



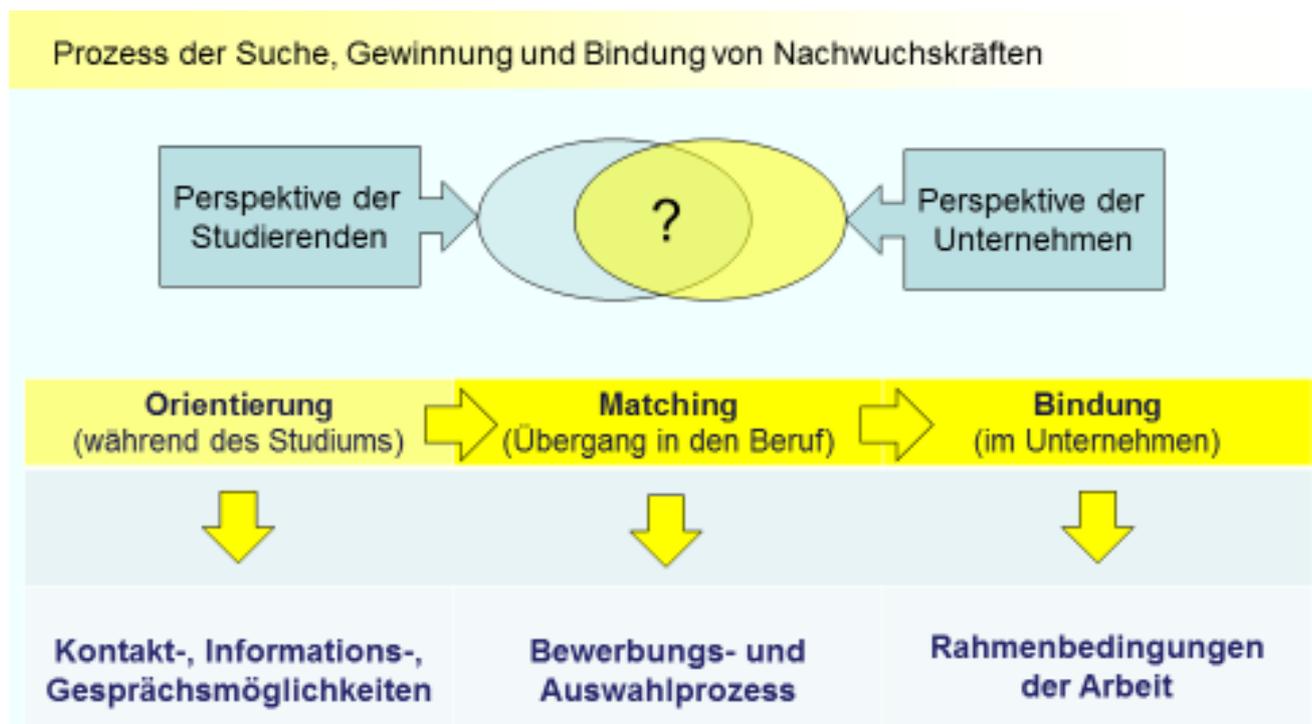
Ergebnisse des Workshops 1b am 29.10.2015:

Unternehmen suchen Fachkräfte - Fachkräfte suchen Unternehmen Praktiker und Studierende im Dialog

Moderation:

Sandro Freudenberg, Dipl.-Kaufm., M. O. P., NCCM Dresden

- Was funktioniert beim Übergang von Absolventen in den Beruf bereits?
- Was kann besser gestaltet werden?
- Welche Erwartungen und Ziele gibt es bei den Beteiligten?





1. Ergebnisse des Workshops zur Orientierungsphase:

Was wird bereits erfolgreich umgesetzt, um die Orientierung zu erleichtern bzw. zu unterstützen?

Unternehmen	Studenten	Hochschule
Schwerpunkt auf Öffentlichkeitsarbeit	Pflichtpraktikum 12 Wochen	Karrieremesse (150 Unternehmen)
Messen	Besuch von Karrieremessen	Studienbegleitende Praktika als Pflicht
Kommunikation und Zusammenarbeit mit Schulen		Campus-Scout
Praktika sind gefragt		Ausbildung der Studenten
Sponsoring in Sportvereinen, um Nachwuchs rechtzeitig auf Firma aufmerksam zu machen		Mentorenstammtische
Unternehmens-Speed-Dating		Firmen nehmen an Weiterbildungsveranstaltungen der HS teil
		Studentische Jobbörse für regionale Unternehmen

Was könnte besser gemacht werden? Was könnte zusätzlich getan werden, um die Orientierungsphase zu unterstützen?

Unternehmen	Studenten	Hochschule
Bessere Rahmenbedingungen, um als AG attraktiver zu sein	Persönliche Netzworkebildung	Mehr Kontakt zu regionalen Unternehmen
Langfristige Zusammenarbeit auch mit Grundschulen	Mehr Hilfestellung für die Masterstudenten von Seiten der HS	Unternehmen könnten sich an HS vorstellen
Aufbau von Arbeitgebermärkten	Mehr Bereitschaft für freiwilliges Praktikum	Mehr praxisorientierte Projekte von HS und Unternehmen
Man muss auch in guten Zeiten in Personalgewinnung investieren – langfristig planen		HS sollten Plattformen bieten, um Studenten zu unterstützen
Gute Öffentlichkeitsarbeit		Forum schaffen zum Austausch – Kennenlernen zwischen regionalen Unternehmen und Studenten



Buschfunk		Seminare, in denen Projekte von Studenten für Unternehmen bearbeitet werden
Transparente Darstellung der Ansprechpartner an HSen		Transparenterer Kommunikation über bereits vorhandene Hilfetools wie Mentoren, Campusscout, Carriercenter
Regionale Unternehmen sollten Präsenz zeigen		Multiplikatoren der Unternehmen sollten entsprechen motiviert sein
Outputorientierung der Studierenden und entsprechende Schaffung von Stellen		Regionale Unternehmen sollten sich über Produkt vorstellen, um für Firma zu begeistern
SPOC – Koordination mit Fakultäten		Studenten müssen mehr fragen und sich an die entsprechenden Professoren wenden
Speed Datings mit Studenten	Speed Datings mit UN	

Welche Probleme und Schwierigkeiten treten in dieser Phase auf?

Unternehmen	Studenten	Hochschule
Absolventen für Firma und Praktika zu gewinnen	Thema Praktikum: 6 Monate werden erwartet, was aber in der Regelstudienzeit nicht zu schaffen ist	Kommunikation zwischen entsprechenden Ansprechpartnern
Techniker-Profil durch WHZ nicht gegeben	Unternehmen tun sich schwer mit Kurzpraktika	
Vorstellungen von Absolventen und Firma gehen weit auseinander	Es gibt Studiengänge ohne Pflichtpraktikum → freiwilliges Praktikum schwer zu bekommen, wegen Mindestlohn	
Besetzung freier Stellen dauert zum Teil mehrere Monate		
Betreuungsmöglichkeiten von Praktika häufig schwierig		
Einarbeitung für Kurzpraktika lohnt sich nicht,		



wenn Win-Win angestrebt – Einarbeitung dauert schon 1-2 Monate		
Studenten bewerben sich nur bei Unternehmen, die sie kennen		
Gewinnung von Arbeitskräften ist ein Marathon		
Unsicherheit bei freiwilligen Praktika		
Ressourcen für Öffentlichkeitsarbeit und Personalgewinnung zu gering		

2. Bewerberauswahlprozess

Was läuft schon gut?

Unternehmen	Studenten	Hochschule
	Onlinebewerbung, wenn gut gemacht	
	Aussagekräftige Bewerbungen	

Was könnte besser gemacht werden?

Unternehmen	Studenten	Hochschule
Stellen müssen auch gefunden werden	bei schlecht gemachten Onlinebewerbertool auf Emailbewerbung bestehen	Immaterielle Anreize wie Arbeitsklima und Arbeitsmodelle
Besseres Personalmarketing	Unternehmen sollten schnell auf Bewerbungen reagieren. Das zeugt von Respekt.	Gute Infrastruktur der Region auch nach außen tragen
Transparente Alleinstellungsmerkmale (nicht nur Gehalt) – Hygienefaktor		
Langfristige Sicht – Praktika müssen eingeplant werden	Nicht nur bei bekannten Marken	
Bessere Ressourcenverteilung		
Kostensparnis bei höherer Gewichtung von HR klar machen		
Genügend Ressourcen im Handlungsfeld Personal einplanen		
Studenten sollten Leistungsnachweise beilegen		



Wo liegen die Probleme?

Unternehmen	Studenten	Hochschule
Zusammenhang Geschlecht und Qualifikationshintergrund	zu viele Filter bei Onlinetools	
Techniker an Unternehmensspitze und keine Betriebs- oder Volkswirte → streichen Bereiche	sehr viele Potenziale gehen der Region verloren, weil die Werte der heutigen Generation nicht geachtet werden	
Onlinetool wird von Konzernspitze vorgegeben, über einzelnen Standort findet man oft nichts	Feedbackverhalten im Umgang mit Bewerbern	
Unternehmen können mit Studienabschlussbezeichnungen häufig nichts anfangen	Geringe Frustrationstoleranz	
	Generationenkonflikte	
Höhe des Gehalts	Höhe des Gehalts	
	Es geht nicht hauptsächlich um Gehalt, wichtiger ist der Punkt fehlende Wertschätzung	

3. Rahmenbedingungen

Was läuft gut?

Unternehmen	Studenten	Hochschule
Arbeitsklima	Praktikum bei Jungunternehmen – Xbox, Obst interessante Aufgaben	
Gute Arbeitsbedingungen und flexible Arbeitszeiten	Bereit, auch einfache Aufgaben zu übernehmen	
	Interesse in KMU zu arbeiten	

Was läuft nicht so gut?

Unternehmen	Studenten	Hochschule
Kein gutes Sozialverhalten	Unsicherheit, was UN erwarten	
Beratungsresistenz der Praktikanten besonders der Wirtschaftler	Informationen zu KMUs schwer zu finden	
Zuspätkommen	Vorurteile gegenüber Absolventen	

Was könnte man besser machen?



Unternehmen	Studenten	Hochschule
Praktikanten/Bewerbern eine Perspektive geben	Offenheit für Veränderungen auf beiden Seiten	Workshop „Was erwartet man vom Studenten im Unternehmen?“
Familienfreundlichkeit	Erwarteter Aufwand für Betreuung klar absprechen	
Flexible Arbeitszeiten, Home-Office		
	Kritik äußern können	
Wertschätzung		
Feedback		
Bewertungen im Internet		
Verminderung der Gehaltsunterschiede zwischen West und Ost		
Generationen-Moderation		
Individuelle/situative Führung		