istockphoto I Georgijevic

INFOBRIEF

Nr. 3 I JUNI 2021

Liebes zdi-Fördervereins-Mitglied,

bevor es für Viele schon bald in die Sommerferien geht, möchten wir Sie gerne wieder über Aktuelles aus dem zdi-Netzwerk und den Tätigkeiten des Fördervereins informieren. Zudem freuen wir uns sehr darüber, Ihnen in dieser Ausgabe des zdi-Infobriefes wertvolle Tipps zum Thema „Fachkräfte finden und binden“ zur Verfügung zu stellen. Hierfür haben wir ein kurzes Interview mit der Wirtschaftspsychologin Dr. Katharina Lochner geführt, die bereits als Referentin in unserem zweiteiligen Online-Workshop im Frühjahr den Teilnehmenden – darunter auch zdi-Fördervereinsmitglieder – praktische Handlungsimpulse mit an die Hand gegeben hat.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und hoffen, Sie bald mal wieder alle persönlich zu treffen. Vielleicht schon bei unserer nächsten Mitgliederversammlung?

Ihr Team des zdi-Fördervereins

SAVE THE DATE

Bitte merken Sie sich schon einmal den 07. September 2021, 14:00 Uhr, für die nächste Mitgliederversammlung vor. Diese wird voraussichtlich in Präsenz stattfinden.

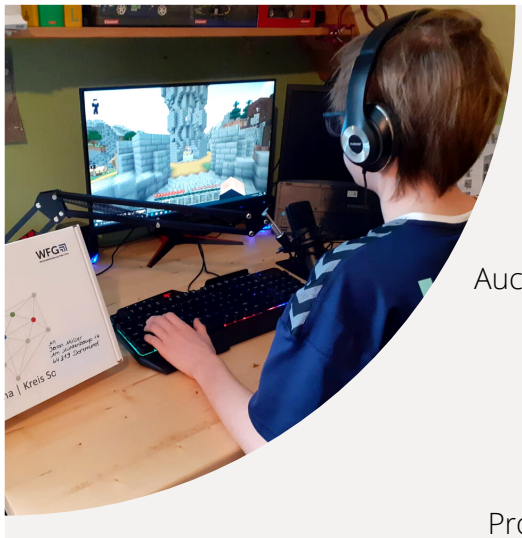
Rück- und Ausblick

„Trotz schwieriger Zeiten mit voller Kraft voraus!“

Auch unter erschwerten Bedingungen machen wir weiter und konnten im ersten Halbjahr 2021 spannende Projekte für die Fachkräfte von morgen auf die Beine stellen.

Werfen wir mal einen Blick auf einige Aktionen!

Februar



Matthias Müller I WFG Kreis Unna

Technikkurs: Technikverliebt 2.0 - Programmieren in Python

Ein (IT-)Date zum Valentinstag!

Auch in diesem Jahr erhielt eine Gruppe von IT-interessierten Schüler*innen aus der Region einen tollen Einblick in den beruflichen Alltag eines Programmierers (m/w/d). Bei diesem „IT-Date“ lernten die Jugendlichen die Grundzüge der Programmiersprache „Python" kennen und programmierten Spielinhalte in die Welt des beliebten Computerspiels „Minecraft“ – völlig remote, von zu Hause aus!

März

Ausbildungswoche 2021

„Frag den Azubi“

In Kooperation mit der Handwerkskammer Dortmund, der Agentur für Arbeit Hamm und dem Jobcenter Kreis Unna fand die Ausbildungswoche dieses Jahr online statt, um Jugendlichen insbesondere in Corona-Zeiten Berufe und Betriebe aus dem Handwerk und der Technik näherzubringen. Besonders erfreulich war, dass dieses digitale Berufsorientierungsangebot auch direkte Erfolge verzeichnen konnte. Das Unternehmen Heisel & Heiner hat sich als Ausbildungsbetrieb im Handwerk bei den teilnehmenden Jugendlichen vorgestellt und lernte darüber letztendlich ihren neuen Azubi kennen. Diesem hat der Betrieb so gut gefallen, dass er direkt seine Osterferien als Praktikant bei Heisel & Heiner verbracht hat und nun seine Ausbildung in der Nutzfahrzeugabteilung absolviert.

Azubis unseres Mitglieds, der Brockhaus AG, waren auch bei der Ausbildungswoche 2021 mit dabei.

April

Pixabay I Gerd Altmann

Programmier-Kurs für Einsteigerinnen am Girls' Day

Informatik und Programmieren ist nichts für Mädchen? Von wegen!

Am 22. April nahmen 15 Mädchen an diesem Online-Workshop teil. Dieser hohe Zuspruch hat uns besonders gefreut, da die Programmierszene im Kreis Unna immer noch stark männlich geprägt ist. Mit diesem Kurs ist es uns gelungen, Mädchen für das Thema Programmieren zu begeistern und ihnen einen ersten Einblick in dieses spannende und zukunftsträchtige Berufsfeld zu geben.

Mai

Pixabay I Pexels

Runde 2 - Programmier-Kurs für Einsteiger*innen

Da unser Online-Workshop „Programmieren für Einsteigerinnen“ zum diesjährigen Girls’ Day so gut angenommen wurde, haben wir im Mai eine zweite Runde gestartet. Neben fünf IT-Einsteigerinnen hatten auch drei Jungen die Möglichkeit, die Grundideen des Programmierens mit Hilfe des Programms Karol kennenzulernen.

Juni

Erarbeitung von individuellen Berufsorientierungsangeboten für Schulen aus dem Kreis Unna

Aufgrund der Pandemie konnten Schüler*innen nur wenige Praktikumsplätze angeboten werden. Daher haben wir Schulen mit verschiedenen Angeboten bei der Gestaltung von Berufsorientierungswochen unterstützt. Vom 14. bis 18. Juni 2021 hatten Schüler*innen der Freiherr-vom-Stein-Realschule Bergkamen z. B. die Gelegenheit, an Onlineworkshops aus den Bereichen IT, Biologie/Chemie sowie Robotik teilzunehmen. Zudem wurden sowohl Online- als auch Präsenz-AzuBo-Einsätze durchgeführt.

Fünf Fragen an ...

Bio Security Management GmbH

Mitglied seit: 28.01.2015 (Gründungsmitglied)

Interview mit: Dr. Oliver Bonkamp
Prokurist

Wofür steht Ihr Unternehmen?

Wir sind Nahtstelle zwischen Wirtschaft und Wissenschaft und bieten Start-ups und jungen Unternehmen aus der der Agrar- und Ernährungswirtschaft, der Biotechnologie, Biochemie und verwandten Branchen das optimale Umfeld zur Umsetzung und Entwicklung ihrer Geschäftskonzepte und Raum für Forschungsprojekte. Mit den folgenden Angeboten unterstützen wir die Jungunternehmer*innen: Büros, Seminar- und Besprechungsräume, vollausgestattete Labore, Werkstatt und Lager, Beratungsangebote zu technologischen, finanziellen und fördertechnischen Fragen sowie die Vermittlung zu Forschungs- und Entwicklungspartnern aus Wirtschaft und Wissenschaft. Ziel ist die Vernetzung der Unternehmen intern wie extern mit Wissenschaft und Wirtschaft. Die Nutzung der Synergien durch das Agieren der Unternehmen in der gleichen oder in verwandten Branchen ist das Erfolgsrezept und sichert den Unternehmenserfolg.

Wie hat sich die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wirtschaft in den letzten Jahren verändert?

In den vergangenen Jahren haben wir immer mehr F&E-Projekte angeschoben und auch durchgeführt. In diesen Projekten übernehmen wir die Aufgabe des Projektmanagements. Siehe auch hier https://www.bio-security.de/forschung/

Welche Angebote machen Sie jungen, innovativen Existenzgründer*innen und Jungunternehmer*innen?

Wir nehmen Menschen mit guten Ideen an die Hand! Wir sind ihr Sparringspartner! Wir versuchen möglichst in der frühen Phase der Ideenentwicklung den Kontakt zum Markt herzustellen, um aus dem Markt wertvolles Feedback zu der jeweiligen Idee zu erhalten!

Was macht Ihnen bei der Arbeit mit jungen Unternehmen besonders viel Spaß?

Menschen mit Ideen sind einfach inspirierend! Ohne sie gibt es kein Fortkommen! Ohne sie wird eine Invention nicht zur Innovation! Deutschland ist das Land der Ideen. Ideen haben nur Menschen. Wichtig ist aber insbesondere, dass aus Ideen marktfähige Produkte/ Dienstleistungen werden. Nur dann sind Ideen auch wirklich wertvoll und diesen Prozess zu unterstützen, ist extrem bereichernd!

Haben Sie Wünsche für die Zukunft an den Förderverein?

Sie fördern die Zukunft und bieten Perspektiven! Diese Perspektiven denjenigen Menschen aufzuzeigen, die in Zukunft für das Fortkommen unserer Wirtschaft und Gesellschaft verantwortlich sind, ist extrem wichtig. Wir freuen uns als Kompetenzzentrum Bio-Security unterstützen zu dürfen!

Im Gespräch mit ...

HR-Expertin Dr. Katharina Lochner

Sebastian Blesel

Laut IHK-Fachkräftemonitor NRW 2019 wird sich der Fachkräfteengpass in Dortmund, Hamm und dem Kreis Unna bis zum Jahr 2030 auf rund 34.000 Personen belaufen. In unserer zweiteiligen Workshop-Reihe „Fachkräfte finden und binden“ ging es darum, dieser Prognose entgegenzuwirken. Wir haben im Nachgang noch einmal mit Frau Dr. Lochner gesprochen, um ihr einige Tipps zu entlocken. Sie berät seit mehr als 15 Jahren Unternehmen verschiedener Branchen im In- und Ausland zu HR-Prozessen und ist durch eine mehrjährige Fachhochschul-Professur und Forschungsprojekte mit dem aktuellen Stand zum Thema Digitalisierung im HR vertraut.

zdi-Förderverein: Die Positionierung eines Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber wird im Kampf um qualifizierte Fachkräfte immer relevanter. Was wünschen sich Bewerber*innen von Arbeitgebern heute?

Dr. Lochner: Azubi-Bewerber*innen ist die Zukunftsfähigkeit des erlernten Berufs ein Anliegen. Das kann man unterstreichen, indem man schon die Ausbildung selbst mit den Möglichkeiten der digitalen Welt ausstattet und Weiterentwicklungsmöglichkeiten nach der Ausbildung aufzeigt. Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten werden generell von jungen Menschen als wichtig eingeschätzt, dabei soll der Beruf aber auch als sinnvoll erlebt werden und nicht nur einfach zum Geldverdienen da sein. Darüber hinaus ist Umfragen zufolge das menschliche Miteinander wichtig. Dazu zählen ein gutes Betriebsklima und Teamarbeit. Auch flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten, werden geschätzt, sowie die Vereinbarkeit von Familie bzw. Freizeit und Beruf.

Welche Möglichkeiten haben kleine oder mittelständische Unternehmen, um die Arbeitgeberattraktivität zu steigern?

KMU sind in Bezug auf die Gestaltung konkreter Jobs und der Karriere von Mitarbeitenden freier und flexibler als Konzerne. Das bedeutet, sie können mehr auf die Stärken und Interessen von Mitarbeitenden eingehen, die jeweilige Stelle und auch die Weiterentwicklungsmöglichkeiten dem anpassen. In der Forschung wird das unter dem Begriff „Job Crafting“ schon seit langem diskutiert. Für große Konzerne mit festen Stellenbeschreibungen, vordefinierten Laufbahnkonzepten und zahlreichen Hierarchieebenen ist es wesentlich schwieriger, das umzusetzen. Genau damit aber können KMU punkten und das sollten sie in die Öffentlichkeit tragen. Gerade bei der jungen Generation spielen hierfür vor allem Instagram und zunehmend auch TikTok eine Rolle. Hier kann ein Unternehmen darstellen, welche Projekte man macht, zeigen, welche Menschen in dem Unternehmen arbeiten und wie es ist, für das Unternehmen tätig zu sein. Auch sollte man ein Auge auf Bewertungsportale wie Kununu haben, ggf. Mitarbeitende bitten, hierfür eine Beurteilung zu schreiben. Keinesfalls unterschätzen sollte man aber die persönlichen Kontakte. Viele Unternehmen haben ein richtiges System für Mitarbeiter werben Mitarbeiter, bei dem es beispielsweise eine Prämie für eine erfolgreiche Werbung eines neuen Mitarbeitenden gibt.

> „Azubi-Bewerber*innen ist die **Zukunftsfähigkeit des erlernten Berufs** ein Anliegen.“

Welche Mitarbeitenden-Benefits empfehlen Sie? Wie gelingt es, die klugen Köpfe nicht nur zu finden, sondern auch langfristig an das Unternehmen zu binden?

Das lässt sich nicht so generell beantworten. Da muss man immer schauen, um welche Zielgruppe es sich handelt, und die Benefits

darauf abstellen. Sonst verliert man sich, denn es gibt sehr viel, was man anbieten kann. Beispielsweise kann man *flexible Arbeitszeitmodelle* anbieten, von Teil- oder Gleitzeit über räumlich ungebundenes Arbeiten bis hin zu Job Sharing. Das zahlt übrigens auch auf die Familienfreundlichkeit ein. Die kann man weiterhin durch eine systematische Planung und Wiedereingliederung rund um eine Elternzeit unterstützen oder auch durch Betreuungsmöglichkeiten für Kinder. Für Familienfreundlichkeit kann man sich zertifizieren lassen.
Im *Betrieblichen Gesundheitsmanagement* kann man Angebote im Bereich Bewegung anbieten, von einzelnen Sport- und Bewegungskursen, die im Unternehmen stattfinden oder seitens des Unternehmens bezuschusst werden können, bis hin zur Mitgliedschaft im Fitness-Studio, entweder komplett vom Unternehmen bezahlt oder bezuschusst, oder zum Leasing eines E-Bikes.

Mögliche Ansatzpunkte für Mitarbeitenden-Benefits

- flexible Arbeitszeitmodelle
- betriebliches Gesundheitsmanagement in den Bereichen Bewegung/Fitness, Ernährung oder psychisches Wohlbefinden
- finanzielle Leistungen

Im *Bereich Ernährung* ist auch ein ganzes Spektrum denkbar, vom Obstkorb über Vorträge und individuelle Beratung zur Ernährung bis hin zu gesundem Kantinenessen. Im Bereich psychische Gesundheit und Wohlbefinden kann das Unternehmen Entspannungs- oder Achtsamkeitskurse anbieten oder bezuschussen oder auch Vorträge zum Thema psychische Gesundheit oder Erkrankungen. Manche Mittelständler haben sogar eine/n Feelgood-Manager*in, der/die sich um das Wohlergehen der Belegschaft kümmert. Auch finanzielle Leistungen sind möglich. Das kann ein Jobticket für Pendler*innen sein, ein Dienstwagen oder Diensthandy, Rabatte, eine Prämie für lange Betriebszugehörigkeit, sogar die Bereitstellung von Mitarbeitendenwohnungen. Aus diesen Optionen sollte man auswählen. Dafür macht es Sinn, die Mitarbeitenden im Unternehmen zu befragen. Damit bindet man sie auch ein, was nicht nur die Leistungen bekannter macht, sondern auch das Commitment fördert.

Wie müssen sich Unternehmen aufstellen, um junge Leute für eine Berufsausbildung zu begeistern?

Das ist in der Tat eine Herausforderung. Es entscheiden sich ja immer mehr junge Menschen für ein Studium, und insbesondere im Bereich Technik und Handwerk sind die Azubis mittlerweile rar. Aus Interviews mit Unternehmen weiß ich, dass bei vielen Schüler*innen das Image von technischen oder handwerklichen Berufen veraltet ist. Das kann man zurechtrücken, indem man Schüler*innen ins Unternehmen holt und ihnen zeigt, wie der Beruf aussieht. Das kann auch in Form von kleinen Simulationen oder Spielen erfolgen, so wird es erlebbarer und macht Spaß. Wenn man sich einmal kennengelernt hat, kann der nächste Schritt ein Schülerpraktikum sein. In Zeiten der Kontaktbeschränkungen ist das natürlich schwierig. Aber eine richtige digitale Alternative habe ich noch nicht gesehen.
Ausbildungsmessen werden ja mittlerweile auch digital abgehalten, aber da höre ich von verschiedenen Unternehmen, das es schwierig ist, dort authentisch aufzutreten. Was aber digital möglich ist, das ist, Kontakt mit einem Ansprechpartner oder einer Ansprechpartnerin auf Augenhöhe zu haben, sprich, mit einem aktuellen Azubi, mit dem es beispielsweise einen Live-Call gibt. Und das funktioniert auch unter Corona-Beschränkungen. Auch die Social Media zu pflegen und dort vorzustellen, was das Unternehmen macht und wie man sich das Arbeiten dort vorstellen kann, ist hilfreich. Da kann man z. B. Azubis und deren Aufgabenbereich vorstellen. Das dauert, bis es Wirkung zeigt, und es ist auch nicht gerade wenig Arbeit. Aber hier kann man auch die jungen Leute einbinden, die sich sowieso damit auskennen und die Freude daran haben. Das Ganze ist auf jeden Fall eine sehr langfristige Angelegenheit, die man auch außerhalb der Ausschreibungs- und Bewerbungsphasen auf dem Schirm haben sollte.

Ihre Erfolgsgeschichten

Ganz nach dem Motto „Geteilte Freude ist doppelte Freude“

Virtuelles Praktikum für Schüler und Schülerinnen bei der Bayer AG

Der Kontakt zwischen Unternehmen und Schulen muss während der Corona-Pandemie nicht abreißen. Gemeinsam mit dem Ausbildungsmarketing in der Zentrale in Leverkusen entwickelte Bayer Bergkamen die Idee von digitalen Schnupperwochen für die Bereiche Technik und Naturwissenschaften, um jungen Menschen auch ohne physische Präsenz Einblicke in die Berufswelt zu geben und bei der Berufsorientierung zu unterstützen. Immer steht an einem Tag ein anderes Berufsbild im Fokus. Vorträge zu Themen wie Arbeitssicherheit, Gesundheitsmanagement und dem Bewerbungsverfahren sowie Live-Präsentationen von Auszubildenden zu verschiedenen Berufen sind auch feste Bestandteile. Um die Teilnehmer*innen bestmöglich zu integrieren, erhielten sie auch Materialien nach Hause geschickt, um z. B. einen Versuch mit einem Stromkreis und mehreren Glühbirnen durchführen zu können. In einem sog. Hackathon erarbeiteten die Schüler*innen in kleinen Projektgruppen und kurzen Zeitfenstern innovative Lösungsansätze für aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen. Zum Programm gehörten auch virtuelle Rundgänge direkt an den Arbeitsplätzen sowie in den Ausbildungszentren Berlin und Bergkamen.

„Das digitale Praktikum hat sich als geeignet und wertvoll erwiesen, um den Kontakt mit den Schüler*innen weiter zu pflegen und sich über die digitalen Instrumente auch als innovativer Arbeitgeber darzustellen."

Ausbildungsleiter Thomas Spies, Bayer AG

„Die Videos können wir uns auch nachher noch anschauen. Man hat also länger was davon.“

Schülerin Sina aus Kamen

Bayer AG

Weitere virtuelle Praktika sind bereits für die zweite Jahreshälfte und das erste Quartal 2022 in Planung. Infos und die Möglichkeit zur Anmeldung unter: www.ausbildung.bayer.de

Lassen Sie uns an Ihren Erfolgen auf unserer gemeinsamen Mission teilhaben.

Wir freuen uns über Ihren Beitrag!

Webseite
www.perspektive-technik.de
FB: @perspektivetechnik

Kontakt
02303 27-3690

E-Mail-Adressen
s.koenig@wfg-kreis-unna.de
l.rubbert@wfg-kreis-unna.de