



Langenfeld im Juli 2021

BOB online – eine Erfolgsgeschichte?

Schon zu Beginn der Pandemie war klar, dass die Schüler*innen auch unter Corona-Bedingungen eine Begleitung auf dem Weg von der Schule in den Beruf oder ins Studium angewiesen sind und die Präsenzangebote zur Berufsorientierung nicht einfach ersatzlos gestrichen werden konnten. Direkt nach den ersten Schulschließungen hatte sich der Vorstand von BOBplus e.V. zusammengesetzt und nach Alternativen gesucht. Quasi über Nacht wurde das Konzept für die BOB 2020 online entwickelt und mit großem Engagement in die Tat umgesetzt. Für Pascal Kurschildgen und Stefan Tegethoff galt es vor allem, technische Lösungen zu schaffen, um Schüler*innen und Aussteller eine sichere und zuverlässige Umgebung zu liefern. Die Messeplattform aus dem Jahre 2020 wurde nach der BOB evaluiert und auf den Prüfstand gestellt. Zur diesjährigen Messe wurde die Website weiterentwickelt, aktualisiert und im Interesse der Nutzer optimiert.

Die BOB2021 online am 11. Mai sollte das Highlight unseres ehrenamtlichen Engagements werden, so Hans-Dieter Clauser Vorstandsvorsitzender von BOBplus e.V. Aber auch die weiteren Aktivitäten unseres ehrenamtlichen Einsatzes für die jungen Menschen sollten beachtet werden. Im Vorfeld der BOB online wurden alle bewährten Angebote der letzten Jahre digitalisiert:

- Eltern Treffs
- Aussteller Treffs
- Lehrer*innen Treffs
- Schulklassen Coaching Wochen
- Unternehmensbesuche im Rahmen der BOB Tour online

Der Beratungsbedarf der Eltern scheint ausgesprochen groß zu sein, denn die 4 angebotenen online Meetings wurden mit fast 500 Anmeldungen hervorragend angenommen. Die Teilnehmer wurden mit den wichtigsten Funktionen der Messe Website vertraut gemacht und ermuntert, mit ihren Kindern die ganzjährige Präsenz der Aussteller intensiv zu nutzen.

Mit 2 Aussteller Treffs wurden die Aussteller zu einem digitalen Messerundgang eingeladen und insbesondere die Nutzung des Kommunikations-Buttons für die Live Kommunikation am Messtag erklärt.

Ein erfolgreicher Messebesuch will gut vorbereitet sein, dies gilt sowohl für eine Präsenz- wie auch für eine digitale Messe. Deshalb waren die Schulen zu 65 Schulklassen Coaching Terminen eingeladen.

Selbst die BOB Tour wurde digitalisiert. Es war schon begeisternd, mit wieviel Phantasie und Engagement die Unternehmen sich der Aufgabe stellten, über Ausbildung selbst in schwierigen Zeiten unter Corona Bedingungen zu berichten. 9 Ziele standen allein hier auf unserer Agenda.

Clauser: „Wir waren bestens vorbereitet und fieberten dem jährlichen Höhepunkt unseres ehrenamtlichen Engagements entgegen!“ 160 Aussteller aus dem Rheinland warteten auf reges Interesse der Schüler*innen.

Und, wie ist es nun gelaufen?

Besucherzahlen:

1. 1.950 Besucher
2. 25.392 Seitenaufrufe

Aussteller mit den meisten Zugriffen:

1. Bayer AG
2. Bundeswehr
3. Kreispolizeibehörde Mettmann
4. AIFS educational travel
5. Klingenstein Solingen
6. Coroplast
7. AOK
8. Sparkasse Langenfeld
9. Westnetz
10. Apotheken in Nordrhein

Eine erste Bewertung - Positiv:

- Beteiligung von 163 Ausstellern
- Schüler*innen und Aussteller können die Plattform ganzjährig nutzen
- Permanente Nutzung der Plattform für BOB Touren, Coachings, Eltern Treffs
- Die Plattform hat das Potential für die erste Hybrid Messe
- Stark gestiegenen Kontakte per Newsletter, Eltern Treffs, Schulmailings, Schüler*innen-Coachings, qualifizierter Aussteller Treffs mit Okomo und topikon
- Kostengünstig, da ehrenamtlich und gemeinnützig, Finanzierung über Spenden und Zuschüsse

Erste Bewertung – Negativ

Bereich Schule:

- Die Besucherzahlen waren enttäuschend.
- Die Schulklassen Coachings wurden kaum genutzt (3 von 160 Schulen)
- Homeschooling funktionierte ganz selten (kein Ton, kein Bild, keine Kommunikation)
- Viele Besucher*innen gingen unvorbereitet auf die Messe
- Schüler wussten mit dem Angebot nichts anzufangen
- Auch OKOMO ist den Schülern nicht vertraut und die Benutzung noch zu fremd.

Die Frage „Was mache ich denn mit der E-Mail-Adresse des Ausstellers?“ von zwei Schülern hat uns nachdenklich werden lassen.

Die politische Forderung aus dem NRW Schulministerium nach „Programmierung als Unterrichtsfach“ ist falsch, die Schule sollte die Anwendung von Software lehren und mit leistungsfähiger Technik ausgestattet werden.

Bereich Aussteller:

- Das Engagement der Aussteller ist steigerungsfähig:
- bei der Anlieferung der Daten,
- bei der Nutzung des OKOMO Buttons, Einsatz von Social Media

Für die Verleihung des BOB Awards wurden nominiert:

Weltersbach, BZB, Coroplast, LVR; Bayer, Bundeswehr, AOK, Klingenstein Solingen, Westnetz

Im Rahmen unserer jährlichen Mitgliederversammlung am 06. Oktober 2021 werden wir dann das Geheimnis lüften und den „Besten Aussteller der BOB2021 online“ mit dem BOB Award auszeichnen.

Fazit:

BOBplus e. V. engagiert sich seit Jahren erfolgreich für die Schüler*innen und für die Unternehmen in der Region. Mit der Konzeption der BOB online hat der Verein einen mutigen, innovativen und zukunftsweisenden Weg beschritten. Die Besucherzahl kann uns nicht gefallen. Wir als Verein fragen uns, ob die Folgen der Pandemie als Entschuldigung ausreicht oder ob wir mit unserem Konzept zur Berufsorientierung die Schulen überfordert haben. Vielleicht sind wir aber auch der Zeit zu weit voraus?

Hans-Dieter Clauser: „Die BOB online hat aber auch gezeigt, dass die Digitalisierung nun endlich mit großen Schritten vorangehen muss, das Schulen und Schüler*innen besser begleitet werden und dass ehrenamtliches Engagement einer besonderen Unterstützung bedarf. Mein Dank gilt allen Aktiven und ganz besonders den Freunden und Förderern des Vereins!“

Bei Rückfragen stehen wir Ihnen gerne auch telefonisch zur Verfügung

Mit freundlichen Grüßen

Ihr

Hans-Dieter Clauser

Vorstandsvorsitzender BOBplus e. V.

Anlage: Feedback zur Befragung der Aussteller (Bitte Link einfügen)