



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Gutes Beispiel

zoneEINZ GmbH

Löwenpitch

Der Talent Recruiting Marktplatz
für KMU in ländlichen Räumen
am Beispiel der Region Vorpommern



Über das Projekt

LÖWENPITCH ist das moderne Talent-Recruiting-Event für ArbeitgeberInnen und UnternehmerInnen, die sich als MentorInnen verstehen und junge Menschen dabei unterstützen wollen, berufliche und private Perspektiven in ländlichen Regionen zu finden.

Der Löwenpitch ist ein Berufsorientierungsformat mit den Schulen, Hochschulen und Universitäten der Landkreise sowie Städte zur Zusammenführung von Talent- und Unternehmensprofilen, um Passungsprobleme auf dem Ausbildungs- und Fachkräftemarkt ländlicher Räume als Strukturentwicklungsmaßnahme zu beheben.

Hintergrund des Projektes

Laut der jüngsten Azubiumfrage der IHKs in MV, hatte jeder 6. Azubi vor Antritt der aktuellen Ausbildung bereits eine Ausbildung absolviert. Der Anteil derer, die vor einer dualen Ausbildung ein Studium angefangen oder abgeschlossen haben steigt (2018: 11%). 35% der Befragten mussten sogar für die Ausbildung ihren Wohnsitz wechseln. Fast die Hälfte aller Befragten haben weniger als fünf Bewerbungen geschrieben - somit Kontakt zu potentiellen Arbeitgebern aufgenommen. Die Frage nach dem entscheidenden Impuls zur Berufswahl beantworteten 56% der Befragten mit einem Praktikum und nur 26% mit Messen .

Die Zahlen der Agentur für Arbeit (Jan 19) zeigen für die Region ein Überangebot an Ausbildungsstellen (2742) für die gemeldeten Bewerber (1469) auf. Der Trend für MV Gesamt wirkt ähnlich prekär: 5213 Bewerber, 8680 Stellen. Dem gegenübergestellt verließen 2018 knapp 14.000 Absolventen in MV die Schulen.

In MV sensibilisieren eine Vielzahl von Akteuren zum Thema Ausbildung. Etwaige Lösungen der oben beschriebenen Passungsprobleme sind dabei jedoch nicht in Sicht. Unter Betrachtung der regionalen Job- und Ausbildungsplattformen sowie Landeskampagnen durchstarten-in-mv.de oder mv4you.de und des Marketings in den jeweiligen Zielgruppen wird deutlich, dass derzeit lediglich Menschen angesprochen werden, die sich ohnehin bereits für einen Job bzw. eine Ausbildung in unserem Land interessieren – nur ein Bruchteil der (Hochschul-)Absolventen/Abgänger. Damit verschenkt MV leichtfertig Potentiale und riskiert den weiteren Verlust von Wirtschaftskraft, Infrastruktur und Lebensqualität in ohnehin strukturarmen sowie vom Bevölkerungsrückgang betroffenen Landstrichen. Wir müssen früher und proaktiver im schulischen Werdegang bzw. in der beruflichen Entwicklung von Talenten ansetzen, um sie vom langfristigen Arbeiten und Leben in unserem Land zu überzeugen.

Wenn wir mehr SchülerInnen und StudentInnen als Arbeitskräfte in unserem Land halten wollen, benötigen wir eine Initiative, die die Bedürfnisse unserer Zielgruppe(n) besser versteht und dieses Verständnis auch in die Unternehmerschaft hineinträgt. Junge Generationen verlangen nach Augenhöhe, Identifikation, Weiterentwicklung und einer angenehmen Arbeitsumgebung. Die Zeit der Einbahnstraßen-Kommunikation von Unternehmen zu Bewerbermarkt ist vorbei. Wir müssen Unternehmen bei der Einrichtung auf den Nachfragemarkt begleiten.

Zielsetzung und Konzeption

Neben direkten Effekten für die Arbeitgeber verspricht LÖWENPITCH Breitenwirkung: Unternehmer im ganzen Land werden weiterhin für die Themen attraktiver Arbeitsplatz, Anforderungen der nachrückenden Generation an Arbeitskultur, Einklang von Erwerbs- und Privatleben und AG-Markenbildung sensibilisiert. Schüler profitieren von einer frühen Auseinandersetzung mit dem regionalen Arbeitsmarkt und lernen die Herausforderungen ihrer Region, ihren eigenen Stellenwert, ihre eigenen Bedürfnisse und vor allem ein breites Spektrum an Karriere-Möglichkeiten ihrer Region kennen. Da dies für einige Schüler den ersten Berührungspunkt zur Arbeitswelt schafft, legen wir Wert auf gelebte Diversity bei der Auswahl der UnternehmerInnen. Eine 50-50-Quote (Frauen/Männer) ist ebenso anzustreben wie Altersvielfalt. Die beschriebenen Breiteneffekte sind elementar, um die Zukunftsfähigkeit der Seenplatte zu erhalten, wirken demographieschwächenden Tendenzen entgegen und zielen darauf ab, mehr Menschen zum Verbleib und zum Aufbau von Lebensgrundlagen in Vorpommern zu bewegen. Eine gesteigerte Pressearbeit (+Social Media) über die teilnehmenden Unternehmen/Berufsbilder steigert auch das Ansehen von KMU in den ländlichen Regionen als potentielle/attraktive AG. Messbarkeit wird bei der Einmündungsquote für Ausbildungsplätze in der Pilotregion angelegt sowie bei den Einstellungserfolgen der an den Live-Pitches beteiligten Unternehmen. Messbarkeit wird auch über die Umfrage bei den teilnehmenden Talenten beim LÖWENPITCH mit der mittel-/langfristigen Entwicklung der Antworten zur Frage, ob für sie generell eine Ausbildung/Arbeit in der Region vorstellbar wäre, hergestellt. Kaum messbar sind leider Veränderungen in der Unternehmenskultur wie bspw. persönlichere Mitarbeiterführung oder größere Flexibilität bei Weiterbildung/-entwicklung, Sabbaticals (mehrmonatigen Auszeiten) und Arbeitszeitmodellen.

Umsetzung

Ein Live-Event versammelt ca. 200 SchülerInnen, die die fünf vor Ort präsentierenden Unternehmen und UnternehmerInnenpersönlichkeiten in den Kriterien Persönlichkeit, Arbeitsklima, Branchenattraktivität, Standort und Karrierechancen mittels der etablierten Feedback-App bewerten. Die aktuell eher komplizierte Umfrage wird derzeit jugendfreundlicher gestaltet, um die jetzige Beteiligungsquote von 68% auf mindestens 85% zu erhöhen. Die Pitches dauern jeweils 10 Minuten. Während dieser Zeit nutzt das Publikum das Feedbacktool via Chat um offene Fragen an den/die LöwIn zu stellen. Die Moderation sammelt Rückfragen und stellt diese gebündelt im Nachgang des Pitches an die/den ArbeitgeberIn. Im Folgenden hat das Publikum dann weitere drei Minuten Zeit den Auftritt zu bewerten. Vier Pitches werden als Tages-Schulveranstaltungen unter Einbeziehung der BerufsberaterInnen der Agentur für Arbeit sowie der BerufsorientierungslehrerInnen der teilnehmenden Schulen in Absprache mit den KooperationspartnerInnen organisiert. Ein zentrales Element des innovativen Formates ist das an die Pitches angeschlossene Get-Together zum Austausch zwischen Bewerbergruppe und Arbeitgebern in lockerer Atmosphäre – zum Teil moderiert durch die BerufsberaterInnen – um die Passungsquote zu erhöhen. Auch wird die weitere Zusammenarbeit mit den AusbildungsbotschafterInnen der IHK NB derzeit geprüft. Ein enormer Vorteil für potentielle Auszubildende sind Menschen gleichen Altersspektrums, die bei den Events aus ihrem Alltag bei den Unternehmen berichten können. Zwei weitere Veranstaltungen sind in Kooperation mit den Studentischen Unternehmensberatungen als Abendveranstaltung organisiert.

Erfolgsfaktoren

- Kooperationen mit regionalen Akteuren wie bspw. IHK, Agentur für Arbeit, Wirtschaftsförderung, Unternehmerverbände
- Enger Kontakt zu Schulen und Hochschulen; rechtzeitige Ansprache der Zielgruppe
- Crossmediale Aufbereitung der Veranstaltung: Live-Auftritt des Unternehmens, interaktives Bewertungssystem mit Hilfe einer App, Videomitschnitte, Social Media (Facebook/Instagram); Fotobox auf Event – Platzierung der Unternehmenslogos

Finanzierung

Land Mecklenburg-Vorpommern
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern

Vorpommern Fond – Parlamentarischer Staatssekretär für Vorpommern

KMU – Leistungsmodell

Kooperationspartner wie bswp. IHK

Ansprechpartner

zoneEINZ GmbH
Robert Gardlowski
Fürstenberger Straße 4
Alte Galerie
17258 Feldberger Seenlandschaft / OT Feldberg

039831 – 22515

robert@zone-einz.de

<https://www.loewenpitch.de/#loewenpitch>