

Workshop-Ergebnisse

Student Lifecycle

Gruppe 1 – Raum C 1.08 / 1.09

Attract & Recruit

Zielgruppe!
 ↳ Weiterentwicklung
 ↳ aktuelle Ausbis
 ↳ in einem Top
 ↳ in einem Team
 ↳ Nacht d. Ausbis
 ↳ in einem Team

Erfolgserschichten
 Ausmeris

Beratungsangebote
 für Studienabweiche
 an Unis/HTs

Schulkooperationen
 Nieder- und Mittelstufe (Kun.-Form & Par)

Engagement-System
 ↳ Skills- und Qualifikations

MA werben MA
 MA First-Step

Stipendium!!!
 Praxisstage/
 Schnuppertage als
 fester Bestandteil im
 Recruiting

Medienpool / Heilbronn (DHBW)
 Attraktivität

Spotify Werbung

Directansprache
 über versch. Portale
 z.B. DHBW Bewerbungsseite,
 Study smarter etc.

TIC TOK
 DHBW-werk
 Studierendenrat

Attraktivität Heilbronn (Studentenleben)

ATTRACT & RECRUIT


Ereignisgespräche
 zusammen mit Studenten
 führen -> Erfahrungen teilen

Wichtige Aspekte:

- **Engagement-Punkte von SAP wurde als sehr gute Idee für Unternehmen angesehen.**
- **DHBW bietet monatlich an, dass potentiell Studierende sich mit aktuellen DHBW Studierenden (online) unterhalten können.**
- **Active Recruiting auch für Dual Studierende, z. B. potentielle Bewerber über die DHBW-Bewerberbörse oder Study Smarter anschreiben.**
- **DHBW stellt Material bzgl. der Attraktivität der DHBW Heilbronn und der Stadt Heilbronn zur Verfügung.**
- **DHBW 'erzählt' Alumni-Erfolgsgeschichten.**
- **Unternehmen gehen Schulpartnerschaften ein.**
- **TikTok nutzen.**
- **Unternehmen involvieren ihre aktuellen DHBW Studierende in Bewerbungsgespräche.**

Wichtige Aspekte:

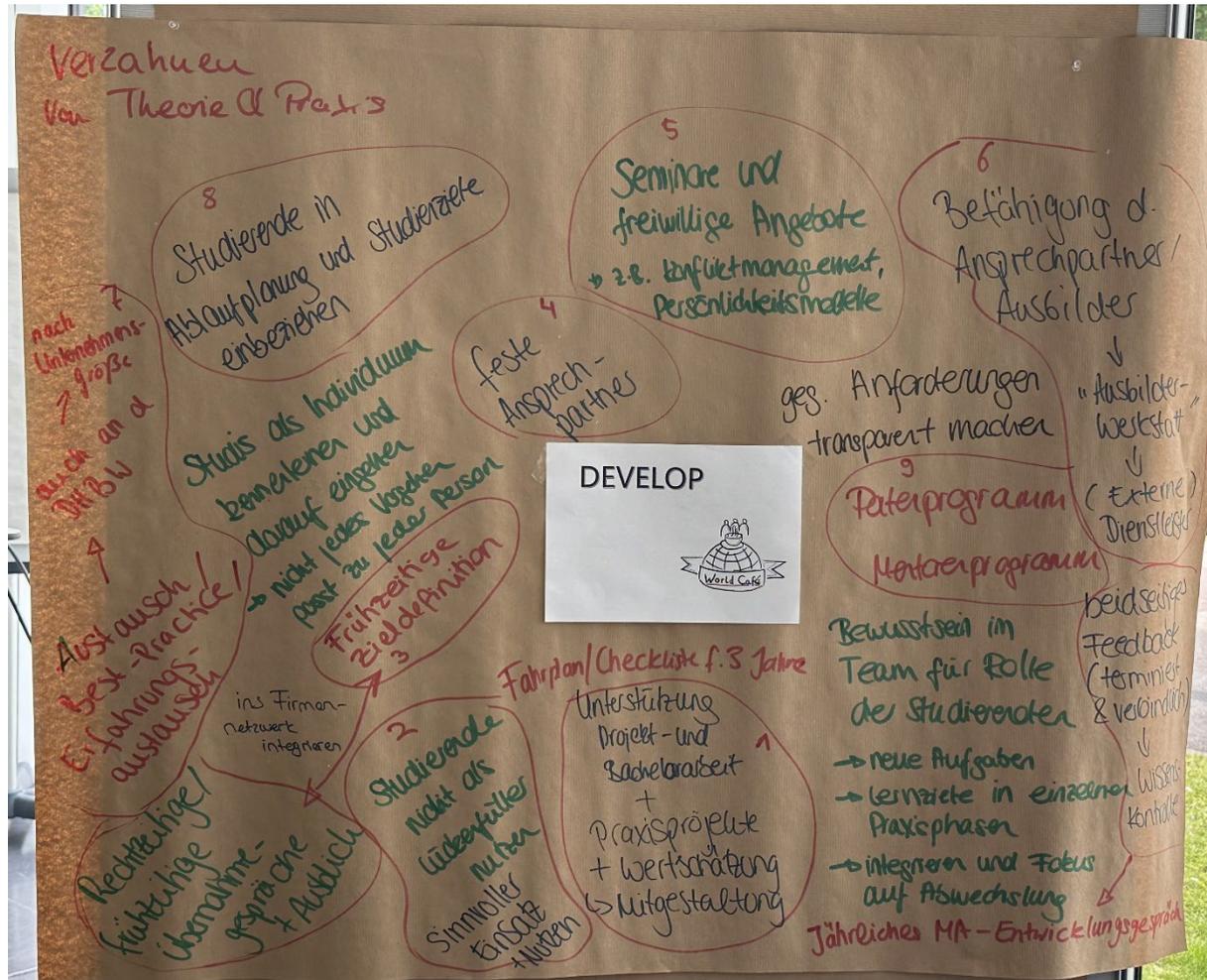
"Pre Onboarding Phase"

- **Elternabend für die eingestellten Azubis**
- **Welcome Paket nach Unterzeichnung des Vertrags (vor Ausbildungsbeginn)**
- **Mitarbeiter App ab Vertragsunterzeichnung**
- **Ab Vertrag regelmäßig in Kontakt bleiben (MA- Personalinfo, MA Pulli, Sommerfest Einladung)**
- **Regelmäßig Kontaktaufnahme – „Wie geht es Dir?“, „freust Du Dich ...?“**
- **Einladung zu DHBW Events vor Studienstart**
- **Vorpraktikum, Ferienjob**
- **Probetag vor Arbeitsvertrag**
- **Webinare (z. b. für MS- Office)**

"Onboarding Phase"

- **Patensystem mit anderen Auszubildenden/Studierenden**
- **„Meet and Greet“ mit der Geschäftsleitung**
- **App- getrackte Schulungen („Lernreise“) – zeitlich terminierte Steps**
- **Kick Off Veranstaltung (Ein Tag oder Woche)**
- **Gamifikation – Lernstandsboni bzw. – kleine Geschenke**
- **Networking – Austausch mit den weiteren Studierenden**
- **Ausflug zu Start – Alle Azubi/Studenten, Paten und Ausbilder**
- **Gemeinsame Events, z. B. Honig schleudern**
- **Arbeitsplatz vollständig vorbereitet bzw. technische Ausstattung bei shared offices**
- **Einarbeitungsplan ab dem 1. Tag bis Ende der Probezeit**
- **Welcome Day**
- **„Beekeeper“ – interne Plattform für Mitarbeiter des Unternehmens**
- **Aufmerksamkeiten zu Anlässen (Geburtstag, Weihnachten, bestandene Prüfungen, etc.)**

Develop



Wichtige Aspekte:

- **Unterstützung Projekt- und Bachelorarbeiten, Praxisprojekte und Wertschätzung --
> Mitgestaltung**
- **Studierende nicht als Lückenfüller nutzen – sinnvoller Einsatz + Nutzen**
- **Frühzeitige Zieldefinition - rechtzeitige/frühzeitige Übernahmegespräche und
Ausblick**
- **Feste Ansprechpartner**
- **Seminare und freiwillige Angebote z.B. Konfliktmanagement,
Persönlichkeitsmodelle**
- **Befähigung der Ansprechpartner und Ausbilder - "Ausbilderwerkstatt" (externe
Dienstleister)**
- **Beiderseitiges Feedback (terminiert & verbindlich) - Wissenskontrolle - jährliches
MA-Entwicklungsgespräch**
- **Austausch/Best-Practice/Erfahrungsaustausch auch an der DHBW (nach
Unternehmensgröße)**
- **Studierende in Ablaufplanung und Studienziele einbeziehen**
- **Patenprogramm/Mentorenprogramm**
- **Bewusstsein im Team für Rolle der Studierenden**
 - > neue Aufgaben
 - > Lernziele in einzelnen Praxisphasen
 - > integrieren und Fokus auf Abwechslung
- **Gegenseitige Anforderungen transparent machen**
- **Studierende als Individuum kennenlernen und darauf eingehen**
 - > nicht jedes Vorgehen passt zu jeder Person

Retain

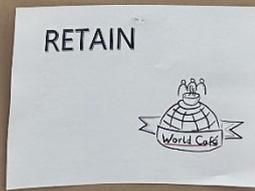
- Bedürfnisnähe / Individualität
- Perspektive:
 - feste Karriereplanung
 - "Zukunftsgespräche" = Ausblick
 - Verbindlichkeit (z. B. 6 Monate vor Abschl.)
- Kultur & FK (Führungskräfte) als Motivation
- Projekte:
 - BA in Zielabteilung
 - 5./6. Semester = Ziel
 - unterjähriges Feedback
- Theorie & Praxis nah verknüpfen

"Boomerangkarriere"
-> Kostenübernahme Master

Minimale Punkte im kooperativen Vertrag

(Wenig Arbeits- / darüber anbieten / zahnmedizinische anbieten)

Infolücken bei der Gestaltung der nächsten Schritte
Infolücken bei der Gestaltung der nächsten Schritte



Jobrotation & Weiterentwicklung nach dem Studium

Karrierpfad aufzeigen

regelm. FK-Coaching

High-Potential-Programm

Interne Weiterbildung, lebenslanges Lernen

Masterarbeit / Masterarbeit

Transparenz geklärt

Verknüpfung unterschiedlicher Vorgehensweisen im Studium

360° Feedback

Firmenstart-ups

Wichtige Aspekte:

- **Retain beginnt bereits im 3. Studienjahr mit Übernahmegesprächen und verbindlichen Angeboten (Top-Leute sind sehr mobil und gefragt)**
- **Gespräche nicht nur durch Fachvorgesetzten, sondern immer mit HR (Interessen des Unternehmens vor Interessen des Vorgesetzten stellen)**
- **Aufzeigen variabler Karrierepfade für ein realistisches Zukunftsbild im Unternehmen und beständiger Abgleich der Entwicklung durch Feedbackkultur 360 Grad**
- **Develop endet nicht mit dem Studium, interne und externe Weiterbildungsangebote angepasst an die Entwicklung sind wichtig**
- **Duale Partner sind auf Anfragen zum Master nicht richtig vorbereitet, es fehlen Informationen und der Benefit ist unklar**
- **Gehaltsforderungen der Studierenden sind weit überzogen, wichtig sind Transparenz und realistische Anker beginnend down und nicht top (dann wird jedes Angebot als Verlust wahrgenommen)**

Gruppe 2 – Raum C 0.22 / 0.23

Attract & Recruit

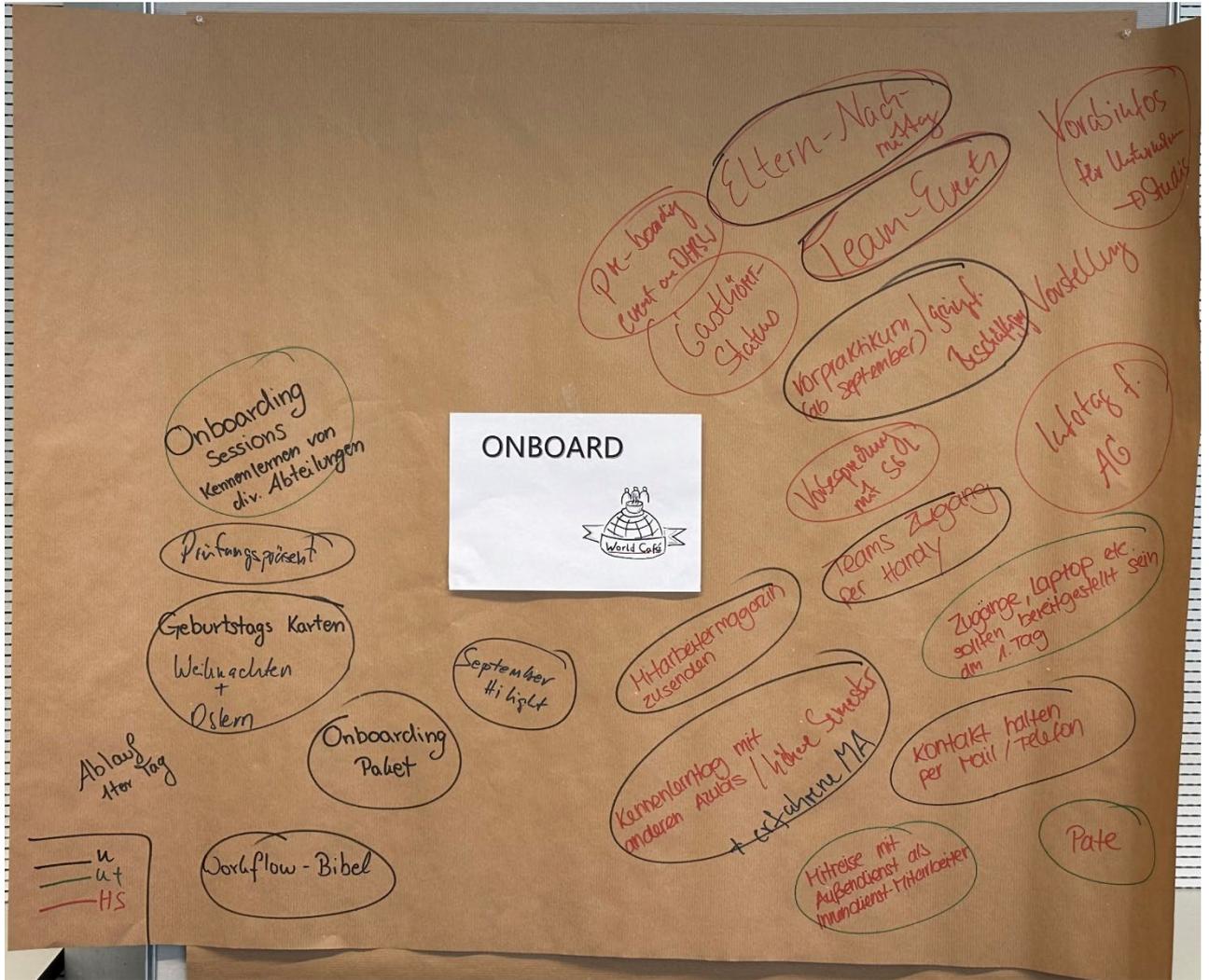
ATTRACT & RECRUIT
World Café

- Fluencer**
 - Schrittbarkeit bei Google
 - Social Media: Instagram, TikTok, Snapchat, YouTube
 - Rampenreize
 - einbezogen
 - relevanter Content!
- FaceBook**
 - Fluencer als Influencer
- Zugänge über Respektieren**
 - Studien in der & Respektieren
 - Zugänge über Respektieren
- Ansprechende Stellenanzeige**
 - zielgruppengerecht
 - Kombination mit Video
- Schutzpraktika/-jobs**
 - Anbieter suchen mit Publikumskenntnis & Enthusiasmus
 - Übersetzung von Jobs
- DBW-Scouts**
 - Interessierte über QR-Code in Unternehmen
- DBW-Initiative für Studierende**
- Sport relative**
- Schnelligkeit positiver Eindruck**
- Fluencer Marketing**
 - in Schulpausen
 - Fluencer Marketing
 - Schulkooperation
 - Sponsoring
 - Verträge mit Schulen
- Beauftragte**
 - auf dem Platz das Team zusammenbringen
 - Zusammenarbeit mit anderen Helfern
- Geografie**
- Leads points**
 - online
 - offline

Wichtige Aspekte:

- Beim Recruiting von Azubis und dualen Studierenden die Eltern mit einbeziehen. Beispielsweise über Informationsveranstaltungen für Eltern der IHK oder über Posts auf Facebook
- Social Media:
 - Azubikanal auf Instagram oder TikTok von Azubis für potenzielle Azubis
 - Influencer für bestimmte Themengebiete nutzen. Beispielsweise YouTube Videos über Online Marketing mit dem Hinweis, dass man diese spannende Aufgabe bei einer Ausbildung im Unternehmen täglich machen kann und dabei auch noch Geld verdient. Das funktioniert auch bei anderen Themen
 - Tutorials zu Fleisch / Grillen --> Azubi Fleischer
 - Tutorials zu Photoshop --> Azubi Mediendesign
 - etc.
- Schulkooperationen
 - Flyer in Schulpausen verteilen
 - Sponsoring (auch Sponsoring von lokalen Sportvereinen)
 - Beteiligung am Tag der offenen Tür
- Ausbildungsmessen
 - Veranstaltung eigener Ausbildungsmessen, z. B. mit lokalen Kooperationspartnern (Ausbildungsmesse in Fachmarktzentrum / Shopping Center / Innenstadt --> Stadtmarketing)
 - Schülertag im Unternehmen
 - Teilnahme an etablierten Messen
- Zielgruppe über Studien- und Jobinhalte ansprechen, nicht nur über Titel des Studiengangs oder der Ausbildung, da diese für junge Menschen häufig nicht verständlich sind.
- Zielgruppengerechte Stellenausschreibung
 - Video statt Text
 - Touchpoints definieren (wo erreiche ich die Zielgruppe mit Videos)
 - Auf Sprache achten
- Schnelligkeit ist wichtig. Sofort auf Bewerbungen antworten. Interessierte nicht lange warten lassen. Positiven Eindruck hinterlassen.
- Schülerpraktika / Schülerjobs
 - Schüler kennenlernen
 - Schüler mit bestehenden Azubis oder Dualen Studierenden vernetzen (gemeinsames Mittagsessen, gemeinsame Aufgaben)
- DHBW Imagefilm, der sich an die Zielgruppe richtet
- Azubis / Studierende werben Azubis / Studierende
- DHBW-Scouts nicht nur als Mittler für die DHBW sondern auch für Unternehmen, die noch offene Stellen anbieten.

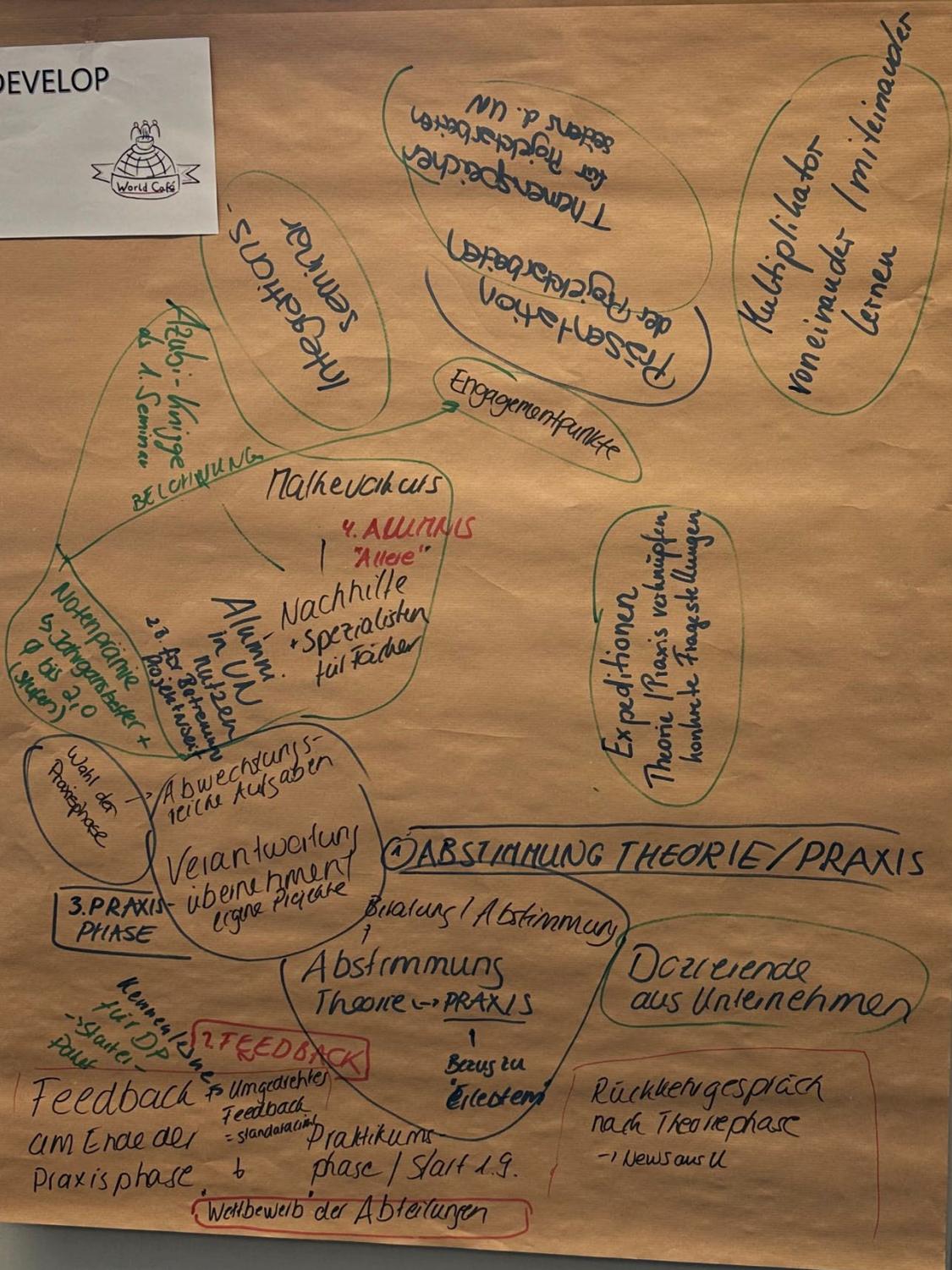
Onboard



Wichtige Aspekte:

- **Im Zeitraum zwischen Abschluss des Ausbildungsvertrags und dem Beginn des Studiums bzw. der ersten Praxisphase sollte unbedingt Kontakt zum künftigen Mitarbeiter gehalten werden.**
- **Dies kann persönlich erfolgen (z.B. über Einladung zu Firmen- oder Teamevents) oder auch indirekt (Zusendung der Mitarbeiterzeitung, Geburtskarte o.ä.)**
- **Das Instrument des Vorpraktikums hat sich in vielen Fällen als nützlich erwiesen.**
- **Das eigentliche Onboarding gut vorbereiten (Laptop, Schreibtisch etc. sollte am ersten Tag vorhanden sein). Ein Patenprogramm leistet i.d.R. gute Dienste. Auch gemeinsame Veranstaltungen für DH-Studenten und Auszubildende können das Ankommen erleichtern.**
- **Die Hochschule (v.a. in Person des SGL) sollte bereits im Vorfeld als Ansprechpartner für die künftigen Studierenden zur Verfügung stehen. Probevorlesungen bzw. an Vorlesungen als Gast teilnehmen kann die Hemmschwelle vor Studienbeginn senken.**

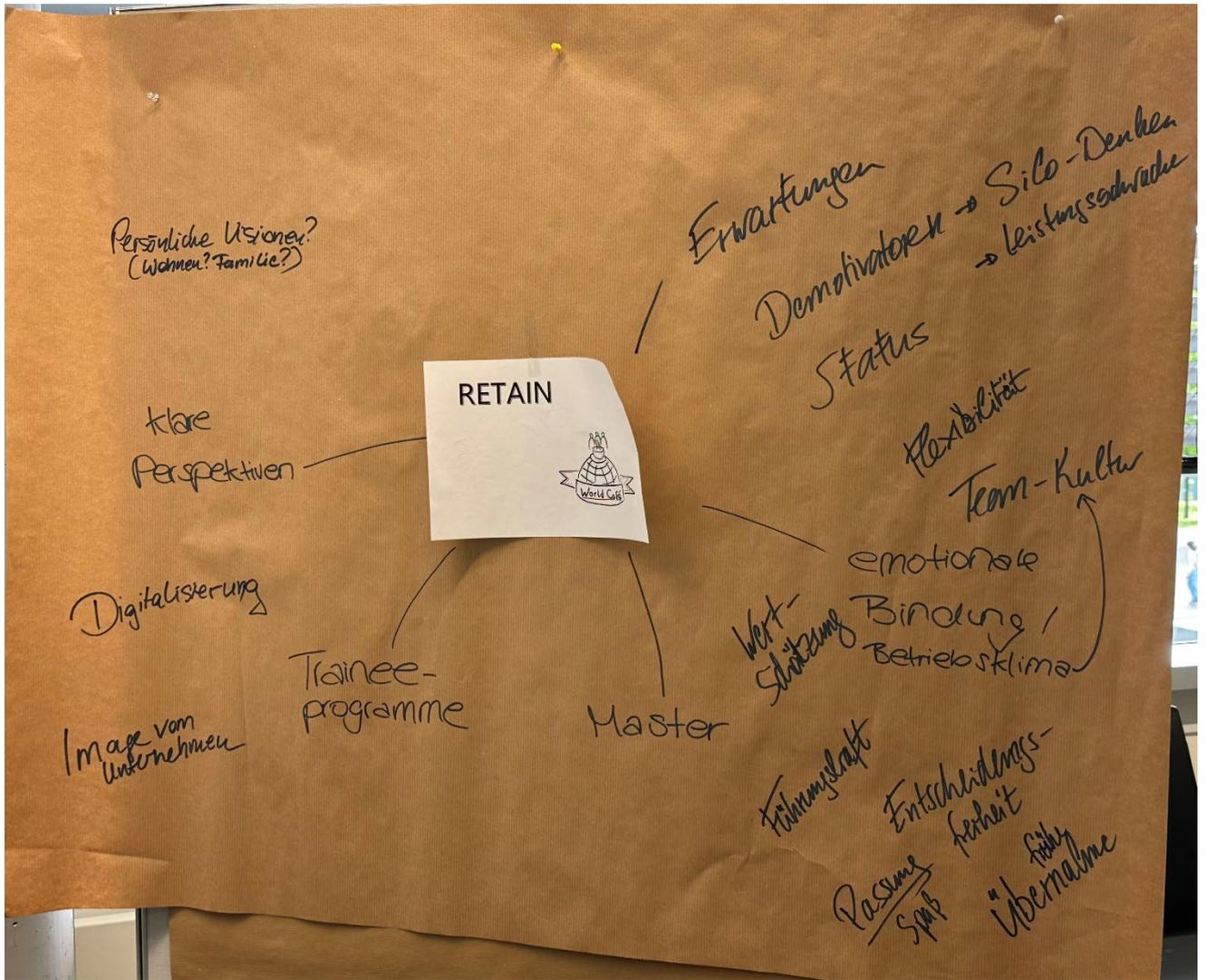
Develop



Wichtige Aspekte:

- **Bedeutung der Feedbackgespräche nach Theorie- und Praxisphase**
- **Bewertung der Abteilungen durch Studierende und Auszubildende und Auszeichnung mit Gold/Silber/Bronze-Status**
- **Notenprämien**
- **Einbeziehung der Alumnis/höheren Semester**
- **Patenprogramme**
- **Nachhilfe/Spezialisten für Fächer**
- **Duale Partner in Theoriephasen integrieren**
- **Integrationsseminare**
- **Dozierende**
- **Vorträge**
- **Expeditionen zu den Unternehmen**
- **Transfer des Wissens aus der Theorie in die Praxisphase**
- **Kurzvorträge/Learning nuggets für andere Mitarbeiter**
- **Projektarbeiten: Themenspeicher/Beispielthemen zur Unterstützung der Themenfindung**

Retain



Wichtige Aspekte:

- **Erwartungsmanagement:** Die Mitarbeiterbindung beginnt eigentlich bei der Erstellung von Stellenbeschreibung und Stellenausschreibung. Der Arbeitgeber will sich möglichst attraktiv darstellen, aber wenn Erwartungen geweckt werden, die dann in der Realität nicht erfüllt werden, kommt es zur Enttäuschung des Mitarbeiters.
- **Passung/ Spaß:** Als Resultat eines guten Erwartungsmanagements kann man eine gute Passung des Mitarbeiters zur Stelle erreichen und damit eine hohe Zufriedenheit und Bindung.
- **Frühe Übernahme:** Bei Übergängen (z.B. zum Ende des dualen Studiums) frühzeitig Interesse an Verbleib des Mitarbeiters zeigen.
- **Persönliche Vision:** Abklärung, ob Lebenspläne des Mitarbeiters vereinbar sind mit längerer Bindung
- **Klare Perspektiven:** Karrierepfade und Entwicklungsmöglichkeiten aktiv kommunizieren und abstimmen. Beispiele: Traineeprogramme, Möglichkeit Unterstützung Master
- **Führungskraft:** Wichtige Rolle der direkten Vorgesetzten als häufigster Kontaktpunkt des Mitarbeiters. Wichtige Funktionen sind Zuteilung interessanter Aufgaben, Vermittlung von Anerkennung, Förderung von Teamgeist und Unternehmenswerten.
- **Betriebsklima/ Teamkultur:** Wichtig für Bindung ist neben Aufgaben und materieller Vergütung auch die Integration ins Team und Übereinstimmung bei Werten
- **Wertschätzung:** Etablierung von Lobkultur durch die Führungskräfte, nicht nur für Spitzenleistungen. Feedback wichtig als Bestätigung, insb. bei neuen Aufgaben.
- **Unternehmensimage:** Employer Branding besonders bei jüngeren Generationen relevant bei Recruiting und auch Bindung
- **Emotionale Bindung:** Stärkste Bindungsebene, die durch Betriebsklima, Teamkultur, Wertschätzung, Führungskraft und Übereinstimmung mit Unternehmenswerten gebildet wird.