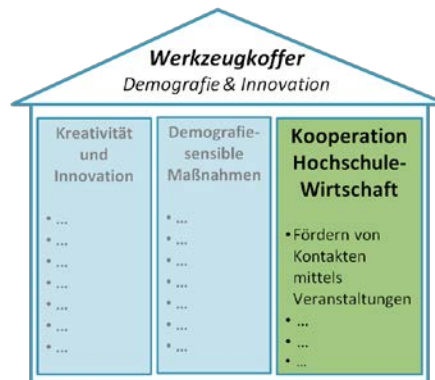


Fördern von Kontakten mittels Veranstaltungen



Um was geht es?

Durch die Präsenz der Unternehmen bei Veranstaltungen, Konferenzen, Workshops, Kontaktmessen oder sogenannten „Partnering days“ soll das Image der Firma gesteigert werden. Darüber hinaus bietet ein solcher Rahmen die Möglichkeit, informelle Kontakte mit den Hochschullehrern und -lehrerinnen und den Studierenden zu knüpfen.

Immaterielles Kapital?



Welchen Nutzen hat der Betrieb?

Die meisten Hochschulen bieten den Unternehmen die Möglichkeit Veranstaltungen mitzufinanzieren und -organisieren. Dadurch bietet sich den Firmen ein Rahmen, aktuelle Forschungsergebnisse auszutauschen, für ihr Unternehmen zu werben und wichtige Kontakte zu knüpfen.

Diese ersten Kontakte sind nicht selten der Anstoß zu weiteren Kooperationen zwischen Fachleuten und Unternehmen. Darüber hinaus können die Unternehmen auf sog. Firmenkontaktmessen Rekrutierung von Nachwuchskräften betreiben.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Im Rahmen der Initiative:



Projektträger:

Gesellschaft für soziale Unternehmensberatung mbH



Projekt:



Kreativität und Innovation im demografischen Wandel ▶

Wie wird vorgegangen?

- Die Unternehmen informieren sich über mögliche Veranstaltungen an der präferierten Fachhochschule oder Universität. Die hierfür benötigten Informationen findet man auf der Homepage der Hochschule (meist unter der Rubrik *Sponsoring* oder *CareerService*) oder man wendet sich an spezielle Kontaktunternehmen wie an die *bonding-studenten-initiative e.V.*
- Die Kontaktinitiativen und die Hochschulen bieten für jeden finanziellen Rahmen die geeigneten Präsentationsplattformen (Logopräsenz, Unternehmensstände, Vortragsmöglichkeiten etc.). Häufig werden sog. „Partnering days“ zusammen mit der Hochschule organisiert.
- Aus ersten informellen Kontakten können strategische Partnerschaften entstehen oder Nachwuchskräfte rekrutiert werden.

Welcher Aufwand ist erforderlich?

Das Unternehmen präsentiert sich auf verschiedenen Veranstaltungen der Hochschule z. B. durch das Aufstellen von Unternehmensständen oder mit Hilfe der Logopräsenz auf verschiedenen Werbemitteln und kann dadurch Kontakte fördern sowie Werbung betreiben.

Was ist besonders zu beachten?

Überdies können Kontaktmessen als Unterstützung der Studierenden beim Einstieg ins Berufsleben gesehen werden, indem diesen beispielsweise von Unternehmensvertretern Bewerbungstrainings angeboten werden.

Erfolgreiche Beispiele:

Die von Studenten der RWTH Aachen gegründete *bonding-studenten-initiative e.V.* veranstaltet jedes Jahr eine Firmenkontaktmesse an elf Hochschulstandorten in Deutschland. Auf den Messen stellen sich zwischen 20 bis 200 Unternehmen vor, unter denen sowohl kleine und mittelständische Unternehmen als auch Großunternehmen und Weltkonzerne vertreten sind. Die Firmen offerieren ihre Praktikumsangebote, offene Studien- bzw. Diplomarbeiten und stellen Einstiegsmöglichkeiten in ihr Unternehmen vor. Die Firmen können, neben der Bewerbung für aktuelle freie Stellen, ihr Unternehmen so präsentieren, dass es dauerhaft in den Köpfen der Studierenden ver-

Gefördert durch:



Im Rahmen der Initiative:



Projekträger:

Gesellschaft für soziale
Unternehmensberatung mbH

gsub



Projekt:



ankert bleibt. Ein erfolgreiches Beispiel für die Institutionalisierung von informellen Kontakten zu Hochschulforschern und -forscherinnen zum Zweck der Ausbildung und Rekrutierung von Nachwuchskräften verkörpert die Kooperation der Deutschen Bahn AG mit dem Netzwerk der deutschen Eisenbahnprofessoren. Alle zwei Jahre findet ein Herbstkolloquium *Careers on Rail* an der TU Dresden statt. Bei dieser Veranstaltung werden den Studierenden Fallstudien gezeigt und Seminare angeboten.

Literatur:

Frank, A.; Meyer-Guckel, V. u. Schneider, C. (2007): Innovationsfaktor Kooperation. Bericht des Stifterverbandes zur Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Hochschulen. Essen.

Konegen-Grenier, C. (2009): Hochschulen und Wirtschaft. Formen der Kooperation und Finanzierung. Köln.

Wissenschaftsrat (2007): Empfehlungen zur Interaktion von Wissenschaft und Wirtschaft. Köln.

Internet Links:

- Bonding: www.bonding.de/web/web.nsf/web/firmen_home_de
- KIT: www.rsm.kit.edu/26.php u. www.rsm.kit.edu/28.php

Anmerkung:

Autor: Dr. Hans-Dieter Schat

Die vorliegende Datei „Fördern von Kontakten mittels Veranstaltungen“ entstammt dem Werkzeugkoffer des Projektes KriDe (<http://www.kride.de/kride/content/werkzeuge.php>). Weitere Informationen zum Projekt KriDe erhalten Sie unter: <http://www.kride.de>.

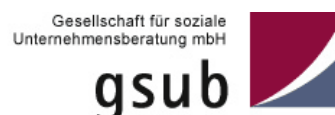
Gefördert durch:



Im Rahmen der Initiative:



Projekträger:



Projekt:

