



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

SBBK | CSFP |

Schweizerische Berufsbildungsämter-Konferenz
Conférence suisse des offices de la formation professionnelle
Conferenza svizzera degli uffici della formazione professionale
Conferenza svizra dals uffizis da la furmaziun professiunala
Eine Fachkonferenz der Kantone (EDK) | Une conférence spécialisée des cantons (CDIP)



SCHWEIZERISCHER ARBEITGEBERVERBAND
UNION PATRONALE SUISSE
UNIONE SVIZZERA DEGLI IMPRENDITORI



sgv  usam

Travail.Suisse

swissuniversities

Commitment der Verbundpartner und von swissuniversities im Bereich Information und Kommunikation rund um die Berufsmaturität

Im Rahmen des Projekts Berufsmaturität 2030 wurde die Notwendigkeit thematisiert, die Information und Kommunikation rund um die Berufsmaturität (BM) zu verbessern und wirkungsvoller zu gestalten. Alle Verbundpartner und swissuniversities haben sich bereit erklärt, diesbezüglich einen Beitrag zu leisten und haben für sich selbst ein Informations- und Kommunikationskonzept definiert, welches als Commitment gilt. Dieses gemeinsame Commitment im Bereich Information und Kommunikation ist ein Instrument zur Konkretisierung der im Projekt BM2030 erarbeiteten BM-Strategie, welche die Stärkung der BM durch die Verbundpartner und swissuniversities zum Ziel hat.

Jeder Partner hat sich Gedanken über seine Hauptzielgruppen gemacht und entsprechende Massnahmen definiert, die in vorliegendem Dokument zusammengestellt sind. Der Bund richtet sich in erster Linie an die Kantone und die Bildungsanbieter, indem er die relevanten Grundlagen und Informationen zur Umsetzung der Bildungsgänge zur Verfügung stellt. Die Schweizerische Berufsbildungsämterkonferenz adressiert insbesondere die Berufsbildungsämter und hat eine Empfehlung zur jährlichen Information und Kommunikation zu ihren Händen erarbeitet. Hauptzielpublikum der Berufsbildungsämter sind BM-Interessentinnen und -Interessenten und die Schulen, welche auch einen Informationsauftrag gegenüber BM-Interessentinnen und Interessenten haben. Die Table Ronde berufsbildender Schulen hat zum Ziel, die Schulleitungen gezielt und bedarfsgerecht zu informieren, um eine korrekte Umsetzung der Bildungsgänge der Berufsmaturität zu garantieren. Der Schweizerische Gewerbeverband und der Schweizerische Arbeitgeberverband richten sich primär an die Organisationen der Arbeitswelt mit dem Ziel, diese für das Thema Berufsmaturität zu sensibilisieren. Travail.Suisse und der Schweizerische Gewerkschaftsbund sensibilisieren ihrerseits auch die eigenen Mitglieder bzw. die Arbeitnehmenden. swissuniversities richtet sich insbesondere an Studieninteressierte (darunter auch BM-Absolventinnen und -Absolventen) und informiert transparent über das Studienangebot und die Zulassungsvoraussetzungen.

Die Verantwortung für die Umsetzung des Commitments liegt bei den oben erwähnten Partnern. Das Commitment ermöglicht es den Partnern, ihr Engagement in Bezug auf Information und Kommunikation rund um die BM zu messen. Die Wirkung der Massnahmen hängt zum Teil von den Mitgliedern der Partner ab, wenn von ihnen eine Leistung erwartet wird. Allfällige Fragen zu den vereinbarten Informations- oder Kommunikationsmassnahmen sind an die jeweiligen Partner zu richten. Jährlich soll von jedem Partner anlässlich des vom SBFI organisierten Treffens zur Berufsmaturität Bilanz zu ihrem Commitment gezogen werden. Darauf basierend sind Verbesserungs- und/oder Koordinationsmassnahmen zu diskutieren.

Das Commitment der Verbundpartner und von swissuniversities wurde am 13. September 2023 von der Begleitgruppe des Projekts BM2030 validiert und am 21. November 2023 von der Tripartiten Berufsbildungskonferenz gutgeheissen.

Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI

Information

SBFI-Homepage (BM-Seite)	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Konzise und allgemeine Informationen zur Berufsmaturität mit verlinkten Unterlagen (insbesondere BMV, RLP-BM, BM-Strategie, neue Studien oder Evaluationen, Berichte der jährlichen strategischen Treffen inkl. Liste Vertreter:innen der delegierenden Institutionen, Liste der erfolgreich abgeschlossenen Pilotversuche) und Links auf weiteren relevanten Seiten (z. B. Kontaktadressen Berufsbildungsämter, Swissuniversities, Berufsbildungsplus.ch, Berufsbildung2030, Bundesamt für Statistik usw.). Zielpublikum: Insbesondere Verbundpartner und Schulen. BM-Interessent:innen und Eltern nicht direkt angesprochen, aber Links auf weiterführende Informationen/Webseiten welche auch für sie relevant sind.
	Ziel: Aktuelle BM-relevante Unterlagen und Informationen den Verbundpartnern zur Verfügung stellen; Orientierung der Verbundpartner (und allfälliger BM-Interessent:innen) erleichtern
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Die Informationen sind grundsätzlich immer gültig (allfällige Anpassungen bei Bedarf, z. B. nach Auflösung der EBMK, BM-Revisionen, neue Studien usw.)
	Kanal: Homepage → Berufsmaturität (admin.ch)

Kommunikation (Werbung und Beratung)

Übliche Medien	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Webseite & Kampagne Berufsbildungsplus. Zielpublikum: Jugendlichen, Eltern, Betriebe Fakten & Zahlen. Zielpublikum: breites Publikum SBFI-News, SBFI-Mails. Zielpublikum: Abonnent:innen Medienmitteilungen: Medienschaffende, alle
	Ziel: BM über die üblichen Medien bekannt(er) machen, Medienpräsenz verstärken, informieren, falls etwas besonders ansteht oder sich herausgestellt hat.
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Jährliche Überprüfung/Sicherstellung der BM-Präsenz in den üblichen Medien und Überprüfung des Kommunikationsbedarfs von BM-relevanten Themen.
	Kanäle: Fakten & Zahlen, Berufsbildungsplus.ch, SBFI-News, SBFI-Mail, SBFI-Medienmitteilungen

Schweizerische Berufsbildungsämter-Konferenz SBBK

Entwurf SBBK Empfehlung zur Kommunikation Berufsmaturität

Diese Empfehlung dient der Umsetzung der Strategie Berufsmaturität 2030. Die Strategie wurde verbundpartnerschaftlich entwickelt und ist Teil des Projektes BM 2030. Alle Verbundpartner tragen mit eigenen Kommunikationskonzepten zur Förderung der BM bei.

Grundauftrag der Kantone und Schulen sowie des SDBB

Die digitale Aufbereitung der Informationen in «Berufsmaturität - berufsberatung.ch» erfolgt durch das Dienstleistungszentrum für die Berufsbildung SDBB. Die Berufs- Studien- und Laufbahnberatung und die BIZ informieren aktiv über die BM im Rahmen ihrer generellen Aufgabe. Dazu führen sie u.a. eigene, mehr oder weniger ausgebaute Websites.

An den regionalen Berufsmessen wird in unterschiedlichen Formen über die Berufsmaturität informiert.

Die BM Schulen Ihrerseits informieren über die eigenen Lehrgänge und pflegen Kontakte zu den Lehrbetrieben

Verbundpartnerschaftliche Kampagne zur Förderung der BM seit 2018

Im Rahmen dieser Offensive wurde durch das SBFI eine Kampagne mit Toolbox entwickelt die die Anspruchsgruppen Schülerinnen/Schüler, Eltern und Lehrbetriebe spezifisch adressiert. Die Kantone wurden und sind aufgefordert diese professionell aufbereitete Material in ihre eigenen Kampagnen einzubauen. Berufsmaturität (berufsmaturitaet.ch): BM: mehr drauf!

Dies wurde von knapp der Hälfte der Kantone in unterschiedlicher Weise in ihre Website eingebunden.

Eine Erkenntnis dieser Kampagne war, dass eine reine Image- oder Plakatkampagne wenig Wirkung zeigt. Vielmehr sollen die Netzwerke und Partnerschaften der Berufsbildung genutzt werden, um die BM bekannter zu machen und deren Akzeptanz zu erhöhen. Im Rahmen von good Practice wurden weitere Elemente geteilt wie:

- Führung von kantonalen BM-Beiräten auf strategischer Ebene (von Handelskammern, Gewerbeverband, Volksschule und Hochschulen)
- Commitment von BM-freundlichen Lehrbetrieben – verbindlich vereinbaren und darüber kommunizieren
- Produktion von Flyern mit dem regionalen BM-Angebot
- Aktive Medienkommunikation zu Quoten und Ergebnissen
- Einbezug und Förderung von «Botschaftern der Berufsbildung» in Übertrittsveranstaltungen Sek I – Sek II

Die Kantone mit den Berufsbildungsämtern und den Berufsmaturitätsschulen kommunizieren nach dem folgenden Raster:

Zeitplan und Inhalte BM-Kommunikation über das ganze Schuljahr

Datum	Massnahmen	Zielgruppe	Inhalt	Absender/T N	Verantwortlich	In/ Ex	Dialog/ Info
AUGUST							
	Website anpassen für neues Schuljahr. Aufdatieren von Informationen / Unterlagen	Öffentlichkeit	Aktualisierte Informationen zum BM-Aufnahme- verfahren (Prüfungsdatum, Unterlagen, Anmeldeformulare etc.)	Amt		Ex	Info
SEPTEMBER							
	Information an kantonalen Konferenzen der Sekundarstufe 1	Wichtige Bezugspersonen der SEK 1	Informationen bei Neuerungen	Amt		Ex	Info/ Dialog
	Informationsveranstaltung für Berufsberater/innen	Berufs-, Studien- und Laufbahnberater/innen	Information bei Neuerungen	Amt		In	Info/ Dialog
	interne Informationsveranstaltung für die betriebliche Bildung	Ausbildungsberater/innen Berufsinspektor/innen	Information bei Neuerungen	Amt		In	Info/ Dialog
August/Septem- ber	Medienmitteilung Lehrstellensituation II bei Lehrbeginn	Öffentlichkeit/Medien	Lehrstellen, BM, Brückenangebote	Amt		Ex	Info
	Beitrag im Amts-Newsletter	Abonent/innen	Start BM, BM- Informationsveranstaltungen, Berufsmesse-Präsenz	Amt		Ex	Info
vor Herbstferien	BM-Herbstversand (BM-Flyer) digital / postalisch	Bildungsinstitutionen (Volksschulen Sek 1 und Berufsfachschulen mit BM, Schulleitende, Lehrpersonen,	Anschreiben mit den wichtigsten Informationen und Infomaterialien (BM-Flyer) zur BM. Hinweis auch auf Informationsveranstaltungen, Berufsmesse-Präsenz	Amt		Ex	Info

Datum	Massnahmen	Zielgruppe	Inhalt	Absender/T N	Verantwor tlich	In/ Ex	Dialog/ Info
		Verbundpartner, Interessierte)					
OKTOBER							
	Beitrag im Amts-Newsletter	Abonent/innen	BM-Informationsveranstaltungen, Berufsmessen-Präsenz	Amt		Ex	Info
NOVEMBER							
	Medienmitteilung über Abschlüsse BM bei flexiblen Modellen	Öffentlichkeit/Medien	Abschlüsse BM	Amt		Ex	Info
anfangs Nov.	BM-Parcours oder andere BM- Promotionen an Berufsmessen	Sek-Schüler/innen (2. Sek), Eltern, Lehrpersonen	Was ist die BM? Wie sind die Möglichkeiten in der Region? bei Berufen X/Y/Z? ...	Amt		Ex	Info/ Beratung/ Dialog
	Amts-Newsletter	Abonent/innen	aktualisierte BM-Quote und Einordnung mit Zusatzinfos	Amt		Ex	Info
ab November, periodisch	Infoveranstaltungen zur BM	Eltern, Jugendliche für BM1	Infos zur BM, Anforderungen, Schulangebote	Schule		Ex	Info/Beratun g/Dialog
Mitte/Ende Nov.	Informationsveranstaltungen BM 1	Sek-Schüler/innen od. 1. Lehrjahr, Eltern, Lehrpersonen	BM 1: Was ist es?, was bedeutet es, sie zu absolvieren?, wie werde ich aufgenommen? etc.	Amt		Ex	Info/ Dialog
DEZEMBER							
JANUAR							
	Beitrag im Newsletter des Volksschulamts	Lehrpersonen, Interessierte der Volksschule	Hinweis Anmeldefrist BM- Aufnahmeverfahren	Amt		Ex	Info
	Beitrag im Amts-Newsletter	Abonent/innen	BM: jetzt anmelden	Amt		Ex	Info

Datum	Massnahmen	Zielgruppe	Inhalt	Absender/T N	Verantwor tlich	In/ Ex	Dialog/ Info
FEBRUAR							
anfangs Feb.	Aufnahmeverfahren - "jetzt anmelden" via Berufsfachschulen, BIZ, Social Media + Webseite «Front / aktuell	Öffentlichkeit/Medien	BM jetzt anmelden	Amt resp. Schulen		Ex	Info
MÄRZ							
	Beitrag im Amts-Newsletter	Abonnent/innen	Anmeldungen bei später Lehrvertragsunterzeichnung noch möglich, Infoveranstaltungen BM 2	Amt		Ex	Info
APRIL							
MAI							
	Woche der Berufsbildung (WdBB)	Öffentlichkeit/Medien	BM Stories	Amt		Ex	Info
	Beitrag im Amts-Newsletter	Abonnent/innen	Lehrabschluss – und jetzt? Infoveranstaltungen BM 2	Amt		Ex	Info
JUNI							
	Informationsveranstaltungen BM 2	Interessierte für BM 2	BM 2: Was ist es?, was bedeutet es, sie zu absolvieren?, wie werde ich aufgenommen? etc.	Amt und Schulen		Ex	Info/ Dialog
JULI							
Anfangs	Medienmitteilung und Blogbeitrag BM- Abschlüsse und Prämierung beste IDPA oder ähnliche Preise	Öffentlichkeit/Medien	Beste IDPA oder ähnliches Preise	Amt/regionale Hochschule		Ex	Info

Datum	Massnahmen	Zielgruppe	Inhalt	Absender/T N	Verantwor tlich	In/ Ex	Dialog/ Info
Anfangs Juli	Medienmitteilung QV inkl. Zahlen BM	Öffentlichkeit/Medien	Resultate QV inkl BM politische Einordnung	Amt		Ex	Info
	EFZ- und BM-Abschlüsse Beilage in regionalen Medien	Öffentlichkeit/Medien	BM-Absolvent/innen, Porträt	Amt		Ex	Info

Table Ronde

Information

Info-Mail	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: E-Mail an Schulleiterinnen und Schulleiter über die Vorsitzenden der TR-EP-Partnerkonferenzen
	Ziel: Sicherstellung der Information der Direktorinnen und Direktoren über mögliche Neuerungen in Bezug auf die BM
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Falls erforderlich (z. B. Revisionen, Praxisänderungen, neue Verfahren, Aufruf zur Teilnahme an Werbeaktivitäten usw.).
	Kanal: E-Mail

Schweizerischer Arbeitgeberverband SAV / Schweizerischer Gewerbeverband SGV

Information

Gremien	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Ständige Kommission sgvis / Arbeitsgruppe Bildung SAV: Die Dachverbände der Wirtschaft haben Fachgremien zum Thema Bildung, bei denen sie die Bildungsverantwortlichen der Branchen informieren und einen Aufruf starten können, die Förderung der BM in der Branche zu thematisieren und voranzubringen.
	Ziel: Branchen sensibilisieren und motivieren, das Thema BM bei sich aufzunehmen und dort wo möglich und sinnvoll gefördert wird, bspw. durch gezielte Kampagnen zur Erweiterung des Lehrstellenangebots (BM1) oder auch bei Bedarf die BM2 zu fördern.
	Vorgesehene Regelmässigkeit: SAV/ sgvis führen diese Sitzungen 2–3-mal pro Jahr durch. Das Thema BM wird mindestens 1-mal im Jahr angesprochen, bspw. wenn die neusten BM-Zahlen bekannt sind.
	Kanal: Veranstaltung, online und/ oder physisch.
Newsletter	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum. Z. B. Informationsveranstaltung, Newsletter Newsletter (SAV: OdA-Info, sgvis: BBK-Info)
	Ziel: Die Bildungsverantwortlichen der Branchen und Regionalverbänden werden in diesem grossen Verteiler der Dachverbände sehr regelmässig (je ca. 1-2 Mal im Monat) über laufende Entwicklungen (z. B. Revisionen) und Aktualitäten (z. B. Studien, Statistiken usw) informiert.
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Das Thema BM wird mindestens 1 Mal im Jahr aufgenommen, bspw. wenn die neusten BM-Zahlen bekannt sind
	Kanal: E-Mail.
OdA-Konferenz	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Konferenz (physisch) mit Bildungsverantwortlichen der Branchen.
	Ziel: Die Dachverbände der Wirtschaft laden 2-mal pro Jahr zu einer Konferenz ein, bei der spezifische Themen behandelt werden. Die Themen werden aufgrund von Aktualitäten gesetzt. Die Förderung des Wissenstransfers und Generierung vom Wissen rund um die BM kann beispielsweise ein solches Thema sein. Es gilt, die Themen jeweils im Gesamtkontext der Berufsbildung zu setzen (also bei der BM z.B. auch gegenüber der Förderung der HBB).
	Vorgesehene Regelmässigkeit: BM-Beitrag je nach Aktualität
	Kanal: Physisch, Konferenz.

Kommunikation (Werbung und Beratung)

Webnews/ Internet	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Webnews / Internetbeitrag (www.arbeitgeber.ch (SAV), www.sgv-usam.ch (sgv))
	Ziel: Sensibilisierung auf Thema, insbesondere dann, wenn Newsgehalt.
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Mindestens 1 Mal im Jahr
	Kanal: Internet/ Anschliessend wird der Beitrag beim SAV noch im Newsletter integriert.
Gewerbezeitung sgz und journal des arts et métiers jam	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: periodische Informationen zu politischen und gewerblichen Themen darunter zur Berufsbildung allgemein und zu bestimmten Branchen, insbesondere Best Practice – Beispiele, die als Vorbild dienen können. Zielpublikum ist breite Leserschaft aus dem KMU-Umfeld, sowohl Inhaberinnen und Inhaber von KMU als auch Mitarbeitende. Die Zeitung richtet sich zudem an die Politik.
	Ziel: Sensibilisierung und allgemeine Information der breiten KMU-Öffentlichkeit in Bezug auf die BM, vor allem Mitglieder der Branchen- und Regionalverbände. Bessere Bekanntmachung der BM und ihrer Chancen und Möglichkeiten sowohl für den Betrieb wie auch für die Auszubildenden
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Die sgz erscheint zweimal pro Monat, jam einmal pro Monat BM-Beitrag mindestens 1 Mal jährlich.
	Kanal: Sowohl online Medium als auch gedruckte Zeitung (Auflage ca. 150'000 Exemplare)

Travail.Suisse

Information

Grundlage für Verhandlungen im Rahmen der Sozialpartnerschaft	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Den Verhandlungsdelegationen von Gesamtarbeitsverträgen (GAV) aus den Mitgliedsverbänden von Travail.Suisse, werden von Travail.Suisse Grundlagen für diese Verhandlungen mitgegeben. Darin soll die Wichtigkeit der Förderung der BM aufgenommen werden. Bei Erfahrungsaustauschen zwischen Verhandlungsdelegationen wird die Wichtigkeit der Förderung der BM thematisiert.
	Ziel: AN-Vertretungen in GAV-Verhandlungen sind sensibilisiert, die Frage der Förderung der BM (insbesondere BM1) in der Sozialpartnerschaft zu verankern; allenfalls auch Unterstützung für Anstellungsmodelle, welche den Besuch berufsbegleitender FH-Studiengänge ermöglichen.
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Max. 1x jährlich
	Kanal: Interne Kanäle zur Schulung / Information für GAV-Verhandlungsdelegationen

Kommunikation (Werbung und Beratung)

Info-Beitrag in den Medien der Mitgliedsverbände gemäss Input von Travail.Suisse	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: In den Verbandsmedien (Mitgliederzeitungen / Newsletter) werden Info-Beiträge über die BM gemäss Input von TS platziert; Allenfalls auch Reportagen über BM-Absolvent:innen
	Ziel: Informationen über den Wert und die Möglichkeiten der BM, Darstellen der Möglichkeit eine BM zu absolvieren. Entscheid für eine BM von potenziellen Absolvent:innen, resp. deren Beeinflusser:innen wird gestärkt.
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Sporadisch (Entscheid liegt bei den Mitgliedsverbänden)
	Kanal: Medien der Mitgliedsverbände
Info-Beiträge über die Komm.-Kanäle von Travail.Suisse	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Hintergrundberichte über BM, resp. Kommentierung von aktuellen Zahlen und Studien zuhanden der Medien. Zielgruppe sind die Medienschaffenden, resp. die breite Öffentlichkeit via Medien.
	Ziel: Den Medien werden Informationen und Kommentare zur BM zur Verfügung gestellt, um Medienberichterstattung zu ermöglichen/unterstützen
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Sporadisch, je nach Aktualität, aber mindestens alle 2 Jahren
	Kanal: Medienservice, website, Newsletter

Schweizerischer Gewerkschaftsbund SGB

Information

Interne Information an SGB-Mitgliedsverbände und SGB-Jugendkommission	Kurze Beschreibung des Produkts: Die Mitgliedsverbände des SGB sowie die Jugendkommission des SGB werden über die Neuerungen im Rahmen der BM informiert. Dabei soll insbesondere auf die Wichtigkeit der Förderung der BM hingewiesen werden. Die Jugendkommission soll dabei den Fokus auf die Lernenden legen.
	Ziel: Die Mitgliedsverbände und insbesondere die jeweils für den Bildungsbereich zuständigen Sekretär:innen sowie die Jugendkommission werden für die Thematik sensibilisiert und motiviert, die Stärkung der Berufsmaturität in ihrer Arbeit aufzunehmen und zu verankern.
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Je nach Aktualität, aber mindestens 1x alle 2 Jahren
	Kanal: Interne Kanäle und Austauschsitungen (Bspw. SGB-Präsidialausschuss)
Webseite des SGB sowie des Mitgliedsverbandes VPOD	Kurze Beschreibung des Produkts: Primäre Kommunikation auf der Webseite des SGB-Mitgliedsverbandes VPOD mit Fokus auf Lehrpersonen der Oberstufe (3. Zyklus), der Berufsbildung und der bildungspolitisch interessierten Öffentlichkeit. Auf der Webseite finden sich die zentralen Argumente für die Stärkung der Durchlässigkeit im Bildungssystem und die Vorteile des Fachhochschulzugangs für Berufsleute. Zusätzlich eine News auf der SGB-Webseite zum Thema «Bildung und Jugend» mit Fokus auf die Lernenden.
	Zielpublikum: Lehrpersonen (Sek I und Sek II) und bildungspolitisch interessierte Öffentlichkeit (Bildungsinstitutionen, Direktionen und Parteien) sowie Lernende.
	Ziel: Die Webseite soll die Bedeutung der Maturität in der Berufsbildung stärker hervorheben mit dem Ziel, dass Lehrpersonen der Sek I für die BM und Lehrpersonen der Sek 2 für die BM2 werben. Gleichzeitig sollen die Bildungswelten (Volksschule, Maturitätsschulen, Berufsfachschulen und Fachhochschulen) inhaltlich vernetzt werden. Nahtstellen statt Schnittstellen!
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Ständiges, statisches Instrument, da die Informationen grundsätzlicher und allgemeiner Natur sind.
	Kanal: Öffentlich Webseite → https://vpod.ch/themen/bildung/ → https://www.sgb.ch/themen/bildung-jugend Lancierung über Social Media-Kanäle

Kommunikation (Werbung und Beratung)

Newsletter	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Information v.a. über den nationale zweisprachige (d/f) Newsletter unseres Mitgliederverbandes VPOD. Zielgruppe: VPOD-Mitglieder im Bildungsbereich (Lehrpersonen aus allen Schulstufen und weitere Fachpersonen) Ziel: Der Newsletter aggregiert aktuelle Informationen (z. B. über Revisionen, BM-Projekte) und sensibilisiert die Leser:innen für das Thema. Er dient als Ausgangspunkt für vertiefte Recherchen und aktiviert Lehrpersonen und bildungspolitisch Interessierte für ein verstärktes Engagement zugunsten der Berufsmaturität. Im Zentrum stehen die Vorteile der Berufsmaturität als praxisorientierte und vielseitige Ausbildung, die zu höheren Bildungsabschlüssen und Chancen auf dem Arbeitsmarkt führt. Vorgesehene Regelmässigkeit: Der VPOD-Newsletter erscheint ca. 6x jährlich, wobei mindestens eine Ausgabe auf BM fokussiert. Kanal: Interne Verteilerliste
Verbands-kommission	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Der SGB verfügt derzeit über keine eigene bildungspolitische Kommission. Bildungspolitische Themen werden v.a. im bilateralen Austausch zwischen der SGB Zentralsekretärin Bildungspolitik mit den für Bildung verantwortlichen Personen in den Verbänden besprochen. Ein institutionalisierter Austausch besteht ebenfalls mit dem Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz LCH. Der SGB Mitgliedsverband VPOD verfügt über eine eigene, ständige Verbandskommission Bildung, Erziehung und Wissenschaft. Diese besteht aus Lehrpersonen aus allen Bildungsstufen und Landesteilen und bespricht inhaltliche Positionen und Strategien zu aktuellen bildungspolitischen Themen. Zielgruppe: Gewerkschaftlich organisierte Lehrpersonen Ziel: Die Verbandskommission setzt sich aktiv mit der BM auseinander und diskutiert die strategischen Leitlinien, um diese in die jeweiligen Regionen und Institutionen zu tragen, z.B. durch Versammlungen und Informationsveranstaltungen. Sie ist gegenüber den Verbandsgremien antragsberechtigt und kann eigenständig Resolutionen und Positionspapiere verabschieden und öffentlich kommunizieren. Vorgesehene Regelmässigkeit: 4-5x jährlich, mindestens 1x pro Jahr wird das Thema aufgenommen Kanal: VPOD interner Verteiler
Verbands-publikationen	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Im Bildungsbereich gibt es unter den SGB-Mitgliedsverbänden v.a. die Zeitschrift «Bildungspolitik» vom VPOD. Diese Verbandszeitschrift für den Bildungsbereich wird von Lehrpersonen, Bildungsfachleuten und politischen Entscheidungsträger:innen gelesen und widmet sich jeweils einem bildungspolitischen Schwerpunktthema. Subsidiär wird auch das Erscheinen eines Artikels in den Verbandszeitschriften work (Unia) und magazin (syndicom) angestrebt. Zielpublikum: Arbeitnehmer:innen in Bildungsinstitutionen und Lehrbetrieben, Bildungsfachleuten und politischen Entscheidungsträger:innen

	Ziel: Die Zeitschrift «Bildungspolitik» nimmt die BM als Schwerpunktthema auf und bewirbt die BM im Sinne der definierten Kommunikationsstrategie. Dabei richtet sie sich an verschiedene Stakeholdern wie Lehrpersonen, Institutionen und Entscheidungsträger:innen. Die Beiträge werden den Leser:innen der weiteren Verbandszeitschriften zugänglich gemacht mit dem Ziel die BM als wichtiger und chancenreicher Bildungsweg zu bewerben.
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Beiträge in allen Verbandszeitschriften. Im Magazin vpod-Bildungspolitik als Schwerpunktthema einer Ausgabe und wiederkehrende Fokusbeiträge (mindestens 1x alle 2 Jahre)
	Kanal: Zeitschrift «Bildungspolitik» geht an VPOD-Mitglieder im Bildungsbereich (D-CH) und weitere Abonnent:innen (subsidiär über work und syndicom magazin auch die Mitglieder von Unia und Syndicom) → https://vpod.ch/publikationen/bildungspolitik/ → https://syndicom.ch/mitgliederservice/syndicom-magazin/ → https://www.workzeitung.ch/

Information

Website swiss-universities	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Die Website von swissuniversities ist das Hauptinstrument, um sachbezogene Informationen, in diesem Fall zur Berufsmaturität, zur Verfügung zu stellen. Das Zielpublikum sind Studieninteressierte sowie Partnerorganisationen und weitere Kreise (Beratungsstellen, Best Practice Arbeitswelterfahrung auch an Arbeitgebende...) wie auch die Hochschulangehörige selbst. Ziel: Transparente und weiterführende Informationen zum Studium und zu den Zulassungsbedingungen an Schweizer Hochschulen Vorgesehene Regelmässigkeit: Steht permanent zur Verfügung; wird bei Bedarf aktualisiert Kanal: https://www.swissuniversities.ch/themen/lehre-studium https://www.swissuniversities.ch/themen/zulassung
Best Practice «Zulassung Bachelor FH»	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Die Best Practice verweist auf die geltenden gesetzlichen Grundlagen bezüglich der Zulassung zum Bachelor an FH und beschreibt die Passerelle von der Höheren Berufsbildung an die FH. Das Zielpublikum sind Fachhochschulangehörige, Studieninteressierte und weitere Kreise Ziel: Analog zur Website: Transparente und weiterführende Informationen zu den Zulassungsbedingungen an Schweizer Fachhochschulen Vorgesehene Regelmässigkeit: Steht permanent zur Verfügung; wird bei Bedarf aktualisiert Kanal: Also Download über die Seite https://www.swissuniversities.ch/themen/zulassung/zulassung-fachhochschulen
Best Practice «Arbeitswelterfahrung»	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum: Die Best Practice informiert über die einjährige Arbeitswelterfahrung für Personen mit gymnasialer Maturität beziehungsweise mit einer Berufsmaturität in einem anderen Berufsfeld. Sie beschreibt die zu erreichenden Lernziele für die einzelnen Fachbereiche des TWD-Bereichs. Das Zielpublikum sind Studieninteressierte, die nicht über eine einschlägige Arbeitswelterfahrung verfügen aber insbesondere auch die Arbeitswelt, welche die Praktika anbieten. Ziel: Die Fachhochschulen sorgen zusammen mit den Berufsverbänden für einheitliche Anforderungen an die AWE und legen diese in Kompetenzkatalogen fest. Vorgesehene Regelmässigkeit: Steht permanent zur Verfügung; wird bei Bedarf aktualisiert

	Kanal: https://www.swissuniversities.ch/themen/zulassung/arbeitswelterfahrung
Datenbank «studyprogrammes»	Kurze Beschreibung des Produkts mit Zielpublikum:
	Studyprogrammes ist eine digitale Plattform (Datenbank) Das Zielpublikum sind Studieninteressierte und weitere Kreise (z.B. Beratungsstellen)
	Ziel: vollständige Übersicht über das Studienangebot an Schweizer Hochschulen bieten
	Vorgesehene Regelmässigkeit: Steht permanent zur Verfügung; wird regelmässig (ca. 2x im Jahr) aktualisiert
	Kanal: www.studyprogrammes.ch