

# 28. Plenum der Offensive Mittelstand

---

**Kooperation OM und Innovationsbüro  
Fachkräfte für die Region**

Berlin, 4. April 2019

# Innovationsbüro Fachkräfte für die Region

---

Vorstellung: Wer wir sind und was wir tun

## Ein Projekt des

---

Bundesministeriums  
für Arbeit und Soziales

DIHK  
Service GmbH



# Ab in die Region



Wir...

...identifizieren, analysieren und kategorisieren Netzwerke und Projekte.

...vernetzen und professionalisieren die Zusammenarbeit regionaler Akteure.

beraten und coachen Netzwerke oder Netzwerkkoordinatoren bei ihrer Entwicklung.

...erheben Daten zu regionaler Fachkräftesicherung von überregionaler Bedeutung und tragen Themen und Projekte in die Fläche.

## Expertentreffen und Würdigungen



**Innovationstag/Fachtagung**  
**Veranstaltungen Dritter**  
**Aktionswochen**  
**Fachkräftesicherung**

Schwerpunkt:  
Gute Praxis öffentlich machen

## Beratung und Coaching



**Workshops**  
**Lehrgang**  
**Netzwerkkoordinator (IHK)**

Schwerpunkt:  
Netzwerkmanagement & -praxis

## Vernetzung und Austausch



**Erfahrungsaustauschkreise**  
**Entwicklungspartnerschaft**

Schwerpunkt:  
Allgemeiner & themen-  
bezogener Austausch

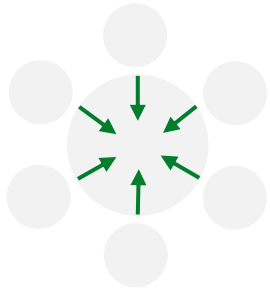
# **Innovationsbüro Fachkräfte für die Region**

---

Gute Praxis: Wen wir suchen und was wir gefunden haben

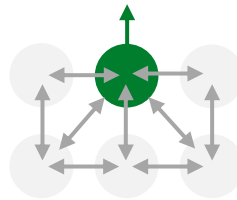


# Wir suchen Netzwerke, die...



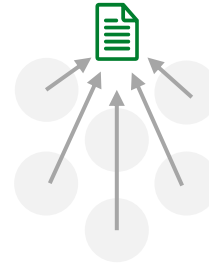
1

...sich mit relevanten Partnern auf Augenhöhe begegnen und einen individuellen Nutzen aus der Zusammenarbeit ziehen



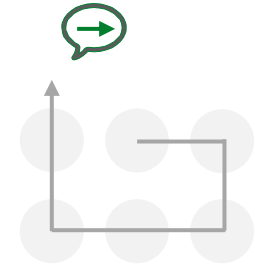
2

...anhand von arbeitsfähigen Strukturen und Ressourcen eine kontinuierliche Zusammenarbeit ermöglichen



3

...ihre Arbeit als strategischen Prozess anlegen (Analyse, Ziele, Maßnahmen & Evaluation)



4

...interne und externe Kommunikation als elementaren Bestandteil der Netzwerkarbeit verstehen

# Was wir gefunden haben

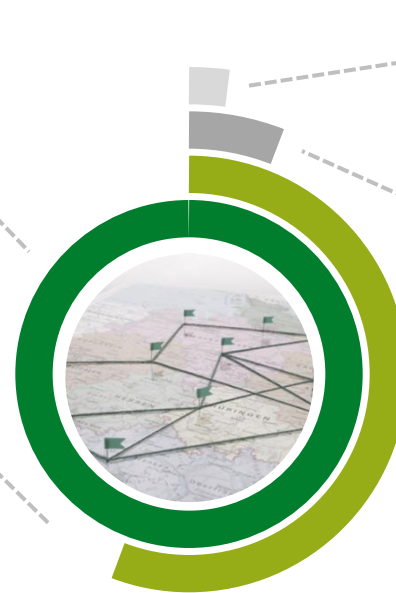
1.200

Bekannte Netzwerke und  
Initiativen zur  
Fachkräftesicherung.



380

Verfügbare Kontakte in der  
Netzwerkdatenbank.



18

Netzwerke in der  
Entwicklungspartnerschaft.



28

Innovative Netzwerke und  
Projekte seit 2012.

# Wofür sich Netzwerke engagieren



## Kontakt

---

**Innovationsbüro**  
Fachkräfte für die Region

T (0)30 20 308 6200  
F (0)30 20 308 5 6200

**Jan Kuper**  
Projektleiter

DIHK Service GmbH  
Breite Straße 29  
10178 Berlin

[kuper.jan@fachkraeftebuero.de](mailto:kuper.jan@fachkraeftebuero.de)  
[www.fachkraeftebuero.de](http://www.fachkraeftebuero.de)  
[www.facebook.com/fachkraeftebuero](https://www.facebook.com/fachkraeftebuero)



## **Zur Relevanz der Arbeit regionaler Netzwerke**

---

3. Themenstudie des Innovationsbüros Fachkräfte für die Region

1

Netzwerke haben einen positiven Effekt auf die regionale Entwicklung und die Fachkräftesicherung von Unternehmen.

2

Es gibt Faktoren für die Netzwerkarbeit, die für den Erfolg entscheidend sind.

3

Die Arbeit der Netzwerke kann durch interne und externe Faktoren noch verbessert und vertieft werden

4

Geld hilft, ist aber nicht entscheidend

# 3. Themenstudie des Innovationsbüros

## Zur Relevanz der Arbeit regionaler Netzwerke

---

### Zielsetzung:

- ▶ Analyse des Einflusses regionaler Aktivitäten zur Fachkräftesicherung auf wirtschaftliche Entwicklung der Regionen
  - ▶ Wechselwirkungen zwischen Arbeitsmarkt- und Netzwerkentwicklung
  - ▶ Erfolge der Netzwerkarbeit
  - ▶ Fördernde und hemmende Faktoren
  - ▶ Perspektiven der Netzwerke
- ▶ Entwicklung von Empfehlungen für Netzwerke, Partner und Politik.

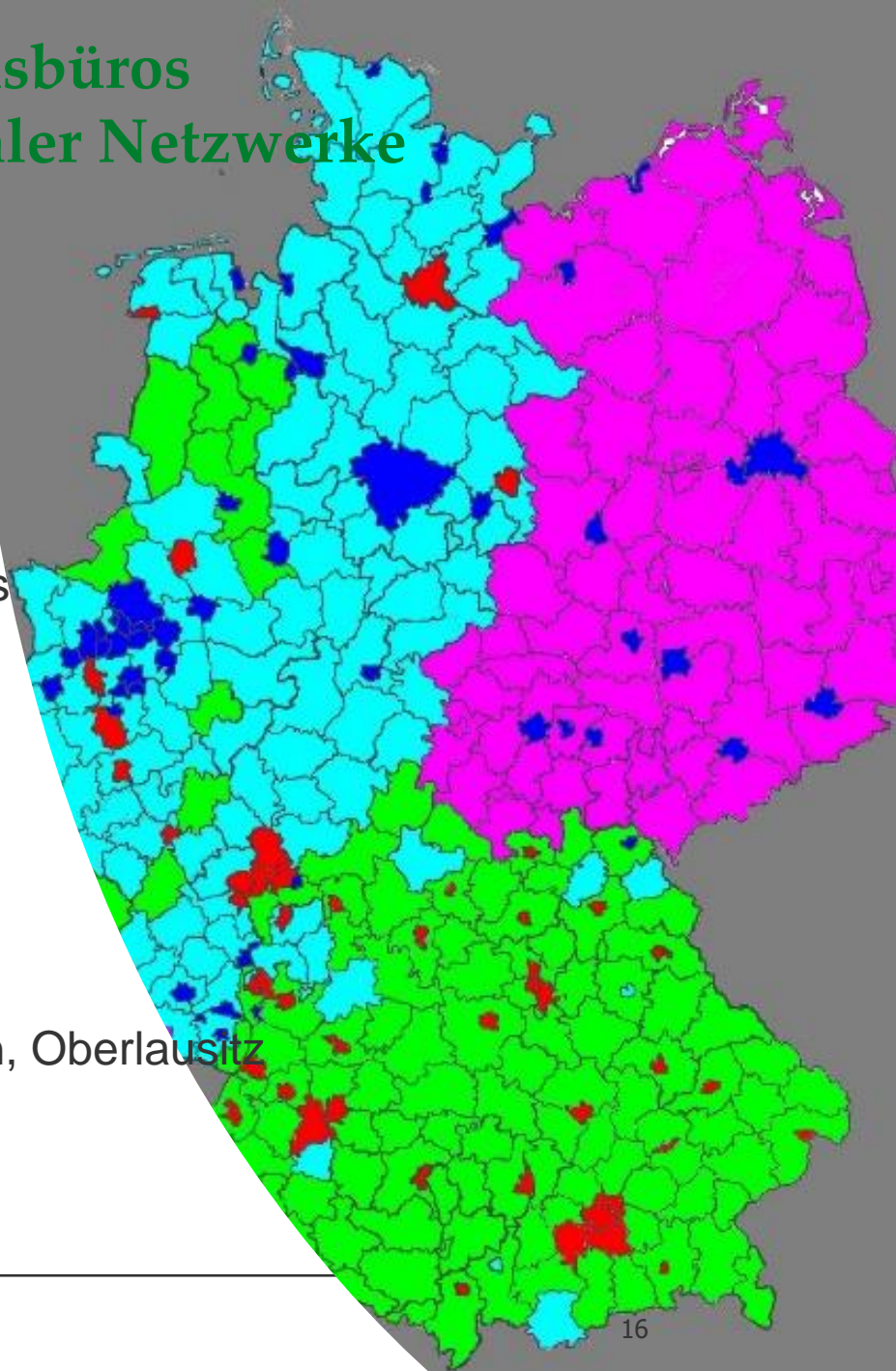
### Vorgehen:

- ▶ Online-Umfrage unter Netzwerkkoordinatoren sowie Partnern. Mehr als 100 Netzwerke und mehr als 175 Netzwerkpartner nahmen teil.
- ▶ Anschließend Interviews mit ausgewählten Netzwerken und ihren Partnern.

# 3. Themenstudie des Innovationsbüros Zur Relevanz der Arbeit regionaler Netzwerke

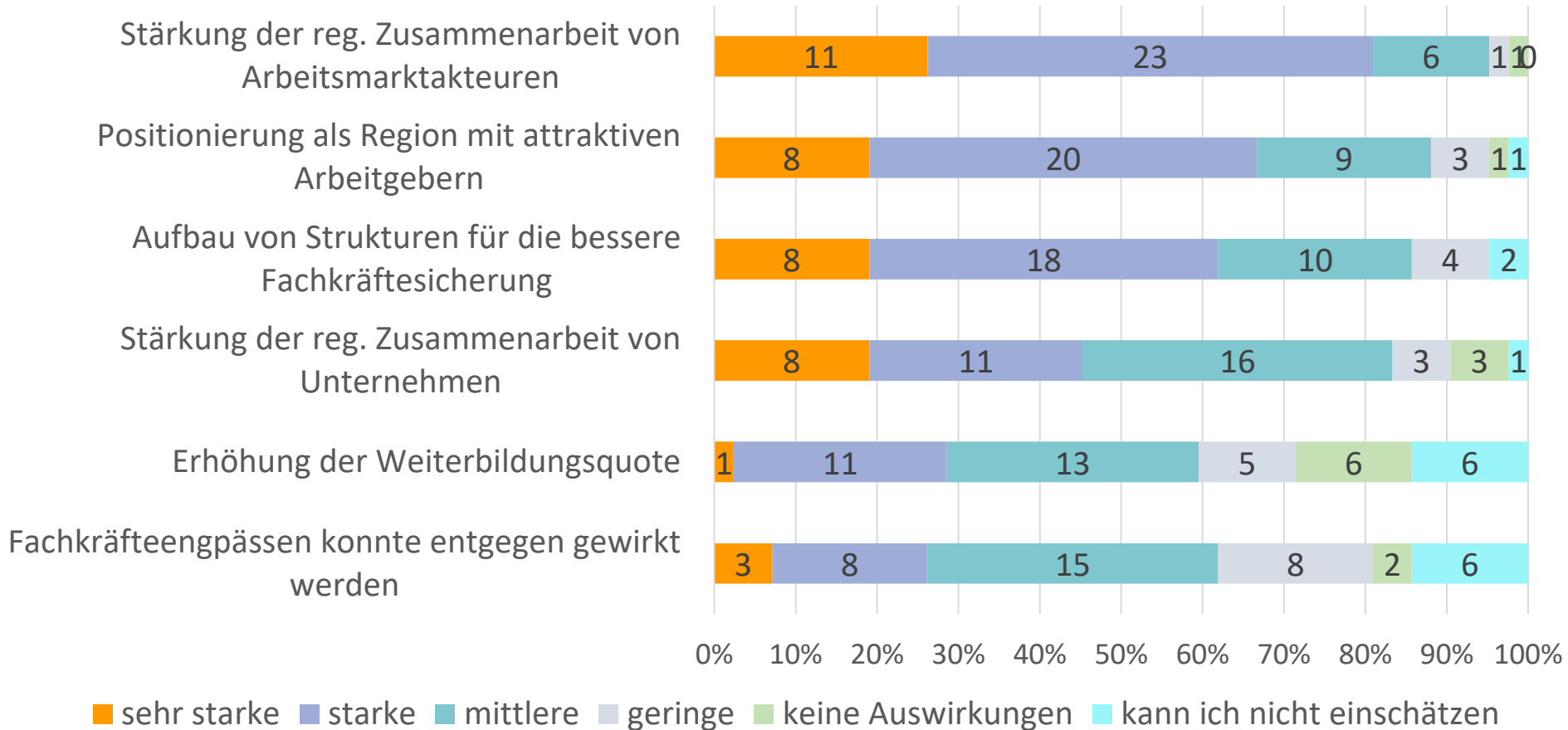
## Empirische Zugänge:

- ▶ Regionalindikatoren
  - ▶ Ebene: Landkreise
  - ▶ Identifikation von 5 Regionstypen
- ▶ Netzwerkdatenbank des Innovationsbüros
- ▶ Online-Befragung
  - ▶ 105 vollständige Koordinatorenantworten (372/401 LK)
  - ▶ 178 vollständige Partnerantworten (45 Netzwerke)
- ▶ 4 Fallstudien: Rhein-Neckar, Eifel, Verden, Oberlausitz

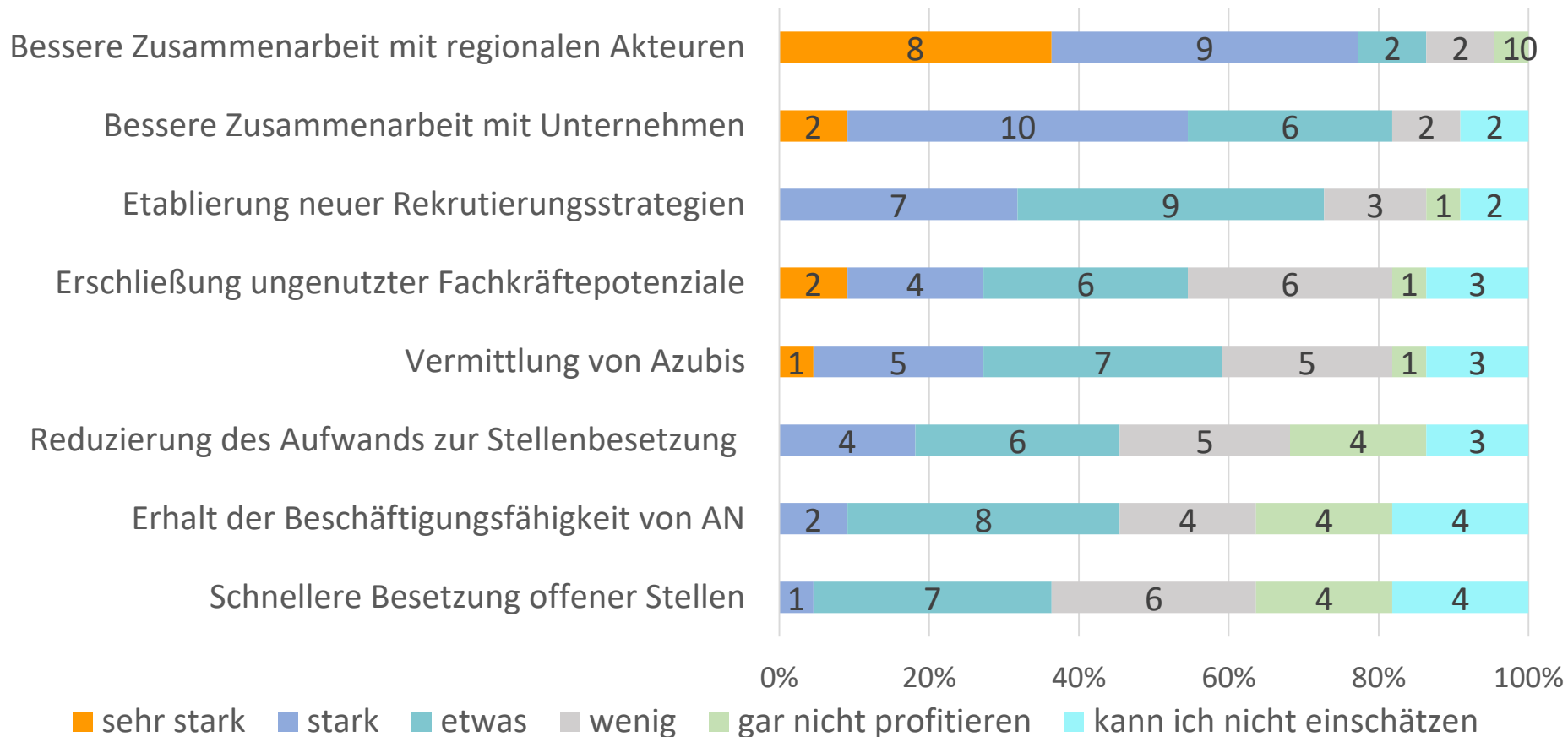




## Auswirkungen der Netzwerkarbeit auf regionaler Ebene



## Auswirkungen der Netzwerkarbeit auf das eigene Unternehmen

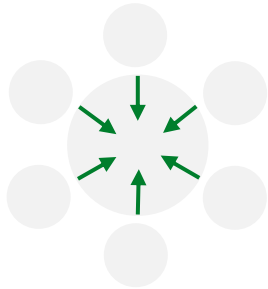


# Konkrete Beispiele

---

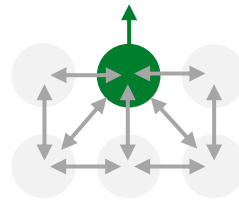
- ▶ Unternehmensinterne Maßnahmen
  - ▶ Frauenförderung
  - ▶ Gesundheitsförderung
  - ▶ Vereinbarung von Familie und Beruf
- ▶ bessere Vernetzung innerhalb der Region
- ▶ Regionaler Erfahrungsaustausch
- ▶ Auftragsgewinnung zwischen Netzwerkpartnern
- ▶ verbessertes Arbeitgebermarketing
- ▶ bessere Vermittlung und weniger Ausbildungsabbrüche

# Erfolgsfaktoren aus Sicht des Innovationsbüros



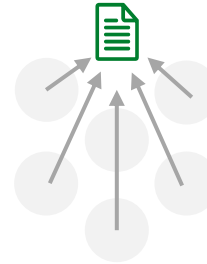
1

...sich mit relevanten Partnern auf Augenhöhe begegnen und einen **individuellen Nutzen** aus der Zusammenarbeit ziehen



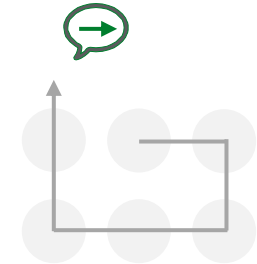
2

...anhand von **arbeitsfähigen Strukturen** und Ressourcen eine **kontinuierliche Zusammenarbeit** ermöglichen



3

...ihre Arbeit als **strategischen Prozess** anlegen (Analyse, Ziele, Maßnahmen & Evaluation)



4

...interne und externe **Kommunikation** als elementaren Bestandteil der Netzwerkarbeit verstehen

Netzwerkkordinator/in

# Erfolgsfaktor: Finanzierung und Angebotsbreite

---

## Ergebnisse laut Studie:

- ▶ Jährliches **Budget** zumeist < **50.000 EUR**
- ▶ **Projektmittel** häufigste **Finanzierungsquelle**
- ▶ **Finanzierungslage** in wirtschaftlich **starken Regionen** gut

## Zugleich gilt:

Finanzielle Ausstattung hat Einfluss auf

- ▶ Angebotsbreite
- ▶ Resonanz bei den Zielgruppen
- ▶ Ergebnisse

# Erfolgsfaktor: Engagement und Kooperationen

---

- ▶ Netzwerkarbeit wird dann positiv gesehen, wenn sich **viele Akteure engagiert** beteiligen und auch die **Nachfrage** bei den **Zielgruppen hoch** ist.
- ▶ Der **Austausch** mit **anderen Netzwerken** begünstigt die Netzwerkarbeit.
- ▶ **Unterstützung** durch Politik und Verwaltung wird ebenfalls erfolgsfördernd gesehen.
- ▶ **Fortbildungsangebote** für Netzwerkmanager gibt es noch wenig bzw. sie werden noch wenig wahrgenommen.

# Handlungsempfehlungen für Netzwerke

---

- ▶ **Austausch** mit **anderen Netzwerken** sowie **Einbeziehung** von **Politik** und **Verwaltung**.
- ▶ **Ankoppeln** an bestehende **regionale Aktivitäten**.
- ▶ **Regionalspezifische** Angebote entwickeln.
- ▶ **Erfahrungsaustausch** zwischen **Netzwerken** in **strukturell ähnlichen** Regionen.

# Schlussfolgerungen für die Politik

---

- ▶ **Anreize** für mehr **regionale** (und überregionale) **Kooperation** setzen.
- ▶ Netzwerke durch **Engagement** und **Sichtbarmachung** stärken.
- ▶ Netzwerke **insbesondere** in Regionen mit **strukturellen Herausforderungen** unterstützen.
- ▶ **Erfahrungsaustausch ermöglichen** und situationsgerechte **Beispiele guter Praxis** kommunizieren.



# Aus der Praxis – für die Praxis

---

Inspirationen für Ihr Netzwerk

# Praxisbeispiel: Entwicklungstrecke



Felix Bücken  
Netzwerkkoordinator

„Unser Ziel ist es, dass  
Fachkräfte in ihren  
Kompetenzen weiter  
qualifiziert und untereinander  
innerhalb der Region vernetzt  
werden. Das erhöht die  
Bindekraft und stärkt die  
heimische Wirtschaft!“

Osnabrück  
bildet Zukunft



Netzwerk: Osnabrück bildet Zukunft  
Bundesland: Niedersachsen  
Handlungsfelder: Weiterbildung, Unternehmensthemen  
Zielgruppen: Unternehmen, Führungskräfte, Facharbeiter



Ziele:  
▶ Potentialträger fördern und an die Region binden  
▶ Fachkräfte und Unternehmen vernetzen



Maßnahmen:  
▶ kooperative Personalentwicklung für KMUs ohne eigene Personalabteilung  
▶ Durchführung via Coaching-Anbieter über 1 Jahr  
▶ integriertes Konzept mit individueller Potenzialanalyse, 8 Lehrgangsbausteinen, Fachvorträgen und Projekten  
▶ Workshops bei den beteiligten Betrieben, sodass die Teilnehmer unterschiedliche Betriebe kennenlernen



**Stefanie Fuchs**  
Netzwerkkoordinatorin

„Das Verständnis für den operativen Geschäftsalltag aufbringen zu können, ist ein wichtiger Faktor, um von Unternehmen als langfristige Unterstützer und Partner akzeptiert zu werden!“



-----● **Netzwerk:** Strategische Partnerschaft Sensorik e. V.  
**Bundesland:** Bayern  
**Handlungsfelder:** Demografie, Ländlicher Raum, Unternehmensthemen  
**Zielgruppe:** Unternehmen



-----● **Ziele:**

- ▶ Sensorik-Branche im ländlichen Raum beim Umgang mit dem demografischen Wandel durch gemeinsame Personalentwicklung unterstützen
- ▶ Unternehmen für eine mitarbeiterorientierte Unternehmens- und Führungskultur sensibilisieren



-----● **Maßnahmen:**

- ▶ begleitende Beratung und stetige Unterstützung
- ▶ Demografieberaterinnen und -berater unterstützen Unternehmen bei den Themen Rekrutierung, Diversity Management, Employer Branding, Aus- und Weiterbildung, Work-Life-Balance und Gesundheitsmanagement
- ▶ erarbeitete Leitfäden und Handlungsempfehlungen stehen auf der Plattform [www.democlust.de](http://www.democlust.de) allen Demografieberatern und Unternehmen zur Verfügung



Stefanie Fuchs  
Netzwerkkoordinatorin

„Das Verständnis für den operativen Geschäftsalltag aufbringen zu können, ist ein wichtiger Faktor, um von Unternehmen als langfristige Unterstützer und Partner akzeptiert zu werden!“



Netzwerk: Strategische Partnerschaft Sensorik e. V.  
Bundesland: Bayern  
Handlungsfelder: Digitalisierung, Unternehmensthemen  
Zielgruppe: KMU



#### Ziele:

- ▶ Sensibilisierung der Unternehmen für die Notwendigkeit der Fachkräftesicherung
- ▶ Sensibilisierung der Unternehmen über Leistungsfähigkeiten der Beschäftigten



#### Maßnahmen:

- ▶ Entwicklung eines innovativen Veranstaltungsrepertoires gemeinsam mit sechs Unternehmen zum Thema Arbeiten 4.0
- ▶ Informationsaustausch zwischen und innerhalb der Unternehmen:
  - ▶ firmenübergreifende Workshops der Führungskräfte inkl. Experteninputs
  - ▶ im Anschluss unternehmensinterne Workshops, um die neuen Impulse in den eigenen betrieblichen Kontext zu übersetzen
- ▶ Das Netzwerk moderiert den gesamten Dialogprozess und unterstützt die Unternehmensvertreter bei der Maßnahmenplanung



Markus Kamann  
Netzwerkpartner

„Der Leidensdruck vieler Mittelständler hier im ländlichen Raum ist hoch. HI!GH AZUBI erschließt ihnen ein neues Fachkräftepotenzial und zeigt eindrucksvoll, dass sich elementare Themen im Netzwerk viel besser umsetzen lassen als in Konkurrenz zueinander!“



Netzwerk: BANG Gütersloh e. V.  
Bundesland: Nordrhein-Westfalen  
Handlungsfelder: Berufliche Ausbildung, Weiterbildung, Digitalisierung  
Zielgruppen: Studienabbrecher, Studierende, Unternehmen



Ziele:

- ▶ Studienabbrechern technischer Disziplinen attraktive berufliche Qualifizierung jenseits der Hochschule bieten
- ▶ passgenau qualifizierte Fachkräfte gewinnen



Maßnahmen:

- ▶ in Absprache mit der IHK absolvieren Studienabbrecher je nach Vorkenntnis eine herkömmliche oder verkürzte duale Ausbildung, wobei unter Umständen der schulische Teil entfallen kann
- ▶ zusätzlich können Kompetenzbausteinen belegt werden, die an bereits erbrachte Studienleistungen anknüpfen
- ▶ „High Azubis“ absolvieren in kurzer Zeit eine bundesweit anerkannte, renommierte Berufsausbildung und erarbeiten sich gleichzeitig Zusatzqualifikationen



René Mühlroth  
Netzwerkkoordinator

„Viele berufsorientierende Angebote konzentrieren sich auf einen bestimmten Abschnitt und enden dann. Das ist bei uns anders: Wir glauben, dass eine gute Berufsorientierung samt realem Übergang in Ausbildung möglich ist!“



Netzwerk: Netzwerk Großbeerenstraße e. V.

Bundesland: Berlin

Handlungsfelder: Berufliche Ausbildung, Integration und Zuwanderung, Berufsorientierung

Zielgruppen: Unternehmen, Schüler, Jugendliche, Einwanderer, Menschen mit Migrationshintergrund



Ziele:

- ▶ passgenaue Besetzung von Ausbildungsplätzen
- ▶ KMU als attraktive Arbeitgeber und Ausbildungsstätten vermarkten



Maßnahmen:

- ▶ Vergabe von 48 Praktikumsplätzen per Auswahlverfahren
- ▶ diese sind gegliedert in 5 Berufsfelder (Ringe): Metall, Elektro, Druck und Medien, Einkauf und Vertrieb sowie Eventmanagement und Hotellerie/ Gastronomie (jeder Praktikant bewirbt sich auf einen „Ring“)
- ▶ im dreiwöchigen Praktikum produzieren alle „Ringe“ gemeinsam einen kleinen Metall-Gabelstapler in Serie und vermarkten diesen
- ▶ Schülerinnen und Schüler lernen 3 Unternehmen in ihrem „Ring“ kennen, Betriebe erleben 6 potenzielle Auszubildende im realen Arbeitsumfeld
- ▶ wer zueinander passt, vertieft die Beziehung über ein spezielles Mentoring-Netzwerk-Programm und in Ferienarbeit

# Praxisbeispiel: Rückkehreraktion



Dr. Dirk Lürßen  
Netzwerkkoordinator

„Unsere Region ist unglaublich lebenswert und bietet viele Chancen. Es wäre deshalb toll, wenn wir junge Fach- und Führungskräfte gemeinsam davon überzeugen könnten, nach dem Studium in den Großstädten zurückzukehren und hier Verantwortung zu übernehmen.“



Netzwerk: Wachstumsregion Ems-Achse  
Bundesland: Niedersachsen  
Handlungsfelder: Ländlicher Raum, Regionalmarketing  
Zielgruppen: Studierende, Rückkehrer in die Region



Ziele:  
▶ Bildungsabwanderung in Ostfriesland verhindern  
▶ Absolventen nach dem Studium wieder in die Heimat holen



Maßnahmen:  
▶ an Weihnachten und Ostern, wenn viele Studierende in die Heimat zurückkehren, wird mit kreativen Marketingmaßnahmen über offene Stellen, Beratungsangebote und Perspektiven vor Ort informiert  
▶ Bsp. 1: Verteilung von Türanhängern an 120.000 Haushalte „Mama und Papa wollen nur dein Bestes!“  
▶ Bsp. 2: Zeitungsbeilage „Wovon träumst du?“ (18 junge Menschen aus der Region erzählen, weshalb sie in der Ems-Achse leben und arbeiten)

# Praxisbeispiel: Die Familien-Achse



Dr. Dirk Lürßen  
Netzwerkkoordinator

„Unsere Region ist unglaublich lebenswert und bietet viele Chancen. Es wäre deshalb toll, wenn wir junge Fach- und Führungskräfte gemeinsam davon überzeugen könnten, nach dem Studium in den Großstädten zurückzukehren und hier Verantwortung zu übernehmen.“



Netzwerk: Wachstumsregion Ems-Achse e. V.  
Bundesland: Niedersachsen  
Handlungsfeld: Vereinbarkeit von Familie und Beruf  
Zielgruppe: Beschäftigte



#### Ziel:

- ▶ Transparenz über die Angebote im Bereich der Familienförderung von sechs Gebietskörperschaften in der Region durch Kompetenzbündelung herstellen



#### Maßnahmen:

- ▶ Entwicklung einer eigenen Website zur Suche nach und Sichtbarmachung von familienfreundlichen Angeboten, bspw. Ansprechpartner vor Ort:
  - ▶ Kinder- und Ferienbetreuungsangeboten
  - ▶ familienorientierte Personalmaßnahmen
  - ▶ Pflege von Angehörigen
  - ▶ Angebote für Wiedereinsteiger
- ▶ Flächendeckende Kindernotfallbetreuung für Unternehmen in der Region



# Praxisbeispiel: Kinderbetreuungsdatenbank



Alice Güntert  
Netzwerkkoordinatorin

„Die Zusammenarbeit in der Region ist sehr gut, und so können auch Projekte wie die Kinderbetreuungsdatenbank mit Leben gefüllt werden. Das Portal ist inzwischen weithin bekannt und wird intensiv genutzt.“



**Netzwerk:** Vitaler Arbeitsmarkt - Forum "Vereinbarkeit von Beruf und Familie"

**Bundesländer:** Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz

**Handlungsfelder:** Vereinbarkeit von Familie und Beruf

**Zielgruppen:** Alleinerziehende, Frauen, Rückkehrer in die Region, Unternehmen, Wiedereinsteiger



**Ziele:**

- ▶ Mütter und Väter als Arbeitskräfte gewinnen
- ▶ Region Rhein-Neckar familienfreundlicher machen



**Maßnahmen:**

- ▶ in der Datenbank werden die Betreuungsangebote der gesamten Region für einen schnellen und umfassenden Überblick gebündelt (Kinderkrippe, Kindergarten, nachschulische sowie Ferienbetreuung)
- ▶ Eltern: können gezielt & schnell nach unterschiedlichen Angeboten suchen
- ▶ Arbeitgeber: können die Datenbank kostenlos mit der eigenen Website oder im Intranet verlinken
- ▶ Betreuungsanbieter: können ihre Angebote kostenlos vorstellen

# Praxisbeispiel: Beschäftigung von Menschen mit Behinderungen



Daniel Wiener  
Netzwerkpartner

„Sächsische Unternehmen bieten ein hohes Potenzial, Menschen mit Behinderungen zu beschäftigen. Es bedarf lediglich einer individuellen und persönlichen Beratung und einer konkreten Unterstützungsleistung.“



## Netzwerk:

support – Dienstleistungsnetzwerk für sächsische Arbeitgeber

## Bundesland:

Sachsen

## Handlungsfelder:

Berufliche Ausbildung, Unternehmensthemen, Inklusion

## Zielgruppe:

Unternehmen



## Ziele:

- ▶ Menschen mit Behinderung als Arbeitskräfte gewinnen
- ▶ Vorbehalte bei Arbeitgebern durch individuelle Beratung und Unterstützung aus dem Weg räumen
- ▶ Entstandene Ausbildungs- und Arbeitsverhältnisse nachhaltig sichern



## Maßnahmen:

- ▶ support ist ein Dienstleister mit Servicestellen vor Ort
- ▶ Arbeitgeber bekommen alle Leistungen rund um die Beschäftigung schwerbehinderter, behinderter und von Behinderung gefährdeter Menschen aus einer Hand
- ▶ Dienstleistungen für Arbeitgeber: Beratung, Organisation und Koordination von Unterstützungsleistungen sowie passgenaue Besetzung offener Arbeits- oder Ausbildungsplätze
- ▶ Dienstleistungen für Menschen mit Behinderung: berufsbegleitende Angebote zur Qualifizierung und weitere Förderleistungen

# Praxisbeispiel: Ausbildungsprogramm „Cleveres Köpfchen“



Christian Justa  
Netzwerkkoordinator

„Wir haben uns  
Nachwuchssicherung für die  
hiesigen Unternehmen auf die  
Fahnen geschrieben. Davon  
profitieren deutsche Betriebe,  
junge Polen und die  
Grenzregion insgesamt.“



Netzwerk: Cleveres Köpfchen – Główka pracuje  
Bundesland: Mecklenburg-Vorpommern  
Handlungsfelder: Berufliche Ausbildung, Integration und Zuwanderung, Demografie, Berufsorientierung, Ländlicher Raum  
Zielgruppe: Unternehmen



Ziele:

- ▶ freie Ausbildungsplätze der Unternehmen im östlichen Mecklenburg-Vorpommern mit polnischen Bewerbern besetzen
- ▶ polnischen Markt mit muttersprachlichen Arbeitskräften erschließen



Maßnahmen:

- ▶ Ausbildungsbetriebe und polnische Auszubildende werden durch verschiedene Dienstleistungen nachhaltig zusammengeführt: Akquise von Ausbildungsstellen sowie Bewerberinnen und Bewerbern, Vorbereitung von Ausbildungsverträgen, Beratung zu Rechten und Pflichten in der Ausbildung, Sprachkurse, sozialpädagogische Betreuung, Wohnungssuche, Kontoeröffnung oder Regelung der Sozialversicherung
- ▶ dafür arbeiten viele Akteure eng zusammen: Agentur für Arbeit, IHK, Wirtschaftsförderungsgesellschaft, Förder- und Entwicklungsgesellschaft, Bildungsträger, Unternehmen, polnische Schulen

# Praxisbeispiel: Mentorinnen-Programm von „MINTrelation“



Ulrike Schmidt  
Netzwerkkoordinatorin

„Durch dieses lebendige Netzwerk haben wir Schülerinnen für MINT-Berufe begeistert, ihnen bei ihrer Berufswahl Orientierung gegeben und die Rolle der Fach-Frauen in den Unternehmen gestärkt.“

**MINTrelation**  
Zukunftswerkstatt Technikberufe



Netzwerk: „MINTrelation“  
Bundesland: Nordrhein-Westfalen  
Handlungsfelder: Berufsorientierung, MINT, Demografie  
Zielgruppen: Frauen, Schüler



## Ziele:

- ▶ Schülerinnen für den MINT-Bereich begeistern
- ▶ Facetten und Möglichkeiten einer Ausbildung oder eines Studiums mit MINT-Schwerpunkt aufzeigen



## Maßnahmen:

- ▶ Mentorinnen-Programm für Schülerinnen von weiterführenden Schulen ab der 8. Klasse als praxisorientierte Austauschplattform
- ▶ regelmäßige Betriebserkundungen und Workshops mit einer Mentorin, die ihre Arbeitsbereiche vorstellt
- ▶ Grundlage: Workshops zu den Themen „Sinnvolle Betriebserkundung für Mädchen“ und „Mädchen für MINT-Berufe begeistern“
- ▶ Mentorinnen wurden mit professionellem Coaching vorbereitet, was ihre Position als jungen Fach- und Führungskraft im Unternehmen stärkte
- ▶ Ideen & Erkenntnisse wurden in einem Handlungs- und Praxisleitfaden festgehalten, der Unternehmen & Interessenten zur Verfügung steht

# Praxisbeispiel: „MINTtoolbox“ von „MINTrelation“



Ulrike Schmidt  
Netzwerkkoordinatorin

„Weibliche Nachwuchskräfte wissen oft nicht, wie gut die Arbeitsbedingungen in vielen Unternehmen tatsächlich sind. Die ‚MINTtoolbox‘ zeigt ganz praktisch, wie Arbeitgeber ihre Attraktivität für weibliche Fachkräfte steigern können.“

**MINTrelation**  
Zukunftswerkstatt Technikberufe



Netzwerk: MINTrelation  
Bundesland: Nordrhein-Westfalen  
Handlungsfelder: Berufsorientierung, MINT, Demografie, Unternehmensthemen  
Zielgruppe: Unternehmen



Ziele:

- ▶ Unternehmen eine speziell auf die Bedürfnisse von Schülerinnen abgestimmten Zielgruppenansprache und Willkommenskultur vermitteln
- ▶ Schülerinnen für eine Ausbildung oder eines Studiums mit MINT-Schwerpunkt gewinnen



Maßnahmen:

- ▶ „MINTtoolbox“ enthält praxisnahe Ideen zu den Themen Nachwuchsgewinnung, Familienfreundlichkeit, Employer Branding, Ausbildungsmarketing und Unternehmenskultur
- ▶ Best-Practice-Beispiele aus beteiligten Unternehmen zeigen, wie sich mehr Bewerberinnen finden lassen (Mentoring-Programm für Schülerinnen und Studentinnen, Aufbau einer betrieblichen Kinderbetreuung, Nachwuchsgewinnung mit Hilfe sozialer Netzwerke)

# Praxisbeispiel: Weiterbildungsprogramm „Digitale Innovation“



Initiatoren: Landkreis Calw  
Bundesland: Baden-Württemberg  
Handlungsfelder: Digitalisierung, Weiterbildung, Unternehmensthemen  
Zielgruppe: KMU



## Ziel:

- ▶ Fachkräftesicherung durch passende Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Vermittlung des nötigen Know-hows für die anstehenden Entwicklungen im Bereich der Wirtschaft



## Maßnahmen:

- ▶ Initiierung eines flexiblen wissenschaftlichen Zertifikatsprogramms „Innovationsmanagement“, entwickelt in enger Abstimmung mit Unternehmen aus der Region
- ▶ durch Erwerb von ECTS-Punkten sind Module auf Masterstudiengänge anrechenbar
- ▶ Blended-Learning-Angebot (Präsenztage und Online-Module) der Hochschule Pforzheim
- ▶ Themenschwerpunkte u. a. Management und digitale Technologien (4.0), Change-Management, Innovationsmanagement, Umweltschutz, Automationsprozesse und Digitalisierung

# Praxisbeispiel: LoLa! Los Ladies! – Mädchen finden ihre Berufe



Dietmar Niedziella  
Netzwerkpartner

„Wir konnten mit ‚LoLa!‘ viele wertvolle Erkenntnisse gewinnen, die in unsere weiteren Berufsbildungsprojekte einfließen, etwa in ‚Job Fit‘, wo Mentoren leistungsschwächere Schüler im Berufsorientierungsprozess begleiten.“



Lernende Region  
Heilbronn-Franken



Netzwerk:

Lernende Region Heilbronn-Franken e. V.

Bundesland:

Baden-Württemberg

Handlungsfeld:

Berufsorientierung

Zielgruppen:

Frauen, Menschen mit Migrationshintergrund, Schüler, Einwanderer



Ziel:

- ▶ Jungen Mädchen mit Migrationshintergrund die Ausbildungsvielfalt näher bringen und in die duale Ausbildung vermitteln



Maßnahmen:

- ▶ Vertiefende Berufsorientierung in der 7./8. Klasse über 6 Monate (zweitägigen Eingangsworkshop und wöchentlich ein Seminarnachmittag in der Freizeit)
- ▶ Hauptbestandteil der Seminare: 5 Betriebsbesuche, bei denen junge Mentorinnen Einblicke in handwerkliche oder gewerblich-technische Berufe bieten (Mentorinnen sind Vorbild, fachliche Ansprechpartnerinnen und Türöffnerinnen ins Unternehmen)
- ▶ weitere Schwerpunkte: Berufsorientierung, Stärkung des Selbstbewusstseins und Erkennen eigener Stärken, Erstellung einer individuelle Lebensplanung sowie von Bewerbungsunterlagen, Präsentations- und Rhetoriktraining

# Praxisbeispiel: Präsenzstelle der Technischen Hochschule Brandenburg



Daniela Herrling  
Standortmanagerin

„Für die Unternehmen und die Fachkräfte von morgen wäre es wichtig, wenn unsere Präsenzstelle finanziell dauerhaft abgesichert wäre. Wir leisten einen wichtigen bildungspolitischen Beitrag.“



Netzwerk: Wachstumskern Autobahndreieck Wittstock/Dosse e. V.  
Bundesland: Brandenburg  
Handlungsfelder: Studium, Weiterbildung, Ländlicher Raum  
Zielgruppen: Schüler, Schulabgänger, Unternehmen



## Ziel:

- ▶ Studieninteressierten und Unternehmen im hochschulfernen Nordwestbrandenburg einen direkten Zugang zur Brandenburger Hochschullandschaft bieten und diese so in der Region halten
- ▶ Austausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft fördern



## Maßnahmen:

- ▶ für Schüler: Sprechtag zur Studien- und Berufsorientierung in der Präsenzstelle; Workshops an der THB; Hochschulorientierung, Berufsorientierung und Karriereorientierung an den Schulen sowie Vermittlung von Praktika und Ferienjobs
- ▶ für Studierende: Vermittlung von Praktika & Themen für Abschlussarbeiten
- ▶ für Unternehmen: Rekrutierung von Praktikanten, Ferienjobbern, dualen Azubis und akademischen Nachwuchskräften



# Praxisbeispiel: Zu zweit kommen und bleiben „JobFÜR2“



Markus Schmid  
Netzwerkkoordinator

„Mit ‚JobFÜR2‘ können sich unsere Firmen als attraktive Arbeitgeber präsentieren. Wir heißen auch die Lebenspartner zuziehender Fachkräfte willkommen und bieten Perspektiven.“



Netzwerk: Fachkräfteallianz Ostwürttemberg  
Bundesland: Baden-Württemberg  
Handlungsfeld: Integration und/oder Zuwanderung, Dual Career  
Zielgruppen: Unternehmen, Hochschulen, Führungskräfte, Facharbeiter, Studierende



Ziel:

- ▶ für den Partner oder die Partnerin einer sich bewerbenden Fach- oder Führungskraft aus einer anderen Region ebenfalls einen Arbeitsplatz in Ostwürttemberg finden
- ▶ Positive Willkommenskultur in KMU schaffen



Maßnahmen:

- ▶ rund 40 Firmen, kommunale Arbeitgeber, Hochschulen sowie Betriebe aus dem Verband Südwestmetall tauschen Jobgesuche und -angebote untereinander aus
- ▶ Agentur für Arbeit informiert alle Unternehmen des Netzwerks über offene Stellen und stellt einen persönlichen Ansprechpartner
- ▶ außerdem: offenes Fachkräfteportal der Region Ostwürttemberg, Netzwerkpartner können über die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Ostwürttemberg eigene Jobseiten einbinden, Kommunen bieten individuelles Standortcoaching



Iris Krause  
Netzwerkkoordinatorin

„Der Übergang von der Schule in eine Ausbildung oder ein Studium sollte sorgfältig vorbereitet sein. Gerade hier brauchen junge Menschen viel Unterstützung!“

job4u e.V.



- Netzwerk: job4u e. V.
- Bundesländer: Bremen, Niedersachsen
- Handlungsfelder: Berufliche Ausbildung, Studium, Berufsorientierung, Integration und/oder Zuwanderung
- Zielgruppen: Schüler, Schulabbrecher, Flüchtlinge/Asylbewerber, Lehrer



- Ziel:
  - ▶ grundlegende und frühe Vororientierung, die sowohl mögliche Studiengänge als auch Ausbildungen und das Duales Studium in den Fokus nimmt
  - ▶ Abbruchquote im Studium reduzieren



- Maßnahmen:
  - ▶ Erfahrene Studierende/Dozenten informieren vor Studienbeginn über gewünschte Fachrichtung sowie Inhalte und Voraussetzungen
  - ▶ Variante 1: wer weiß, welcher Studiengang in Frage kommt, kann sich direkt mit Ansprechpartnern der Hochschulen oder Unternehmen, die ein duales Studium anbieten, treffen
  - ▶ Variante 2: Lehrer „mieten“ Studierenden online, der direkt in die Schule kommt, Fachrichtung vorstellt und Fragen beantwortet