

PRAKTIKUM ALS INSTRUMENT ZUR FACHKRÄFTEGEWINNUNG

VON DER ORGANISATION BIS ZUR HALTUNG: SO WIRD DAS PRAKTIKUM ZUM WIN-WIN-MODELL FÜR UNTERNEHMEN UND SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER

EMPLOYER BRANDING: PRAKTIKANTIN WIRD ZUR MARKENBOTSCHAFTERIN

Ein erfolgreiches Praktikum ist nicht nur für die Schülerinnen und Schüler gewinnbringend, sondern stärkt auch das Employer Branding. Die Praktikantin Marie hat sich in ihrem Praktikum sehr wohl gefühlt und hält im Unterricht einen Vortrag über ihre positiven Erfahrungen. Da sie das Team nun kennt, kommentiert sie auch die Instagram-Beiträge des Unternehmens. Sie wird zur Botschafterin für das Unternehmen, sowohl in den sozialen Netzwerken als auch in persönlichen Gesprächen. Was das Unternehmen richtig gemacht hat, haben sie uns erzählt.

UND SO LÄUFTS IN DER REGION

Die Betriebe der Region sind sich einig, dass Praktika ein zentrales Instrument zur Fachkräftegewinnung sind. So sollte eine gute Praktikumsstruktur im Unternehmen zum Employer Branding gehören. Das sind für die Unternehmen die Erfolgsfaktoren, wenn es um gelungene Praktika geht.

Erwartungsgespräch

- Was erwartet die/der Praktikant/-in vom Praktikant/in vom Praktikum? Was der Betrieb
- Flexible Einsatzgebiete ermöglichen und auf Grundlage des Gespräches planen

Begrüßungsgespräch mit festgelegten Ansprechpersonen

- Wer ist im Unternehmen die Ansprechperson für die Praktikantinnen und Praktikanten?
- Wer ist im Begrüßungsgespräch anwesend?
- Betriebsbesichtigung

Unterlagen und Informationen zur Verfügung stellen

- z.B. Rahmenbedingungen Praktika (Arbeitszeiten, AU Meldung), zentrale Ansprechpersonen für Praktikant/-in, Organigramm, Informationen zum Unternehmen/Richtlinien, Sicherheitshinweise

Praktikumsplan

- Was erwartet die/den Praktikant/in? Strukturierung der Tage

Arbeitsproben / Echte Projekte

- die/der Praktikant/-in sollten echte Aufgaben in dem passenden Ausbildungsberuf erhalten (vorab Planung und Strukturierung dessen)

Feste Absprachen für die Mittagspausen

- Beispiel: Azubi-Mittagstisch
- Ziel ist es, dass die/der Praktikant/-in nicht alleine Mittagspause machen muss. Es sei denn dies ist gewünscht.

Umgang mit Herausforderungen

- Wer kann angerufen werden? Wie können die Praktikant/-innen sich verhalten?

Face-to-Face Gespräche / Feedbackgespräche

- Zwischengespräch führen
- Abschlussgespräch (mit gegenseitigem Feedback)
- ggf. Eltern mit einbinden
- Ausbildungsplatz anbieten, wenn das Praktikum gut war!

Sonstiges:

- Mitarbeitende informieren, welchen Stellenwert Praktikant/-innen im Unternehmen haben / Anleitung für Mitarbeitende
- Informationen zu Ausbildungsberufen am Ende des Praktikums mitgeben
- Give-Aways mitgeben
- Berufs-Stereotype aufgrund des Geschlechts im Praktikum aufheben
- Eltern einbinden (Begrüßung, Feedback)

Insgesamt ist es das A und O, dass die Betriebe mit dem Praktikant/-in kommunizieren und mit ihren Mitarbeitenden. Nur so kann aus Sicht der Betriebe ein gutes Praktikum gewährleistet werden und den individuellen Interessen der/des Praktikant/-in begegnet werden.

ALLES EINE FRAGE DER HALTUNG? ES REICHT NICHT, WENN NUR DIE PERSONALABTEILUNG PRAKTIKA FÜR WICHTIG ERACHTET. DER UMGANG MIT PRAKTIKANTINNEN UND PRAKTIKANTEN GEHÖRT BEI UNS ZUM EMPLOYER BRANDING.

Welche Herausforderungen ergeben sich im Praktikum aus Betriebssicht?

Praktika gelten als wichtiges Instrument im Employer Branding, doch viele Unternehmen stehen vor Hürden bei ihrer Umsetzung. Hauptproblem ist der Mangel an zeitlichen und personellen Ressourcen, da die Betreuung von Praktikantinnen und Praktikanten zusätzliche Kapazitäten erfordert. Hinzu kommt die Heterogenität der Praktikant/-innen: Unterschiedliche Fähigkeiten, Motivation und Charaktere machen es schwierig, einheitliche und zugleich flexible Konzepte zu entwickeln. Zudem sorgen rechtliche Vorgaben wie Arbeits- und Datenschutz sowie Arbeitssicherheit für zusätzlichen Aufwand.

Auch die Akzeptanz innerhalb der Belegschaft bleibt ein Knackpunkt. Oft fehlt den Mitarbeitenden das Verständnis für den Wert von Praktika, während Praktikantinnen und Praktikanten nicht immer nachvollziehen, warum sie bestimmte Aufgaben nicht übernehmen können.

Unternehmen betonen die Notwendigkeit besserer Kommunikation – sowohl intern als auch gegenüber den Praktikantinnen und Praktikanten. Ziel müsse es sein, abwechslungsreiche, sinnvolle und motivierende Praktika anzubieten, die den Einstieg in die Berufswelt erleichtern und langfristig Talente binden.

DAS PRAKTIKUM DER ZUKUNFT: 5 INNOVATIVE LÖSUNGEN

Unternehmen schlagen folgende Maßnahmen vor, um Praktika erfolgreicher zu gestalten:

- **Feste Ansprechpersonen und klare Kommunikation:** Geschulte Mitarbeitende übernehmen die Betreuung, unterstützt durch optimierte Kommunikationswege und klare Strukturen.
- **Gestaltungsfreiräume für Mitarbeitende:** Mehr Eigenverantwortung bei der Betreuung
- **Früher Austausch:** Interessen und Bedürfnisse der Praktikantinnen und Praktikanten vorab klären.
- **Zusammenarbeit mit Schulen:** Unterstützung durch Lehrkräfte für eine bessere Abstimmung und Vorbereitung.
- **Klare Einweisung in Arbeitssicherheit:** Praktikantinnen und Praktikanten umfassend schulen, um Sicherheit am Arbeitsplatz zu gewährleisten.

Diese Ansätze sollen Praktika attraktiver machen und ins Employer Branding integriert werden.

ZITAT DES TAGES

“Transparenz und Kommunikation ist der Schlüssel für ein erfolgreiches Praktikum.“