

# Nachwuchsförderung

Leitfaden der DVGW-Landesgruppe  
Nordrhein-Westfalen



## Stand 12/2014

Die DVGW-Landesgruppe Nordrhein-Westfalen verfolgt mit dem Arbeitskreis „Nachwuchsförderung“ das Ziel, in einem Kreis aus Unternehmen der Versorgungswirtschaft, Vertreter von Hochschulen sowie Verbänden und Beratungsinstitutionen aktuelle Fragen der Nachwuchs- und Fachkräftegewinnung zu diskutieren und den Austausch der genannten Institutionen zu fördern.

Aus den Diskussionen des Arbeitskreises wurde eine Reihe von Ideen zur Personalentwicklung sowie der Förderung der Kommunikation zwischen Hochschulen, Berufsschulen und Versorgungsunternehmen entwickelt, welche für die nachfolgenden Bereiche dargestellt werden:

- Versorgungsunternehmen
- Fachunternehmen und Hersteller
- Verbände

Diese Ideen zeigen Möglichkeiten auf, wie junge Menschen für ein Studium der Naturwissenschaften begeistert oder für den Eintritt in das Berufsleben im Bereich der Gas- und Wasserversorgung gewonnen werden können.

## Inhaltsverzeichnis

1.	Ausgangspunkte für die Nachwuchsförderung und die Personalentwicklung im Gas- und Wasserfach .....	3
2.	Mögliche Aktivitäten für die Versorgungsunternehmen .....	4
2.1.	Maßnahmen . Intern .....	4
2.1.1.	Personal-Marketing .....	4
2.1.2.	Praktika .....	4
2.1.3.	Ausbildung .....	5
2.1.4.	Frauenförderung .....	5
2.2.	Maßnahmen . Extern .....	6
2.2.1.	Schulen .....	6
2.2.2.	Hochschulen .....	6
2.2.3.	Messen, Ausstellungen, Jobmessen .....	7
2.2.4.	Kooperationen .....	7
3.	Mögliche Aktivitäten für Fachunternehmen und Hersteller .....	8
3.1.	Maßnahmen - Intern .....	8
3.2.	Maßnahmen - Extern .....	9
4.	Mögliche Aktivitäten der Verbände .....	10
5.	Mögliche Aktivitäten der Schulen und Berufsschulen .....	12
6.	Mögliche Aktivitäten für den Arbeitskreis „Nachwuchsförderung“ der DVGW Landesgruppe NRW .....	12

# 1. Ausgangspunkte für die Nachwuchsförderung und die Personalentwicklung im Gas- und Wasserfach

Für den Bereich sPlanung und Bauen%fehlen Ingenieure - auf Stellenangebote melden sich wenig bzw. keine Interessenten. Diese Situation wird sich im Zuge des demographischen Wandel noch verstärken. Das erhöht den Druck auf die Unternehmen, sich sichtbar zu positionieren.

Den Jugendlichen, Nachwuchskräften bzw. jungen Bewerbern fehlt die Vorstellung zu den technischen Bereichen und möglichen technischen Berufen. Die Versorgungswirtschaft ist zunächst für Absolventen nicht interessant bzw. spannend%In einer Befragung von Absolventen zeigte sich, dass Absolventen die klassischen Berufe und Anstellungen in Konzernen für eine Erstanstellung attraktiver finden.

Beispielsweise im Rohrleitungsbau bzw. im Netzbetrieb fehlen Auszubildende, Einsparten-Monteur oder auch Kombi-Monteur.

Auf Grund der steigenden Anforderungen in den Versorgungsunternehmen sind zukünftig neben fachlicher Kompetenz insbesondere auch soziale Kompetenzen Mangelware.

Die Trendänderung in der Lebenseinstellung der Generation Y führt zu einer ablehnenden Grundeinstellung zu handwerklichen Berufen und bedarf einer mittelfristigen strategischen Neuausrichtung in der Außendarstellung der Unternehmen (Versorger, Dienstleister, Fachunternehmen).

Hinzu kommt, dass Versorgungsunternehmen in der Regel keine regelmäßigen offenen Stellen vorweisen.

Durch die Änderung der Curricula an den Hochschulen ist der Bedarf an Praktikantenstellen erhöht. Dagegen ist die Bereitschaft der Versorgungsunternehmen, Praktika anzubieten bzw. Praktikanten zu betreuen, nicht ausgeprägt. Hier bedarf es eines Umdenkens in den Unternehmen, den jungen Leuten frühzeitig die Möglichkeit zu geben, die Betriebe bzw. die Branche kennenzulernen.

Junge Leute lesen häufig keine Zeitung, sondern informieren sich in sozialen Netzwerken. Es muss über neue Formen der Kommunikation und der Ansprache nachgedacht werden.

Nachwuchsförderung darf sich nicht nur auf Schüler und Studenten, sondern muss sich auch auf Auszubildende und talentierte Nachwuchskräfte beziehen. Für die zu gewinnenden Berufseinsteiger muss die Sicherheit und Attraktivität eines Arbeitsplatzes gewährleistet sein. Für bestehende Talente müssen Anreize zur Motivation und Weiterentwicklung geboten werden.

## 2. Mögliche Aktivitäten für die Versorgungsunternehmen

Nachfolgend werden Maßnahmen genannt, welche seitens der Versorgungsunternehmen zur Nachwuchskräftegewinnung genutzt werden können.

### 2.1. Maßnahmen Intern

#### 2.1.1. Personal-Marketing

Stadtwerke-Kampagnen sollten auch zur Nachwuchsförderung genutzt werden, indem die Unternehmen an den Info-Beratungsstellen nicht nur zu Themen wie "Energieeffizienz" und tagesaktuellen Themen informieren, sondern diese auch zur Nachwuchsgewinnung nutzen.

Dabei müssen sich die Unternehmen folgende Fragen stellen: "Wie muss sich das Unternehmen präsentieren, um für Jugendliche interessant zu sein?" und "Was kann das Unternehmen tun, um sein Image als Arbeitgeber aufzubessern?". Möglichkeiten sind u. a.:

- Sportangebot
- Gesundheitsprogramme
- flexible Arbeitszeiten
- innovatives und familienfreundliches Weiterbildungsangebot
- Kinderbetreuung
- karrierefremdliche Rückkehr nach Elternzeit
- Vereinbarkeit Familie und Beruf

#### 2.1.2. Praktika

- Optimierung des Internetauftritts sowie Auflistung von Praktika- und Stellenangeboten für Schüler und Studenten
- flexible Laufzeiten, von Kurzpraktika bis längerfristigen Praktika
- Praktikantenplätze oder auch "Schnupper-Praktika" im Versorgungsunternehmen (1-2 Wochen) an den örtlichen Schulen und Hochschulen anbieten - s. auch:

<http://www.liebherr.com/Jobs/de-DE/18813.wfw>

<http://www.azubi-azubine.de/ausbildung/praktikum/schnupperpraktikum.html>

<http://www.stellenboersen.de/praktikum/praktikumsarten/schnupperpraktikum.html>

- Schülerpraktika (2-3 Wochen) mit sProdukt-Erschaffung%in den Unternehmen anbieten unter Berücksichtigung der UVV-Richtlinien
- Schülerpraktika mit sProdukt-Erschaffung%(Ausbildungs-Camps) in Ausbildungszentren anbieten
- Langzeitpraktika für Jugendliche mit schlechten oder keinen Schulabschlüssen (z.B. Einstiegs Qualifizierungsjahr) anbieten
- Interessante Praktika an Hochschulen anbieten

### **2.1.3. Ausbildung**

- Schnuppertage oder Infoabende anbieten
- Stellenangeboten auf der Homepage führen
- Möglichkeit der Onlinebewerbung
- Angebote auf Berufsorientierungsbörsen aushängen und bewerben
- Bewerbung und PR im Radio
- Anzeigen in Schülerzeitungen, Jugendmagazinen, Stadtmagazinen, Kinojournalen etc.
- Übernahme von Praktikanten im Unternehmen als Auszubildende
- Azubis werben Schüler als zukünftige Azubis (Ausbildungsbotschafter)
- Mit Qualität und Inhalt der Ausbildung werben: eigenverantwortlich handelnde Azubis, Projektarbeit, Auslandsaufenthalt, Sprachtraining etc.
- Mit Arbeitsplatzsicherheit, Weiterbildung und Karrierechancen im Betrieb werben
- Mit Anreizen locken: spannende Events, Fahrkostenerstattung, Tablett-PC, Höhe der Ausbildungsvergütung etc.
- Ausbildungsbegleiter zur Unterstützung Schwächerer einsetzen und damit werben

### **2.1.4. Frauenförderung**

- Girls-Days
- Technikkompetenz der Frauen hervorheben
- Mitarbeiterinnen präsentieren sich, um auch Mädchen zu interessieren

## 2.2. Maßnahmen Extern

### 2.2.1. Schulen

Schulkontaktpflege sollten nicht nur zur Produktwerbung sondern auch zur Imagewerbung für die eigene Branche genutzt werden.

An Schulen soll wenn möglich bereits frühzeitig mit der Nachwuchsgewinnung begonnen werden, z. B. mit folgenden Möglichkeiten:

- Technik präsentieren und den Nutzen im Alltag demonstrieren
- realistisches Bild von technischen Berufen und Studiengängen aufzeigen, veraltete Ingenieurklischees aufbrechen
- Azubi-Filme erstellen und in YOUTUBE einstellen, Podcasts zum Download
- Schülerprojekte über das Internet ins Leben rufen (z.B. wie die "Ivent a chip-Initiative" <http://www.bmbf.de/de/6417.php> )
- Ansprache von Schülern (11. und 12. Klasse der Gymnasien bzw. 8. und 9. Klasse des Hauptschul- bzw. Realschulbereichs) zum Besuch der Unternehmen bzw. von Regionalveranstaltungen, bei denen sich die Branchen präsentieren können
- Einrichtung von Übungslehrstätten in Schulen
- Lernpartnerschaften zwischen Unternehmen und Schulen fördern bzw. aufbauen
- Energie-Rallye für Schüler
- Partys in bei Jugendlichen beliebten Einrichtungen organisieren bzw. unterstützen
- Eltern zu bestimmten Veranstaltungen einladen

Dabei können/sollen Personalabteilungen den Kontakt zu den Schulen pflegen, interessierte bzw. relevanten Lehrer ansprechen.

### 2.2.2. Hochschulen

- Themen für Bachelor- und Master-Arbeiten an Hochschulen und Fachhochschulen anbieten evtl. mit späterem Stellenangebot. Das Angebot zu Bachelor-Arbeiten im Unternehmen ist heute nicht grundsätzlich mit einem späteren Stellenangebot verbunden und daher gegebenenfalls für Studenten häufig wenig reizvoll.
- Förderpreise für Abschlussarbeiten anbieten
- Kooperationen zwischen Hochschulen und Firmen, um den Studenten sCredit-Points%zu ermöglichen
- Studenten im technischen Bereich mit kaufmännischen Praktika saufschulen%o
- Fachexkursionen für Hochschulen anbieten (Wasserwerk, Gas-Druckregelmessanlagen, Power-to-Gas-Anlagen, Innovationen)

- Beteiligung an den Wirtschaftsausschüssen der Hochschulen mit der Möglichkeit der Mitgestaltung von Bildungsangeboten der Hochschulen
- Beteiligung an Job-Börsen der Hochschulen
- Kontaktpflege zu Career-Services der Hochschulen
- Gastvorlesungen an Hochschulen (neue Technologien, Zusatzinformationen, die in den Vorlesungen nur wenig behandelt werden)

### 2.2.3. Messen, Ausstellungen, Jobmessen

- Teilnahme bei Jobmessen der Schulen, Hochschulen und Karrieremessen
- Beteiligung an Berufsberatungs-Messeständen
- Gestaltung und Durchführung von Ausbildungsmessen
- Präsentationen der Unternehmen bei bekannten Berufsorientierungsbörsen der örtlichen Schulen zur Motivation der Jugendlichen
- Kooperationen forcieren und persönlich auf Messen junge Menschen rekrutieren
- Produktimage-Werbung (Energie, Wasser etc.) - wie sTage der offenen Tür%verbinden mit Job-Informationen
- Baustellen- bzw. Anlagenbesichtigungen anbieten

### 2.2.4. Kooperationen

- Zusammenarbeit mit Arbeitsagenturen, Industrie- und Handelskammern etc. In die Ansprache der Auszubildenden auch die überbetrieblichen Ausbildungszentren der Bauindustrie, Meister- und Technikerschulen o. ä. einbinden.
- Ausbildungskooperationen von Unternehmen (z. B. Versorgungsunternehmen) mit dem CJD-Bildungswerk o. a.
- Förderung von Ausbildungs-Kooperation der Versorgungsunternehmen untereinander bzw. mit anderen Ausbildungsstätten (Werbung, Ausbildung etc.). Für kleinere Versorgungsunternehmen bieten sich Ausbildungs-Kooperationen mit Regionalversorgern an.
- Ausbildungskooperationen mit Fachunternehmen (Rohrleitungsbauer etc.)
- Praktika in den Ausbildungsstätten des CJD nutzen, um einen Überblick über die hier angebotenen Ausbildungsberufe zu schaffen.
- sTag der Technik%nutzen ( <http://www.tag-der-technik.de/> )
- Bewerbungstrainings etc.
- Erfahrungsaustausch der Ausbilder in den Versorgungsunternehmen fördern

### 3. Mögliche Aktivitäten für Fachunternehmen und Hersteller

Nachfolgend werden Maßnahmen genannt, welche seitens der Fachunternehmen und Hersteller zur Nachwuchskräftegewinnung genutzt werden können.

#### 3.1. Maßnahmen - Intern

- Inhouse-Aktionen wie „Nacht der Unternehmen“ oder ein „Marketing-Workshop“
- Ausbildungskampagnen mit Eltern-Informationsabende der Betriebe, Einstellungstest für potenzielle Auszubildende und Bewerber-Trainings
- Verbreitung von Angeboten für Praktikanten und Werksstudenten, z. B.:
  - Veröffentlichung auf der Unternehmens-Homepage
  - Angebote von Praktikantenplätzen an den örtlichen Schulen und Hochschulen vorstellen/aushängen
  - Schülerpraktika mit „Produkt-Erschaffung“ (Ausbildungs-Camps) in Ausbildungszentren anbieten
  - Schülerpraktika (2-3 Wochen) mit „Produkt-Erschaffung“ in den Unternehmen anbieten unter Berücksichtigung der UVV-Richtlinien

Des Weiteren: Technische Grundpraktika und Übernahme von Praktikanten in Ausbildungsplätze

- Abschlussarbeiten für aktuelle Projekte und nach Bedürfnissen der Studenten, Förderpreise für Abschlussarbeiten

Ziele dieser Maßnahmen sind die

- Darstellung als attraktiver Arbeitgeber
- Sensibilisierung von Führungskräften und Belegschaft zum Fachkräftemangel und die Veränderungen durch den Bologna-Prozess
- Bündelung von Kompetenzen (Trainee-Programm)
- Vereinheitlichung des Vorgehens der Tochtergesellschaften

### 3.2. Maßnahmen - Extern

- Beteiligung an Hochschulmessen
  - Gestaltung und Durchführung von Ausbildungsmessen
  - Identifikation der Zielgruppen-Hochschulen
  - Teilnahme an Messen
- Aktionen an Hochschulen
  - Erstsemestertasche
  - Vorträge der Vertriebsingenieure bzw. Personalverantwortlichen in Vorlesungen bzw. Gastvorlesungen
  - Betreuung von Praxisprojekten
  - Stellenausschreibungen präsentieren
- Nutzung von Kooperationen (IHK)
- Kooperationen mit Hochschulen (Stipendien)
- Kooperation mit Studenteninitiativen
- Partnerschaften zwischen Hochschulen und externen Firmengruppen, um die Auszubildenden auch anschließend im Arbeitsmarkt zu vermitteln
- Einrichtung von Übungslehrstätten in Schulen
- Ausbildungskooperationen mit Versorgungsunternehmen bzw. Netzbetreibern eingehen
- In die Ansprache der Auszubildenden auch die überbetrieblichen Ausbildungszentren der Bauindustrie, Meister- und Technikerschulen o. ä. einbinden.

## 4. Mögliche Aktivitäten der Verbände

Verbände können ihre Mitgliedsunternehmen durch folgende Maßnahmen für die Nachwuchsförderung unterstützen:

- Rahmenbedingungen schaffen, die die Entwicklung und Förderung des Nachwuchses unterstützen.
- Imagepflege, d. h.
  - die Attraktivität der Gas- und Wasserversorger als Arbeitgeber steigern
  - die Verdienstmöglichkeiten in technischen Berufen aufzeigen
  - die Branche als Trendsetter bei Themen wie der Energiewende und Vorreiter in der Entwicklung neuer Technologien präsentieren
  - Die Branche braucht eine "Dachmarke", über die sich Studenten bzw. "Berufsinteressierte" informieren können.
  - Empfehlungen zum Thema Nachwuchsförderung für die Mitgliedsunternehmen entwickeln
- Mediennutzung intensivieren, d. h.
  - Lehrmaterialien erstellen
  - Imagefilme, Schulungsunterlagen, Präsentationen bekannt machen bzw. online verbreiten
  - Schulen Downloads bzw. Unterrichtsmaterialien zur Verfügung stellen
  - Leitfäden für Praktika, Schnuppertage und -wochen entwickeln
  - Medienpakete mit Imagefilmen, Werbematerial und Themenbörsen erstellen
- Zentrale Info-Datenbank aufbauen und pflegen mit
  - Praktikumsbörse für Berufsinteressierte und Studenten auf der DVGW-Seite
  - Diplomarbeits-Angebote
  - Studienangebote
  - Jobvermittlung
- Regelmäßige Informations- und Erfahrungsaustauschrunden ~~s~~Nachwuchsförderung%für Mitgliedsunternehmen anbieten
- Berufs- und Ausbildungskonzepte entwickeln
  - Moderne, zukunftsorientierte Berufsbilder entwickeln
  - Unterstützung bei der Einrichtung von Dualen Studiengängen

- Vorschläge für den modularen Aufbau von Dualen Studiengängen, die anschließend akkreditiert werden sollen durch Akkreditierungsagenturen
- Wahlpflichtfächer entwickeln und an Hochschulen anbieten
- Vorschläge zur Anpassung von Studienfächern bzw. -inhalten
- Werbung für sFrauenfreundliche%Ausbildung bzw. Berufe
- Ausbildungsplätze für duale Studiengänge bekannt machen
- Erfahrungsaustausch der Ausbilder in den Versorgungsunternehmen fördern
- Finanzielle Förderung von sAusbildungs-Töpfen%o
- Förderung der verbandsübergreifenden Kooperation (DVGW, RBV, VDI etc.)
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit Hochschulen
  - Übersichten über relevante Hochschulen erstellen und Hochschulen in der Versorgungswirtschaft bekannt machen
  - Kontaktpflege zu Hochschule (Studenten, Fachschaften, Dozenten)
  - DVGW bekannter machen und Brancheninformationen vermitteln (DVGW-Newsletter anbieten, Ansprechpartner für Hochschulen zur Gestellung von Referenten für Gastvorträge)
  - Stellengesuche für Professuren vermitteln und bekannt machen
  - Die Möglichkeiten der DVGW-Studienpreise unter Studenten bekannt machen
  - Veranstaltungen für bzw. an Hochschulen anbieten, z. B. Landes-Hochschultage
  - Absolventenmessen unterstützen
  - Den Hochschuldozenten Lehr- und Informationsinhalte anbieten
- Kontaktpflege zu Career-Services der Hochschulen
- An MINT-Initiative der Bundesregierung und Industrie beteiligen (Interesse für Mathe, Info, Naturwissenschaften und Technik wecken)

## 5. Mögliche Aktivitäten mit/an Schulen und Berufsschulen

Nachfolgend werden Maßnahmen genannt, welche seitens der Schulen und Berufsschulen zur Nachwuchskräftegewinnung genutzt werden können.

- Ausbildungsgänge interessant gestalten
- Berufe für Frauen öffnen
- Lehrer-Fortbildung sTechnik der Energie und Wassertechnik%o
- Kooperationen mit Versorgungsunternehmen, Fachunternehmern, Herstellern und Verbänden suchen
- Berufsorientierungstage anbieten und Unternehmen/Verbände aus der Region einladen
- Lehrerkooperation zu Unternehmen zur Praktika-/Ausbildungsvermittlung
- Werbung für MINT, Tag der Technik, Energierallye uvm.

## 6. Mögliche Aktivitäten für den Arbeitskreis PNachwuchsförderungÍ der DVGW Landesgruppe NRW

- Kooperationspartner suchen und einbinden.
  - Schulen und Lehrer bzw. deren Dachorganisationen
  - VDI-Landesverband NRW
  - RBV-Landesgruppe NRW
  - VKU-Landesgruppe NRW
  - Ausbildungszentren in NRW
  - Hochschulvertreter
  - Berufsschulvertreter
- Bestandserhebungen zur Nachwuchsförderung in NRW vorbereiten und durchführen
- Überblick der relevanten Studiengänge bzw. Hochschulen im Bereich der DVGW-Landesgruppe
- Erfahrungsaustausch mit Auszubildenden bzw. Studenten führen
- Vorbereitung und Ausgestaltung einer Messeveranstaltung bzw. eines Recruiting-Tags in NRW

- Mustertexte für Stellenausschreibungen entwerfen und empfehlen
- DVGW-Patenschaftsmodell in NRW in Verbindung mit der DVGW-Landesgruppen-Fachtagungen NRW oder anderen geeigneten Informationstagen durchführen. Ggfs. könnten auf Landesebene auch Kontakte zu Schulen oder Berufsschulen hergestellt werden bzw. Patenschaften für Schüler angeboten werden.
- Job-Messen im Rahmen von Fachveranstaltungen (GAT/WAT, BG-Fachtagungen NRW, o.ä.)