

Leitfaden

Schul- und Hochschulkooperation

Das Projekt Mach WAT wird im Rahmen des Programms rückenwind+ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	4
2.	Kooperationen	6
2.1	Das Wichtigste auf einen Blick	6
2.2	Was sind Kooperationen?	7
2.3	Welchen Nutzen bieten Kooperationen	7
2.4	Welche Zielgruppen können und sollen durch Kooperationen erreicht werden?	7
2.4.1	Generation Y	8
2.4.2	Generation Z	9
2.4.3	... und was kommt dann?	10
2.5	Wann bieten sich Kooperationen an?	10
2.6	Wie sollten Kooperationen ablaufen?	11
2.6.1	Zielfindung und -formulierung	11
2.6.2	Planung	12
2.6.3	Durchführung	13
2.6.4	Pflege der Kooperation	13
2.7	Was sind Erfolgs- und Risikofaktoren für das Gelingen von Kooperationen?	14
3.	Kontaktaufnahme	16
3.1	Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu Kooperationspartnern	16
3.2	Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zur jeweiligen Zielgruppe	17
4.	Schulkooperationen	18
4.1	Das Wichtigste auf einen Blick	18
4.2	Welcher Nutzen ergibt sich für meine Einrichtung?	20
4.3	Welcher Nutzen ergibt sich für die Schule bzw. die Schüler*innen?	21
4.4	Welche Rolle spielen die Eltern?	22
4.5	Welche Kooperationsaktivitäten bieten sich an?	23
4.6	Über eine Kooperation zur Partnerschaft: Die 3 Säulen der Caritas-Kooperation	29
4.7	Wo bekomme ich Unterstützung?	31
4.8	Gut zu wissen: Länderspezifische Vorgaben zur beruflichen Bildung	33
4.9	Wie finde ich mögliche Kooperationspartner?	34
4.9.1	Kriterien	34
4.9.2	Netzwerk Bistumsschulen	36
4.9.3	Schulverzeichnis	37
4.10	Weitere Informationen	37

5.	Hochschulkooperationen	38
5.1	Das Wichtigste auf einen Blick	38
5.2	Welcher Nutzen ergibt sich für meine Einrichtung?	39
5.3	Welcher Nutzen ergibt sich für die Hochschule bzw. die Studierenden?	39
5.4	Voraussetzungen für eine Hochschulkooperation	40
5.5	Wie gehe ich bei der Kontaktaufnahme vor?	40
5.5.1	Auswahl einer geeigneten Hochschule	40
5.5.2	Ansprache über die Hochschule	46
5.6	Welche Kooperationsaktivitäten bieten sich an?	46
6.	Praktikum	52
6.1	Das Wichtigste auf einen Blick	52
6.2	Wie finde ich Praktikant*innen?	53
6.3	Praktikumsbörsen	54
6.4	Wie plane und gestalte ich ein Praktikum?	55
6.4.1	Vorbereitung	55
6.4.2	Durchführung	58
6.4.3	Nachbereitung	59
6.5	Do's and Dont's	60
6.6	Arten von Praktika	61
6.7	Rechtliche Rahmenbedingungen	62
6.8	Versicherungsrechtliche Rahmenbedingungen	64
7.	Ausbildung	67
8.	Zusammenfassung	68
9.	Zuständigkeiten und Literaturverzeichnis	69
10.	Anhang	

Impressum

Harald Langner
 Personalreferent
 FB Personalmanagement /-entwicklung
 Tel. 0541-34978203
 Email: hlangner@caritas-os.de

Caritasverband für die Diözese Osnabrück e.V.
 Knappsbrink 58
 49080 Osnabrück
 Tel.: 0541 34978-116
 DiCV@caritas-os.de

Dominik Thiering
 Referent Personalentwicklung
 FB Personalmanagement /-entwicklung
 Tel. 0541-34978321
 Email: dthiering@caritas-os.de

www.caritas-os.de
www.facebook.com/dicvosnabrueck

1. Einleitung

Der demographische Wandel stellt den Caritasverband für die Diözese Osnabrück e.V. (DiCV) vor große Herausforderungen. 2019 ist die Hälfte aller Mitarbeiter*innen im DiCV 50 Jahre und älter; 20% der Mitarbeiter*innen sind 60 Jahre oder älter und werden dementsprechend in den nächsten Jahren in Rente gehen. Umso wichtiger ist es für den DiCV, dieser Entwicklung entgegenzutreten und talentierte Menschen gezielt anzusprechen und für die Berufsperspektiven im Verband zu begeistern und zu gewinnen.

Eine erfolgversprechende Möglichkeit, talentierte Menschen zu erreichen und für den DiCV zu gewinnen, bieten Schul- und Hochschulkooperationen. Diese Form der Zusammenarbeit bedeutet einen Mehrwert für beide Kooperationspartner und hilft Unternehmen dabei, junge Talente zu entdecken und geeigneten Nachwuchs zu finden. Kooperationen bieten Chancen für Unternehmen, sich selbst als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und ihr positives Image zu erhalten. Es gilt, diese Chancen zu nutzen, bereits bestehende Kooperationen zu verstetigen und auszubauen sowie neue Kooperationen zu entwickeln.

Eine im Jahr 2014 in Auftrag gegebene Projektarbeit von Studentinnen der Hochschule Osnabrück hat eindeutig definierte Handlungsfelder im Bereich Schul- und Hochschulkooperationen aufgezeigt und zusätzlich ein allgemeingültiges Kooperationskonzept empfohlen.

Aufgrund der Wichtigkeit von Kooperationen und der sich ergebenden Notwendigkeit eines einheitlichen Kooperationskonzepts haben die Teilnehmenden des Förderkreises „Schul- und Hochschulkooperation“ im Projekt „Mach WAT – Weiterbildung durch aktives Talentmanagement“ diesen Leitfaden aus der Praxis für die Praxis entwickelt. Das Projekt Mach WAT wurde im Rahmen des Programms rückenwind+ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert. Im Anhang finden Sie eine Übersicht über die an der Konzeption dieses Leitfadens beteiligten Personen.

Der Leitfaden richtet sich an die Verantwortlichen aller Einrichtungen und Dienste des DiCV Osnabrück, die sich mit dem Thema Kooperationen befassen und soll als Orientierungshilfe und Unterstützung bei der Initiierung und beim Auf- und Ausbau von Schul- und Hochschulkooperationen dienen. So wird eine einheitliche und strukturierte Herangehensweise an die Gestaltung von Kooperationen im Caritasverband Osnabrück ermöglicht und sichergestellt – mit dem Ziel, erfolgreiche und nachhaltige Zusammenarbeiten mit Schulen bzw. Hochschulen aufzubauen.

Kooperationen mit Schulen und Hochschulen bieten Ihnen die große Chance, frühzeitig mit talentierten Menschen in Kontakt zu treten und diese für eine Ausbildung in Ihrer Einrichtung zu motivieren oder als Mitarbeiter*innen für sich zu gewinnen. Außerdem erhalten Sie durch Kooperationen die Möglichkeit **sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und Ihr positives Image** zu erhalten. Der Leitfaden soll Ihnen in diesem Zusammenhang als Arbeitserleichterung dienen und Sie beim Auf- und Ausbau von Schul- und Hochschulkooperationen unterstützen.

Der Leitfaden beschreibt in verschiedenen Abschnitten wichtige Aspekte, die beim Auf- und Ausbau von Schul- und Hochschulkooperationen von Bedeutung sind und gibt darüber hinaus Handlungsempfehlungen – zum Beispiel zum Thema Praktikum.

Aufbau des Leitfadens

Untergliedert wurde der Leitfaden in folgende Abschnitte:

Kapitel 2: Kooperationen

Kapitel 3: Kontaktaufnahme

Kapitel 4: Schulkooperationen

Kapitel 5: Hochschulkooperationen

Kapitel 6: Praktikum

Kapitel 7: Ausbildung

Kapitel 8: Zusammenfassung

Kapitel 9: Zuständigkeiten

Kapitel 10: Anhang

In einigen Abschnitten finden Sie Checklisten oder Infokästchen mit den wichtigsten Informationen zu einem Thema und zu Beginn der meisten Kapitel gibt es einen Abschnitt „Das Wichtigste auf einen Blick“, in dem die zentralen Erkenntnisse aus dem jeweiligen Kapitel festgehalten sind. Diese kurzen Zusammenfassungen können Sie nutzen, um alle wichtigen Aspekte eines Kapitels zu überblicken und sich bei weiterem Informationsbedarf dann vertiefender in das jeweilige Kapitel einzulesen.

Die einzelnen Kapitel können unabhängig voneinander gelesen werden und bauen nicht direkt auf einander auf. Sie müssen nicht den kompletten Leitfaden durcharbeiten, sondern können sich in die Kapitel, für die Sie sich besonders interessieren, einlesen, ohne die vorherigen Kapitel gelesen zu haben.

Bei Fragen steht Ihnen der Fachbereich Personalmanagement/-entwicklung, Knappsbrink 58, 49080 Osnabrück, gerne zur Verfügung.

Dominik Thiering
Referent Personalentwicklung
FB Personalmanagement /-entwicklung
Tel. 0541-34978321
Email: dthiering@caritas-os.de

Harald Langner
Personalreferent
FB Personalmanagement /-entwicklung
Tel. 0541-34978203
Email: hlangner@caritas-os.de

Im Leitfaden finden Sie an einigen Stellen die Bezeichnung „talentierte“ Menschen. Diese Bezeichnung schließt alle Menschen ein, die mit Schul- und Hochschulkooperationen erreicht werden.

Diese Symbole stehen am Textrand und weisen Sie auf Folgendes hin:



Internet Link



Arbeitshilfe

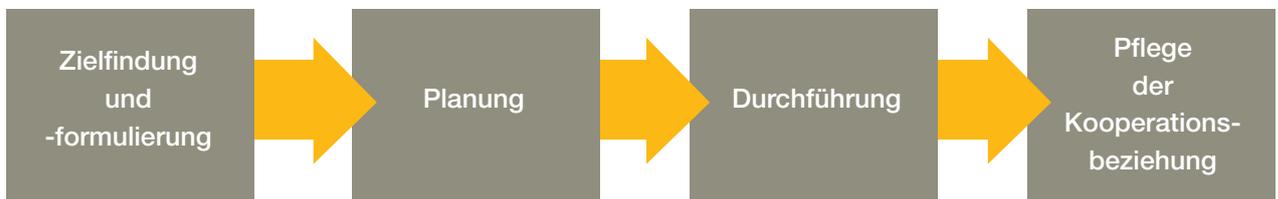


Best Practice

2. Kooperationen

2.1 Das Wichtigste auf einen Blick

- » Eine große Herausforderung für Unternehmen ist es, geeignete Nachwuchskräfte zu finden und zu binden. Durch die Alterszentrierung in vielen Einrichtungen des DiCV stehen in Zukunft große Rekrutierungswellen an. Die daraus resultierende Herausforderung der Rekrutierung geeigneten Nachwuchses lässt sich unter anderem durch den Aufbau von Schul- und Hochschulkooperationen angehen.
- » Schul- und Hochschulkooperationen bieten Ihnen die Möglichkeit, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, Ihr positives Image zu erhalten, das Interesse der Schüler*innen und Studierenden an Ihrer Einrichtung zu wecken und deren Arbeitsleistung und -einstellung zu beurteilen.
- » Kooperationen lassen sich in 4 Phasen unterteilen:



1. Zielfindung und -formulierung

Nach individueller Zielfindung erfolgt ein gemeinsamer, offener Dialog zwischen den Kooperationspartnern zur Formulierung der mit der Kooperation gemeinsam verfolgten Ziele. Dabei sollten Ziele realistisch und unter Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen erreichbar sein.

2. Planung

Hier werden die Rahmenbedingungen der Kooperationen geklärt, es erfolgt die konkrete Ausgestaltung der geplanten Maßnahmen und Aktivitäten, es wird ein gemeinsames Konzept entwickelt, und es werden die Verantwortlichkeiten auf beiden Seiten festgelegt. Den Abschluss dieser Phase bilden die Erstellung und Unterzeichnung einer Kooperationsvereinbarung



3. Durchführung

Während der Durchführung der Kooperationsaktivitäten müssen Absprachen konsequent eingehalten werden. Zudem empfiehlt es sich, die gemeinsam vereinbarten Ziele regelmäßig zu reflektieren und Aktivitäten für eine spätere Evaluation zu dokumentieren. Die Verantwortlichen müssen für den jeweils anderen Kooperationspartner erreichbar sein und man

sollte Wert auf eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit legen.

4. Pflege der Kooperationsbeziehung

Für den Auf- und Ausbau der Beziehung zum Kooperationspartner ist es wichtig, einen regelmäßigen, persönlichen Kontakt auf Augenhöhe zu pflegen und in ständigem, offenem Austausch über die Entwicklungen innerhalb der Kooperation zu bleiben. Auch eine regelmäßig stattfindende Evaluation und Feedback-Einholung sind wichtig für den Erfolg einer Kooperation. Nur, wenn diese Vorgaben eingehalten werden, kann die Kooperationsbeziehung ausgebaut und die Kooperation an sich verbessert und weiterentwickelt werden.

- » Mit dem Aufbau von Kooperationen sind allerdings auch Risiken verbunden, denen mit geeigneten Maßnahmen entgegengewirkt werden sollte. Risiken bestehen zum Beispiel durch mögliche Zielkonflikte zwischen den Kooperationspartnern, durch mangelnde Betreuung oder Unterstützung der Schüler*innen bzw. Studierenden und durch zeitliche Verschiebung zwischen dem Aufwand beim Aufbau einer Kooperation und ersten sichtbaren Erfolgen.

2.2 Was sind Kooperationen?¹



Unter Kooperationen versteht man „eine organisierte Form der Zusammenarbeit, die zu einem bestimmten Zeitpunkt konkret – und i.d.R. auch schriftlich – vereinbart wird.“ Die Kooperationspartner verfolgen dabei ein oder mehrere gemeinsame oder individuelle Ziel(e), die sie ohne eine Kooperation weniger erfolgreich oder gar nicht erreichen würden.

In der Regel werden die Rahmenbedingungen einer Kooperation in einer schriftlichen Kooperationsvereinbarung festgehalten.

2.3 Welchen Nutzen bieten Kooperationen²

Kooperationen im Allgemeinen bieten Ihnen die Möglichkeit, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und Ihr positives Image zu erhalten. Außerdem kann mit ihrer Hilfe die Nachwuchsgewinnung systematisiert und erleichtert werden.

Durch die Gewährung eines realitätsnahen Einblicks in die Arbeitswelt wird einerseits das Interesse der Schüler*innen und Studierenden für bestimmte Tätigkeitsfelder geweckt. Der frühzeitige Kontakt zu talentierten Menschen übt andererseits einen positiven Einfluss auf das Interesse ebendieser an Ihrer Einrichtung aus.

Durch den Kontakt zu Schüler*innen und Studierenden bietet sich außerdem die Möglichkeit, deren Interesse und Motivation bereits vor einer potenziellen Einstellung zu erkennen, wodurch Fehlentscheidungen bei der Ausbildungsvergabe bzw. der Einstellung von Mitarbeiter*innen entgegengewirkt werden kann.

Talentierte Menschen bieten Kooperationen die Möglichkeit, einen realitätsnahen Einblick in die Caritas-Arbeitswelt zu erhalten, wertvolle Erfahrungen zu sammeln und realistische Berufswünsche zu entwickeln.

Auf den spezifischen Nutzen von Schul- und Hochschulkooperationen sowohl für Ihre Einrichtung als auch für die Schüler*innen und Studierenden wird in den Kapiteln Schulkooperationen und Hochschulkooperationen detaillierter eingegangen.

2.4 Welche Zielgruppen können und sollen durch Kooperationen erreicht werden?

Für die Einrichtungen und Dienste des DiCV bieten sich Kooperationen sowohl mit Schulen als auch mit Hochschulen an. Im Rahmen von Schulkooperationen sind dabei Angebote für Schüler*innen ab der 8. Klasse sinnvoll. Die Einbindung der Eltern in die Kooperationsarbeit ist dabei von hoher Bedeutung.

Welche Aktivitäten und Maßnahmen sich für Schüler*innen bzw. für Studierende eignen, ist in den Kapiteln 4. Schulkooperationen und 5. Hochschulkooperationen aufgeführt.

Im Folgenden finden Sie einen Überblick über die wichtigsten Merkmale der Generationen Y und Z, denen aktuell viele Studierende und Schüler*innen angehören. Hierbei handelt es sich um eine Zusammenfassung der aktuellen allgemeinen Literatur zum Thema Generationen. Diese Übersicht soll dazu dienen, ein adressatengerechtes Vorgehen beim Aufbau von Kooperationen zu ermöglichen.

¹Vgl. Jung et al., 2018, S. 7f.

²Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 6

Es lohnt sich, einen Blick auf diejenigen Generationen zu werfen, die mit einer Schul- oder Hochschulkooperation erreicht werden können.

Die Literatur teilt die Geburtsjahrgänge i.d.R. folgendermaßen in die verschiedenen Generationen ein:



2.4.1 Generation Y³

Das „Y“ klingt, wenn man es englisch ausspricht, wie das Fragewort „why“, also „warum“. Und das hat auch einen Grund: Ein wichtiges Merkmal der Generation Y ist es nämlich, bestehende Strukturen infrage zu stellen. Was für ihre Elterngeneration noch als selbstverständlich galt, wird von Vertreter*innen der Generation Y hinterfragt.

Klassischerweise schreibt die Literatur den Jahrgängen 1980 bis 1995 folgende Merkmale zu:

- » Wunsch nach Veränderung: Die Generation Y möchte etwas verändern. Hieraus resultiert eine Dynamik auf dem Arbeitsmarkt.
- » Wunsch nach Autonomie und Selbstbestimmung: Vertreter*innen der Generation Y wünschen sich Freiräume für berufliche Autonomie und möchten flexible Arbeitsmodelle nutzen. Dazu gehört beispielsweise die Möglichkeit, im Home-Office zu arbeiten. Berufliche Autonomie ist für die Generation Y nicht nur Voraussetzung für Produktivität und Effizienz, sondern auch für berufliche Zufriedenheit.
- » Leistungsbereitschaft: Fleiß und Leistungsbereitschaft sind bei den Vertreter*innen der Generation Y sehr stark ausgeprägt. Allerdings zeigen sie hohe Leistungsbereitschaft nur dann, wenn sie wissen, wofür. Das weit verbreitete Vorurteil, die Generation Y sei faul, ist demnach falsch.
- » Suche nach einem Sinn in der Arbeit: Die Sinnhaftigkeit einer Tätigkeit ist für die Vertreter*innen der Generation Y Voraussetzung für eine Bewerbung und wird in vielen Fällen wichtiger angesehen als mögliche Verdienstmöglichkeiten.
- » Neudefinition von Karriere: Vertreter*innen der Generation Y verfolgen nicht mehr das Ziel, eine möglichst hohe Position im Unternehmen zu bekleiden, sondern sich individuell zu verwirklichen. Das persönliche Glück nimmt einen höheren Stellenwert ein als Macht. Steile Machtgefälle sollen flachen Hierarchien weichen und statt einer einzelnen Führungsperson werden Modelle wie gemeinschaftliches Führen und Teamverantwortung priorisiert.
- » Work-Life-Balance: Vertreter*innen der Generation Y sind der Ansicht, dass Arbeit nicht das ganze Leben bestimmen muss, sondern auch mit anderen Bereichen wie Familie und Freizeit vereinbart werden kann. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist sogar wichtiger als ein hohes Gehalt.
- » Kaum Existenzängste: Aufgrund des demografischen Wandels und des daraus resultierenden Fachkräftemangels machen sich Vertreter*innen der Generation Y wenig Sorgen um einen Arbeitsplatz. Das macht diese Generation sehr selbstbewusst, wenn es darum geht, Forderungen an den Arbeitgeber zu stellen.

³Vgl. Fichtel, 2017, [online]; Knuth/Bund, 2014, [online]

- » Wissen um das Ungewisse: Die Generation Y ist in Zeiten ständiger Krisen aufgewachsen. Vor allem 9/11 war ein wertepprägendes Ereignis für die Generation Y. Das hat aber zur Folge, dass die Generation Y sehr flexibel und resistent ist und nicht mehr nur ein bis zwei Arbeitgeber bis zum Eintritt ins Rentenalter haben wird. Stattdessen ist die Generation Y experimentierfreudig, was Jobwechsel angeht und nicht mehr so loyal gegenüber Arbeitgebern wie Vorgängergenerationen.
- » Unentschlossenheit: Die Generation Y ist in einer Welt mit unzähligen Möglichkeiten aufgewachsen und deshalb unentschlossen, was den (beruflichen) Werdegang angeht.

... und was heißt das für mich als Arbeitgeber?

Vertreter*innen der Generation Y gelten als sehr anspruchsvolle Mitarbeiter*innen, die von ihrem Arbeitgeber maximale Freiheiten verlangen und denen man als Arbeitgeber vor allem emotionale (und nicht nur finanzielle) Anreize bieten muss, wenn man sie an sich binden möchte.

Die Generation wünscht sich je nach Lebensphase flexible Arbeitsmodelle, welche Sie als Arbeitgeber durch flexible Arbeitszeiten und -orte realisieren und so eine Vereinbarkeit von Familie und Beruf herstellen können. (siehe Kapitel 10.4.1.1 „Benefits DiCV Osnabrück“)

Die Ermöglichung autonomen, eigenverantwortlichen Arbeitens führt zu einer Steigerung der Motivation und des Engagements bei Mitarbeiter*innen. Gehen Sie als Arbeitgeber auf die Wünsche der Generation Y ein und berücksichtigen Sie individuelle, von der Lebensphase abhängige Bedürfnisse. Regelmäßiges Feedback ist ebenfalls von großer Bedeutung.

Die Generation Y möchte nicht nur arbeiten, sondern auch leben!



2.4.2 Generation Z⁴

Der Generation Z gehören die nach 1995 Geborenen an, die von Kindesbeinen an mit den digitalen Medien aufgewachsen sind. Im Gegensatz zur Vorgängergeneration Y wünschen sich die Vertreter*innen der Generation Z allerdings nicht mehr die Vermischung von Privatleben und Beruf, sondern eine strikte Trennung beider Bereiche.

Klassischerweise schreibt die Literatur der Generation Z folgende Merkmale zu:

- » Geprägt von digitalen Medien: Die Vertreter*innen der Generation Z sind von Kindesbeinen an mit den digitalen Medien aufgewachsen. Sie nehmen die Möglichkeiten einer digital vernetzten Welt wie selbstverständlich in Anspruch. Digitale Medien sind für sie nicht nur Arbeits-, sondern auch Lebensraum.
- » Privates extrem wichtig: Das Privatleben ist der Generation Z noch wichtiger als ihrer Vorgängergeneration und sie möchten dieses klar abgrenzen vom Beruf. Das rührt daher, dass im digitalen Zeitalter jederzeit und überall gearbeitet werden kann und die Gefahr entsteht, dass das Leben nur noch aus Arbeit besteht.
- » Hohes Selbstbewusstsein: Die Generation Z stand in ihrer Kindheit im Mittelpunkt, wurde in Entscheidungen mit einbezogen und von ihren Eltern gelobt und motiviert. Hierdurch wurde das Selbstbewusstsein dieser Generation gefördert.
- » Sich verändernde emotionale Bindung: Auch die Generation Z hat eine geringe emotionale Bindung zum Unternehmen, was zur Folge hat, dass Motivation anderweitig erzeugt werden muss. Das gelingt z.B. durch spannende Projekte, wechselnde Herausforderungen und gute Entwicklungsmöglichkeiten. Auch die Loyalität zum Arbeitgeber nimmt immer mehr ab.

⁴Vgl. Agentur Junges Herz [online]; Bedürftig, 2016, [online]; Lecturio, 2016, [online]

- » Führungsverantwortung immer unattraktiv: Für die Generation Z wird Führungsverantwortung immer unwichtiger, dafür spielt Freizeit eine immer wichtigere Rolle.
- » Informationsmanager: Wissen muss die Generation Z nicht erst lernen, sondern kann einfach online darauf zugreifen. Sie ist in der Lage, die für sie relevanten Informationen herauszufiltern und für sich zu nutzen.
- » Neugier und Offenheit: Besonders spannende Projektarbeit kann die Generation Z motivieren und ihre Leistungsbereitschaft wecken.
- » Eigenverantwortlichkeit: Die Generation Z möchte nicht von Autoritäten bevormundet oder eingeschränkt werden, sondern sich frei entfalten und eigenständig und eigenverantwortlich arbeiten.

... und was heißt das für mich als Arbeitgeber?

Ermöglichen Sie der Generation Z geregelte Arbeitszeiten (**bestenfalls innerhalb flexibler fester Strukturen mit festen Arbeitszeitkontingenten**), welche sie **eigenverantwortlich** erfüllen können. Sie als Arbeitgeber sollten große Rücksicht auf die **Work-Life-Balance** nehmen und Familienfreundlichkeit ernst nehmen.

Bedenken Sie, dass **Selbstverwirklichung, Spaß an der Arbeit, ein gutes Arbeitsklima und ein passendes Arbeitsumfeld** der Generation Z wichtiger sind als ein hohes Gehalt oder eine hohe Position im Unternehmen. 4 Vgl. Agentur Junges Herz [online]; Bedürftig, 2016, [online]; Lecturio, 2016, [online] 15

Sie als Arbeitgeber sollten **Teamverantwortung** statt Führungsverantwortung möglich machen, flache Hierarchien etablieren und spannende Projekte ermöglichen. Die Arbeitgebermarke und ein professionelles **Employer Branding** gewinnen immer mehr an Bedeutung.

Die Generation Z **weiß** um ihren **Wert** und kennt die **Möglichkeiten**, die sich ihr bieten. Deshalb fordert sie **selbstbewusst** die für sie passenden **Grundbedingungen** und einen **spannenden** Tätigkeitsbereich ein.

2.4.3 ... und was kommt dann?

... und was kommt nach der Generation Z?

Die Generation Alpha!

Der Generation Alpha gehören die nach 2010 Geborenen an, die von Kindesbeinen an permanent mit dem Internet und mobilen Technologien in Verbindung stehen.

Aktuell ist diese Generation für Schul- bzw. Hochschulkooperationen noch nicht von besonderem Interesse. In einigen Jahren wird sie jedoch eine wichtige Zielgruppe solcher Kooperationen sein.

Spätestens dann lohnt es sich, einen Blick auf die Merkmale und Wünsche dieser Generation zu werfen, um adressatengerechte Kooperationen zu gestalten.

2.5 Wann bieten sich Kooperationen an?

Schul- und Hochschulkooperationen bieten die Möglichkeit, den Herausforderungen bei der Nachwuchsfindung gezielt entgegenzutreten, indem talentierte Menschen frühzeitig – das heißt bereits während des Berufsauswahlprozesses – angesprochen und auf die jeweilige Einrichtung aufmerksam gemacht werden.

Mithilfe verschiedener Kooperationsaktivitäten können Schüler*innen und Studierende über die caritative Arbeit informiert und motiviert werden, in diesem Bereich eine berufliche und/oder akademische Ausbildung zu absolvieren oder nach abgeschlossenem Studium in Ihrer Einrichtung zu arbeiten. Neben der Rekrutierung ist es immer auch Ziel einer Kooperation, den Schüler*innen und Studierenden die Caritasarbeit näher zu bringen.

2.6 Wie sollten Kooperationen ablaufen?

In diesem Abschnitt wird es darum gehen, wie Kooperationen und deren Aufbau typischerweise und optimal ablaufen. Die hier beschriebenen Phasen können Ihnen als Orientierung dienen, wenn es darum geht, in Ihrer Einrichtung eigene Kooperationen auf die Beine zu stellen.

2.6.1 Zielfindung und -formulierung⁵

In der Zielfindungs- und Zielformulierungsphase wird im gemeinsamen Dialog zwischen den Kooperationspartnern besprochen, welche Erwartungen beide Seiten an das Kooperationsvorhaben haben und welche Ziele mit dem Eingehen der Kooperation verfolgt werden. Am Ende dieses Abschnitts sollte eine konkrete Formulierung der mit der Kooperation verfolgten Ziele vorliegen.

Folgende Aspekte sollten in dieser Phase beachtet und besprochen werden:

- » Im Vorfeld eines gemeinsamen Dialogs zur gemeinsamen Zielfindung und -formulierung müssen die individuellen Ziele, die Ihre Einrichtung mit dem Aufbau der Kooperation verfolgt, herausgearbeitet werden. Hier bietet es sich beispielsweise an, gemeinsam mit interessierten Mitarbeiter*innen ein Brainstorming durchzuführen.
- » Die mit einer Kooperation verfolgten Ziele sollten S M A R T sein:

Spezifisch:

Ein eindeutig und präzise formuliertes Ziel erhöht die Verbindlichkeit der Kooperation.

Messbar:

Die objektive Messung der Zielerreichung anhand vorher festgelegter Kriterien (wie z.B. Entwicklung der Ausbildungsabbrüche oder Anzahl und Qualität der eingegangenen Bewerbungen) macht den Kooperationserfolg greifbarer.

Angemessen:

Der Aufwand zur Zielerreichung darf den Mehrwert der Zielerreichung nicht überschreiten.

Realistisch:

Jedes Ziel sollte auch umsetzbar sein.

Terminiert:

Legen Sie einen Zeitpunkt fest, zu dem ein Ziel erreicht werden soll. Bei langfristigen Kooperationen können Meilensteine festgelegt werden, die sukzessive erreicht werden sollen.

⁵Vgl. Übergangmanagement Schule – Wirtschaft, 2016, S. 6; Labinsky, 2010, S. 103ff.; Köberl/Wielage, 2012, S. 9f.; Behörde für Schule und Berufsbildung, 2010, S. 11; Hollmann et al., S. 9; Deutscher Industrie- und Handelskammertag, S. 1

- » Beide Kooperationspartner sollten im gemeinsamen Dialog offen kommunizieren, welche Ziele mit der Kooperation erreicht werden sollen und welche Ergebnisse sie sich von der Kooperation erhoffen. Um Vertrauen aufzubauen, ist eine offene Diskussionskultur wichtig.
- » Auch sollten beide Kooperationspartner ihre Erwartungen an den jeweils anderen Kooperationspartner offenlegen.
- » Zum Abschluss des gemeinsamen Zielfindungsprozesses werden die vereinbarten Ziele in einer gemeinsamen Zielvereinbarung formuliert und festgehalten werden.

In einem Zielfindungsgespräch sollten die beiden Kooperationspartner gemeinsam klären, welche Ziele beide Seiten mit der Kooperation verfolgen und „wo sie gemeinsam hin wollen“. Für beide Seiten muss ersichtlich werden, welchen Mehrwert sie aus einer gemeinsamen Kooperation ziehen.

2.6.2 Planung⁶

In dieser Phase werden aufbauend auf der Zieldefinition die Rahmenbedingungen und der Ablauf der Kooperation festgelegt. Hier soll demnach eine konkrete Ausgestaltung der Kooperation stattfinden und vereinbart werden. Am Ende dieser Phase steht der Abschluss einer Kooperationsvereinbarung, in der die getroffenen Absprachen schriftlich festgehalten werden sollten.

Der Erfolg einer Kooperation ist umso höher, je konkreter die Ziele, Aktivitäten, Aufgaben und Erfolgskriterien definiert sind.

Folgende Aspekte sollten in dieser Phase beachtet und besprochen werden:

- » Der Zeitraum, in dem die Kooperation bestehen soll, muss festgelegt werden.
- » Es müssen auf beiden Seiten feste Ansprechpartner*innen festgelegt werden. Auf jeder Seite muss es mindestens eine zuständige Person geben, die sich federführend um die Kooperation kümmert und als Ansprechpartner*in zur Verfügung steht.
- » Es muss festgelegt werden, welche genauen Inhalte das Kooperationsvorhaben umfassen soll, d.h. es müssen die geplanten Maßnahmen und Aktivitäten und deren Umsetzungszeiträume festgelegt werden. Dies kann am besten mit Hilfe eines Projektplans erfolgen, der später an die Kooperationsvereinbarung angehängt werden kann.
- » Es muss eine klare Rollenverteilung stattfinden, Aufgaben müssen klar zugeordnet und Zuständigkeiten festgelegt werden. Hierzu ist es von Vorteil, einen Projektstrukturplan, in denen die Arbeitspakete festgelegt werden.
- » Die benötigten personellen, materiellen und finanziellen Ressourcen für die Aktivitäten müssen bestimmt werden. Falls Kosten für die Aktivitäten anfallen, bietet es sich an, einen Kostenplan zu erstellen, in dem die geplanten Kosten aufgeführt werden. Hierdurch kann die Klärung der Finanzierung erleichtert werden.

Machen Sie sich im Voraus Gedanken darüber, wie anfallende Kosten gedeckt werden können!

- » Ebenfalls zu planen sind die Abstände, in denen Rückmeldungen bzw. ein regelmäßiger Austausch erfolgen bzw. Evaluationen durchgeführt werden sollen.

⁶Vgl. Ausbildungspakt Berufsorientierung, 2006, S. 20ff.; Behörde für Schule und Berufsbildung, 2010, S. 11; Labinsky, 2010, S. 103ff.

- » Im Anschluss an die Zielformulierung und die Planung der konkreten Ausgestaltung der Kooperation sollten alle besprochenen Aspekte in der Kooperationsvereinbarung formal festgehalten werden. Sie definiert die Rechte und Pflichten der beteiligten Kooperationspartner und legt Kommunikationsregeln und Verantwortlichkeiten fest. Die Existenz einer Kooperationsvereinbarung erhöht die Verbindlichkeit, Transparenz, Planungssicherheit und Nachhaltigkeit der Kooperation, weil sich beide Seiten im Vorfeld Gedanken gemacht haben, was sie von der Kooperation erwarten und wie sie die verfolgten Ziele erreichen wollen. Mit Hilfe einer Kooperationsvereinbarung kann auf eine langfristige Zusammenarbeit abgezielt werden.



Checkliste Kooperationsvereinbarung

- Grundsätze und Rahmenbedingungen
- Ziele und Inhalte der Kooperation
- Maßnahmen/Aktivitäten und deren konkrete Umsetzung
- Verantwortliche beider Seiten/Organisatorisches
- Zeitlicher Rahmen der Kooperation
- Öffentlichkeitsarbeit
- Festlegung von regelmäßigen Treffen (u.a. zur Evaluation)



2.6.3 Durchführung⁷

In dieser Phase werden die im Vorfeld geplanten Aktivitäten und Maßnahmen realisiert.

Folgende Aspekte sollten beachtet werden:

- » Es ist wichtig, das gemeinsam erarbeitete Konzept und die in der Kooperationsvereinbarung getroffenen Absprachen konsequent einzuhalten, um eine positive und erfolgreiche Zusammenarbeit zu gewährleisten.
- » Der oder die für die Kooperation Verantwortliche(n) muss/müssen für Fragen und sonstige Angelegenheiten für den Kooperationspartner erreichbar sein.
- » Eine fortlaufende Dokumentation sämtlicher Aktivitäten ist wichtig, damit die getroffenen Maßnahmen später evaluiert und diskutiert werden können.
- » Es sollte Wert auf eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit gelegt werden. Vor allem zum Auftakt der Kooperation bietet es sich an, öffentlichkeitswirksam über den Beginn der Aktivitäten bzw. Maßnahmen zu berichten.

Seitens des DiCV steht den Einrichtungen und Diensten der Fachbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung. Wenn Sie für die Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenhang mit Ihrer Kooperation die Online-Auftritte des DiCV nutzen möchten, wenden Sie sich ebenfalls gerne an den Fachbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, DiCV-Geschäftsstelle am Knappsbrink 58, 49080 Osnabrück.

2.6.4 Pflege der Kooperation⁸

Die Pflege einer Kooperation ist essentiell für die Stabilität, die Qualität und den Erfolg einer Kooperation und sollte deshalb im Laufe der Kooperation regelmäßig und kontinuierlich durchgeführt werden. Hierbei geht es darum, die Kooperationsbeziehung zu vertiefen und auszubauen.

Es ist wichtig, eine von Vertrauen, Offenheit, Konfliktfähigkeit und Lösungsorientierung geprägte Kooperationsbeziehung aufzubauen und zu führen. Auftretende Probleme sollten gemeinsam (ggf. mit Unterstützung Dritter) gelöst werden. Eine regelmäßige Evaluation der durchgeführten Aktivitäten sichert die Qualität der Zusammenarbeit.

⁷Vgl. Deutscher Industrie- und Handelskammertag, S. 2; Labinsky, 2010, S. 108f.

⁸Vgl. Behörde für Schule und Berufsbildung, 2010, S. 12; Labinsky, 2010, S. 109ff.; Deutscher Industrie- und Handelskammertag, S. 2

Um dieses Ziel zu realisieren, sind folgende Aspekte zu beachten:

1. Regelmäßige Treffen stellen die Qualität der Zusammenarbeit sicher.
2. Ein Informationsaustausch mit dem Kooperationspartner über den Projektstand, ein Erfahrungsaustausch und eine gegenseitige Abstimmung über das weitere Vorgehen innerhalb dieser Treffen stärken die Zusammenarbeit.
3. Es ist wichtig, dem Kooperationspartner Wertschätzung entgegenbringen (z.B. durch Einladungen zu Veranstaltungen oder durch Pressemitteilungen)
4. Eine regelmäßige Evaluation der Kooperation (z.B. am Ende eines jeden Schuljahres/Semesters) ist für die Sicherstellung der Qualität von großer Bedeutung. Hierzu gehören Feedbackgespräche, das Sammeln von Verbesserungsvorschlägen und eine Überprüfung der Zielerreichung anhand der im Vorfeld festgelegten Kriterien zur Erfolgsmessung (siehe Kapitel 2.6.1 Zielfindung und -formulierung)
5. Mithilfe der Evaluationsergebnisse und von Erfahrungswerten kann dann ein neues Konzept bzw. ein neuer Projektplan für das nächste Schuljahr/Semester erarbeitet und die Kooperation somit weiterentwickelt bzw. verlängert werden. Die Einarbeitung von Verbesserungsvorschlägen in das Konzept ermöglicht eine Optimierung der Kooperationsaktivitäten und die Qualitätssicherung.
6. Es ist aber nicht nur wichtig, die Beziehung zur Schule bzw. zur Hochschule zu pflegen. Auch die Kontaktpflege mit den Schüler*innen und Studierenden, die beispielsweise in Ihrer Einrichtung ein Praktikum absolviert haben, darf nicht vernachlässigt werden. Durch die Aufrechterhaltung dieses Kontakts wird eine potenzielle zukünftige Zusammenarbeit wahrscheinlicher. Geeignete Maßnahmen sind hier z.B.
 - » die Rückruf-Frage im Anschluss an ein Praktikum
 - » eine Weihnachts- oder Geburtstagskarte
 - » Einladungen zu Veranstaltungen
 - » regelmäßige Information über offene Stellen oder
 - » ein Newsletter mit Neuigkeiten aus Ihrer Einrichtung(siehe hierzu auch Kapitel 6.4.3 Nachbereitung).

2.7 Was sind Erfolgs- und Risikofaktoren für das Gelingen von Kooperationen?⁹

Erfolgsfaktoren

- » Es ist wichtig, dass beide Seiten sich mit eigenen Ideen und Gedanken einbringen. Grundlegend ist es aber auch, gemeinsame Überzeugungen zu teilen und ein gemeinsames Konzept zu entwickeln.
- » Der Nutzen der Kooperation muss für beide Seiten erkennbar sein.
- » Es muss feste Ansprechpartner*innen geben, die federführend für die Kooperation verantwortlich und für den Kooperationspartner erreichbar sind. So kann Vertrauen aufgebaut und eine Absprache erleichtert werden.
- » Der oder die für die Kooperation Verantwortliche sollte mit Entscheidungskompetenzen ausgestattet sein und selbstständig arbeiten können.
- » Zuverlässigkeit und Verbindlichkeit sind Grundlage für eine erfolgreiche Kooperation. Die Einhaltung von Absprachen ist unabdingbar.

⁹Vgl. Studie Caritas und JTI, 2016; Schweder, 2005, [online]; Achtenhagen et al., 2012, S. 7

- » Der regelmäßige Kontakt zur Schule bzw. Hochschule fördert die Kooperationsbeziehung. Entwicklungen und auftretende Probleme können so beispielsweise zeitnah miteinander besprochen werden und der Informationsfluss ist gewährleistet.
- » Eine Kommunikation auf Augenhöhe ermöglicht es, Aktivitäten und Maßnahmen so zu gestalten, dass beide Kooperationspartner sich sinnvoll einbringen und somit von der Kooperation profitieren können.
- » Gegenseitige Wertschätzung und gegenseitiger Respekt sind eine solide Basis für eine Kooperation.
- » Eine grundsätzlich positive Haltung gegenüber Kooperationen ist notwendig. Dazu gehört, dass beide Partner von der Idee und dem Gelingen der Kooperation überzeugt sind und den Willen haben, etwas zu erreichen.

Die Zusammenarbeit muss gegenseitig gewollt und gelebt werden. Die Kooperationsbeziehung muss von einem Geben und Nehmen und Einsatzbereitschaft beider Partner geprägt sein. Projekte müssen gemeinsam angegangen, gestaltet und durchgeführt werden. Die Kooperation darf nicht nur auf dem Papier existieren.

Gut strukturierte und organisierte Aktivitäten gewährleisten einen reibungslosen Ablauf.

Risikofaktoren

Auch wenn Kooperationen eine Vielzahl von Chancen und Möglichkeiten für beide Seiten bieten, sind sie doch auch mit einigen Risiken verbunden, denen durch geeignete Maßnahmen entgegengewirkt werden sollte.

Risiko: Der Aufbau von Kooperationen ist zum Teil mit einem hohen zeitlichen Aufwand verbunden. Hier besteht das Risiko, dass zwischen den hohen Startinvestitionen und den ersten Erfolgen eine zu lange Zeitspanne besteht, was Motivationsverluste bei den Beteiligten zur Folge haben kann.

Lösungsvorschlag: Hier bietet sich zur Risikominimierung die Möglichkeit, Meilensteine festzulegen, die zu verschiedenen Zeitpunkten erreicht werden sollen. So können Schritt für Schritt Erfolgserlebnisse verbucht und die Motivation aufrechterhalten werden.

Risiko: Darüber hinaus besteht das Risiko von Zielkonflikten. Wenn die individuellen Ziele der Kooperationspartner im Konflikt zueinander stehen, wird eine erfolgreiche Kooperation verhindert.

Lösungsvorschlag: Um das Risiko eines Zielkonfliktes zu minimieren, sollte bei der gemeinsamen Zielfindung ein offener Dialog stattfinden, in dem die tatsächlichen Ziele der Kooperationspartner offengelegt werden. Nur dann, wenn Ihre individuellen Ziele mit denen des Kooperationspartners vereinbar sind, sollte die Kooperation überhaupt eingegangen werden. Wenn keine Einigkeit bei der Zielfindung herrscht, ist der Erfolg der Kooperation von Anfang an kritisch zu hinterfragen. Beide Seiten sollten beim Eingehen und Aufbau einer Kooperation immer eine Win-Win-Orientierung im Blick haben und nicht strikt ihre Eigeninteressen in den Vordergrund stellen.

Risiko: Das Risiko der Image-Einbuße besteht beispielsweise bei mangelnder Betreuung von Praktikant*innen oder mangelnder Unterstützung bei der Erstellung von Studienarbeiten.

Lösungsvorschlag: Hier ist es wichtig, dass Sie von vornherein feste Ansprechpartner*innen für die Schüler*innen bzw. Studierenden ernennen, die sich pflichtbewusst bei der Betreuung ebendieser zeigen und genügend zeitliche Kapazitäten zur Verfügung haben, eine ausreichende Betreuung zu gewährleisten. Beim Eingehen einer Kooperation sollte Ihnen bewusst sein, dass die Aktivitäten, die im Rahmen einer Schul- oder Hochschulkooperation stattfinden, mit (Betreuungs-)Aufwand verbunden sind. Hierfür müssen im Vorfeld geeignete Vorkehrungen getroffen werden (siehe Kapitel 6.4.1 Vorbereitung).

3. Kontaktaufnahme¹⁰

3.1 Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu Kooperationspartnern

Diese Grafik zeigt einen möglichen Ablauf der Kontaktaufnahme mit einem potenziellen Kooperationspartner:

Bei Schulkooperationen sollte die Kontaktaufnahme immer direkt über die Schulleitung erfolgen.



¹⁰Vgl. Köberl/Wielage, 2012, S. 7f.

3.2 Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zur jeweiligen Zielgruppe¹¹

Spezifische Möglichkeiten, Schüler*innen bzw. Studierende zu erreichen, finden Sie in den jeweiligen Kapiteln (Kapitel 4. Schulkooperationen und 5. Hochschulkooperationen). Für beide Zielgruppen gleichermaßen als Kommunikationsinstrument geeignet sind dagegen die digitalen Medien. Deshalb finden Sie im Folgenden einige Anregungen, wie Sie die sozialen Medien einsetzen können, um mit Schüler*innen und Studierenden in Interaktion zu treten.

Junge Menschen sind mit den digitalen Medien aufgewachsen und verbringen viel Zeit online – vor allem mit der Kommunikation in sozialen Netzwerken. Für Arbeitgeber bieten sich die sozialen Medien an, weil sie Lebenswelt der Schul- und Hochschulabsolvent*innen sind und Unternehmen so mit ihrer Zielgruppe in Kontakt treten können. Die sozialen Medien bieten die Möglichkeit, auf Augenhöhe mit der Zielgruppe zu interagieren, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und Imagepflege zu betreiben. Unternehmen, die in sozialen Netzwerken aktiv sind, haben zudem die Chance, als offenes und modernes Unternehmen wahrgenommen zu werden.

Bei Online-Präsenzen sollte Wert auf eine zielgruppengerechte Ansprache gelegt werden und darauf, dass ausschließlich für die Bewerber relevante Inhalte verbreitet werden. Auch die Form der Informationsvermittlung spielt eine wichtige Rolle: So eignen sich zum Beispiel kurze Videos, um das Unternehmen vorzustellen. Essentiell ist hier, dass Arbeitgeber sich authentisch präsentieren und Einblicke in den Berufsalltag, das Team der Mitarbeiter*innen, die Abläufe im Unternehmen, die verschiedenen Tätigkeiten und das Arbeitsumfeld ermöglichen.

... oder lassen Sie Azubis für sich sprechen:

Eine weitere Möglichkeit, zielgerichtetes Azubimarketing zu betreiben ist, an der möglichen Internet-Affinität Ihrer Auszubildenden anzusetzen. Die Einrichtung eines Azubiblogs ermöglicht nicht nur die Förderung Ihrer Auszubildenden, sondern erreicht auch Schüler*innen und Studierende als potenzielle Mitarbeiter*innen. Auf diesem Blog können Auszubildende Beiträge veröffentlichen und so einen authentischen Einblick in das Berufsleben und das Unternehmen bieten. Veröffentlicht werden können zum Beispiel Beiträge zum Arbeitsalltag, zu den Aufgabebereichen der jeweiligen Auszubildenden oder zu stattfindenden Veranstaltungen. Potenzielle Bewerber können durch einen Azubiblog angesprochen und vom Unternehmen überzeugt und damit dazu motiviert werden, sich zu bewerben. In Bezug auf die eigenen Mitarbeiter*innen bieten Azubiblogs die Möglichkeit, die Motivation und die Bindung an das Unternehmen auszubauen. Beachten Sie allerdings, dass der Aufbau und die Pflege eines Azubiblogs sehr zeitintensiv sein können.

Ein unprofessioneller Auftritt in den sozialen Medien ist schlimmer als eine fehlende Internet-Präsenz. Gehen Sie also nicht „halbherzig“ an die Gestaltung eines solchen Auftritts heran.

Aktivitäten zu Zielgruppenansprache über soziale Medien sind mit dem Fachbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit abzustimmen.

¹¹Vgl. Wertekern, 2015, [online]

4. Schulkooperationen

Ihre Einrichtung kann von einer Schulkooperation profitieren durch ...

- ... Popularitätssteigerung und Imagegewinn
- ... Vergrößerung des Kreises potenzieller Bewerber
- ... frühzeitigen Kontakt zu Nachwuchstalenten
- ... Talentsichtung

Schulen können mithilfe von Kooperationen Unterstützung bei der Umsetzung des Bildungsauftrages erhalten und ihre Angebote zur Berufsorientierung erweitern.

Die Schüler*innen ...

- ... erhalten realitätsnahe Einblicke in die Arbeitswelt
- ... werden in ihrem Berufsorientierungsprozess unterstützt
- ... verbessern ihre Chancen auf einen Praktikums- oder Ausbildungsplatz
- ... erhalten Feedback zu ihrer Arbeitseinstellung und -leistung

4.1 Das Wichtigste auf einen Blick

- » Die Eltern spielen im Berufsorientierungsprozess ihrer Kinder eine wichtige Rolle und sind in der Lage, die Motivation der Jugendlichen zur proaktiven Berufsorientierung zu steigern. Genau deshalb sollten Eltern unbedingt in die Kooperationsarbeit mit eingebunden werden.
- » Im Rahmen einer Schulkooperation bietet es sich an, auf mehrere „Säulen“ zu setzen, damit nicht nur Schüler*innen, sondern auch das Lehrpersonal und die Eltern mit einbezogen werden können. Eine von vielen Möglichkeiten hierfür liefert das Konzept „Die 3 Säulen der Caritas“, welches den Weg von einer Kooperation zu einer nachhaltigen Partnerschaft mit einer Schule aufzeigt (siehe Kapitel 4.6 Über eine Kooperation zur Partnerschaft: Die 3 Säulen der Caritas-Kooperation).
- » Grundsätzlich bieten sich im Rahmen einer Schulkooperation verschiedenste Maßnahmen an, die direkten oder indirekten Einfluss auf den Berufsorientierungsprozess der Jugendlichen haben. Eine Übersicht über verschiedene innerhalb einer Kooperation realisierbare Aktivitäten finden Sie im Kapitel 4.5 Welche Kooperationsaktivitäten bieten sich an?
- » Unterstützung beim Aufbau einer Schulkooperation erhalten Sie bei regionalen Akteuren (Kammern, Verbände etc.).
- Für Einrichtungen und Dienste des DiCV Osnabrück unterstützt sie der Fachbereich Personalmanagement /-entwicklung beim Auf- und Ausbau von Kooperationsaktivitäten. Ausführliche Informationen finden Sie in Kapitel 4.7 Wo bekomme ich Unterstützung?
- » Es existieren länder- und schulformabhängige Vorgaben zur beruflichen Bildung an Schulen. Sie finden eine Übersicht der Vorgaben für Niedersachsen und Bremen in Abschnitt Gut zu wissen: Länderspezifische Vorgaben zur beruflichen Bildung.
- » Bei der Suche nach einem geeigneten Kooperationspartner gilt es, einige Kriterien wie zum Beispiel räumliche Nähe, Schulform oder bestehende Kontakte zu beachten.
- » Das Thema Berufsorientierung wird an Schulen sehr individuell gehandhabt und ist abhängig von den zuständigen Berufsorientierungsbeauftragten. Schulsozialpädagogen können hier als „Türöffner“ dienen.
- » Für eine Schulkooperation bieten sich vor allem Ganztagschulen und einrichtungsnahen Schulen an. Darüber hinaus finden Sie Hinweise auf die Schulverzeichnisse für Niedersachsen und Bremen in Abschnitt Schulverzeichnis.

Beim Auf- und Ausbau einer Schulkooperation gilt es, einige Gelingensbedingungen (Kooperationsstandards) zu beachten¹²:

- » Die Kooperation zielt auf eine langfristige Zusammenarbeit ab
- » Der Zusammenarbeit liegen eine schriftliche Kooperationsvereinbarung und eine gemeinsame Maßnahmenplanung zugrunde, in denen Ansprechpartner*innen, Ziele, Inhalte und geplante Aktivitäten festgehalten sind
- » Auf beiden Seiten müssen feste Ansprechpartner*innen und zugleich Verantwortliche ernannt werden, die für die mit der Kooperation verbundenen Aufgaben zuständig sind
- » Sämtliche Aktivitäten müssen gut organisiert und von beiden Seiten mitgetragen werden
- » Außenstehende (z.B. Öffentlichkeit) bzw. nur indirekt Beteiligte (z.B. Eltern) sollten über die Kooperationsaktivitäten informiert werden
- » Regelmäßige Treffen zwischen beiden Kooperationspartnern sind Voraussetzung für die Reflexion, Evaluation und Weiterentwicklung der Kooperation
- » Geplante Projekte sollten neben den Vorgaben des Bildungsplans auch individuelle Bedürfnisse der Schüler*innen und die Anforderungen des jeweiligen Kooperationsbetriebes beachten
- » Die Zusammenarbeit sollte möglichst breit in der Schule und dem jeweiligen Unternehmen verankert sein (z.B. durch ein breit gefasstes Angebot an geplanten Aktivitäten)

Machen Sie sich unbedingt bewusst, dass Schulkooperationen Engagement und Zeit erfordern und durchaus mit Aufwand verbunden sind. Gehen Sie nur Kooperationen ein, wenn Sie die erforderlichen Ressourcen bereitstellen können. Eine schlecht durchdachte und halbherzig durchgeführte Kooperation hat negativen Einfluss auf das Image Ihrer Einrichtung und führt auf beiden Seiten zu Unzufriedenheit.

Machen Sie sich unbedingt bewusst, dass Schulkooperationen **Engagement und Zeit** erfordern und durchaus mit **Aufwand** verbunden sind.

Gehen Sie nur Kooperationen ein,
wenn Sie die erforderlichen Ressourcen bereitstellen können.

Eine schlecht durchdachte und halbherzig durchgeführte Kooperation hat **negativen Einfluss** auf das **Image** Ihrer Einrichtung und führt auf beiden Seiten zu **Unzufriedenheit**.

¹²Breuer et al., 2016, S. 33

4.2 Welcher Nutzen ergibt sich für meine Einrichtung?¹³

Schulkooperationen können für Ihre Einrichtung verschiedene Vorteile mit sich bringen und Ihnen auf unterschiedliche Weise nützen. Einige dieser Vorteile sind im Folgenden aufgeführt:

Nutzen	... wodurch?
Imagegewinn/Popularitätssteigerung	<ul style="list-style-type: none"> • Positive Präsentation Ihrer Einrichtung • Angebotene Aktivitäten werden von Schüler*innen, Eltern und Lehrkräften positiv wahrgenommen • Professionelle Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf die Kooperation (s. Kapitel 2.6.3 Durchführung).
Frühzeitiges Erkennen von Potenzialen (Talentsichtung)	Beurteilung der Potenziale und Arbeitsleistungen der Schüler*innen während der Kooperationsaktivitäten (z.B. Praktikum) <ul style="list-style-type: none"> • Intensivierung bzw. Aufrechterhaltung des Kontakts zu talentierten Schüler*innen
Vergrößerung des Bewerberkreises	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache einer Vielzahl an Schüler*innen • Kooperationsaktivitäten (z.B. Boys' Day oder Projektwoche) können Schüler*innen für die Berufe im caritativen Bereich begeistern • Interessierte Schüler*innen werden auf Ihre Einrichtung aufmerksam gemacht und ggf. zu einer Bewerbung ermutigt
Wettbewerbsvorteile bei der Nachwuchsfindung	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentation als attraktiver Arbeitgeber • Kontaktaufbau zu interessierten Schüler*innen • Bestärkung von Schüler*innen in ihrem Berufswunsch
Verminderung der Ausbildungsabbrüche	<ul style="list-style-type: none"> • Ermöglichung realitätsnaher Einblicke in Arbeitsabläufe vor Ausbildungsbeginn • Realistischere Erwartungen bei Entscheidung für eine Ausbildung

¹³Vgl. Deutscher Industrie- und Handelskammertag, S. 1; Behörde für Schule und Berufsbildung, 2010, S. 7

4.3 Welcher Nutzen ergibt sich für die Schule bzw. die Schüler*innen?¹⁴

Die Schule kann von einer Kooperation mit Ihrer Einrichtung beispielsweise profitieren durch ...

- ... Erweiterung/Verbesserung der Angebote zur Berufsorientierung
- ... Gewinnung eines (hoffentlich) langfristigen Kooperationspartners zur Unterstützung bei der Umsetzung des Bildungsauftrags im Hinblick auf die Berufsorientierung an weiterführenden allgemein bildenden Schulen (siehe Kapitel 4.8 für die länderspezifischen Vorgaben zur beruflichen Bildung an Schulen)
- ... Ausweitung der praxisorientierten Lernangebote und -möglichkeiten.

Den Schüler*innen bieten sich u.a. folgende Vorteile:

Praxis- und realitätsnahe Einblicke in die Arbeitswelt:

Die Schüler*innen haben durch Schulkooperationen die Möglichkeit, Einblicke in den Arbeitalltag in Ihrer Einrichtung zu bekommen und sich ein realitätsnahes Bild von den Aufgaben und Tätigkeiten in caritativen Berufen zu machen. Durch die Möglichkeit, sich in gewissem Maße in den Berufsfeldern Ihrer Einrichtung zur erproben, kann es den Schüler*innen gelingen, realistische Berufswünsche zu entwickeln.

Chancen auf einen Ausbildungs-/Praktikumsplatz:

Durch den Kontakt zu Ihrer Einrichtung können Sie den Schüler*innen neue Möglichkeiten bieten, einen Praktikums- oder Ausbildungsplatz zu erhalten.

Feedback:

Im Anschluss an ein Praktikum oder sonstige Maßnahmen innerhalb der Kooperation erhalten die Schüler*innen die Chance, eine Rückmeldung von den Mitarbeiter*innen/Verantwortlichen Ihrer Einrichtung zu erhalten und können so ihre Fähigkeiten und Leistungen besser einschätzen.

Orientierung:

Die Schüler*innen erhalten Informationen über die Tätigkeitsfelder in ihrer Einrichtung. So wird ihnen eine Orientierung gegeben, mit welchen Aufgaben die Berufe in ihrer Einrichtung verbunden sind und ob diese Berufe für die Schüler*innen in Zukunft überhaupt in Frage kommen.

¹⁴Vgl. Behörde für Schule und Berufsbildung, 2010, S. 6; Antonczyk/Hüls, 2016, S. 9

4.4 Welche Rolle spielen die Eltern?¹⁵

Eltern spielen bei der Berufsorientierung ihrer Kinder eine sehr wichtige Rolle. Jugendliche legen bei der Berufswahl mehr Wert auf die Meinung ihrer Eltern als beispielsweise auf die Meinung von Lehrkräften oder Berufsberatern. Durch die Unterstützung seitens der Eltern kann es auch gelingen, die Motivation der Jugendlichen für proaktive Berufsorientierung zu steigern.

Im Rahmen von Schulkooperationen sollten Sie also die Eltern als Partner für eine Zusammenarbeit gewinnen, damit die Berufsorientierung auch nach Schulschluss zu Hause intensiv behandelt werden kann.

Folgende Möglichkeiten der Einbeziehung der Eltern bieten sich im Rahmen von Schulkooperationen beispielsweise an:



- » Elternabende: Sie können Lehrkräften anbieten, Elternabende in den Räumlichkeiten Ihrer Einrichtung zu veranstalten. Im Rahmen einer Einrichtungsbesichtigung lernen die Eltern Sie als Kooperationspartner kennen und werden über die stattfindenden Kooperationsaktivitäten informiert. So können die Eltern intensiver in die Berufsorientierung und den Berufswahlprozess ihrer Kinder mit eingebunden werden.
- » Veranstaltungen: Sie können Eltern – gemeinsam mit ihren Kindern – zu Veranstaltungen Ihrer Einrichtung (z.B. Sommerfest) einladen und so den persönlichen Kontakt pflegen und Ihre Einrichtung positiv präsentieren.
- » Eltern-Café: Im Rahmen eines Eltern-Cafés können Sie sich mit Eltern über das Thema Berufsorientierung austauschen und einen persönlichen Kontakt aufbauen.
- » Informationsmaterial: Die Eltern sollten übersichtliches und verständliches Informationsmaterial zur Verfügung gestellt bekommen, in dem die Rahmenbedingungen der Schulkooperation erläutert werden.
- » Elterninformationsabend: Im Rahmen eines Informationsabends für Eltern und Lehrkräfte können Sie Einblicke in die Themen Bewerbung, Vorstellungsgespräche, Anforderungen an Azubis etc. geben und auf die Ausbildungsmöglichkeiten in Ihrer Einrichtung aufmerksam machen.

Bedenken Sie, dass neben den oben genannten Kommunikationswegen die Internetpräsenz Ihrer Einrichtung von den Eltern als Informationsquelle genutzt wird. Achten Sie darauf, dass die Informationen auf Ihrer Homepage auf dem aktuellsten Stand sind.

¹⁵Vgl. Görgen et al., 2013, S. 3 und S. 7f.

4.5 Welche Kooperationsaktivitäten bieten sich an?¹⁶

Im Rahmen einer Schulkooperation bieten sich verschiedene Aktivitäten und Projekte an, um Schüler*innen direkt oder indirekt in ihrem Berufsorientierungsprozess zu unterstützen. In jedem Fall sollten Sie interessante und attraktive Angebote für die Jugendlichen planen, um die Motivation und das Engagement der Schüler*innen zu fördern. Überlegen Sie sich konkrete und geeignete Formate, die den Schüler*innen einen erkennbaren Mehrwert bieten (z.B. Unterstützung im Berufsorientierungsprozess, Erweiterung der sozialen Kompetenzen etc.).

Beginnen Sie eine Kooperation mit nur wenigen Angeboten und sammeln Sie zunächst Erfahrungen hiermit. Starten Sie zum Beispiel „nur“ mit zwei bis drei Kooperationsaktivitäten und evaluieren dann nach einem Schuljahr die Kooperation. Bei Bedarf können Sie diese dann anpassen und weitere Angebote in den Projektplan mit aufnehmen.

Alle Aktivitäten sollten die aktive Beteiligung der Schüler*innen ermöglichen, denn nur wenn die Jugendlichen über „Ausprobieren“ mit einem Beruf in Berührung kommen und eigene Erfahrungen machen, werden sie optimal in ihrem Berufsorientierungsprozess unterstützt.

Stellen Sie sicher, dass Sie während der verschiedenen Aktivitäten eine gute Betreuung der Schüler*innen gewährleisten können und bedenken Sie alle möglicherweise notwendigen Vorbereitungsmaßnahmen (z.B. könnte bei einigen Projekten ein Gesundheitszeugnis o.ä. erforderlich sein).

Schulen werden bei der Initiierung einer Kooperation fragen, was Ihre Einrichtung der Schule bzw. den Schüler*innen „bieten“ können, d.h. welche konkreten Angebote im Berufsorientierungsprozess zu realisieren sind. Überlegen Sie sich daher bereits im Voraus, welche Kooperationsaktivitäten Ihrerseits möglich sind und mit welchen Angeboten Sie an die Schule herantreten wollen. Sie müssen also im Vorfeld klären, welche Ressourcen Sie zu Verfügung stellen können, um den Umfang der Kooperation bereits in der „Anbahnungsphase“ klar zu haben.

Kooperationen machen nur Sinn, wenn sie gut durchdacht, belastbar und von gegenseitiger Verlässlichkeit geprägt sind. Gehen Sie nur Kooperationen ein, wenn Sie die erforderlichen (v.a. zeitlichen) Ressourcen und das erforderliche Engagement aufbringen können.

Im Folgenden finden Sie einige Anregungen und Ideen für mögliche Projekte und Aktivitäten, die gemeinsam mit Schulen realisiert werden können. Hierbei können die Aktivitäten sowohl von der Einrichtung als auch von der Schule initiiert werden.



¹⁶Vgl. Übergangmanagement Schule – Wirtschaft, 2016, S. 3f.; Übergangmanagement Schule – Wirtschaft, 2017, S. 5ff.

Praktikum

Ihre Einrichtung stellt ein gewisses Kontingent an Praktikumsplätzen für Schüler*innen der jeweiligen Schule exklusiv zur Verfügung. Die Jugendlichen erhalten einen Einblick in die Arbeitswelt und Unterstützung bei der Berufsorientierung. Ihre Einrichtung kann Schülerpraktika nutzen, um die Arbeitsleistung und -einstellung der Schüler*innen zu beobachten. In der Schule findet eine Praktikumsvor- und Nachbereitung statt.

Weitere Informationen zum Thema Praktikum finden Sie in Kapitel 6. Praktikum.

Galerie der Berufe

Im Anschluss an Schülerpraktika kann auch ein Nachmittag/Abend zum Thema „Galerie der Berufe“¹⁷ organisiert werden. Zum einen können die Schüler*innen in diesem Rahmen ihre Erlebnisse aus dem Praktikum präsentieren (z.B. in Form eines Kurzvortrags oder eines „Speed-Datings“ mit Plakaten). Zum anderen können außerschulische Partner (Firmenvertreter, Agentur für Arbeit, IHK-Vertreter etc.) einen Input zur Berufsorientierung geben, Tipps für die Praktikumsuche geben und attraktive Praktikumsplätze bewerben. Alle Präsentationen sind an die Schüler*innen des Jahrgangs gerichtet, dem das Schülerpraktikum bevorsteht. Sie sollen von den Erfahrungsberichten der Schüler*innen des höheren Jahrgangs und dem Input der außerschulischen Partner profitieren. Auch die Eltern sollten unbedingt eingeladen werden, damit sie in den Berufsorientierungsprozess ihrer Kinder mit eingebunden werden.

Die Schüler*innen aus dem präsentierenden Jahrgang planen und gestalten diese Veranstaltung zusammen mit ihren Lehrkräften und können zum Beispiel auch ein Catering organisieren.

Probetag/Praxistag/Schnupperpraktikum

Probetage bieten sich für Schüler*innen an, wenn diese sich für einen bestimmten Beruf interessieren und eine Orientierungshilfe bei der Berufswahl in Anspruch nehmen wollen. Die Jugendlichen kommen dann für einen Tag

in Ihre Einrichtung und sollten einen realitätsnahen Einblick in das spezifische Berufsfeld erhalten, damit sie bei ihrer Entscheidungsfindung unterstützt werden. Sie können sich an diesem Tag einen ersten Eindruck von der Schülerin oder dem Schüler machen und bei einem positiven Eindruck versuchen, eine Bewerbung von Seiten des Jugendlichen zu initiieren.

Ein Beispiel für einen solchen Probetag ist der Boys' Day, der jährlich stattfindet.

Boys' Day (Zukunftstag)

Das Pendant zum Girls' Day dient dazu, interessierten Schülern die „typisch weiblichen Berufe“ – also besonders Sozial- und Pflegeberufe – näher zu bringen. Für einen Tag besuchen die Talentierten Ihre Einrichtung und sollen dabei spannende und realitätsnahe Einblicke in die Arbeit in Ihrer Einrichtung erhalten. Der Boys' Day findet in der Regel am 4. Donnerstag im April statt und kann von Schülern der Jahrgangsstufen 5 bis 9 genutzt werden. Im Internet unter www.boys-day.de/radar können Sie Ihre freien Plätze anbieten.



Ganztagsangebote¹⁸

Ganztagsschulen bieten sich für Kooperationen besonders an, da an diesen Schulen mehr Zeit für außerunterrichtliche Angebote zur Verfügung steht. Deshalb sind Angebote von außerschulischen Partnern zur nicht-formellen Bildung im Nachmittagsprogramm in Ganztagsschulen sehr willkommen. Sie können zum Beispiel eine AG organisieren und für ein Schulhalbjahr anbieten. In diesem Fall haben Sie die Gelegenheit, wöchentlich mit den Schüler*innen zu arbeiten, sie kennen zu lernen und sie im besten Fall für die Arbeit im caritativen Bereich zu begeistern und zu gewinnen.

Es empfiehlt sich also, bei der Suche nach einem Kooperationspartner die Ganztagsschulen ins Auge zu fassen und auf die jeweilige Schule abgestimmte Angebote zur nicht-formellen Bildung zu machen.

¹⁷Vgl. Berufliche Orientierung Hessen, 2016, [online]

¹⁸Vgl. Labinsky, 2010, S. 8

Soziale Projekte

Soziale Projekte können unterschiedlichen Charakter aufweisen. Mit moderner Suchtprävention und Frühintervention werden systematisch Zielgruppen in ihrer Lebenswelt Schule erreicht, um eine gesundheitsfördernde Veränderung von Wissen, Einstellung und Verhaltensweisen zu bewirken. Dabei geht es vorrangig um Ressourcenstärkung, also Lebenskompetenz und Risikokompetenzstärkung. Maßnahmen der Suchtprävention sind hier insbesondere das Suchtpräventionsprogramm „HaLT - Hart am Limit“ (Suchtprävention bei riskantem und missbräuchlichem Alkoholkonsum). Auch Projekte mit dem Ziel, die Jugendlichen für das Altern und alte Menschen allgemein zu sensibilisieren (bspw. mithilfe eines Alterssimulationsanzuges), bieten sich an. Hier liegt zwar die Personalgewinnung nicht im Fokus, Sie haben jedoch die Möglichkeit, für Ihre Arbeit zu werben und sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und Ihr Image positiv zu beeinflussen.

Zum anderen sind soziale Projekte möglich, in denen sich die Schüler*innen aktiv beteiligen. Hier bieten sich beispielsweise Aktionen und Exkurse an, in denen die Jugendlichen die Lebenswelt von alten oder behinderten Menschen kennenlernen und mit den Mitbewohnern in Ihrer Einrichtung „arbeiten“. Hierbei können die Jugendlichen sich sozial engagieren und bestenfalls Interesse für einen Beruf im caritativen Bereich entwickeln.

Ein Beispiel für ein soziales Projekt der Caritas, in dem sich junge Menschen engagieren können, ist das Online-Beratungsangebot [U25]. Suizidgefährdete Jugendliche und junge Erwachsene können sich hilfesuchend an [U25] wenden und werden hier von gleichaltrigen ehrenamtlichen Beraterinnen und Beratern anonym betreut. Das Projekt [U25] läuft nach dem Prinzip „Jugendliche helfen Jugendlichen“ ab. Die [U25]-Berater durchlaufen dabei im Vorfeld eine viermonatige Ausbildung zum ehrenamtlichen Krisenbegleiter.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.u25-deutschland.de oder unter www.u25-emsland.de.



Auch die Grundidee von „YoungCaritas“ bietet eine gute Möglichkeit, soziale Projekte für interessierte Schüler*innen anzubieten und deren soziales Engagement zu fördern: Im Rahmen von verschiedenen Projekten für und vor allem mit den Menschen, die in den jeweiligen Einrichtungen Unterstützung suchen, können Jugendliche an soziale Themen herangeführt werden und Einblicke in soziale Arbeitsfelder erlangen. Die Schüler*innen können selbstständig Projekte planen und umsetzen und sich somit erproben, wertvolle Erfahrungen sammeln und Talente entdecken. Ihre Einrichtung kann diese Talente fördern und potenzielle zukünftige Auszubildende kennenlernen.

Nähere Informationen zur Idee von „YoungCaritas“ finden Sie unter www.youngcaritas.de



Projektwoche/Projektarbeit

Während einer Projektwoche, die von den jeweiligen Schulen durchgeführt wird, beschäftigen sich Schüler*innen in kleineren Gruppen über mehrere Tage intensiv mit einer realen Aufgabenstellung. Ihre Einrichtung kann hier eigene Projekte anbieten und betreuen und so den Jugendlichen die Berufe im caritativen Bereich näherbringen und im besten Fall Interesse für ebendiese wecken. Außerdem können Sie sich als attraktiven Arbeitgeber darstellen und den Jugendlichen Ausbildungsperspektiven aufzeigen.



Als Best Practice Beispiel lassen sich hier die Caritas St. Antonius Pflege GmbH und das St. Maria-Elisabeth-Haus in Bad Laer nennen, welche mit der Geschwister-Scholl-Oberschule eine Kooperation eingegangen sind und in diesem Rahmen Projektwochen zu verschiedenen Themen geplant haben.

Azubis werben Schüler*innen

Schüler*innen und Auszubildende können aufgrund ihres Alters auf derselben Gesprächsebene kommunizieren und die Schüler*innen haben eine geringere Hemmschwelle, Fragen zu stellen. Die Chance, dass sich Ihre Auszubildenden mit Schüler*innen austauschen können, sollten Sie unbedingt nutzen. Azubis können hier auf vielfältige Weise eingesetzt werden: Sie können zum Beispiel auf Jobmessen Ihr Unternehmen repräsentieren, im Rahmen von Schülerpraktika unterschiedliche Aufgaben übernehmen und Aktivitäten mit den Schüler*innen durchführen oder im Unterricht die Ausbildungsberufe in Ihrer Einrichtung vorstellen und von ihren persönlichen Erfahrungen berichten. Bei einem Projekt zum Thema „Azubis im Unterricht“ sollten Ihre Azubis unbedingt etwas „Praktisches“ (z.B. Blutdruck messen, Alterssimulationsanzug, Rollstuhl etc.) mit in den Unterricht bringen, damit die Schüler*innen über „Ausprobieren“ mit den Berufen in Ihrer Einrichtung in Berührung kommen.

Ein positiver Nebeneffekt ist, dass Ihre Auszubildenden durch solche Aktivitäten ihre Sozial- und Methodenkompetenz erweitern.

Profil „Gesundheit und Soziales“ an Realschulen¹⁹

An den Realschulen in Niedersachsen können Schüler*innen zwischen den Profilen Fremdsprachen, Wirtschaft, Technik und Gesundheit und Soziales wählen – vorausgesetzt die Schule bietet alle vier Schwerpunkte an. Die Teilnahme am Profil „Gesundheit und Soziales“ vermittelt den Schüler*innen Kompetenzen in den Bereichen Sozialpädagogik, Ernährung und Hauswirtschaft und Gesundheit und Pflege. Den Jugendlichen sollen Einblicke in die beruflichen Fachrichtungen gewährt werden, um ihre berufliche Orientierung zu unterstützen. Im Modul „Gesundheit und Pflege“ sollen die Schüler*innen unter anderem Tätigkeiten aus Gesundheitsberufen (z.B. Pulsmessung), Pflegesituationen (z.B. Zahnpflege, Händewaschen) und Hilfsmittel (z.B. Rollstühle, Gehhilfen) erproben und eine konkrete Veranstaltung oder Unterstützungsmaßnahme in Absprache mit einer Pflegeeinrichtung planen und durchführen.

Hier kann Ihre Einrichtung Angebote für Schüler*innen anbieten, die zur Erfüllung der curricularen Vorgaben des Niedersächsischen Kultusministeriums beitragen. Die Angebote sollten es ermöglichen, dass die Jugendlichen übers „Ausprobieren“ in ihrem Berufsorientierungsprozess unterstützt werden.

Die curricularen Vorgaben für das Profil „Gesundheit und Soziales“ finden Sie im Internet unter http://db2.nibis.de/1db/cuvo/datei/i_profil_gesundheit_3811.pdf



Bewerbungstraining

Hier werden die Schüler*innen auf Vorstellungsgespräche vorbereitet, es werden Bewerbungssituationen simuliert und allgemeine Bewerbungstipps (z.B. Gestaltung von Anschreiben und Lebenslauf) gegeben. Am Rande einer solchen Veranstaltung bietet sich die Möglichkeit, die Berufsfelder Ihrer Einrichtung vorzustellen und für Ihre Einrichtung zu werben.

¹⁹Vgl. Profil Gesundheit und Soziales, 2011, S. 7, 21

Berufsorientierungstage in Schulen

Viele Schulen bieten Berufsorientierungstage, in deren Rahmen verschiedene Arbeitgeber sich in der Schule präsentieren dürfen und mit interessierten Schüler*innen ins Gespräch kommen können. Im Rahmen einer solchen Veranstaltung bietet es sich auch an, dass Azubis Ihre Einrichtung und die Ausbildung an sich vorstellen und mit den Schüler*innen ins Gespräch kommen.

Berufswahlorientierung

Bei der Berufswahlorientierung geht es darum, dass Schüler*innen Informationen zu Ausbildungsberufen und/oder akademischen/dualen Ausbildungen erhalten. Dabei besuchen Vertreter Ihrer Einrichtung (z.B. Auszubildende, Ausbilder) den Unterricht und halten Vorträge zu möglichen Ausbildungsberufen, dualen Studienmöglichkeiten, Bewerbungsverfahren oder Anforderungen an Auszubildende.

Jobmesse

Ausbildungs- und Jobmessen bieten Ihnen (unabhängig von bestehenden Schulkooperationen) die Möglichkeit, direkt mit Schüler*innen in Kontakt zu treten. Interessierte Jugendliche sollen Informationen über Ausbildungsmöglichkeiten, den Einstieg ins Berufsleben und Ihre Einrichtung im Allgemeinen erhalten, um ihre Berufswahl konkretisieren zu können. Gerade in Zeiten des demographischen Wandels und des daraus entstehenden Fachkräftemangels ist es wichtig, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und für die eigene Einrichtung zu werben. Im direkten Gespräch mit den Jugendlichen können Sie diese bereits vorab kurz kennenlernen und Ihre Einrichtung als attraktiven Arbeitgeber präsentieren und so die Jugendlichen im besten Fall zu einer Bewerbung anregen. Sie sollten wenn möglich an Ihrem Messestand

nicht nur Informationsmaterial bereithalten, sondern auch etwas zum „Ausprobieren“ (z.B. Blutdruck messen, Alterssimulationsanzug, Rollstuhl etc.) mitbringen, damit den Schüler*innen ein erster kurzer praktischer Einblick in den Berufsalltag gewährt werden kann.

Wenn Sie eine Messe besuchen wollen, sollten Sie unbedingt den Aspekt der örtlichen Nähe beachten: Nur auf Messen in Ihrem Umkreis werden Sie Schüler*innen finden, die in der Lage sind, Ihre Einrichtung gut zu erreichen. Oftmals sind Schüler*innen darauf angewiesen, dass ihr Ausbildungs- bzw. Praktikumsplatz in der Nähe ihres Wohnortes ist, da sie aufgrund ihres Alters in ihrer Mobilität eingeschränkt sind. Der Ausbildungs- bzw. Praktikumsbetrieb sollte bestenfalls zu Fuß oder mit dem Fahrrad, zumindest aber mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen sein.

Einige bekannte Messen in der Diözese Osnabrück sind die Folgenden:

- » Osnabrück: Ausbildung 49, Abi Zukunft und Jobmesse (alle im Früh- bis Spätsommer), Vocatium
- » Emsland: Jobmesse, Abi Zukunft (beide in Lingen und beide im Frühjahr), Chance Azubi (z.B. in Lingen, Meppen, Papenburg und Lathen)
- » Ostfriesland: Chance Azubi (z.B. in Leer, Emden und Aurich)
- » Bremen: Jobmesse, HORIZON, Job4u und Vocatium

Weitere Job- bzw. Ausbildungsmessen in Ihrer Region finden Sie im Internet unter www.messeninfo.de oder unter www.messe.de.



Bei Ausbildungs- und Jobmessen ist es zudem sehr entscheidend, wie gut sich die Schüler*innen im Vorfeld auf den Besuch der Messe vorbereitet haben. Es ist wichtig, dass die Jugendlichen sich im Unterricht und/oder Zuhause mit ihren Eltern auf den Besuch der Messe vorbereiten, sich Gedanken machen, welche Branchen für sie interessant sind und über welche Unternehmen oder Einrichtungen sie sich auf der Messe genauer informieren wollen. Versuchen Sie deshalb bei der Planung eines Messeauftritts in Erfahrung zu

bringen, ob z.B. im Rahmen des Unterrichts eine Auseinandersetzung mit dem Thema Messebesuch stattfindet. Manche Schulen bieten auch schulinterne Messen für ihre Schüler*innen an. Auf den Besuch dieser Messen werden die Jugendlichen in jedem Fall im Unterricht vorbereitet.



Ein Best Practice Beispiel in Zusammenhang mit einer Ausbildungsmesse liefern die drei Caritas-Einrichtungen St. Antonius Pflege GmbH, St. Maria-Elisabeth-Haus (beide Bad Laer) und das St. Franziskus-Haus Bad Iburg, die im August 2018 auf der „Azubis werben Azubis“-Messe in Glandorf vertreten waren und Erfahrungen mit der Planung und Durchführung eines Messeauftritts sammeln konnten.

Ein professioneller Messestand kann beim Fachbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, DiCV-Geschäftsstelle am Knappsbrink 58, 49080 Osnabrück, ausgeliehen werden.

Einrichtungsbesichtigung

Bei der Besichtigung Ihrer Einrichtung können die Schüler*innen Eindrücke sammeln und Ihre Einrichtung, die verschiedenen Arbeitsplätze und Situationen des Arbeitslebens kennenlernen. Die Jugendlichen nehmen hierbei nur eine beobachtende Rolle ein und werden nicht selbst aktiv. Einrichtungsbesichtigungen dienen der praktischen Veranschaulichung der Berufswelt und sollen bei den Jugendlichen im besten Fall Interesse für Berufe im caritativen Bereich wecken. Außerdem kann Ihre Einrichtung sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren.

Mottotag

Einige Schulen bieten sogenannte Mottotage zum Thema Beruf an, an denen die Schüler*innen über Berufsmöglichkeiten informiert werden. Ihre Einrichtung hat hier die Chance, die in Ihrer Einrichtung angebotenen Berufe vorzustellen und bei den Jugendlichen Interesse für Berufe im caritativen Bereich zu wecken und Ausbildungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Sie können sich in diesem Rahmen auch als attraktiver Arbeitgeber präsentieren.

Shadowing (Beobachtungslernen)

Beim Beobachtungslernen begleiten Schüler*innen Auszubildende oder Mitarbeiter*innen Ihrer Einrichtung für einen Tag am Arbeitsplatz und können dabei den Arbeitsalltag und die täglichen Abläufe kennenlernen.

Die Schüler*innen nehmen hierbei die Rolle eines „Beobachters“ ein und können so die Arbeitsabläufe kennenlernen und erste Erfahrungen gewinnen, ohne dabei aktiv in die Abläufe eingebunden zu werden und Aufgaben zu übernehmen.

4.6 Über eine Kooperation zur Partnerschaft: Die 3 Säulen der Caritas-Kooperation

Der Fachbereich Personalmanagement/-entwicklung und die Stabsstelle BGM/BGF des DiCV stellen sich eine Partnerschaft zwischen Schule und Einrichtung gemäß des folgenden Denkmodells vor.

Dieses Denkmodell basiert auf der Idee, eine existierende Schulkooperation weiter auszubauen und eine Art Partnerschaft zwischen Schule und Einrichtung aufzubauen. Beim Aufbau einer solchen engen und auf langfristige Zusammenarbeit ausgerichtete Partnerschaft soll auf drei „Säulen“ gesetzt werden, damit nicht nur Schüler*innen, sondern auch Eltern und Lehrkräfte in die Kooperation mit einbezogen werden können. Denn ohne die Unterstützung der Berufsorientierung durch die Eltern Zuhause und das Lehrpersonal im Unterricht, haben Aktivitäten zur beruflichen Orientierung im Rahmen einer Schulkooperation eine viel geringere Wirkung.

Der Aufbau einer solchen Partnerschaft zwischen Schule und Einrichtung kann nur realisiert werden, wenn beide Seiten an einer nachhaltigen Zusammenarbeit interessiert sind und eine partnerschaftliche Verbindung aufbauen möchten.

... was ist zu bedenken?

Für den Aufbau einer solchen Partnerschaft zwischen Schule und Unternehmen gilt es, einige Voraussetzungen zu erfüllen, damit die Zusammenarbeit erfolgreich abläuft. Einige der wichtigsten Erfolgsfaktoren sind:

- » Eine strukturierte Zusammenarbeit
- » Eine gegenseitig gewollte und gelebte Zusammenarbeit
- » Ein erkennbarer Mehrwert für beide Seiten
- » Verlässlichkeit

Eine detaillierte Beschreibung der Erfolgsfaktoren für das Gelingen von Kooperationen finden Sie in Kapitel 2.7 Was sind Erfolgs- und Risikofaktoren für das Gelingen von Kooperationen?

An dieser Stelle soll auch noch einmal die Wichtigkeit der Beziehungspflege im Rahmen von Schulkooperationen betont werden. In Kapitel 2.6.4 Pflege der Kooperation ist schon detailliert auf die Pflege der Kooperationsbeziehung eingegangen worden. Die dort aufgeführten Möglichkeiten (regelmäßiger Austausch, Feedback-/Evaluationsgespräche, Weiterentwicklung des Projektplans, Wertschätzung etc.) sollten Sie unbedingt nutzen und ernst nehmen, um die Kooperation an sich und die Beziehung zum Kooperationspartner stetig zu verbessern. Auch die Aufrechterhaltung des Kontaktes zu ehemaligen Schülerpraktikant*innen darf nicht vernachlässigt werden.

Für den Aufbau einer solchen Schulpartnerschaft bieten sich zunächst vor allem die Schulen in Trägerschaft der Schulstiftung im Bistum Osnabrück an (eine Auflistung der Stiftungsschulen finden Sie in Kapitel 4.9.2 Schulstiftung im Bistum Osnabrück).

...was genau bedeuten die „3 Säulen der Caritas“?

Berufs- orientierung	<p>Hier stehen die Schüler*innen im Mittelpunkt der Kooperationsaktivitäten!</p> <p>Möglichkeiten für Kooperationsaktivitäten (siehe auch Kapitel 4.5 Welche Kooperationsaktivitäten bieten sich an?):</p> <p>Bewerbungstrainings im Unterricht (Informationen hierzu sind bei den jeweiligen Personalabteilungen zu erhalten)</p> <p>Praktikumsplätze oder Plätze für den „Boys‘ Day“ anbieten und damit den ersten Schritt auf dem Weg zu einer Ausbildung in Ihrer Einrichtung ebnet</p> <p>Projektstage/-wochen gestalten und mit den Schüler*innen außerunterrichtlich zusammenarbeiten und die Caritasarbeit näher bringen</p>
Integration der Eltern und Lehrkräfte	<p>Integrieren Sie die Eltern in die Kooperationsarbeit und unterstützen Sie die Berufsorientierung außerhalb des Unterrichts!</p> <p>Stellen Sie Informationsmaterial über die geplanten Aktivitäten zur Verfügung</p> <p>Stellen sie Ihre Einrichtung und die geplanten Aktivitäten auf dem Elternabend vor bzw. laden Sie zum Elternabend in Ihre Einrichtung ein</p> <p>Laden Sie Eltern gemeinsam mit ihren Kindern zu Veranstaltungen Ihrer Einrichtung ein</p> <p>Binden Sie die Lehrkräfte in die Kooperationsarbeit ein!</p> <p>Sprechen Sie mit den verantwortlichen Lehrkräften darüber, wie Ihre Kooperationsaktivitäten im Unterricht vor- und nachbereitet werden können (z.B. Nachbereitung von Praktika)</p> <p>Laden Sie Lehrkräfte zu Veranstaltungen in Ihrer Einrichtung ein und stellen Sie Ihre Einrichtung und Ihre Arbeitsbereiche vor</p>
Info Caritas- arbeit	<p>Nutzen Sie Gelegenheiten, den Schüler*innen, Eltern und Lehrkräften die Caritasarbeit näher zu bringen</p> <p>Seien Sie präsent und bauen Sie die Kooperation aus!</p> <p>Laden Sie Eltern mit Ihren Kindern und auch Lehrkräfte zu Veranstaltungen (z.B. Tag der offenen Tür) ein</p> <p>Besuchen Sie Veranstaltungen der Schule (z.B. Schulfeste) und stellen Sie in diesem Rahmen die Caritasarbeit vor (z.B. an einem Infostand) und kommen Sie mit Eltern, Lehrkräfte und Schüler*innen ins Gespräch.</p> <p>Laden Sie beispielsweise Schüler*innen dazu ein, mit dem Schulchor oder der Big Band auf Veranstaltungen Ihrer Einrichtung aufzutreten</p> <p>Den Schüler*innen, Lehrkräften und Eltern soll bewusst werden, was Caritas heißt, wie und wo die Caritas hilft und auch, wie die Jugendlichen im caritativen Bereich mitwirken können (d.h. Informationen über die Caritas als Arbeitgeber).</p>

4.7 Wo bekomme ich Unterstützung?

Bei Fragen steht Ihnen der Fachbereich Personalmanagement/-entwicklung, Knappsbrink 58, 49080 Osnabrück, gerne zur Verfügung.

Dominik Thiering
Referent Personalentwicklung
FB Personalmanagement /-entwicklung
Tel. 0541-34978321
Email: dthiering@caritas-os.de

Harald Langner
Personalreferent
FB Personalmanagement /-entwicklung
Tel. 0541-34978203
Email: hlangner@caritas-os.de

Weitere Unterstützungsmöglichkeiten

Im Folgenden finden Sie einige Anlaufstellen, die Sie beim Aufbau von Schulkooperationen auf verschiedene Art und Weise unterstützen.

Grundsätzlich ist es immer lohnenswert, sich bei Landkreisen, Wirtschaftsförderungen, Kammern und ähnlichen Einrichtungen zu informieren, ob diese Unterstützungsmöglichkeiten anbieten.

Übergangsmanagement Schule – Wirtschaft (Landkreis Osnabrück)

Im Rahmen der Programms „Übergangsmanagement Schule – Beruf“ bietet die Servicestelle „Schule – Wirtschaft“ Unterstützung beim Aufbau von nachhaltigen und dauerhaften Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen im Raum Osnabrück. Unternehmen sollen bei der systematischen Nachwuchsgewinnung unterstützt werden. Das Angebot der Servicestelle umfasst die Begleitung aller Schritte von der Kontaktabahnung über das Führen von Beratungsgesprächen mit allen Beteiligten bis hin zu Evaluationstreffen und Folgevereinbarungen.

Die Angebote der Servicestelle Schule – Wirtschaft umfassen folgende Aspekte:

- » Organisation von Ausbildungsmessen („Azubis werben Azubis“) und anderen Berufsorientierungsveranstaltungen
- » Beratung von Unternehmen und Schulen zu möglichen Kooperationsformen
- » Vermittlung einer zum Profil des Unternehmens passenden Schule in der Region
- » Anbahnung und Begleitung der Kooperation
- » Begleitung, Fortentwicklung und Evaluation bestehender Kooperationen
- » Unterstützung bei der Suche nach Auszubildenden
- » BINKOS als Praktikumsvermittlungsplattform: www.binkos.de (hier sind schon einige Caritas-Einrichtungen aktiv)
- » Praktikumskalender für die Schulen im Landkreis Osnabrück (zu finden unter: <https://www.binkos.de/schule-wirtschaft/praktikumskalender/month>)

Servicestelle Schule – Wirtschaft
Landkreis Osnabrück
MaßArbeit kAÖR
Bramscher Straße 134-136
49088 Osnabrück

Weitere Informationen finden Sie unter www.landkreis-osnabrueck.de/wirtschaft-arbeit/arbeitsmarkt/uebergangsmanagement-schule-beruf



Industrie- und Handelskammern (IHK)

Je nach Schwerpunktsetzung und personeller Ausstattung unterstützen die zuständigen IHKs beim Auf- und Ausbau von Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen und geben Hilfestellung u.a. bei der Suche nach einem geeigneten Kooperationspartner, bei der Kontaktaufnahme, der Zielformulierung, der Identifikation passender Maßnahmen, der Evaluation und sonstigen Aspekten. Aber auch in Bezug auf die Vermittlung von Praktikumsstellen oder im Bereich Ausbildungs-/Jobmessen sind einige IHKs vertreten.

Im Folgenden finden Sie eine Auflistung der Angebote der für den DiCV Osnabrück zuständigen Industrie- und Handelskammern:

IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim

- » Unterstützung beim Aufbau von Kooperationen: Die IHK vermittelt Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen und steht beim Aufbau der Kooperationen beratend, unterstützend und begleitend zur Verfügung
- » Mitwirkung bei regionalen Messen zur Berufsorientierung (z.B. Jobmesse Osnabrück, Arbeitswelten Nordhorn oder Berufsinformationsbörse Emsland)
- » Praktikumsplätze für Schüler: Unternehmen können der IHK Praktikumsplätze melden, sodass diese auf der Homepage der IHK veröffentlicht werden



www.osnabrueck.ihk24.de

IHK für Ostfriesland und Papenburg

- » Jährliche Durchführung einer Ausbildungsmesse
- » Berufseignungstest (BET): Die IHK bietet Unternehmen auf Anfrage Berufseignungstests mit potenziellen Auszubildenden an
- » Ausbildungsplatzbörse: Auf der Homepage der IHK können Ausbildungsbetriebe kostenfrei ihre freien Ausbildungsplätze anbieten
- » Vermittlung von Praktikumsstellen: Bei Bedarf vermittelt die IHK Praktikumsplätze der Unternehmen



www.ihk-empden.de

HK Bremen

- » Lehrstellenbörse: Auf der Homepage der HK Bremen können Unternehmen ihre freien Ausbildungsstellen anbieten



www.handelskammer-bremen.de

IHK Hannover (zuständig für Twistringen)

- » Unterstützung beim Aufbau von Kooperationen: Die IHK Hannover unterstützt Unternehmen und allgemeinbildende Schulen beim Aufbau von Kooperationen und beteiligt sich darüber hinaus an der Umsetzung der geplanten Maßnahmen



www.hannover.ihk.de

Schule

An jeder allgemein bildenden Schule gibt es eine für die Umsetzung von Berufsorientierungsmaßnahmen zuständige Lehrkraft (sog. Berufsorientierungsbeauftragte). Diese Lehrkräfte haben oftmals Erfahrungen mit Schulkooperationen und können Ihnen im Gespräch konstruktives Feedback zu Ihren Ideen und eventuell auch wertvolle Tipps geben.

4.8 Gut zu wissen: Länderspezifische Vorgaben zur beruflichen Bildung

Gerade weil die Schulen teilweise ein sehr begrenztes Kontingent an Tagen für die Berufsorientierung zur Verfügung haben, sollten Sie den persönlichen Kontakt zu Schulen suchen, um eine Zusammenarbeit zu ermöglichen und am Berufsorientierungsprozess der Schüler*innen zu partizipieren.

Das Niedersächsische Kultusministerium schreibt für alle Schulformen der allgemein bildenden Schulen eine Mindestanzahl von Tagen zur Berufsorientierung vor. An diesen Tagen kann auf ein Bündel an Maßnahmen der beruflichen Orientierung zurückgegriffen werden (z.B. Betriebserkundungen, Schülerbetriebspraktika oder Projekte).

Schulform	Vorgaben
Hauptschule	60 Tage in Jahrgangsstufe 9 und 10 Ab Jahrgang 8 Schülerbetriebspraktika
Realschule	30 Tage ab Jahrgangsstufe 8 Ebenfalls ab Jahrgang 8: Schülerbetriebspraktika
Oberschule	30 Tage ab Jahrgangsstufe 7 Schülerbetriebspraktikum in Jahrgang 8 Ggf. zusätzliches Praktikum in Jahrgangsstufe 9 oder 10 Im Gymnasialzweig gelten die Regelungen für Gymnasien
Gymnasium	25 Tage ab Jahrgangsstufe 7 (insb. berufliche Bildung und Studienorientierung) Schülerbetriebspraktikum in Jahrgang 11 Ggf. weiteres Praktikum in Jahrgang 9 oder 10
Kooperative Gesamtschule	Es gelten die Regelungen für die jeweilige Schulform
Integrierte Gesamtschule	25 Tage ab Jahrgangsstufe 7 Schülerbetriebspraktikum in Jahrgang 9 Für die Sekundarstufe II weiteres Praktikum in Jahrgangsstufe 11 sowie Maßnahmen in den Bereichen berufliche Bildung und Studienorientierung

Rechtliche Grundlage für Niedersachsen ist der Erlass „Berufsorientierung an allgemein bildenden Schulen“, zu finden unter folgendem Link:



http://www.mk.niedersachsen.de/startseite/schule/unsere_schulen/allgemein_bildende_schulen/berufliche_orientierung_an_allgemein_bildenden_schulen/berufsorientierung-an-allgemein-bildenden-schulen-124167.html

Für Bremen gelten die „Verordnung über die Sekundarstufe I des Gymnasiums“ und die „Verordnung über die Sekundarstufe I der Oberschule“. Diese sehen zwischen der 7. und 10. Klasse ein Schülerbetriebspraktikum von mehrwöchiger Dauer vor.

Die Verordnungen können Sie unter folgenden Adressen herunterladen:



<https://www.bildung.bremen.de/gymnasium-3739>

<https://www.bildung.bremen.de/oberschule-3724>

4.9 Wie finde ich mögliche Kooperationspartner?

4.9.1 Kriterien²⁰

Wenn es darum geht, eine geeignete Schule als Kooperationspartner zu finden, sollten Sie zunächst Kriterien festlegen, die eine Partnerschule in jedem Fall erfüllen soll. So kann die Suche nach einer Partnerschule erleichtert und sichergestellt werden, dass die jeweilige Schule als Kooperationspartner geeignet ist.

Im Folgenden sind beispielhaft einige Kriterien genannt, die bei der Wahl der richtigen Partnerschule von Bedeutung sind bzw. sein können:

- » **Örtliche Nähe:** Wenn die Schule und Ihre Einrichtung räumlich nah beieinander liegen, kann eine gute Erreichbarkeit gewährleistet und der Aufwand der Kontaktaufnahme und Beziehungspflege vermindert werden. Eine geringe Distanz zwischen Schule und Einrichtung ist außerdem sehr entscheidend, wenn es darum geht, Praktika an Schüler*innen zu vergeben oder diese als Auszubildende zu gewinnen. Ein zu langer Weg zum Praktikums- oder Ausbildungsort ist in vielen Fällen ein Ausschlusskriterium. Kurze Wege sind auch wichtig, wenn Sie Angebote machen, die in Ihrer Einrichtung stattfinden und die Schüler*innen zu Ihnen kommen sollen.

Handeln Sie ortsnah und suchen Sie sich Partnerschulen in Ihrem näheren Umkreis!

- » **Schulform:** Sie können eine Schule auch danach auswählen, welche Schulabschlüsse für die Ausbildung in Ihrer Einrichtung üblicherweise erwartet werden. Grundsätzlich sind für Schulkooperationen alle weiterführenden Schulformen geeignet, man sollte das Kooperationsangebot jedoch auf die spezifische Schulform abstimmen. An Haupt- und Realschulen bieten sich Schulkooperationen vor allem an, um die Jugendlichen über Ausbildungsmöglichkeiten im caritativen Bereich zu informieren und ihr Interesse zu wecken. Im Optimalfall gelingt es durch die Kooperationsaktivitäten, potenzielle Auszubildende für Ihre Einrichtung zu gewinnen und die Anzahl der Bewerbungen zu erhöhen. An Gymnasien können die Schulkooperationen darauf abzielen, den Jugendlichen entweder Ausbildungsberufe oder (duale) Studiengänge im caritativen Bereich näher zu bringen.

²⁰Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 6; Audick et al., 2011, S. 5

- » Bestehende Kontakte: Der Aufbau einer Schulkooperation kann erleichtert werden, wenn Sie oder Ihre Mitarbeiter*innen bereits Kontakte zur Schule haben (z.B. als Elternteil einer Schülerin oder eines Schülers). Solche bestehenden Kontakte können Sie bei der Suche nach einer Partnerschule nutzen, um einen Kontakt zur Schulleitung herzustellen. In jedem Fall sollte der Erstkontakt über die Schulleitung erfolgen, da diese über das Zustandekommen einer Schulkooperation entscheidet.

Bei Schulkooperationen sollte die Kontaktaufnahme immer direkt über die Schulleitung erfolgen.

Auch, wenn an einigen Schulen bereits Kooperationen mit anderen Unternehmen bestehen, sollten Sie davor nicht zurückschrecken und Ihrerseits versuchen, ebenfalls einen „Fuß in die Tür zu kriegen“. Für Jugendliche ist es für Ihre berufliche Zukunft in jedem Fall von Vorteil, durch unterschiedliche Kooperationspartner mit unterschiedlichen Berufsfeldern in Kontakt zu kommen und verschiedene Eindrücke zu sammeln. Im Gespräch mit der Schule können Sie herausstellen, dass die Schule ihren Schüler*innen durch Kooperationen mit Unternehmen verschiedener Branchen unterschiedliche Perspektiven aufzeigen und ihnen damit einen eindeutigen Mehrwert im Kontext des Berufsorientierungsprozesses bieten kann. Vor allem im Bereich Pflege gibt es zudem momentan noch eher wenige Kooperationen, weshalb das Interesse von Schulen an einer Zusammenarbeit in diesem Bereich zumeist groß ist.

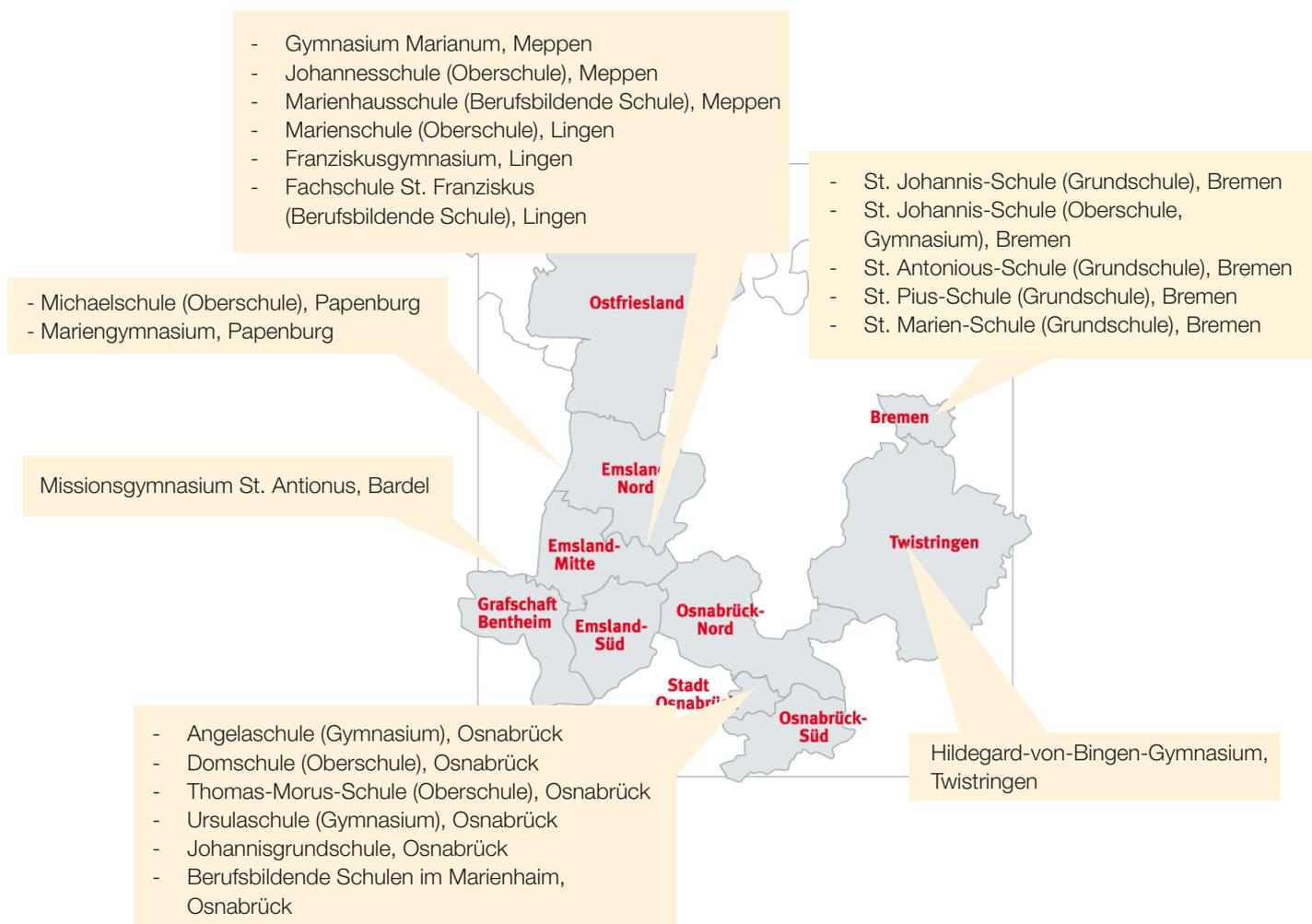
Folgendes sollten Sie außerdem bedenken: Schulen gestalten und organisieren ihre Angebote zur Berufsorientierung und ihre Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern sehr individuell. Berufsorientierungsbeauftragte und Schulleitung haben in Bezug auf Umfang und Qualität der Berufsorientierung an ihrer Schule Gestaltungsspielraum. Diesen Aspekt sollten Sie bei der Zusammenarbeit mit einer Schule bedenken und versuchen, auf ihren Kooperationspartner zuzugehen und eine Lösung zu finden, die beide Seiten zufriedenstellt.

Schwerpunkte der Berufsorientierung werden von jeder Schule individuell geregelt. Zuständige Lehrkräfte sind hier wichtige Ansprechpartner. Schulsozialpädagogen können „Türöffner“ sein.

4.9.2 Schulstiftung im Bistum Osnabrück

Die Schulen in Trägerschaft der Schulstiftung im Bistum Osnabrück bieten sich besonders für den Aufbau einer Schulkooperation an, da zwischen Caritas und Schulstiftung bereits ein enger Kontakt besteht und eine Zusammenarbeit im Rahmen einer Schulkooperation erleichtert werden kann.

Die weiterführenden allgemein bildenden Stiftungsschulen im Bistum Osnabrück finden Sie in der nachfolgenden Grafik:



Besonders interessant in Verbindung mit den Stiftungsschulen ist folgender Aspekt:

Für alle Schüler*innen der 11. Jahrgangsstufe der Gymnasien in Trägerschaft der Schulstiftung im Bistum Osnabrück ist ab dem Schuljahr 2018/2019 ein verpflichtendes Sozialpraktikum vorgesehen. Dieses Praktikum hat einen Umfang von mindestens 15 Schultagen und soll vorzugsweise in außerschulischen Einrichtungen der katholischen Kirche mit ihrer Caritas (z.B. Einrichtungen der Fachverbände wie SkF, SKM und Malteser, Krankenhäuser, Altenpflegeeinrichtungen, Behindertenhilfe- und Jugendhilfeeinrichtungen, KiTas) stattfinden. In jeder Einrichtung sollen dabei möglichst mindestens zwei Praktikant*innen aus einer Stiftungsschule eingesetzt werden. Die Begleitung soll dabei nach Möglichkeit durch junge Mitarbeiter*innen erfolgen. Die Schulstiftung im Bistum Osnabrück wirkt mithilfe dieses Sozialpraktikums dem Fachkräftemangel in den caritativen Berufsfeldern präventiv entgegen.

Das Sozialpraktikum an den Schulen der Schulstiftung im Bistum Osnabrück bietet die Möglichkeit, den Schüler*innen die Berufsfelder des caritativen Bereichs näher zu bringen und im Optimalfall einige von ihnen für eine Ausbildung in diesem Bereich zu gewinnen.

In Kapitel 6. Praktikum finden Sie ausführliche Informationen, die Sie für die Vorbereitung und den reibungslosen Ablauf eines (Sozial)Praktikums nutzen können.

4.9.3 Schulverzeichnis

Auf der Homepage des Niedersächsischen Bildungsservers finden Sie eine Auflistung sämtlicher Schulen in Niedersachsen. Hier besteht auch die Möglichkeit, nach bestimmten Schulformen (Hauptschule, Oberschule, Gymnasium, Ganztagschule etc.) zu selektieren. Die Schulen werden nach Orten/Städten geordnet, sodass Sie alle Schulen in Ihrer Nähe auf einen Blick angezeigt bekommen. Zu allen Schulen werden Ihnen dabei Links zur Verfügung gestellt, die zur Homepage der jeweiligen Schule führen, allgemeine Infos über die Schule und den genauen Standort der Schule auf einer Karte anzeigen und besondere Eigenschaften der Schule benennen.

Zum Schulverzeichnis gelangen Sie über folgenden Link:

<http://www.nibis.de/nibis.php?menid=590>

Für Bremen finden Sie im Internet einen Schulwegweiser, mit dessen Hilfe Sie alle Schulen der Freien Hansestadt Bremen finden können. Auch hier können Sie nach der Schulform selektieren oder sich alle Schulen innerhalb eines Stadtteils anzeigen lassen. Zu jeder Schule erhalten Sie eine Vielzahl an Informationen von allgemeinen Informationen über eine kurze Beschreibung bis hin zu angebotenen Bildungsgängen.

Zu finden ist der Schulwegweiser unter folgender Adresse:

<https://www.bildung.bremen.de/schulwegweiser-3714>



4.10 Weitere Informationen

Das Niedersächsische Kultusministerium und die Bundesagentur für Arbeit stellen mit der Koordinierungsstelle Berufsorientierung ein Angebot von qualitätsgeprüften Modulen zur vertieften beruflichen Orientierung zur Verfügung. Allgemein bildende Schulen können dieses Angebot bei Bedarf und Kapazität abrufen und werden hierdurch bei der Organisation, Planung und Finanzierung von Angeboten für die Berufsorientierung unterstützt.

Zu den angebotenen Modulen gehören unter anderem Schüler-/Elternseminare, eine „Praktische Berufsweltorientierung“, eine Talentwerkstatt, Berufsfelderkundungen und branchenbezogene Praxiserfahrungen. Viele Module sehen eine Zusammenarbeit zwischen Schule und Betrieb vor und ermöglichen es Ihnen als Einrichtung, am Berufsorientierungsprozess der Schüler*innen zu partizipieren.

Auf der Homepage www.kobo-online.de können Sie sich als Träger registrieren lassen und bei der Registrierung angeben, für welche Module Sie Maßnahmen anbieten und in welcher Region Sie tätig werden möchten. Außerdem finden Sie hier weitere Informationen rund um die Koordinierungsstelle und ihre Angebote.

Ebenfalls interessant sind die Datenbanken der Koordinierungsstelle Berufsorientierung. Zum einen sind unter dem Punkt „Regionale Bildungsnetzwerke“ verschiedene Koordinierungsstellen, Übergangsmangements und Bildungsbüros der verschiedenen Regionen Niedersachsens zu finden. Zum anderen sind unter „Betriebliche Praxistage“ verschiedene Börsen zu finden, auf denen Plätze für Betriebs- und Praxistage bzw. Praktika angeboten werden können.



5. Hochschulkooperationen

5.1 Das Wichtigste auf einen Blick

Hochschulkooperationen zielen darauf ab, frühzeitig mit Studierenden in Kontakt zu treten und im besten Fall Nachwuchstalente für eine spätere Tätigkeit in Ihrer Einrichtung zu interessieren und zu gewinnen.

Kooperationen mit Hochschulen bieten Ihnen verschiedene Vorteile: Sie haben die Möglichkeit, Nachwuchstalente kennenzulernen und frühzeitig an sich zu binden, Ihre Bekanntheit zu erhöhen, Ihr Image positiv zu beeinflussen und vom Wissensaustausch mit den Studierenden zu profitieren.

Die Hochschule profitiert von einer Kooperation dadurch, dass sie ihren Studierenden die Kontaktaufnahme zu Unternehmen erleichtert, Praxiserfahrungen ermöglicht und ihr Angebotsspektrum erweitert.

Folgende Voraussetzungen sind im Zusammenhang mit einer Hochschulkooperation erfolgswördernd:

- » Ihre Anforderungen an die Studierenden sind angemessen (d.h. weder über- noch unterfordernd)
- » Sie gewährleisten eine professionelle Betreuung der Studierenden bei sämtlichen Aktivitäten
- » Sie benennen einen zentralen Ansprechpartner, der für die Kooperation verantwortlich ist
- » Sie stellen sicher, dass Ihre Mitarbeiter*innen einer Kooperation gegenüber positiv eingestellt sind
- » Sie stellen sicher, dass Sie mit vielversprechenden Nachwuchstalenten in Kontakt bleiben, um eine potenzielle spätere Zusammenarbeit zu ermöglichen

Bei der Kontaktaufnahme ist es wichtig, in einer möglichst frühen Phase des Studiums mit den Studierenden in Kontakt zu kommen, weil in dieser Phase die beruflichen Vorstellungen der Studierenden meist noch nicht ausgereift sind und Sie hier die Chance haben, den Orientierungsprozess zu beeinflussen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Identifizieren Sie zunächst geeignete Hochschulen. Hierbei sollten Sie auf Kriterien wie Fachrichtungen, räumliche Nähe und bestehende Kontakte achten.

Die Kontaktaufnahme kann entweder über die Hochschule (z.B. über Career-Center, Fakultäten, studentische Initiativen oder Fördervereine) oder über die Direktansprache von Studierenden (z.B. Bachelor-/Masterarbeitsbörsen, Aushänge oder sonstige Hochschulmedien) erfolgen. Es hängt vor allem von den geplanten Kooperationsaktivitäten ab, wer der geeignete Ansprechpartner für Sie ist. Nähere Informationen zur Kontaktaufnahme finden Sie unter *Wie gehe ich bei der Kontaktaufnahme vor?*

Im Rahmen einer Hochschulkooperation bieten sich verschiedenste Aktivitäten an. Eine Auswahl finden Sie in Abschnitt *Welche Kooperationsaktivitäten bieten sich an?*

Eine auf kontinuierliche Zusammenarbeit gerichtete Kooperation hat einen größeren Effekt als einmalige Kooperationsaktivitäten.

5.2 Welcher Nutzen ergibt sich für meine Einrichtung?²¹

Eine Kooperation mit einer Hochschule verschafft Ihrer Einrichtung bei der Personalsuche eindeutige Vorteile:

- » Sie sprechen angehende Akademiker*innen schon während des Studiums an und gewinnen so Nachwuchstalente für eine spätere Tätigkeit in Ihrer Einrichtung.
- » Die verschiedenen Kooperationsaktivitäten (siehe Kapitel 5.6 Welche Kooperationsaktivitäten bieten sich an?) steigern den Bekanntheitsgrad Ihrer Einrichtung auf dem Campus und ermöglichen es Ihnen, sich als potenziell interessanter Arbeitgeber zu präsentieren.
- » Wenn Studierende ihre positiven Erfahrungen mit Praktika, Studienarbeiten oder sonstigen Projekten mit ihren Kommilitonen teilen, hat dies ebenfalls positive Auswirkungen auf den Bekanntheitsgrad Ihrer Einrichtung und fördert Ihr Image als interessanter und attraktiver Arbeitgeber (siehe Kapitel 10.4.1.2 Employer-Branding-Kampagne DiCV Osnabrück Employer-Branding-Kampagne „Die Caritas zeigt Gesicht“).
- » Wenn Sie potenzielle neue Mitarbeiter*innen schon während ihres Studiums kennenlernen, können Sie deren zukünftige Arbeitsleistung besser einschätzen und beurteilen, ob der oder die Student*in zu Ihrer Einrichtung passt.
- » Der Kontakt zu Studierenden bietet die Möglichkeit, eine frühzeitige Bindung ebendieser an Ihrer Einrichtung zu fördern und führt dazu, dass sich die Studierenden für eine spätere Einstellung in Ihrer Einrichtung interessieren.
- » Durch einen realitätsnahen Einblick in die Arbeitswelt und die Tätigkeitsfelder in Ihrer Einrichtung (z.B. durch Praktika oder studentische Hilfskrafttätigkeiten) wecken Sie das Interesse der Studierenden an einer Tätigkeit in Ihrer Einrichtung.

- » Verschiedene Kooperationsaktivitäten bieten auch die Möglichkeit eines Austausches, der sowohl für Studierende als auch für Ihre Einrichtung gewinnbringend ist (z.B. können Studierende in Ihrer Abschlussarbeit eine für Sie interessante Themenstellung bearbeiten, von der Sie in Ihrer Einrichtung profitieren können).

Von der Zusammenarbeit mit Studierenden profitiert Ihre Einrichtung auf verschiedenste Weise. Die Arbeit mit Studierenden ist nicht nur eine gute Möglichkeit zur Nachwuchsgewinnung. Oft gewinnen Sie durch den Austausch mit Studierenden wertvolle Anregungen und innovative Ideen.

5.3 Welcher Nutzen ergibt sich für die Hochschule bzw. die Studierenden?

Hochschulkooperationen bieten Studierenden die Möglichkeit ...

- ... mit Unternehmensvertreter*innen ins Gespräch zu kommen und einen persönlichen Kontakt aufzubauen, von dem sie bei der späteren Jobsuche profitieren können.
- ... die Suche nach Praktikumsstellen und Praxiserfahrungen im Allgemeinen zu erleichtern.
- ... Studienarbeiten praxisnah im Unternehmen zu schreiben.
- ... ihre Berufsvorstellungen zu konkretisieren.

Hochschulen profitieren von Kooperationen mit Unternehmen dadurch, dass sie ...

- ... ihren Studierenden Praxiserfahrungen ermöglichen bzw. erleichtern.
- ... ihr Angebotsspektrum (z.B. durch Verabe von Lehraufträgen oder Projekten) erweitern und so ihre Attraktivität erhöhen.
- ... ihre Studierenden bei der Berufswahl unterstützen (z.B. durch Seminare von

²¹Achtenhagen/Wolff von der Sahl, 2013, S. 4f.

Unternehmensvertreter*innen).

bei Ihnen geschrieben haben)?

5.4 Voraussetzungen für eine Hochschulkooperation²²

Wenn Sie eine Hochschulkooperation eingehen und aktiv mit Studierenden in Kontakt treten möchten, sollten Sie sich im Vorfeld Gedanken dazu machen, ob Ihre Einrichtung die nötigen Voraussetzungen für eine solche Zusammenarbeit mitbringt. Sollte dies nicht der Fall sein, könnte sich die Zusammenarbeit mit einer Hochschule und ihren Studierenden negativ auf Ihr Image auswirken.

Stellen Sie sich deshalb folgende Fragen:

- » Sind Ihre Anforderungen an die Studierenden angemessen (weder über- noch unterfordernd) und mit deren aktuellem Kenntnisstand zu erfüllen?
- » Sind Sie in der Lage, eine professionelle Betreuung der Studierenden (z.B. bei der Betreuung von Studienarbeiten oder während eines Praktikums) zu gewährleisten?
- » Können Sie eine(n) zentrale(n) Ansprechpartner*in in Ihrer Einrichtung benennen, der/die für die Kooperation verantwortlich ist?
- » Können Sie sonstige erforderliche Ressourcen zur Verfügung stellen (z.B. einen Arbeitsplatz und einen Computer für Praktikant*innen, oder die Vorbereitung und Durchführung eines Gastvortrags)?
- » Sind Ihre Mitarbeiter*innen positiv gegenüber Studierenden eingestellt, die ein Praktikum in Ihrer Einrichtung absolvieren oder ihre Studienarbeit in Ihrer Einrichtung schreiben?
- » Sind Sie in der Lage, den Kontakt zu Studierenden im Anschluss an eine Tätigkeit in Ihrer Einrichtung zu halten (z.B. ehemalige Praktikant*innen, studentische Hilfskräfte oder Studierende, die ihre Studienarbeit

5.5 Wie gehe ich bei der Kontaktaufnahme vor?²³

Hochschulkooperationen zielen darauf ab, frühzeitig mit Studierenden in Kontakt zu treten und Nachwuchstalente im besten Fall für eine spätere Tätigkeit in Ihrer Einrichtung zu interessieren und zu gewinnen.

Bei der Kontaktaufnahme ist es wichtig, in einer möglichst frühen Phase des Studiums mit den Studierenden in Kontakt zu kommen, weil in dieser Phase die beruflichen Vorstellungen der Studierenden meist noch nicht ausgereift sind und Sie hier die Chance haben, den Orientierungsprozess zu beeinflussen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren.

Gehen Sie zudem gut vorbereitet und mit klaren Zielvorstellungen in die Gespräche mit der Hochschule bzw. den Studierenden.

Eine auf kontinuierliche Zusammenarbeit angelegte Kooperation hat außerdem einen größeren Effekt als einmalige Kooperationsaktivitäten.

5.5.1 Auswahl einer geeigneten Hochschule²⁴

Bei der Suche nach einer geeigneten Hochschule empfiehlt es sich, einige Kriterien zu beachten:

Studienrichtung: Welche Studiengänge sind für Sie interessant? Suchen Sie nach Hochschulen, die die für Sie interessantesten Studienrichtungen anbieten (siehe nachfolgende Liste).

Bestehende Kontakte: Wenn Sie oder Ihre Mitarbeiter*innen zum Beispiel aus Studienzei-

²²Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 5

²³Vgl. Oettinger, 2013, [online]

²⁴Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 6

ten noch Kontakte zu Hochschulen haben, können Sie diese bei der Suche nach einem Kooperationspartner nutzen.

Räumliche Nähe: Eine geringe räumliche Distanz zwischen Hochschule und Ihrer Einrichtung erleichtert die Kontaktaufnahme und die Beziehungspflege und gewährleistet auch, dass Studierende Sie gut erreichen können (z.B. wenn es darum geht, ein Praktikum in Ihrer Einrichtung zu absolvieren oder eine Studienarbeit bei Ihnen zu schreiben).

Unter www.hochschulkompass.de finden Sie ein Verzeichnis aller Hochschulen in Deutschland, in dem Sie nach Hochschulen in Ihrer Nähe suchen bzw. nach bestimmten Studiengängen filtern können.



Für das Bistum Osnabrück könnten unter anderem folgende Hochschulen interessant sein:

Studiengang	Abschluss	Ansprechpartner
Hochschule Osnabrück		
Soziale Arbeit	BA	Prof. Dr. Joachim Thönnessen Studiengangbeauftragter Raum: CF 0309 Telefon: 0541 969-3788 E-Mail: j.thoennessen@hs-osnabrueck.de
Soziale Arbeit: Lokale Gestaltung sozialer Teilhabe	MA	Prof. Dr. Stephan Maykus Studiengangbeauftragter Raum: CF 0325 Telefon: 0541 969-3543 E-Mail: s.maykus@hs-osnabrueck.de
Management in Nonprofit-Organisationen	MA	Mechthild Gerdes M.A. Studiengangkoordinatorin Raum: CH 0106 Telefon: 0541 969-3054 E-Mail: npo@hs-osnabrueck.de
Öffentliches Management	BA	Mechthild Gerdes M.A. Studiengangkoordinatorin Raum: CH 0106 Telefon: 0541 969-3054 E-Mail: oem@hs-osnabrueck.de
Pflege (dual)	BA	Prof. Dr. Benjamin Kühme Studiengangbeauftragter Raum: CF 0009B Telefon: 0541 969-3798 E-Mail: b.kuehme@hs-osnabrueck.de
Pflegemanagement (berufsbegleitend)	BA	Prof. Dr. Winfried Zapp Studiengangbeauftragter Raum: CF 0310 Telefon: 0541 969-3003 E-Mail: w.zapp@hs-osnabrueck.de
Pflegewissenschaft (berufsbegleitend)	BA	Prof. Dr. Elke Hotze Studiengangbeauftragte Raum: CF 0016 Telefon: 0541 969-3174 E-Mail: e.hotze@hs-osnabrueck.de

Betriebswirtschaft im Gesundheitswesen	BA	Prof. Dr. Julia Oswald Studiengangbeauftragte Raum: CF 0008B Telefon: 0541 969-7274 E-Mail: j.oswald@hs-osnabrueck.de
Management in der Gesundheitsversorgung	MA	Prof. Dr. Ursula Eva Wiese Studiengangbeauftragte Raum: CF 0102 Telefon: 0541 969-3004 E-Mail: u.wiese@hs-osnabrueck.de
Betriebswirtschaft und Management	BA	Prof. Dr. Carsten Steinert Studiengangbeauftragter Raum: CN 0301 Telefon: 0541 969-3523 E-Mail: c.steinert@hs-osnabrueck.de
Ergotherapie, Logopädie, Physiotherapie	BA	Prof. (in Verw.) Dirk Möller Studiengangbeauftragter Raum: EA 0103 Telefon: 0541 969-3536 E-Mail: d.moeller@hs-osnabrueck.de
Universität Osnabrück		
Erziehungswissenschaft	BA / MA	Herr Christoph Sturm Telefon: 0541-9694784 E-Mail: wwwberat@uos.de
Katholische Theologie	BA	Frau Elisabeth Uebber Telefon: 0541-9694282 E-Mail: elisabeth.uebber@uni-onsnabrueck.de
Psychologie	BA	Herr Christopher Klanke Telefon: 0541-9694414 E-Mail: christopher.klanke@uni-osnabrueck.de
Sozialwissenschaften	BA	Herr Jens Pösse Telefon: 0541-9694528 E-Mail: jens.poesse@uni-osnabrueck.de
Soziologie	BA	Herr Jens Pösse Telefon: 0541-9694528 E-Mail: jens.poesse@uni-osnabrueck.de
Fachhochschule Münster		
Soziale Arbeit	BA / MA	Dekanat, FB Sozialwesen Tel: 0251 83-65701 Fax: 0251 83-65702 sozialwesen@fh-muenster.de
Soziale Arbeit und Forschung	MA	Dipl.-Päd. Magdalene Grosse-Fattorini Tel: 0251 83-65865 fattorini@fh-muenster.de
Sozialmanagement	MA	Antje Kasischke Tel: 0251 83-65808 kasischke@fh-muenster.de
Pflege (berufsbegleitend)	BA	Fachbereich Gesundheit gesundheit@fh-muenster.de

Pflege- und Gesundheitsmanagement	BA	Fachbereich Gesundheit gesundheit@fh-muenster.de
Management in Pflege- und Gesundheitseinrichtungen	MA	Dr. rer. nat. Meike Deiters Tel: 0251 83-65856 Meike.Deiters@fh-muenster.de
Katholische Hochschule Münster		
Soziale Arbeit	BA / MA	BA Prof. Dr. Brigitte Hasenjürgen E-Mail: b.hasenjuergen@katho-nrw.de Tel. 0251/41767-36 MA Eva Christina Stuckstätte E-Mail: ec.stuckstaette@katho-nrw.de Tel. 0251/41767-12
Heilpädagogik	BA / MA	BA Prof. Dr. Heinrich Greving h.greving@katho-nrw.de Tel. 0251/41767-31 MA Sabine Schäper E-Mail: s.schaeper@katho-nrw.de Tel. 0251/41767-29
Sozialmanagement	MA	Anja Mai E-Mail: a.mai@katho-nrw.de Tel. 0251/41767-47
Universität Münster		
Erziehungswissenschaften	BA / MA	BA Herr Janusz Wilden Institut für Erziehungswissenschaft Bispinghof 5/6, Raum C215 48143 Münster Tel.: (0251) 83-24229 wilden@uni-muenster.de MA Frau Dipl. Päd. Anna Bea Burghard, M.A. Institut für Erziehungswissenschaft Georgskommende 33, Raum C118 48143 Münster Tel.: (0251) 83-24277 annabea.burghard@uni-muenster.de
Psychologie	BA / MA	A / MA Herr Dipl.-Psych. Pascal Rickert Institut für Psychologie Fliegerstr. 21, Raum 22 (Hauptgebäude) 48149 Münster Tel.: +49 (0)251-83 34103 pascal.rickert@uni-muenster.de

Soziologie	BA / MA	BA / MA Frau Nina Wild, M.A. Institut für Soziologie Scharnhorststraße 121, Raum 516 48151 Münster Tel.: (0251) 83-23306 Fax: (0251) 83-29930 nina.wild@uni-muenster.de
Universität Vechta		
Gerontologie	BA / MA	Katja Rackow Raum R 229 Tel: 04441 15-736 E-Mail: katja.rackow@uni-vechta.de
Management sozialer Dienstleistungen	BA / MA	Reinhard Schulze Raum: T 308 Tel: 04441 15-268 E-Mail: reinhard.schulze@uni-vechta.de
Soziale Arbeit	BA / MA	BA Dipl.-Päd. Elisabeth Wulff Raum: R 140 Tel: 04441 15-259 E-Mail: elisabeth.wulff@uni-vechta.de
		MA Detlev Lindau-Bank Raum: R 144 Tel: 04441 15-532 E-Mail: detlev.lindau-bank@uni-vechta.de
Kindheitspädagogik	BA	Studiengangsleitung Prof. Dr. Edita Jung Tel: 04921/807-1232 E-Mail: edita.jung@hs-emden-leer.de
Soziale Arbeit	BA	Studiengangsleitung MSM, Dipl.-Soz.Arb./Soz.Päd. Carsten Bunk Tel.: 04921/807-1255 E-Mail: carsten.bunk@hs-emden-leer.de
Soziale Arbeit und Gesundheit im Kontext Sozialer Kohäsion	MA	Dipl.-Päd. Silke Jakobs Studien- und Forschungsschwerpunkt Soziale Kohäsion Tel.: 04921-807-1709 Fax: 04921-807-1251 sozialekohaesion@hs-emden-leer.de
Sozial- und Gesundheitsmanagement	BA	Prof. Dr. Kerstin Kamke Telefon (04921) 807-1231 Email kerstin.kamke(at)hs-emden-leer.de

Saxion Hogeschool Enschede		
Social Work (Teilzeit, deutsch)	BA	Christian Schwital Saxion University of Applied Sciences Academie Mens en Maatschappij M.H. Tromplaan 28 Postbus 70.000, 7500 KB Enschede T:+31 (0)53-724207 c.m.schwital@saxion.nl
Berufsakademie Melle		
Soziale Arbeit (dual)	BA	Katrin Grautmann Studiensekretariat Telefon: 05422 92299717 E-Mail: k.grautmann@ba-melle.de
Hochschule Bremen		
Soziale Arbeit	BA	Prof. Dr. Gabriele Schäfer Neustadtswall 30 28199 Bremen Telefon: 0421-59052821 E-Mail: Gabriele.Schafer@hs-bremen.de
Soziale Arbeit (dual)	BA	Herr Ingo Heidrich Neustadtswall 30 28199 Bremen Telefon: 0421-59052750 E-Mail: ingo.heidrich@hs-bremen.de
Praxisforschung und Innovation in der Sozialen Arbeit	MA	Prof. Dr. Christian Spatscheck Neustadtswall 30 28199 Bremen Telefon: 0421-59052762 E-Mail: Christian.sptscheck@hs-bremen.de
IUBH Bremen		
Soziale Arbeit	BA	Studienberatung Telefon: 0800-60016167 E-Mail: info@iubh-dualesstudium.de

Stand: 2019

5.5.2 Ansprache über die Hochschule²⁵

Je spezifischer die Tätigkeiten sind, die Studierende innerhalb der Kooperation übernehmen sollen, desto eher bietet es sich an, die Kontaktaufnahme direkt über die Hochschule anzugehen. Hier gibt es verschiedene Möglichkeiten, Studierende bestimmter Fachrichtungen zu erreichen:

- » Lehrstühle/Professor*innen: Sie können direkt Kontakt zu den jeweiligen Lehrstühlen aufnehmen und sich über Kooperationsmöglichkeiten austauschen. Insbesondere wenn es um Gastvorträge oder Studienarbeiten geht, sind Professor*innen die richtigen Ansprechpartner.
- » Karrierecenter (Career Center): Viele Hochschulen bieten inzwischen sogenannte Career Center an, welche zwischen Unternehmen und Studierenden bzw. Lehrstühlen vermitteln. Vor allem wenn Sie eine langfristige Zusammenarbeit mit einer Hochschule anstreben, sind diese Career Center als Ansprechpartner gut geeignet.
- » Fakultäten: Fakultäten sind der Zusammenschluss einzelner, zusammenhängender Wissenschaftsbereiche (z.B. Sozialwissenschaftliche Fakultät). Die Verwaltungsaufgaben für eine Fakultät übernimmt das Dekanat, welches für Sie als Ansprechpartner dienen kann. Insbesondere wenn es um Lehraufträge geht, ist die Absprache mit der jeweiligen Fakultät wichtig.
- » Studentische Initiativen: Mithilfe der Kontaktaufnahme über eine studentische Initiative (z.B. Fachschaften oder Vereine) können Sie unmittelbar – meist besonders motivierte und engagierte – Studierende erreichen.
- » Fördervereine: Der Beitritt in einen Förderverein führt in erster Linie zu einem Imagegewinn für Ihre Einrichtung. Im Rahmen einer Mitgliedschaft können Sie aber auch Praktikumsplätze für Studierende anbieten und auf diesem Wege mit Studierenden in Kontakt kommen.

In der Liste im vorherigen Kapitel finden Sie Ansprechpartner*innen möglicherweise relevanter Studiengänge in der Umgebung.

5.6 Welche Kooperationsaktivitäten bieten sich an?²⁶

Im Folgenden finden Sie einige Anregungen und Ideen für Kooperationsaktivitäten, die sich im Rahmen der Zusammenarbeit mit einer Hochschule anbieten.



Betreuung von Studienarbeiten²⁷

Durch die Betreuung einer Projekt- oder Abschlussarbeit haben Sie die Möglichkeit, Kontakte zu Nachwuchstalenten aufzubauen. Mithilfe einer solchen Kooperation zwischen Unternehmen und Student*in kann der Grundstein für eine längerfristige Zusammenarbeit im Anschluss an das Studium gelegt werden. Außerdem bringen Abschlussarbeiten oft einen Erkenntnisgewinn oder neue Impulse für das Unternehmen, mit denen positive Veränderungen initiiert werden können.

Wenn Studierende ihre (meist mehrwöchige oder mehrmonatige) Abschluss- oder Projektarbeit in einem Unternehmen schreiben, ist es Zielsetzung dieser Arbeit, eine Aufgabenstellung aus der Unternehmenspraxis zu bearbeiten. Sie können einen Themenvorschlag angeben, der dann gemeinsam mit dem/der Student*in und dem/der betreuenden Professor*in konkretisiert wird.

Der persönliche Kontakt zu den Studierenden findet eher unregelmäßig und nicht häufig

²⁵Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 12f.; Achtenhagen/Wolff von der Sahl, 2013, S. 7

²⁶Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 4

²⁷Vgl. IHK Arbeitsgemeinschaft Hessen, 2017, S. 12; Achtenhagen et al., 2012, S. 7

statt, da die Studierenden das Unternehmen nur aufsuchen, um Material für die Bearbeitung der Arbeit zu erhalten und nicht in den betrieblichen Alltag mit eingebunden werden. Um dennoch eine Beziehung aufzubauen und eine möglichst gute Betreuung zu gewährleisten, sollten Sie den Studierenden in jedem Fall einen festen Ansprechpartner zur Seite stellen, der bei Fragen jederzeit kontaktiert werden und Hilfestellungen geben kann. Außerdem müssen Sie den Studierenden die notwendigen betrieblichen Informationen zur Verfügung stellen und ihnen die Gelegenheit geben, die relevanten betrieblichen Prozesse zu begleiten. Des Weiteren sollten Studierende die Möglichkeit bekommen, Feedback einzuholen und Anregungen zu erhalten.

Eine zusätzliche Möglichkeit, um den persönlichen Kontakt auszubauen ist es, die Betreuung einer Arbeit mit einem Praktikum zu verbinden, in welchem die Studierenden Ihre Einrichtung und die Arbeitsabläufe kennenlernen können.

Die Vergabe von Studienarbeiten ist mit einem gewissen Betreuungsaufwand verbunden.

Die Qualität der Betreuung durch Ihre Einrichtung ist maßgeblich für die Chance auf eine spätere berufliche Zusammenarbeit mit den Nachwuchstalente. Bei unzureichender Betreuung der Studierenden besteht die Gefahr der Image-Einbuße für Ihre Einrichtung.

Wenn die Betreuung seitens der Einrichtung von dem/der Student*in als positiv empfunden wird und der/die Student*in einen positiven Eindruck hinterlässt, stehen die Chancen für eine Zusammenarbeit nach dem Studium gut. Das Verfassen einer Studienarbeit ist häufig der erste Schritt zu einer langfristigen Zusammenarbeit zwischen Student*in und Unternehmen.

Wenn Sie Interesse an der Betreuung einer wissenschaftlichen Arbeit haben und Themenvorschläge anbieten möchten, können Sie hierzu die folgenden aufgeführten Bachelor-/Masterarbeitsbörsen nutzen:

Caritasinterne Bachelor- und Masterarbeitsbörse

Sie haben die Möglichkeit, Themenvorschläge für Abschlussarbeiten auf der Homepage des Caritasverbandes für die Diözese Osnabrück zu präsentieren.

Zu finden ist die Bachelor- und Masterarbeitsbörse unter:

www.caritas-os.de/abschlussarbeiten

Hier werden die verschiedenen Bereiche, in denen eine Abschlussarbeit verfasst werden kann, kurz vorgestellt und die von den Einrichtungen eingereichten Themenvorschläge präsentiert. Ebenso haben hier Studierende die Möglichkeit, eigene Themenvorschläge einzubringen.

Die Bekanntmachung und das Bewerben der Bachelor- und Masterarbeitsbörse wird durch den Fachbereich Personalmanagement/-entwicklung sichergestellt.

Unter „Arbeitshilfen“ finden Sie ein Formular, mithilfe dessen Sie Ihre Themenvorschläge ausformulieren und an den Fachbereich Personalmanagement/-entwicklung weitergeben können. Nach Prüfung des Formulars werden dann Ihre Themenvorschläge online gestellt und interessierten Studierenden auf der Homepage des DiCV zugänglich gemacht. Wenn sich Studierende für Ihre Vorschläge interessieren, wird der Fachbereich Personalmanagement/-entwicklung den Kontakt herstellen.

Praxiko

Praxiko ist das Stellenportal der Hochschule Osnabrück, welches Unternehmen nutzen können, um Praktika, Abschluss- oder Projektarbeiten und Stellen lokal anzubieten. Hierbei können Sie angeben, welche Fachrichtungen für Ihre Einrichtung interessant sind, sodass eine gezielte Ansprache der Studierenden möglich ist. Außerdem können Sie ein Unternehmensprofil anlegen, um sich den Studierenden als Arbeitgeber zu präsentieren.

Sie erreichen das Stellenportal unter www.hs-osnabrueck.de/de/praxiko/



Praktika für Studierende²⁸

Praktika sind für Studierende ein wichtiges Instrument zur beruflichen Orientierung. Viele Studienordnungen schreiben ein Praktikum oder sogar ein Praxissemester vor, oft absolvieren Student*innen aber auch ein freiwilliges Praktikum.

Für Studierende ermöglichen Praktika einerseits die Erweiterung des in der Hochschule erlernten theoretischen Wissens durch praktische Erfahrungen, andererseits aber auch die Kontaktaufnahme zu interessanten potenziellen zukünftigen Arbeitgebern. Für Ihre Einrichtung bieten Praktika die Chance, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und potenzielle zukünftige Mitarbeiter*innen bereits während deren Ausbildung kennenzulernen und für eine eventuelle spätere Anstellung in Ihrer Einrichtung zu gewinnen. Zudem können Sie während eines Praktikums von der Arbeitsleistung der Studierenden profitieren.

In Kapitel 6. Praktikum finden Sie ausführliche Informationen zum Thema Praktikum, die Sie als Orientierung nutzen können.

Wenn Sie Praktika vergeben möchten, können Sie Ihre freien Praktikumsplätze auf Praktikumsbörsen im Internet einstellen. Eine Auswahl an geeigneten Börsen finden Sie in Kapitel 6.3 Praktikumsbörsen.

Studentische Hilfskrafttätigkeiten²⁹

Studentische Hilfskräfte können in Teilzeit für einen längeren Zeitraum in Ihrer Einrichtung beschäftigt werden. Die Anstellung von Studierenden als studentische Hilfskräfte bietet sich vor allem an, wenn sich einzelne Aufgabengebiete in Ihrer Einrichtung isolieren lassen oder Tätigkeiten regelmäßig anfallen. Diese Aufgaben können dann von den Studierenden übernommen werden.

Bedenken Sie, dass auch studentische Hilfskräfte einen gewissen Betreuungsaufwand erfordern, dass ein Arbeitsplatz mit allen notwendigen Arbeitsmitteln zur Verfügung gestellt werden muss, dass finanzieller Aufwand durch Entlohnungskosten entsteht und dass Ihre Einrichtung bei mangelnder Betreuung Image-Einbuße zu erwarten hat.

Praktika sind eine gute Möglichkeit, mit Nachwuchstalenten in Kontakt zu kommen und diese für eine spätere Anstellung zu gewinnen. Nutzen Sie diese Chance – aber bedenken Sie, dass ein Praktikum Ihrerseits Engagement und Zeit erfordert und Studierende anders gefordert werden müssen als Schülerpraktikant*innen! Möglichkeiten³⁰, Ihre Angebote (z.B. für Praktika, Abschlussarbeiten oder studentische Hilfskrafttätigkeiten) zu veröffentlichen, sind Aushänge in der Hochschule („schwarzes Brett“ oder Schaukästen der jeweiligen Fakultät) und die Nutzung der Hochschulmedien (Anzeigen oder Artikel in Fachschafts- oder Hochschulzeitschriften, Hochschul-Internetauftritten, Flyer etc.). Bei sämtlichen Veröffentlichungen sollten Sie auf eine qualitativ hochwertige Aufmachung Ihrer Inhalte achten!

Hochschul-/Firmenkontaktmessen³¹

Durch den Auftritt auf einer Hochschulmesse können Sie mit Studierenden ins Gespräch kommen und im besten Fall qualifizierte Nachwuchskräfte für Ihre Einrichtung finden. Sie haben die Möglichkeit, Studierende für ein Praktikum, eine studentische Hilfskrafttätigkeit, eine Abschlussarbeit oder als zukünftige Mitarbeiter*innen zu gewinnen.

Sie sollten Ihre Einrichtung professionell präsentieren und Ihren Messestand ansprechend gestalten. Nur so erreichen Sie eine positive Außenwirkung und können Ihr Image als Arbeitgeber positiv beeinflussen. Es empfiehlt sich, dass verschiedene Repräsentant*innen Ihrer Einrichtung (z.B. Führungskräfte, junge Mitarbeiter*innen, Personalverantwortliche etc.) Ihren Messestand betreuen.

Oft werden diese Messen von den Hochschulen selbst organisiert, sodass es einen Ansprechpartner an der Hochschule gibt, mit dem Sie sich in Verbindung setzen können.

²⁸Vgl. IHK Arbeitsgemeinschaft Hessen, 2017, S. 10; Achtenhagen/Wolff von der Sahl, 2013, S. 4

²⁹Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 7; Achtenhagen/Wolff von der Sahl, 2013, S. 6

³⁰Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 10f.

³¹Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 11, S. 15

Im Folgenden finden Sie einige Beispiele für Hochschulmessen und ähnliche Veranstaltungen, um mit Studierenden in Kontakt zu treten. Diese Aufzählung umfasst allerdings nur einzelne bekannte Beispiele – darüber hinaus gibt es noch zahlreiche weitere Messen, die für Ihre Einrichtung interessant sein könnten.

Ein professioneller Messestand kann beim Fachbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, DiCV-Geschäftsstelle am Knappsbrink 58, 49080 Osnabrück, ausgeliehen werden.

„Praxismarkt Soziale Arbeit“ der Hochschule Osnabrück

Der Studiengang Soziale Arbeit der Hochschule Osnabrück organisiert am Ende eines jeden Jahres den „Praxismarkt Soziale Arbeit“. An diesem Tag stellen hauptsächlich die Studierenden des dritten Semesters die Einrichtungen und Organisationen vor, in denen sie ihr Pflichtpraktikum absolviert haben. Gemeinsam mit Vertreter*innen der Praktikumsinstitutionen beantworten die Studierenden die Fragen der Studierenden des ersten Semesters. Diese haben die Möglichkeit, sich im Rahmen des Praxismarktes über mögliche Praktikumsinstitutionen zu informieren. Die Organisationen und Einrichtungen können sich auf dem Praxismarkt als attraktiver und potenzieller Arbeitgeber vorstellen und ihren Bekanntheitsgrad bei den Studierenden erhöhen.

Aber auch Einrichtungen, die zum ersten Mal Kooperationspartner für Pflichtpraktika sein möchten, können sich auf dem Praxismarkt vorstellen und diese Veranstaltung nutzen, um Praktikant*innen für sich zu gewinnen.

Auch die Hochschule Emden/Leer bietet einen Praxismarkt „Soziale Arbeit und Gesundheit“ an. Infos hierzu finden Sie unter: <https://www.hs-empden-leer.de/fachbereiche/soziale-arbeit-und-gesundheit/praxismarkt/>

Job-Achse Karrieretag der Hochschule Emden/Leer

Am 13.11.2019 veranstaltet die Hochschule Emden/Leer den sogenannten „Job-Achse Karrieretag“. Der Caritasverband Emsland nimmt an diesem Event teil und hat dadurch die Chance, interessante Bewerber*innen kennenzulernen und Karrieremöglichkeiten aufzuzeigen. Im Rahmen dieses Karrieretages soll es darum gehen, Praktika, Traineestellen, Jobangebote und Studentenjobs anzubieten und darüber hinaus Studierende für eine Kooperation im Zusammenhang mit der Erstellung einer Bachelor- oder Masterarbeit zu gewinnen. Außerdem zielt dieser Karrieretag auch darauf ab, in den Lehrenden mögliche Kooperationspartner für Hochschulkooperationen zu finden.

An der Hochschule/Emden Leer studieren etwa 4.700 Studierende in den Fachbereichen Wirtschaft, Technik (Elektrotechnik & Informatik, Maschinenbau und Naturwissenschaft), Soziale Arbeit & Gesundheit sowie Seefahrt und Maritime Wissenschaften.

Weitere Informationen erhalten Sie unter <https://info.emsachse.de/aktuelles/job-achse-karrieretag/jakt-empden.html>



Jobmesse Deutschland

Die „Jobmesse Deutschland“ findet jährlich an zahlreichen Standorten – unter anderem in Osnabrück und im Emsland (Lingen) – statt. Zahlreiche Aussteller zeigen Karrieremöglichkeiten sowohl in den Bereichen Ausbildung und Studium als auch Möglichkeiten des Jobeinstiegs oder -wechsels auf. Im Internet unter <https://www.jobmessen.de/> finden Sie ausführliche Informationen zu Standorten und Terminen sowie wichtige Hinweise für interessierte Arbeitgeber.



Übernahme von Lehrveranstaltungen bzw. Gastvorträgen³²

Die Übernahme von Lehraufträgen bedeutet für Sie einen regelmäßigen Zeitaufwand über einen längeren Zeitraum (i.d.R. ein Semester). In Absprache mit der jeweiligen Fakultät können Sie entweder eine Vorlesungsreihe anbieten oder mit einer kleineren Anzahl von Studierenden ein Seminar oder einen Workshop durchführen. Durch die Arbeit mit den Studierenden erhöhen Sie den Bekanntheitsgrad Ihrer Einrichtung, lernen (einige) Studierende persönlich kennen und können vom Wissensaustausch und der Diskussion mit ebendiesen profitieren.

Die Übernahme von Gastvorträgen ist dagegen mit weniger Aufwand verbunden, da Sie nur eine einmalige Veranstaltung planen und abhalten. Gastvorträge bieten die Chance, aus Ihrer unternehmerischen Praxis zu berichten und dabei Ihre Einrichtung einer gewissen Anzahl an Studierenden vorzustellen und bekannt zu machen.

In jedem Fall sollten Sie sicherstellen, dass der/die Dozent*in, der/die Ihre Einrichtung vor den Studierenden repräsentiert, entsprechende rhetorische Kompetenzen besitzt und in der Lage ist, den Vortrag/das Seminar/die Vorlesung interessant zu gestalten. Andernfalls kann der gewünschte positive Effekt ins Gegenteil umschlagen und Ihrem Image schaden.

Stipendien- oder Preisvergabe³³

Die Vergabe von Stipendien oder Preisen fördert herausragende Leistungen von Studierenden finanziell. Diese beiden Instrumente bieten für Sie als Arbeitgeber die Möglichkeit, vielversprechende Student*innen kennenzulernen und eine Bindung an Ihr Unternehmen aufzubauen. Außerdem haben Stipendien- und Preisvergaben eine positive Außenwirkung und bieten somit die Möglichkeit, den Bekanntheitsgrad Ihrer Einrichtung und Ihr Image als Arbeitgeber zu steigern. Auch die Weiterempfehlung durch die Studierenden hat positiven Einfluss auf die Bekanntheit und das Image Ihrer Einrichtung.

Wenn Sie Stipendien oder Preise vergeben, sollten Sie neben der finanziellen Förderung der Studierenden auch versuchen, eine

Bindung zu ebendiesen aufzubauen. Hierfür bieten sich verschiedene Möglichkeiten an. Sie können bei gemeinsamen Treffen beispielsweise über die Berufsvorstellungen der Studierenden und die Karrieremöglichkeiten in Ihrer Einrichtung sprechen und beurteilen, ob eine zukünftige berufliche Zusammenarbeit möglich ist. Bewährt hat sich, die Studierenden auch zu Veranstaltungen in Ihrer Einrichtung einzuladen, ihnen einen Mitarbeiter*innen als Mentor*in zur Seite stellen oder Praktika anzubieten. Nach Abschluss der Förderung empfiehlt es sich, mit den Studierenden in Kontakt zu bleiben und die persönliche Bindung zu halten.

Im Folgenden sind beispielhaft einige Stipendien bzw. Preise angeführt, die zur Förderung vielversprechender Student*innen geeignet sind:

StudyUp-Award

Der StudyUp-Award wird an der Hochschule Osnabrück für hervorragende Leistungen verliehen. Die Preise werden von Unternehmen, Organisationen, Verbänden und Stiftungen in verschiedenen Kategorien vergeben. Geehrt werden herausragende Bachelor- und Masterarbeiten, hervorragende Studienleistungen und Studierende, die sich sozial für studentische Belange interessieren. Über die Höhe des Preisgeldes können die Stifter selbst entscheiden.

Auch der Caritasverband für die Diözese Osnabrück e.V. engagiert sich als Preisstifter und hat 2017 beispielsweise einen StudyUp-Award im Themenbereich der Altenhilfe bzw. Altenpflege an zwei Studentinnen der Sozialwissenschaften vergeben.

Nähere Infos finden Sie auch im Internet unter: <https://www.caritas-os.de/karriere/studium/study-up-award/study-up-award>



³²Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 9, S. 15

³³Vgl. Achtenhagen et al., 2012, S. 8

Deutschlandstipendium

Das Deutschlandstipendium ist ein stark nachgefragtes, niederschwelliges Instrument zur Förderung von Studierenden. Für Förderer bietet die Vergabe von Deutschlandstipendien die Möglichkeit, Employer Branding zu betreiben und mit Studierenden in Kontakt zu treten. Die Stipendiat*innen erhalten eine monatliche Förderung in Höhe von derzeit 300.-€, von denen der Förderer und der Bund jeweils die Hälfte tragen. Die organisatorische Abwicklung erfolgt über die Hochschulförderung der jeweiligen Hochschule.

Hanna Braun, Stipendiatin des Caritasverbandes im Jahr 2018/2019, wird in einer Pressemitteilung wie folgt zitiert:

„Das Deutschlandstipendium hilft mir sehr, mich auf das Studium zu konzentrieren

und zudem für gemeinnützige Zwecke wie der Nachhaltigkeitsinitiative NEO zu engagieren.“

Dominik Thiering (Fachbereich Personalmanagement/-entwicklung) vom DiCV betont:

„Uns freut es, dass wir als Caritas mit dem Deutschlandstipendium leistungsstarke

und engagierte junge Menschen fördern können und zudem unsere Sichtbarkeit als attraktiver Arbeitgeber steigern können.“

Nähere Infos finden Sie auch im Internet unter: <https://www.caritas-os.de/karriere/stipendien/deutschlandstipendium/deutschlandstipendium-ii>



Fördergesellschaft der Hochschule Osnabrück e.V.

Die Fördergesellschaft der Hochschule Osnabrück hat sich zum Ziel gesetzt, Lehre und Forschung ideell und materiell zu fördern und den Dialog zwischen der Hochschule und ihren Studierenden und Vertretern der Wirtschaft (u.a. Ehemalige der Hochschule) zu intensivieren. In diesem Zusammenhang fördert sie Projekte, vergibt Stipendien und prämiiert herausragende studentische Leistungen. Als Mitglied der Fördergesellschaft fördert der Caritasverband für die Diözese Osnabrück e.V. unter anderem das Deutschlandstipendium, Deutschkurse für Geflüchtete und Reisekostenstipendien für Studierende aus Schwellen- und Entwicklungsländern.

Sponsoring

Sponsoring ist ein Instrument, das Ihnen die Möglichkeit bietet, Ihre Einrichtung unterschwellig öffentlichkeitswirksam zu präsentieren. Die durch Sponsoringaktivitäten erzeugte positive Außenwirkung kann dazu beitragen, dass der Bekanntheitsgrad Ihrer Einrichtung bei den Studierenden zunimmt und Sie als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden. So kann beispielsweise die Vergabe von studentischen Praktika oder Studienarbeiten erleichtert werden.

Projekt „Neustart“

Das Projekt „Neustart“ der Hochschule Osnabrück möchte Studierenden, die mit Lernblockaden zu kämpfen haben, das Studienfach wechseln oder das Studium abbrechen müssen oder möchten, unterstützen und einen Lösungsweg aufzeigen. In einem persönlichen Gespräch wird nach individuellen Lösungsmöglichkeiten und einem „Plan B“ gesucht. Studierende, die ihr Studium abbrechen möchten, werden zu Beschäftigungsmöglichkeiten in Unternehmen beraten und erhalten die Möglichkeit, direkt mit Arbeitgebern aus dem Unternehmenspool des Projektes in Kontakt zu treten.

Für Ihre Einrichtung bietet das Projekt „Neustart“ die Chance, Studienabbrecher*innen als Fachkräftenachwuchs zu gewinnen und von deren theoretischen (und praktischen) Kenntnissen zu profitieren.

6. Praktikum

6.1 Das Wichtigste auf einen Blick

Praktika sind eine große Chance, frühzeitig mit Nachwuchstalenten in Kontakt zu kommen und diese für sich zu gewinnen.

Es gibt verschiedenste Arten von Praktika, die alle unterschiedliche Charakteristika aufweisen und spezifische rechtliche und versicherungsrechtliche Vorgaben mit sich bringen

Bei Praktika kommt es auf drei Erfolgsfaktoren an:

- » Motivation der Praktikant*innen
- » Fachliches Interesse des/der Praktikant*in und
- » eine gute Betreuung durch die Einrichtung!

Damit Sie eine gute Betreuung des/der Praktikant*in gewährleisten können und das Praktikum reibungslos ablaufen kann, sollten Sie ein Praktikum im Voraus gut organisieren und sinnvoll gestalten:

Vorbereitung

- » Machen Sie sich im Vorfeld Gedanken darüber, welche Art von Praktikum sinnvoll ist und welche Zielgruppe erreicht werden soll.
- » Laden Sie Bewerber*innen zu einem Kennenlerngespräch ein, in dessen Rahmen Sie seine/ ihre Erwartungen, Ziele und Motivation erfragen und eine erste Einschätzung vornehmen können.
- » Legen Sie eine(n) feste(n) Ansprechpartner*in fest. Nur so kann eine gute Betreuung des/der Praktikant*in gewährleistet werden. Diese Betreuungsperson repräsentiert Ihre Einrichtung und sollte deshalb bestenfalls Erfahrung und vor allem Spaß an der Arbeit mit Schüler*innen bzw. Studierenden haben und die erforderlichen fachlichen und persönlichen Qualifikationen mitbringen.
- » Erstellen Sie einen Praktikumsplan mit einem detaillierten Zeitplan, den verschiedenen Bereichen, die der/die Praktikant*in kennenlernen soll und den Aufgaben, die er/sie übernehmen wird. Achten Sie darauf, dass der/die Praktikant*in sich aktiv mit einbringen kann, abwechslungsreiche Aufgaben zugeteilt bekommt und einen realistischen Einblick in die Tätigkeitsfelder in Ihrer Einrichtung erhält.

Durchführung

- » Zur Einführung bietet sich ein persönliches Gespräch zwischen Praktikant*in und der Betreuungsperson an, in dem ein näheres Kennenlernen erfolgen und die Einrichtung, Arbeitsabläufe und weitere wichtige Aspekte kurz vorgestellt werden können.
- » Im Anschluss daran bietet sich ein Rundgang durch die Einrichtung an, in dessen Rahmen der/die Praktikant*in den Mitarbeiter*innen vorgestellt werden sollte.
- » Allgemein sind vier Kriterien zu beachten, die bei der Wahrnehmung und Bewertung des Praktikums durch den/die Praktikant*in eine Rolle spielen:

Betriebsklima: Der Umgang miteinander ist für den/die Praktikant*in ein wichtiger Indikator dafür, wie der spätere Berufsalltag in Ihrer Einrichtung aussehen wird.

Mitarbeitermotivation: Nur, wenn Ihre Mitarbeiter*innen motiviert und zufrieden sind, kann der/die Praktikant*in positive Eindrücke sammeln.

Wertschätzung: Nehmen Sie den/die Praktikant*in ernst und gehen Sie auf seine/ihre Anregung ein.

Lernerfolg: Praktikant*innen möchten in einem Praktikum etwas dazu lernen und ihre Kenntnisse und Fähigkeiten erweitern. Ermöglichen Sie ihren Praktikant*innen einen realitätsnahen Einblick in die Tätigkeiten in Ihrer Einrichtung. Nur so unterstützen Sie die talentierten Menschen in ihrem Berufsorientierungsprozess.

Nachbereitung

- » Abschlussbewertung: Bewerten Sie sich gegenseitig! Bitten Sie den/die Praktikant*in, einen Reflexionsbogen auszufüllen und geben Sie selbst konstruktives Feedback. Außerdem haben Praktikant*innen in jedem Fall Anspruch auf ein einfaches, teilweise auch auf ein qualifiziertes Praktikumszeugnis.
- » Abschlussgespräch: Setzen Sie sich mit dem/der Praktikant*in zusammen und sprechen Sie über den Verlauf des Praktikums und darüber, was besonders gut lief und was noch verbesserungswürdig ist.
- » Kontakt halten: Bleiben Sie unbedingt mit Praktikant*innen in Kontakt, die einen guten Eindruck hinterlassen haben. Laden Sie sie zu Betriebsfeiern oder Tagen der offenen Tür ein, bieten Sie ihnen Ferienjobs oder freie (Ausbildungs-)Stellen an und informieren Sie sie über aktuelle Entwicklungen in Ihrer Einrichtung.

Eine durchdachte Planung und Gestaltung und die Sicherstellung einer guten Betreuung seitens Ihrer Einrichtung sind entscheidend für den Erfolg eines Praktikums.

Sorgen Sie für ein interessantes Praktikum!

Nutzen Sie Praktika als Chance, erfolgreiches Azubimarketing zu betreiben! Bevor Sie einen Praktikumsplatz anbieten oder vergeben, müssen Sie sich ernsthaft fragen, ob Sie ausreichend Zeit und Engagement aufbringen können, um ein sinnvolles und gutes Praktikum zu planen und zu begleiten. Denn: ein schlecht geplantes und ablaufendes Praktikum führt auf beiden Seiten zu Unzufriedenheit und hat negativere Folgen als ein nicht durchgeführtes Praktikum.

6.2 Wie finde ich Praktikant*innen?

Wenn Sie freie Praktikumsplätze zu vergeben haben, gibt es verschiedene Möglichkeiten, Praktikant*innen zu werben.

- » Aushänge: Informieren Sie Schulen und Hochschulen über freie Praktikumsplätze. Sie können Ihre freien Stellen in Printform am Schwarzen Brett der (Hoch-)Schule präsentieren und so auf sich aufmerksam machen.
- » Berufsorientierungs- bzw. Bildungsmessen: Sie können Ihre Einrichtung auf Messen für Schüler*innen bzw. Studierende und Absolvent*innen präsentieren, Kontakte zu Nachwuchs knüpfen und in diesem Rahmen auf Praktikumsstellen aufmerksam machen.



- » Schulen: Wenn Sie eine Kooperation mit einer Schule eingehen, können Sie in der Kooperationsvereinbarung ein festes Kontingent an Praktikumsstellen vereinbaren, die Ihre Einrichtungen den Schüler*innen der betreffenden Schule zur Verfügung stellt. Die Jugendlichen werden dann durch die Schule über die freien Plätze bei Ihnen informiert und können sich bei Interesse bei Ihnen melden bzw. bewerben.
- » Mitarbeiter*innen: Wenn Ihre Mitarbeiter*innen im Familien- oder Freundeskreis Schüler*innen bzw. Studierende haben, die an einem Praktikumsplatz interessiert sind, können Ihre Mitarbeiter diese potenziellen Mitarbeiter*innen zu einer Kontaktaufnahme bewegen und/oder eine Bewerbung initiieren.
- » Online: Zum einen können Sie auf Ihrer Homepage freie Praktikumsplätze anbieten. Zum anderen – und hierbei ist die Reichweite deutlich höher – können Sie freie Stellen auch auf Job- bzw. Praktikumsbörsen anbieten. In Kapitel 6.3 Praktikumsbörsen erhalten Sie sämtliche Informationen zur Praktikumsbörse caritaspraktikum – deren Nutzung seitens des DiCV empfohlen wird – und weiteren Angeboten, die Sie zur Veröffentlichung von Praktikumsplätzen nutzen können. Außerdem können Sie Ihre Social Media-Auftritte dafür nutzen, um auf freie Stellen aufmerksam zu machen (siehe hierzu auch Kapitel 3.2 Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zur jeweiligen Zielgruppe). In jedem Fall ist es aber zu empfehlen, dass Sie auf Ihrer Homepage auf die Möglichkeit eines Praktikums in Ihrer Einrichtung hinweisen.

6.3 Praktikumsbörsen



caritaspraktikum.de

Die Praktikumsbörse www.caritaspraktikum.de bietet den Diözesan-Caritasverbänden Osnabrück und Hildesheim und dem Landes-Caritasverband für Oldenburg die Möglichkeit, Praktikumsplätze anzubieten.

Interessierte Schüler*innen und Studierende können mithilfe dieses Angebots selektieren, an welchen Bereichen Sie interessiert sind, an welchem Ort sie am liebsten eingesetzt werden würden und welchen Zeitraum ihr mögliches Praktikum umfassen soll (hier ist eine Auswahl zwischen 6-Monats-Praktika, Wochenpraktika und Schnupperpraktika möglich). Im Anschluss an die Eingabe in die entsprechenden Felder werden den Interessierten alle Praktika, auf die die angegebenen Kriterien zutreffen, angezeigt.

Wenn Sie als Arbeitgeber Ihre freien Praktikumsstellen auf dieser Homepage einstellen wollen, müssen Sie sich zunächst einen Account anlegen und können im Anschluss daran mit der Eingabe Ihrer Anzeigen beginnen. Diese können auch im Nachhinein noch bearbeitet werden.

Ansprechpartner für Fragen im Zusammenhang mit dieser Praktikumsbörse sind die Personalabteilungen der jeweiligen Caritasverbände.



binkos.de

www.binkos.de ist eine Plattform für Berufsorientierung und Praktikumsuche in der Region Osnabrück. Hier haben Sie die Möglichkeit, Ihre freien Praktikumsplätze zu veröffentlichen und Praktikant*innen zu finden.

Die Initiatoren der Plattform wollen erreichen, dass sämtliche Angebote für Schüler*innen in der Region Osnabrück an einem Ort gebündelt werden und die Suche nach einem Ausbildungs- bzw. Praktikumsplatz erleichtert wird.



Das Anmeldeformular finden Sie unter https://www.landkreis-osnabrueck.de/sites/default/files/pdf-to-image/binkos_flyer_2014_web.pdf

Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit

Unter jobboerse.arbeitsagentur.de/ finden Sie das Stellenportal der Bundesagentur für Arbeit, welches Sie ebenfalls nutzen können, um freie Praktikumsstellen anzubieten.



6.4 Wie plane und gestalte ich ein Praktikum?³⁴

Mithilfe von Praktika haben Sie die Möglichkeit, potenzielle Auszubildende oder Mitarbeiter*innen kennenzulernen und dahingehend zu bewerten, ob sie zu Ihrer Einrichtung passen und die nötigen Voraussetzungen für die Arbeit in Ihrer Einrichtung mitbringen. Diese Chance sollten Sie sich nicht entgehen lassen – denn: wann hat man sonst die Möglichkeit, einen talentierten Menschen über mehrere Wochen kennenzulernen, vielversprechende Talente zu entdecken und im besten Fall für sich zu gewinnen? Den Schüler*innen bzw. Studierenden ermöglichen Sie wertvolle Praxiseinblicke und tragen zur Berufsorientierung der Schüler*innen bzw. Studierenden bei.

Für ein erfolgreiches Praktikum gibt es drei Erfolgsfaktoren: Die Motivation des/der Praktikant*in, dessen/deren fachliches Interesse und eine gute Betreuung durch das Unternehmen. Sie sollten ein Praktikum deshalb unbedingt im Voraus planen und abwechslungsreich, interessant und sinnvoll gestalten sowie eine gute Betreuung des/der Praktikant*in gewährleisten.

In den folgenden Abschnitten finden Sie einige Voraussetzungen, die notwendig sind, damit beide Seiten von einem Praktikum profitieren können.



6.4.1 Vorbereitung

Praktikum anbieten

Bevor Sie eine freie Praktikumsstelle ausschreiben oder Anfragen zu Praktika beantworten, ist es wichtig, sich im Vorfeld einige Gedanken zu machen:

- » Zielgruppe festlegen: Überlegen Sie sich im Vorfeld, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten – Schüler*innen oder Studierende? Welcher Schulform bzw. Studienrichtung?
- » Art des Praktikums: Sind in Ihrer Einrichtung Blockpraktika oder eher regelmäßige Praxistage sinnvoller?
- » Zeitraum: Über welchen Zeitraum wollen Sie ein Praktikum anbieten?
- » Ziel: Überlegen Sie sich, was genau Praktikant*innen vermittelt werden kann. Was kann ein junger Mensch bei Ihnen lernen?
- » Aufwand: Haben Sie überhaupt ausreichende Ressourcen zur Verfügung, um ein Praktikum durchzuführen und eine gute Betreuung zu gewährleisten? Machen Sie sich bewusst, dass die Planung und Durchführung eines Praktikums durchaus Aufwand mit sich bringt.
- » Aufgaben: Welche konkreten Aufgaben können Praktikant*innen bei Ihnen übernehmen? Ist es möglich, einen realistischen Einblick in die Tätigkeiten in Ihrer Einrichtung zu gewähren? In welchen Bereichen können Praktikant*innen eingesetzt werden?

Wenn Sie diese Vorüberlegungen getätigt haben, können Sie sich mit ihren konkretisierten Vorstellungen daran machen, geeignete Praktikant*innen zu finden (Näheres hierzu finden Sie in Kapitel 6.2 Wie finde ich Praktikant*innen?).

³⁴Vgl. IHK Arbeitsgemeinschaft Hessen, 2017, S. 5, 7, 21ff.; Landratsamt Mittelsachsen, 2012, S. 7f., 16

Kennenlerngespräch

Auch bei Praktika bieten sich Gespräche an, um die potenziellen Praktikant*innen und Praktikantinnen näher kennenzulernen, ihre Motive, Ziele, Erwartungen, Vorstellungen und Zukunftspläne zu erfragen und eine erste Einschätzung ihrer Kompetenzen vorzunehmen.

Solche Gespräche dienen aber nicht nur dazu, dass Sie die potenziellen Praktikant*innen kennenlernen, sondern auch dazu, dass Sie Ihre Einrichtung vorstellen. In diesem Zusammenhang können Sie beispielsweise auch eine Infobroschüre mit den wichtigsten Informationen über Ihre Einrichtung ausgeben.

Ansprechpartner*in

Für die gesamte Dauer des Praktikums muss ein(e) feste(r) Ansprechpartner*in festgelegt werden, der/die für die Betreuung zuständig ist und bei Fragen und eventuell auftretenden Problemen zur Verfügung steht. Die Betreuungsperson muss fachlich, aber vor allem auch persönlich geeignet sein und Freude an der Arbeit mit Schüler*innen bzw. Studierenden haben, damit Ihre Einrichtung gegenüber Praktikant*innen bestmöglich vertreten wird und sie eine optimale Betreuung erfahren.

Zu den Aufgaben der Betreuungsperson gehören insbesondere:

- » Information: Die Betreuungsperson muss Praktikant*innen über Ziele und Inhalte eines Praktikums informieren, ihnen die Einrichtung als Ganzes, die Tätigkeitsfelder und die Aufgaben vorstellen und die Anforderungen erläutern.
- » Unterstützung und Integration: Die Betreuungsperson sollte Praktikant*innen die Mitarbeiter*innen in Ihrer Einrichtung vorstellen und dafür sorgen, dass sie in den Betriebsalltag integriert werden.
- » Anleitung und Einarbeitung: Die Betreuungsperson muss Praktikant*innen wichtige Vorgaben (z.B. Arbeitsschutz, Betriebsordnung) erläutern, eine Einarbeitung vornehmen und erste Tätigkeiten überwachen.
- » Beurteilung und Feedback: Die Betreuungsperson sollte während des Praktikums motivierendes Feedback geben, das Abschlussgespräch führen und dabei die Leistung der Praktikant*in bewerten und diese ggf. im Praktikumszeugnis festhalten. Außerdem sollte sie vielversprechenden Praktikant*innen Ausbildungsmöglichkeiten bzw. allgemein die beruflichen Perspektiven in Ihrer Einrichtung aufzeigen.

Für den Fall, dass die Betreuungsperson verhindert ist, sollten Sie außerdem eine Vertretung ernennen.

Zusätzlich bietet es sich bei Schülerpraktika an, den Praktikant*innen einen Azubi als Mentor zur Seite zu stellen. Dieser kann sich zum Beispiel in den Pausen um den/die Praktikant*in kümmern. Außerdem kann der/die Praktikant*in den Azubi beispielsweise einen Tag lang begleiten und so die Möglichkeit erhalten, „aus erster Hand“ zu erfahren, wie die Ausbildung in Ihrer Einrichtung abläuft.

Dem/der Praktikant*in einen festen und zuverlässigen Ansprechpartner zur Verfügung zu stellen, ist ein sehr wichtiger Erfolgsfaktor für ein Praktikum.

Praktikumsvertrag

Ein schriftlicher Praktikumsvertrag ist zwar nur unter bestimmten Voraussetzungen vorgeschrieben (siehe Kapitel 6.7 Rechtliche Rahmenbedingungen), erhöht jedoch die Verbindlichkeit und ist deshalb grundsätzlich zu empfehlen.

Rechtliche und versicherungsrechtliche Fragen

Bei der Vorbereitung eines Praktikums gilt es, einige rechtlichen Rahmenbedingungen zu beachten und versicherungsrechtliche Fragen zu klären. Informationen hierzu finden Sie in den Kapiteln 6.7 Rechtliche Rahmenbedingungen und Kapitel 6.8 Versicherungsrechtliche Rahmenbedingungen.

Praktikumsplan

Damit das Praktikum strukturiert ablaufen kann, ist die Erstellung eines Praktikumsplans unerlässlich. In einem solchen Plan wird der zeitliche und inhaltliche Ablauf des Praktikums detailliert dargestellt. Grundsätzlich sollten Sie einen Zeitplan erarbeiten, in dem alle Bereiche, die der/die Praktikant*in kennenlernen soll, alle Aufgaben, die er/sie übernehmen wird und alle Ziele, die mit dem Praktikum verfolgt werden, dargestellt werden. Ein erstmalig erstellter Praktikumsplan dient als Grundlage für alle weiteren Praktika und kann bei Bedarf modifiziert und optimiert werden.

Dabei müssen für sämtliche geplanten Aktivitäten die erforderlichen organisatorischen und innerbetrieblichen Absprachen getroffen werden (z.B. Festlegung der zuständigen Mitarbeiter*innen in den verschiedenen Bereichen). Außerdem sollten die Aufgaben abwechslungsreich sein, der/die Praktikant*in sollte sich aktiv mit einbringen können und nach Möglichkeit mehrere Bereiche Ihrer Einrichtung kennenlernen.

Bei der Erstellung des Praktikumsplans ist es wichtig, darauf zu achten, dass dem/der Praktikant*in ein realistischer Einblick in die verschiedenen Bereiche Ihrer Einrichtung gewährt wird, damit er/sie in seinem/ihrer Berufsorientierungsprozess unterstützt und auf spätere Anforderungen im Berufsleben vorbereitet wird. Dem Prinzip „learning by doing“ folgend, bietet es sich an, den/die Praktikant*in zuerst in Arbeitsschritte einzuweisen und ihm/ihr anschließend die Möglichkeit zu geben, diese Aufgabe selbst zu übernehmen. Außerdem sollten Sie darauf achten, den Schwierigkeitsgrad der Aufgaben kontinuierlich zu steigern und dabei den/die Praktikant*in nicht zu überfordern, aber auch nicht zu unterfordern.

Sie sollten zudem versuchen, die Erwartungen und Wünsche der Praktikant*innen in den Praktikumsplan mit aufzunehmen. Hierzu können Sie die Praktikant*innen fragen, welche Erwartungen sie an den Ablauf und die Gestaltung des Praktikums haben (ggf. ist dies schon beim Kennenlerngespräch erfolgt) und diese Vorstellungen anschließend mit Ihren Möglichkeiten abgleichen.



Ein Praktikum dient nicht dazu, ausschließlich unbeliebte Aufgaben auf Praktikant*innen abzuwälzen! Stattdessen sollen die Praktikant*innen durch das Praktikum neue Fähigkeiten erlernen und wichtige Kenntnisse gewinnen.

Erinnerung

Sollte zwischen Praktikumsvergabe und Beginn des Praktikums ein längerer Zeitraum liegen, bietet es sich ein, eine Erinnerung einzurichten, die früh genug an den bevorstehenden Beginn des Praktikums erinnert und ausreichend Zeit für die noch ausstehende notwendige Planung lässt.

6.4.2 Durchführung

Persönliches Gespräch



Zu Beginn des Praktikums ist – nach einer Begrüßung und gegenseitiger Vorstellung– ein persönliches Gespräch zwischen Praktikant*in und Ansprechpartner*in zum Kennenlernen und zur Einführung wichtig. Hierbei sollen Praktikant*innen allgemeine Informationen über Ihre Einrichtung, Arbeitsabläufe, Arbeitszeiten und andere wichtige Aspekte (z.B. Arbeitskleidung, Arbeitssicherheit, Datenschutz, Vorgehen im Krankheitsfall etc.) erhalten. Außerdem sollten Sie mit Praktikant*innen den Praktikumsplan besprechen und nach Möglichkeit ihre individuellen Bedürfnisse berücksichtigen (z.B. Arbeitsbeginn flexibel gestalten).

Vorstellung

Zu Beginn des Praktikums bietet es sich an, Praktikant*innen durch Ihre Einrichtung zu führen und den Mitarbeiter*innen kurz vorzustellen, um ihnen den Einstieg zu erleichtern. Die Mitarbeiter*innen sollten über die Anwesenheit und die Einsatzbereiche von Praktikant*innen informiert sein, damit sie auf sie zugehen und in den Arbeitsalltag integrieren können.

Fragen/Zwischengespräch

Stellen Sie sicher, dass Praktikant*innen mit den ihnen übertragenen Aufgaben zurechtkommen, weder unter- noch überfordert sowie zufrieden sind. Fragen Sie regelmäßig nach, ob Praktikant*innen sich bei Ihnen wohlfühlen oder ob sie ein Anliegen haben. Außerdem bietet es sich an, bei Bereichswechseln oder zur „Halbzeit“ des Praktikums ein Zwischengespräch zu führen, um den bisherigen Verlauf des Praktikums zu reflektieren (wird der Praktikumsplan erfüllt?) und eventuell Verbesserungsvorschläge noch zu realisieren.

Erwartungen der Praktikant*innen

Damit Praktikant*innen das Praktikum in Ihrer Einrichtung in guter Erinnerung behalten, sollten Sie gewährleisten, dass sie sich bei Ihnen wohlfühlen und mit ihrem Praktikum zufrieden sind. Hierbei kommt es vor allem auf vier Kriterien an: Betriebsklima, Mitarbeitermotivation, Wertschätzung und Lernerfolg.

- » Betriebsklima: Der Umgang miteinander im Praktikumsbetrieb ist sehr wichtig, da dies den Praktikant*innen eine Vorstellung davon gibt, wie der spätere Berufsalltag aussehen wird. Nur, wenn Praktikant*innen hier positive Eindrücke sammeln, werden sie eine zukünftige Tätigkeit in Ihrer Einrichtung in Betracht ziehen. Ihre Mitarbeiter*innen sollten sich dementsprechend positiv den Praktikant*innen gegenüber verhalten.
- » Mitarbeitermotivation: Nur, wenn Ihre Mitarbeiter*innen Spaß an ihrer Arbeit haben und motiviert sind, können Praktikant*innen positive Eindrücke von der Arbeit in Ihrer Einrichtung sammeln.
- » Wertschätzung: Praktikant*innen ist es wichtig, dass sie ernst genommen werden, dass auf ihre Anmerkungen eingegangen wird und dass ihre Leistungen wertgeschätzt werden.
- » Lernerfolg: Es ist wichtig, dass Praktikant*innen durch das Praktikum etwas lernen und neue Kenntnisse und Fähigkeiten erlernen. Sie möchten realitätsnahe Einblicke in die Arbeit in Ihrer Einrichtung erhalten und mit typischen Aufgaben in Ihrer Einrichtung in Berührung kommen, um sich ein möglichst gutes Bild von der Arbeit in Ihrer Einrichtung machen zu können.

Auftretende Probleme

Es kann passieren, dass während des Praktikums Probleme auftreten und der/die Praktikant*in unzufrieden mit einigen Teilen des Praktikums oder sogar mit dem Praktikum im Allgemeinen ist. Hier gilt es, in ein persönliches Gespräch mit dem/der Praktikant*in zu kommen, miteinander zu sprechen, wo die Probleme liegen und gemeinsam nach Lösungsmöglichkeiten zu suchen. Vor allem, wenn von Seiten des/der Praktikant*in die Gefahr besteht, dass er/sie das Praktikum abbrechen möchte, können Sie im Rahmen eines persönlichen Gesprächs versuchen, alternative Problemlösungen zu finden und den Abbruch des Praktikums zu vermeiden.

Grundsätzlich ist es sehr wichtig, dass Praktikant*innen sich auf ihre festen Ansprechpartner*innen verlassen können und dass Letztere regelmäßig nach der Zufriedenheit der Praktikant*innen fragen und bei Äußerungen zu eventueller Unzufriedenheit hellhörig werden.

6.4.3 Nachbereitung

Abschlussbewertung

Schüler*innen bekommen nach Abschluss ihres Praktikums eine Praktikumsbestätigung als Bescheinigung über das Absolvieren des Praktikums. Hierbei sollten die von ihnen ausgeführten Tätigkeiten benannt werden.

Ein qualifiziertes Praktikumszeugnis muss nur im Falle eines freiwilligen Praktikums ausgestellt werden, bei Pflichtpraktika ist ein einfaches Praktikumszeugnis (d.h. eine Praktikumsbescheinigung) ausreichend.

Im Internet unter www.arbeitszeugnisgenerator.de finden Sie Bausteine, mithilfe derer Sie ein geeignetes Arbeitszeugnis oder zumindest eine Orientierung hierfür erstellen können.

Für beide Seiten sinnvoll ist eine gegenseitige Bewertung. Sie sollten Praktikant*innen im Rahmen des Abschlussgesprächs (s.u.) ein konstruktives Feedback zu ihren Leistungen und ihrem Auftreten während des Praktikums geben und ihre Kompetenzen und Stärken/Schwächen herausstellen. Dies sollte in jedem Fall mündlich, im besten Fall zusätzlich in Form eines Feedbackbogens erfolgen. Im Gegenzug können Sie den Praktikant*innen einen Reflexionsbogen ausfüllen lassen. Hierbei haben Praktikant*innen die Möglichkeit, das Praktikum an sich, die Betreuung, das Arbeitsklima und weitere Aspekte zu bewerten. Ihre Einrichtung erhält durch ein solches Feedback die Chance, Ihr Vorgehen bei der Planung und Durchführung von Praktika zu optimieren und die Attraktivität Ihrer Einrichtung als Arbeitgeber zu steigern.

Abschluss-/Feedbackgespräch

Zum Abschluss des Praktikums sollten sie die Möglichkeit eines direkten Austauschs mit den Praktikant*innen nutzen. Hierbei kann besprochen werden, ob die gegenseitigen Erwartungen erfüllt wurden, was besonders gut lief, was verbesserungswürdig wäre und inwieweit der oder die Praktikant*in seine/ihre fachlichen und persönlichen Kompetenzen erweitern konnte.

Checkliste Feedbackgespräch

- Rückblick auf die Praktikumszeit: Bewertung der Qualität des Praktikums
- Feedback der Einrichtung für Praktikant*innen
- Feedback der Praktikant*innen für die Einrichtung
- Klärung offener Fragen und des weiteren Vorgehens
- Verabschiedung



Sie haben im Rahmen dieses Gesprächs die Möglichkeit, Praktikant*innen, mit denen Sie besonders zufrieden waren, zu fragen, ob sie mit Ihnen in Kontakt bleiben möchten und für einen Ausbildungsplatz, das Verfassen einer Abschlussarbeit o.ä. vorgemerkt werden möchten. Sprechen Sie mit Praktikant*innen über Ausbildungs- bzw. Karrieremöglichkeiten in Ihrer Einrichtung. Bei Schülerpraktika ist es üblich, dass die zuständige Lehrkraft zu einem Zwischen- oder Abschlussgespräch in Ihre Einrichtung kommt. Wenn Sie Feedback von Ihren Praktikant*innen einholen, sollten Sie unbedingt den weiteren Umgang mit diesen Feedback-Ergebnissen klären. Die Erkenntnisse aus der Evaluation sollten unbedingt mit den zuständigen Betreuer*innen, Mitarbeiter*innen und Anleiter*innen besprochen werden, um Handlungsbedarfe identifizieren und Veränderungen initiieren zu können.

Kontakt halten³⁵

Um mit guten und motivierten Praktikant*innen in Kontakt zu bleiben und diese für eine eventuelle spätere Ausbildung oder Einstellung zu gewinnen, bieten sich verschiedene Maßnahmen an.

Folgende Möglichkeiten bieten sich beispielsweise an, um mit ehemaligen Praktikant*innen in Kontakt zu bleiben:

- » Versenden eines persönlichen Dankesbriefes im Anschluss an ein Praktikum (inkl. Information über weitere Karrieremöglichkeiten wie FSJ oder eine Ausbildung)
- » Einladung zu Betriebsfeiern, Tag der offenen Tür etc.
- » Gratulation zum Geburtstag/Weihnachtsgrüße
- » Anbieten von Ferienjobs
- » Information über freie Ausbildungsplätze/Stellen oder aktuelle Entwicklungen in Ihrer Einrichtung

Nur durch persönlichen Kontakt ist es möglich zu erfahren, wann ehemalige Praktikant*innen ihren Abschluss machen und die Suche nach einem Job oder einer Ausbildung relevant wird.

Ein Praktikantenbindungsprogramm ist sehr wichtig, wenn es darum geht, Nachwuchstalente für eine Ausbildung oder eine Anstellung zu gewinnen.

6.5 Do's and Dont's

Do's

- Gute Betreuung durch eine(n) geeigneten Ansprechpartner*in gewährleisten
- Gute und ausreichende Planung, um interessante, abwechslungsreiche und sinnvolle Gestaltung zu gewährleisten
- Sinnvolle Nachbereitung, um eine zukünftige Zusammenarbeit zu ermöglichen

Dont's

- Zu wenig Zeit in Planung und Vorbereitung investieren, sodass das Praktikum unstrukturiert abläuft und keinen Mehrwert für beiden Seiten bietet
- „Unbeliebte“ Aufgaben auf Praktikant*innen abwälzen
- Nach Ablauf des Praktikums den Kontakt zu vielversprechenden Talenten verlieren
- Feedback von Praktikant*innen nicht nutzen, um Verbesserungspotentiale aufzudecken und Optimierungen vorzunehmen

³⁵Vgl. Oettinger, 2013, [online]

6.6 Arten von Praktika³⁶

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht der einzelnen Praktikumstypen.

Schülerpraktika		
Art des Praktikums	Zielgruppe	Dauer
Pflichtpraktikum in der Schulzeit (Schülerbetriebspraktikum)	Schüler*innen aus allgemeinbildenden- und Förderschulen	2-3 Wochen
Fachpraktikum/Strukturiertes Praktikum	Schüler*innen aus besonderen Bildungsgängen (berufliche Schulen)	mind. 160 Stunden
Fachoberschulpraktikum*/ Berufsbildendes Praktikum	Fachoberschüler*innen	mind. 1 Jahr (3 Tage pro Woche)
Regelmäßige Praxistage	Hauptschüler*innen	2-6 Monate (1 Tag pro Woche)
Freiwilliges/ berufsorientierendes Praktikum	Schüler*innen aller Schulformen	ca. 3-6 Wochen
Studentische Praktika		
Art des Praktikums	Zielgruppe	Dauer
Vorgeschriebenes Vor- oder Nachpraktikum	Angehende Studierende oder Absolvent*innen	6 Wochen bis 6 Monate
Fach-/Zwischenpraktikum	Studierende	frei vereinbar
Freiwilliges Praktikum	Studierende	frei vereinbar
Praxissemester	Studierende	ca. 3-5 Monate
Abschlussarbeit im Unternehmen	Studierende	ca. 6 Wochen bis 6 Monate
Berufs-Anerkennungsjahr bzw. Berufspraktikum zur Erlangung der staatlichen Anerkennung	Sozialarbeiter und -pädagogen nach abgeschlossenem Studium sowie Auszubildende aus pädagogischen und pflegenden Berufen	1 Jahr (teilw. 6 Monate)

*: Besonders interessant im Zusammenhang mit Fachoberschulpraktika sind die Fachoberschulen Gesundheit und Soziales (s.u.).

³⁶Vgl. IHK Arbeitsgemeinschaft Hessen, 2017, S. 18f.

Fachoberschule Gesundheit und Soziales

In Niedersachsen und Bremen gibt es Fachoberschulen Gesundheit und Soziales mit den Schwerpunkten Gesundheit-Pflege und Sozialpädagogik. Im ersten Jahr (Jahrgangsstufe 11) sind die Schüler*innen verpflichtet, ein Praktikum im Umfang von mindestens 960 Stunden zu absolvieren. Unterricht findet im dualen System statt, d.h. die Schüler*innen arbeiten 3 Tage in der Woche in ihrer Praktikumsseinrichtung und verbringen die übrigen beiden Tage in der Schule.

Als Einrichtung haben Sie die Chance, junge Menschen über einen Zeitraum von einem Jahr im Rahmen eines solchen Praktikums kennenzulernen und eine Bindung aufzubauen, aus der eventuell eine spätere Zusammenarbeit resultiert.

Wenn Sie ein Fachoberschulpraktikum anbieten möchten, können Sie dafür die in Kapitel 6.3 Praktikumsbörsen aufgeführten Praktikumsbörsen nutzen.

6.7 Rechtliche Rahmenbedingungen³⁷

Stand: 2019



Schriftlicher Vertrag

Ein schriftlicher Praktikumsvertrag ist nur vorgeschrieben, wenn der/die Praktikant*in Anspruch auf Mindestlohn hat. In den anderen Fällen ist es aber dennoch zu empfehlen, einen schriftlichen Vertrag mit den Eckdaten des Praktikums aufzusetzen, um die Verlässlichkeit der festgelegten Bedingungen zu erhöhen und eine Vertrauensbasis zu schaffen.

Arbeits- und Ruhezeiten

Als Kind gilt, wer das 15. Lebensjahr noch nicht vollendet hat. Das generelle Beschäftigungsverbot für Kinder gilt im Rahmen eines Schülerbetriebspraktikums während der Schulzeit oder der Schulferien nicht. Sie dürfen 35 Stunden pro Woche beschäftigt werden, jedoch maximal 7 Stunden täglich (§ 7 JArbSchG)

Als Jugendlicher gilt, wer noch nicht 18 ist. Vollschulzeitpflichtige Jugendliche gelten gemäß Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) als Kinder.

Jugendliche, die nicht der Vollzeitschulpflicht unterliegen, dürfen 40 Stunden wöchentlich arbeiten, jedoch maximal 8 Stunden am Tag (§ 8 (1) JArbSchG). Die Arbeitszeit darf Montag bis Freitag zwischen 6:00 und 20:00 Uhr stattfinden (§§ 14, 15 JArbSchG). In mehrschichtigen Betrieben darf bis 23:00 gearbeitet werden. In Ausnahmefällen dürfen die Praktikant*innen auch am Wochenende bzw. an Feiertagen beschäftigt werden (§§ 16, 17, 18 JArbSchG), die beiden Ruhetage müssen aber in derselben Woche gewährt werden.

Kinder und Jugendliche müssen ab einer Arbeitszeit von 4,5 Stunden eine mindestens 30-minütige Pause einlegen, bei einer Arbeitszeit von mehr als 6 Stunden müssen 60 Minuten Pause gewährt werden (§ 11 JArbSchG). Ansonsten beträgt die Mindestpausenzeit 15 Minuten. Nach Beendigung der täglichen Arbeitszeit müssen Kinder und Jugendliche mindestens 12 Stunden Freizeit haben (§ 13 JArbSchG).

Volljährige Praktikant*innen müssen bei mehr als 6 Stunden Arbeitszeit eine 30 minütige Pause und ab einer Arbeitszeit von mehr als 9 Stunden eine 45 minütige Pause machen (§ 4 ArbZG).

³⁷Vgl. IHK Arbeitsgemeinschaft Hessen, 2017, S. 15ff.

Urlaubsanspruch

Im Rahmen eines Pflichtpraktikums besteht kein Anspruch auf Urlaub, im Rahmen eines freiwilligen Praktikums besteht ein Anspruch auf gesetzlichen Mindesturlaub nach Bundesurlaubsgesetz (BurlG).

Vergütung

Im Rahmen eines Pflichtpraktikums besteht kein Anspruch auf Entlohnung. Bei freiwilligen Praktika besteht ein Anspruch auf angemessene Vergütung gemäß § 26 i.V.m. § 17 (1) Berufsbildungsgesetz (BBiG), wenn das Praktikum wenigstens einen Monat dauert und der oder die Praktikant*in einen wirtschaftlich verwertbaren Beitrag zum Betriebsergebnis leistet und nicht nur eine passive Teilnahme ohne Einbindung in den Arbeitsprozess stattfindet. Unter Umständen ist das Praktikum sogar mindestlohnpflichtig gemäß § 22 Mindestlohngesetz (MiLoG). In Bundesländern, in denen das Anerkennungsjahr verpflichtend ist, besteht Anspruch auf eine angemessene Vergütung.

Es besteht ein Anspruch auf Mindestlohn, wenn

- ... es sich um ein freiwilliges Praktikum begleitend zum Studium oder zur Ausbildung handelt, welches länger als 3 Monate dauert.
- ... es sich um ein freiwilliges Praktikum zur Orientierung bei der Berufs- und Studienwahl handelt, welches länger als 3 Monate dauert.
- ... der Praktikant/die Praktikantin eine abgeschlossene Berufsausbildung oder einen Studienabschluss besitzen und das Praktikum außerhalb einer Ausbildung oder eines Studiums stattfindet.
- ... es sich um ein freiwilliges Praktikum begleitend zum Studium oder zur Ausbildung handelt und bereits ein solches Praktikumsverhältnis mit demselben Arbeitgeber bestand.

Es besteht kein Anspruch auf Mindestlohn, wenn

- ... es sich um ein Pflichtpraktikum handelt, welches von der Studien-, Schul- oder Ausbildungsordnung vorgegeben ist.
- ... es sich um ein freiwilliges Praktikum begleitend zum Studium oder zur Ausbildung handelt, welches maximal 3 Monate dauert (Ausnahmen siehe oben).
- ... es sich um ein freiwilliges Praktikum zur Orientierung bei der Berufs- oder Studienwahl handelt, welches maximal 3 Monate dauert.
- ... es sich um eine Einstiegsqualifizierung nach § 54a SGB III handelt.
- ... es sich um Praxisphasen während eines dualen Studiums handelt (gilt allgemein für ausbildungs- und praxisintegrierte Studiengänge).
- ... es sich um minderjährige Praktikant*innen handelt.
- ... es sich um die Anfertigung einer Studien- oder Abschlussarbeit handelt, solange nur Arbeiten getätigt werden, die im unmittelbaren Zusammenhang mit der Erstellung der schriftlichen Arbeit stehen.

Krankheit

Im Krankheitsfall besteht nur im Falle eines freiwilligen Praktikums ein Anspruch auf Entgeltfortzahlung.

Status der Praktikant*innen

Bei Pflichtpraktika wird der Status als Schüler*in bzw. Student*in aufrechterhalten. Schüler*innen oder Studierende, die ein freiwilliges Praktikum absolvieren, gelten gesetzlich als Arbeitnehmer.

Praktikumszeugnis

Im Anschluss an ein Schülerpraktikum ist lediglich ein einfaches Arbeitszeugnis (sprich: eine Praktikumsbescheinigung) auszustellen. Darüber hinaus kann freiwillig ein qualifiziertes Praktikumszeugnis verfasst werden. Handelt es sich um ein freiwilliges Praktikum, ist in jedem Fall ein qualifiziertes Praktikumszeugnis auszustellen.

Von Praktikant*innen zu übernehmende Aufgaben

Bevor Sie ein Praktikum vergeben, sollten Sie sich darüber informieren, welche Aufgaben von Praktikant*innen übernommen werden dürfen und welche Aufgaben gegebenenfalls nicht zur Bearbeitung durch Praktikant*innen geeignet sind. Grundsätzlich gilt: Die Verantwortung über das Ergebnis einer Aufgabe darf nicht bei Praktikant*innen liegen. Sie müssen gefahrlos Fehler begehen dürfen.

6.8 Versicherungsrechtliche Rahmenbedingungen

Stand: 2019

Unfallversicherung

Verpflichtende Schülerpraktika sind Schulveranstaltungen und von der gesetzlichen Unfallversicherung abgedeckt. Der Versicherungsschutz umfasst hierbei den Hin- und Rückweg der Schüler*innen und sämtliche Tätigkeiten am Arbeitsplatz.

Bei freiwilligen Schülerpraktika und bei sämtlichen (vorgeschriebenen und freiwilligen) studentischen Praktika ist der Unfallversicherungsträger des Arbeitgebers zuständig. Die Höhe der Beitragszahlungen ist abhängig vom gezahlten Entgelt.

Haftpflichtversicherung

Bei Vermögens- oder Sachschäden greift einzelfallabhängig die Haftpflichtversicherung des Arbeitgebers oder des/der Praktikant*in. Im Rahmen von verpflichtenden Schülerpraktika muss seitens der Schule eine Haftpflichtversicherung abgeschlossen werden.

Sozialversicherung

Ob ein Praktikant bzw. eine Praktikantin der Sozialversicherungspflicht unterliegt, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Die folgende Übersicht soll als grobe Orientierung dienen.

Schülerpraktika	
Art des Praktikums	Sozialversicherung
Pflichtpraktikum in der Schulzeit	In allen Zweigen (Renten-, Kranken-, Arbeitslosen-, Pflegeversicherung) sozialversicherungsfrei. Das gilt auch dann, wenn der Betrieb ein „Taschengeld“ als Entlohnung zahlt.
Fachpraktikum/Strukturiertes Praktikum	Ist das Praktikum durch die Schule vorgeschrieben, besteht Sozialversicherungsfreiheit.
Fachoberschul-/Berufsbildendes Praktikum	frei
Regelmäßige Praxistage	frei
Freiwilliges/berufsorientierendes Praktikum	<p>Für vollschulzeitpflichtige Schüler*innen von 15 bis 17 Jahren ist ein Praktikum in den Schulferien auf maximal 4 Wochen pro Schuljahr begrenzt. Es liegt also in jedem Fall eine kurzfristige Beschäftigung vor, welche von der Sozialversicherungspflicht befreit ist. Das gilt unabhängig vom gezahlten Entgelt.</p> <p>Für Schüler*innen allgemeinbildender Schulen müssen grundsätzlich keine Arbeitslosenversicherungsbeiträge gezahlt werden.</p> <p>Ein unentgeltliches Praktikum ist grundsätzlich sozialversicherungsfrei.</p> <p>Bei volljährigen Praktikant*innen besteht Sozialversicherungspflicht, wenn ein Entgelt gezahlt wird und keine kurzfristige Beschäftigung vorliegt.</p>
Studentische Praktika	
Art des Praktikums	Sozialversicherung
Vorgeschriebenes Vor- oder Nachpraktikum	<p>Es besteht grundsätzlich Sozialversicherungspflicht, das Entgelt spielt jedoch eine entscheidende Rolle.</p> <p>Wird kein Entgelt gezahlt, muss der Arbeitgeber nur Beiträge zur Renten- und Arbeitslosenversicherung zahlen (Kranken- und Pflegeversicherungsbeiträge zahlt der Praktikant/die Praktikantin bzw. ist seitens des Arbeitgebers auf Antrag eine Befreiung möglich).</p> <p>Beträgt das monatliche Entgelt nicht mehr als 325€, besteht Sozialversicherungspflicht des Arbeitgebers in allen Zweigen der Sozialversicherung.</p> <p>Übersteigt das monatliche Entgelt 325€, teilen sich Arbeitgeber und Praktikant(in) die Sozialversicherungsbeiträge.</p> <p>Versicherungsfreiheit aufgrund geringfügiger Beschäftigung ist ausgeschlossen.</p>
Fach-/Zwischenpraktikum	Ein von der Studien- bzw. Prüfungsordnung vorgeschriebenes Fach- oder Zwischenpraktikum ist – unabhängig von der Höhe des gezahlten Entgelts – sozialversicherungsfrei.

Freiwilliges Praktikum	<p>Bei einem freiwilligen Praktikum spielen Immatrikulation, Entgelt und Arbeitszeit eine Rolle.</p> <p>Findet das Praktikum außerhalb einer Immatrikulation statt, besteht Sozialversicherungspflicht (Ausnahme: kurzfristige Beschäftigung).</p> <p>Dauert das Praktikum nicht länger als 3 Monate bzw. 70 Arbeitstage pro Jahr, gilt es als kurzfristige Beschäftigung und ist deshalb auch von der Sozialversicherungspflicht befreit.</p> <p>Findet das Praktikum ausschließlich in der vorlesungsfreien Zeit statt, müssen keine Beiträge für Kranken-, Pflege- und Arbeitslosenversicherung gezahlt werden. Gleiches gilt auch, wenn die wöchentliche Arbeitszeit außerhalb der Semesterferien 20 Stunden nicht überschreitet (unabhängig vom gezahlten Entgelt).</p> <p>Wenn das Praktikum unbezahlt ist, fallen keinerlei Sozialversicherungsbeiträge an.</p> <p>Überschreitet das monatliche Entgelt 450€ nicht, besteht Kranken- und Rentenversicherungspflicht. Von letzterer kann sich der Student/die Studentin aber befreien lassen, sodass auch für den Arbeitgeber kein Pauschalbeitrag zur Rentenversicherung fällig ist.</p> <p>Bei einem monatlichen Entgelt von mehr als 450€ besteht Sozialversicherungspflicht in allen Zweigen (Ausnahme in vorlesungsfreier Zeit s.o.)</p>
Praxissemester	<p>Wenn das Praxissemester von der Studien- bzw. Prüfungsordnung vorgeschrieben ist, besteht keine Sozialversicherungspflicht.</p>
Abschlussarbeit im Unternehmen	<p>Individuelle Abstimmung mit der Krankenkasse oder Berufsgenossenschaft erforderlich.</p>

7. Ausbildung

Primäres Ziel von Schul- und Hochschulkooperationen ist es, Nachwuchstalente zu identifizieren und für eine zukünftige Zusammenarbeit zu gewinnen. Vor allem Schulkooperationen sind ein geeignetes Instrument, um Auszubildende für Ihre Einrichtung zu gewinnen.

Da die Vergabe eines Ausbildungsplatzes demnach aus einer solchen Kooperation resultieren kann, haben wir das Thema Ausbildung in diesen Leitfaden kurz mit aufgenommen. Ein vollständiger Überblick über alle relevanten Aspekte einer strukturiert geplanten Praxisanleitung wäre an dieser Stelle zu umfangreich. Daher dient dieses Kapitel nur dazu, die im DiCV Osnabrück angebotenen Ausbildungsberufe darzustellen.

Bei Fragen rund um das Thema Ausbildung sind die jeweiligen Kammern zuständige Ansprechpartner.

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht über die Ausbildungsberufe, welche derzeit in den Einrichtungen und Diensten des Caritasverbandes für die Diözese Osnabrück angeboten werden.

Verwaltung

- Fachinformatiker*in
- Kaufmann/-frau für Büromanagement

Gesundheit und Soziales

- Pflegefachfrau/-mann
- Arbeitstherapeut*in
- Ergotherapeut*in
- Erzieher*in
- Pädagog*in
- Heilerziehungspfleger*in
- Logopäd*in
- Sozialpädagog*in
- Sozialarbeiter*in
- Hauswirtschafter*in
- Pflegeassistent*in

Neben den aufgeführten klassischen Ausbildungsberufen legt der Caritasverband für die Diözese Osnabrück e.V. großen Wert auf verschiedene individuelle Weiterbildungsmöglichkeiten, die die Mitarbeitenden in Anspruch nehmen können.

8. Zusammenfassung

In **Kapitel 2** finden Sie grundlegende Informationen zum Thema Kooperationen. Sowohl Schul- als auch Hochschulkooperationen sind für die Einrichtungen des DiCV eine gute Möglichkeit, den Problemen der Alterszentrierung zu entgegnen und Nachwuchskräfte zu gewinnen. Ganz allgemein lassen sich Kooperationen in vier Phasen einteilen, die für den Auf- und Ausbau einer erfolgreichen Kooperation wichtig sind: Zielfindung und -formulierung, Planung, Durchführung und Pflege der Kooperationsbeziehung. Zu allen Phasen finden Sie hier ausführliche Informationen. Außerdem werden Erfolgsfaktoren und Risiken von Kooperationen benannt und die Zielgruppen von Schul- und Hochschulkooperationen beschrieben.

Kapitel 3 beschäftigt sich mit Möglichkeiten der Kontaktaufnahme. Sie finden hier unter anderem eine Checkliste für die erste Kontaktaufnahme mit einem Kooperationspartner. Auch das Thema Social Media wurde hier aufgegriffen und aufgezeigt, wie Sie eine zielgruppengerechte Ansprache von talentierten Menschen erreichen können.

In **Kapitel 4** finden Sie ausführliche Informationen und Tipps zum Thema Schulkooperationen. Von den Vorteilen einer Schulkooperation für beide Seiten, über mögliche Kooperationsaktivitäten, länderspezifische Vorgaben zur beruflichen Bildung und Unterstützungsmöglichkeiten, bis hin zur Suche nach einem geeigneten Kooperationspartner finden Sie viele wertvolle Informationen und Handlungsempfehlungen in den einzelnen Abschnitten dieses Kapitels.

Kapitel 5 beschäftigt sich mit dem Aufbau von Hochschulkooperationen und versucht auch hier, nützliche Informationen und Handlungsempfehlungen zu geben. Nach der Herausarbeitung der Vorteile einer Hochschulkooperation für beide Partner erfolgt die Erläuterung von Voraussetzungen, die es zu erfüllen gilt. Im Anschluss daran werden die Themen Kontaktaufnahme und mögliche Kooperationsaktivitäten behandelt.

In **Kapitel 6** geht es um das Thema Praktikum im Allgemeinen. Hier finden Sie ausführliche Informationen über Planung, Durchführung und Nachbereitung von Praktika, welche eine große Chance im Zusammenhang mit der Gewinnung und Bindung von Nachwuchstalented sind.

Kapitel 7 befasst sich mit dem Thema Ausbildung als erwünschtes Resultat einer Schulkooperation. Dieses Kapitel ist jedoch bewusst sehr kurz gehalten und kann nicht als umfassende Handlungsempfehlung bzw. Vorgabe genutzt werden. Zuständige Ansprechpartner rund um das Thema Ausbildung sind die jeweiligen Kammern.

Wenn Sie darüber nachdenken, Schul- oder Hochschulkooperationen einzugehen, machen Sie sich unbedingt Folgendes bewusst: Kooperationen erfordern durchaus Engagement und Zeit und sollten auf keinen Fall „halbherzig“ angegangen werden. Gehen Sie nur Kooperationen ein, wenn Sie ausreichende Kapazitäten zur Verfügung haben und eine sorgfältige und durchdachte Planung und Durchführung der Kooperation gewährleisten können.

Im Anhang finden Sie zu vielen Aspekten Arbeitshilfen, die Sie zur Unterstützung beim Aufbau von Kooperationen verwenden können.

9. Zuständigkeiten

Die Zuständigkeiten beim Auf- und Ausbau von Schul- und Hochschulkooperationen liegen grundsätzlich bei den einzelnen Einrichtungen und Diensten des DiCV Osnabrück.

Bei Fragen und Unterstützungsbedarf wenden Sie sich bitte an den Fachbereich Personalmanagement /-entwicklung des DiCV Osnabrück.

Um einen Gesamtüberblick aller vorhandenen und zukünftigen Kooperationen zu gewährleisten, bitten wir Sie, dem Fachbereich Personalmanagement /-entwicklung eine kurze Information über sämtliche Kooperationsaktivitäten zu übermitteln.

Kontakt:

Dominik Thiering

Referent Personalentwicklung

FB Personalmanagement /-entwicklung

Tel. 0541-34978321

Email: dthiering@caritas-os.de

Harald Langner

Personalreferent

FB Personalmanagement /-entwicklung

Tel. 0541-34978203

Email: hlangner@caritas-os.de

Literaturverzeichnis

Achtenhagen, Dr. Claudia / Michalski, Corinna / Kurz, Susanne / Wolff von der Sahl, Dr. Julia (2012): Handlungsempfehlung Hochschulkooperation – Partnerschaft Schule-Unternehmen: Handbuch mit Praxisbeispielen, Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. (Hrsg.).

Achtenhagen, Dr. Claudia / Wolff von der Sahl, Dr. Julia (2013): Handlungsempfehlung – Studierende über Praktika oder als Werkstudierende rekrutieren, Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. (Hrsg.).

Agentur Junges Herz (ohne Jahr): Generation Z: Was erwartet den Arbeitsmarkt, [online] <https://www.agentur-jungesherz.de/generation-z/> [05.09.2018].

Antonczyk, Magdalena / Hüls, Kerstin (2016): Übergangsmangement Schule und Beruf im Landkreis Osnabrück – Handlungsfeld Schule-Wirtschaft.

Audick, Claudius / Neumeier, Tina / Leuchtmann, Stefanie / Weise, Thomas / Zimmel, Lana / Heintz, Berit (2011): Leitfaden Partnerschaften zwischen Schule und Betrieb, Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (Hrsg.).

Ausbildungspakt Berufsorientierung (2006): Schule und Betriebe als Partner: Ein Handlungsleitfaden zur Stärkung von Berufsorientierung und Ausbildungsreife.

Bedürftig, David (2016): Was Generation Z vom Berufsleben erwartet, [online] <https://www.welt.de/wirtschaft/karriere/bildung/article152993066/Was-Generation-Z-vom-Berufsleben-erwartet.html> [05.09.2018].

Behörde für Schule und Berufsbildung (2010): Partnerschaft Schulen – Unternehmen: Handbuch mit Praxisbeispielen.

Berufliche Orientierung Hessen (2016): Galerie der Berufe: Kurzkonzept,
[online] [https://www.bso-hessen.de/blob/da_beruf/produktmarken/Praktikum/Nachbereitung/ 3671712/73e6fdb242097866d2bb19f0cf26bdef/Musterkonzept--Galerie-der-Berufe--data.pdf](https://www.bso-hessen.de/blob/da_beruf/produktmarken/Praktikum/Nachbereitung/3671712/73e6fdb242097866d2bb19f0cf26bdef/Musterkonzept--Galerie-der-Berufe--data.pdf)
[01.10.2018].

Breuer, Frank / Gaebler, Sophia / Hunecke, Dr. Heike / Jaeschke, Kirsten / Kny, Dr. Hans-Georg / Kohlmann, Yvonne / Lepperdinger, Hubert / Lumpe, Dr. Alfred / Mroncz, Daniela / Neyer, Matthias / Rasch, Katja / Schenk, Thomas / Schwertner, Angelika / Sorge, Dr. Veit / Sprenger, Petra / Umberg, Frank (2016): Studien- und Berufsorientierung an Gymnasien – Warum eigentlich?, Bundesagentur für Arbeit und SCHULEWIRTSCHAFT Deutschland (Hrsg.).

Caritas und JTI (2016): 20 Erfolgsgeschichten: Wie Kooperationen von Unternehmen und sozialen Organisationen gelingen.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (ohne Jahr): Leitfaden zum Aufbau von Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen.

Fichtel, Jessika (2017): Umbruchstimmung: Wie die Generation Y die Arbeitswelt verändert,
[online] <https://arbeits-abc.de/wie-die-generation-y-die-arbeitswelt-veraendert/> [05.09.2018].

Görgen, Anne / Diart, Martin / Fandrich, Nicole / Münch, Dr. Elke / Baer, Christine / Oberth, Christa (2013): Elternarbeit am Übergang Schule -Beruf, Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) für das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hrsg.).

Hollmann, Christian / Moser, Dr. Julia / Werner, Dirk (ohne Jahr): Instrument Schulkoooperation.

IHK Arbeitsgemeinschaft Hessen (2017): Praktika gestalten:
Ein Praxisleitfaden für Unternehmen.

Jung, Prof. Dr. Stefan / Liedtke, Oliver / Hassing, Claus / Walter, Dr. Andrea (2018): Praxisratgeber Zivilgesellschaft – Vom Ich zum Wir: Die eigene Kooperationsfähigkeit stärken, Bertelsmann Stiftung (Hrsg.).

Kammann, Dr. Cornelia (2018): Frauenbeauftragte in Werkstätten für behinderte Menschen,
[online] <https://www.caritas-os.de/themen/leben-mit-behinderung/aktuelles/frauenbeauftragte-in-werkstaetten-fuer-behinderte-menschen> [01.11.2018].

Knuth, Hannah / Bund, Kerstin (2014): „Die Generation Y ist überhaupt nicht faul“,
[online] <https://www.theeuropean.de/kerstin-bund/8848-die-arbeitswelt-im-21-jahrhundert>
[05.09.2018].

Köberl, Nicola / Wielage, Nina (2012): Leitfaden Kooperation und Netzwerkarbeit.

Labinsky, Iris (2010): Beispiele für Kooperationen zwischen Schulen und außerschulischen Partnern, Serviceagentur Ganztägig lernen Niedersachsen (Hrsg.).

Landratsamt Mittelsachsen (2012): Wegweiser Praktikum: Ein Leitfaden für Unternehmen zur Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Praktika inklusive Exkurs Ferienarbeit.

Lecturio (2016): Digital Natives: Die 4 Herausforderungen der Generation Z für Arbeitgeber,
[online] <https://www.lecturio.de/magazin/generation-z/> [05.09.2018].

Oettinger, Achim (2013): Hochschulkooperationen: Was beim Rekrutieren und bei der Imagepflege hilft – Auch kleine Unternehmen sind für Studierende interessant,
[online] <https://medizin-und-technik.industrie.de/markt/aus-der-branche/auch-kleine-unternehmen-sind-fuer-studierende-interessant/> [26.10.2018].

Schweder, Sabine (2005): Kooperation und Öffnung – Schule ist Partner!,
[online] <http://www.ganztaegig-lernen.de/kooperation-und-oeffnung-schule-ist-partner>
[05.09.2018].

Übergangsmanagement Schule – Wirtschaft (2016): Einzelkooperationen zwischen Unternehmen und Schulen: Leitlinien für erfolgreiche Einzelkooperationen.

Übergangsmanagement Schule – Wirtschaft (2016): Kooperationen zwischen Unternehmen und Schulen: Leitlinien für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Wertekern (2015): Azubimarketing – Wie Sie Schüler für sich gewinnen,
[online] <http://employerbranding-blog.com/azubimarketing-wie-sie-schueler-fuer-sich-gewinnen/>
[05.09.20189].

Projekt

Mach WAT