Talent Transfer
Ein Projekt des StepIN-Programms

FACT SHEET

ZU DEN ERKENNTNISSEN UND LEARNINGS AUS 2 JAHREN TALENT TRANSFER

KOOPERATION IM VERBUND

Zu Beginn des Projektes wurden die bisherigen Erfahrungen mit den Zielgruppen und die unterschiedlichen Rahmenbedingungen an den jeweiligen Hochschulstandorten evaluiert. Es wurden neue Herangehensweisen und kreative Ideen diskutiert. Neben gemeinsamen Aktivitäten wurden auch individuelle Maßnahmen an den einzelnen Hochschulstandorten umgesetzt. Weiterhin haben sich im Verbund gemeinsam durchgeführte (Online) Events (wie z.B. „Students meet Companies") als sinnvoll erwiesen. Gegenseitige Unterstützung innerhalb des Verbundes ist von hoher Bedeutung.
Gleichwohl verfolgten alle Maßnahmen das gemeinsame Ziel, den Studierenden regionale Unternehmen vorzustellen und somit den Verbleib der Absolventen in der Region zu fördern.
Eine gemeinschaftliche technische Struktur für das Reporting sowie eine Präservation von Erkenntnissen, Wissen und Daten über eine interne Datenbank war sehr hilfreich.

Ein harmonisches Miteinander schaffen

Unsere erfolgreiche und aufgeschlossene Zusammenarbeit im Verbund zeichnet sich durch eine stetige Kommunikation sowie Verbindlichkeit, Transparenz und Zuverlässigkeit aus. Die Projektmitarbeiter mit unterschiedlichen Hintergründen, Werdegängen und Erfahrungswerten wurden gleichermaßen in die Arbeitsprozesse einbezogen. Die Teammeetings fanden in einem Abstand von 2-3 Wochen statt, sowohl in Präsenz an unterschiedlichen Hochschulstandorten als auch virtuell. Die Regelmäßigkeit der Meetings stärkte das Teamgefühl. Für die Dauer eines Meetings erwiesen sich 2 bis max. 2,5 Stunden als effektiv. Inhaltlich sollte sich jedes Meeting an einem roten Faden orientieren und der Organisator das Zeitlimit im Blick behalten. Zudem sollte stets auch Raum für den Austausch von Ideen oder persönlichen Anekdoten eingeplant werden.

VERANSTALTUNGSPLANUNG UND -DURCHFÜHRUNG

Erfolgreiche Veranstaltungsformate

Vernetzungsveranstaltungen, insbesondere virtuelle, niederschwellige Formate, wie z.B. „Medien meets Mittelstand“ sowie die Spotlight-Veranstaltungen kamen besonders gut bei den Zielgruppen an. Auch Veranstaltungen, in denen vakante Stellen präsentiert wurden erhielten stets viel Zuspruch. Die individuellen Beratungsangebote waren an allen Hochschulstandorten sehr stark nachgefragt. Weiterhin wurden Informationsveranstaltungen zu den Themen Bewerbungsunterlagen und Berufseinstieg, letztere auch mit Bezug zur Corona Pandemie, sowohl von deutschsprachigen Studierenden als auch von einer großen Anzahl internationaler Studierender in Anspruch genommen. Auffällig waren die hohe Anzahl an Nachhaltigkeitsfragen an die Unternehmen sowie Fragen zum Thema Umwelt. Diesbezüglich ist ggf. eine Interessenabfrage bei den studentischen Teilnehmern vor dem Event und ein vorheriges Briefing der Unternehmen hilfreich.

Online-Tools

Am häufigsten wurden BigBlueButton und Zoom für Meetings und Veranstaltungen genutzt, da diese von der Universität unterstützt werden und so auch der Datenschutz gewährleistet ist. Zudem sind hier Wartung und Betreuung durch geschulte Techniker/Administratoren der Hochschule gewährleistet. Beide Tools sind besonders nutzerfreundlich und die Übertragungsbeständigkeit ist in der Regel gegeben. Des Weiteren wurde mit OPAL (z. B. als Anmeldesystem und zur Buchung von Beratungsterminen) und Discord gearbeitet. Im Laufe des Projekts entstand zudem die Online-Plattform companyZOOM, über welche sich Unternehmen aus Südwestsachsen mittels einer 360° Panoramatour vorstellen können.

Tipps zur Planung und Durchführung von virtuellen

TECHNISCHE UNIVERSITÄT BERGAKADEMIE FREIBERG
Die Ressourcenuniversität. Seit 1765.

Anzahl Studierende: 4.000 (Stand: WS 2020/21)
Anzahl internationale Studierende in Prozent: 39 %
Fakultäten: Mathematik und Informatik, Chemie und Physik, Geowissenschaften, Geotechnik und Bergbau, Maschinenbau, Verfahrens- und Energietechnik, Werkstoffwissenschaft und Werkstofftechnologie, Wirtschaftswissenschaften
Events im Rahmen von TT: Students meet Companies, Studi trifft Hidden Champion, Discord-Open Talk,Ich bin ??? das ist mein Alltag, worKMUsic-Reihe, Simulation: Job Interview

TECHNISCHE UNIVERSITÄT IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS CHEMNITZ

Anzahl Studierende: 9.670 (Stand: 11/2021)
Anzahl internationale Studierende in Prozent: 28 %
Fakultäten: Maschinenbau, Elektro- und Informationstechnik, Wirtschaftswissenschaften, Human- und Sozialwissenschaften, Philosophische Fakultät, Informatik
Events im Rahmen von TT: STUDI meets PRAXIS, Talent2be (Veranstaltungsreihe für internationale Studierende), Geocaching mit Unternehmen

Vernetzungsevents zwischen Studierenden und Unternehmen

Die Marketingaktivitäten müssen an die aktuellen Gegebenheiten angepasst werden. Das heißt, dass diese bei Online-Veranstaltungen anders als bei Events in Präsenz durchgeführt werden. Besonders effektiv ist eine ganzheitliche Werbestrategie, welche über die jeweiligen Kommunikationsmittel aller Netzwerkpartner ausgeführt werden sollte. Das Wording sollte modern aber nicht „provokativ“ sein. Die Unterschiede in der „generationsgerechten Sprache“ müssen jedoch auch berücksichtigt werden. Aus diesem Grund ist eine differenzierte, eher konservative Ansprache der ländlichen Unternehmen empfehlenswert.
Bei virtuellen Vernetzungsevents ist es wichtig, klar zu kommunizieren, was das Ziel der Veranstaltung ist und welche Rolle die Studierenden sowie die Unternehmen einnehmen. Auch sollten Schnittstellen zwischen den Zielgruppen generiert und so der Wunsch, miteinander in Kontakt zu treten, ausgelöst werden. Zudem sollten virtuelle Events für alle Studierenden im Verbund zugänglich sein, um eine höhere Teilnehmerzahl zu erreichen. Dies erreichten wir durch verstärktes gegenseitiges Bewerben der Veranstaltungen über Social Media, im Semesterkalender der Career Services oder in individuellen Beratungsgesprächen. Unsere Erfahrungswerte der letzten zwei Jahre zeigen, dass Veranstaltungen für Studierende nur in der Vorlesungszeit, vorzugsweise am späten Nachmittag, stattfinden sollten.
Für virtuelle Events sollte ein Technik-Check mit den jeweiligen Unternehmen vor der Veranstaltung angeboten werden. Während des Events sollte die technische Unterstützung der Unternehmen gewährleistet sein. Auch sollte der Ablauf durch technische Funktionen, wie z.B. verschiedener Break-out Räume, nicht unnötig verkompliziert werden. Zudem muss die Beantwortung der Fragen im Chat sichergestellt werden, wobei die konkrete Beauftragung eine Person sinnvoll ist. Zur aktiven Teilnahme trägt ein Whiteboard bei, auf welchem Abstimmungen durchgeführt oder Fragen gestellt werden können.

Herausforderungen und Lösungsansätze

Eine besondere Herausforderung zeigte sich darin, die Studierenden bei digitalen Events zur aktiven Teilnahme, mit Kamera und Mikrofon, zu überzeugen. Auch den Unternehmen

Westsächsische Hochschule Zwickau
University of Applied Sciences
HOCHSCHULE FÜR MOBILITÄT | UNIVERSITY FOR MOBILITY

Anzahl Studierende: 3.091 (Stand: 12/2021)
Anzahl internationale Studierende in Prozent: 13 %
Fakultäten: Automobil- und Maschinenbau, Elektrotechnik, Physikalische Technik/Informatik, Angewandte Sprachen und Interkulturelle Kommunikation, Kraftfahrzeugtechnik, Gesundheits- und Pflegewissenschaften, Wirtschaftswissenschaften, Angewandte Kunst Schneeberg
Events im Rahmen von TT: KMU-Tag Digitalisierung

musste teilweise die Scheu vor virtuellen Formaten genommen werden. Besonders bei virtuellen Veranstaltungen ist es wichtig, Verbindlichkeit und Präsenz zu schaffen. Dies wird vordergründig durch das Einschalten der Kamera und des Mikrofons erreicht. Ansonsten ist auch hier „learning by doing“ sinnvoll und die Vorzüge der digitalen Formate sowie der Kameranutzung sollten immer wieder hervorgehoben werden. Ein Lösungsvorschlag, um mehr verbale Teilnahme und Bildpräsenz zu erzielen, ist es, zu Beginn Vorstellungsrunden durchzuführen sowie die Teilnehmenden direkt namentlich anzusprechen. Die Studierenden sollten stetig auf die Vorteile des direkten Kontakts mit Unternehmen aufmerksam gemacht werden. So ist z.B. ein effektiver Mehrwert, dass eine aktive Teilnahme und direkter Austausch mit den Unternehmensvertretern die Aussicht auf ein Jobangebot erhöht. Denkbar ist auch die Einbindung einer Aktivität, wie eines Spiel oder einer Verlosung. Unumstritten ist, dass seitens der Studierenden der Wunsch zur aktiven Teilnahme intrinsisch motiviert sein muss.
Vor allem im Hinblick auf die Einstellung internationaler Fachkräfte sollte im weiteren Projektverlauf Wert darauf gelegt werden, die KMU von internationalen zukünftigen MitarbeiterInnen zu überzeugen und sie auf andere Kulturkreise sowie auf differierende Formen der Zusammenarbeit neugierig zu machen. Eine Möglichkeit der besseren Integration ins Unternehmen ist eine Betreuung junger Berufseinsteiger durch langjährige Mitarbeiter, die aktiv ihre Erfahrungen an den Nachwuchs weitergeben.

ANSPRACHE DER ZIELGRUPPEN

Folgende Kommunikationsformen stellten sich als am efolgreichsten heraus:

- Werbung in den sozialen Netzwerken,
- Hinweis auf Veranstaltungen in 1:1-Beratungen,
- Uni-Newsletter,
- Pressemitteilungen auf der Homepage der Hochschulen,
- Veranstaltungskalender,
- Informationen vonseiten der Dozierenden und ProfessorInnen,
- Mund-zu-Mund-Propaganda mithilfe von studentischen „Scouts“,
- Studierendenrat und Fachschaftsräte.

Unternehmen sind am besten über bereits bestehende Netzwerke oder Multiplikatoren, wie die IHK oder die Wirtschaftsförderung, zu erreichen. Jedoch können in einzelnen Fällen auch gezielt Firmen kontaktiert werden.

NETZWERKARBEIT

Die Ziele der sich vernetzenden Personen und Institutionen müssen übereinstimmen. Die Vorgehensweisen sollten verständlich und einfach durchführbar sein, d.h. einen geringen Ressourcenbedarf mit sich bringen. Für langfristiges Networking sind nachhaltige Kommunikation und Austausch von hoher Bedeutung. Weiterhin sollten die gegenseitigen Bedarfe vorher identifiziert werden. Damit beide Partner eine Verbindlichkeit eingehen, sollten gemeinsame Maßnahmen festgelegt werden. Networking sollte schließlich zu spannenden Einsatz-, Entwicklungs- und Fördermöglichkeiten führen.

Wichtige Netzwerkpartner in der Region Südwessachsen

Besonders wertvoll für das Projekt ist die Zusammenarbeit mit der IHK, den Wirtschaftsförderungen, Wirtschaftsvereinen und Unternehmensverbänden. Auch das Institut MIKOMI hat sich als sehr bedeutend erwiesen, da es sich durch ein großes Unternehmensnetzwerk auszeichnet und Veranstaltungskonzepte zur Bewerberansprache entwirft. Zudem ist das Institut sehr effizient, wenn es um die Themen Recruiting, Employer-Branding sowie den Ausbau des Human Ressource-Managements geht. Mit Hinblick auf internationale Fachkräfte ist das Fachinformationszentrum Zuwanderung als Netzwerkpartner sehr wichtig. Auch die Kooperation mit dem Verein der Wirtschaftsjunioren Sachsen e.V. ist sehr wertvoll, da hier der Kontakt zu Mitgliedern aus dem akademischen Raum sowie auch zu KMU erhalten wird. Zudem liegt beim Alter einiger Mitglieder eine Gemeinsamkeit mit Studierenden vor,

HOCHSCHULE MITTWEIDA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Anzahl Studierende: 6.259 (Stand: 05/2021)
Anzahl internationale Studierende in Prozent: 24 %
Fakultäten: Ingenieurwissenschaften, Angewandte Computer- und Biowissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen, Soziale Arbeit, Medien
Highlight Studiengänge: Allgemeine und Digitale Forensik, Medieninformatik & Interakt. Entertainment, Medienmanagement, Biotechnologie, Cybercrime/Cybersecurity

Mittelsachsen

1 Mühlau
KATHREIN Sachsen GmbH

2 Hartmannsdorf
albis-elcon system Germany GmbH

3 Mittweida
Landratsamt Mittelsachsen
MIKOMI - MIKOMI Institut für Mittelstandko-operation
SAXEED

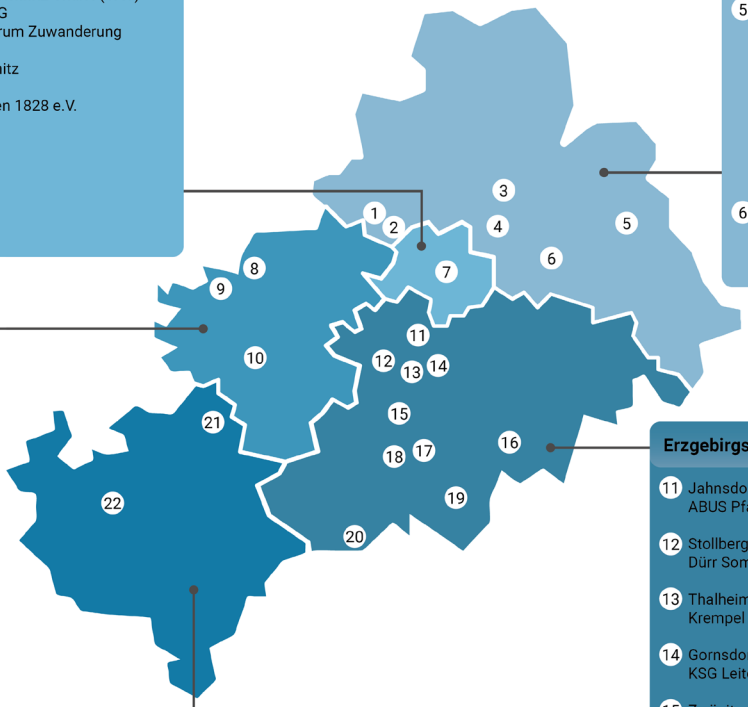
4 Frankenberg
Unicontrol Systemtechnik GmbH

5 Freiberg
ACTech GmbH
Agentur für Arbeit Freiberg
GIZEF
Fachkräfteallianz Mittelsachsen
Joyson Safety Systems Sachsen GmbH
Landratsamt Mittelsachsen
Leichtbau Allianz Sachsen
SAXEED
Siltronic AG

6 Oederan
NOXMAT GmbH Oederan
w3work Gesellschaft für Kommunikation und Medien

Chemnitz

7 Chemnitz
3D Micromac AG
ADMEDIA CONSULT GmbH
Agentur für Arbeit Chemnitz
Arbeit und Leben Sachsen e.V.
Ausländerbehörde Chemnitz
Bundesagentur für Arbeit (Arbeitgeberservice)
c.a.p.e.it GmbH (kixdesk)
Cetex Institut für Textil- und Verarbeitungs-maschinen gGmbH
Chemnitzer Wirtschaftsförderung
Chemieanlagenbau Chemnitz GmbH (CAC)
EffiCon GmbH & Co. KG
Fachinformationszentrum Zuwanderung Chemnitz
HEITEC AG, ZN Chemnitz
IHK Chemnitz
Industrieverein Sachsen 1828 e.V.
MAMIinFORM
modis AG
Parker Hannifin GmbH
prudsys AG
SAXEED
SRS Audit GmbH
tradu4you® gmbh



Zwickau

8 Meerane
EffiCon GmbH & Co. KG
N+P Informationssysteme GmbH

9 Crimmitschau
Linamar Powertrain GmbH

10 Zwickau
Agentur für Arbeit Zwickau
BA Glauchau
BIC Zwickau GmbH
FES GmbH Fahrzeug-Entwicklung Sachsen
Forschungs- und Transferzentrum e.V.
IAB
IQ Netzwerk
Landratsamt Zwickau
Verbund Saxony5
weberag GmbH
Wirtschaftsförderung Zwickau

Vogtlandkreis

21 Heinsdorfergrund
SYS TEC electronic AG

22 Plauen
E-Control Glas
Landratsamt Vogtlandkreis
Stadt Plauen Wirtschaftsförderung
SWS digital

Erzgebirgskreis

11 Jahnsdorf
ABUS Pfaffenhain GmbH

12 Stollberg
Dürr Somac GmbH

13 Thalheim
Krempel Group

14 Gornsdorf
KSG Leiterplatten GmbH

15 Zwönitz
Krempel Group

16 Mildenau
Norafin Industries GmbH

17 Elterlein
Joyson Safety Systems Sachsen GmbH

18 Grünhain-Beierfeld
Turck Beierfeld GmbH / TURCK duotec GmbH

19 Annaberg-Buchholz
Wirtschaftsförderung Erzgebirge

20 Johanngeorgenstadt
TESTA MOTARI

CAREER SERVICE KONTAKTINFORMATIONEN

TECHNISCHE UNIVERSITÄT CHEMNITZ

Website: https://tu-chemnitz.de/career-service
E-Mail: career-service@tu-chemnitz.de
Tel.: 0371 – 531 19930

TECHNISCHE UNIVERSITÄT BERGAKADEMIE FREIBERG

Website: https://tu-freiberg.de/career-center
E-Mail: kontakt@cc.tu-freiberg.de
Tel.: 03731 – 393 303

HOCHSCHULE MITTWEIDA

Website: https://www.hs-mittweida.de/webs/career.html
E-Mail: career@hs-mittweida.de
Tel.: 03727 – 581 943

WESTSÄCHSISCHE HOCHSCHULE ZWICKAU

Website: https://www.fh-zwickau.de/studium/studierende/berufsein-stieggruendung/career-service/
E-Mail: careerservice@fh-zwickau.de
Tel.: 0375 – 536 1699