

## **Ergebnisprotokoll 5. Netzwerktreffen Schule-Wirtschaft Wittlager Land in der Oberschule Bad Essen**

**Wann:** 26.10.2016, 19:00 – 21:00 Uhr

**Thema:** „Strategien zur Gewinnung von Auszubildenden für kleine und mittelständische Unternehmen“

### **TOP 1: Begrüßung und Einführung in den Abend**

Herr Kurt Rieke (Schulleiter Oberschule Bad Essen) und Frau Hüls (MaßArbeit kAöR, Servicestelle Schule-Wirtschaft) begrüßen die Anwesenden.

### **TOP 2: Kerstin Hüls (MaßArbeit kAöR): „Strategien zur Gewinnung von Auszubildenden für kleine und mittelständische Unternehmen“**

Der Wettbewerb um die Fachkräfte von morgen nimmt erheblich zu und führt dazu, dass Unternehmen vermehrt Strategien zur Positionierung auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt sowie zur Gewinnung von Auszubildenden entwickeln müssen. Gerade für kleinere und mittelständische Betriebe stellt dies oftmals eine große Herausforderung dar. Dennoch gibt es Möglichkeiten, die auch kleinere Betriebe nutzen und umsetzen können, um frühzeitig potenzielle Nachwuchskräfte an sich zu binden:

#### **Azubis gewinnen durch Kooperationen zwischen Unternehmen und Schulen:**

Von Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen profitieren in der Regel vorwiegend Schülerinnen und Schüler. Sie erhalten einen praxisnahen Einblick in die Berufs- und Arbeitswelt und können sich in verschiedenen Berufsfeldern ausprobieren. Die Unternehmen haben die Möglichkeit sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren, um so die SchülerInnen für eine Ausbildung in ihrem Betrieb zu begeistern. Gleichzeitig bietet es die Gelegenheit auf diesem Weg die Berufsfelder bekannter zu machen. Aber auch für die gesamte Region als Wirtschaftsstandort haben Partnerschaften dieser Art Vorteile. Indem Schule und Unternehmen gemeinsam die Verantwortung für die Unterstützung bei der Gestaltung von Bildungs- und Berufsbiografien junger Menschen übernehmen, stärken sie den Wirtschaftsstandort und minimieren dauerhaft die Abwanderung von potenziellen Fachkräften in andere Regionen. Die Servicestelle Schule-Wirtschaft der MaßArbeit kAöR unterstützt kooperationswillige Unternehmen und Schulen bei der Anbahnung, Ausgestaltung, Durchführung und Evaluation von Kooperationen. Bei Fragen wenden Sie sich gerne an Kerstin Hüls.

### **Azubis gewinnen durch Praktika:**

Grundsätzlich soll ein Praktikum den SchülerInnen die Chance bieten, erste praktische berufliche Erfahrungen zu sammeln und einen Beruf kennenzulernen. Aber auch für Unternehmen bieten Praktika eine gute Möglichkeit, potenzielle Auszubildende frühzeitig kennenzulernen und ggf. über eine kontinuierliche Kontaktpflege an sich zu binden. Die Erfahrungen der jungen Menschen im Praktikum sind für den Betrieb wie eine Visitenkarte und beeinflussen die Entscheidung des Praktikanten maßgeblich, sich später um eine Ausbildungsstelle in dem Unternehmen zu bewerben. Da die Jugendlichen durch das Praktikum genau wissen, was die Ausbilder bzw. der Betrieb von ihnen erwarten, lassen sich auch vorzeitige Ausbildungsabbrüche eher vermeiden. Die Qualität eines Praktikums hat bei Jugendlichen einen hohen Stellenwert, daher sollte selbst ein Schülerpraktikum interessante Aufgaben mit unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden beinhalten. Zum Thema Praktikum im Allgemeinen und Ausgestaltung des Praktikums bieten sowohl die Handwerkskammer als auch die Industrie- und Handelskammer weiterführende Informationen an.

### **Azubis gewinnen durch Öffentlichkeitsarbeit:**

Eine kostengünstige Möglichkeit Jugendliche auf sich aufmerksam zu machen ist die Nutzung von Presse und Medien. So kann man immer wieder auf sein Ausbildungsangebot und freie Stellen hinweisen. Aber auch die Bekanntgabe diverser neuer Projekte, Firmenjubiläen, besonders guten Ausbildungsabschlüssen etc. in regionalen Medien erhöhen den Bekanntheitsgrad. Auch das Onlinestellen von kurzen Filmen, die tiefergehende Einblicke in den Betrieb und die Ausbildungsberufe geben, ist bei Jugendlichen sehr beliebt. Über die Teilnahme an regionalen Veranstaltungen und Messen zur Berufsorientierung lässt sich ebenfalls unkompliziert und einfach Kontakt zu Jugendlichen herstellen und erhöht gleichzeitig den Bekanntheitsgrad. Ein besonderer Blick sollte außerdem auf die Homepage geworfen werden. Wie stellt der Betrieb sich und seine Ausbildungsberufe dar, findet ein Suchender schnell und unkompliziert das Angebot offener Stellen? Ein vom Europäischen Sozialfonds (ESF) und des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) finanziertes Förderprogramm bietet kleineren und mittleren Unternehmen Unterstützung bei der Entwicklung einer zukunftsfähigen Personalpolitik. Weitere Informationen dazu sind unter folgendem Link abrufbar: <http://www.unternehmens-wert-mensch.de/startseite.html>

### **TOP 3: Jan Weitkamp: Azubimarketing der Firma Autohaus Weitkamp GmbH & Co. KG**

Herr Weitkamp berichtet über die unterschiedlichen Aktivitäten zum Anwerben von Azubis. So nimmt das Unternehmen beispielsweise an Bewerberfachtagen in den umliegenden wei-

terführenden Schulen teil und nutzt so die Möglichkeit der direkten Ansprachen von Schülerinnen, die sich für „technische“ Berufe interessieren. Zusätzlich beteiligt sich das Autohaus Weitkamp an der Aktion „Blick hinter die Kulissen“, organisiert durch den IAV (Industrieller Arbeitgeberverband). Dabei werden interessierte SchülerInnen mit Bussen zu unterschiedlichen Unternehmen gebracht und können sich vor Ort über die Ausbildungsberufe in den einzelnen Unternehmen informieren. Des Weiteren hat sich Weitkamp im Zusammenschluss mit zwei weiteren Unternehmen auf der „jobmesse Osnabrück“ präsentiert. Auch die Nutzung des Web 2.0 in Form von Blogs, Facebook, YouTube, Pinterest erachtet Herr Weitkamp als eine kostengünstige Möglichkeit, potenzielle, onlineaffine Bewerber anzusprechen. In diesem Zusammenhang verweist er auch auf die Nutzung der Online-Plattform <https://genau-mein-job.de/autohaus-weitkamp-gmbh-co.-kg/ausbildung-kfz-mechatroniker-2017-1.html> als Ergänzung zur Bewerbung in Papierform. Auch Flyer und Ausbildungsbrochüren nutzt das Autohaus als Werbemittel, um detaillierte Informationen zu den Ausbildungsberufen darzulegen. „So haben Interessierte etwas, das sie mit nach Hause nehmen können, um insbesondere auch den Eltern zu ermöglichen, sich über Ausbildungsberuf- und Betrieb zu informieren“, berichtet Jan Weitkamp. Abschließend kann gesagt werden: nicht einzelne Maßnahmen führen dazu, Azubis zu gewinnen, sondern der Mix an Aktivitäten zählt.

#### **TOP 4: Mit Schulkooperationen zum Azubi?: Das Beispiel Generationenwerkstatt - Ein Erfahrungsbericht der Firmen Tischlerei Vielstädte und Göckemeyer Metallbau GmbH**

Frau Perez hat bei unserem letzten Netzwerktreffen am 11.02.2016 bereits die [GenerationenWerkstatt](#) vorgestellt und auf das kommende Projekt mit der Ludwig-Windthorst-Schule Ostercappeln und den Betrieben Vielstädte und Göckemeyer hingewiesen. Nach erfolgter Durchführung des Projektes haben sich Herr Göckemeyer, Herr Lohrmann und Herr Vielstädte dazu bereit erklärt, aus der Praxis zu berichten. Unterstützt wurden sie von Frau Beineke, die als Koordinatorin beide Projekte betreut hat. Die Tischlerei Vielstädte hat die GenerationenWerkstatt mit zwei Schülern der Ludwig-Windthorst Schule durchgeführt. Ziel war der Bau eines Wikingerschachspiels. Angeleitet und betreut wurden die Jugendlichen von Konrad Lohrmann, der gelernter Tischler und Sozialarbeiter ist. Insgesamt kamen die Jungs an fünf Nachmittagen für ca. 2 -3 Stunden, um das Wikingerschachspiel anzufertigen. Bei der Firma Göckemeyer haben insgesamt drei Jugendliche mitgemacht. Hier ging es darum, höhenverstellbare Böcke aus Metall herzustellen. „Gerade am Schweißen hatten die Jungs richtig viel Spaß“ so Martin Göckemeyer. An insgesamt acht Samstagen trafen sich die Jungs im Betrieb und wurden bei der Arbeit durch Herrn Göckemeyer Senior und dem Ingenieur Hans-Hermann Springmeyer betreut. „Der Aufwand hielt sich in Grenzen, weil Frau

Beineke uns viel Arbeit abgenommen hat“, so Martin Göckemeyer. Frau Beineke ergänzte, „dass die Betriebe durch ihre Teilnahme soziale Verantwortung übernehmen, was durch Pressearbeit auch in die Öffentlichkeit bzw. Region getragen wird“. Insgesamt haben alle Teilnehmer das Projekt als sehr erfolgreich beurteilt, „ob sich daraus ein Ausbildungs- oder Praktikumsplatz für einen der Jugendlichen ergibt, wird man zukünftig sehen, wenn sich allerdings einer der Jungs bei uns bewirbt, ist er auf Platz 1“, bekräftigt Matthias Vielstädte. Sowohl Herr Göckemeyer als auch Herr Vielstädte äußerten sich sehr positiv zu dem Projekt und würden gerne nochmal mitmachen. Sollten Sie als Schule oder Unternehmen Interesse an der Durchführung des Projektes GenerationenWerkstatt haben, nehmen Sie direkt Kontakt mit Frau Beineke auf: [r.beineke@ursachenstiftung.de](mailto:r.beineke@ursachenstiftung.de).