

Workshop II

Nachwuchs für den Mittelstand: Chancen der Zusammenarbeit zwischen KMUs und Hochschulen

Moderation: Uwe Strass, Mitarbeiter der Abteilung Schlüsselkompetenzen der Universität Heidelberg

Impulse: Caterine Schwierz, Mitglied der Geschäftsleitung, IFOK GmbH, Bensheim
Edmund Zirra, Managing Director Alumni & Career Services, Hochschule Karlsruhe

Schon die Zusammensetzung der Workshop-Gruppe führte die Teilnehmenden schnell zum Kern des Workshopthemas: Wie können kleine mittelständische Unternehmen und die Ansprechpartner/innen der Career-Services an den unterschiedlichen Hochschulen zu einer für beide Seiten gewinnbringenden Zusammenarbeit kommen? Die Vertreter/innen der Hochschulen, von Weimar bis Ingolstadt, waren in der Überzahl, weniger als ¼ der Teilnehmer/innen vertraten die Perspektive kleiner mittelständischer Unternehmen. Caterine Schwierz, die Leiterin des Geschäftsfeldes Human Capital Development bei IFOK, der führenden Kommunikations- und Strategieberatung mit Sitz in Bensheim, machte im Rahmen ihres Impulsreferates das Dilemma der KMUs deutlich, indem sie vorrechnete, wie viele Mitarbeiter/innen sie für eine zweitägige Karrieremesse an einer Hochschule freistellen muss und dass dieser Aufwand in keiner Relation zum Nutzen steht. Konsequenterweise wünschte sie sich Hochschulen als Partner, die mit der knappen Ressource Zeit verantwortlich umgehen und die dabei helfen, die eigene Reichweite zu erhöhen. Dabei könnten die Career Services Navigatoren für KMUs im Gewirr der Zuständigkeiten und möglichen Ansprechpartner/innen sowie Kontaktmanager an der Hochschule sein. Wenn die Hochschulen in die Schuhe der KMUs schlüpfen, kann es zu hilfreichen gemeinsamen Projekten kommen. Beispielhaft nannte sie das MAP-Programm („Mit Plan ins Praktikum“) der Universität Mannheim, bei der zweimal im Jahr zu festen Zeiten Praktika bei Unternehmen beworben werden. Für Frau Schwierz eine pfiffige und vor allem relativ einfach umzusetzende sowie auch für das eigene Unternehmen hilfreiche Idee.

Edmund Zirra, der Geschäftsführer des Alumni und Career Services der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Karlsruhe, der an seiner Hochschule den entsprechenden Arbeitsbereich sehr erfolgreich aufgebaut hat, stellte die ganze Bandbreite eines Career Services vor, von der Vermittlung berufsbezogener Schlüsselqualifikationen bis zum ausgereiften Kontaktmanagement. Mit zahlreichen Praxisbeispielen verdeutlichte er das von ihm entwickelte Vier-Säulen-Modell mit den Säulen: Vermittlung Schlüsselqualifikationen, Informations- und Netzwerkmanagement, Vermittlungsprogramme und Auslandsstipendien, Kontakt- und Eventmanagement. Dabei ist es nicht sein Ziel, einfach Stellen an Studierende zu vermitteln. Vielmehr will er mit seiner Arbeit die Eigenverantwortung der Studierenden von Anfang an fördern. Konsequenterweise begleitet der Career-Service daher die Studierenden in allen Studienphasen mit unterschiedlichen Angeboten. In der Zusammenarbeit mit KMUs geht es zunächst darum, unterschiedliche Präsentationsmöglichkeiten für diese zu schaffen. So gibt es an der Hochschule in allen Gebäuden an zentralen Stellen Career Info Boards, große Monitore, auf denen abwechselnd Informationen des Career-Services und Unternehmenspräsentationen laufen. Neue Studierende erhalten ein „Welcome Package“, eine Tasche, auf der sich in unaufdringlicher Weise Unternehmen aus der Region präsentieren können. Im „Career Summer Seminar“ können Studierende direkt bei Vertreter/innen beteiligter Unternehmen Know-how erwerben und in einen fachlichen Austausch eintreten.

In der Kleingruppenarbeit vertieften die Teilnehmer/innen die hilfreichen Impulse der beiden Referent/innen. In der Diskussion mit den Vertreter/innen der KMUs wurde deutlich, dass Unternehmen zentrale Ansprechpartner/innen an der Hochschule brauchen, die schon auf der Startseite der Internetpräsenz einer Universität zu finden sein sollten. In gemeinsamen Workshops könnten Unternehmen und Studierende sich besser kennenlernen und sich fachlich austauschen. Darüber hinaus könnte es für die Hochschulen sinnvoll sein, sich (noch mehr) in bestehende regionale Unternehmens-Netzwerke und Arbeitskreise einzubringen, die eigene Arbeit bekannter zu machen und regelmäßig im Austausch zu sein.