© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

Konzept Jugendkampagne
für den Gewerkschaftsbund des Kantons Zürich

Inhalt Seite

1. Auftrag 2
2. Ausgangslage 3
3. Jugend und Arbeit 4
4. Ein Blick in die Statistik 5
5. Erste Schlussfolgerungen 6
6. ***local force*** 8
7. Erfolgsfaktoren 11
8. Kommunikations-Mix 12
9. Ideen zum Sponsoring 14
10. Die nächsten Schritte 15
11. Netzwerk - Zusammenarbeit 16
12. Anmerkungen 24
13. Titelseiten Nullnummer ***local force*** 25

1. Auftrag

Ziel	Werbestudie mit Vorschlägen für eine Jugendkampagne
Auftraggeber	Gewerkschaftsbund des Kantons Zürich
Termin	30. September 1997
Projektleiter	Siro Torresan
Ausführend	Crambambouli, Andrew Katumba Heinrichstrasse 267-A5, 8005 Zürich Tel: 01-273 41 41 Fax: 01-273 41 44 e-mail: katumba@crambambouli.ch Beni Müller Filmproduktion, Beni Müller Heinrichstrasse 177, Postfach 440, 8037 Zürich Tel: 01-271 20 77 Fax: 01-273 43 34 e-mail: bmf@swissonline.ch
Zielgruppe	15- bis 25-jährige - Oberstufenschüler - Lehrlinge, Berufsschüler - Lehrabgänger - junge Arbeiter - junge Arbeitslose
Raum	Kanton Zürich
Profil	Ein gewisses Interesse an sozialen und politischen Anliegen sollte bei den Jugendlichen bereits vorhanden sein. Mit der Jugendkampagne sollen nicht möglichst viele "Konsumenten" sondern vielmehr hochmotivierte "Aktivisten" gefunden werden: Was zählt ist die Qualität, nicht die Quantität der Neumitglieder.

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

2. Ausgangslage

Im eigenen Selbstverständnis der Gewerkschaften[1] und auch bei einer Mehrheit der Schweizer Bevölkerung[2] herrscht Übereinstimmung darin, dass die Bedeutung der Gewerkschaften angesichts der prekären Wirtschaftslage zunehmen wird.

Damit kontrastiert ein empfindlicher Mitgliederschwund bei den Gewerkschaften, was nicht nur die organisierte und damit mobilisierbare Basis verkleinert, sondern auch die Einnahmen verringert. Dabei ist das Ziel, die Gewerkschaft als Machtfaktor nicht nur zu erhalten sondern zu stärken.

Es ist darüber hinaus zu befürchten, dass durch den engeren Finanzrahmen auch neue Stossrichtungen[3], die von den Gewerkschaft erwartet werden, weniger intensiv als nötig vorangetrieben werden können.

Ein zentrales Instrument zur Stärkung der Gewerkschaften bildet der Zusammenschluss zu grösseren Einheiten. Diese Strategie wurde bereits erfolgreich umgesetzt, etwa bei der Vereinigung von GBH und GTCP zur GBI, oder befindet sich in der Diskussionsphase, wie beispielsweise beim Projekt einer Mediengewerkschaft. Der Effekt dieser Massnahmen braucht jedoch Zeit, insbesondere wenn sie demokratisch erfolgen und dabei auch die bestehenden Strukturen modernisiert werden.

Es müssen daher parallel dazu neue — oder vergessene alte — Wege gefunden werden, die Mitgliederzahl drastisch zu erhöhen. Dies kann in erster Priorität durch die Erhöhung der Beitritte erfolgen. Es ist aber ebenso zu prüfen, ob die Abgänge reduziert werden können.

Im weiteren werden wir uns darauf konzentrieren, Vorschläge zu machen, die das Segment der Jugendlichen betreffen. Die Zielgruppe der von uns vorgeschlagenen Kampagne ***local force*** bilden also Lehrlinge, Arbeiter und Angestellte bis zur Altersgruppe der Fünfundzwanzigjährigen.

3. Jugend und Arbeit

Das Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit BIGA schätzt, dass in der Schweiz im laufenden Jahr 4500 Lehrstellen fehlen. Die Notlage hat sich gegenüber dem Vorjahr verschärft. Um weniger Stellen bewerben sich mehr Schulabgängerinnen und –abgänger. In der Stadt Zürich hat die Zahl der Jugendlichen, die die Volksschule abschliessen, gegenüber letztem Jahr um zehn Prozent zugenommen. Berufsberater schätzen, dass jeder zehnte Schulabgänger keine Lehrstelle findet.

In der Stadt Zürich hatten Ende April erst die Hälfte der AbgängerInnen der Oberstufen eine Lehrstelle auf sicher[4]. Allein im Kanton Zürich sind es zwischen 400 und 600 Jugendliche, die dieses Jahr leer ausgehen. 10% der jugendlichen Schulabgänger gehören also in der Schweiz zur Risikogruppe jener, die definitiv auf der Strasse landen.

Weil die 16-Jährigen die ersten 120 Tage kein Arbeitslosengeld erhalten, verzichten viele darauf, das Arbeitsamt aufzusuchen. Ohne Lehrstellen bleiben vorwiegend schwächere SchülerInnen. Oft stammen sie aus anderen Kulturen. Junge Frauen sind übervertreten.

Gemäss Einschätzungen von Berufsberatern und Sozialarbeitern sitzen Jugendliche entweder zu Hause oder sind auf der Strasse, tauchen immer öfter in der Drogenszene auf und geraten in die Kleinkriminalität.

Die Jungend will

1. eine Lehrstelle oder einen Job
2. Schutz und Rechtsbeistand während der Ausbildung
3. einen Ort für Austausch und Kommunikation
4. sich informieren
5. sich selbst verwirklichen

Einen aktuellen Überblick zur Situation der Jugend in Bezug auf Arbeit gibt die Anfang August 1997 veröffentlichte Studie der EJK[5].

Die Vielfalt der Ausdrucksformen der heutigen Jugend wird ausführlich in einer Nummer des NZZ-Folio[6] zum Thema Jugendkultur dargestellt.

Dabei müssen wir uns immer wieder vor Augen halten, dass die *Jugend* alles andere als eine statistische und einheitliche Gruppe darstellt.

Jede Kampagne, welche die Jugend anspricht und zum aktiven Mitwirken animiert, muss die Zielgruppe aktiv beteiligen und genug Vertrauen in sie setzen, um ihr Verantwortung zu übertragen.

4. Ein Blick in die Statistik

Das statistische Material[7], das uns zur Verfügung gestellt wurde, betrifft vor allem die GBI (Gewerkschaft Bau & Industrie). In dieser Gewerkschaft bilden die Ausländer eine wesentliche Mehrheit. Sie sind es denn auch, die bei Auftragsmangel in Krisenzeiten zuerst ihre Stellen verlieren und daher oft das Land und damit die Gewerkschaft verlassen.

Es fällt jedoch positiv auf, dass bei der GBI des Kantons Zürich im letzten Jahr ein überdurchschnittlicher Mitgliederzuwachs in drei Bereichen erreicht werden konnte:

- Verdoppelung der Anzahl Lehrlinge
- Ein Drittel mehr Frauen
- Starker Zuwachs im Bereich Planung/Innenausbau
- Ein weiterer Pluspunkt ist der Frauenanteil bei der neu gegründeten Abteilung UNIA von 50 %

Nachdenklich haben uns folgende Tatsachen gestimmt:

- Der Anteil der Lehrlinge beträgt absolut nur 2 %
- Der Anteil der Frauen beträgt insgesamt nur knapp 6 %
- Auf die Altersgruppe 21-30 entfallen nur 14 % gegenüber der Altersgruppe 31-40 mit 32 %

Statistische Angaben, die wir vermisst haben:

- Zahlenmaterial der anderen Gewerkschaften, vor allem im Kanton Zürich
- absolute Zahlen zum Organisationsgrad
- prozentuale Veränderung im Organisationsgrad
- wie kamen die Neumitglieder zur Gewerkschaft?
- warum kamen die Neumitglieder zur Gewerkschaft?
- was sind die Gründe für die Abgänge?
- auf welchen Kanälen wird bisher Werbung für Neumitglieder betrieben?

5. Erste Schlussfolgerungen

Ohne die Mitgliederwerbung in den angestammten Bereichen zu vernachlässigen, scheint das grösste Wachstumspotential primär bei den Lehrlingen und überhaupt bei der Zielgruppe Jugendlicher zu liegen. Auch bei den Frauen scheint eine hohe Steigerung möglich. Die Analyse der Statistiken zeigt, dass eine Forcierung der Anstrengungen in diesen Bereichen bereits äusserst ermutigende Resultate ergeben hat. Weitere Anstrengungen in diese Richtung sind daher erfolgsversprechend.

Ist aber eine Vergrösserung dieser zwei Segmente auch erwünscht?

Die bisher konsultierte Dokumentation lässt bei uns Zweifel aufkommen. Dies sei durch zwei Beispiele veranschaulicht:

1.) In der nationalen Geschäftsleitung der GBI[8] sitzen sieben Männer und genau eine Frau. Wie sollen bei dieser männlichen Machtkonzentration neue Frauen mit dem Argument angeworben werden, die Gewerkschaft setze sich für die Gleichberechtigung ein ?

2.) Der Tätigkeitsbericht 91/95 der GBI wird durch zehn persönliche Fallbeispiele ansprechend aufgelockert. Das jüngste Gewerkschaftsmitglied in dieser Reihe von Beispielen ist 25 Jahre alt, der Altersdurchschnitt liegt bei 44 Jahren. Für einen 16-jährigen scheint ein 25-jähriger doch schon total erwachsen und alt.

Uns ist bewusst, dass der persönliche Kontakt am Arbeitsplatz, die sogenannte "Mund-zu-Mund-Propaganda" nach wie vor die geeignetste Methode der Mitgliederwerbung darstellt. Auch dass von den angestellten Funktionären ein jährliches Plansoll an neu geworbenen Mitgliedern zu erreichen ist, scheint uns eine sehr brauchbare Strategie zu sein.

Wir wissen nicht, ob darüberhinaus ein detailliertes Konzept zur Mitgliederwerbung besteht.

Hingegen ist uns aufgefallen, dass der Posten *Agitation und Werbung* bei der GBI nur etwa 2 % des jährlichen Aufwandes ausmacht. In diesem Betrag ist vermutlich nicht nur die Mitgliederwerbung enthalten, sondern auch der Aufwand für Abstimmungskampagnen und ähnliche Aktionen. Andererseits wird ein beträchtlicher Anteil der Neumitglieder durch Funktionäre geworben, ohne zusätzlichen finanziellen Aufwand zu generieren, was bei einer genaueren finanziellen Analyse zu berücksichtigen wäre.

Dennoch: In guten Zeiten — wenn die Mitgliederentwicklung zufriedenstellend ist — kann man sich ohne weiteres ein knappes Werbebudget leisten. In der heutigen Zeit müssen die entsprechenden Mittel signifikant vergrössert werden.

Den nachfolgenden Aussagen von Franco Battel von der GBI-Jugend können wir nur zustimmen[9]:

> ***Individualisierte Jugendliche im Aufbruch***
>
> *Von DER Jugend zu sprechen ist mehr denn je fragwürdig. Die vielfältigen Kulturen und Szenen Jugendlicher vor allem in den Städten ergeben ein buntes, schwer zu überschauendes Bild. Stärker als anderswo lässt sich hier die gesamtgesellschaftliche Tendenz zur Individualisierung ablesen.*
> *Eine mehr als früher individualisierte Jugend muss aber nicht zwangsläufig unpolitisch sein. Im Gegenteil: Politisch interessierte Jugendliche schliessen sich immer häufiger Aktionsgruppen an, ohne sich in traditionellen Partei- und Verbandsstrukturen zu engagieren. Darauf muss der GBI-Jugendverband reagieren.*
>
> ***Jugendarbeit der GBI mobilisieren***
>
> *Die traditionellen Jugendgruppen der Gewerkschaften sind nicht auf themen- und projektbezogene Jugendarbeit ausgerichtet. Genau solche Arbeit aber ist nötig, um Jugendliche für die Gewerkschaften und ihre Anliegen zu mobilisieren.*

Bei der Jugendkampagne ***local force*** sollen nicht einfach die Dienstleistungen der Gewerkschaft dargestellt werden, weil die Jugend nicht bereit ist für "einfache" Konsumwerbe-Tricks ihr Denken und ihre Meinung zu ändern.

Die Jugend soll vielmehr zur Gewerkschaft kommen, um etwas bewegen zu können und die Botschaft muss deshalb heissen: Die Gewerkschaft braucht die jungen Mitglieder um selber weiterzukommen und Fortschritte zu machen. Der Jugend müssen einige wichtige Dinge klar sein:

- warum etwas in der Gewerkschaft tun?
- was kann ich bewegen?
- kann ich der Gewerkschafts-Leitung vertrauen?

Die Effizienz der Mitgliederwerbung kann daher in 3 Stufen dargestellt werden:

Stufe 1:	Dienstleistungs-Paket: es lohnt sich!
Stufe 2:	Veranstaltungen: ich bin dabei!
Stufe 3:	Aktionen: ich bewege etwas!

Die Gewerkschaft muss für die Jugend ein Treffpunkt werden, wo sie sich verwirklichen und aktiv sein kann. Trotzdem sollte die Gewerkschaft-Jugend unbedingt ein weitmöglichst selbständiges Organ sein.

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

6. LOCAL FORCE

Was ist das?

local force ist eine **Aktion** von Jungen für Junge.

local force ist die **Redaktion** von einem Magazin, das gleichzeitig im Internet und als Zeitschrift erscheint, hergestellt von Jugendlichen für Jugendliche. Erhältlich im Netz und an allen Kiosken der CH. Die redaktionellen Themen umfassen im weitesten Sinn:

Weiterbildung & Jobs

Konzerte & Parties

Politik & Umwelt

Drogen & AIDS

Ausländer & Rassismus

local force wird alle paar Tage nach Bedarf auf dem Internet erneuert und erscheint einmal pro

- [ ] Tag
- [ ] Woche
- [x] Monat
- [ ] Jahr

als Zeitschrift.

und noch?

local force ist ein **Treffpunkt** für Jugendliche, an dem Interessierte an redaktionellen Themen oder am Layout mitgestalten. Ein Ort für Auseinandersetzung und Information.

und noch?

local force ist eine **Ausstellung** über die Tätigkeiten der im GBKZ vertretenen Gewerkschaften. Selbstverständlich liegt entsprechend Informationsmaterial auf.

Organisation

Raum

Der GBKZ stellt in einer ersten Phase ein Lokal in der Stadt Zürich zur Verfügung.

Der Raum liegt optimal zwischen Stauffacher und Helvetiaplatz. ***local force*** stellt eine digitale Infrastruktur bereit, die das Publizieren auf Papier und Internet ermöglicht:

4 - 6	leistungsfähige Computer
1	Scanner
1	Fotokopierer
1	ISDN-Anschluss (Telefon, Fax, Modem)

local force ist auch ein Café bzw. eine einfache Bar.

Die Öffnungszeiten von ***local force*** sind möglichst flexibel, d.h. bis spät in die Nacht.

Team

Mitmachen bei ***local force*** können alle interessierten Jugendlichen jederzeit und ohne Formalitäten.

Für die Redaktion von ***local force*** ist eine Gruppe von 3 bis 6 RedaktorInnen verantwortlich, die alle unter 25 Jahre alt und Mitglied bei einer Gewerkschaft sind.

Redaktion und weitere MitarbeiterInnen von ***local force*** sollen im Rahmen einer Arbeitsbeschaffungsmassnahme finanziert werden.

Fachlich und inhaltlich wird ***local force*** von ausgebildeten GrafikerInnen und RedaktorInnen beraten, die selber aktive Gewerkschaftsmitglieder sind. Die BeraterInnen arbeiten unentgeltlich. Diese Arbeit wird nicht von GewerkschaftsfunktionärInnen geleistet, da sich für das neue Projekt sicher genügend Freiwillige finden.

Für die Lancierung und den Aufbau von ***local force*** stehen crambambouli und die Beni Müller Filmproduktion auf Mandatsbasis zur Verfügung.

Membercard

Alle, die bei ***local force*** mitmachen, erhalten einen elektronisch lesbaren Ausweis. Dieser ermöglicht viele Vergünstigungen bei Veranstaltungen der Gewerkschaften und befreundeter Organisationen. Dafür kommt eine Chip-Karte oder eine Swatch-Access in Frage.

Pager

Denkbar ist auch ein Pager (ev. Swatch-Pager), damit alle ***local force*** -Mitwirkenden untereinander auf eine kostengünstige, moderne und jugendgerechte Art kommunizieren können. Die wichtigsten Mitteilungen, Treffen etc., lassen sich über dreistellige Zahlencodes übermitteln. Eine solche Liste von rund 200 Codes gibt es in der Inline-Scater-Szene[10].

Ziel

local force soll die redaktionellen Hauptthemen selbsttragend ausbauen und langfristig weitere Redaktionen im Kanton aufstellen.

Netzwerk

local force arbeitet eng mit nationalen und regionalen Organisationen zusammen und stellt allen auf dem Internet eine Plattform zur Verfügung.

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

7. Erfolgsfaktoren

- ***local force*** wird von Jungen für Junge gemacht

- ***local force*** ist ein flexibler Freiraum für Phantasien, Träume, Gestaltung, Ideen, Selbstverwirklichung

- Im Vordergrund steht bei ***local force*** die Aktion, das Lustprinzip, die sofortige Verbesserung der Situation

- ***local force*** wird von vielen freiwilligen Aktiven der Gewerkschaften solidarisch aufgebaut und begleitet.

- Die Infos über die Gewerkschaften erfolgen im Rahmen von ***local force*** subtil und unterschwellig, aber nachhaltig.

- ***local force*** ermöglicht das gegenseitige Lernen von Jugend und Gewerkschaft

8. Kommunikations-Mix

PR Kampagne Presse

Tages- und Wochenpresse CH:
TA-Beilage ERNST

Jugendzeitschriften

Hangar 21 Postfach 357, 8401 Winterthur, Tel: 052-261 30 24, Fax: 052-261 62 15
Toaster Junge Monats-Zeitung Zürich, Postfach 2050, 8035 Zürich,Tel: 01-363 66 78
Trend Magazin, Postfach 155, 9004 St. Gallen, Tel: 071-223 74 77, Fax: 071-855 46 41
ForeCast Postfach, 8039 Zürich, Tel: 01-287 90 40, Fax: 01-287 90 50
Chili c/o Fachst. für Gleichberechtig. Kt.ZH, Kasernenstr. 49, 8090 Zürich, Tel: 01-259 25 72
MusicScene CAT Medien AG, Neuenhoferstrasse 101, 5401 Baden, Tel: 056-203 22 00
Sputnik Gasometerstrasse 9, 8005 Zürich, Tel: 01-272 32 22, Fax: 01-272 32 40

PR Kampagne Radio und TV

DRS 3
Radio 24
LoRa
Radio Z
Radio Eulach
Tele Züri (insbesondere Job-TV)
SF2-Jugendsendungen (Zebra oder Schlips)
Redaktorin Jugendprogramm: Karin Hilzinger

PR Kampagne Gewerbeschulen

Kontakte zu Lehrern der allgemeinbildenden Fächer

Gibt es bei der SABZ Videos über Gewerkschaften?

local force leistet Hilfe bei Lehrabschlussprüfungen.

Plakatkampagne

Oberstufenschulhäuser
Mittelschulen
Jugendhäuser
Gewerbeschulen
Kirchgemeinden
öffentliche Institutionen

Flyer

zur Eröffnung von ***local force***
bei speziellen Aktionen und Parties

Strapazin-Kleber

Für ein Inserat in diesem Comic erhält man zusätzlich ca. 500 Aufkleber mit einem originellen Sujet, die auch als Visitenkarte von den ***local force*** -Mitwirkenden benützt werden.

Broschüre

auf Plakaten zum Abreissen
im Tram
Versand GBKZ
öffentliche Stellen
Arbeitsstellen

Ausstellung

Bei der Eröffnung von ***local force***
Information über Gewerkschaftsthemen:
- Geschichte
- Sinn und Zweck
- Dienstleistungen
- Zukunft

Ausstellungen zu anderen aktuellen Themen

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

9. Ideen zum Sponsoring

Druck	Gewerkschaftsnahe Druckereien
Computer	Silicon Graphics
	Vobis (Migros)
	IBM
	Compaq
Internetprovider	Blue Window
	Swissonline
	EU-Net
	Spidernet
	Spectraweb
Pager	Swatch bzw. SMH
Medien	grosse Werbeagenturen
	Tages-Anzeiger
	APG
	Plakanda
Banken	Stiftung für Arbeitslose c/o Schweizerischer Bankverein Generaldirektion SBV, 4001 Basel

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

10. Die nächsten Schritte

- Präsentation und Diskussion GBKZ
- Vorentscheid Durchführung
- Einbezug von motivierten Jugendlichen in die Planung
- Budgetierung und Feinplanung
- Durchführungsentscheid GBKZ
- Suche von Partnern und Sponsoren
- Personal- und Raumsuche
- Lancierung

Optimaler Start: Anfang 1998

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

11. Netzwerk - Zusammenarbeit

Die nachfolgende Zusammenstellung erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit, sondern zeigt vielmehr auf, in welchem Geflecht bestehender Institutionen ***local force*** seinen Platz finden und seine Rolle definieren muss.

Zu ergänzen in der nachfolgenden Liste sind insbesondere die Jugendsektionen der Gewerkschaften und die Jugendorganisationen gewerkschaftsnaher Parteien.

a) Nationale Institutionen / Programme

BIGA	Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit Abteilungschef Berufsbildung: Heinrich Sommermatter Stellvertretender Chef Abt. Arbeitsmarkt: Dominique Babey
EKJ	Eidgenössische Kommission für Jugendfragen Präsident: Leo Brücker-Moro, Altdorf Sekretariat: Viviane Dubath Bundesamt für Kultur (BAK), Hallwylstrasse 15, 8003 Bern Tel: 031-322 92 26, Fax: 031-322 92 76
SGB	Schweizerischer Gewerkschaftsbund Serge Gaillard, Sekretär[11]
OKAJ	Das Komitee gegen Jugendarbeitslosigkeit umfasst rund 250 Organisationen und Gruppen aus der ganzen Schweiz. OKAJ, Wasserwerkstrasse 17, 8035 Zürich Tel: 01-362 32 00

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

b) Lokale Institutionen / Programme

Kanton Zürich

GBKZ	Alle Zürcher Gewerkschaften Co-Präsidentin GBKZ: Monika Spring Co-Präsident GBKZ: Salvatore die Concilio	
KIGA	Kantonales Amt für Industrie, Gewerbe und Arbeit	
Amt für Berufsbildung	Chef: Matthias Escher	
RAV	Regionale Arbeitsvermittlungszentren (im Kanton Zürich müsste es zwischen 5 und 10 RAV's geben)	
Lehrstellenmarketing	Im Kanton Zürich werden verschiedene Massnahmen vorbereitet: Motivation der Unternehmen, Lehrlinge aufzunehmen, durch die Berufsinspektoren, regelmässige Information der Medien über Situation, Nutzung des Internets für Informationsvermittlung. Kontakt: René Anderhub, Rektor Gewerblich-industrielle Berufsschule, 8180 Bülach	
Zentralstelle für Berufsberatung	Leiter: Urs Stampfli	
Berufsberatungen	Bezirk Affoltern	Tel: 01-762 60 20
	Bezirk Andelfingen	Tel: 052-304 26 30
	Bezirk Bülach	Tel: 01-804 80 80
	Bezirk Dielsdorf	Tel: 01-855 65 50
	Bezirk Dietikon	Tel: 01-734 09 09
	Bezirk Hinwil	Tel: 01-932 75 55
	Bezirk Horgen	Tel: 01-725 25 97
	Bezirk Meilen	Tel: 01-923 14 33
	Bezirk Pfäffikon	Tel: 01-950 49 50
	Bezirk Uster	Tel: 01-905 45 45
	Bezirk Winterthur	Tel: 052-267 67 57
KGV	Kantonaler Gewerbeverband Präsident: Hans-Peter Züblin	
VZAI	Vereinigung der Zürcher Arbeitgeberverbände der Industrie Präsident: Thomas Isler	

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

Stadt Zürich

a) Städtische Dienste

Sozialdepartement der Stadt Zürich	EAM (Ergänzender Arbeitsmarkt) Leiter der Dienststelle EAM: Urs Leibundgut.
Countdown Lehrzeitbegleitung	Dienststelle des ergänzenden Arbeitsmarktes Badenerstrasse 437, 8003 Zürich 01-401 04 86
Berufsberatung	Berufsberatung der Stadt Zürich Abteilung Lehrstellenvermittlung, Postfach, 8026 Zürich Kontaktperson: Rolf Egli Tel: 01-246 62 11
SOS-Lehrstellen	Lehrstellenvermittlung Berufsberatung der Stadt Zürich Abteilung SOS-Lehrstellenvermittlung Amtshaus Helvetiaplatz, Postfach, 8026 Zürich Tel: 01-246 62 11
Berufsinformationszentrum	BIZ der Stadt Zürich, Konradstrasse 60, 8005 Zürich Tel: 01-246 62 88 Öffnungszeiten: Mo - Fr 13.00 - 18.30 Uhr Telefonauskunft: Mo - Fr 10.00 - 11.30 Uhr
Job-Bus	Arbeitsintegrationsprogramm für drogenabhängige Jugendliche in der Stadt Zürich Job-Bus, Badenerstrasse 437, 8003 Zürich
Arbeitsintegration	Einsatzprogramm für jugendliche Arbeitslose Jugend-Arbeitsintegrationsprogramme der Stadt Zürich Bäckerstrasse 57, 8004 Zürich Tel: 01-246 61 37
Jugendberatung	Psych. Einzel- und Gruppenberatung Jugendberatung der Stadt Zürich Zürich City: Röntgenstrasse 44 Tel: 01-444 50 50 Zürich Nord: Schaffhauserstrasse 315 Tel: 01-316 60 60

© by crambambouli + Beni Müller Filmproduktion

b) weitere Angebote

Treff / Veranstaltung

Atelier Blasio	Freizeitaktivitäten & Spielaktionen Atelier Blasio, Aemtlerstrasse 149, 8003 Zürich Tel: 01-493 16 47
Jugendfoyer	Zürcher Jugendfoyer bietet neben sinnvoller Freizeitgestaltung auch Hilfe bei der Suche nach stundenweisen Jobs (Job-Shop) und führt Computerkurse durch (PeCe-Box). Leitung: Giuliana Lamberti, Regula Hagmann und Serge Werlen Jugendfoyer, Zweierstrasse 61, 8003 Zürich Tel: 01-242 88 15 http://www.jugendfoyer.ch e-mail: jugendfoyer@access.ch
Mädchentreff	Offener Treffpunkt mit Beratung und Veranstaltungen Mädchentreff, Zentralstrasse 24, 8003 Zürich Tel: 01-462 45 67
JUCA Café	Treffpunkt für Jugendliche (ohne Konsumationszwang) JUCA Café, Häringstrasse 20, 8001 Zürich Tel: 01-252 76 00
Lehrlingstreff	Verein Lehrlingstreff, Sihlquai 55, 8055 Zürich Tel: 01-272 08 00

Jugentreffs	Hardau Bullingerstrasse 60	01-492 89 58
	Kreis 5 Sihlquai 131	01-271 10 31
	Kreis 6 Langmauerstrasse 7	01-363 19 84
	Oerlikon Dörflistrasse 76	01-311 34 06
	Hüttenkopf Hüttenkopfstrasse 14	01-321 65 88
	Quartiertreff Zentralstrasse 34	01-463 99 52
	Kreis 4 Dienerstrasse 90	01-242 80 98
	Leimbach Leimbachstrasse 160	01-482 32 01
	Schwamendingen Winterthurerstrasse 504	01-322 11 61

Verein Lehrlingstreff ZH	Treff und Beratung für Lehrlinge Verein Lehrlingstreff Zürich, Sihlquai 55, 8005 Zürich Tel: 01-272 08 00
Jugendgruppe SPOT 25	Treffpunkt für Jugendliche mit homosexuellen Neigungen Beratungstelefon SPOT 25: 01-273 11 77

Job / Schulung

Integrationskurs	für fremdsprachige Jugendliche Integrationskurs, Gutstrasse 8, 8055 Zürich Tel: 01-463 25 36
PeCe-Box	Computerkurse für Jugendliche vgl. Jugendfoyer http://www.jugenfoyer.ch/pece1.htm
Quick & Top	Jugendliche aus Zürich-Höngg betreiben selbstverwaltet einen Schülerladen. Unter dem Motto "von Teenagern für Teenager" bietet Q&T Nachhilfestunden und andere Dienstleistungen. Initiant: Angelo Botti Quick & Top, Imbisbühlstrasse 71, 8049 Zürich Tel: 01-342 30 60
Spice	Integrationsprogramm Migros + Sozialdepartement der Stadt Zürich
Stellen-Pool	Einsätze bei gemeinnützigen Organisationen SAH, Konradstrasse 1, 8005 Zürich
viep	Verein zur sozialen Eingliederung von Arbeitslosen viep, Daniela Moro, Katalin Neuenstein, Felicitas Kaufmann, Stefano Tomasi, Winterthurerstrasse 462, 8051 Zürich Tel: 01-322 07 56
Werkstatt Holz	ergänzender Arbeitsmarkt Werkstatt Holz, Sihlquai 55, 8005 Zürich Tel: 01-272 27 30
Dynamo Jugendkulturhaus	Wasserwerkstrasse 21, 8006 Zürich Sekretariat: 01-361 66 80 Chuchi am Wasser: 01-364 14 22 Grafik-Atelier: 01-361 68 41 Metallwerkstatt: 01-361 60 57
Job-Shop	Hilfe bei der Suche nach stundenweisen Jobs, vgl. Jugendfoyer Job-Shop, Tel: 01-242 60 43

etcetera	Projekt der SAH; Jobvermittlung für eher ältere Arbeitslose von der "Gasse". SAH, Konradstrasse 1, 8005 Zürich
Glattwägs	Das Glattwägs vermittelt Arbeitsaufträge verschiedenster Art an Jugendliche und junge Erwachsene, die aus verschiedenen Gründen ohne Beschäftigung sind. Ziel ist es, dem Jugendlichen durch kurze, überschaubare Einsätze Arbeitserfahrungen zu vermitteln. Zudem bieten diese Aufträge eine Verdienstmöglichkeit. Glattwägs ist ein Verein der ref. Kirchgemeinde Schwamendingen und des Sozialdepartements der Stadt Zürich, EAM. Glattwägs, Anette Kaldeck-Bertilsson und Susanna Rusca Speck Vermittlung von Arbeitsaufträgen, Bocklerstrasse 23, 8051 Zürich, Tel: 01-322 05 05, Fax: 01-322 26 06
HOP! Wipkingen	HOP steht für Hilfe, Organisation und Praktizieren. Der Verein HOP! Wipkingen organisiert und betreut Einsatzprogramme für Erwerbslose. Die Einsatzprogramme bieten Erwerbslosen während sechs Monaten eine feste Stelle, Ausbildung und die Möglichkeit, sich beruflich neu zu orientieren. HOP! Wipkingen bemüht sich speziell um quartierbezogene Einsatzplätze. Der Verein arbeitet u.a. für die Altersheime, das GZ, die Nachbarschaftshilfe und hält den Bahnhof und die Parkanlagen sauber. HOP! Wipkingen c/o Werner Baur, Dammstrasse 54, 8037 ZH
Invento	Invento ist eine aus HOP! Wipkingen entstandene Firma, privatrechtlich und nichtsubventioniert. Invento führt den "Alten Löwen" in Oberstrass und macht Catering - erledigt Gebäudeunterhalt und Kleinreparaturen - und ist im Recycling tätig. Bei grösseren Auftragen arbeitet Invento mit dem Gewerbe zusammen. Invento, Universitätsstrasse 111, 8006 Zürich Tel: 01-350 15 78

Beratung / Info

Jugendgruppe SPOT 25	Treffpunkt für Jugendliche mit homosexuellen Neigungen Beratungstelefon SPOT 25: 01-273 11 77
Drop-in Zürich	Beratungsstelle für Jugend- und Drogenprobleme Drop-in, Asylstrasse 23, 8032 Zürich Tel: 01-252 54 55
Mädchentreff	Offener Treffpunkt mit Beratung und Veranstaltungen Mädchentreff, Zentralstrasse 24, 8003 Zürich Tel: 01-462 45 67
Pro Juventute	Zugunsten von Kindern, Jugendlichen und Eltern/Familien Pro Juventute, Bezirkssekretariat Zürich Mühlebachstrasse 35, 8008 Zürich Tel: 01-261 24 00

Schlupfhuus	Krisenberatungsstelle mit Übernachtungsmöglichkeit für Kinder und Jugendliche von 13 - 18 Jahren Schlupfhuus, Schönbühlstrasse 8, 8032 Zürich Tel: 01-261 21 21
Speak-out	Jugend- und Gassenberatung Speak-out, Häringstrasse 3, 8001 Zürich Tel: 01-262 37 69
Suchtpräventionsstelle	Röntgenstrasse 44, 8005 Zürich Tel: 01-272 98 35
Verein Jugendberatung	Beratungstelefon für 11 - 25 jährige / Sorgenbriefkasten Verein Jugendberatung, Möhrlistrasse 71, 8006 Zürich Tel: 01-362 01 24
*Naht*stelle	Die *Naht*stelle - zwischen Schulaustritt und Berufseintritt - begleitet Jugendliche aus Zürich-Schwamendingen bei der intensiven Suche nach einer Lehrstelle, Anlehre, Vorlehre oder einem Arbeitsplatz und unterstützen sie während der ersten Zeit in der Arbeitswelt. Das Projekt richtet sich an SchulabgängerInnen, die nach dem Schulaustritt aus verschiedenen Gründen keine Lehrstelle oder einen Arbeitsplatz gefunden haben. *Naht*stelle, Anette Kaldeck-Bertilsson und Susanna Rusca Speck Bocklerstrasse 23, 8051 Zürich Tel. und Fax: 01-322 26 06

c) Internet

LENA	Lehrstellennachweis Kantone Zürich und Luzern http://www.ktzh.ch/lena
Lehrstellenbörsen:	Informationen über Lehrberufe in Basel und Umgebung http://www.gewerbe-basel.ch/berufsboerse/beruffs.html
	(K)eine Lehrstelle? - Blick-Online hilft http://www.blick.ch/bl_seiten/ratgeber/leboerse.htm
	Lehrstellen bei Coop http://www.coop.ch/d/berufe/ubersich.htm
	Euromall: Technologie- und Handelsplatz in Europa http://www.euromall.li
Jobbörsen:	Rainbow-Net: Jobs und Wohnungen http://www.rainbow.ch/pinboards/jobs.htm
	SwissWebJobs: Schweizer Internet Stellenmarkt http://www.swisswebjobs.ch
	Immonet: Jobnet GmbH Corporation http://www.immonet.ch/f/cgi-bin/jobs/bid/bid1.idc
	Job-Shop des Zürcher Jugendfoyer http://www.jugendfoyer.ch/jobsh1.htm
	TeleJob: elektronische Stellenbörse der Assistenten- und Doktorandenvereinigungen der ETH Zürich http://www.telejob.ethz.ch/telejob
	Nexus: Personal- und Unternehmensberatung AG Informatik-Job-Börse http://www.informatikstellen.ch
	Euromall: Technologie- und Handelsplatz in Europa http://www.euromall.li
Lehrstellenbarometer	Im Auftrag des BIGA werden Umfragen bei Jugendlichen und Lehrbetrieben über die Lehrstellensituation durchgeführt. http://www.berufsbildung.ch/lehrstellenbarometer

12. Anmerkungen

[1] Unser Selbstverständnis, Publikationen der Gewerkschaft Bau & Industrie Nr.1, Juni 1993

[2] LINK-Umfrage, publiziert in der Coop Zeitung 4/97

[3] Vermehrte Organisation der Angestellten, Verbesserung der Stellung der Frauen, ökologische Fragen, internationale Zusammenarbeit und Solidarität mit den wirtschaftlich schwächsten Ländern unseres Planeten.

[4] Facts 18/1997 (April)

[5] Eidgenössische Kommission für Jugendfragen (EKJ): ohne Arbeit keine Zukunft? Jugendliche auf der Suche nach ihrem Platz in der Gesellschaft. Bern, August 1997

[6] NZZ-Folio, Nr. 5 (Mai 1997), Zürich

[7] Jahresberichte 1995 und 1996 der GBI Sektion Zürich, Tätigkeitsbericht 91/95 der GBI Schweiz

[8] Gemäss Tätigkeitsbericht 91/95 der GBI Schweiz

[9] Tätigkeitsbericht GBI 91-95, Seite 54

[10] Beispiel-Codefolge für Pager: 111 1700 524 999 heisst

111	= Hallo zäme
1700	= um fünf Uhr
524	= am Hauptbahnhof
999	= und tschüss

[11] Brückenbauer Nr. 18, 30. April 1997, Seiten 35-37