



Mitarbeiter gesucht!

Praxistipps zur Gewinnung akademischer Fachkräfte

MITARBEITER GESUCHT!

Ganz klassisch			
Stellenanzeige in Print- und Online-Medien	  	+ Große Reichweite + Als traditionelles Instrument beliebt bei Jobsuchenden	- Problem: wenig bekannte KMU gehen leicht unter - Überregionale Printmedien und bekannte Onlinebörsen sind kostenaufwändig
Social Recruiting	 	+ Enorme Reichweite und große Auswahl an Kandidaten + Schneller Zugang zu Ziel- und Fachgruppen	- Active Sourcing sehr zeitaufwändig - Regelmäßige Pflege der Profile notwendig
Potenzial von Initiativbewerbungen	  	+ Starke Motivation der Bewerber + Bewerber können bei späteren Vakanzen berücksichtigt werden	- Systematisierung der eingegangenen Bewerber notwendig - Bewerbungen sind nach einiger Zeit nicht mehr auf dem aktuellen Stand
Hochschulteams der Bundesagentur für Arbeit		+ Spezialisiert auf Akademiker + Zielgruppe sowohl arbeitssuchende Akademiker als auch Studierende	- Passgenauigkeit, da die Bundesagentur für Arbeit eine Vorauswahl passender Kandidaten trifft - Abstimmung vor Vermittlung notwendig
Präsenz auf Karriere- oder Jobmessen	 	+ Je nach Messe große Reichweite + Persönlicher Kontakt und Möglichkeit erster (Auswahl-) Gespräche	- Gefahr, als KMU nicht wahrgenommen zu werden - Kostenaufwändig
Ganz praktisch			
Praktikum	 	+ Kennenlernen des Studierenden und seiner Arbeitsqualität + verkürzte Einarbeitungszeit bei Weiterbeschäftigung	- kontinuierliche Betreuung erforderlich - Bereitstellung von Arbeitsmitteln
Werkstudententätigkeit	  	+ Kontinuierlicher Kontakt erleichtert Bindung an das Unternehmen + Verkürzte Einarbeitungszeit bei Weiterbeschäftigung	- kontinuierliche Betreuung erforderlich - Bereitstellung von Arbeitsmitteln
Vergabe von Abschlussarbeiten	 	+ Kennenlernen des Studierenden und seiner Arbeitsqualität + Zusätzliches Know-how für das Unternehmen	- Betreuungsaufwand - Abstimmung mit Hochschule zeitintensiv
Trainee-Programme	 	+ Vielzahl der Mitarbeiter lernt Trainee kennen und kann dessen Leistung beurteilen + Beliebter Einstieg für Absolventen	- Organisatorischer Aufwand - Betreuungsaufwand
Duales Studium	 	+ Studierende oft besonders leistungsstark + Enger persönlicher Kontakt durch vertragliche Bindung an das Unternehmen	- Organisatorischer Aufwand, Abstimmung mit der Hochschule - Betreuungsaufwand
Ganz nah dran			
Persönlicher Kontakt zu Career Services und Professoren		+ Erleichtert Zugang zu potenziellem Fachkräftenachwuchs + Zusätzliches Know-how für das Unternehmen	- Kontinuierliches Networking ist zeitaufwändig - Fokus auf Angebote für Studierende
Exkursionen in Ihr Unternehmen	 	+ Attraktivität des Unternehmens darstellbar + Transfer übernimmt in der Regel die Hochschule	- Kontakt eher zur Besuchsgruppe statt persönlicher Kontakte - Begrenztes Zeitfenster
Lehrveranstaltungen und Gastvorträge	 	+ Kennenlernen der Studierenden durch Diskussionsverhalten + Steigerung des Bekanntheitsgrades	- Zeitaufwand für Vorbereitung und Halten der Lehrveranstaltung - Persönlicher Kontakt nicht garantiert
Mentoringprogramme	 	+ Kostengünstige Variante der Personalakquise + Dauerhafte Verbindung zwischen Mentor und Mentee	- Regelmäßige Treffen sind zeitaufwändig - Als Mentor kommen oft nur Alumni der jeweiligen Hochschule in Frage
Engagement als Stipendiengeber		+ Erleichtert Zugang zu potenziellem Fachkräftenachwuchs + Wirkt positiv auf Unternehmensimage	- Investition ohne Erfolgsgarantie für die Rekrutierung - Kontakt mit Stipendiat eventuell unregelmäßig

INHALT

Gesucht: Akademische Fachkräfte	7
15 Wege zur akademischen Fachkraft	13
Ganz klassisch: Hilfreiche Tipps für beliebte Wege	14
Stellenanzeige in Print- und Online-Medien	14
Social Recruiting	20
Potenzial von Initiativbewerbungen	22
Hochschulteams der Bundesagentur für Arbeit	23
Präsenz auf Karriere- oder Jobmessen	24
Ganz praktisch: Die Nachwuchskraft im Praxistest	27
Praktikum	27
Werkstudententätigkeit	29
Vergabe von Abschlussarbeiten	32
Trainee-Programme	34
Duales Studium	35
Ganz nah dran: Kontakte zur Hochschule	39
Persönlicher Kontakt zu Career Services und Professoren	39
Exkursionen in Ihr Unternehmen	42
Lehrveranstaltungen und Gastvorträge	43
Mentoringprogramme	45
Engagement als Stipendienggeber	46
Gefunden: Wertvolle Mitarbeiter	49
Links	51
Impressum	52

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und zur Vermeidung komplizierter Formulierungen wird in der Broschüre nur die männliche Anredeform verwendet.



Gesucht: Akademische Fachkräfte

Wie Sie Fachkräfte für Ihr Unternehmen finden

Berlin ist ein exzellenter Wissenschaftsstandort und Magnet für vielfältig qualifizierte Fachkräfte aus Deutschland und der ganzen Welt. So sollte es Geschäftsführern und Personalverantwortlichen leicht fallen, freie Stellen mit geeigneten akademischen Fachkräften zu besetzen. Fast jeder vierte Berliner hat einen Hochschulabschluss und neben aktuell über 175.000 Studierenden an u. a. vier Universitäten und vier Fachhochschulen profitiert die Hauptstadt auch vom Zuzug von Akademikern.

Doch tatsächlich fällt es kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) – die 99 Prozent der Unternehmen in Berlin ausmachen – oft schwer, ihren Bedarf an akademischen Fachkräften zu decken. Für sie stellt es häufig eine Herausforderung dar, ganz eigene Wege zu finden, mit denen sie sich von der starken Konkurrenz großer und bekannter Unternehmen abheben können. Denn je kleiner das Unternehmen ist, desto geringer sind meist die Chancen, im Sichtfeld der Studierenden und Absolventen präsent zu sein.

Mit diesem Leitfaden unterstützen wir Sie bei der Suche nach geeigneten Mitarbeitern und der Entwicklung ganz eigener Personalstrategien. Übersichten, Checklisten und Tipps geben Ihnen Anregungen für die klassische Personalbeschaffung, aber auch für unkonventionelle Herangehensweisen.

Wie Sie Ihr Unternehmen in den Fokus der Bewerber rücken

Im Wettbewerb um Talente ist es sehr wichtig, dass Sie sich von anderen Unternehmen abheben und die Alleinstellungsmerkmale Ihres Unternehmens hervorheben. Gerade als KMU haben Sie Bewerbern viel zu bieten: Flache Hierarchien, kurze Entscheidungswege, leichtere Mitbestimmung, breite Aufgabenspektren und ein familiäres Betriebsklima sind nur einige der möglichen Pluspunkte.

*Ausführliche Informationen: www.kofa.de
Suchbegriff: Employer Branding*

Ein mögliches Konzept, das die Attraktivität Ihres Unternehmens steigern kann, ist das **Employer Branding**. Ziel ist, eine starke Arbeitgebermarke aufzubauen, die ein glaubwürdiges und unverwechselbares Bild Ihres Unternehmens nach innen und außen kommuniziert. Im Idealfall verbessern Sie damit das Image als Arbeitgeber so, dass Ihr Unternehmen aus Sicht vieler Bewerber zum Wunscharbeitgeber wird.

Zum Einstieg reicht es aus, dass Sie ehrlich analysieren, was Ihr Unternehmen ausmacht und wofür es steht (s. Fragenkatalog S. 7). Beziehen Sie auch die Eindrücke Ihrer Mitarbeiter ein. Neben persönlichen Gesprächen können auch **Arbeitgeber-Bewertungsportale** – z. B. Kununu, Jobvoting oder Glassdoor – zeigen, wie aktuelle und ehemalige Mitarbeiter Ihr Unternehmen bewerten.

Beispiele für regelmäßig durchgeführte Absolventenbefragungen:

- *Studie Bewerbungspraxis (Universität Bamberg und Monster)*
- *Studie Most Wanted (e-fellows.net und McKinsey)*

Haben Sie Ihre Stärken identifiziert, sind Sie auch in der Lage, Gründe dafür zu liefern, warum bestimmte Absolventen und Fachkräfte gerade in Ihrem Unternehmen arbeiten sollten. Achten Sie bei dieser Selbstreflexion auch darauf, die Perspektive des idealen Bewerbers einzunehmen und dessen Wünsche sowie Erwartungen einzubeziehen. Hier geben die regelmäßig durchgeführten **Absolventenbefragungen** zusätzlich Aufschluss darüber, welche Anforderungen Studierende an den „perfekten“ Arbeitgeber haben.

Fragenkatalog: Analyse Ihrer Eigenschaften als Arbeitgeber

Was sind Ihre individuellen Stärken als Arbeitgeber?

- Was zeichnet Sie als Arbeitgeber aus? Warum sollten sich hervorragende Fachkräfte für Ihr Unternehmen entscheiden?
- Welche Werte vertritt das Unternehmen als Arbeitgeber? Welches Image oder welchen Ruf hat das Unternehmen als Arbeitgeber?
- Wie könnte Ihre Unternehmenskultur beschrieben werden?
- Was bieten Sie Ihren Mitarbeitern im Hinblick auf unterschiedliche Aspekte der Arbeitsbedingungen (Gehalt, Arbeitszeit, räumliche Bedingungen, Weiterbildungsmöglichkeiten, etc.)?

Wie kann Ihre Identität als Arbeitgeber beschrieben werden?

- Welches sind die zentralen Werte Ihres Unternehmens (als Arbeitgeber)?
- Welches sind Ihre Alleinstellungsmerkmale als Arbeitgeber (gegenüber zentralen Wettbewerbern)?
- Welchen Eindruck (intern und extern) vermittelt das Unternehmen als Arbeitgeber bzw. welcher Eindruck kann zukünftig vermittelt werden? Beispielsweise: Wie geht Ihr Unternehmen im Hinblick auf Arbeitsbedingungen, Rücksichtnahme auf individuelle Belange, Arbeitsklima, etc. mit den Beschäftigten um?
- Welche Gefühle werden mit Ihrem Unternehmen als Arbeitgeber verknüpft? Gelten Sie als familienfreundlicher Arbeitgeber, oder sind Sie bekannt dafür, beispielsweise auch älteren oder bislang arbeitslosen Fachkräften eine Chance zu geben?

Quelle: Fachkräfte sichern. Employer Branding/Arbeitgebermarke, Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung, 2012

TIPP

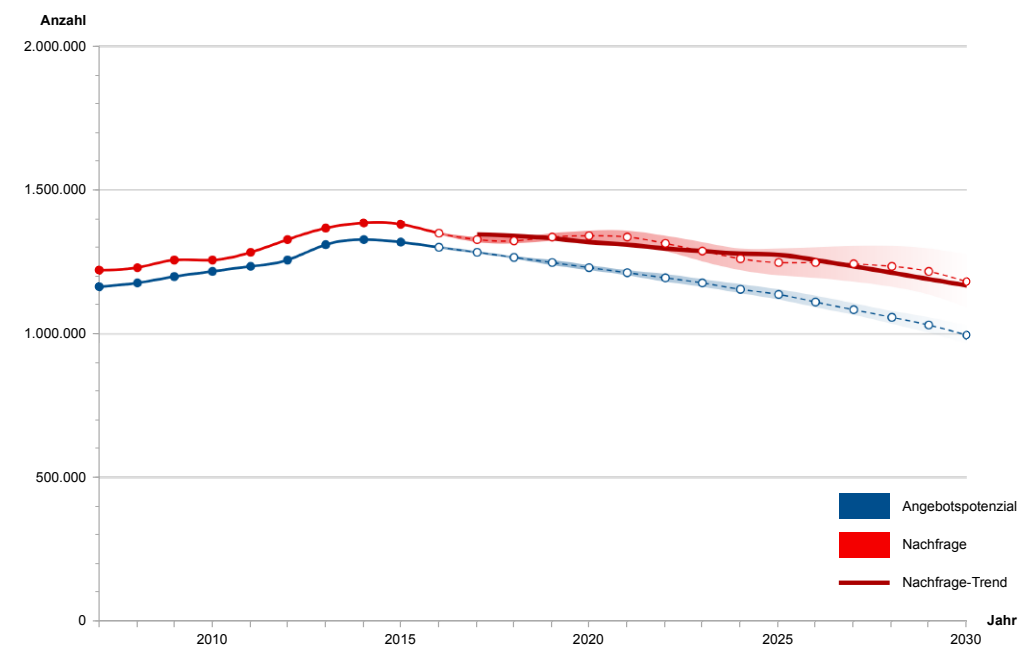
Nutzen Sie die Stärken Ihres Unternehmens, und betonen Sie diese bei Ihrer Suche nach Fachkräften. Dadurch fallen Sie bei Studierenden, Absolventen und Fachkräften positiv auf und können zum Wunscharbeitgeber werden.

Was Berlin Fachkräften bietet

Berlin bietet ein dichtes und ausdifferenziertes Hochschulsystem Berlin wächst Berlin ist Magnet für junge, talentierte Menschen Berlin ist eine junge Stadt und Kreativmetropole Berlin hat vergleichsweise niedrige Lebenshaltungskosten Berlin bietet ein weltoffenes, intellektuell inspirierendes Umfeld Fast jeder vierte Einwohner hat einen Hochschulabschluss 2030 gibtes in Berlin etwa 12.200 Akademiker weniger als noch in 2014 2015 fehlten bereits 9.500 Akademiker

Fachkräfteangebot und -nachfrage

für „Alle Fachkräfte“ in allen Branchen in IHK Berlin



Quelle: www.fachkraefte-monitor-berlin.de

TIPP

Der IHK Fachkräftemonitor ist ein Prognose-Tool, mit dem Sie die Fachkräftesituation in Berlin analysieren können:

- Wie sieht die konkrete Fachkräftesituation in den einzelnen **akademischen Berufsgruppen** aus?
- Wie stellt sich die Fachkräftesituation in Ihrer **Branche** dar?
- Wie entwickeln sich Fachkräfteangebot und -bedarf im **zeitlichen Verlauf**?

Den Fachkräftemonitor können Sie über das Fachkräfteportal aufrufen, das alle Angebote der IHK Berlin zum Thema Fachkräftesicherung bündelt. www.fachkraefte-in-berlin.de



15 Wege zur akademischen Fachkraft

Bevor Sie die verschiedenen Möglichkeiten der Personalrekrutierung abwägen, sollten Sie die Personalsituation und die Organisation des bisherigen Bewerbungsprozesses in Ihrem Unternehmen genauer betrachten:

- **Rechtzeitige Analyse des Fachkräftebedarfs**
Je nachdem, ob Sie aktuell einen konkreten Bedarf an geeigneten Fachkräften haben oder erst mittelfristig freie Stellen ausschreiben, eignen sich die verschiedenen Instrumente zur Personalrekrutierung unterschiedlich gut.
- **Bestimmung des Anforderungsprofils des Bewerbers**
 Klären Sie gleich zu Beginn unabdingbare Voraussetzungen, wie Studienabschlüsse oder Qualifikationen, die der Bewerber mitbringen muss, um Ihre Suche zielgruppenspezifisch auszugestalten.
- **Festlegung eines Fachkräfte-Verantwortlichen**
 Wenn Sie innerhalb Ihres Unternehmens einen Mitarbeiter festlegen, der für den Bewerbungs- und Einstellungsprozess verantwortlich ist, bleibt die langfristige Fachkräftesicherung im Blick, und es entstehen keine Nachteile gegenüber großen Unternehmen, die eine eigene Personalabteilung haben.

Wann benötigen Sie Personal? Und in welchem Umfang?

Für welche Tätigkeiten benötigen Sie Akademiker? Mit welchen Qualifikationen und Kompetenzen?

Wer kümmert sich um den Bewerbungsprozess?

TIPP

Mit dem IHK-Demografierechner können Sie die Altersstruktur in Ihrem Unternehmen analysieren und Ihre Personalplanung entsprechend ausrichten:

- Wie sind Ihre Mitarbeiter in den **Altersgruppen** von 15 - 69 Jahren verteilt?
- Wie entwickelt sich Ihr Unternehmen im **regionalen Vergleich**?
- **Wie viele Mitarbeiter** müssen Sie pro Jahr anwerben, um Mitarbeiter zu ersetzen?
- Wie entwickelt sich Ihr Unternehmen im **Branchenvergleich**?

www.demografierechner-berlin.de

MITARBEITER GESUCHT!

Ganz klassisch: Hilfreiche Tipps für beliebte Wege

Von A wie Active Sourcing bis Z wie Zeitungsannonce erhalten Sie im folgenden Abschnitt einen kompakten Überblick über die herkömmlichen und am häufigsten genutzten Wege der Personalrekrutierung.

Stellenanzeige in Print- und Online-Medien



Printmedien

Stellenanzeigen sind die Klassiker unter den Rekrutierungswerkzeugen und sollten hilfreiche Informationen für den Bewerber enthalten. Üblicherweise wird zu Beginn das Unternehmen kurz vorgestellt, inklusive der Nennung der **Unternehmensdaten und Ansprechpartner mit Kontaktdaten**.

Beispiel zum Vermeiden von Floskeln: Statt vom Bewerber „Kommunikationsfähigkeit“ zu verlangen, können Sie die Anforderungen an den Bewerber konkret formulieren: „Sie präsentieren unsere Produkte gegenüber Kunden“.

In der **Positionsbeschreibung** erhält der Bewerber dann die wichtigsten Informationen zur ausgeschriebenen Stelle, insbesondere zu seinen Aufgaben als zukünftiger Mitarbeiter. Formulieren Sie das Tätigkeitsprofil so, dass der Bewerber eine möglichst konkrete Vorstellung davon erhält.

Ebenso präzise und ohne Floskeln sollte das **Anforderungsprofil** an den zukünftigen Mitarbeiter formuliert sein. Durch eine zielgerichtete Ansprache - z. B. durch die Nennung notwendiger Fach- und Sozialkompetenzen sowie erforderlicher Qualifikationen - gewährleisten Sie, dass sich die passenden Kandidaten bewerben und die Stelle schnell besetzt werden kann.

Denken Sie auch an Informationen zur Organisation des Bewerbungsprozesses, z. B. an Angaben zur Bewerbungsfrist und zum frühestmöglichen Einstellungszeitpunkt.

Sobald das Profil des Kandidaten erstellt und Ihre Anzeige ansprechend und informativ gestaltet ist, empfiehlt es sich, die Anzeige auf mehreren Kanälen zu publizieren.

HILFREICHE TIPPS FÜR BELIEBTE WEGE

Sie suchen	Geeignetes Printmedium
Akademische Fachkräfte	Regionale Tageszeitungen
Größere Anzahl an Fachkräften	Überregionale Tages- oder Wochenzeitung, wie z. B. FAZ, SZ oder ZEIT
Spezialisten, Experten	Fachzeitschriften
Absolventen, Studierende	Aushänge am Schwarzen Brett der Hochschulen

TIPP

Mit einem prägnanten Einleitungssatz zeigen Sie dem Bewerber sofort, warum es sich lohnt, bei Ihnen zu arbeiten. Orientieren Sie sich dabei an den Stärken und Besonderheiten Ihres Unternehmens.

Online-Medien

Im Vergleich zur klassischen Printanzeige sind **Online-Anzeigen** oft günstiger, schneller anpassbar und haben eine größere Reichweite, da sie auch in (Job-)Suchmaschinen auffindbar sind.

Die Inhalte einer Online-Anzeige entsprechen denen der Printanzeige. Da Jobsuchende die Angebote nach Schlagworten und Kriterien filtern, ist es allerdings wichtig, die Stellenbezeichnung so präzise und eindeutig wie möglich zu formulieren. Verwenden Sie die für die Stelle üblichen Schlüsselwörter, damit Ihr Angebot von Jobsuchenden gefunden wird.

- In **überregionalen Jobbörsen**, wie z. B. StepStone, Jobware und Jobcluster, inseriert eine große Anzahl von Unternehmen verschiedenster Branchen. Aufgrund des großen Stellenangebots sind diese Börsen daher bei Fachkräften sehr beliebt.
- **Spezialbörsen** eignen sich – ähnlich wie Fachzeitschriften – bei der Rekrutierung von berufs- bzw. branchenspezifischem Personal. Speziell an Hochschulabsolventen richten sich beispielsweise Staufenberg, Absolventa und Unicum, aber auch für besondere Berufsgruppen, wie Ingenieure und Naturwissenschaftler, gibt es Angebote.

Die 1.000 größten Unternehmen aus Deutschland schreiben nur noch etwa jede zehnte freie Stelle in Printmedien aus. (Quelle: Recruiting Trends 2015)

[Übersicht der Arbeitsagentur für berufs- und branchenspezifische Stellenbörsen](#)

MITARBEITER GESUCHT!

Übersicht zu Jobbörsen der Career Services: www.ihk-berlin.de/career-services

Stellenbörse u. a. von Berliner Universitäten und Fachhochschulen www.stellenticket.de

- Außerdem bieten alle **Career Services** der Berliner Hochschulen Unternehmen die Möglichkeit, Stellenangebote – z.T. auch kostenfrei – zu veröffentlichen.
- Idealerweise haben Sie auch auf Ihrer **Firmenhomepage** eine eigene Job- oder Karriereseite, die über aktuell zu besetzende Stellen informiert und auch für die Darstellung auf mobilen Endgeräten, wie Smartphones oder Tablets, optimiert ist.

TIPP

- Räumen Sie die Möglichkeit ein, Bewerbungen per E-Mail entgegenzunehmen. Die Unterlagen gelangen schneller zu Ihnen, ohne dass der Bewerber zusätzlich Zeit und Geld für Druck und Porto aufwenden muss. Gleichzeitig erhalten Sie die Möglichkeit, genauso schnell zu antworten bzw. Unterlagen an Kollegen weiterzuleiten.
- Online-Anzeigen sind gegenüber Printanzeigen länger präsent, da sie mehrere Tage oder Wochen im Internet aufrufbar sind.
- Ganz gleich, für welchen Rekrutierungskanal Sie sich entscheiden, sehen Sie sich eingehende Bewerbungen immer zeitnah an. Antworten Sie schnell. Bewerber schätzen ein kurzfristiges Feedback – gleichzeitig pflegen Sie Ihr gutes Image.

Career Service Angebote der Hochschulen in Berlin und Brandenburg: www.cs-bb.de/career-center

HILFREICHE TIPPS FÜR BELIEBTE WEGE

Checkliste: Stellenausschreibung verfassen

Unternehmensdaten und Ansprechpartner
■ Allgemeine Daten zum Unternehmen
■ Vollständiger Name des Unternehmens
■ Adresse
■ Name und Abteilung der Person, die die Bewerbungen bearbeitet
■ Website
■ E-Mail-Adresse
■ Ansprechpartner für Rückfragen mit Kontaktdaten
Positionsbeschreibung
■ Geschlechtsneutrale und aussagekräftige Stellenbezeichnung
■ Details zur besetzenden Position, wie z. B.
■ Beschreibung im eingesetzten Unternehmensbereich und Ausübungsort
■ Zentrale Arbeitsaufgaben und Verantwortlichkeiten
Anforderungsprofil
■ Fachliche Anforderungen
■ Studium bzw. Studienrichtung
■ Konkrete fachliche Qualifikationen und Kenntnisse
■ Vorhandene praktische Erfahrungen
■ Überfachliche Anforderungen
■ Soziale Kompetenzen
■ Methodenkompetenzen
■ Sprachkenntnisse
■ Programmier- und EDV-Kenntnisse
■ Dinge, die Ihnen sonst noch wichtig sind

Quelle: Career Service der HTW Berlin, www.htw-berlin.de/karriere

Internationale Fachkräfte

*Kontakt zum Business
Welcome Service der
IHK Berlin:
[www.ihk-berlin.de/
business-welcome-
service](http://www.ihk-berlin.de/business-welcome-service)*

Internationale Fachkräfte bringen neue Impulse in das Unternehmen und helfen gleichzeitig, den Fachkräftebedarf zu decken. In Deutschland wird die Beschäftigung von ausländischen Arbeitnehmern zunehmend erleichtert.

Was Sie beachten müssen

*Informationen zur
Anerkennung von aus-
ländischen Abschlüssen
und Qualifikationen:
[www.berlin.de/sen/bjw/
erkennung](http://www.berlin.de/sen/bjw/erkennung)*

Nahezu problemlos gestaltet sich die Einstellung eines Bewerbers aus dem Europäischen Wirtschaftsraum. EU-Bürger sowie Personen aus Island, Liechtenstein, Norwegen und der Schweiz können in Deutschland eine Beschäftigung ohne weitere Prüfung aufnehmen.

Bei Bewerbern aus Drittstaaten ist dagegen ein Aufenthaltstitel für die Arbeitsaufnahme sowie in der Regel die Zustimmung der Bundesagentur für Arbeit notwendig.

Wo Sie Unterstützung erhalten

*[www.arbeitsagentur.de/
migration-check-
arbeitgeber](http://www.arbeitsagentur.de/migration-check-arbeitgeber)*

Mithilfe des Migration-Checks der Bundesagentur für Arbeit können Sie vorab prüfen, welche Voraussetzungen bei der Einstellung ausländischer Fachkräfte erfüllt sein müssen.

*[www.make-it-in-
germany.com](http://www.make-it-in-germany.com)*

Zusätzlich bietet das mehrsprachige Willkommensportal „Make it in Germany“ auch Unternehmen spezielle Informationen, z. B. die „5 Schritte zur internationalen Fachkraft“ und Best-Practice-Beispiele zur „Willkommenskultur in Unternehmen“.

www.zav.de

Bei der Suche nach ausländischen Fachkräften unterstützt Sie die Zentrale Auslands- und Fachvermittlung (ZAV) der Bundesagentur für Arbeit. Die ZAV arbeitet eng mit ausländischen Arbeitgeberverwaltungen zusammen und schreibt Stellen europaweit aus.

*www.arbeitsagentur.de
Suchbegriff: Internatio-
nale Stellenbörsen*

Darüber hinaus gibt es diverse internationale und landesspezifische Online-Jobportale, auf denen Sie Ihre Stellenanzeige veröffentlichen können.

Wie Sie vorgehen können

Drei Tipps, um von ausländischen Bewerbern besser wahrgenommen zu werden:

1. Veröffentlichen Sie die Stellenanzeigen in der Landessprache oder auf Englisch.
2. Übersetzen Sie die Berufsbezeichnung korrekt.
3. Geben Sie genau an, welche – ggfs. ins Deutsche übersetzte – Unterlagen und Zeugnisse Sie vom Bewerber erwarten, da Vorgaben für Bewerbungsunterlagen je nach Land variieren.

MITARBEITER GESUCHT!

Social Recruiting



44,9% der Stellensuchenden werden lieber von einem Unternehmen angesprochen, als dass sie sich selbst bewerben (Quelle: Bewerbungspraxis 2015)

Gehen Sie dorthin, wo potenzielle Mitarbeiter schon sind: **Soziale Netzwerke** haben sich z. B. in Form von Karrierenetzen als Instrumente der Personalbeschaffung etabliert. Fast jede (zukünftige) akademische Fachkraft hat heute ein Profil auf XING oder LinkedIn.

Dabei funktioniert die Personalbeschaffung über soziale Netzwerke nach dem Prinzip des „Active Sourcing“: Im Pool der Mitglieder recherchieren Sie proaktiv nach geeigneten Kandidaten. Dazu benötigen Sie lediglich ein eigenes Profil in einem Karrierenetzwerk. Die einfache Suche nach Stichworten, Jobtiteln, Branche und Einsatzort ist dann oft bereits mit einer kostenlosen Basismitgliedschaft möglich. Für die passenden Mitglieder erhalten Sie Einsicht in das Profil sowie die Möglichkeit, den passenden Kandidaten anzuschreiben.

Viele Online-Stellenbörsen bieten Bewerbern an, ihren Lebenslauf hochzuladen.

Sobald Sie einen möglichen Kandidaten ansprechen, sollten Sie sicherstellen, dass auch Ihr eigenes Profil gepflegt und auf dem aktuellen Stand ist, um auch bei den Bewerbern einen guten Eindruck zu hinterlassen.

Ähnlich wie Karrierenetze funktionieren auch **Lebenslaufdatenbanken**, wie z. B. die von Monster oder Absolventa: Nutzer hinterlegen ihre Lebensläufe, um von interessierten Arbeitgebern gefunden zu werden. Gegen eine Gebühr kann dann in der Datenbank nach geeigneten Kandidaten recherchiert werden. Teilweise lassen sich die Datenbanken auch vor Abschluss eines Abonnements testen. So können Sie prüfen, ob dieses Instrument für Ihre Personalbeschaffung überhaupt in Frage kommt.

HILFREICHE TIPPS FÜR BELIEBTE WEGE

Twitter und Facebook zählen dagegen schon zur „Meisterklasse“ des Social Recruitings. Das Twittern erfordert einen erheblichen Zeitbedarf und Facebook ist aufgrund der meist privaten Informationen eher nicht zur direkten Ansprache von Bewerbern geeignet. Allerdings können Facebook-Mitglieder Gruppen beitreten, in denen freie Stellen mehr oder weniger formal veröffentlicht werden. Haben Sie oder einer Ihrer Mitarbeiter ein eigenes Facebook-Profil, könnten auch Sie innerhalb dieser Gruppen Stellenausschreibungen veröffentlichen.

TIPP

- Passen Sie sich dem Tempo der sozialen Medien an. Pflegen Sie Ihre Seiten regelmäßig und antworten Sie schnell und informativ auf Bewerberanfragen.
- Testen Sie ggfs., ob sich Recruiting-Apps für Smartphones und Tablets für Ihre Suche eignen.

Behalten Sie neben den Online-Netzwerken auch die **persönlichen Netzwerke** von Ihnen sowie Ihren Mitarbeitern im Blick. Mitarbeiterempfehlungen sind nach wie vor eine kostengünstige und oft sehr erfolgreiche Alternative, um Fachpersonal kennenzulernen.

Auch auf XING können Mitglieder Gruppen beitreten. Suchen Sie in allen Gruppen nach Schlagworten wie „Jobs“ und „Berlin“, um passende Treffer zu erhalten.

MITARBEITER GESUCHT!

Potenzial von Initiativbewerbungen



Wenn Sie Bewerbungen erhalten, obwohl keine freie Stelle ausgeschrieben ist, kann sich bei einer entsprechenden Eignung des Bewerbers eine systematische Aufbewahrung lohnen.

Gute Initiativbewerbungen sind nämlich nicht zwangsläufig ungelegen, sondern bieten sogar Vorteile. Bewerber zeigen explizit Interesse an Ihrem Unternehmen und haben sich bereits mit Ihnen als möglichem Arbeitgeber auseinandergesetzt. Willigt der Bewerber einer Aufbewahrung seiner Unterlagen ein, sparen Sie überdies Zeit und Geld bei der Besetzung zukünftiger Stellen, da Sie im ersten Schritt auf Ihr **Initiativbewerbungsarchiv** zurückgreifen, bevor Sie die Stelle auf anderen Wegen ausschreiben.

Fragen Sie daher den Bewerber, ob Sie die Unterlagen **zum Zweck eines späteren Auswahlverfahrens** aufbewahren dürfen. Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Initiativbewerbungen jedoch nicht beliebig lang aufbewahrt werden. Stecken Sie deshalb einen bestimmten Zeithorizont ab, z. B. eine **Aufbewahrungsfrist** von einem Jahr. Eine schriftliche Einwilligung des Bewerbers per E-Mail genügt.

TIPP

- Ein Übersichtsblatt erleichtert den schnellen Zugriff für die Zukunft. Vermerken Sie sich darauf das Datum des Eingangs der Bewerbung und das Datum des Fristablaufs für die Aufbewahrung sowie bestimmte Schlagworte, wie die gewünschte Position oder den Studienabschluss des Bewerbers.
- Kommt eine Rekrutierung über Initiativbewerbungen für Sie generell in Frage, können Sie Bewerber auch über Ihre Firmenhomepage zur Übersendung einer Initiativbewerbung auffordern.

HILFREICHE TIPPS FÜR BELIEBTE WEGE

Hochschulteams der Bundesagentur für Arbeit



Als Mittler zwischen Hochschulausbildung und Arbeitswelt helfen Ihnen bei der Suche nach passenden akademischen Fachkräften auch die Hochschulteams der Bundesagentur für Arbeit weiter. Sie sind spezialisiert auf die Vermittlung von arbeitssuchenden oder arbeitslos gemeldeten Akademikern. Durch Informationsveranstaltungen haben sie enge Kontakte zu den Hochschulen und sind Teil vieler Netzwerke.

Über die Hochschulteams erhalten Sie auch Informationen über den akademischen Arbeitsmarkt, z. B. vor dem Hintergrund sich verändernder bzw. neuer Studienabschlüsse auch über Qualifikationsprofile von Absolventen.

Übersicht der Hochschulteams:
www.hochschulteam-berlin.de

TIPP

- Lassen Sie sich als Arbeitgeber beraten und Studenten/Absolventen vermitteln.
- In der Jobbörse der Arbeitsagentur können Sie die hinterlegten Bewerberdaten nach bestimmten Kriterien filtern und so selbst nach geeigneten Kandidaten suchen.

www.jobboerse.arbeitsagentur.de

MITARBEITER GESUCHT!

Präsenz auf Karriere- oder Jobmessen



Auf Karriere- oder Jobmessen kommen Sie mit einer großen Anzahl potenzieller Bewerber in Kontakt. Gleichzeitig haben Sie die Chance, Ihr Unternehmen vor einem großen Publikum zu präsentieren und sich in einer zwanglosen Atmosphäre auszutauschen.

*Eine Übersicht über Berliner Jobmessen bietet z. B. der Career Service der FU Berlin: www.fu-berlin.de
Suchbegriff: Jobmessen*

Die Möglichkeiten einer Messeteilnahme sind vielfältig, für KMU oft jedoch auch sehr kostspielig und zeitlich schwer zu koordinieren. Um mit Hilfe eines Messeauftritts erfolgreich Fachkräfte ansprechen zu können, sollten Sie sich über die verschiedenen Messeformate und deren Besucher genau informieren. Nur so stellen Sie sicher, dass Ihre Zielgruppe tatsächlich die Messe besucht.

- **Karrieremessen** richten sich an Studierende und Absolventen aller Hochschulen und haben oft einen Branchenfokus.
- **Hochschulinterne Jobmessen** werden regelmäßig von der Hochschule bzw. einzelner Fakultäten veranstaltet. Sie sind ggfs. günstiger und inhaltlich nach den Studienschwerpunkten der Hochschule ausgerichtet. Informationen erhalten Sie bei den entsprechenden Fakultäten der Hochschule oder über die Career Services.
- **Fachmessen** eignen sich nur bedingt zur Rekrutierung von Absolventen. Sie ermöglichen jedoch den Kontakt zu berufserfahrenen Akademikern.

HILFREICHE TIPPS FÜR BELIEBTE WEGE

Halten Sie den für einen Messeauftritt notwendigen zeitlichen und finanziellen Aufwand für angemessen und zielführend, lohnt sich die genaue Planung:

1. Heben Sie sich mit Ihrem Stand von der Konkurrenz ab, z. B. durch den gewählten Standort oder Ihre Standgestaltung.
2. Halten Sie Informationsmaterialien zu den Karrieremöglichkeiten in Ihrem Unternehmen bereit.
3. Planen Sie die Besetzung Ihres Messestandes z. B. so, dass nicht nur Personalverantwortliche Fragen zum Bewerbungsprozess beantworten, sondern auch Fachkräfte aus dem Arbeitsalltag berichten.
4. Vereinbaren Sie mit besonders geeigneten Kandidaten einen Folgetermin in Ihrem Unternehmen.

TIPP

- Bewerben Sie Ihren Messeauftritt auch auf Ihrer Firmenhomepage, damit an Ihrem Unternehmen interessierte Fachkräfte darauf aufmerksam gemacht werden.
- Sorgen Sie für eine zwanglose Atmosphäre, und richten Sie einen Rückzugsraum für ungestörte Gespräche ein.

MITARBEITER GESUCHT!



DIE NACHWUCHSKRAFT IM PRAXISTEST

Ganz praktisch: Die Nachwuchskraft im Praxistest

Die meisten Studierenden absolvieren während Ihrer Studienzeit ein Praktikum. Viele jobben nebenbei und wieder andere möchten ihre Abschlussarbeit möglichst praxisnah in einem Betrieb schreiben. Machen Sie sich das zu Nutze und lernen Sie potenzielle Nachwuchskräfte frühzeitig kennen!

Praktikum



In vielen Studienordnungen sind Praktika bereits fest vorgeschrieben. Darüber hinaus absolviert ein Großteil der Studierenden freiwillige Praktika, um erste Berufserfahrungen zu sammeln. Unternehmen bietet sich dadurch die Möglichkeit, zukünftige Fachkräfte intensiv kennenzulernen und deren Leistungspotenziale einzuschätzen.

Angebote für Praktikantenplätze können insbesondere über die hochschuleigenen Online-Praktikumsbörsen und Aushänge der Hochschulen veröffentlicht werden. Detaillierte Informationen erhalten Sie direkt von den Career Services der Berliner Hochschulen. Außerdem können Sie als Ausbildungsbetrieb Ihre Praktikumsangebote auch in der IHK-Lehrstellenbörse kostenlos einstellen oder auf Online-Jobbörsen publizieren.

Damit das Praktikum für Ihr Unternehmen, aber auch für den Praktikanten zum Erfolg wird, sollten Sie es gut vorbereiten:

1. Definieren Sie im Vorfeld ein **Anforderungsprofil** mit Fachgebiet, Semesterzahl, Bachelor- oder Masterstudium sowie besonderen Kenntnissen, die der Praktikant bereits mitbringen soll.
2. Machen Sie sich Gedanken zur **Dauer** des Praktikums. Bei Pflichtpraktika gibt die Studienordnung den Zeitraum vor. Freiwillige Praktika sind in der Regel zeitlich flexibler. Meistens beträgt der Praktikumszeitraum zwischen drei und sechs Monaten.
3. Ob ein Praktikum den Regelungen zum **Mindestlohn** unterliegt, hängt von der Art des Praktikums ab. Dennoch sollten Sie in jedem Fall eine angemessene Aufwandsentschädigung in Erwägung ziehen.

Ausführliche Informationen gibt die IHK Broschüre „Praktika in Unternehmen“:
www.ihk-berlin.de/praktika-in-unternehmen

Übersicht zu Jobbörsen der Career Services:
www.ihk-berlin.de/career-services

IHK-Lehrstellenbörse:
www.ihk-lehrstellenboerse.de

Organisationscheckliste für Praktika
www.ihk-berlin.de/checkliste-praktikum

IHK-Merkblatt zum Mindestlohn
www.ihk-berlin.de/mindestlohn

MITARBEITER GESUCHT!

Nutzen Sie die Praktikumszeit, und machen Sie einen möglichst guten Eindruck als Arbeitgeber!

Checkliste: Praktikum organisieren

- Bieten Sie interessante und abwechslungsreiche Aufgaben an, die sowohl allein als auch im Team bewältigt werden.
- Schaffen Sie einen wertschätzenden Umgang.
- Gewährleisten Sie eine angemessene Betreuung.
- Unterstützen Sie die Integration ins Team, führen Sie regelmäßig Feedbackgespräche durch, und ermöglichen Sie betriebspezifische Weiterbildungsmöglichkeiten.
- Stellen Sie Karrierechancen und -perspektiven im Unternehmen dar, und halten Sie auch nach Beendigung des Praktikums Kontakt zum Studierenden.

TIPP

- Eine gute Organisation lohnt sich. Wenn Praktikanten von den guten Erfahrungen in Ihrem Haus berichten, wecken Sie vielleicht auch Interesse bei deren Kommilitonen.
- Beachten Sie bei Ihrer Ausschreibung die Vorlesungszeiten. Je nach Hochschule können die Semester- und vorlesungsfreien Zeiten voneinander abweichen.

DIE NACHWUCHSKRAFT IM PRAXISTEST

Werkstudententätigkeit



Die Beschäftigung von Werkstudenten ist eine weitere Möglichkeit, potenzielle Nachwuchskräfte intensiv kennenzulernen. Sie basiert auf dem sogenannten „Werkstudentenprivileg“. Im Gegensatz zu einem Praktikum arbeiten Werkstudenten in einem regulären Arbeitsverhältnis, mit dem sie sich zu ihrem Lebensunterhalt etwas hinzuverdienen und Praxiserfahrungen sammeln. Wichtig ist, dass das Studium bei dieser Tätigkeit Vorrang haben muss.

Für eine Werkstudententätigkeit muss kein konkreter Bezug zu den Inhalten des Studiums bestehen. Dennoch profitieren beide Seiten, wenn der Werkstudent Erkenntnisse aus seinem Studium im Betrieb einbringen und erste praktische Erfahrungen entsprechend seiner Fachgebiete und Interessen erwerben kann. Häufig entstehen daraus auch Projekte oder Themen für Abschlussarbeiten. Außerdem besteht ein Werkstudentenverhältnis oft über mehrere Monate oder Jahre hinweg, woraus sich die Möglichkeit ergibt, künftige Fachkräfte früh ans Unternehmen zu binden.

Die drei Voraussetzungen für eine Werkstudententätigkeit sind:

1. Immatrikulation an einer Hochschule

Als Arbeitgeber sollten Sie die aktuelle Immatrikulationsbescheinigung einfordern und aufbewahren.

2. Einhalten der 20-Stunden-Grenze während der Vorlesungszeit

Die wöchentliche Arbeitszeit ist auf maximal 20 Stunden beschränkt.

3. Einhalten der 26-Wochen-Grenze in der vorlesungsfreien Zeit

Eine Überschreitung der 20-Stunden-Grenze gilt maximal für 26 Wochen im Laufe des Beschäftigungsjahres.

Weder Arbeitgeber noch Arbeitnehmer zahlen unter diesen Bedingungen Beiträge zur Kranken-, Pflege- und Arbeitslosenversicherung.

Informationen zur Sozialversicherungspflicht: www.studentenwerke.de/de/werkstudenten-privileg

IHK-Merkblätter zu besonderen Formen des Arbeitsverhältnisses: www.ihk-berlin.de/besondere-arbeitsverhaeltnisse

MITARBEITER GESUCHT!

TIPP

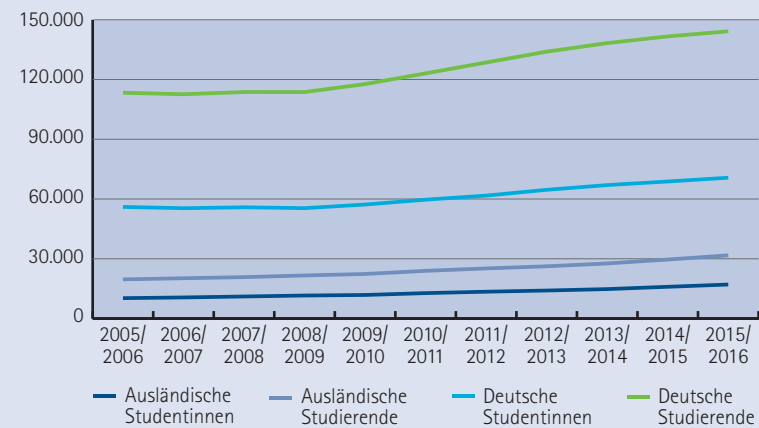
- Werkstudenten können auf vielfältige Weise im Unternehmen unterstützen: durch die Mitarbeit an Projekten, bei Routinearbeiten oder auch durch die Verantwortung eines eigenen Arbeitsbereichs.
- Ein Werkstudent ist Unterstützung und Aussicht auf Nachwuchskraft zugleich. Legen Sie deshalb einen Ansprechpartner für den Werkstudenten fest, und gewährleisten Sie eine gute Einarbeitung.
- Für die Ausschreibung Ihrer Anzeige eignen sich dieselben Wege wie für die Suche nach Praktikanten (Seite 25).

EXKURS

Exkurs: Internationale Studierende

Die Zahl der ausländischen Studierenden in Berlin ist in den vergangenen zehn Jahren kontinuierlich gestiegen. Im Wintersemester 2015/2016 kam etwa jeder sechste Berliner Studierende aus dem Ausland. Berlin ist dabei nicht nur eine beliebte Destination für Auslandssemester. Junge Menschen ziehen auch nach Berlin, um ihr gesamtes Bachelor- oder Masterstudium in der Hauptstadt zu absolvieren.

Deutsche und ausländische Studierende in Berlin in den vergangenen zehn Wintersemestern



Ist die Unternehmenssprache Deutsch und Englisch, dann Stellen auch auf Englisch ausschreiben

Quelle: Statistischer Bericht, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Juni 2015, Mai 2016 (eigene Berechnung)

Bei Praktikanten oder Werkstudenten aus dem Ausland ist im Vorfeld zu unterscheiden, ob es sich um Studierende aus dem Europäischen Wirtschaftsraum oder um drittstaatenangehörige Ausländer handelt. Studierende aus dem Europäischen Wirtschaftsraum haben freien Zugang zum Arbeitsmarkt. Sie fallen unter die gleichen Beschäftigungsbedingungen wie deutsche Studierende. Bei Studierenden aus Drittstaaten muss dagegen eine Erlaubnis der Agentur für Arbeit und der Ausländerbehörde eingeholt werden, wenn das Beschäftigungsverhältnis 120 volle bzw. 240 halbe Tage im Jahr überschreitet.

Tipps zur Kontaktaufnahme

Die International Offices und Career Services der Hochschulen beraten und informieren die in Berlin lebenden ausländischen Studierenden. Internationale Studierendenorganisationen wie z. B. AIESEC widmen sich der Vermittlung internationaler Studierenden in Praktika und halten dadurch Kontakt zu einer Vielzahl an Austauschstudierenden.

*Ausführliche Informationen zu den rechtlichen Rahmenbedingungen: www.kofa.de
Suchbegriff: Internationale Studierende*

Suchen Sie auf der Startseite der Hochschulen nach „International Office“ oder „Akademisches Auslandsamt“, um Ansprechpartner zu finden.

MITARBEITER GESUCHT!

Vergabe von Abschlussarbeiten



Bachelor- und Masterarbeiten sind für Studierende der letzte große Baustein vor Beendigung ihres Studiums. Unternehmen können sich diese Pflicht zu Nutze machen und vom studentischen Input profitieren. Vielleicht haben Sie momentan ein Thema oder Projekt in Ihrem Unternehmen, für das Impulse aus der Wissenschaft und der Blick von außen wertvoll sind? Durch die Betreuung einer Abschlussarbeit erhalten Sie hilfreiche Ideen und Lösungsansätze für unternehmensrelevante Problematiken. Darüber hinaus bietet sich für den Absolventen die Chance, direkt bei Ihnen in den Beruf einzusteigen.

Im Gegenzug ist zu gewährleisten, dass der Studierende regelmäßig und umfangreich beim Schreiben seiner Arbeit betreut und unterstützt wird. Eine Vergütung ist nicht unbedingt zu leisten, wenn der Studierende lediglich die Infrastruktur und/oder das Wissen des Unternehmens nutzt und nicht darüber hinaus in Ihrem Unternehmen tätig ist. Die Dauer der Betreuung beträgt in der Regel zwischen drei und sechs Monaten, je nachdem um welche Art von Abschluss es sich handelt.

Verzeichnis sämtlicher Hochschulen in Deutschland:
www.hochschulkompass.de

Um die Ausschreibung einer Abschlussarbeit gut vorzubereiten, sollten Sie sich an den Forschungsgebieten der einzelnen Hochschulen orientieren. Erste Ansprechpartner sind meist die Lehrstuhlinhaber. Als Unternehmer können Sie auch die Funktion des Zweitgutachters der Abschlussarbeit übernehmen.

Checkliste: Abschlussarbeit betreuen

- Welche Voraussetzungen müssen Sie als Betreuer bzw. ggfs. als Zweitgutachter erfüllen?
- Kann der Studierende das Thema mit einer Arbeitstätigkeit in Ihrem Unternehmen verknüpfen?
- Wie wird das Thema der Arbeit festgelegt?
- Wie erfolgt die Abstimmung mit dem Gutachter der Hochschule?

Career Services und Praktikantenbörsen der Berliner Hochschulen:
www.ihk-berlin.de/career-services

DIE NACHWUCHSKRAFT IM PRAXISTEST

Die Ausschreibung eines Themas können Sie z. B. in der Stellenbörse der jeweiligen Hochschule oder über die Kooperationsplattform marktreif.berlin veröffentlichen.

Kooperationsplattform marktreif:
www.marktreif.berlin

TIPP

- Fachhochschulen kooperieren aufgrund ihrer praxisnahen Ausrichtung oft stärker mit Unternehmen als Universitäten. Wägen Sie deshalb ab, welche Hochschule zu Ihren Themen, Projekten und Zielen am besten passt.
- Zwischen der Anmeldung des Themas, der Ausschreibung und dem Bearbeitungsbeginn liegen oft mehrere Monate. Planen Sie deshalb einen zeitlichen Vorlauf ein.
- Häufig vergeben die Fachbereiche der Hochschulen eigene Themen. Für Unternehmen kann das eine erste Orientierung sein, aber auch die Chance, auf innovative Themen und Projekte für das Unternehmen zu stoßen.

ONLINE SCHNELL DIE RICHTIGEN KOOPERATIONSPARTNER FINDEN

marktreif.berlin
WIRTSCHAFT TRIFFT WISSENSCHAFT
www.marktreif.berlin

kooperieren
finden
suchen

IHK Berlin
Handwerkskammer Berlin
Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie

MITARBEITER GESUCHT!

Trainee-Programme



46% der Hochschulabsolventen wünschen sich ein Trainee-Programm für ihren Berufsstart.
(Quelle: Kienbaum Absolventenstudie 2014/2015)

Traineeships sind speziell für Berufseinsteiger konzipierte Programme, die das Ziel haben, Absolventen zu einer vielseitig einsetzbaren Fachkraft auszubilden. Für die Dauer von meist 12 bis 24 Monaten übernimmt der Trainee im Unternehmen verantwortungsvolle Tätigkeiten und durchläuft je nach Ausgestaltung und Schwerpunkt des Trainee-Programms die verschiedenen Abteilungen. Auf diese Weise wird das abteilungsübergreifende Denken und Handeln gefördert, das dem Unternehmen bei einer Weiterbeschäftigung des Trainees nach Ablauf des Programms positive Impulse geben soll.

Die Vergütung eines Trainees liegt oft unter der eines Direkteinstiegs. Kompensiert wird diese Differenz teilweise durch Qualifizierungsmaßnahmen, die dem Trainee während des Programms angeboten werden können.

Nach dem Ablauf des Programms entwickelt sich im Idealfall ein langfristiges Arbeitsverhältnis. Der Vorteil einer Anschlussbeschäftigung liegt u. a. in einer verkürzten Einarbeitungszeit des neuen Mitarbeiters, da Aufgaben, Prozesse und Kollegen bereits bekannt sind.

Für Trainee-Programme gibt es keine verbindlichen Standards, die Ausgestaltung des Programms erfolgt individuell. Allerdings weist eine Vielzahl der Trainee-Programme die folgenden Merkmale auf:

Checkliste: Trainee-Programm gestalten

- Dauer zwischen 12 und 24 Monaten
- Intensives Kennenlernen mehrerer relevanter Unternehmensbereiche bzw. -standorte
- Teilnahme an Weiterbildungen
- Angemessenes Gehalt und Karriereperspektiven

TIPP

Im Gegensatz zu Trainee-Programmen von Großunternehmen lernen Absolventen in KMU tatsächlich das gesamte Unternehmen kennen. Punkten Sie durch die Vorteile als KMU.

DIE NACHWUCHSKRAFT IM PRAXISTEST

Duales Studium

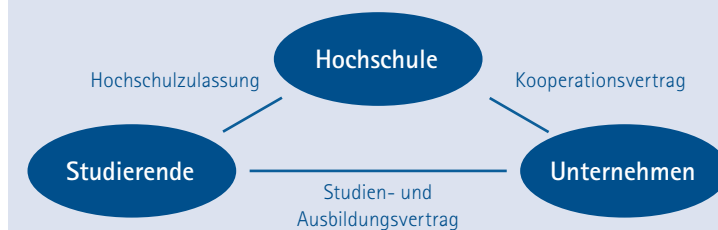


Beim dualen Studium wird die theoretische Ausbildung an der Hochschule eng mit praktischen Ausbildungsphasen in einem Unternehmen verzahnt. Abiturienten entwickeln sich auf diese Weise zu Akademikern mit Praxiserfahrung.

Die Theorie- und Praxisphasen des Studiums sind in der Regel in mehrwöchige Blöcke geteilt und wechseln sich im Rahmen der Gesamtdauer des Studiums regelmäßig ab. Als Unternehmen sind Sie für die Gestaltung der Praxisphasen verantwortlich, in denen der Studierende in Ihrem Unternehmen tätig ist. Voraussetzung ist daher, dass Ihr Unternehmen die berufspraktische Ausbildung laut Studienordnung realisieren kann. Zu diesem Zweck wird ein Kooperationsvertrag mit der Hochschule geschlossen.

Welche Partner sind beteiligt?

Am Beispiel eines praxisintegrierenden dualen Studiengangs



Grundsätzlich gibt es zwei Varianten: das praxisintegrierende und das ausbildungsintegrierende duale Studium. Beim **praxisintegrierenden dualen Studium** schließen Unternehmen und Studierende für die Zeit des Studiums - in der Regel für drei Jahre - einen Arbeitsvertrag, an den auch eine Vergütung geknüpft ist. Dieser Vertrag ist für die Studierenden gleichzeitig Voraussetzung für die Aufnahme des Studiums an der Hochschule.

Überblick zum Dualen Studium mit Datenbank:
www.bibb.de/ausbildungplus

Aktuell ist die HWR größte Anbieterin für praxisintegrierende duale Studiengänge in Wirtschaft und Technik in Berlin:
www.hwr-berlin.de/fachbereich-duales-studium

MITARBEITER GESUCHT!

Beim **ausbildungsintegrierenden dualen Studium** wird das Studium mit einem anerkannten Ausbildungsberuf kombiniert. Mit Beendigung des Studiums haben die Absolventen neben einem Hochschulabschluss zusätzlich einen Abschluss in einem Ausbildungsberuf erworben.

Wenn Ihr Unternehmen Interesse hat, Nachwuchskräfte durch ein duales Studium auszubilden, empfiehlt es sich, den Kontakt mit der entsprechenden Hochschule aufzunehmen, um die Rahmenbedingungen für eine Teilnahme zu klären.

TIPP

- Überlegen Sie, ob Sie den organisatorischen Aufwand und die vorgesehene Betreuung zeitlich bewältigen können.
- Informieren Sie sich über die Anforderungen der Hochschule hinsichtlich der Ausgestaltung der Praxisphasen.
- Erfragen Sie die für den jeweiligen Studiengang übliche Ausbildungsvergütung, die während der Theorie- und Praxisphasen zu zahlen ist.
- Neben den Berliner Hochschulen gibt es in anderen Bundesländern auch Berufsakademien und duale Hochschulen mit weiteren Studienrichtungen, an denen Ihre Studierenden die Theoriephasen absolvieren können.

EXKURS

Von der Berliner Wirtschaft gefördert: Duales Studium – doppelt gut den Wechsel gestalten

Das Projekt „Duales Studium – doppelt gut den Wechsel gestalten“ der Beuth Hochschule etabliert ausbildungsintegrierende MINT-Studiengänge für KMU und führt sie in Kooperation mit dem Oberstufenzentrum Technische Informatik, Industrieelektronik, Energiemanagement (TIEM) durch. Zulassungsvoraussetzung ist die Allgemeine Hochschulreife oder Fachhochschulreife und ein Ausbildungsvertrag mit einem Unternehmen. Innerhalb von vier Jahren erwerben die Studierenden sowohl den Berufsabschluss „Elektroniker für Betriebstechnik (IHK)“ als auch den Hochschulabschluss „Bachelor of Engineering/Elektrotechnik“. Vorlesungsfreie Zeiten werden zu Praxisphasen im Unternehmen genutzt.

Dualer Studiengang der
Beuth Hochschule:
www.beuth-hochschule.de/mint-verbund



Für Unternehmen ergibt sich mit dem Studiengang die Möglichkeit, zukünftige Fachkräfte zielgerichtet und praxisbezogen auszubilden. Auch für Quereinsteiger ist der Studiengang geeignet. Die Ausweitung des Modells auf weitere Ausbildungs- und Studiengänge ist geplant.



MITARBEITER GESUCHT!



KONTAKTE ZUR HOCHSCHULE

Ganz nah dran: Kontakte zur Hochschule

An Hochschulen finden Sie schon heute Ihre Nachwuchskräfte von morgen. Seien Sie deshalb auch in den Hochschulen präsent, um Ihr Unternehmen bei den Studierenden bekannt zu machen und gleichzeitig langfristige Kontakte aufzubauen.

Persönlicher Kontakt zu Career Services und Professoren



Sofern Sie bisher noch nicht den Kontakt zu einer Hochschule gesucht haben, empfiehlt sich ein **Überblick über die Berliner Hochschullandschaft**. Die Studiengänge und Forschungsaktivitäten verraten meistens schon, ob die Hochschule zu Ihrem Personalbedarf passt. Überprüfen Sie auch, ob sich eher eine Zusammenarbeit mit einer (eher forschungsorientierten) Universität oder mit einer (eher anwendungsorientierten) Fachhochschule anbietet. Hilfreich zur Orientierung in der Berliner Hochschullandschaft ist der **Hochschulkompass**.

Zur ersten Kontaktaufnahme auf dem Campus sind die **Career Services** geeignet. Als hochschuleigene Einrichtungen unterstützen sie die Studierenden beim Übergang vom Studium in den Beruf und haben dadurch eine Art Vermittlungsfunktion zwischen Unternehmen und Hochschule inne. Das Angebot der Career Services für Unternehmen umfasst je nach Hochschule u. a.

- Kontaktvermittlung zu Ansprechpartnern der Fakultäten
- Informationen zu Studiengängen
- Durchführung von Workshops und Veranstaltungen für Studierende, insbesondere zum Berufseinstieg und zur Praxisorientierung
- Projekte mit Unternehmen
- Veröffentlichung von Stellenangeboten (z. T. kostenfrei)
- Partnerschaften
- Werben auf dem Campus

Verzeichnis sämtlicher Hochschulen in Deutschland:
www.hochschulkompass.de

Kontaktdaten der Career Services:
www.ihk-berlin.de/career-services
www.career-services-bb.de

Gutes Beispiel: Career Week an der HWR Berlin
www.hwr-berlin.de/service/career-service/unternehmenskontakte-alumni

MITARBEITER GESUCHT!

www.udk-berlin.de

Suchwort: Career & Transfer Service Center

Oft lohnt sich auch ein (fachlicher) Blickwechsel: Beispielsweise bieten die vier künstlerischen Hochschulen Berlins mit ihrem gemeinsamen Career & Transfer Service Center an der Universität der Künste Berlin den Unternehmen eine zentrale Anlaufstelle, die Künstler und Kreative suchen, aber auch von den speziellen Kompetenzen von Querdenkern und Seiteneinsteigern profitieren wollen.

Bringen Sie bereits ein konkretes Interesse an Absolventen einer bestimmten Fachrichtung mit, können Sie auch den **Kontakt zu Professoren der Fachbereiche** direkt aufnehmen. Idealerweise haben Sie auf der Website der Hochschule einen Lehrstuhl ausfindig gemacht, der speziell zu den Themenschwerpunkten Ihres Unternehmens passt. Unternehmen, die regelmäßigen Kontakt zu Professoren oder wissenschaftlichen Mitarbeitern halten, sind fachlich auf dem aktuellen Stand und bauen sich so mit der Zeit ein Netzwerk zu potenziellen Nachwuchskräften auf.

Über die Lehrstühle können Sie z. B. auf die folgenden Angebote zurückgreifen:

- Veröffentlichung von Stellenanzeigen auf dem Schwarzen Brett oder über eine Mailingliste des Studiengangs
- Empfehlungen für besonders geeignete Studierende für Fachthemen und Projekte

TIPP

- Erkundigen Sie sich bei den Career Services und Lehrstühlen nach aktuellen, konkreten Angeboten oder machen Sie selbst Vorschläge für eine Kooperation.
- Zeigen Sie bei Ihrer Kontaktaufnahme auch auf, was Ihr Unternehmen im Gegenzug für Studierende bietet (Praktika, Exkursionen, o.ä.)
- Hochschulkontakte aus Ihrer Studienzeit sowie der Zugang zu Alumninetzwerken erleichtern oft die Kontaktabahnung. Beziehen Sie auch die Kontakte Ihrer Mitarbeiter mit ein.
- Bauen Sie über Praktika und Abschlussarbeiten ein Netzwerk in die Hochschule hinein auf.

KONTAKTE ZUR HOCHSCHULE

Angebote von studentischen Hochschulgruppen

Immer direkt am Puls der Studierenden sind studentische Hochschulgruppen. Einige dieser Gruppen setzen sich für den Berufseinstieg ihrer Kommilitonen ein und veranstalten z. B. Bewerbertrainings oder Fachmessen. In der Berliner Hochschullandschaft hat sich auf diesem Weg bereits eine Vielzahl an Studierendeninitiativen entwickelt.

Einige Beispiele:

AIIESEC	Organisation und Vermittlung von Praktika für ausländische Studierende aus den Bereichen Management, IT und Soziales, zusätzliche Serviceleistungen (Arbeits-erlaubnis, Visum und Wohnungssuche für den Praktikanten)	www.aiesec.de
bonding	Organisation regelmäßiger Karriereveranstaltungen (größter Anbieter von Firmenkontaktmessen, branchenspezifische Job-Speed-Datings, etc.)	www.bonding.de/berlin
IAESTE	Praktikanten-Austauschorganisation für ausländische Studierende der Natur- und Ingenieurwissenschaften, Land- und Forstwirtschaft	www.iaesteberlin.de

MITARBEITER GESUCHT!

Exkursionen in Ihr Unternehmen



Gutes Beispiel:
Career Day-Exkursions-
reihe des Career Centers
an der HU Berlin
www.hu-berlin.de
Suchbegriff: Career Day

Career Services, Lehrstühle und studentische Hochschulgruppen veranstalten regelmäßig Exkursionen zu Berliner Unternehmen. In der Rolle als Gastgeber haben KMU die Möglichkeit, ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen, über Praktikums- und Einstiegsmöglichkeiten zu informieren sowie mit potenziellen Nachwuchskräften direkt Kontakte zu knüpfen. Umgekehrt haben die Studierenden die Möglichkeit, sich potenzielle Arbeits- bzw. Praktikumsgeber einmal von „innen“ anzusehen und persönliche Eindrücke zu sammeln.

Für die teilnehmenden Unternehmen sind Exkursionen wenig zeitintensiv und somit ohne viel Aufwand gut in den Unternehmensalltag integrierbar.

TIPP

- Kombinieren Sie den Besuch in Ihrem Unternehmen mit einer Fallstudie zu einer aktuellen unternehmerischen Fragestellung oder mit der Vorstellung eines konkreten Projektes. Die Studierenden können sich die Tätigkeiten in Ihrem Unternehmen dann besser vorstellen und tragen Lösungsimpulse bei.
- Ermuntern Sie Ihre Mitarbeiter während des Besuchs, auf die Gäste zuzugehen und den persönlichen Austausch zu suchen.

KONTAKTE ZUR HOCHSCHULE

Lehrveranstaltungen und Gastvorträge



Praxisnahe Hochschulen suchen vermehrt **Lehrbeauftragte** aus der Wirtschaft. Mit der Übernahme eines Lehrauftrags, verpflichten Sie sich in der Regel vertraglich dazu, ein Semester lang eine wöchentlich stattfindende Vorlesung zu einem bestimmten Thema zu übernehmen.

Falls Ihnen der zeitliche und organisatorische Aufwand für eine regelmäßige Lehrveranstaltung zu hoch erscheint, Sie jedoch trotzdem ein Interesse an einer Dozententätigkeit haben, sind **einmalige Gastvorträge** zu einem (unternehmens-)spezifischen Thema eine weitere Möglichkeit, Ihr Praxiswissen in die Hochschule einzubringen.

Eine dritte Option für Ihren Auftritt im Hörsaal stellen die **Veranstaltungen der Career Services** dar. Jedes Semester werden Vorträge und Workshops zu Themen rund um den Berufseinstieg organisiert, bei denen auch der Input von KMU gefragt ist.

Gutes Beispiel:
PREPARE-Projekte der
TU Berlin www.career.tu-berlin.de/prepare

Mit Ihrer Präsenz in Vorlesungen und Vorträgen heben Sie Ihr Unternehmen aus der Masse der unbekannteren KMU hervor. Darüber hinaus erhalten Sie bereits erste Eindrücke von den Studierenden, z. B. anhand der Diskussionsbeiträge. Auch im Anschluss an eine Veranstaltung ergeben sich oft Möglichkeiten, mit den Teilnehmenden ins Gespräch zu kommen. Nehmen Sie sich deshalb auch nach Ende der Veranstaltung ausreichend Zeit für die Rückfragen von den Studierenden.

TIPP

- Verbinden Sie das Thema Ihres Vortrages mit Ihrem Unternehmen und heben Sie ggfs. Alleinstellungsmerkmale, Best Practices oder spezielle Projekte hervor.
- Einmalige Gastvorträge eignen sich besonders für eine Diskussion zu einem (unternehmens-)spezifischen Thema.

MITARBEITER GESUCHT!

Projektarbeiten und Kooperationen mit Hochschulen

Falls Ihr Unternehmen wissenschaftliche Unterstützung für Forschung und Entwicklung benötigt, können Ihnen u. a. Hochschulen bei der Durchführung behilflich sein. Von der Vergabe eines Forschungs- oder Entwicklungsauftrags profitiert Ihr Unternehmen in der Regel aber nicht nur fachlich, darüber hinaus können Sie während eines Projekts immer auch potenzielle Nachwuchskräfte kennenlernen.

Online-Plattform
www.marktreif.berlin

Die Plattform „**marktreif.berlin – Wirtschaft trifft Wissenschaft**“ ist eine konkrete Möglichkeit, online Kooperationspartner in der Berliner Hochschul- und Wissenschaftslandschaft zu finden. Mit Schlüsselwörtern können Sie gezielt suchen, aber auch selbst einen Kooperationswunsch eingeben und gefunden werden oder durch eine intuitive Suche in den Innovationsfeldern Partner finden, an die Sie bisher noch nicht gedacht haben. Auch die Netzwerk-Workshops „marktreif.berlin@ ...“ bieten Ihnen – meist themenspezifisch – persönliche Kontakte in die Hochschulen hinein.

Einen niedrighschwelligsten Einstieg in die Projektarbeit mit Hochschulen leisten auch studentische Unternehmensberatungen. Als Unternehmen richten Sie sich mit einer konkreten Problemstellung bzw. einem Projektauftrag an die studentischen Unternehmensberater. In der Regel wird dann nach individuellen Vorgesprächen ein Team aus Studierenden zusammengestellt, das Ihnen Lösungsvorschläge erarbeitet und präsentiert. Während die Studierenden in konkreten unternehmerischen Problemstellungen Praxiserfahrung sammeln, profitieren Sie von wertvollen Lösungsimpulsen engagierter Studierender zu vergleichsweise geringen Kosten.

KONTAKTE ZUR HOCHSCHULE

Mentoringprogramme



Die persönlichste Form einer Präsenz auf dem Campus ist das Mentoring. Als Mentor begleiten Sie einen Studierenden, den so genannten Mentee, der meist schon in einem höheren Semester studiert.

Durch die Übernahme eines Mentorings erklären Sie sich dazu bereit, Ihrem Mentee in regelmäßigen Abständen in Fragen zur Studiums-, Berufs- und Lebensplanung mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Von dieser meist zeitintensiven Beziehung profitiert jedoch auch der Mentor, da er einen Einblick in die Karriereplanung des Studierenden erhält und bestenfalls durch den Austausch zu Fachthemen Impulse für seine eigene Geschäftstätigkeit erhält.

In der Regel erfolgt das Matching zwischen Ihnen als Unternehmer und dem Studierenden auf Grundlage einer Auswertung von Profildbögen, die beide Seiten im Rahmen der Interessenbekundung ausfüllen. Mit der Auswertung der Profildbögen wird sichergestellt, dass Ihr Mentee auch einen Bezug zu den Tätigkeitsfeldern Ihres Unternehmens aufweist und Studium sowie Interessen zu Ihnen passen.

Eine Anmeldung ist bei vielen Programmen ganzjährig möglich. Oft werden Alumni der jeweiligen Hochschule als Mentoren bevorzugt. Informieren Sie sich deshalb bei der gewünschten Hochschule nach den Teilnahmemodalitäten.

Gutes Beispiel:
Externes Mentoring der
TU Berlin
www.career.tu-berlin.de/mentoring

TIPP

- Seien Sie sich bewusst, warum Sie an einem solchen Prozess teilnehmen, denn es ist eine verantwortungsvolle Position. Motivieren Sie den Mentee bei seiner fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung.
- Gute kommunikative Fähigkeiten, Geduld, Kreativität und Humor sind nützliche Eigenschaften für einen Mentor.

MITARBEITER GESUCHT!

Engagement als Stipendiengeber



Informationen zum
Deutschlandstipendium:
[www.ihk-berlin.de/
deutschlandstipendium](http://www.ihk-berlin.de/deutschlandstipendium)

Mit einem Stipendium unterstützen Sie den akademischen Nachwuchs für einen begrenzten Zeitraum finanziell. Das **Deutschlandstipendium** ist insbesondere für KMU eine niedrighschwellige Möglichkeit, sich als Stipendiengeber zu engagieren. Besonders leistungsstarke Studierende werden für mindestens ein Jahr mit einer monatlichen, einkommensunabhängigen Fördersumme von 300 Euro unterstützt. Die Förderung wird dabei jeweils zur Hälfte vom Bund und vom Förderer übernommen. Für Sie als Stipendiengeber fallen somit jährlich 1.800 Euro für die Förderung eines talentierten Studierenden an.

Übersicht: Ansprech-
partner der Berliner
Hochschulen für das
Deutschlandstipendium:
[www.ihk-berlin.de/
ansprechpartner-
deutschlandstipendium](http://www.ihk-berlin.de/ansprechpartner-deutschlandstipendium)

Die Auswahl und Verteilung der Stipendien erfolgt nach Prüfung der Bewerbungen der Studierenden durch die Hochschulen. Teilweise wird den Stipendiengebern auch ein Mitspracherecht bzw. die Beschränkung ihrer Förderung auf einen bestimmten Fachbereich zugesprochen. Viele Hochschulen ermöglichen darüber hinaus eine Patenschaft zwischen Förderer und Stipendiat, damit die Beteiligten sich kennenlernen können und durch eine Art Mentoring weitere persönliche Unterstützung entstehen kann.

Sofern Sie Interesse an einer Förderung haben, können Sie sich an die jeweiligen Ansprechpartner der Hochschulen wenden.

Stipendienlotse des
BMBF:
www.stipendienlotse.de

Neben dem Deutschlandstipendium gibt es weitere Möglichkeiten, sich als Stipendiengeber oder Stifter zu engagieren. Einen Überblick und Antworten auf häufige Fragen gibt der **Stipendienlotse** des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.

KONTAKTE ZUR HOCHSCHULE

Von der Berliner Wirtschaft gefördert: MINT-Verbund

Der Berliner MINT-Verbund hat sich zum Ziel gesetzt, engagierte Studierende aus den MINT-Fächern in Kontakt mit der Berliner Wirtschaft zu bringen. Im Rahmen der IHK-Bildungsprojekte finanziert die Berliner Wirtschaft insgesamt 180 zusätzliche Deutschlandstipendien.



Dem Berliner Mittelstand wird dadurch die Chance gegeben, sich ohne einen eigenen finanziellen Einsatz als Stipendiengeber zu engagieren. Der Kontakt zwischen den Stipendiaten und den kleinen und mittleren Unternehmen wird durch ein Patenprogramm und Netzwerkveranstaltungen realisiert.

MINT-Verbund:

- HU Berlin
- TU Berlin
- FU Berlin
- HTW Berlin
- HWR Berlin
- Beuth Hochschule

Koordination über die
Beuth Hochschule:
[www.beuth-hochschule.
de/mint-verbund](http://www.beuth-hochschule.de/mint-verbund)

TIPP

- Ihre(n) Stipendiaten können Sie neben dem offiziellen Rahmenprogramm auch zu sich ins Unternehmen einladen oder Praktika anbieten.
- Als Stipendiengeber stärken Sie Ihr Arbeitgeberimage.
- Die Vergabe von Stipendien ist eine Win-Win-Situation, da Stipendiaten frischen Wind und neue Ideen ins Unternehmen bringen.



Gefunden: Wertvolle Mitarbeiter

Wie Sie Fachkräfte in Ihrem Unternehmen halten

Ist es Ihnen gelungen, geeignete Mitarbeiter einzustellen, gilt es nun, die neuen Talente langfristig im Unternehmen zu halten. Gute Voraussetzungen dafür können Sie schaffen, indem Sie die Bindung zwischen Mitarbeiter und Unternehmen vorantreiben. Zufriedene und motivierte Mitarbeiter bleiben nicht nur ihrem Arbeitgeber treu, sie steigern auch die Arbeitsleistung des Unternehmens und wirken positiv auf die Attraktivität des Arbeitgebers.

Um neue Mitarbeiter langfristig an Ihr Unternehmen zu binden, ist es deshalb wichtig, deren Wünsche und Bedürfnisse zu kennen und möglichst darauf einzugehen. Erkundigen Sie sich nach dem konkreten Entwicklungsbedarf, und zeigen Sie mögliche Qualifizierungswege auf.

Die folgende Checkliste führt Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung auf, die Ihnen als Anregung dienen sollen. Für Sie gilt nun, die richtigen Ansatzpunkte zu finden, die realisierbar sind und zu Ihrem Unternehmen passen.

MITARBEITER GESUCHT!

Checkliste: Mitarbeiter ans Unternehmen binden

Allgemein
■ Willkommenskultur für neue Mitarbeiter
■ Gut ausgestattete Arbeitsumgebung (Büromaterialien, Arbeitskleidung, Informationsmittel, etc.)
■ Angebot von Zusatzleistungen (Cafeteria, Jobticket, Sabbatical, Prämienzahlungen, etc.)
Führung
■ Regelmäßige Mitarbeitergespräche mit der Option, gegenseitig Feedback zu geben
■ Anerkennung und Wertschätzung
■ Gestaltungsfreiräume
Gesundheit
■ Angebot von Gesundheitsleistungen (Rückenschule, Betriebssport, Obstkörbe, etc.)
■ Ergonomische Arbeitsplatzgestaltung
■ Gesundheitsgerechte Mitarbeiterführung
Work-Life-Balance
■ Angemessenes Arbeitspensum
■ Angebot von flexiblen Arbeitsmodellen (Gleitzeit, Teilzeit, Telearbeit, etc.)
■ Familienfreundliche Angebote (Unterstützung bei der Pflege von Angehörigen, Unterstützung bei der Kinderbetreuung, Kontakthalten während der Elternzeit, etc.)
■ Gemeinsame Unternehmungen (Betriebsausflug, Weihnachtsfest, etc.)
Personalentwicklung
■ Gemeinsame Unternehmungen (Betriebsausflug, Weihnachtsfest, etc.)
■ Regelmäßige Angebote zur beruflichen Weiterqualifizierung

Weitere Informationen zur Mitarbeiterbindung erhalten Sie z. B. im Leitfaden „Fachkräfte finden & binden – Vielfalt nutzen“ des RKW Kompetenzzentrums, 2015

PRAXISTIPPS ZUR GEWINNUNG AKADEMISCHER FACHKRÄFTE

Links

Zum Thema „Akademischen Fachkräftebedarf sichern“ sind weitere Tipps und Hinweise sowie das E-Book dieser Broschüre unter

www.ihk-berlin.de/leitfaden-akademische-fachkraefte

abrufbar.

Eine Liste der im Text erwähnten sowie weiterführender Links finden Sie unter

www.ihk-berlin.de/links-akademische-fachkraefte

IMPRESSUM

Herausgeber

IHK Berlin
Fasanenstraße 85
10623 Berlin
Telefon: +49 30 31510-0
Telefax: +49 30 31510-166
E-Mail: service@berlin.ihk.de
www.ihk-berlin.de

Stand: August 2016

Bildquellen

Titel: ©skynesher – iStockphoto.com
S. 4: ©PeopleImages – iStockphoto.com
S. 10: ©annebaek – iStockphoto.com
S. 24: © andresr – iStockphoto.com
S. 36: ©skynesher – iStockphoto.com
S. 46: ©Yuri_Arcurs – iStockphoto.com

Druck

Königsdruck
Printmedien und digitale Dienste GmbH
Alt-Reinickendorf 28
13407 Berlin

Legende

-  Große Reichweite
-  Ansprache vieler Bewerber
-  Attraktivität des Unternehmens darstellbar
-  Zeit sparen
-  Enger persönlicher Kontakt
-  Kosten sparen
-  Frühzeitige Bindung
-  Transfer über Köpfe
-  Fachkräftesicherung für Zukunft
-  Kurzfristige Besetzung

