



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

WIRTSCHAFT.
WACHSTUM.
WOHLSTAND.

KOMPETENZZENTRUM
FACHKRÄFTESICHERUNG 



Fachkräfte finden

Schulkooperation

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Redaktion

Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung
Düsseldorfer Straße 40a
65760 Eschborn
www.kompetenzzentrum-fachkraeftesicherung.de

Autorinnen/Autoren:

Dr. Claudia Achtenhagen, Christoph Metzler

Stand

Oktober 2012

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis

gehringj – iStockphoto (Titel)



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

Inhalt

1. Kurzbeschreibung	2
2. Wen wollen Sie ansprechen?	2
3. Was bringt eine Schulkooperation?	2
4. Was sollten Sie sicherstellen?	3
5. Wie können Sie vorgehen?	3
5.1 Analyse Ihres Fachkräftebedarfs	3
5.2 Auswahl der für eine Kooperation geeigneten Schule	4
5.3 Kontaktaufnahme	5
5.4 Maßnahmen zur Erreichung der jeweiligen Ziele	5
5.4.1 Vergabe von Schülerpraktika	5
5.4.2 Betriebsbesichtigungen	7
5.4.3 Berufsorientierungstage	8
5.4.4 Gestaltung von Unterrichtseinheiten	9
5.4.5 Teilnahme an Projektwochen	10
5.4.6 Informationsaufenthalte für Lehrerinnen und Lehrer (Lehrerpraktikum)	11
5.4.7 Übernahme von Patenschaften für Juniorfirmen	12
5.5 Wege zur Umsetzung der Maßnahmen	13
5.5.1 Anzeigen in Schülerzeitungen	13
5.5.2 Mitgliedschaft in Fördervereinen	13
5.5.3 Aufbau von direkten Kontakten zu Lehrerinnen und Lehrern	14
5.5.4 Kontaktaufnahme mit übergeordneten Institutionen	14
6. Erfolgsmessung	15
7. Bezug zu anderen Handlungsempfehlungen	15
8. Weiterführende Informationen	15

1. Kurzbeschreibung

Die Zusammenarbeit mit einer oder mehreren Schulen bietet Ihrem Unternehmen die Chance, frühzeitig mit Schülerinnen und Schülern in Kontakt zu treten und sie **für Ihr Unternehmen sowie für eine Ausbildung in Ihrem Haus zu begeistern**. Gleichzeitig **unterstützen Sie** damit die **Berufsorientierung** der Schülerinnen und Schüler aktiv.

Dabei ist es möglich, **das eigene Image** als Arbeitgeber und **Ausbildungsbetrieb zu verbessern**.

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, wie Sie mit Schulen kooperieren können. So können Sie zum einen

- **Schulpraktika** anbieten, bei denen junge Menschen die Gelegenheit haben, Ihren Betriebsalltag kennen-zulernen,
- Schülerinnen und Schüler zu **Betriebsbesichtigungen** in Ihr Unternehmen einladen und ihnen dabei die **praktischen Tätigkeiten** in den bei Ihnen erlern-baren Berufen **nahe bringen**,
- an **Berufsorientierungstagen**, wie beispielsweise dem Girls' oder Boys' Day, bzw. **Projektwochen** teilnehmen,
- Ihre eigenen **Auszubildenden** direkt in den Schulen oder auf Informationstagen über die konkrete Aus-bildung **berichten** lassen oder
- **Patenschaften** für Juniorfirmen übernehmen.

Zudem haben Sie die Möglichkeit, die **Bildung** der Schülerinnen und Schüler zu **unterstützen**, indem Sie

- **Unterrichtseinheiten** mitgestalten oder
- **Lehrerinformationsveranstaltungen** durchführen.

Zu den **Wegen**, wie Sie diese Maßnahmen umsetzen können, gehören zum Beispiel

- die Schaltung von **Anzeigen/Artikeln** in **Schüler-zeitungen**,

- die **direkte Kontaktaufnahme** zu **Lehrerinnen/ Lehrern** oder **Schülerinnen/Schülern** oder
- die **mittelbare Kontaktaufnahme** zur Schule bzw. zu Lehrerinnen und Lehrern über die **Mitglied-schaft in Fördervereinen**.

2. Wen wollen Sie ansprechen?

Die primäre Zielgruppe einer Schulkooperation sind **Schülerinnen und Schüler** von allgemeinbildenden und berufsbildenden Vollzeitschulen. Je nach Art und Anforderungsniveau der geplanten Ausbildung, die Sie anbieten wollen, können Sie für eine Kooperation gezielt bestimmte Schulformen bzw. unterschiedliche Zielgruppen ins Auge fassen.

Das Angebot und die Gestaltung der Schulformen unterscheiden sich regional. Eine Übersicht über die Bildungssysteme der einzelnen Bundesländer sowie alle in Ihrer Region vorhandenen Schulen samt Ansprechpartnerinnen/Ansprechpartnern finden Sie in den Schuldatenbanken auf der Internetseite des **deutschen Bildungsservers**.

3. Was bringt eine Schulkooperation?

Die Pflege von Schulkooperationen kann durch die Aufnahme **direkter Kontakte** zu Schülerinnen und Schülern eine erfolgreiche Personalarbeit erleichtern. Mittelbar haben Sie über eine Präsenz an Schulen die Chance, Ihr Unternehmen positiv ins Blickfeld zu setzen, so dass sich geeignete Schulabsolventinnen und -absolventen für eine Ausbildung in ihrem Haus interessieren.

Die **Vorteile** einer **Kooperation** mit Schulen liegen z. B. in der

- **Stärkung Ihrer Personalauswahl**: Lernen Sie poten-ziellen Nachwuchs schon während der Schulzeit kennen, können Sie sich als Unternehmen und Ihre Ausbildungsangebote frühzeitig bekannt machen und den **Kreis interessierter Jugendlicher vergrößern**, unter denen Sie später auswählen können.

- **Erhöhung der Passgenauigkeit Ihrer Auszubildenden:** Kennen Schülerinnen und Schüler Berufsinhalte und die an sie gestellten Anforderungen, bekommen sie schon im Vorfeld **genauere Vorstellungen** davon, was sie während der Berufsausbildung zu **erwarten** haben. Gegebenenfalls **beeinflussen** Sie damit sogar die **Berufswahl** der Schülerinnen und Schüler.
- **Stärkung Ihres Images als Ausbildungsbetrieb und Arbeitgeber:** Gerade wenn Sie als kleines oder mittleres Unternehmen (KMU) bislang nicht im Fokus der Öffentlichkeit stehen, bietet sich Ihnen so die **Chance**, sich als potenziell **interessanter Arbeitgeber** zu präsentieren: Die Schülerinnen und Schüler lernen Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber kennen. Zudem verbessern Sie Ihr **Image** als **sozial engagiertes Unternehmen**, welches Jugendliche bei ihrem Start in den Beruf unterstützt.
- **Nutzbarkeit eines kontinuierlichen Wissensaustauschs:** Eine Kooperation ermöglicht darüber hinaus einen Austausch zwischen Ihrem Unternehmen und der jeweiligen Schule:
 - So können Sie beispielsweise kleine „**Forschungsprojekte**“ ausschreiben, deren Bearbeitung grundsätzlich **im Interesse Ihres Unternehmens** liegt oder aus deren Ergebnissen sich für Sie gegebenenfalls **neue Ideen** entwickeln lassen.
 - Im Gegenzug besteht häufig die **Chance**, durch das **Mitgestalten von Unterrichtseinheiten** dazu beizutragen, deren **Inhalte mit Ihren Bedarfen** besser zu **verknüpfen**.
 - Ihr Unternehmen profitiert ebenso davon, dass es einen **Einblick** in die Schülerschaft und deren **Bildungsstand** erhält sowie deren Bedürfnisse und **Wünsche an einen späteren Arbeitgeber** kennenlernt.

4. Was sollten Sie sicherstellen?

Wollen Sie mit einer Schule kooperieren und dabei **aktiv mit Lehrenden und Schülerinnen bzw. Schülern in Kontakt** treten, empfiehlt es sich, **im Vorfeld zu**

prüfen, inwiefern Ihr Unternehmen die folgenden **Voraussetzungen** erfüllt. Denn sollten Sie den Erwartungen und Interessen der betroffenen Personen nicht gerecht werden, kann sich dies nachteilig auf Ihr Image als Arbeitgeber auswirken.

Folgende Fragen sollten Sie deshalb mit „ja“ beantworten können: ✓	
Können Sie eine zentrale Kontaktperson in Ihrem Unternehmen sicherstellen , die für die Kooperation verantwortlich ist?	<input type="checkbox"/>
Können Sie eine professionelle Betreuung der von Ihnen gewählten Kooperationsmaßnahmen durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit pädagogischer und fachlicher Erfahrung gewährleisten?	<input type="checkbox"/>
Können Sie die Kooperationsangebote jugendgerecht ausgestalten? (Z. B. im Hinblick auf Ansprache, Interessen und Neigungen Ihrer Zielgruppe an Schülerinnen und Schülern)	<input type="checkbox"/>
Sollten Sie Lehrer/-innen und/oder Schüler/-innen zum Absolvieren von Praktika in Ihrem Unternehmen einladen wollen: ✓	
Können Sie Ressourcen wie z. B. einen Arbeitsplatz und Computer zur Verfügung stellen?	<input type="checkbox"/>
Können Sie im Anschluss an die vorübergehenden Tätigkeiten der Jugendlichen in Ihrem Unternehmen den Kontakt aufrechterhalten , bis diese Ihren Schulabschluss haben?	<input type="checkbox"/>
Welches Image/Leitbild möchten Sie für Ihr Unternehmen in die Schule transportieren?	<input type="checkbox"/>

5. Wie können Sie vorgehen?

5.1 Analyse Ihres Fachkräftebedarfs

Zunächst ist es ratsam, eine möglichst **längerfristig ausgerichtete Planung** Ihres **Fachkräftebedarfs** vorzunehmen:

- Für welche Tätigkeiten und Aufgaben werden Sie mittel- bis längerfristig Fachkräfte benötigen?
- In welchem Zeitraum und in welchem Umfang benötigen Sie zusätzliches Personal?
- Welche Kompetenzen und Qualifikation sollte Ihr Personal zukünftig vorhalten können? (Zum Beispiel mit absolvierter zwei- oder dreijähriger dualer Berufsausbildung oder einem [mindestens dreijährigen] dualen Studienabschluss)

Hilfestellungen für die Durchführung einer solchen Analyse finden Sie auch in den Handlungsempfehlungen zur Unternehmensstrukturanalyse sowie zur Personalbedarfsplanung.

5.2 Auswahl der für eine Kooperation geeigneten Schule

Schulform(en) und Schulen sollten Sie **auf Basis** der Ergebnisse Ihrer **Personalbedarfsplanung auswählen**.

Die folgende Übersicht zeigt Ihnen etwaige Vor- und Nachteile der Rekrutierung von Schülerinnen und Schülern der schwerpunktmäßig im Blickfeld stehenden Schulformen auf.

Ein weiteres **Kriterium** für die Auswahl einer Schule ist die räumliche Nähe zum **Standort** Ihres Unternehmens – gerade für KMU ist dies ein wichtiger Faktor. Räumliche Nähe reduziert den Aufwand für Kontaktaufnahme und -pflege. Darüber hinaus sind Auszubildende häufig noch minderjährig und daher nur begrenzt in der Lage, zu weit von ihrem Heimatort entfernt eine Ausbildung aufzunehmen.

	Bedarf Ihres Unternehmens	Häufige Vorteile	Potenzielle Nachteile
Hauptschüler/-innen	Auszubildende	<ul style="list-style-type: none"> → häufig sehr engagierte Zielgruppe (hohes Bewusstsein für die Arbeitsmarktsituation vorhanden) → am Ausbildungsmarkt oft vernachlässigte Zielgruppe → geringe Fluktuationsneigung → Eignung für überschaubare und kontinuierlich anfallende Tätigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> → möglicherweise höherer Betreuungsaufwand als bei älteren Schulabsolventinnen und -absolventen mit höheren Schulabschlüssen → gegebenenfalls begrenztes Entwicklungspotenzial
Realschüler/-innen	Auszubildende	<ul style="list-style-type: none"> → Eignung für relativ anspruchsvolle Aufgaben → Potenzial für Weiterbildungen auf Fachhochschulniveau 	<ul style="list-style-type: none"> → höheres Risiko eines Unternehmenswechsels (insbesondere bei steigender Nachfrage nach gut ausgebildeten Fachkräften) als bei Hauptschulabsolventinnen und -absolventen → gegebenenfalls höherer Aufwand für weiterführende Personalentwicklungsmaßnahmen als bei Abiturientinnen und Abiturienten
Gymnasiastinnen/ Gymnasiasten	Auszubildende und dual Studierende	<ul style="list-style-type: none"> → gute allgemeine und theoretische Bildung → Verkürzung der Ausbildungszeit möglich → häufig schon frühzeitig Einsatz auf hohem Niveau möglich → Rekrutierungsbasis für „High Potentials“ → Finanzierung des Studiums als Bindungsmöglichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> → relativ hohes Fluktuationsrisiko → bei gleichzeitiger Ausbildung von Abiturientinnen/Abiturienten und Real-/Hauptschülerinnen und -schülern Risiko von „Lagerdenken“ → häufig heterogenes Niveau innerhalb derselben Ausbildungsgruppe
Schülerinnen und Schüler berufsbildender Schulen	Auszubildende und ggf. dual Studierende	<ul style="list-style-type: none"> → je nach Abschluss in der Regel Realschulabsolventinnen/-absolventen oder Abiturientinnen/Abiturienten vergleichbar → vorhandene (Grund-)Kenntnisse kaufmännischer oder gewerblich-technischer Sachverhalte 	<ul style="list-style-type: none"> → Vergleichbar mit denen bei Realschulabsolventinnen/-absolventen oder Abiturientinnen/Abiturienten → In der Regel geringere sprachlich bzw. theoretisch ausgelegte schulische Vorbildung als Absolventinnen/Absolventen allgemeinbildender Schulen

5.3 Kontaktaufnahme

Ihre direkte **Kontaktperson** wird im Regelfall die **Leitungsebene der jeweiligen Schule** sein. Hier können Sie auch fragen, ob es bereits solche Kooperationen mit anderen Unternehmen oder Netzwerken gibt. Wichtig ist es, mit der Kontaktperson im Vorfeld zu klären, welche Erwartungen und Ziele beide Partner bei einer Kooperation verfolgen. Dabei sollten Sie gegebenenfalls bereits in den ersten **Gesprächen** auch den **konkreten Nutzen** einer Zusammenarbeit **für die Schule** aufzeigen. Damit setzen Sie ein Signal, dass beide Seiten einen direkten **Mehrwert** von der Zusammenarbeit haben.

Bei Bedarf können auch die örtlichen Kammern Ihnen bei der Suche nach einem passenden Kooperationspartner behilflich sein.

Sind Sie sich mit einer Schule über eine Zusammenarbeit einig geworden, können Sie zugunsten von Sicherheit und Transparenz eine **Kooperationsvereinbarung** treffen. In dieser werden

- feste Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner beider Seiten,
- geplante gemeinsame Aktivitäten,
- einzusetzende Ressourcen und
- vereinbarte Ziele festgehalten.

Zu einer gelungenen Kooperation gehört auch die **Pflege der Beziehungen**. Ein schneller Austausch und eine gute Erreichbarkeit verringern potenzielle Reibungspunkte. Regelmäßige Gesprächstermine helfen dabei, den Fortschritt der Kooperation zu überprüfen und möglichen Herausforderungen frühzeitig zu begegnen.

5.4 Maßnahmen zur Erreichung der jeweiligen Ziele

Es gibt **vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten** einer Schulkooperation. Je nachdem, welches Ziel oder welche Ziele Sie verfolgen, bieten sich folgende bewährte Maßnahmen an:

5.4.1 Vergabe von Schülerpraktika

Mit dem Angebot, in Ihrem Unternehmen ein Praktikum zu absolvieren, ermöglichen Sie Schülerinnen und Schülern einen **Einblick** in Ihre **Arbeitswelt** und unterstützen deren **Berufsorientierung**. Ihr Unternehmen wiederum kann das **Praktikum nutzen**, um die Jugendlichen und ihre Kompetenzen kennenzulernen. Praktika können Ihnen somit als **Entscheidungshilfe** bei der **Besetzung von Ausbildungsstellen** dienen.

Viele Länder sehen zum Zweck der Berufsorientierung in ihren Schulgesetzen für Haupt- und Realschülerinnen und -schüler **Pflichtpraktika** in Betrieben vor. Diese finden im Rahmen der regulären Schulzeit statt. Da die **Vermittlung von Praktika** meist über die Schule erfolgt, sind Kontaktaufnahmen und angebotene Praktikumsplätze in der Regel sehr willkommen. Hilfestellungen dazu, wie Sie **Praktika** in Ihrem Unternehmen **umsetzen und gestalten** können, finden Sie unter anderem auf der Homepage des DIHK.

Eine **ausführliche Unterweisung** und Begleitung der Praktikantinnen und Praktikanten sollten Sie ebenfalls sicherstellen. Schülerinnen und Schüler sowie Auszubildende befinden sich aufgrund ihres vergleichbaren Alters auf einer ähnlichen Gesprächsebene. Fragen zu stellen, fällt in diesem Rahmen vielen Jugendlichen daher leichter. Anbieten kann es sich daher, die Begleitung der Praktikantinnen und Praktikanten unter anderem durch Ihre Auszubildenden vornehmen zu lassen. Ein positiver Nebeneffekt bestünde auch darin, dass Ihre Auszubildenden selbst so die Möglichkeit erhalten, ihre eigene Sozial- und Methodenkompetenz zu schulen.

Da **Schulbetriebspraktika und Praxistage** als Schulveranstaltungen gelten, sind die Praktikantinnen und Praktikanten über die Schule gesetzlich unfallversichert. Eine Haftpflichtversicherung ist für die Zeit des Schulpraktikums seitens der Schule abzuschließen. **Freiwillige Ferienpraktika** sind dagegen nicht von einer Schulhaftpflicht umfasst, so dass der Ausgleich von Schäden einzelfallabhängig von der Haftpflichtversicherung Ihres Betriebs oder der Praktikantinnen und Praktikanten beziehungsweise deren Eltern zu übernehmen sind.

Eignung der Vergabe von Schulpraktika für ...		
Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (+++) → Kennenlernen der Schülerinnen und Schüler vor Ort bei der Arbeit und im Umgang mit Personal, → Vorstellung auch wenig bekannter Berufe → Bindung der Schülerinnen und Schüler ans Unternehmen durch Aufzeigen guter Arbeitsbedingungen, → Senkung späterer Einarbeitungskosten aufgrund bereits vorhandener Kenntnisse der Unternehmensstrukturen	Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (++) → positive Außenwahrnehmung durch das Anbieten von Stellen für Praktika und → Weitergabe von positiven Erfahrungen durch die Schülerinnen und Schüler	Intensivierung des Wissensaustauschs: (+) → Kommunikation mit den angestellten Schülerinnen und Schülern vor Ort, in der Regel allerdings nicht zu konkreten fachspezifischen Themen
Aufwand/Kosten/Risiken		
→ Betreuungsaufwand durch Zeiteinsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern → Bereitstellung von Arbeitsplatz und -mitteln → Gegebenenfalls Entlohnungskosten → Risiko der Imageeinbuße bei nicht ausreichender Betreuung		

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++), situationsabhängige Eignung: (+)

Weitere **Informationen** zu dieser Thematik erhalten Sie auch bei Staatlichen Ämtern für Arbeitsschutz, Ihrer Berufsgenossenschaft oder den Sozialversicherungsträgern.

Für Informationen mit vertiefenden **rechtlichen und inhaltlichen Hinweisen** in Bezug auf unterschiedliche Formen von Praktika oder Ferienjobs, die Sie Jugendlichen anbieten können, hält die IHK Bonn für Sie online in ein **Merkblatt** bereit.

Die **Ausgestaltung von Schulpraktika** sollten Sie mit der jeweiligen Schule **abstimmen**. Die folgende Checkliste bietet einen Überblick über die **typischen Schritte** in einem Praktikum.

Vorgehensweise bei der Durchführung von Schulpraktika	✓
Abstimmung des Zeitrahmens des Praktikums mit der Schule bzw. Schüler/-in	<input type="checkbox"/>
Zusammenstellung eines angemessenen Aufgabenspektrums in Absprache mit der Schule	<input type="checkbox"/>
Bestimmung der Mitarbeiter/-innen, die die Praktikantenbetreuung übernehmen sollen	<input type="checkbox"/>
Erstellung und Besprechung des Praktikumsplans mit der Schülerin/ dem Schüler	<input type="checkbox"/>
Bestimmung der Mitarbeiter/-innen, die die Praktikantenbetreuung übernehmen sollen	<input type="checkbox"/>
Zusammenstellung eines angemessenen Aufgabenspektrums in Absprache mit der Schule	<input type="checkbox"/>
Abstimmung des Zeitrahmens des Praktikums mit Schule bzw. Schüler/in	<input type="checkbox"/>
Erstellung und Besprechung des Praktikumsplans mit der Schülerin/ dem Schüler	<input type="checkbox"/>
Erläuterung der Verhaltensregeln und Sicherheitsbestimmungen	<input type="checkbox"/>
Konkretes Angebot der Unterstützung bzw. Aufforderung zur rechtzeitigen Nachfrage bei auftretenden Problemen oder Unsicherheit	<input type="checkbox"/>
Durchführung eines Abschlussgesprächs konkreten Hinweisen zum Beispiel zu Stärken, Entwicklungspotenzialen/-erfordernissen und gegebenenfalls Möglichkeiten eines zukünftigen Arbeitsplatzangebots	<input type="checkbox"/>
Ausstellung einer Praktikumsbescheinigung bzw. eines (möglichst individuell gefassten) qualitativen Praktikumszeugnisses	<input type="checkbox"/>

5.4.2 Betriebsbesichtigungen

Durch **Betriebsbesichtigungen** erhalten Schülerinnen und Schüler einen **Einblick in die Berufs- und Arbeitswelt** in Ihrem Unternehmen. Dabei können Sie eine Gruppe von Schülerinnen und Schülern **durch verschiedene Abteilungen des Unternehmens führen** und von einer Mitarbeiterin oder einem Mitarbeiter (möglichst auch von einer oder einem Auszubildenden) den **Arbeitsalltag erklären** lassen. Die Besichtigung dient der praktischen Veranschaulichung der Arbeitswelt. Zugleich können Sie die vielfältigen **Ausbildungsmöglichkeiten** in Ihrem Betrieb **erläutern** und dadurch **auch das Image Ihrer Firma als attraktiven Arbeitgeber positiv beeinflussen**. Bei der Ausgestaltung der Maßnahme ist es von Vorteil, die Lehrerinnen und Lehrer aktiv einzubinden und aktuelle Auszubildende zu Wort kommen zu lassen.

Bei Betriebsbesichtigungen empfiehlt es sich, wie folgt vorzugehen:

Vorgehensweise beim Anbieten von Betriebsbesichtigungen	✓
Abgabe des Zeitpunkts mit dem/der zuständigen Ansprechpartner/-in der Schule	<input type="checkbox"/>
Gegebenenfalls Klärung von Versicherungsfragen	<input type="checkbox"/>
Gestaltung einer Tour, die es ermöglicht, das Aufgabenspektrum des Betriebs kennenzulernen und dabei insbesondere die Tätigkeitsbereiche und Abteilung näherbringt, für die Sie Auszubildende suchen	<input type="checkbox"/>
Bestimmung rhetorisch und pädagogisch geeigneter Mitarbeiter/-innen mit Ausbildererfahrung für die Führung durch den Betrieb. Hier kommen auch Ihre aktuellen Auszubildenden oder Mitarbeiter/-innen im Ruhestand infrage.	<input type="checkbox"/>
Zusammenstellung von Informationsunterlagen, die die Schüler/-innen im Anschluss an die Betriebsbesichtigung mitnehmen können	<input type="checkbox"/>
Klärung organisatorischer Fragen (z. B. Sicherheitsschutz, Namensschilder, Bewirtung)	<input type="checkbox"/>
Informierung der von der Besichtigungstour betroffenen Mitarbeiter/-innen vor Beginn der Führung	<input type="checkbox"/>
Durchführung der Betriebsbesichtigung; Aufzeigen der Ausbildungsmöglichkeiten; ggf. Herstellung eines Kontakts zu aktuellen Auszubildenden und dem Ausbildungspersonal	<input type="checkbox"/>
Nachbesprechung mit der Lehrkraft	<input type="checkbox"/>

Eignung von Betriebsbesichtigungen für ...		
Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (+/++) → begrenzt möglich bei einmaligen Betriebsbesichtigungen → Beitrag zur Berufsorientierung von Jugendlichen	Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (++) → Steigerung des Bekanntheitsgrads durch Vorstellung des Unternehmens gegenüber einer relativ großen Gruppe → Weitergabe von positiven Eindrücken durch Lehrkraft und Schülerschaft	Intensivierung des Wissensaustauschs: (+) → nur begrenzt möglich bei einem kurzen Besuch
Aufwand/Kosten/Risiken		
→ einmaliger Zeitaufwand für die Vorbereitung und Durchführung der Betriebsbesichtigung		
besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+)		

5.4.3 Berufsorientierungstage

Im Rahmen von Berufsorientierungstagen **lernen** junge Menschen die **Anforderungen an Auszubildende und Beschäftigte im Arbeitsalltag kennen**. Teilweise ist die Durchführung dieser Tage staatlich gefördert und zentral organisiert.

Beim so genannten **Girls' Day** handelt es sich um eine jährliche Aktion, um Mädchen MINT-(Mathematik-Informatik-Naturwissenschaften-Technik)-Berufe näher zu bringen. Das Gegenstück dazu ist der so genannte **Boys' Day**, der Jungen Einblick in soziale und gesundheitliche Berufe bietet. Unternehmen können an diesen Tagen ihre Tore zu öffnen, um jungen Frauen und Männern einen Einblick in ihre Arbeitswelt zu geben.

Bei den verschiedenen Aktionen bietet sich Ihnen die Chance, noch nicht ausgeschöpfte Potenziale an Jugendlichen für Ihr Unternehmen zu begeistern. Dadurch können Sie Vielfalt in Ihrem Unternehmen verankern und gleichzeitig gesellschaftliches Engagement zu zeigen.

Um einen Berufsvorbereitungstag erfolgreich zu gestalten, sollten Sie folgende Aspekte berücksichtigen:

Vorgehensweise bei der Teilnahme an Berufsvorbereitungstagen	✓
Festlegung der Zielgruppe und entsprechende Auswahl des Berufsorientierungstags, an dem Sie teilnehmen wollen	<input type="checkbox"/>
Gegebenenfalls Kontaktaufnahme mit regionalen Arbeitskreisen (nur bei Girls' Day); Planung des Angebots, mit dem Sie sich am Berufsorientierungstag vorstellen wollen	<input type="checkbox"/>
Auswahl rhetorisch und pädagogisch geschulter Unternehmensvertreter/-innen (z. B. Ausbildungspersonal)	<input type="checkbox"/>
Organisatorische Fragen klären (Sicherheitsschutz, Namensschilder, Bewirtung)	<input type="checkbox"/>
Bekanntmachung Ihres Angebots über die lokale Presse und/oder Eintragung der Veranstaltung auf Aktionskarten im Internet (nur bei Girls' Day und Boys' Day)	<input type="checkbox"/>
Durchführung des geplanten Programms	<input type="checkbox"/>
Nachbereitung der Veranstaltung zum Gewinnen von Hinweisen, wie zukünftige Berufsvorbereitungstage ausgestaltet sein sollten	<input type="checkbox"/>

Weitere Checklisten und Hinweise zur Durchführung von bzw. Teilnahme an Berufsorientierungstagen finden Sie beispielsweise auf den Internetseiten zum **Girls' Day** bzw. **Boys' Day**.

Eignung von Berufsorientierungstagen für ...		
Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (++)	Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (++)	Intensivierung des Wissensaustauschs: (+)
→ Wecken des Interesses (bei noch nicht ausgeschöpften Potenzialen) von Schüler/-innen an den auszubildenden – insbesondere wenig bekannten – Berufen	→ Präsentation als modernes Unternehmen , das Vielfalt schätzt und fördert	→ begrenzt möglich bei einmaliger Veranstaltung und nicht im Vordergrund
→ Beitrag zur Berufsorientierung von Jugendlichen		
Aufwand/Kosten/Risiken		
→ Betreuungsaufwand durch Zeiteinsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern		
→ Risiko der Imageeinbuße bei nicht ausreichender Betreuung		
besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++), situationsabhängige Eignung: (+)		

5.4.4 Gestaltung von Unterrichtseinheiten

Durch die Gestaltung von Unterrichtseinheiten lässt sich das Interesse der Schülerinnen und Schüler für unternehmensrelevante Themen steigern und Sie können Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber darstellen. Die Gestaltung von Unterrichtseinheiten lohnt sich vor allem in unternehmensnahen Fächern wie Informatik, den Naturwissenschaften oder der Wirtschaftslehre. Dabei bietet es sich an, ein **unternehmensrelevantes Thema zu behandeln** und dieses anschaulich und mit **hohem Praxisbezug darzustellen**.

Die Unterrichtseinheiten können direkt durch Ihr fachlich und pädagogisch geeignetes Personal, gegebenenfalls unterstützt durch Ihre Auszubildenden, durchgeführt werden. Engagierte Schülerinnen und Schüler lassen sich – je nach zeitlichem Umfang Ihres Einsatzes – möglicherweise bereits so direkt erkennen und für Ausbildungsstellen gewinnen.

Für einen erfolgversprechenden Einsatz im Rahmen des Schulunterrichts empfiehlt es sich, folgende Punkte zu berücksichtigen:

Vorgehensweise bei der Übernahme und Durchführung einer Unterrichtseinheit	✓
Absprache des Unterrichtsfachs und der Unterrichtseinheit mit dem/der Ansprechpartner/-in an der Schule	<input type="checkbox"/>
Auswahl eines/einer pädagogisch und rhetorisch geschulten Mitarbeiter/-in und gegebenenfalls geeigneter Auszubildender	<input type="checkbox"/>
Auswahl oder Erstellung von Unterrichtsmaterial mit konkretem Praxisbezug und jugendgerechter Darstellung, Rücksprache mit der Lehrkraft	<input type="checkbox"/>
Durchführen der Unterrichtseinheiten	<input type="checkbox"/>
Nachbesprechung mit der für das Unterrichtsfach zuständigen Lehrkraft	<input type="checkbox"/>

Eignung einer Übernahme von Unterrichtseinheiten für ...		
Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (++) → Kennenlernen der Schülerinnen und Schüler vor Ort → Einflussmöglichkeit auf die Qualifikation potenzieller Auszubildender	Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (+++) → positive Außenwahrnehmung durch die Aufgeschlossenheit gegenüber der Verknüpfung von Schule und Praxis → durch regelmäßige Präsentation des Unternehmens gegenüber einer größeren Anzahl von Schülerinnen und Schülern	Intensivierung des Wissensaustauschs: (++) → intensive Diskussionen mit den Schülerinnen und Schülern im Rahmen der Unterrichtseinheiten
Aufwand/Kosten/Risiken		
→ regelmäßiger Zeitaufwand für Vorbereitung und Halten der Unterrichtseinheit sowie für etwaig abzunehmende Prüfungen (z. B. Referate oder Klassenarbeiten) → vergleichsweise hoher Aufwand über einen längeren Zeitraum		
<small>besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++)</small>		

5.4.5 Teilnahme an Projektwochen

Während einer Projektwoche beschäftigt sich eine Gruppe von Schülerinnen und Schülern intensiv über mehrere Tage mit einem konkreten Thema. Dafür können Sie als Unternehmen die **Betreuung eigener Projekte anbieten**. Durch die intensive Arbeit mit den Jugendlichen lässt sich deren Interesse an den Aufgaben in Ihrem Unternehmen besonders gut wecken.

Im Rahmen einer solchen Projektwoche können Sie Unternehmensbesichtigungen und/oder Projekttage in Ihrem Betrieb einplanen. Damit schaffen Sie sich eine gute Gelegenheit, Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber darzustellen und Ausbildungsperspektiven in Ihrem Haus hervorzuheben. Darüber hinaus gewinnen die Jugendlichen auf diese Weise eine bessere Entscheidungsgrundlage für die Frage, ob sie sich in Ihrem Unternehmen bewerben sollten.

Folgende Aspekte sollten Sie beachten, damit die Beteiligung an einer Projektwoche gut funktioniert:

Vorgehensweise bei der Teilnahme an Projektwochen	✓
Absprache möglicher Zeitpunkte zur Durchführung einer Projektwoche und deren Dauer mit dem/der Ansprechpartner/-in an der Schule	<input type="checkbox"/>
Auswahl eines unternehmensrelevanten Themas mit entsprechenden Fragestellungen in Absprache mit der Lehrkraft	<input type="checkbox"/>
Auswahl eines/einer pädagogisch und rhetorisch geschulten Mitarbeiter/-in zur Betreuung	<input type="checkbox"/>
Ggf. Bereitstellung von Räumlichkeiten und/oder Organisation einer Betriebsbesichtigung	<input type="checkbox"/>
Betreuung der Projektarbeiten	<input type="checkbox"/>
Nachbesprechung des Projektablaufs und der Projektergebnisse mit Lehrkraft und Schülerinnen/Schülern	<input type="checkbox"/>

Eignung einer Teilnahme an Projektwochen für ...		
Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (+++)	Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (++)	Intensivierung des Wissensaustauschs: (++)
→ Kennenlernen der Schülerinnen und Schüler bei praktischer Arbeit → Einflussnahme auf die eigene Einschätzung der potenziellen Bewerber/-innen, ob sie ins Unternehmen passen könnten → Einflussmöglichkeit auf die Qualifikation potenzieller Auszubildender zu Beginn der Ausbildung	→ positive Außenwahrnehmung durch die Aufgeschlossenheit gegenüber der Verknüpfung von Schule und Praxis → Weitergabe von positiven Eindrücken durch Lehrerinnen und Schülerinnen und Schüler	→ Erarbeitung von betriebsnahen Themen durch Schülerinnen und Schüler → Kennenlernen von Denkweisen und Aufgabenbearbeitung der Jugendlichen
Aufwand/Kosten/Risiken		
→ Betreuungskosten durch Zeiteinsatz einer Fachkraft → Bereitstellung von Arbeitsmaterialien → Je nach Dauer erhöhter Abstimmungsaufwand mit der Schule → Nur zu bestimmten Zeitpunkten im Schuljahr möglich		
besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++)		

5.4.6 Informationsaufenthalte für Lehrerinnen und Lehrer (Lehrerpraktikum)

Bei einem Lehrerpraktikum **arbeitet eine Lehrkraft** für mehrere Wochen oder Monate **in Ihrem Unternehmen**. Ziel ist die **Vermittlung von praxisorientiertem Wissen für den Unterricht**. Gleichzeitig können Sie diese **Gelegenheit zum Wissensaustausch** nutzen. Zusätzlich wird Ihr Image als Unternehmen bei einer erfolgreichen Ausgestaltung der Maßnahme positiv beeinflusst. Möglicherweise empfiehlt die Lehrkraft sogar in der Schule Ihr Unternehmen als Ausbildungsbetrieb weiter. Besonders wichtig ist, dass die Betreuung kompetent gestaltet und der Umgang Ihrer Belegschaft mit den Lehrerinnen und Lehrern offen und respektvoll ist.

Worauf sollten Sie achten, wenn Sie Lehrerpraktika planen?

Vorgehensweise beim Anbieten eines Lehrerpraktikums	✓
Bestimmung der Fach- oder Führungskraft, die die Lehrerbetreuung bzw. den Wissensaustausch vornehmen soll/kann	<input type="checkbox"/>
Zusammenstellung eines angemessenen Aufgabenspektrums in Absprache mit der Lehrkraft	<input type="checkbox"/>
Abstimmung des Zeitpunkts und -rahmens des Praktikums mit der Lehrkraft	<input type="checkbox"/>
Erstellung und Besprechung des Praktikumsplans mit der Lehrkraft, Einplanung von Gesprächszeiten	<input type="checkbox"/>
Erläuterung von Sicherheitsbestimmungen	<input type="checkbox"/>
Durchführung eines Abschlussgesprächs	<input type="checkbox"/>
Ggf. Ausstellung einer Praktikumsbescheinigung	<input type="checkbox"/>

Eignung von Informationsaufenthalten für Lehrpersonal bzw. von Lehrerpraktika für ...

Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung:

(+)

- Einflussnahme auf die Einschätzung der Lehrkraft sowie der potenziellen Bewerber/-innen, ob Ausbildungsberuf und Unternehmen passen könnten

Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads:

(++)

- Weitergabe von positiven Eindrücken der Lehrerinnen und Lehrer

Intensivierung des Wissensaustauschs:

(+++)

- Beitrag zur Qualifikation von Lehrerinnen und Lehrern durch Erfahrungsaustausch und Verdeutlichung der Anforderungen im Betrieb
- Kennenlernen von Schulvorgaben, Lehrprogrammen und Wissensvermittlung in den betreffenden Schulen

Aufwand/Kosten/Risiken

- Hoher Betreuungsaufwand durch Zeiteinsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Bereitstellung von Arbeitsplatz und -mitteln
- Risiko der Imageeinbuße bei mangelnder Betreuung bzw. mangelndem Erfahrungsaustausch
- Keine direkte Rekrutierungsmöglichkeit für Auszubildende

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+)

5.4.7 Übernahme von Patenschaften für Juniorfirmen

In vielen Schulen existieren eigene Juniorfirmen, in denen Schülerinnen und Schüler reale Produkte erstellen und verkaufen oder Dienstleistungen anbieten. Sie lernen unter der Anleitung von Lehrpersonen im kleinen Rahmen „spielerisch“ unternehmerische Zusammenhänge kennen. Ihr Unternehmen kann Juniorfirmen in vielfältiger Weise unterstützen: von der einfachen Beratung von Lehrpersonen, Schülerinnen und Schülern bis hin zu weitergehenden Unterstützungen wie der Bereitstellung von Ausrüstung oder einer Beteiligung an der Besitzstruktur.

Vorgehensweise bei der Übernahme von Patenschaften für Juniorfirmen	✓
Prüfung, über welchen Zeitraum welche Ressourcen für die Übernahme und Pflege einer Patenschaft zur Verfügung stehen	<input type="checkbox"/>
Absprache möglicher Kooperationsformen mit dem/der Ansprechpartner/-in an der Schule	<input type="checkbox"/>
Planung von Art und Umfang der Unterstützungsleistungen sowie deren logistische Umsetzung	<input type="checkbox"/>
Bestimmung einer/eines verantwortlichen Unternehmensmitarbeiterin/-mitarbeiters für die Pflege der Patenschaft	<input type="checkbox"/>
Regelmäßige Kontaktpflege mit der Juniorfirma zur Beobachtung des Fortschritts bzw. zur Klärung des etwaigen Bedarfs an im-/materiellen Unterstützungsleistungen	<input type="checkbox"/>
Regelmäßige Treffen mit betreuender Lehrkraft zur Qualitätssicherung	<input type="checkbox"/>
Nachbereitung des Projekteinsatzes zum Gewinnen von Hinweisen, wie zukünftige Patenschaftsmodelle ausgestaltet sein sollten	<input type="checkbox"/>

Eignung der Übernahme von Patenschaften für Juniorenfirmen für ...		
Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (++) → Einflussmöglichkeit auf die Qualifikation potenzieller Auszubildender → Beitrag zur Berufsorientierung von Jugendlichen	Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (+++) → Regelmäßiger und langfristiger positiver Kontakt mit Lehrkräften als auch Schülerinnen und Schülern → durch Messeauftritte und Teilnahme an Wettbewerben mit Juniorfirmen	Intensivierung des Wissensaustauschs: (++) → Erarbeitung von betriebsnahen Themen durch Schülerinnen und Schüler
Aufwand/Kosten/Risiken		
→ Kosten für Betreuungsaufwand durch Zeiteinsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern → Kosten für Unterstützungsleistungen		

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++)

5.5 Wege zur Umsetzung der Maßnahmen

Um Ihr Kooperationsinteresse und Ihre damit verbundenen Angebote bekannt zu machen, bieten sich unterschiedliche Wege an:

5.5.1 Anzeigen in Schülerzeitungen

Anzeigen in Schülerzeitungen (gegebenenfalls auch Jahrgangs- oder Abschlusszeitungen) **eignen sich** besonders, um **Stellen für Praktikantinnen und Praktikanten** anzubieten, da Sie damit die Zielgruppe direkt erreichen. Darüber hinaus können Sie dort auch auf von Ihnen geplante **Gastvorträge** aufmerksam machen. **Vorteil** solcher Anzeigen sind die **geringen Kosten** für die Erstellung und Veröffentlichung. Eine qualitativ hochwertige Ausgestaltung von Anzeigen lohnt sich in jedem Fall, auch um Leserinnen und Leser wie Eltern oder Lehrkräfte zu überzeugen. Das Schalten von Anzeigen dient in der Regel der Finanzierung einer Schülerzeitung und hebt so das gesellschaftliche Engagement Ihres Unternehmens hervor.

Eignung der Anzeigen in Schülerzeitungen für ...	
Schulpraktika	+++
Betriebsbesichtigungen	++
Projektwochen	++
Berufsorientierungstage	++
Patenschaften für Juniorfirmen	++
Unterrichtsgestaltung	-
Lehrerpraktikum	-
Aufwand/Kosten/Risiken:	
→ Kosten für Anzeigenaufgabe bzw. finanzielle Unterstützung der Schülerinnen und Schüler	
→ Ggf. Aufwand der Kontaktpflege	
besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+), keine besondere Eignung: (-)	

Allerdings sollten Sie beachten, dass je nach Bundesland ein **Verbot für Werbung**, die nicht schulischen Zwecken dient, existieren kann. Daher ist es empfehlenswert, im Zweifelsfall das Schalten von Anzeigen mit der jeweiligen Schulleitung abzusprechen.

5.5.2 Mitgliedschaft in Fördervereinen

Viele Schulen bieten sowohl ehemaligen Schülerinnen und Schülern als auch Unternehmen eine organisierte **Plattform** an, um als Förderin oder Förderer der Schule aktiv zu werden. Ihr Unternehmen kann der Schule auf diese Weise eine finanzielle Unterstützung zukommen zu lassen – beispielsweise um Informationsveranstaltungen zu finanzieren. Auch die Bereitstellung von Praktikumsplätzen oder Sachspenden ist eine mögliche Maßnahme. Ihr Unternehmen kann dabei vom **direkten Kontakt** mit interessierten Partnerinnen und Partnern profitieren. Ebenso kann sich dadurch die Möglichkeit eröffnen, mit anderen Unternehmen in Kontakt zu treten und **Netzwerke** zu bilden.

Eignung der Mitgliedschaft in Fördervereinen für ...	
Schulpraktika	+++
Projektwochen	+++
Berufsorientierungstage	+++
Patenschaften für Juniorfirmen	+++
Betriebsbesichtigungen	++
Lehrerpraktikum	++
Unterrichtsgestaltung	-
Aufwand/Kosten/Risiken:	
→ Kosten für finanzielle Unterstützung der Schule	
→ Aufwand der Kontaktpflege	
besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+), keine besondere Eignung: (-)	

5.5.3 Aufbau von direkten Kontakten zu Lehrerinnen und Lehrern

Bereits bestehende Kontakte von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern können eine Schulkooperation maßgeblich erleichtern. Fach- und Führungskräfte aus Ihrem Unternehmen haben möglicherweise aus ihrer eigenen Schulzeit oder durch schulpflichtige Kinder Kontakte zu Schulen und engagierten Lehrerinnen und Lehrern. Diese Kontakte können Sie für die **Kommunikation Ihrer Angebote** nutzen. Dabei finden sich vielleicht auch engagierte und geeignete Schülerinnen und Schüler, die gern ein Praktikum wahrnehmen würden.

Eignung des Aufbaus von direkten Kontakten zu Lehrerinnen und Lehrern für ...	
Unterrichtsgestaltung	+++
Projektwochen	+++
Lehrerpraktikum	+++
Patenschaften für Juniorfirmen	+++
Schulpraktika	++
Betriebsbesichtigungen	++
Berufsorientierungstage	++
Aufwand/Kosten/Risiken:	
→ Aufwand der Kontaktpflege	
→ Abhängigkeit des Erfolgs der Kooperation von einer Person	

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+), keine besondere Eignung: (-)

5.5.4 Kontaktaufnahme mit übergeordneten Institutionen

Eine weitere Möglichkeit, Ihre Angebote bekannt zu machen, ist die **Kontaktaufnahme zu übergeordneten Institutionen** wie Schulämtern, Lehrerverbänden und -gewerkschaften oder den örtlichen Kammern. Diese Organisationen sind häufig gut über die Situation der einzelnen Schulen in ihrem Zuständigkeitsbereich informiert und können Ihnen dabei behilflich sein, eine interessierte Schule zu finden. Dieses Vorgehen ist vor allem in dicht besiedelten Regionen mit einer großen Auswahl an örtlichen Schulen interessant.

Als alleinige Aktivitäten des Kontaktaufbaus können diese Maßnahmen allerdings leicht untergehen und erzielen eine größere Wirksamkeit, wenn sie andere Kontaktmaßnahmen begleiten.

Eignung der Kontaktaufnahme mit übergeordneten Stellen ...	
Schulpraktika	++
Betriebsbesichtigungen	++
Unterrichtsgestaltung	++
Projektwochen	++
Lehrerpraktikum	++
Berufsorientierungstage	++
Patenschaften für Juniorfirmen	++
Aufwand/Kosten/Risiken:	
→ Aufwand für Kommunikation mit den zuständigen Kooperationspartnern	
→ Gefahr des Untergehens entsprechender Anfragen im Vergleich zu direktem Kontakt	

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+), keine besondere Eignung: (-)

6. Erfolgsmessung

Die folgenden **Kriterien** können Sie dabei unterstützen, nach einem gewissen Zeitraum zu überprüfen, ob die

gewählten Maßnahmen und Wege einer Schulkooperation beibehalten, gegebenenfalls abgeändert oder überdacht werden sollten.

Ziele	Erfolgsmessung, Indikator
Stärkung der Personalgewinnung	→ Entwicklung der Anzahl eingehender Bewerbungen sowie der besetzten Ausbildungsstellen → Entwicklung der Verbleibszahlen Ihrer über Schulkooperationen gewonnenen Jugendlichen nach Abschluss der Ausbildung
Erhöhung der Passgenauigkeit Ihrer Auszubildenden	→ Entwicklung der Qualität der eingehenden Bewerbungen → Entwicklung der Zahl der Ausbildungsabbrüche → Entwicklung der Fehlzeiten
Stärkung Ihres Arbeitgeber-Images	→ Entwicklung der Anzahl und Qualität der eingehenden Bewerbungen → Resonanz bei Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern oder in Bewerbungsgesprächen → Öffentliche Wahrnehmung als Arbeitgeber anhand der Berichterstattung in der Presse → Ergebnisse von Mitarbeiterbefragungen
Nutzung/Intensivierung eines Wissensaustauschs	→ Entwicklung der Qualität bzw. Anzahl der aufgenommenen Kontakte zu den Schulen → Entwicklung der Übernahme von Schulstunden → Entwicklung des direkten Austauschs mit Lehrpersonal – z. B. im Hinblick auf die Anzahl absolvierter Lehrpraktika oder → Entwicklung der Anzahl an die Schüler/-innen übertragenen „Forschungsarbeiten“ und der Nutzbarkeit der Ergebnisse für eigene Ideen

7. Bezug zu anderen Handlungsempfehlungen

Als Unternehmen können Sie Schulkooperationen nutzen, um Ihren eigenen Nachwuchs zu gewinnen.

Sollten Sie mittelfristig **auch akademisch ausgebildetes Personal benötigen**, kann es sich anbieten, auch mit einer **Hochschule zu kooperieren**. Konkrete Informationen dazu, wie Sie dabei vorgehen können, finden Sie in den Handlungsempfehlungen „Hochschulkooperation“ und „Duales Studium“.

- http://www.girls-day.de/Unternehmen_Organisationen
http://www.boys-day.de/Einrichtungen_Unternehmen

Webseiten zu den bundesweiten Berufsorientierungstagen für Mädchen und Jungen mit konkreten Hinweisen/Checklisten, wie Sie sich als Unternehmen zielführend an der Initiative beteiligen können

Literatur

- **Behörde für Schule und Berufsbildung (Hrsg.) (2010):** Partnerschaft Schulen – Unternehmen; Handbuch mit Praxisbeispielen, Hamburg
<http://www.schule-wirtschaft-hamburg.de/service/downloads/HandbuchPartnerschaftenzwischenSchulenundUnternehmen.pdf>
- **Bundesministerium für Arbeit und Soziales et al. (Hrsg.) (2011):** Praktika – Nutzen für Praktikanten und Unternehmen, Bonn
<http://www.bmas.de/DE/Service/Publicationen/a742-Praktika-Nutzen-Praktikanten-Unternehmen.html>
- **Heintz, B. (2011):** Kooperationen zwischen Wirtschaft und Schule – Projekte und Aktivitäten von Unternehmen und Industrie- und Handelskammern, 5. Auflage, Meckenheim

8. Weiterführende Informationen

Links

- <http://www.schule-wirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/Landesarbeitsgemeinschaften?open>
Plattform der Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT mit Informationen und Ansprechpartnern in den Ländern zum Thema „Kooperation zwischen Unternehmen und Schulen“
- www.juniorprojekt.de
Portal zu den „JUNIOR – Schüler erfahren Wirtschaft“-Programmen, das neben Projektinformationen Möglichkeiten und Nutzen einer Unterstützung von Schülerinnen und Schülern bei der Umsetzung eigener Geschäftsideen aufzeigt

