermittlung

Während sich unser Ansatz von 2010 bis 2020 hauptsächlich auf die Eröffnung neuer Standorte in Metropolregionen konzentrierte, setzen wir mit unseren Kernprogrammen auch auf hybride und schnellere Ansätze. Zusätzlich geht es neben der Ausweitung der Wirksamkeit von JOBLINGE auch um eine besserer Durchdringung bereits vorhandener Regionen.

3. Begleitung

Dank der Unterstützung von JP Morgan haben wir mit den basecamps reale Lernorte geschaffen, die von Frankfurt aus nach Berlin, Mannheim und Essen skaliert wurden. In München haben wir in diesem Jahr – dank der Unterstützung der Allianz Gruppe, BMW Group, Infineon Technologies AG, Lufthansa Group und Siemens AG – das Konzept in eine für das gesamte Bundesgebiet übertragbare Blaupause überführt. Das klare Commitment regional verwurzelter Unternehmen ermöglicht den JOBLINGE-Erfolg bundesweit aus der Region heraus. Über die digitale Plattform des basecamp (www.basecamp-community.de) erhalten Auszubildende eine Übersicht über unsere bundesweiten basecamp Angebote – sowohl vor Ort, als auch hybrid und online - und können sich direkt anmelden. Durch die IHK-Kooperation mit dem Berliner basecamp und der Blaupause in München finden nun auch Auszubildende ins basecamp, die über ihren Ausbildungsbetrieb, Social Media oder Empfehlung auf die Angebote aufmerksam geworden sind.

4. Zielgruppenverständnis

Unsere Studie „Jugend im Stand-by“, erstellt in Zusammenarbeit mit der Bank of America, dem rheingold Institut und More in Common, bietet wertvolle Einblicke in die Herausforderungen und Motivationen junger Menschen. Diese Erkenntnisse sind unerlässlich, um bis 2030 signifikant mehr Jugendliche zu erreichen.

5. Finanzierung

Outcome-basierte Funds, die wir in den kommenden Jahren ausweiten wollen, werden unsere Arbeit auf selbstbestimmtere finanzielle Fundamente stellen. Den Anfang hat hier der mit The Human Safety Net der Generali Group aufgesetzte OFAF (Outcome first apprenticeship fund) gemacht. Unsere Erfahrungen mit diesem Instrument zeigen: Es ermöglicht die zielgenaue Unterstützung unserer Standorte in der Vermittlung von jungen Erwachsenen in ein erfolgreiches berufliches Leben. Der OFAF konzentrierte sich mit einem Investment von aktuell mehr als einer Million Euro auf die Unterstützung von Geflüchteten in den JOBLINGE Kernprogrammen. Basierend darauf entwickeln wir weitere Fund-Modelle, um auch die restlichen Programmbereiche und Aktivitäten basierend auf erreichten Zielen zu finanzieren.

→ Unsere strategische Neuausrichtung seit 2021 ist klar: Wir müssen flexibler, digitaler und präventiver arbeiten, um die Herausforderungen der heutigen Zeit zu meistern und bis 2030 noch mehr jungen Menschen eine Perspektive zu bieten. Mit Ende des Berichtszeitraumes dieses Berichts hat JOBLINGE mit PLAN A, Kernprogramm und basecamp rund 25.000 junge Erwachsene erreicht.

Problemstellung Aktivierung

Spätestens die Corona-Pandemie 2020 hat gezeigt, dass die für viele als gegeben angenommene kontrollierte Zuführung von Teilnehmenden durch die öffentliche Hand im Übergangssystem nicht so strukturiert ist, wie wir sie uns wünschen. Die Verbindung der Jobcenter und Arbeitsagenturen zu ihren Kunden ist in vielen Bereichen schwieriger geworden, oder sie erreicht Kunden gar nicht mehr. Gleichzeitig zeigt die Statistik, dass bestehende Maßnahmen die Zielgruppe nicht umfassend erreichen.

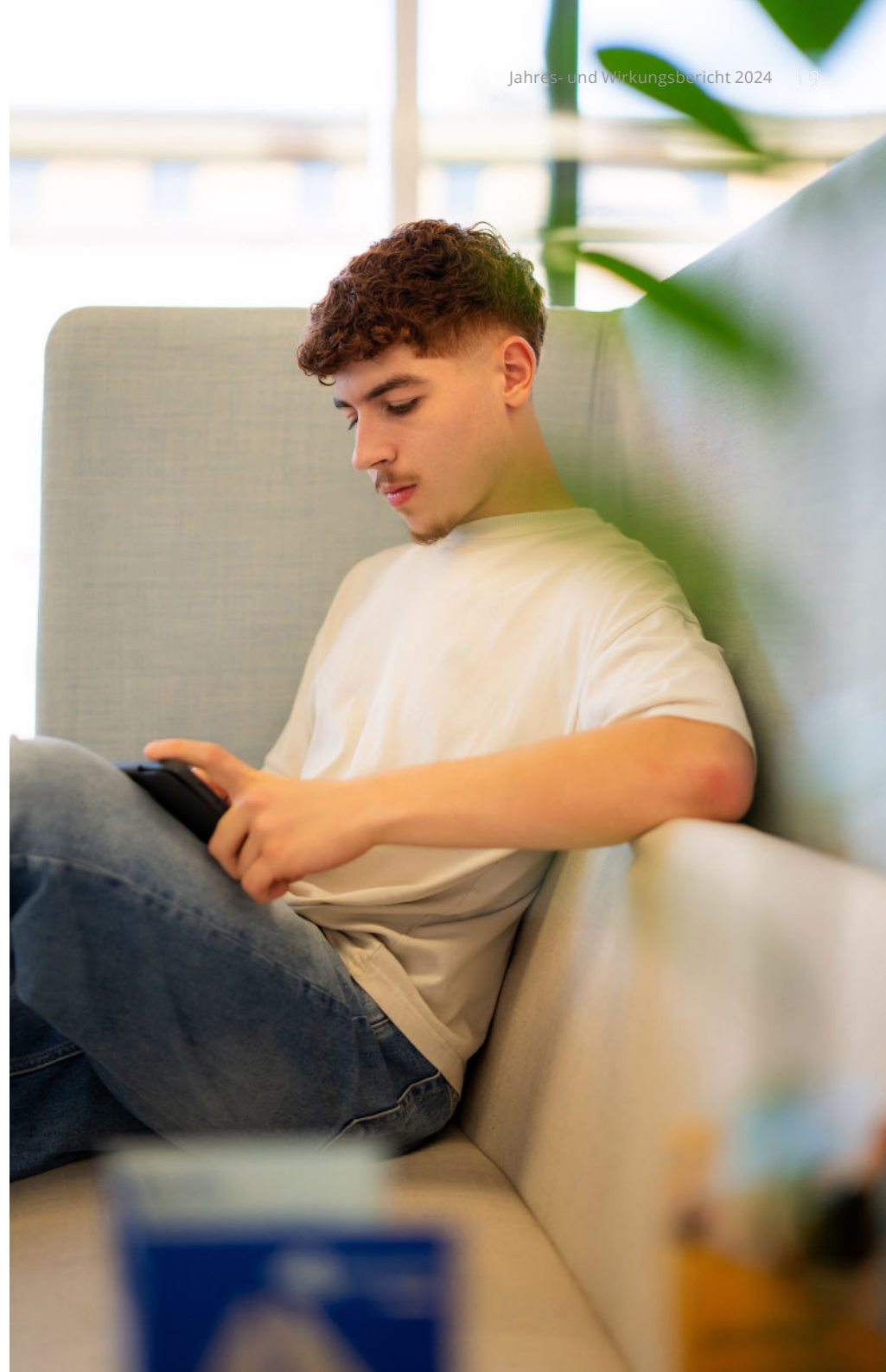
2023 zählte Deutschland 626.000 junge Menschen im Alter von 15 bis 24 Jahren, die weder in Schule, Ausbildung noch Beschäftigung oder Fördermaßnahmen eingebunden waren – sogenannte NEETs (Not in Education, Employment or Training).⁷ Die NEET-Quote erfasst damit ein deutlich breiteres Bild als etwa die Jugendarbeitslosenquote, die nur junge Menschen in der Statistik berücksichtigt, die als arbeitslos gemeldet und gleichzeitig erwerbsfähig sind. Auch die Ungelerntenquote – also der Anteil junger Menschen unter 35 Jahren ohne Berufsabschluss – zeigt, wie wichtig unsere Arbeit ist. Statistiken, die uns zeigen, dass die Zielgruppe für den Ausbildungsmarkt nicht chancengerecht ausgeschöpft wird.

Gleichzeitig waren 2023 mehr als 26.000 junge Bewerber*innen für Ausbildungsplätze unversorgt – ein Anstieg von 16,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr und sogar 7,6 Prozent gegenüber dem Vor-Corona-Jahr 2019.⁸ Auch die Zahl der jungen Menschen, die nach ihrer schulischen Laufbahn direkt ins Übergangssystem einmünden, bleibt

auf konstant hohem Niveau. Hier braucht es Instrumente, um junge Erwachsene in Unterstützungsangebote zu führen, von denen sie selbst nicht wissen, und die sie durch die bestehenden Strukturen sonst nicht finden.

Mit PLAN A haben wir bereits 2019 in der Pilotierung gezeigt, dass eine Aktivierung dieser jungen Erwachsenen möglich ist. Seit Einführung eines zentralen Customer Relation Managements (2021) konnten wir 9.307 Registrierungen dokumentieren. Im Jahr 2024 konnten wir 66 Prozent aller in diesem Jahr registrierten jungen Erwachsener ein beratendes Erstgespräch anbieten („qualifizierte Registrierung“).

Noch ist das strukturell nur dort möglich, wo wir flexible Förderinstrumente der öffentlichen Hand nutzen oder auf die Finanzierungen von Unternehmen und Stiftungen setzen konnten. Wir müssen hier individuell angepasst flexibel agieren können. Denn unsere Studie „Jugend im Standby“ zeigt: Junge Menschen auf Ausbildungssuche sind keine homogene Gruppe und damit auch sehr vielfältig in ihren Herausforderungen und Bedürfnissen. Förderinstrumente der öffentlichen Hand bilden diese Heterogenität bislang nicht ab. Eine für den Arbeitsmarkt wirksame Aktivierung des Fachkräftepotenzials muss also breit aufgestellt sein – und nicht erst wirksam werden, wenn junge Erwachsene bereits in der Arbeitslosigkeit oder im Leistungsbezug angekommen sind.





PLAN A - DIE UNSICHTBAREN SICHTBAR MACHEN

Jede Herkunft hat eine Zukunft. Für unseren CEO Kadim Tas ist das die Überschrift, die die Aktivitäten der gesamten Initiative bündelt. PLAN A ist dabei der Hebel, der die umfassende Begleitung aller jungen Erwachsenen auf dem Weg in die Ausbildung ermöglicht. Denn PLAN A als umfassende Ausbildungsinitiative spürt diese jungen Menschen erst einmal auf. Wer als NEET nicht vom System erkannt und dem System bekannt ist, kann von keinem Unterstützungsangebot profitieren. Das Ziel von PLAN A ist es, diese durch herkömmliche Maßnahmen schwer und oft gar nicht mehr zu erreichenden jungen Menschen zu aktivieren und sie zu motivieren, an ihrer Zukunft zu arbeiten.

Das Projekt wurde zunächst 2019 in Frankfurt pilotiert. Mittlerweile werden Aktivierungen mit PLAN A von uns durch alle unsere regio-

nalen Einheiten durchgeführt. Erste Projekte über die von unseren Standorten abgedeckten Postleitzahlgebiete hinaus, fanden zum Beispiel im Jahr 2023 in Erfurt statt. Die 2023 entwickelten Standards als Grundstein der bundesweiten PLAN A Infrastruktur und dem dazugehörigen Qualitätsmanagement zeigen Wirkung.

In der Ansprache der Jugendlichen kombinieren wir Online- und Offline-Kanäle, sprechen die jungen Menschen also beispielsweise über Instagram und TikTok, aber auch über Straßenansprachen so niedrigschwellig wie möglich an. Direkt nach der Registrierung bei PLAN A wird im Erstgespräch mit unseren PLAN A-Ausbildungsmanager*innen die Ausgangslage, das Ziel und der Unterstützungsbedarf ermittelt. Die Zielgruppe von PLAN A profitiert von der Inspiration und Motivation, ihre berufliche Zukunft in die Hand

zu nehmen. Das Aufzeigen konkreter Perspektiven und Chancen hilft dabei, Möglichkeiten zu erkennen und die Eigenmotivation zu stärken. Die Jugendlichen entscheiden dabei selbst, wie viel Hilfe sie zu welcher Zeit in Anspruch nehmen. Dadurch ermutigen wir sie zur Übernahme von Eigenverantwortung.

Sie benötigen häufig eine individuelle und eher kurzfristige Unterstützung, beispielsweise beim Erstellen des Lebenslaufs oder Vorbereitung auf ein Vorstellungsgespräch. Die jungen Menschen arbeiten mit den Ausbildungsmanager*innen auf die Teilnahme an bundesweit stattfindenden PLAN A-Ausbildungsmessen oder an Speed-Dating-Formaten mit unseren Partnerunternehmen hin, und werden dadurch mit der Arbeitswelt in Kontakt gebracht.

WIRKZIELE

Mit PLAN A verfolgen wir zwei eigenständige Wirkziele für die Zielgruppe ausbildungssuchender Menschen zwischen 16 und 30 Jahren in Deutschland:

ZIEL 1
MOTIVATION & BEGEISTERUNG FÜR AUSBILDUNG

ZIEL 2
ERFOLGREICHE UNTERSTÜTZUNG IN AUSBILDUNG ODER ANSCHLUSSANGEBOTE

Dabei nutzen wir jeweils eigenständige Indikatoren für die beiden Wirkziele, die wir für die Berichterstattung zum Jahr 2024 hier aufschlüsseln. Mit dem Aufbau von PLAN A gehen wir weiterhin mehrere für JOBLINGE neue Schritte, da wir einerseits stärker selbst in die Ansprache von Teilnehmenden gehen und sich dadurch andererseits auch Indikatoren und Wirkungslogik für uns ändern.

MOTIVATION UND BEGEISTERUNG FÜR AUSBILDUNG

Über PLAN A motivieren und begeistern wir möglichst viele junge Menschen für das Thema Ausbildung. Dabei denken wir PLAN A als permanentes Angebot, worüber Beziehung und Vertrauen entstehen. Für dieses Wirkungsziel nutzen wir den Indikator der qualifizierten Registrierungsquote. Diese berechnet sich aus dem Anteil der erfolgreichen Erstgespräche unter allen registrierten Jugendlichen.

- Die qualifizierte Registrierungsquote lag für das Jahr 2024 bei 66 Prozent. Diese berechnet sich aus 4.000 angesprochenen Jugendlichen und 2.654 durchgeführten Erstgesprächen.
- Im Jahr 2024 wurden über Social Media Kampagnen insgesamt gut 1,6 Millionen junge Erwachsene unter 25 Jahren angesprochen. Hierbei haben sich über 1.000 Jugendliche für Unterstützungsangebote registriert.
- PLAN A-Expert*innen konnten bei direkten Einsätze in Schulen mehr als 1.000 Schüler*innen beraten.
- 18 Prozent aller bei PLAN A registrierten jungen Erwachsenen wurden über Social-Media-Kampagnen auf unser Angebot aufmerksam.
- Gleichzeitig wurden bundesweit 41 Straßenansprachen unseren Ausbildungspromoter*innen durchgeführt. Hier haben sich über 250 Jugendliche qualifiziert registriert.

VERMITTLUNG IN AUSBILDUNG ODER ANSCHLUSSANGEBOTE

Allen qualifiziert registrierten Jugendlichen bieten wir einen schnellen Weg in Ausbildung an oder verweisen sie bei Bedarf in entsprechende Anschluss- und Unterstützungsangebote. Unter „erfolgreich unterstützt“ fassen wir die folgenden Ergebnisse zusammen: Individuelles Ziel erreicht, vermittelt in Ausbildung, Praktikum, Bildung, Arbeit oder Einmündung ins JOBLINGE Kernprogramm.

- Bundesweit haben wir im Jahr 2024 in den Regionen Frankfurt-RheinMain, Metropolregion Rhein-Neckar, Berlin, Südwest, München, Ruhr, Rheinland und Hanse 14 Jobmessen angeboten. Mehr als 1.890 Gespräche wurden bei diesen Messen ermöglicht.
- Erfolgreich unterstützt wurden 2024 1.294 Jugendliche



(Dies sind Jugendliche, mit denen wir erste Gespräche hatten.)

UMSETZUNG VERTIEFEN, WIRKUNG SICHTBAR MACHEN

Im Jahr 2024 stand die konsequente Umsetzung und Weiterentwicklung von PLAN A im Mittelpunkt. Nach der erfolgreichen Konsolidierung des Vorjahres ging es nun darum, Wirkung messbar zu machen, Strukturen zu festigen und gleichzeitig Raum für Weiterentwicklung zu schaffen.

Ein zentrales Ziel war die Definition und Anwendung klarer Qualitätskennzahlen und einer gemeinsamen Wirkungslogik. Mit dem entwickelten Starter Kit – bestehend aus Konzept, Rollenbeschreibung und Prozessen – wurde ein gemeinsamer bundesweiter Standard geschaffen, der die Grundlage für alle weiteren Schritte bildet. Die dafür notwendige Dateninfrastruktur wurde weiter ausgebaut: Die PLAN A-Datenmaske in unserem CRM-System Hubspot wurde implementiert, ein Support-Kanal in MS Teams etabliert und das Messtool für maximale Eigenständigkeit der Standorte überarbeitet.

Parallel dazu wurden Mitarbeitende umfassend geschult: In Hubspot-Schulungen, rollenbasierten Trainings und regelmäßigen Best-Practice-Austauschen wurde Wissen verankert und der bundesweite Austausch gefördert. Das stärkt nicht nur die Umsetzungsqualität, sondern auch den Zusammenhalt in der wachsenden PLAN A-Community.

Ein weiterer Meilenstein war der Aufbau eines buchbaren Ressourcenpools, der die flexible Unterstützung der Regionen ermöglicht. Ausbildungsmanager*innen und Ausbildungspromoter*innen wurden gezielt weiterqualifiziert. Ergänzend stellte die

JOBBLINGE-Dachorganisation gezielt Budget zur Verfügung – eine wichtige Voraussetzung für effektiven Ressourceneinsatz und eine langfristig tragfähige Finanzierung.

Auch strategisch wurde PLAN A gestärkt: Die Governance-Struktur wurde weiterentwickelt, neue Kommunikationsformate und interne Austauschmöglichkeiten etabliert. Parallel wurden die PLAN A-Marke samt Web-Relaunch und aktualisiertem CI-Material überarbeitet – und neue Partnerschaften initiiert.

Neben zentralen Infrastruktur- und Steuerungselementen wurden auch vor Ort sichtbare Erfolge erzielt: Lokale Aktionen wurden weitergeführt und erste Schulpartnerschaften erprobt. Gleichzeitig wurden neue Finanzierungswege erschlossen – sowohl über die Entwicklung eines bundesweit einsetzbaren AVGS-Modells (öffentliche Teilfinanzierung) als auch durch privatwirtschaftliche Ansätze.

Mit über 2.600 qualifizierten Registrierungen, strukturiertem Qualitätsmanagement und wachsender regionaler Verankerung ist PLAN A auf dem Weg, flächendeckend Wirkung zu entfalten – als verlässliches Instrument, um schwer erreichbare junge Menschen nachhaltig für Ausbildung zu aktivieren.



work4u Abschluss

JOBLINGE steht dafür, schnell und effektiv auf gesellschaftliche Herausforderungen zu reagieren. Mit dem Projekt work4u haben wir unmittelbar nach dem Beginn des Angriffskriegs Russlands gegen die Ukraine im Frühjahr 2022 gezielt Ukrainer*innen, die durch den Krieg aus ihrem Heimatland vertrieben wurden, bei der Arbeitsmarktintegration in Deutschland unterstützt. Der Angriffskrieg auf die Ukraine dauert an – doch viele der Geflüchteten haben inzwischen in Deutschland Fuß gefasst: Sie haben Sprach- und Integrationskurse besucht, sich auf dem Arbeitsmarkt orientiert und Kontakte geknüpft.

Ende 2024 haben wir das Projekt work4u darum in eine Abschlussphase überführt. Die Erfahrungen der vergangenen Jahre fließen strukturiert ab Frühjahr 2025 in die bestehenden JOBLINGE-Angebote ein. Damit setzen wir auf Nachhaltigkeit: Die aufgebauten Strukturen bleiben erhalten, und die Unterstützung für Geflüchtete aus der Ukraine wird nicht beendet, sondern auf andere Weise weitergeführt.

Ein wesentlicher Grund für das Projektende ist, dass sich viele lokale und regionale Stakeholder inzwischen ausreichend auf die Zielgruppe eingestellt haben. Die Arbeit mit Ukrainer*innen ist in den Regelstrukturen angekommen – von Jobcentern über Bildungsträger bis hin zu Arbeitgebern. Auch bei JOBLINGE haben wir Prozesse angepasst und Mitarbeitende weitergebildet. Besonders wichtig war uns dabei, ukrainisch- und russischsprachige Kolleg*innen einzustellen, um eine vertrauensvolle Begleitung auf Augenhöhe zu ermöglichen. Ein Ansatz, der sich in anderen Sprachen leider immer noch nicht so umsetzen lässt.

Im Jahr 2024 wurde klar: Immer mehr Geflüchtete konnten nach einem ersten Beratungsgespräch direkt in eines unserer Angebote aufgenommen werden. Die Zahl derjenigen, die eine spezifische Betreuung durch work4u benötigten, nahm spürbar ab. Gleichzeitig zeigt die erfolgreiche Integration in die JOBLINGE-Angebote, dass die Zielgruppe immer besser in der deutschen Gesellschaft ankommt – ein Zeichen dafür, dass unsere Arbeit langfristige Wirkung entfaltet.

Bis zum Ende des Projekts im ersten Quartal 2025 werden wir etwa 1.000 Geflüchtete bei work4u registriert haben, unterstützt in ihren regionalen Strukturen von fast 350 Volunteers. Das große Interesse und Engagement auf beiden Seiten hat unser Projekt geprägt und war mit ein Grund dafür, dass wir 2023 mit dem Deutschen Demografie Preis in der Kategorie „Gemeinsam wirken – Bündnisse schmieden“ ausgezeichnet wurden.

Die Integration in den Arbeitsmarkt bleibt auch nach dem Projektende eine zentrale Herausforderung – vor allem in Hinblick auf:

- Lange und bürokratische Anerkennungsverfahren von Berufsabschlüssen
- Bürokratische Hürden und Unsicherheiten im Alltag
- Fehlendes Wissen über den deutschen Arbeits- und Ausbildungsmarkt
- Nicht ausreichende Sprachkenntnisse und zu wenig Kursangebote

Diesen Herausforderungen begegnen wir weiterhin – nun verstärkt über unsere bestehenden JOBLINGE-Programme. Die Erfahrungen aus work4u helfen uns dabei, noch gezielter zu unterstützen.



Die Problemstellung Vermittlung in den ersten Arbeitsmarkt

Die Vermittlung langzeitarbeitsloser junger Menschen in den ersten Arbeitsmarkt ist unser Kerngeschäft und die Herausforderung, der wir uns seit Gründung von JOBLINGE 2008 stellen. Unser Anspruch: Mit unserem Konzept schaffen wir das transparenter und wirksamer als jede andere Initiative in diesem Bereich. Denn die Unterstützung der Zielgruppe des JOBLINGE-Kernprogramms ist weiter notwendig. 249.800 Jugendliche mündeten 2023 ins Übergangssystem ein. Etwa 67 Prozent dieser in den Jugendlichen gelingt erst nach 3 Jahren der Übergang in vollqualifizierende berufliche Bildung.⁹

2024 konnten wir so 1.381 junge Erwachsene in unserem Kernprogramm unterstützen, unsere Vermittlungsquote von 78 Prozent zeugt weiter von unserem herausragenden Erfolg, ebenso die weiterhin hohe Nachhaltigkeitsquote von 85 Prozent. Eine umfassende, praxisorientierte Berufsorientierung und intensive Vorbereitung auf die Ausbildung sind die Basis dafür, dass auch sechs Monate nach Ausbildungsstart eine große Mehrheit unserer vermittelten Auszubildende die kritische Phase der Probezeit erfolgreich übersteht.



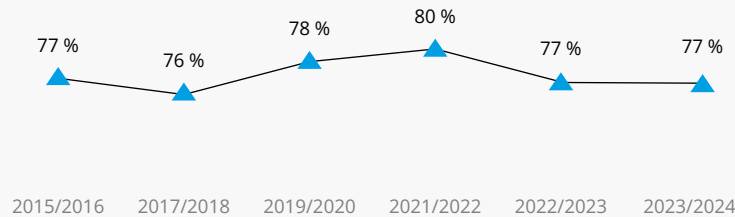
Vermittlung JOBLINGE Klassik und JOBLINGE Kompass

Für die Teilnehmenden-Zahlen in JOBLINGE Klassik und JOBLINGE Kompass wurde der Zeitraum 01.11.23–31.10.24 für JOBLINGE Klassik und 01.11.22–1.10.23 für JOBLINGE Kompass verwendet. Teilnehmende gesamt sind 2024 in allen JOBLINGE-Gruppen:

- 1.381 Teilnehmende in 2024, davon 444 Teilnehmende in Kompass
- Vermittlungsquote⁹ Klassik in 2024: 77 Prozent (84 Prozent max. noch erreichbar)¹⁰
- Vermittlungsquote Klassik, erster Ausbildungs- bzw. Arbeitsmarkt: 76 Prozent (kumuliert über alle Standorte seit Start 2008)
- Vermittlungsquote Kompass im Jahr 2024, erster Ausbildungsmarkt: regulär 69 Prozent
- Vermittlungsquote Kompass, erster Ausbildungsmarkt: regulär 66 Prozent (kumuliert über alle Standorte seit Start 2016 bis Ende des Ausbildungsjahres 2023/2024)¹¹
- Vermittlungsquote Kompass mit ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen 2023: 75 Prozent
- Vermittlungsquote Kompass mit ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen: 73 Prozent (kumuliert über alle Standorte seit Start 2016 bis Ende des Ausbildungsjahres 2021/2022)¹²



Vermittlungsquote JOBLINGE Klassik



Nachhaltigkeitsquote

- Nachhaltigkeitsquote¹³ Klassik: 85 Prozent
- Kumulierte Nachhaltigkeitsquote Klassik seit 2008: 84 Prozent
- Nachhaltigkeitsquote Kompass in 2023: 91 Prozent
- Kumulierte Nachhaltigkeitsquote Kompass seit 2016: 89 Prozent



- 3.721 lokale und überregionale Unternehmen und Betriebe aller Größen und Branchen
- 58 öffentliche Förderer
- 100 Mandatsträger*innen, die sich ehrenamtlich in den Gremien der gAGs und in der JOBLINGE-Stiftung in Vorstands-, Aufsichtsrats- oder Beiratsrollen engagieren.
- 99 Gruppenstarts der Programme Klassik, Kompass und Integrativ in 2024
- 1.566 Praktika in 2024
- 1:1-Betreuung der Jugendlichen durch Mentor*innen in 1.069 Mentoringtandems
- Im Jahr 2024 haben JOBLINGE-Mitarbeitende gemeinsam mit den Unternehmen 973 Ausbildungs- und Arbeitsplätze angeboten

Methoden und Grundlagen unseres Qualitätsmanagement

Die Vermittlungsquoten wurden für die Programme Klassik und Kompass separat berechnet, wobei für Kompass sowohl die reguläre Quote als auch die Quote mit ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen berücksichtigt wurde. Die Nachhaltigkeitsquoten wurden ebenfalls für die Programme Klassik und Kompass separat berechnet, wobei die Nachhaltigkeit definiert wurde als der Anteil der Teilnehmenden, die nach sechs Monaten noch in ihrer Ausbildung oder Beschäftigung sind.

Für den Jahresbericht 2024 liegt der Betrachtungszeitraum zwischen dem 1.11.2023 und dem 31.10.2024, um – wie auch in allen zurückliegenden Jahresberichten – das für uns relevante Ausbildungsjahr abzubilden.

⁹Regulär vermittelt: Erster Arbeitsmarkt, betriebliche Ausbildung, schulische Ausbildung, weiterführende Schule.

¹⁰Durch Vermittlung von weiter unterstützten Teilnehmenden nach Erhebungstichtag.

¹¹Quote inklusive ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen

¹²Quote inklusive ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen

¹³Anzahl der Teilnehmenden, die sechs Monate nach Ausbildungsbeginn noch in Ausbildung (oder Arbeit) sind – bezogen auf die Anzahl der Teilnehmenden, die mehr als sechs Monate zuvor die Ausbildung Arbeit begonnen haben. Nachhaltigkeitswerte umfassen alle Standorte bis auf den Pflanzstandort Bayerwald (2008 – 2012), bei dem es noch keine systematische Ausbildungsbegleitung und Erfassung der Nachhaltigkeitszahlen gab.

Was macht das JOBLINGE-Kernprogramm aus?

Wir befähigen junge Menschen unabhängig von ihrer Herkunft, sich ihren Ausbildungs- oder Arbeitsplatz selbst zu erarbeiten. Die Jugendlichen durchlaufen ein sechsmonatiges Programm, an dessen Ende die echte Chance auf einen Ausbildungsplatz besteht.

Alle unsere Teilnehmenden erhalten persönliche, ehrenamtliche Mentor*innen (1:1-Unterstützung) – Menschen, die zuhören, motivieren und vor allem in schwierigen Phasen helfen, nicht aufzugeben.

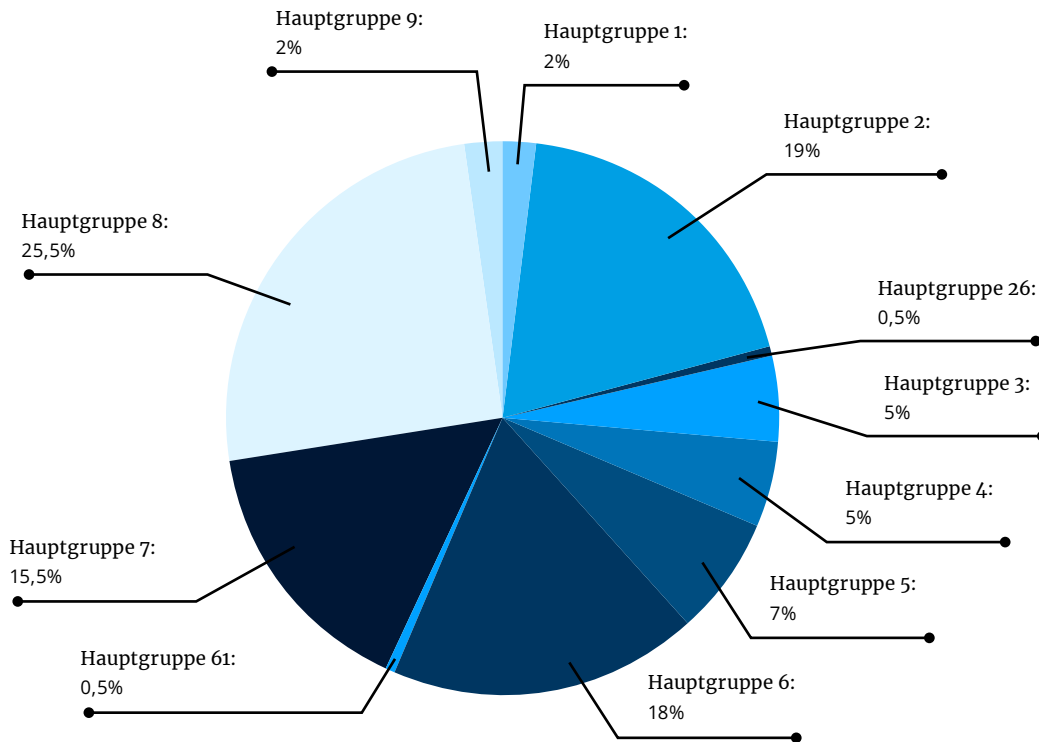


Das JOBLINGE-Konzept in Gruppen mit jeweils 20 Teilnehmenden

- Praxisnah wichtige Schlüsselqualifikationen erlernen: im MINT-Programm
- Soziale Kompetenzen trainieren und Neues wagen: im Kultur- und Sportprogramm
- Berufsbezogene Sprachqualifizierung
- Sich den Ausbildungs- oder Arbeitsplatz gezielt erarbeiten
- Arbeit in Gruppenprojekten und mehreren Praktika



JOBLINGE vermittelt



Die Benennungen der Hauptgruppen*

- Hauptgruppe 1 | Land-, Forst- und Tierwirtschaft und Gartenbau
- Hauptgruppe 2 | Rohstoffgewinnung, Produktion und Fertigung
- Hauptgruppe 26 | Mechatronik-, Energie- und Elektroberufe
- Hauptgruppe 3 | Bau, Architektur, Vermessung und Gebäudetechnik
- Hauptgruppe 4 | Naturwissenschaft, Geografie und Information
- Hauptgruppe 5 | Verkehr, Logistik, Schutz und Sicherheit
- Hauptgruppe 6 | Kaufmännische Dienstleistungen, Warenhandel, Vertrieb, Hotel und Tourismus
- Hauptgruppe 61 | Einkaufs-, Vertriebs- und Handelsberufe
- Hauptgruppe 7 | Unternehmensorganisation, Buchhaltung, Recht und Verwaltung
- Hauptgruppe 8 | Gesundheit, Soziales, Lehre und Erziehung
- Hauptgruppe 9 | Sprach-, Lit.-, Geistes-, Gesellsch.- und Wirtschaftswissensch., Medien, Kunst, Kultur, Gestaltung

Erziehende

Nach einer bundesweiten Pilotphase wird unser Fokusprojekt für Erziehende unter dem Titel JOBLINGE family aktuell im Ruhrgebiet weitergeführt. Die anhaltende prekäre Lebenssituation für über 200.000 junge Erziehende unter 28 Jahren im Leistungsbezug liegt hier im Fokus. Denn Erziehende im Leistungsbezug werden, solange ihr Kind noch nicht schulpflichtig und nicht in der Betreuung ist, von der öffentlichen Hand nicht aktiv beim Einstieg in Arbeit unterstützt. Wir identifizieren darum gezielt entsprechende Personen, nehmen Kontakt auf und bieten ein individuelles Curriculum an, mit dem Ziel einer (Teilzeit-) Ausbildung.

2024 wurden durch die Finanzierung der Edeka Zukunftsstiftung im Ruhrgebiet erneut 12 Stipendiatinnen aufgenommen. Folgende Ergebnisse wurden erzielt:

- 7 Vermittelt (4x Ausbildung, 2x Schule, 1x Sprachkurs¹²)
- 1 Aktiv (Bewerbungsphase)
- 3 Abbruch
- 1 verhindert (Teilnahme nicht mehr möglich, bei Vermittlungsquote nicht berücksichtigt)
- 63 Prozent Vermittlungsquote

Gerade in der Arbeit mit jungen Eltern (häufig alleinerziehende Mütter) sind flexible Modelle der Zusammenarbeit wichtig. So können geförderte Eltern zum einen im regulären JOBLINGE-Kernprogramm „mitlaufen“, wir greifen jedoch auch auf hybride und rein digitale Lernformate zurück, um den Bedürfnissen individuell gerecht zu werden. Die größte Herausforderung für unsere Teilnehmenden bleibt aktuell die fehlende Kenntnis von Betrieben über Teilzeit-Ausbildungen sowie die strukturelle Herausforderung, angemessene Betreuungsmodelle für Kinder zu finden.

Begleitung

Der dritte Wachstumshebel der JOBLINGE Vision 2030 ist die professionelle Begleitung von Auszubildenden während der Ausbildung. Die Ausbildungsbegleitung ist seit unserer Gründung ein fester Bestandteil unserer Arbeit. Denn nur eine nachhaltig im Beruf platzierte Person ist für uns ein Erfolg.

Der Fachkräftemangel war bereits zur JOBLINGE Gründung 2008 absehbar. Doch das Problem ist auch 2024 noch ungelöst. Die Wirtschaft beklagt in den 2024 auf 2023 blickenden Studien weiter fehlende Nachwuchskräfte: Zwar wurden 489.200 Ausbildungsverträge neu abgeschlossen, doch damit liegt die Zahl weiterhin deutlich unter dem Vor-Corona-Niveau – konkret 6,8 Prozent unter dem Stand von 2019. Gleichzeitig zeigt sich, dass viele Ausbildungswege nicht stabil verlaufen. Im Ausbildungsjahr 2022 wurden 29,5 Prozent der Verträge vorzeitig gelöst, ein Anstieg um 2,8 Prozent im Vergleich zu 2021.¹⁴

Diese sogenannte Lösungsquote ist keine reine Abbrecherquote. Viele junge Menschen setzen ihre Ausbildung in einem anderen Betrieb oder Beruf fort. Doch die hier entstehenden Reibungsverluste für Betriebe wie für Auszubildende stehen nachhaltigen Berufskarrieren und einem langfristigen Investment in junge Fachkräfte entgegen. Genau hier setzt das basecamp an.

Insgesamt waren 2024 1.321.040 Auszubildende bei der Bundesagentur für Arbeit gemeldet – davon 83 Prozent unter 25 Jahren¹⁵. Diese Zahlen zeigen, dass die Ausbildung eine zentrale Säule des Berufseinstiegs bleibt. Damit sie gelingt, braucht es mehr als Schulwissen und Betriebserfahrung. Es braucht persönliche Begleitung, Stabilisierung und Orientierung. Genau das bietet das basecamp. 2024 für 1.257 Auszubildende in Workshops und Events sowie 700 weitere Auszubildende bei Azubi-Netzwerkevents.



¹⁴Bundesministerium für Bildung und Forschung (2024): Berufsbildungsbericht
¹⁵Bundesministerium für Bildung und Forschung (2024): Berufsbildungsbericht

Wie ist das basecamp entstanden?

Das basecamp wurde von uns in Frankfurt 2019/2020 pilotiert. 2022/2023 haben wir mit der Unterstützung von JP Morgan das Konzept auf Berlin, Mannheim und Essen ausgeweitet. In 2024 haben wir aus dem Pilot-Projekt und dem Roll-Out in München die Blaupause für weitere basecamps entwickelt: Gemeinsam mit den fünf Großunternehmen Allianz Gruppe, BMW Group, Infineon Technologies AG, Lufthansa Group und Siemens AG hat JOBLINGE erstmals eine starke Allianz für nachhaltige Ausbildung mit der Wirtschaft gebildet.

Was ist das basecamp?

basecamp - gemeinsam Ausbildung. Der Leitspruch des basecamps macht klar: Hier findet Ausbildung statt. Hier zahlen die stärksten Kräfte gemeinsam auf ein großes Ziel ein. Über die digitale Plattform des basecamp (www.basecamp-community.de) erhalten Auszubildende eine Übersicht über unsere bundesweiten basecamp-Angebote – sowohl vor Ort, als auch hybrid und online – und können sich hierüber anmelden. Durch die IHK-Kooperation mit dem Berliner basecamp und der Blaupause in München finden nun auch Auszubildende ins basecamp, die über ihren Ausbildungsbetrieb, Social Media oder Empfehlung auf die Angebote aufmerksam geworden sind.

Das primäre Ziel basecamps ist es, Auszubildende zum erfolgreichen Abschluss zu begleiten. Darum unterstützen wir sie mit Angeboten wie Nachhilfe, Sprachförderung, Prüfungsvorbereitung und individueller Beratung. Darüber hinaus bieten wir Auszubildenden Weiterqualifizierungen für das spätere Berufsleben. Darum stellen wir universell einsetzbare Workshops

zur Verfügung – zum Beispiel, um psychische Herausforderungen zu meistern oder ihren Fachhorizont zu erweitern. Teilnehmende können diese Angebote sowohl in einem attraktivem Lernumfeld vor Ort wahrnehmen als auch im digitalen basecamp, welches Lernangebote aus allen basecamps ortsunabhängig zugänglich macht. Das basecamp ist darüber hinaus ein Ort der Inspiration und Aktivierung von jungen Menschen, für die Ausbildung ein Thema ist - das können Abschlussklassen sein oder junge Menschen, die über PLAN A an einer digitalen Jobmesse im basecamp teilnehmen. Zu guter Letzt spielen im basecamp das Netzwerken, Wissenstransfer und die Entwicklung von innovativen Ansätzen in der Arbeitsmarktintegration mit diversen Stakeholdern im Bereich Ausbildung eine große Rolle. Denn nur durch intersektorale Arbeit in Form von Workshops für Ausbilder*innen oder gemeinsamen Events können wir Ausbildung ganzheitlich denken und somit den Stellenwert von Ausbildungen erhöhen.

Kennzahlen der Ausbildungsbegleitung und zu den basecamps:

- 1.257 Teilnehmende in basecamp Angeboten 2024
- 130 Ausbilder*innen geschult
- 51 fachliche Workshops (ohne die in allen basecamps regelmäßig durchgeführten Azubi-Sprechstunden und Nachhilfeangebote)
- 28 Netzwerkevents für Auszubildende
- 79 offene Formate für Auszubildende
- Durchschnittliche Anzahl Teilnehmende bei Events/Workshops: 14

Formate:

- Workshops: Konflikte, Soft Skills, Kommunikation, Motivation, Finanzen, Feedback, Prüfungsvorbereitung, online Plattformen, Rechte & Pflichten, Berichtsheft
- Events: StarterDay, Azubiaustausch, Vorstellung Ausbildungsbegleitung, Sommerfest, Winterfest, Iftar, Stammtisch, Jahresausklang
- Events für Ausbilder*innen: Netzwerke Events, Workshops (Interkulturelles Training, Mentale Gesundheit, Generation Z, Kenne deine Azubis)

Die basecamps im Detail

Neben der gemeinsamen Kernidee „Ausbildung gemeinsam gestalten“ entwickelt jedes basecamp einen eigenen thematischen Schwerpunkt – orientiert an den regionalen Gegebenheiten und Herausforderungen.

Im basecamp in Mannheim liegt der Fokus darauf, dem Fachkräftemangel durch interdisziplinäre Zusammenarbeit diverser Stakeholder zu begegnen. Einen wichtigen Beitrag hierzu leistet PLAN A, da hier junge Menschen individuell aufgesucht, beraten und begleitet werden.

Das basecamp Berlin fokussiert sich neben der Ausbildungsbegleitung für JOBLINGE Alumni auch auf vielfältige Angebote für Auszubildende und Unternehmen im Rahmen der IHK-Förderung. Um beim Übergang von der Schule in die Berufsausbildung zu unterstützen, wurden an fünf verschiedenen Schulen mit 275 Schüler*innen Berufsorientierungsangebote absolviert.





Im basecamp Essen spielt das Thema Klima/Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle. Ziel ist es, junge Menschen für das Thema zu sensibilisieren, damit sie die grund-

legenden Prozesse der Klima- und Energiewende verstehen. Bei der Übertragung der Themen auf den zukünftigen Arbeitsmarkt und den daraus resultierenden Fachkräftebedarf erkennen sie Chancen und Potenziale für die eigene Berufswahl.

Im basecamp Frankfurt werden junge Menschen dazu befähigt, verantwortungsvolle und unabhängige Akteure in der Gesellschaft zu werden, indem sie digitale und partizipatorische Ansätze und Methoden nutzen. In diesem Sinne ist das basecamp ein einzigartiger Ort der Begegnung und des gemeinsamen Lernens für eine Vielzahl von Akteur*innen.

Das basecamp München ist die strategische Blaupause dafür, wie die stärksten Kräfte aus Wirtschaft und Gesellschaft gemeinsam für junge Menschen wirksam werden. Die gemeinsamen Anstrengungen von fünf Münchner Großunternehmen zeigen schon jetzt, gemeinsam mit zentralen Ansprechpersonen der öffentlichen Hand, dass das Konzept skalierbar ist. Thematisch widmet sich das basecamp München vor allem dem im JOBLINGE-Konzept bereits lang etablierten MINT-Fokus.

Partner

Überregional	Berlin	Essen	Mannheim	Frankfurt	München
<p>J.P.Morgan</p> <p>Steelcase</p>	<p> UVB Unternehmensverbände Berlin-Brandenburg</p> <p> Kofinanziert von der Europäischen Union</p>	<p> Sparkasse Essen</p> <p> DEUTSCHE POSTCODE LOTTERIE</p>	<p> FONDATION PETERS</p> <p> JOHN DEERE</p> <p> Baden-Württemberg MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU</p> <p> gefördert durch DY</p>	<p>J.P.Morgan</p> <p> ARBEITSWELT HESSEN Innovativ · sozial · nachhaltig</p> <p> HESSEN Hessisches Ministerium für Arbeit, Integration, Jugend und Soziales</p>	<p>Allianz </p> <p>BMW GROUP  </p> <p> infineon</p> <p>LUFTHANSA GROUP</p> <p>SIEMENS</p>

Jugendliche im Standby – was wir über sie wissen müssen

Die Lebenswelt junger Menschen heute unterscheidet sich grundlegend von der ihrer Eltern oder Großeltern. Die Erkenntnisse unserer Studie fließen vor allem in die Aktivierung junger Menschen über PLAN A ein. Diese Generation wächst auf mit den Folgen einer globalen Pandemie, mit dem Klimawandel, einer rasant voranschreitenden Digitalisierung – aber auch mit gesellschaftlichen Umbrüchen und dem Aufbrechen vermeintlich stabiler Ordnungen. Gleichzeitig eröffnen sich durch neue Technologien wie künstliche Intelligenz völlig neue Chancen. Dennoch: Die Qualifizierungs- und Unterstützungsangebote, die jungen Menschen beim Einstieg ins Berufsleben helfen sollen, werden meist von Erwachsenen entwickelt – ohne dass deren Lebensrealität wirklich verstanden wird. Dabei kann es nicht das Ziel sein, dass Jugendliche so werden, wie frühere Generationen es waren. Unsere Angebote müssen sich an dem orientieren, was junge Menschen heute brauchen, um selbstbestimmt an der Gesellschaft teilzuhaben.

Diese Einsicht war auch ein zentrales Ergebnis unseres vom Hessischen Ministerium für Soziales und Integration geförderten Projekts JOBLINGE Hybrid, das wir Anfang 2022 mit einer klaren Frage gestartet haben: Wie kann die Unterstützung benachteiligter Jugendlicher in Zukunft aussehen? Reicht es aus, erfolgreiche digitale Formate mit bewährten analogen Methoden zu kombinieren? Oder braucht es neue, hybride Ansätze? Denn während sich der Fachkräftemangel weiter zuspitzt, wird es – insbesondere seit der Corona-Pandemie – immer schwieriger, junge Menschen für Angebote zu gewinnen, die ihnen den Einstieg ins Berufsleben erleichtern sollen.

Gemeinsam mit relevanten Akteur*innen im Übergang Schule-Beruf identifizierten wir Hürden, erkannten Potenziale und entwickelten erste Lösungsansätze. Die zentrale Erkenntnis: Wer junge Menschen erreichen will, muss sie einbeziehen. Solange Maßnahmen und Programme ohne

ihre Mitwirkung konzipiert werden, gehen sie oft an den Bedürfnissen vorbei – oder werden schlicht nicht wahrgenommen.

Diese Erkenntnis wurde zum Schlüsselmoment. Sie führte zu einer neuen Leitfrage, die uns seither begleitet: Was müssen wir verändern, um Jugendliche wieder besser zu erreichen – und wer gehört eigentlich zur Gruppe der vermeintlich schwer Erreichbaren?

Gemeinsam mit der Forschungsorganisation More in Common, gefördert durch die Bank of America und durchgeführt vom rheingold Institut, entwickelten wir die erste eigene qualitative Tiefenstudie zu unserer Zielgruppe: jungen Menschen, die aktuell nicht in Schule, Ausbildung oder Arbeit sind – sogenannte NEETs.

Die Ergebnisse der im Oktober 2023 veröffentlichten Studie „Jugend im Standby – was braucht sie für den Schritt in eine Ausbildung?“ liefern wichtige Erkenntnisse, die wir auch 2024 die Grundlage vieler unserer Projekte bildeten:

- Die Jugendlichen erleben ein Spannungsfeld zwischen Überforderung und Rückzug, zwischen fehlender Selbstwirksamkeit und überhöhten Erwartungen an sich selbst.
- Ihre Optionen nach der Schulzeit erscheinen unendlich – was nicht motivierend wirkt, sondern überfordernd.
- Sie wünschen sich strukturierende, begleitende Unterstützung im privaten und beruflichen Bereich.

Die Studie bestätigt eine Erfahrung, die wir seit Jahren machen: Vertrauen und Beziehung sind die Basis wirksamer Ansätze. Nur wer Beziehungen aufbaut und erhält, schafft die Voraussetzungen dafür, dass junge Menschen sich auf berufliche Bildung einlassen.

Ein besonders relevanter Befund ist die gesellschaftliche Entfremdung vieler junger Menschen. Sie fühlen sich abgekoppelt, ordnen sich kaum über politische Kategorien ein, orientieren sich stärker an kleinen Social Bubbles und empfinden nur selten Zugehörigkeit zu einem größeren Ganzen.

Die Studie legt nahe, dass diese Jugendlichen in vielen gängigen Jugendstudien nicht ausreichend repräsentiert sind. Sie sind weniger laut, weniger sichtbar – aber deshalb nicht weniger relevant. Umso mehr sehen wir es als unsere Verantwortung, ihre Stimmen in den öffentlichen Diskurs einzubringen.

Aus den sechs identifizierten psychologischen Typen lassen sich klare Handlungsempfehlungen ableiten – etwa zur zielgruppenspezifischen Ansprache, zur Auswahl passender Kommunikationskanäle oder zur Rolle von Struktur, Orientierung und positiver Verstärkung. Die Studie unterstreicht unsere Forderung nach:

- innovativen, niedrigschwelligen Rekrutierungsformaten
- einer Öffnung hin zu mehr Diversität bei der Ansprache potenzieller Nachwuchskräfte
- frühzeitigerer und regelmäßigerer Kontaktaufnahme durch Wirtschaft und öffentliche Institutionen

Aus unserer Sicht reicht es nicht, Jugendliche nach ihrer Meinung zu fragen – echte Partizipation bedeutet, junge Menschen aktiv zu begleiten, ihre Perspektiven einzubeziehen und gemeinsam mit ihnen Strukturen zu entwickeln. Deshalb wollen wir dieses Wissen zukünftig noch stärker in unsere Arbeit integrieren: durch co-kreative Ansätze, neue Dialogformate und echte Partnerschaften auf Augenhöhe. Denn: Nur wer versteht, was junge Menschen bewegt, kann wirksame Angebote gestalten.

joblinge.de/ueber-uns/jugend-im-stand-by/

5 zentrale Erkenntnisse aus der Studie



Die Zielgruppe junger Menschen ohne Ausbildung ist schwer erreichbar. Klassische Ansprachewege, Angebote und Anreize schlagen bei dieser Zielgruppe nicht an.



Wir sprechen nicht über eine homogene Gruppe junger Menschen: **Die Studie identifiziert sechs Typen mit individuellen Vermeidungsstrategien in Bezug auf berufliche Bildung.**



Die Studienteilnehmer*innen schwanken zwischen mangelndem Selbstwert und überhöhtem Selbstbewusstsein (Hybris). Das macht deutlich: Es braucht persönliche Betreuung, vertrauensvolle Beziehungen und geschultes Personal, um die Zielgruppe für Ausbildungen zu erreichen.



Die Studienteilnehmer*innen können mit der Idee einer Gesellschaft und gesellschaftlicher Teilhabe wenig anfangen. Sie fühlen sich von der Gesellschaft abgekapselt, misstrauen öffentlichen Institutionen und ordnen sich – wenn überhaupt – kleineren Social Bubbles zu.



Die Optionen nach der Schulzeit erscheinen den Studienteilnehmer*innen unendlich – das löst Überforderung, Druck und Rückzugstendenzen aus. Sie wünschen sich vorstrukturierende Unterstützungsangebote im privaten und beruflichen Bereich.

Sechs Typen der Vermeidung*

Die Ergebnisse der 38 qualitativen Interviews mit den befragten Jugendlichen zeichnen ein diverses Bild über die vieldiskutierte Gruppe, denn die Studie zeigt eindrücklich: NEETs bilden keine homogene Gruppe. Im Gegenteil: Die Studie identifiziert „sechs Typen der Vermeidung“. Diese Typen beschreiben verschiedene Strategien, die Jugendliche von dem Weg in berufliche Bildung abhalten.

Spektrum von
großen Träumen...

... bis zu geringem
Selbstvertrauen

a. In Wohlfühl-Welten verharren

d. Fehlende Skills und Abschlüsse

b. Self-Made-People

e. Brüche und Traumata behandeln

c. Als Chef*in einsteigen wollen

f. Sich als Loser erleben

* Die Typisierung verhilft lediglich zur groben Einordnung und ist nicht abschließend. Eine Stigmatisierung lehnen wir ab und weisen darauf hin, dass es sich um heterogene Gruppen handelt.

Ausbildungsgerechtigkeit stärken – mit klarer Haltung und starken Partnern an der Seite

Unsere Events und Erkenntnisse aus 2024.

Die Blaupause für die basecamp-Weiterentwicklung

Fünf Großunternehmen, ein Ziel: Im September 2024 eröffneten wir gemeinsam mit der Allianz Gruppe, BMW Group, Infineon Technologies AG, Lufthansa Group und Siemens AG das basecamp München, einen neuen Lern- und Begegnungsort für junge Menschen in Ausbildung oder auf dem Weg dorthin. Und das alles in weniger als einem Jahr – von der Konzeptphase über die Immobiliensuche bis hin zum Aufbau des basecamp-Teams vor Ort.

Das basecamp München ist nicht nur ein neuer Standort, sondern ein strategisches Modell für die Zukunft. Ein Ort, an dem Ausbildungsbegleitung neu gedacht, praktisch umgesetzt und gemeinsam getragen wird – von Wirtschaft, gemeinnützigem Engagement und jungen Menschen selbst. Mithilfe der engen Verwurzelung mit der Wirtschaft, zeigen wir, wozu wir als Initiative fähig sind. Mit entsprechendem finanziellem Rückhalt funktioniert auch die Skalierung unserer Konzepte.

Inmitten wachsender gesellschaftlicher Herausforderungen – von der Fachkräftelücke bis zur hohen Abbruchquote in der dualen Ausbildung – setzen wir mit dem basecamp München ein klares Zeichen: Wir glauben an das Potenzial jedes jungen Menschen und schaffen Strukturen, in denen sich dieses Potenzial entfalten kann.

Das bundesweite Ziel des basecamps ist es, Ausbildungsabbrüche zu verringern, jungen Menschen Orientierung und Stabilität zu geben und nachhaltige Fachkräftepotenziale im Inland zu erschließen. Am zentral gelegenen Stiglmaierplatz in München begleiten wir junge Menschen auf über 600 Quadratmetern individuell – von der Prüfungsvorbereitung über Bewerbungstrainings bis hin zu Workshops zu finanzieller Bildung, Konfliktlösung und Persönlichkeitsentwicklung. Dabei bringen sich unsere Partnerunternehmen mit Expertise, Engagement und konkreten Formaten wie Ausbildungsmessen, Round Tables, Coaching-Angeboten oder Corporate Volunteering aktiv ein.

Was das basecamp München besonders macht, ist die Qualität der Partnerschaft. Die fünf beteiligten Unternehmen engagieren sich finanziell, ideell und operativ. Ihre Personalvorstände haben sich in einer bisher einmaligen Allianz zusammengeschlossen, um ein Projekt von gesellschaftlicher Tragweite aktiv mitzugestalten.



“ Die duale Ausbildung ist ein essenzieller Pfeiler unserer Wirtschaft. Das basecamp München liefert strukturelle Unterstützung für Auszubildende und Unternehmen. Mit der Verknüpfung von gemeinnütziger Arbeit und renommierten Wirtschaftspartnern schaffen wir die Blaupause für nachhaltige Ausbildung.“
Kadim Tas, CEO JOBLINGE

“ Neben MINT-Fokus wollen wir im basecamp auch übergreifende Zukunftskompetenzen wie Lernfähigkeit, Veränderungsbereitschaft und Technologieoffenheit vermitteln.“
Judith Wiese, Siemens AG

“ Wir brauchen Orte wie das basecamp, die jungen Menschen Halt geben – und Unternehmen zeigen, wie gelebte gesellschaftliche Verantwortung aussieht.“
Kadim Tas, CEO JOBLINGE

“ Wir können es uns weder wirtschaftlich noch gesellschaftlich leisten, junge Menschen ohne Qualifikation zurückzulassen.“
Ilka Horstmeier, BMW Group

v.l.n.r.: Markus Fink (Chief Human Resources Infineon), Bettina Dietsche (Chief Human Resources Allianz Gruppe), Judith Wiese (Chief Human Resources Siemens Gruppe), Ilka Horstmeier (Chief Human Resources BMW Group), Jonathan von Gutzeit (Senior Director Talent Attraction, Lufthansa Group), Kadim Tas (CEO JOBLINGE)

Das basecamp München ergänzt bestehende Standorte in Frankfurt, Berlin, Mannheim und Essen, und ist nach dem von JPM geförderten Aufbau und Rollout des Konzepts das erste, das wir mit einer so breiten Beteiligung großer Unternehmen aufgebaut haben.

Bürgergeld abschaffen – eine Debatte, die junge Menschen führen wollen

Im Oktober 2024 haben wir mit unserer Kampagne „Bürgergeld abschaffen“ eine gesellschaftliche Debatte angestoßen, um die Perspektive junger Menschen in den Mittelpunkt zu rücken, die im Bürgergeldbezug leben, aber herauswollen. Das Ziel: ihnen Sichtbarkeit und Teilhabe zu ermöglichen. Und zeigen, wie es anders geht – mit echter Unterstützung, Ausbildungsperspektiven und individueller Begleitung.

Die Kampagneninhalte wurden gemeinsam mit Jugendlichen aus unserem Programm in Frankfurt und Wiesbaden entwickelt. Ihre Gedanken waren der Ausgangspunkt, ihre Erlebnisse prägen die Motive. Alle abgebildeten Personen sind JOBLINGE-Teilnehmende, die offen über ihre Erfahrungen sprechen.

Immer wieder hören wir bei JOBLINGE Sätze wie: „Ich will arbeiten, aber ich bekomme keine Chance.“ Oder: „Ich fühle mich weniger wert, nur weil ich Bürgergeld bekomme.“ Die jungen Erwachsenen berichten von dem Gefühl, nicht als Mensch mit Potenzial gesehen zu werden, sondern nur als „Leistungsbezieher*in“.

Gemeinsam mit der Kreativagentur TERRITORY, entwickelten die jungen Erwachsenen ein Konzept, das bewusst provoziert. Denn die Sätze, die zu Beginn der Kampagne im öffentlichen Raum standen, waren hart.

„Bürgergeld abschaffen. Zumindest für mich.“

Diese Formulierung stieß auf massive Reaktionen, was Teil des Plans war. Katharina, Robin, Milena – sie alle stehen für Lebensrealitäten, die komplex sind. Sie sind motiviert, bringen Potenzial mit und wollen eine Ausbildung machen. Aber sie stoßen auf Vorurteile, auf strukturelle Hürden, auf Gleichgültigkeit. Genau hier setzt JOBLINGE an: Mit einer Vermittlungsquote von bis zu 80 Prozent begleiten wir junge Erwachsene aus dem Bürgergeldbezug erfolgreich in Ausbildung und Arbeit. Über 18.000 junge Menschen haben wir so im JOBLINGE-Kernprogramm bundesweit bereits unterstützt.

www.buergergeld-abschaffen.de



Strategische Partnerschaften als Schlüssel zur Wirksamkeit – Das JOBLINGE-Partnerevent 2024 in Frankfurt

Frankfurt ist das Herzstück eines der bedeutendsten Formate der JOBLINGE-Initiative: das exklusive Partnerevent für Premium- und Impactpartner. Seit 2023 findet die Veranstaltung unmittelbar vor der jährlichen Benefizgala statt und bringt unsere wichtigsten überregional fördernden Partner aus ganz Deutschland an einen Tisch.

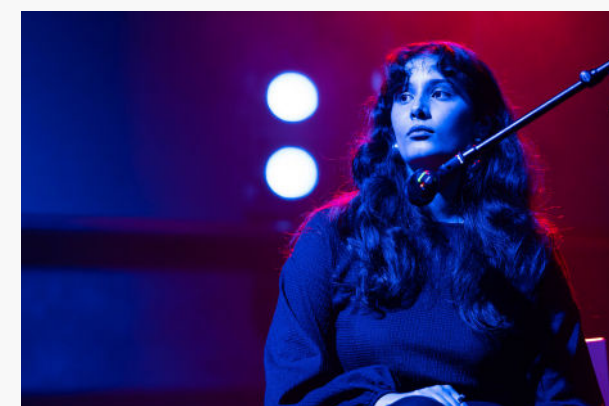
2024 nahmen rund 40 Vertreter*innen führender Unternehmen und Stiftungen teil, um gemeinsam an der JOBLINGE-Vision 2030 zu arbeiten: 100.000 jungen Menschen bis zum Ende des Jahrzehnts ein Angebot für eine Ausbildung zu machen. Die Diskussionen waren intensiv, konkret und zukunftsgerichtet – ein echter strategischer Arbeitsraum unter dem Dach von JOBLINGE.

„Unsere Mission schaffen wir nur mit starken Partnern an unserer Seite. Es ist uns wichtig, unsere Partnerschaften so zu gestalten, dass sie für alle Seiten lohnend sind“, so Kadim Tas.






Im Fokus des Partnerevents standen drei strategische Fragestellungen, die in Kleingruppen intensiv bearbeitet wurden:

- Finanzierung entlang der Wirkung: Wie können Aktivierung, Vermittlung und Berufsabschluss die Grundlage für zukunftsfähige Finanzierungskonzepte bilden – jenseits klassischer Förderlogiken?
- PLAN A – unsere Ausbildungsinitiative: Wie kann PLAN A dauerhaft durch unternehmerisches und zivilgesellschaftliches Engagement getragen werden?
- basecamp – Azubi-Begleitung neu gedacht: Welche Allianzen und Unternehmensmodelle braucht es, um basecamps als Lern- und Begegnungsorte in weiteren Regionen zu etablieren?

Die anschließende Benefizgala im Gibson Club war ein emotionaler Höhepunkt. Vor rund 450 Gästen traten JOBLINGE-Teilnehmende mit einem eigens erarbeiteten Theaterstück auf, und zeigten, was sie bewegt, was sie mitbringen und was sie sich für die Zukunft wünschen. Ihre Geschichten bildeten den Abschluss eines Tages, der Wirkung greifbar machte.



Standorte

-  JOBLINGE gAG Zentrale
-  JOBLINGE e.V. / JOBLINGE Dachorganisation
-  JOBLINGE
-  PLAN A powered by JOBLINGE
-  basecamp powered by JOBLINGE

gAG Rheinland

Köln
Klassik, PLAN A, ESF (BroConnect), Integrativ

Troisdorf
PLAN A (joblinge@school), Klassik (digital+), AsA flex

gAG Metropolregion Rhein-Neckar

Ludwigshafen Rheinuferstraße
AsAflex

Ludwigshafen Ludwigsplatz
PLAN A, Klassik

Mannheim
PLAN A, Klassik

basecamp | Mannheim

gAG FrankfurtRheinMain

Frankfurt
Erfolgreich in Ausbildung, JOBLINGE booster, Integrativ §16h

Darmstadt
Integrativ

Mainz
Integrativ

Offenbach
§16h, Integrativ

Wiesbaden
Integrativ

Erfurt
PLAN A

basecamp | Frankfurt

gAG Südwest

Stuttgart Böblingstraße
PLAN A, Klassik, ESF-Projekt AB

Stuttgart Wilhelmsplatz
Kompass, BEQ4U, Klassik

Ulm
PLAN A, Integrativ

Pforzheim
Integrativ

Reutlingen
PLAN A+, Integrativ

gAG Ruhr

Essen Altendorfer Straße
Klassik, Family

Essen Heinrich-Reisner-Platz
Kompass, work4u, PLAN A

Gelsenkirchen
Klassik

Dortmund
Klassik

basecamp | Essen

gAG Hanse

Hamburg
PLAN A, Klassik, Kompass

Bremen
PLAN A, Integrativ



gAG Berlin

Berlin Schöneberg
Integrativ, §16h, PLAN A Schule

Berlin Westend
Integrativ

basecamp | Berlin

gAG Leipzig

Leipzig
Klassik, Kompass, JOBLINGE goes to school

Dresden
PLAN A (Tech Teens)

Dachorganisation

München

gAG München

München Ridlerstraße
PLAN A, Klassik

basecamp | München

Finanzierung

Die Finanzierung von Angeboten zur Vermittlung junger Menschen in den ersten Arbeitsmarkt durch die öffentliche Hand erfolgt nicht auf Basis der erzielten Erfolge (Outcomes) sondern rein Input-basiert. Der Erfolg einer Initiative spielt bei der Finanzierung bislang noch nicht die Rolle, die wir uns wünschen würden. Die Forderung, auf eine Input-Basierte Finanzierung zu wechseln, tragen wir seit mehreren Jahren auch aktiv an Entscheidungsträger*innen in der Politik heran. Gemeinsam mit anderen etablierten Sozialorganisationen fordern wir von der Politik entsprechend angepasste Instrumente. Darüber hinaus entwickeln wir unsere Finanzierungsmodelle selbst weiter, um unabhängiger von den Finanzierungsstrukturen der öffentlichen Hand zu werden.

Wir sind eine gemeinnützige Organisation mit öffentlich-privater Kofinanzierung. Bundesweit stammen etwas über 60 Prozent unserer Mittel aus öffentlichen Quellen und rund 40 Prozent sind Spenden von Unternehmen, Stiftungen und Privatpersonen. Der Anteil der Finanzierung hängt von den lokalen Förderbedingungen ab und variiert von Standort zu Standort.

Unser engster Partner bleibt die öffentliche Hand, vor allem die Agenturen für Arbeit und die Jobcenter. Gemeinsam arbeiten wir daran, langzeitarbeitslose junge Menschen zu aktivieren, ihnen Orientierung zu geben und sie in Ausbildung oder Arbeit zu begleiten. Die öffentliche Finanzierung ist jedoch noch nicht auf die Besonderheiten des JOBLINGE-Ansatzes zugeschnitten. Aus eigener Initiative realisieren wir Programmelemente, die erfolgsentscheidend sind, aber nicht von der öffentlichen Hand vorgegeben, und somit nicht finanziert werden.

Darum ist das JOBLINGE-Partnernetzwerk für uns so wichtig, denn nur mithilfe starker Partner garantieren wir die besten Perspektiven für die JOBLINGE-Teilnehmenden. Über unser Netzwerk schaffen wir Chancen, akquirieren jedoch auch Spendengelder, die für unsere Arbeit weiterhin notwendig sind.

2023 konnten wir zusammen mit the Human Safety Net, der Stiftung von Generali, den Outcome First Apprenticeship Fund (OFAF) aufsetzen. Ein Fund, der explizit jungen Menschen mit Fluchthintergrund die Chance ermöglicht, den Weg in Ausbildung zu finden. In 2024 konnten wir den OFAF weiter ausbauen und haben mit BELRON einen weiteren Zustifter für den OFAF gewonnen. Das Ziel dieses Funds ist es, Geflüchteten einen besseren Zugang zu einer Ausbildung und damit zu Aufstiegschancen und einer sicheren Existenz zu verhelfen.

Der Outcome-First Apprenticeship-Fund steht seit 2023 allen JOBLINGE-Standorten zur Verfügung. Für jede erfolgreiche Vermittlung von Teilnehmenden mit Fluchthintergrund erhalten die Standorte eine erfolgsabhängige Prämie, die einen Teil der nicht öffentlich finanzierten Programmkosten abdeckt und ist für drei Jahre grundfinanziert. Der Fund wurde gemeinsam mit The Human Safety Net initiiert und ist für drei Jahre grundfinanziert.



Einnahmen und Ausgaben der Gesamtorganisation

Gesamtrechnung für alle Standorte* (in Tsd. Euro)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024**
Erträge											
Zuschüsse der öffentlichen Hand	2.861	3.708	5.606	7.304	8.793	9.650	9.705	11.298	10.898	11.456	11.004
Spenden	1.869	2.514	3.064	3.740	3.854	3.923	4.230	4.801	6.653	7.337	7.895
Sonstige Erträge	51	22	33	9	102	249	309	250	369	257	343
Summe Erträge	4.782	6.243	8.703	11.053	12.749	13.822	14.244	16.349	17.920	19.050	19.242
Aufwand											
Personalkosten	2.996	3.820	5.298	6.891	8.007	9.119	9.832	10.959	11.905	12.733	12.582
Sachkosten	1.629	2.072	3.206	4.316	4.258	4.879	4.386	5.422	6.029	6.025	6.501
Summe Aufwand	4.625	5.891	8.504	11.208	12.265	13.998	14.218	16.381	17.934	18.758	19.083
Jahresergebnis	157	352	199	-155	484	-176	26	-32	-14	292	159

*Ohne JOBLINGE Stiftung

**Forecast

Anmerkung: Mögliche Differenzen aufgrund von Rundungen.

Vermögensverhältnisse der Gesamtorganisation

Gesamtrechnung für alle Standorte (in Tsd. Euro)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)										
A Anlagevermögen	30	38	78	76	125	135	107	121	115	108
I. Immaterielles Vermögen (z. B. Software)	-	-	-	2	7	31	25	17	15	4
II. Sachanlagen	30	38	78	74	118	104	82	104	100	104
B Umlaufvermögen	1.872	2.858	3.642	4.173	4.739	4.816	5.708	5.404	5.423	6.406
I. Forderungen	427	417	682	967	1.167	1.097	1.237	1.441	1.528	1.215
II. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	1.445	2.441	2.960	3.206	3.572	3.719	4.471	3.963	3.895	5.191
C Rechnungsabgrenzungsposten	27	31	47	39	41	38	41	54	65	60
Summe Aktiva	1.929	2.927	3.767	4.288	4.905	4.989	5.856	5.579	5.603	6.574
Passiva (Mittelherkunft)										
A Eigenkapital ¹⁶	875	1.463	1.115	1.286	1.841	1.334	1.361	1.327 ¹⁸	1.314 ¹⁸	1.525
B Sonderposten für nicht verbrauchte Zuschüsse und Spenden ¹⁷	564	824	1.622	1.923	1.983	2.133	3.105	2.926 ¹⁹	2.850 ¹⁹	2.952
C Rückstellungen	214	255	316	392	375	442	573	616	565	581
D Verbindlichkeiten	259	270	440	602	598	559	601	516	812	796
I. Aufgenommene Darlehen	98	30	91	127	69	47	9	176	151	328
II. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	68	98	121	110	246	236	198	177	406	262
III. Sonstige Verbindlichkeiten	93	142	260	365	282	274	394	163	255	206
E Rechnungsabgrenzungsposten	17	115	274	86	107	521	216	194	62	720
Summe Passiva	1.929	2.927	3.767	4.288	4.905	4.989	5.856	5.579	5.603	6.574

¹⁵ Ab 2019 ohne JOBLINGE-Stiftung

¹⁶ Bei JOBLINGE e.V. und JOBLINGE-Stiftung inklusive Mittelvortrag und Stiftungskapital.

¹⁷ Bei JOBLINGE e.V. und JOBLINGE-Stiftung inklusive freier Rücklagen.

¹⁸ inkl. Mittelvortrag JOBLINGE e.V.

¹⁹ inkl. freie Rücklagen JOBLINGE e.V.

Anmerkung: Mögliche Differenzen aufgrund von Rundungen.

Einnahmen und Ausgaben der Standorte

	Gesamt	gAG München	gAG Berlin	gAG FrankfurtRheinMain	gAG Rheinland	gAG Leipzig	gAG Ruhr	gAG Südwest	gAG Hanse	gAG Main-Rhein-Neckar	e. V.	Stiftung
Ertrag und Aufwand 2023 Standortspezifisch (in Tsd. Euro)												
Ertrag												
Zuschüsse der öffentlichen Hand	11.456	534	1.231	2.110	613	1.653	980	1.549	1.174	1.612	0	0
Spenden	7.337	258	581	857	298	183	853	1.155	431	231	2.490	3.064
Sonstige Einnahmen	257	0	0	0	0	0	18	0	41	0	198	0
Summe Ertrag	19.050	792	1.812	2.967	911	1.836	1.851	2.704	1.646	1.843	2.688	3.064
Aufwand												
Personalkosten	12.733	546	1.215	1.863	664	1.342	1.309	1.933	1.131	1.148	1.582	0
Sachkosten und sonst. betr. Aufwendungen	6.025	246	514	946	247	444	542	771	515	695	1.105	3.057
Summe Aufwand	18.758	792	1.729	2.809	911	1.786	1.851	2.704	1.646	1.843	2.687	3.057
Jahresergebnis	292	0	83	158	0	50	0	0	0	0	1	7
Entnahmen aus Rücklagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16
Einstellung in Rücklagen	133	0	83	0	0	50	0	0	0	0	0	0
Gewinn/Verlustvortrag aus Vorjahr	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
Bilanzgewinn/ -verlust	161	0	0	158	2	0	0	0	0	0	1	7

Vermögensverhältnisse der Standorte

	Gesamt	gAG München	gAG Berlin	gAG FrankfurtRheinMain	gAG Rheinland	gAG Leipzig	gAG Ruhr	gAG Südwest	gAG Hanse	gAG Main-Rhein-Neckar	e. V.	Stiftung
Bilanz der Standorte zum Stichtag 31.12.2023 (in Tsd. Euro)												
Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)												
A Anlagevermögen	108	1	16	39	1	0	22	4	6	19	0	30
I. Immaterielles Vermögen (z. B. Software)	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	30
II. Sachanlagen	104	1	16	35	1	0	22	4	6	19	0	0
B Umlaufvermögen	6406	486	371	375	282	871	429	523	1039	655	1375	1.862
I. Forderungen	1215	35	143	226	17	45	96	149	251	215	38	0
II. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	5191	451	228	149	265	826	333	374	788	440	1337	1.862
C Rechnungsabgrenzungsposten	60	0	2	0	4	3	8	17	16	9	1	0
Summe Aktiva	6574	487	389	414	287	874	459	544	1061	683	1376	1892
Passiva (Mittelherkunft)												
A Eigenkapital (Mittelvortrag und Stiftungskapital bei Stiftung und e. V.)	1525	265	194	173	102	130	55	50	50	50	456	288
B Sonderposten für nicht verbrauchte Zuschüsse und Spenden (inkl. freie Rücklagen Stiftung und e. V.)	2952	162	0	69	113	20	304	128	958	476	722	1593
C Rückstellungen	581	42	32	138	44	73	66	93	27	32	34	0
D Verbindlichkeiten	796	18	163	34	28	18	34	268	26	43	164	11
I. Aufgenommene Darlehen	328	0	130	0	0	0	0	198	0	0	0	0
II. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	262	13	21	17	4	18	13	47	21	21	87	11
III. Sonstige Verbindlichkeiten	206	5	12	17	24	0	21	23	5	22	77	0
E Rechnungsabgrenzungsposten	720	0	0	0	0	633	0	5	0	82	0	0
Summe Passiva	6574	487	389	414	287	874	459	544	1061	683	1376	1892

Anmerkung: Mögliche Differenzen aufgrund von Rundungen.

Lagebericht

Die Finanzlage der Gesamtorganisation bleibt trotz anhaltend geringer Zuweisungen durch die öffentliche Hand und der daraus resultierenden Unterauslastung unserer Standorte überwiegend stabil. Strategische Maßnahmen wie der Outcome-First Apprenticeship-Fund zeigen ihre Wirkung, indem sie die Finanzierung und Wirkorientierung aller Regionen stärken. Die Kapazitäten der Standorte werden darüber hinaus über PLAN A ergänzt. Die grundsätzlich gesunkenen Zuweisungen und die damit verbundene sinkende Finanzierung der öffentlichen Hand kann durch private Spendenmittel ausgeglichen werden.

Die Jahresabschlüsse der JOBLINGE gAGs des Geschäftsjahres 2024 sind zum Teil noch in Bearbeitung, es zeichnen sich aber überwiegend neutrale oder positive Ergebnisse ab. Der Jahresabschluss des JOBLINGE e. V. und der JOBLINGE-Stiftung fielen im Jahr 2024 ebenfalls neutral bzw. positiv aus. Wesentlicher Erfolgsfaktor von JOBLINGE ist seit Beginn das gemeinsame, sektorübergreifende Engagement, das sich auch in der Finanzierung widerspiegelt.

Im Rahmen der öffentlich-privaten Kofinanzierung werden die laufenden Kosten der JOBLINGE-Standorte zu einem großen Teil von der öffentlichen Hand getragen. Der Anteil der öffentlichen Finanzierung ist von Standort zu Standort sehr unterschiedlich. Über die gesamte Initiative gerechnet, beträgt er etwa 60 Prozent. Rund 40 Prozent der Kosten werden durch Spenden finanziert.

Im Geschäftsjahr 2024 betrug die Höhe eingeworbener privater Spenden rund 7,9 Millionen Euro. Diese Gelder sind insbesondere für innovative JOBLINGE-Themenbereiche wichtig, die nicht von der öffentlichen Hand finanziert werden. Themen wie die (digitale) Aktivierung junger Erwachsener für eine Ausbildung – jenseits der von Jobcenter und Arbeitsagentur etablierten Strukturen – zeigten sich als für die JOBLINGE-Zielgruppe essenziell, um überhaupt Zugang und Informationen über Unterstützungsangebote zu erhalten.

Die Etablierung von Aktivierungsangeboten, die junge Erwachsene auf die strukturellen Unterstützungsangebote von JOBLINGE und grundsätzlich der Gesellschaft aufmerksam machen, ist für uns wichtiger denn je. Deshalb setzt sich die JOBLINGE Initiative für neue Finanzierungskonzepte ein und macht zugleich auf die Notwendigkeit einer anders strukturierten Förderung etablierter Sozialorganisationen aufmerksam.

Wir brauchen unser starkes Netzwerk an privaten Förderern. Daher freuen wir uns sehr, dass es uns auch 2024 trotz all der Umstände wieder gelungen ist, die Gesamtsumme privater Spenden zu erhöhen. Obwohl die aufzubringende Spendensumme beachtlich ist und in Zukunft durch Wachstum und inhaltliche Weiterentwicklung kontinuierlich steigen wird, blickt die JOBLINGE-Initiative dank der großzügigen Unterstützung und der wachsenden Förderbereitschaft optimistisch in die Zukunft und freut sich auf die Zusammenarbeit mit bestehenden und neuen Förderern.



Hier finden Sie uns:

www.joblinge.de

Newsletter: www.joblinge.de/newsletter

Facebook: www.facebook.com/joblinge

Instagram: @ausbildungs.heroes

LinkedIn: www.linkedin.com/company/joblinge

X: @_joblinge

Impressum

Vertretungsberechtigte

Kadim Tas, CEO, JOBLINGE e.V.

Vereinsregisternummer

VR 204183, Amtsgericht München

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

DE 143 217 61608

Anschrift JOBLINGE e.V.

Kapuzinerstraße 9 d

80337 München

Telefon: 089 1250-1410

Redaktion

Georgina Heyland

Julian Weber

Layout

Clique G Kreativbüro