

## **zdi-Community Event 2024**

### **Protokoll: Session „Einbindung von Unternehmen“**

#### **1. Warum ist die Einbindung von Unternehmen wichtig?**

- Es gibt einen Realitätsbezug / praktische Erfahrung für Schüler:innen
- Für Unternehmen bietet dies eine Aufmerksam- und Sichtbarkeit
- Unternehmen werden attraktiver für Schüler / Generell eine positive Außendarstellung für Unternehmen
- Es macht keinen Sinn, Wissen zu fördern, das Unternehmen nicht brauchen
- Unternehmen können ihre Adressaten besser erreichen
- Lehrer:innen haben so eine Finanzierungsmöglichkeit für Bildungsangebote
- werden besser auf Berufe vorbereitet. Sie wissen mehr, was sie erwartet.
- Es wird erreicht, dass Schüler:innen schneller in den Arbeitsmarkt einsteigen
- Schüler:innen könnten durch Unternehmensbindung in der Region bleiben. Es würden weniger wegziehen.
- Hemmschwellen, sich bei Unternehmen für Praktika zu bewerben, wird für junge Menschen geringer
- Unternehmen haben die Möglichkeit, sich in Richtung der Jugend zu verändern
- Heutzutage müssen Unternehmen sich bei den Arbeitskräften bewerben und nicht mehr andersherum

#### **2. Wie kann ein Angebot dem Fachkräftemangel in der Region entgegen wirken?**

Als Quellen wurden genannt:

- Austausch Berufsschulen
- Unternehmen kommen auf zdi zu
- Regionale Arbeitsagenturen kann frei gemeldete Stellen liefern
- durch zdi-Zentren / Arbeit bekommt man ein Gefühl für die Region
- Dachverbände (Krefeld arbeitet z.B. mit Unternehmerschaft Niederrhein zusammen)
- IHK
- Kreishandwerkerschaft

Ideen aus der Runde:

- Es könnte regional jeweils eine Ansprechperson von zdi zwischen Schulen und Dachverbänden vermitteln, um Hürden für BSO-MINT zu minimieren
- Berufsorientierungspraktika an Schulen
  - bietet Austausch zwischen Lehrern, Schüler:innen und Unternehmen
  - wenn von zdi koordiniert, dann können die Kontakte zu Unternehmen weiter genutzt werden
- Kooperation zwischen Talentscouting und zdi
  - Hochschulen haben hier Kontakte
- Formatidee: Mentoringprogramm für Mädchen, um Frauen ins Handwerk zu bringen. Mentor:innen aus dem Handwerk gehen an Schulen und fördern dort 1:1 gezielt Mädchen

### **3. Wie vernetzt man Akteur:innen vor Ort?**

### **4. Welche Rollen / welche Formate könnte es geben?**

Formate / Formatideen:

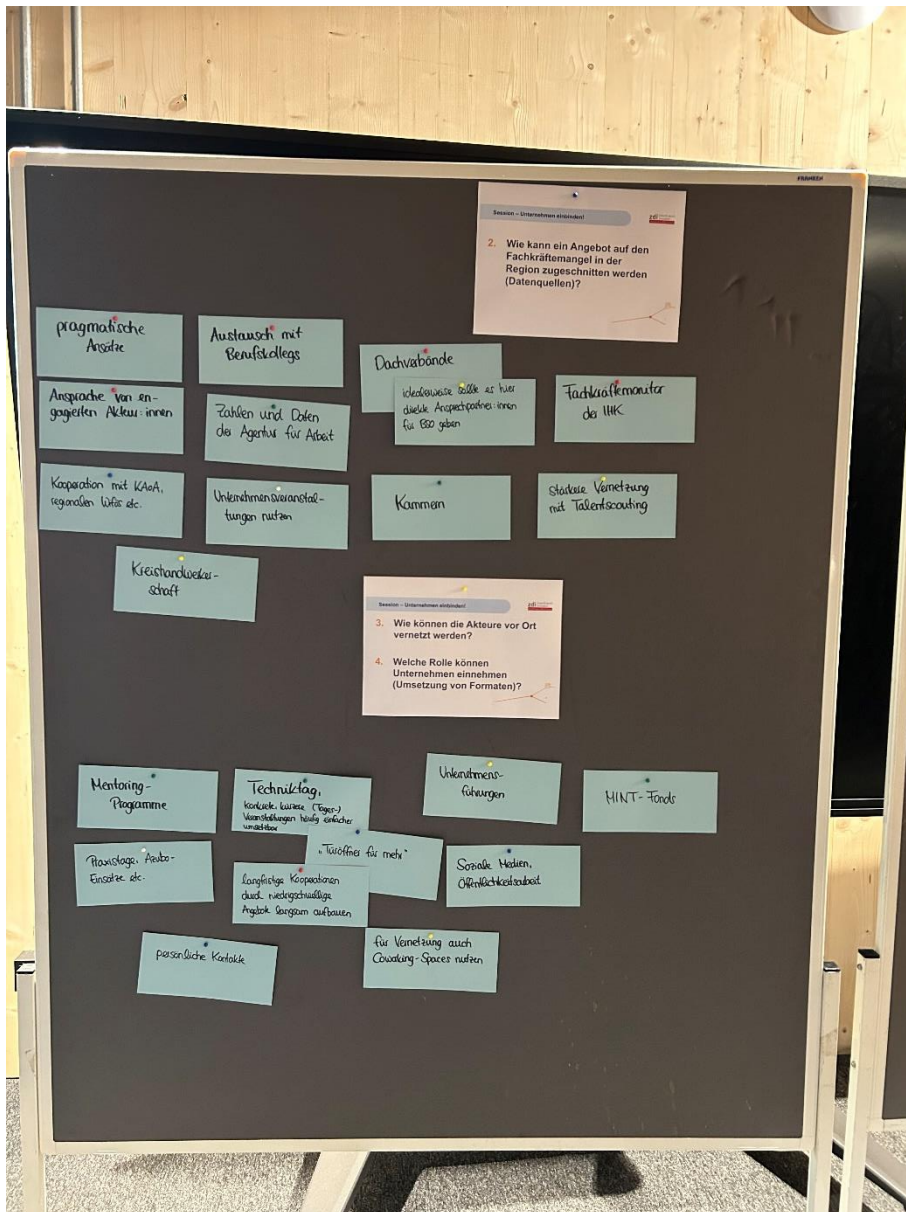
- Techniktag Gelsenkirchen mit 15 Unternehmen
  - Für Unternehmen attraktiv, weil Zeit genau ersichtlich und notwendige Arbeitnehmer-Anzahl genau kalkulierbar
  - Unternehmen wollen wissen, was auf sie zukommt, wenn es um BSO-Programme geht
  - Wollen nie lange eingebunden werden  
Unternehmen brauchen als konkrete Projekte und jährlich anfallende Termine, mit denen sie planen können. Weiterempfehlungen gibt es hier weniger durch Unternehmen selbst, sondern der Techniktag Gelsenkirchen wird meist von Dachverbänden weiterempfohlen
- Öffentlichkeitsarbeit: Werbung bei Facebook / Instagram machen, so kommt man an jüngere Unternehmen ran

Kontaktideen:

- Unternehmen langsam über kurze Aktionen an zdi binden
- Über Lieferanten von FabLabs / Unis / eigene Unternehmen: die haben auch Nachwuchsprobleme. Eigene Lieferanten ansprechen.
- erster Kontakt über:
  - zu Dachverbänden hingehen und Netzwerken
  - über Co-Working Spaces mit Start-Ups vernetzen
  - Telefonieren, persönlicher Kontakt zu Unternehmen

### **5. Was sind die Erfolgsfaktoren?**

- Akquise übers Telefon, dort direkt die Problematik ansprechen („Haben Sie auch Probleme, Ausbildungsplätze zu besetzen?“)
- Weniger Personalwechsel -> Kontakte halten sich besser über stetigen Kontakt
- Unternehmen gut recherchieren, etwas als Anfangsthema suchen (z.B. Frauen in Führungspositionen, Unternehmensleitsätze usw.) und dann darauf ansprechen
- Über persönliche Kontakte an Unternehmen herantreten
- KAOA-Kontakte nutzen
- zdi ist nicht überall bekannt -> Strategie notwendig, um Netzwerk bekannter zu machen
  - bei Politik / regionalen Abgeordneten
  - zdi als starke Marke platzieren



Session - Unternehmensverbindlichkeit  
1. Warum ist die Einbindung von Unternehmen wichtig?

Herausforderung: Sichtbarkeit u. Bekanntheit (z.B. NRW) + Bottom-up und regionaler Ansatz

Marketing-Perspektive des Unternehmens, auch im CSR-Sinne

Hemmschwellen abbauen

Senkung von Recruiting-Kosten

Attraktivität der Unternehmen

Fachkräfte-sicherung

Praxisnähe ermöglichen

Zielgerichtete Wissensvermittlung

Stärkung der Region / der regionalen Wirtschaft

„Gap“ zwischen Schule und Unternehmen schließen

realistischer Einblick in Berufsbilder

Unterstützung bei adressatengerechter Kommunikation

Ansprache der Personalabteilung

Session - Unternehmensverbindlichkeit  
5. Was sind aus eurer Erfahrung Erfolgsfaktoren für die Unternehmensansprache?

persönlicher Kontakt (langfristig)

Fachkräfte thematisieren als ein zentraler Aspekt

Abgeschlossener Prozess

privat Kontakte nutzen

„Stellen“ sich vorab über mögliche Ansprechpartnerinnen informieren

Kooperation mit kommunalen Koordinierungen

Partnerschaftsverbände für Unternehmen