



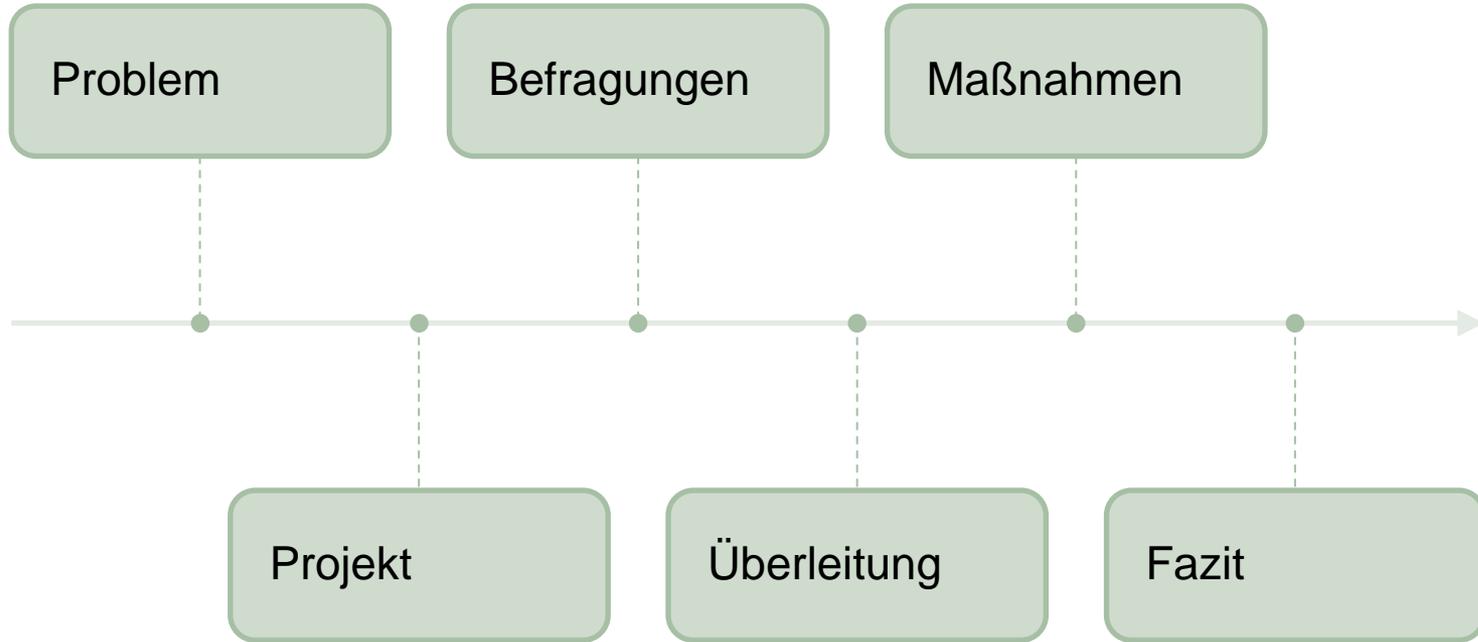
Gewinnung und Bindung von Schüler*innen für den Tourismus in Lübbenau/Spreewald

Hochschule Bremen
Learners' Company



- Angewandte
Freizeitwissenschaft und
Tourismusmanagement
- Hochschule Bremen 4.
Semester

Inhalt



01 Problem

Problem

Fehlen von Nachwuchsfachkräften in
touristischen Betrieben im Spreewald

02 Projekt

Zielsetzung

Die Entwicklung von Umsetzungs-
konzepten zur Gewinnung und Bindung
von Schüler*innen für den Tourismus in
Lübbenau/Spreewald

Methodik

Experten- interviews

- Leitfadengestützte Interviews
- 11 Expert*innen aus der Tourismusbranche in Lübbenau

Gruppen- diskussionen

- Gruppen-diskussion in 2 Klassen (8 & 11)
- Paul-Falisch-Gymnasium und Oberschule Ehm-Welk

Schüler*innen- befragung

- Befragung der Schüler*innen über einen Online-Fragebogen
- Klassenstufen 7-10

03 Befragungen

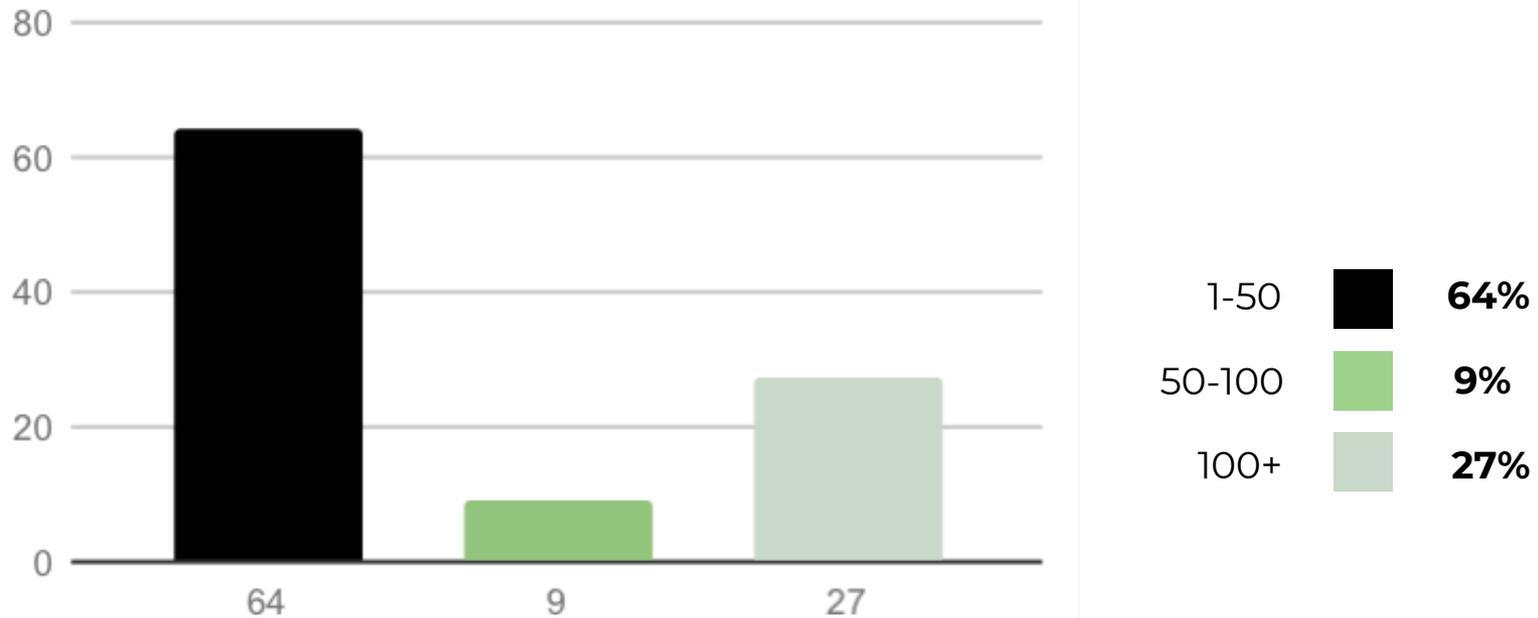


Expert*innenbefragungen

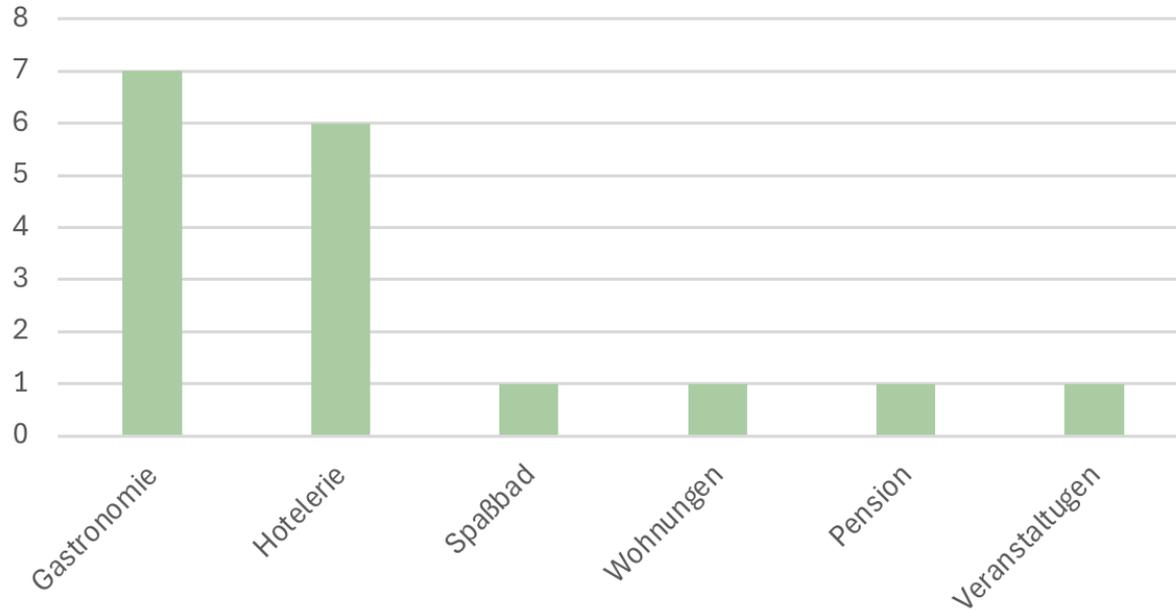
Expert*innen-Mix

- Schloss Lübbenau
(Personalleitung)
- WIS (Geschäftsführung)
- Wotschofska (Inhaber)
- Zum Grünen Strand der Spree
(Inhaber)
- Spreewelten Hotel (Hotelleitung)
- Gasthof Mühle (Inhaber)
- Tannenwinkel (Inhaber)
- Spree.land (Inhaber)
- Spreewaldeck (Inhaber)
- Spreewelten Bad (2x;
Marketingleitung,
Geschäftsführung)

Expert*innen-Mix - Mitarbeitendenzahl



Expert*innen-Mix - Segmente (Mehrfachnennung möglich)



Kernaussagen zu folgenden Themenbereichen:

- Ausbildung & duales Studium
- Praktikum
- Zukunftstag
- Infotage
- Social Media

Auszubildende / duale Studierende

- Knappheit
- Hohes Interesse an der Einstellung
- Die meisten bilden bereits aus
- Verschiedene Erfahrungen



- Interesse/Leidenschaft
- Soziales
- Eigene Ideen

Praktikum

Alle Leistungsträger:

- hätten Interesse an der Einstellung von Praktikant*innen
- haben einen Platz für die Erfüllung des Pflichtpraktikums
- Sehen einen Sinn darin Praktika anzubieten
- Viele der Erfahrungen mit den Praktikant*innen waren positiv

Praktikum



Aber...

- Es wird wenig Interesse von den Schüler*innen wahrgenommen
- Es gibt eher weniger Bewerbungen
- Vor allem die Betriebe aus der Gastronomie sehen sehr wenig Interesse

Zukunftstag

Wenig Unternehmen nehmen am
Zukunftstag teil

Warum?

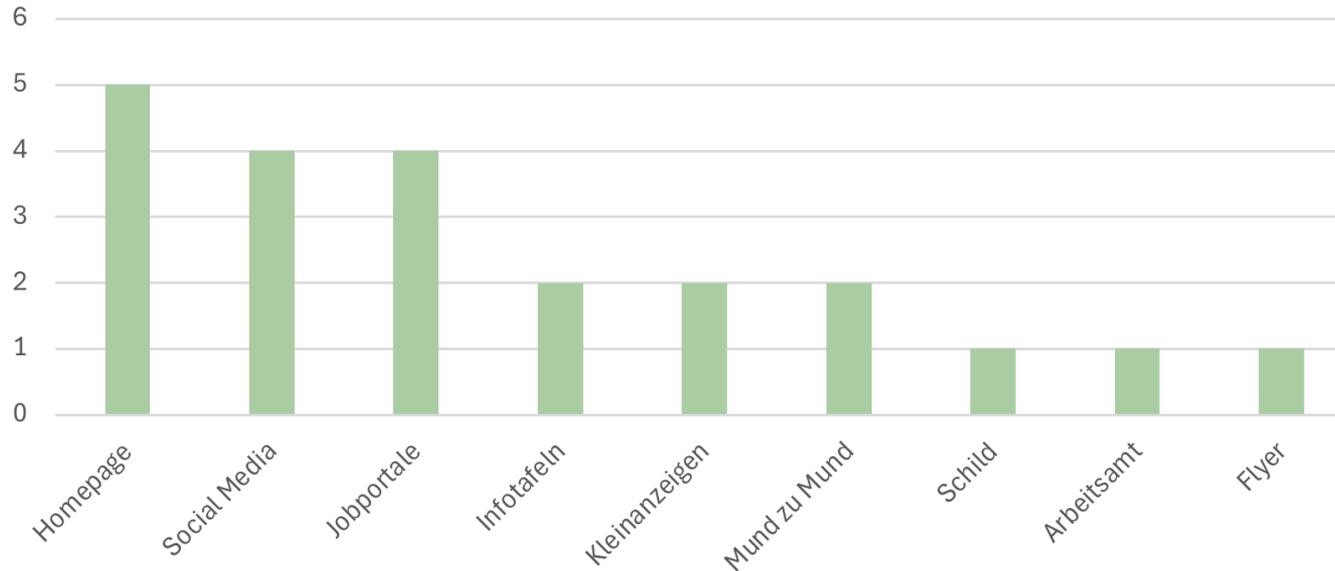
- Zu wenig Informationen
- Zu viel Aufwand
- Keine Kapazitäten
- Man sieht keinen Sinn dahinter

Erfahrungen

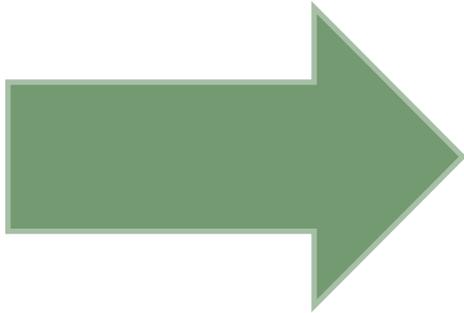
- Guter erster Kontakt
- Motivierte Kinder
- Allerdings auch zeitaufwendig

Generelles

- Wo werden Stellenanzeigen hochgeladen? (Mehrfachantwort möglich)



Generelles



- alle können sich vorstellen, bei einer Onlineplattform mitzumachen
- Jedoch: einige Bedenken

Infotage

- **Problem:** nur größere Unternehmen nehmen an Infotagen teil
- **Wahrnehmung:** „Schüler*innen nehmen nur aufgrund des unterrichtsfreien Tages an Infotagen teil“



Infotage

- **Wünsche der interessierten Unternehmen:**
 - junge Menschen ansprechen und gewinnen
 - qualifizierte Gespräche führen
- **Gründe für Desinteresse der Unternehmen:**
 - zu schüchtern/zu klein
 - haben keine Kapazitäten an Infotagen teilzunehmen
 - kein Nutzen



Genutzte Social Media Plattformen bei Unternehmen (10)

9

Instagram

8

Facebook

Social Media

- Für die Mehrheit: Social Media Präsenz ist wichtig
- Die aktiven Unternehmen versuchen ihren Content zu verbessern
- Überwiegend Content über Essen oder das Haus
- Vereinzelt Social Media Beauftragte

Wie kann man die Gewinnung und Bindung von Schüler*innen fördern?

- Die Mehrheit der Unternehmen sagt: „**Wir müssen uns gegenseitig vermarkten und zusammenarbeiten!**“

Weitere Meinungen einzelner Unternehmen:

- Vernünftige Bezahlung
- Lust auf die Branche machen
- Benefits anbieten

Schüler*innenbefragungen

Ergebnisse zur Auswertung und Präsentation

Anzahl der Schüler*innen in Lübbenau: 929

Anzahl Teilnehmende insgesamt: 365

davon Anzahl nutzbare Daten: 321

Nach Geschlechtern:

Männlich: 140

Weiblich: 175

Divers: 6

Nach Schule:

Paul-Fahlisch Gymnasium: 149 (von 627)

Oberschule Ehm Welk: 170 (von 302)

Fragebogen zur Umfrage „Arbeitskräftegewinnung im Spreewald“

Liebe Schülerinnen und Schüler,

diese Umfrage wurde im Rahmen des Projekts „Arbeitskräftegewinnung im Spreewald“ der Studierenden der Hochschule Bremen erstellt. Mithilfe dieser Umfrage möchten wir das berufliche Interesse von Schülerinnen und Schülern in der Tourismusbranche im Spreewald erfassen und anschließend ein Konzept entwickeln, wodurch die Tourismusbranche für euch noch interessanter werden kann. Eure Antworten werden anonym verarbeitet, streng vertraulich behandelt und keinesfalls an Dritte weitergegeben.

Die Beantwortung der Umfrage dauert maximal 10-12 Minuten.

Vielen Dank für eure Teilnahme!
Eure Studierenden der Hochschule Bremen

1. Hast du schon einmal an einem Betriebspraktikum teilgenommen?

- Ja
- Nein

2. Hast du am gestrigen Zukunftstag teilgenommen? Wenn ja, was hat dir besonders gefallen und was überhaupt nicht?

3. Hast du bereits Erfahrungen über das Arbeiten im Tourismus gesammelt? (Mehrfach-Auswahl möglich)

- Meine Eltern/Freunde/Verwandten arbeiten in der Tourismusbranche

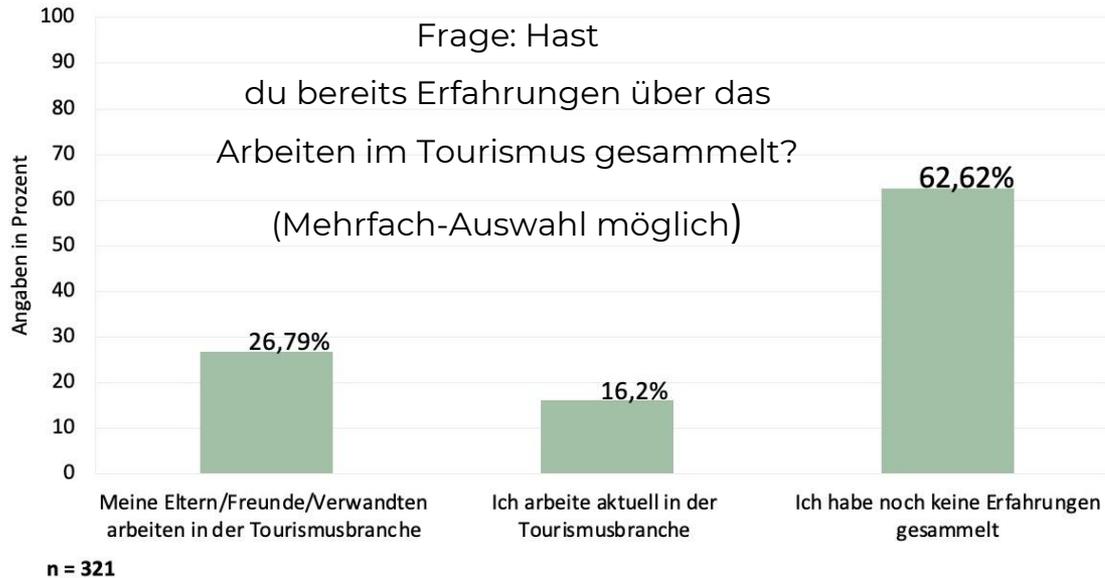
Schüler*innenbefragung

- **Ziel:** berufliches Interesse der Schüler*innen in der Tourismusbranche im Spreewald erfassen
- **Anschließend:** Konzept entwickeln, wodurch die Tourismusbranche zum Arbeiten noch interessanter für Schüler*innen werden kann

Interesse am Arbeiten im Tourismus

- Am ehesten können sich die Befragten vorstellen in folgenden Bereichen der Tourismusbranche zu arbeiten:
- Gastronomie
- Freizeitpark / Freizeitbäder etc.

Arbeitserfahrungen im Tourismus



- mehr als die Hälfte der Befragten haben noch keine Erfahrungen über das Arbeiten im Tourismus gesammelt

Beliebte Aufgaben bei der Arbeit im Tourismus

1. Einblick in verschiedene Bereiche erhalten
2. Bei der Entwicklung von Social-Media Plänen unterstützen



Wunsch nach Online-Plattform

- Ca. 79%: Wunsch nach spezifischer Online-Plattform zur Auflistung aller Stellenangebote der Tourismusbranche
- für Praktika, Ausbildung, duales Studium und Minijob

Interesse am Arbeiten und Praktikum im Tourismus

Arbeit im Tourismus

**(starkes + sehr starkes
Interesse)**

1. Großes Unternehmen: 38%
2. Gastronomie: 29%
3. Freizeitpark/Freizeitbäder etc.: 29%
4. Airline: 25%
5. Eventorganisation: 24%
6. Hotel: 20%
7. Kahnfahrt-Unternehmen: 11%
8. Destinationsmanagement: 5%

Praktikum im Tourismus

**(starkes + sehr starkes
Interesse)**

1. Großes Unternehmen: 40%
2. Freizeitpark/Freizeitbäder etc.: 30%
3. Gastronomie: 30%
4. Eventorganisation: 28%
5. Airline: 26%
6. Hotel: 17%
7. Kahnfahrt-Unternehmen: 13%
8. Destinationsmanagement: 6%

Erwartungen an ein erfolgreiches Praktikum

1. Spaß
2. Gutes Arbeitsklima
3. Erfahrungen
4. Lernen
5. Menschen kennenlernen, Umgang mit Menschen
6. Geld verdienen
7. Einblick hinter die Kulissen
8. Klarheit über Beruf

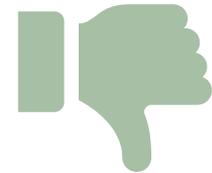
Zukunftstag

- Gut gefallen:
 1. Alles/allgemein gut gefallen
 2. Einblick in den Beruf/verschiedene Berufsfelder
 3. Nette Mitarbeiter, gutes Arbeitsklima
 4. Arbeit mit Kindern
 5. Mitmachen, selber etwas machen

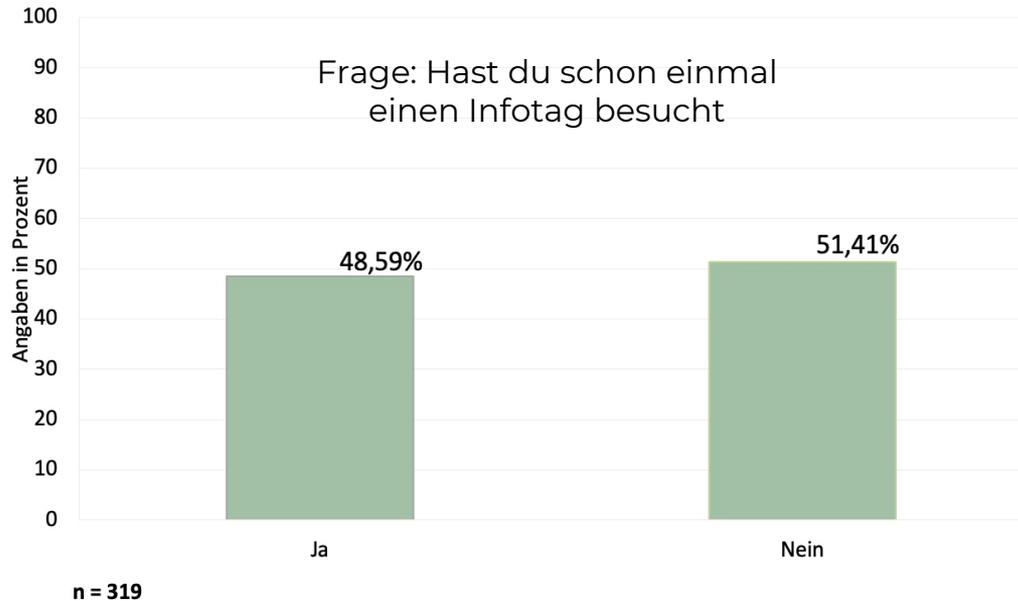


Zukunftstag

- Nicht gefallen:
 1. War aber auch anstrengend
 2. Kinder haben Lärm gemacht, respektloses Verhalten
etc.
 3. Durfte nicht viel machen
 4. Putzen



Infotage



- "Tag der Ausbildung und Studienorientierung" innerhalb der Schule
- Messen außerhalb der Schule

Informationen/Erkenntnisse, die sich Schüler*innen bezüglich Infotagen wünschen

1. Informationen über das Arbeitsklima
2. Informationen über die Aufgaben als Praktikant*in
3. das Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten
4. Informationen über die Anforderungen an die Praktikant*in
5. Begleitet mit gutem Infomatierial
6. Die Vermittlung, dass die Arbeit junger Menschen in dem Unternehmen wertgeschätzt wird

Infotage

47%

der Schüler*innen würden sich (am ehesten) eine Infoveranstaltung zu „Minijobs im Tourismus“ wünschen

Social Media

Meistgenutzte Plattformen

95%

WhatsApp

86%

Instagram

83%

YouTube

82%

TikTok

Nutzungsverhalten Social Media

51%

besuchen Social-Media
Unternehmensseiten, um sich
über ein Unternehmen zu
informieren

Auf welchen
Plattformen suchen
sie?

64,58% auf Instagram

50,47% auf TikTok

33,86% auf YouTube



Welche Inhalte möchten Schüler*innen auf Social Media sehen?

1. Aktuelle Projekte
2. Einblicke hinter die Kulissen
3. Angebot der Schüler*innenjobs und Praktikumsplätze

Gruppendiskussion

Themenfelder:

Heimat, Tourismus, Zukunftspläne

Aufbau der Gruppendiskussion

Gruppendiskussion in einer 8. Klasse (Oberschule)

- Teilnahme von 8 Schüler*innen
- Rest der Klasse wurde in 3 Gruppen aufgeteilt zum beobachten und mitschreiben
- Ca. 40 Minuten

Aufbau der Gruppendiskussion

Gruppendiskussion in einer 11. Klasse (Gymnasium)

- Teilnahme von 9 Schüler*innen
- Rest der Klasse wurde in 3 Gruppen aufgeteilt zum beobachten und mitschreiben
- Die meisten Schüler*innen kommen nicht aus Lübbenau
- Ca. 1 Stunde

Thema Heimat

- Die Schüler*innen fühlen sich mit ihrer Heimat verbunden
- Wunsch nach mehr Freizeitangeboten
- Wünschen sich weniger Beeinträchtigung durch Touristen



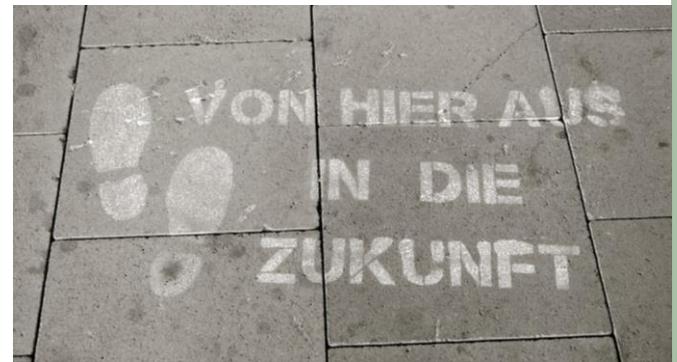


Thema Tourismus

- Attraktivitätssteigerung als Arbeitgeber
 - Gute Arbeitsbedingungen
 - Gutes Gehalt
 - Gute Ausbildung
- wird als altmodisch wahrgenommen

Thema Zukunftspläne

- Ein Praktikum soll Spaß machen
- Von persönlichem Interesse sein
- Tourismus nicht attraktiv genug für Schüler*innen zum Arbeiten



Wie könnten junge Menschen dazu
ermutigt werden, sich aktiv am
Tourismusgeschehen in Lübbenau zu
beteiligen?

Abschlussfrage

Abschlussfrage

Wie könnten junge Menschen dazu ermutigt werden, sich aktiv am Tourismusgeschehen in Lübbenau zu beteiligen?

8. Klasse

- Branche muss moderner werden
- Benefits wie z.B. Freikarten

11. Klasse

- Unternehmen sollen ins Gespräch mit den Schulen gehen
- Schüler*innen wollen sehen welche Angebote es gibt
- Freie Stellen werden nicht genug beworben
- Social Media Präsenz der Unternehmen

Auffälligkeiten, die für die Tourismusbranche nicht förderlich sind

- Am Gymnasium (11. Klasse) zwei ausländerfeindliche Meinungen
- "Ich lebe lieber hier als in der Stadt, weil hier weniger Ausländer sind."
- "Natürlich kann ich auch auf englisch kommunizieren, aber wer nach Deutschland kommt, soll deutsch reden."

04

Strategische Themenfelder

Kernaussagen aus der IST-Analyse

Social Media

Social Media Präsenz
ist wichtig,
Contentverbesserung

Schulprojekte

Vernetzung der Schulen
und Unternehmen

Infoveranstaltungen

Potenzial da, nur
große Unternehmen
nehmen teil

Praktikum

Die Teilnahme am
Praktikum ist wichtig, um
Interesse zu wecken

Ausbildung

Ausbildungen attraktiver
gestalten, Wunsch nach
Onlineplattform

Minijobs

Wunsch nach
Infoveranstaltung von
Schüler*innen

Die strategischen Themenfelder

Praktikumskonzept

- Gestaltung des Praktikums und Zukunftstags

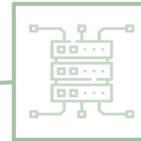


Kommunikationskonzept

- Infoveranstaltungen
- Social Media
- Bewerbungskonzept

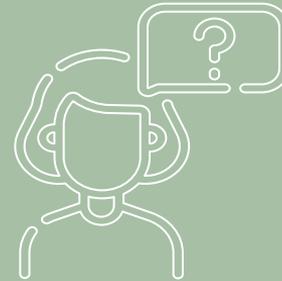
Vernetzungskonzept

- Vernetzung
- Schulprojekte
- Pop-up Workshops



05 Maßnahmen

Kommunikations konzept



Leitfaden „How to Social Media“

- Praxishandbuch Social Media Recruiting: Experten Know-How/Praxistipps/Rechtshinweise von R. Dannhäuser
- Eigene Ideen

LEITFADEN “HOW TO SOCIAL MEDIA”

Um Schülerinnen mehr für Ihr Unternehmen zu begeistern und sie an Ihr Unternehmen zu binden, sollten Sie eine effektive Social-Media-Strategie entwickeln. Hier ist ein Leitfaden, der Ihnen hilft, Ihre Social-Media-Präsenz zu verbessern. Für die SchülerInnen ist Instagram die bevorzugte Plattform, um sich über potenzielle Arbeitgeber zu informieren und Einblicke in deren Unternehmenskultur zu erhalten.

Dein Instagram-Feed: Fotos, Videos und Bildunterschriften richtig nutzen
Der Newsfeed bleibt zentral, obwohl die Story-Funktion an Beliebtheit gewinnt. Inhalte sollten kreativ und interaktiv sein.

Allgemeines

Foto: Format: 1:1 oder 4:5 für bessere Smartphone-Anpassung.
Video: Dauer: Maximal 60 Sekunden.

Posting-Text

- **Länge:** Ideal sind 125–150 Zeichen und neun Hashtags.
- **Hashtags:** Maximale Anzahl: 30. Mischung aus großen und kleinen Hashtags.

Tipps für Hashtags

- **Konkurrenz analysieren:** Lernen Sie von erfolgreichen Accounts.
- **Große und kleine Hashtags mixen:** Erhöhen Sie Reichweite und Relevanz.
- **Inhalt prüfen:** Vermeiden Sie unerwünschte Assoziationen.

Instagram-Stories

Instagram-Stories bieten neue Storytelling-Möglichkeiten. Unternehmen können authentische Einblicke geben, z.B. durch „Takeovers“ von Mitarbeitern oder Influencern.

Tipps für Storys

- **Highlights:** Speichern Sie relevante Inhalte dauerhaft.
- **Authentizität:** Zeigen Sie echte Einblicke in den Arbeitsalltag.

Instagram-Live

Mut macht authentisch

Instagram-Live bietet Echtzeit-Übertragungen und authentische Einblicke. Diese Funktion ist besonders wirkungsvoll, aber wenig genutzt.

Vorteile

- **Authentizität:** Livestreams sind unverfälscht.
- **Aufmerksamkeit:** Push-Nachrichten an Follower.
- **Schnelle Produktion:** Einfache Vorbereitung und Durchführung.

Instagram-TV

Die All-in-one-Entertainment-Plattform

Instagram-TV (IGTV) ermöglicht längere Videos (bis zu 60 Minuten). Obwohl die Verknüpfung zu IGTV nicht direkt auf dem Profil ersichtlich ist, bietet es tiefgehende Einblicke und Storytelling-Möglichkeiten.

Strategie

- **Werbung im Feed:** Nutzen Sie 60-sekündige Teaser im Instagram-Feed, um auf IGTV-Videos zu verlinken.
- Zielgruppenanalyse:** Testen Sie verschiedene Formate und analysieren Sie die View-Zahlen.

Leitfaden Struktur

- Allgemeines: Format, Länge, Hashtags
- Instagram-Storys



Beispiel Instagram Story

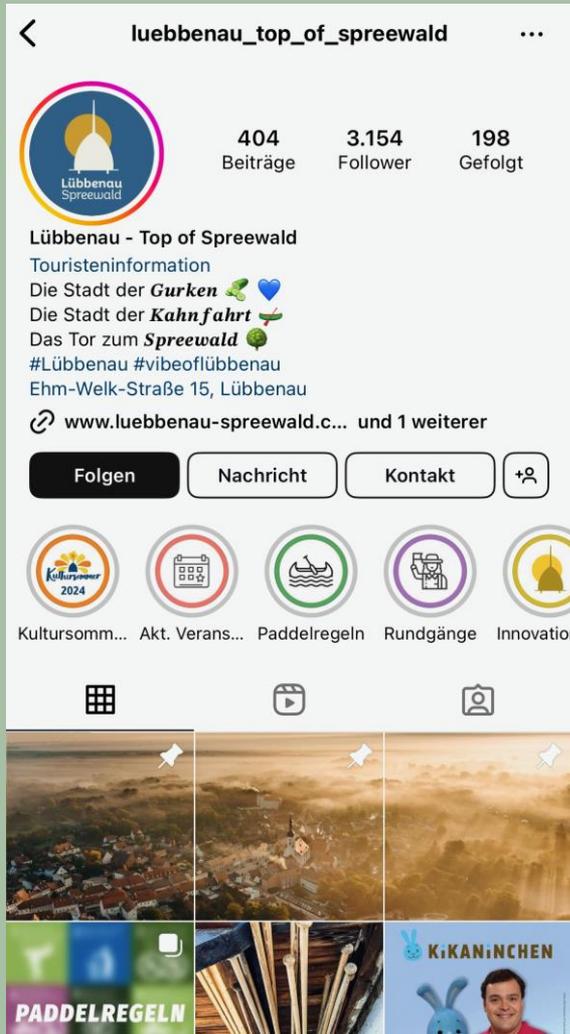


Einblick in den Arbeitsalltag

Leitfaden Struktur

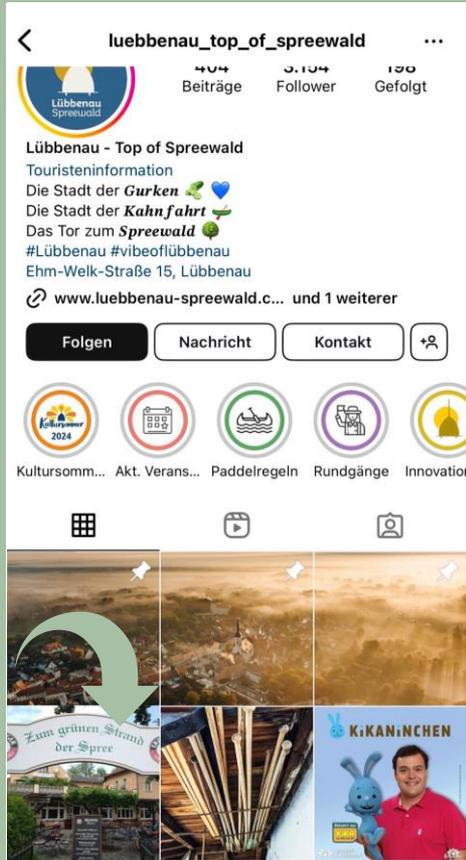
- Allgemeines: Format, Länge ,Hashtags
- Instagram-Stories
- Instagram-Live
- Instagram-TV





Instagram Account

- Touristeninformation Lübbenau



mögliche Inhalte und Formate Instagram

- **Unternehmensvorstellungen:**
Kurzporträts von Cafés, Restaurants, kleinen Hotels und Pensionen, die besondere Geschichten oder Angebote haben

mögliche Inhalte und Formate

- **Mitarbeiter*innen-Interviews:**

Einblicke in den Arbeitsalltag und die
Karrieremöglichkeiten bei diesen
Unternehmen

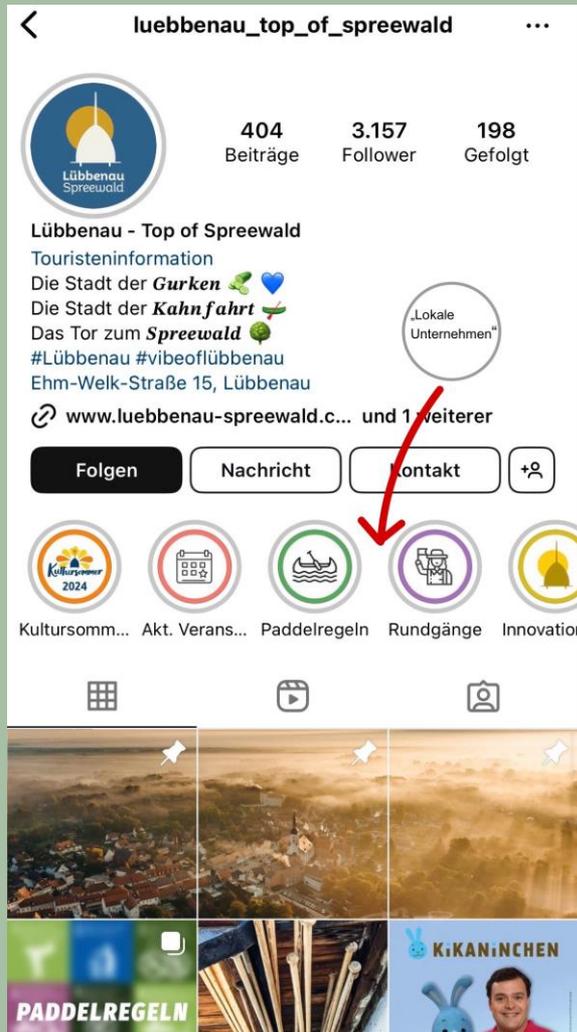


mögliche Inhalte und Formate

- **Job- und Ausbildungsangebote:**

Regelmäßige Posts zu offenen Stellen und Ausbildungsplätzen, die vor allem Schüler*innen ansprechen





Instagram Account

- wöchentlich einen "Local Highlight"-Post einplanen, in dem ein Unternehmen vorgestellt wird

Infotage

- insgesamt würden sich die Schüler*innen am ehesten eine Infoveranstaltung zu „Minijobs im Tourismus“ wünschen



- Durch die Infotage noch mehr Schüler*innen dazu motivieren, in der Tourismusbranche zu arbeiten

Verbesservorschläge zur Umsetzung eines Infotages

- Zusammenarbeit kleinerer Unternehmen
- z.B ein Stand für mehrere gastronomische Einrichtungen



Verbesservorschläge zur Umsetzung eines Infotages

- Auf dem Infotag-Stand laufen Videos der vertretenen Unternehmen
- Video soll dann direkten Einblick in den Unternehmensalltag geben
- Azubis sollten große Präsenz in den Videos haben



Verbesservorschläge zur Umsetzung eines Infotages

- Workshops anbieten

- **Themen:**

Gastronomiemanagement

Eventmanagement

Digitales Marketing





WhatsApp Broadcast Channel

- ✓ Einseitige Kommunikation an viele Empfänger
- ✓ Privatsphäre
- ✓ Unbegrenzte Empfängeranzahl
- ✓ Nur Admins können sich gegenseitig sehen
- ✓ Schüler*innen können mit QR-Code beitreten



WhatsApp Broadcast Channel

Die Formatoptionen:

AUSBILDUNG
bei (Name Unternehmen)

Adresse

TITEL "Ausbildung zu"

BESCHREIBUNG

- Startdatum
- Vollzeit oder Teilzeit
- Angaben Berufsausbildung

AUFGABEN

- Detaillierte Liste der Aufgaben
- xy
- yx
- xy
- xy
- ggf. Mögliche Projektarbeiten

ANFORDERUNGEN

- Wichtige Fähigkeiten

DAS UNTERNEHMEN

- Kurzbeschreibung des Unternehmens
- Unternehmenskultur
- evtl. Unternehmenswerte

Platz für ein Bild

PRAKTIKUM
bei "Gasthof zur Mühle"

Ansprechpartner*in: Herr Mengel
Telefonnummer: 03542 8886740
Email-Adresse Ansprechpartner*in: infokindle.de

Adresse: Dammstraße 2a, 03222 Lübbanau/Spreewald

TITEL "Praktikant im Service" (w/m/d)

BESCHREIBUNG

- Mindestdauer von einer Woche
- Zeit von Februar-Oktober
- Vollzeit

AUFGABEN

- Bestellungen annehmen
- Tische eindecken und abräumen
- Servieren von Speisen und Getränken
- Sicherstellen, dass der Gastroaum sauber und ordentlich ist
- Aufräumen und Reinigen der Tische nach dem Verlassen der Gäste
- Abrechnungen
- Größere Veranstaltungen: Mithilfe auf Hochzeiten, Geburtstagen, etc.

ANFORDERUNGEN

- Freundliches und höfliches Auftreten
- Gute Kommunikationsfähigkeiten
- Kundenorientierung und Dienstleistungsbereitschaft
- Belastbarkeit und Ausdauer

DAS UNTERNEHMEN

- traditioneller und gemüthlicher Gasthof im Herzen des Spreewaldes
- begrenzte Anzahl an Zimmern, die modern ausgestattet sind, sowie hausgegenes Restaurant
- Unternehmenskultur: Freundlich, gemüthlich, regional
- Unternehmenswerte: Qualität, Gastfreundschaft, Nachhaltigkeit

GOOD TO KNOW

- Wir arbeiten mit wöchentlichen Dienstplänen, bei denen die Zeit flexibel eingeteilt werden kann
- Bei uns verdientst du 14€ die Stunde
- Einmal im Jahr veranstalten wir ein



MINI JOB

Ansprechpartner*in: Herr Mengel
Telefonnummer: 03542 8886740
Email-Adresse Ansprechpartner*in: infokindle.de

Service

Adresse: Dammstraße 2a, 03222 Lübbanau/Spreewald

TITEL "Praktikant im Service" (w/m/d)

BESCHREIBUNG

- Mindestdauer von einer Woche
- Zeit von Februar-Oktober
- Vollzeit

AUFGABEN

- Bestellungen annehmen
- Tische eindecken und abräumen
- Servieren von Speisen und Getränken
- Sicherstellen, dass der Gastroaum sauber und ordentlich ist
- Aufräumen und Reinigen der Tische nach dem Verlassen der Gäste
- Abrechnungen
- Größere Veranstaltungen: Mithilfe auf Hochzeiten, Geburtstagen, etc.

ANFORDERUNGEN

- Freundliches und höfliches Auftreten
- Gute Kommunikationsfähigkeiten
- Kundenorientierung und Dienstleistungsbereitschaft
- Belastbarkeit und Ausdauer

DAS UNTERNEHMEN

- traditioneller und gemüthlicher Gasthof im Herzen des Spreewaldes
- begrenzte Anzahl an Zimmern, die modern ausgestattet sind, sowie hausgegenes Restaurant
- Unternehmenskultur: Freundlich, gemüthlich, regional
- Unternehmenswerte: Qualität, Gastfreundschaft, Nachhaltigkeit

GOOD TO KNOW

- Arbeitszeit (flexibel oder fest)
- Vergütung
- Benefits
- Kurze Anweisung zum Bewerbungsprozess/ggf. Probearbeiten

WhatsApp Broadcast Channel

für Job-, Praktikums- und Ausbildungsstellen

Vorteile gegenüber Website:

- Hauptplattform der Schüler (95%)
- Unkomplizierter Zugang
- Erstellung weniger kosten- und zeitintensiv
- Mit WhatsApp im Alltag häufiger in Kontakt
- Reichweite einer Stellenanzeige kann erhöht werden
- Interaktion

Praktikumskonzept

Praktikum im Tourismus

Kernaussagen

- Ca. 83% haben bereits an einem Betriebspraktikum teilgenommen
- Größtes Interesse ein Praktikum zu absolvieren in Gastronomie, Freizeitparks/Freizeitbädern und Eventorganisation

Maßnahmen

- Leitfaden für ein Praktikum
- Checkliste zur Bindung von SchülerInnen
- Zukunftstag Erklärung

Leitfaden
“HOW TO PRAKTIKUM”
für Unternehmen

Willkommen zu unserem Leitfaden für Unternehmen, die Praktikumsplätze anbieten. Dieser Leitfaden bietet wertvolle Informationen und praktische Handlungsvorschläge, um sicherzustellen, dass sowohl rechtliche Rahmenbedingungen als auch organisatorische Aspekte optimal berücksichtigt werden.

Unser Ziel ist es, Ihnen eine nützliche Orientierungshilfe zu bieten, damit das Praktikum für alle Beteiligten – sowohl für die Unternehmen als auch für die Praktikant*innen – reibungslos und gewinnbringend verläuft.

1

VOR DEM PRAKTIKUM

- Festlegen eines Ansprechpartners/Betreuers für den Praktikanten
- Planen möglicher Praktikumszeiträume und -inhalte
- Erstellen eines Ablaufplans mit Aufgaben und Zielen für das Praktikum
- Ausfüllen eines "Personalblatts Praktikum" und Rücksendung an Schule
- Informieren des Praktikanten über Arbeitsbeginn, Treffpunkt, Ansprechpartner
- Rechtliches: Arbeits- und Ruhezeiten, Urlaub, Krankheit, Vergütung, Versicherung und Unfallschutz, Sozialversicherung, schriftlicher Vertrag, Praktikumsbescheinigung

Leitfaden "How to Praktikum"



enthält

- Informationen und
- Handlungsvorschläge,
- insbesondere in Bezug auf rechtliche Rahmenbedingungen und organisatorische Aspekte

2

WÄHREND DES PRAKTIKUMS

- Besprechung der Ziele und des Ablaufplans mit dem Praktikanten
- Umsetzung des Praktikumsplans unter Betreuung
- Tägliche kurze Feedbackgespräche des Betreuers mit dem Praktikanten
- Besuch der Lehrkraft vor Ort

3

NACH DEM PRAKTIKUM

- Ausfüllen der Praktikumsbeurteilung
- Abschlussgespräch mit Praktikant (idealerweise mit Lehrkraft und Eltern)
- Rückmeldung an Lehrkraft zum Ablauf
- Ausstellen einer Praktikumsbestätigung/Zugnis für den Praktikanten

Besonders für Schüler*innen ist es von großer Bedeutung, während ihres Praktikums nicht nur theoretische Kenntnisse zu erwerben, sondern auch praktische Erfahrungen zu sammeln.

Eine gute Betreuung spielt hierbei eine entscheidende Rolle, um den Jugendlichen Einblicke in verschiedene Berufsfelder zu ermöglichen und ihnen Klarheit über ihre beruflichen Interessen und Möglichkeiten zu verschaffen.

Wir hoffen, dass dieser Leitfaden Ihnen dabei hilft, ein effektives und bereicherndes Praktikum zu gestalten, das allen Beteiligten wertvolle Einblicke und Erfahrungen bietet.

Leitfaden "How to Praktikum"



Kernaussage Befragungen

Schüler*innen ist es wichtig, dass sie

- **etwas lernen** und eine
- **gute Betreuung** während des Praktikums erhalten,
- sie möchten **Erfahrungen** sammeln,
- **Einblicke und Klarheit** über Berufe bekommen

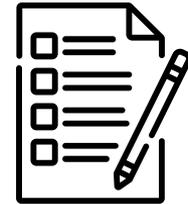
Checkliste zur Bindung von Schüler*innen

Was kann getan werden, um Schüler*innen über das Schulpraktikum hinaus an das Unternehmen beziehungsweise an den Tourismus zu binden?

"Praktikanten sollen nicht in erster Linie eine Hilfe sein, sondern Erfahrungen sammeln"

Checkliste nach erfolgreichem Praktikum

- Wertschätzung und Anerkennung
- Perspektiven aufzeigen
- Kontakt halten
- Weiterbeschäftigung anbieten
- Ausbildung anbieten



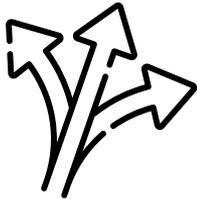
Wertschätzung und Anerkennung

- Feedback-Gespräch
 - Stärken und positives aus dem Praktikum hervorheben
- Zeugnis ausstellen
 - Leistungen und Fähigkeiten nochmal betonen, damit die Schüler*innen auch etwas "in der Hand haben" nach dem Praktikum



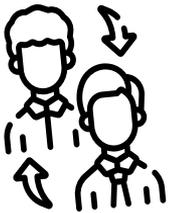
Perspektiven aufzeigen

- Karrierewege aufzeigen
 - Welche Möglichkeiten gibt es im Tourismus?
 - Welche Möglichkeiten gibt es in diesem Unternehmen?



Kontakt halten

- Zu Veranstaltungen einladen
 - Wenn im Anschluss an das Praktikum eine Veranstaltung stattfindet, Schüler*in und Familie dazu einladen
 - Hinterlässt positiven Eindruck



Weiterbeschäftigung anbieten

- Ferienjob anbieten
- Minijob neben der Schule anbieten



Ausbildung anbieten



- Schüler*innen eine Ausbildung in Aussicht stellen
- Wenn Schüler*innen sich einen anderen Bereich aus dem Tourismus eher vorstellen können, dann vermitteln
 - Insgesamt sollen die Schüler*innen an den Tourismus gebunden werden

Der Zukunftstag

Die Fakten

Teilnahme

Viele Schüler*innen haben bereits am Zukunftstag teilgenommen

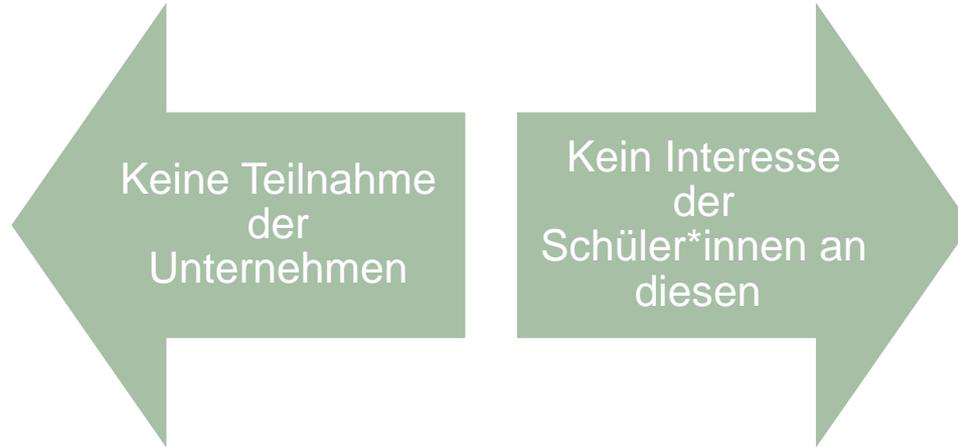
Das Feedback

Die Schüler*innen berichten hauptsächlich positiv vom Zukunftstag

Schulische Unterstützung

Die Schule muss die Teilnahme am Zukunftstag möglich machen

Der Zukunftstag



Der Zukunftstag



Die Website

The screenshot shows the homepage of the website <https://zukunftstagbrandenburg.de>. The page features a navigation bar with the following links: 23. Zukunftstag, Aktionslandkarte, Informationen für ..., Berufliche Orientierung, Kontakt, and Login. A prominent red circular badge in the top left corner indicates the date "3. APRIL 2025". The main content area is divided into four large hexagonal sections, each containing a photograph of a young person and several purple icons representing different career fields: a car, a globe, a wrench, a magnifying glass, a graduation cap, a person with a wheelchair, a person with headphones, a laptop with a circuit diagram, and a hand holding a pen. Below these sections are four colored buttons: a red button for "AKTIONS-LANDKARTE" with a map icon, an orange button for "ANMELDUNG FÜR SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER" with a person and a sign icon, a teal button for "ANMELDUNG FÜR VERANSTALTER" with a calendar icon, and a purple button for "ANMELDUNG FÜR GRUPPEN" with a group of people icon. At the bottom, there is a welcome message: "Willkommen beim Zukunftstag 2025" and a search prompt: "Auf der Suche nach Informationen und Materialien?". A small text at the bottom left reads: "Am 3. April 2025 ist es wieder soweit. Der Zukunftstag für Mädchen und Jungen im Land Brandenburg findet statt: https://zukunftstagbrandenburg.de".

<https://zukunftstagbrandenburg.de/>

05 Maßnahmen - Praktikumskonzept

The screenshot shows the website for the 'Zukunftstag' (Future Day) event. The header includes the logo 'ZUKUNFTSTAG für Mädchen und Jungen im Land Brandenburg' and a date badge for '3. APRIL 2025'. The navigation menu contains: '23. Zukunftstag', 'Aktionslandkarte', 'Informationen für ...', 'Berufliche Orientierung', 'Kontakt', and 'Login'.

The main content area features three large hexagonal graphics, each with several smaller icons representing different fields of study or activities:

- Left hexagon (green):** Contains icons for a globe, a car, a magnifying glass, and a wrench.
- Middle hexagon (orange):** Features a photo of a young woman wearing a yellow beanie, surrounded by icons for a graduation cap, a person in a wheelchair, and laboratory glassware.
- Right hexagon (green):** Features a photo of a young man with headphones, surrounded by icons for a laptop with circuitry, a hand holding a pen, and a group of people.

Below these graphics are four registration buttons:

- AKTIONS-LANDKARTE** (red button with a map icon)
- ANMELDUNG FÜR SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER** (orange button with a sign icon)
- ANMELDUNG FÜR VERANSTALTER** (teal button with a calendar icon)
- ANMELDUNG FÜR GRUPPEN** (purple button with a group of people icon)

The footer contains a welcome message: 'Willkommen beim Zukunftstag 2025' and 'Auf der Suche nach Informationen und Materialien?'. Below this, a paragraph states: 'Am 3. April 2025 ist es wieder soweit. Der Zukunftstag für Mädchen und Jungen im Land Brandenburg findet statt: Jugendliche ab der 7. Klasse können vor Ort im Betrieb oder auch digital Berufsprofile ausprobieren und ihren...'.

The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with a search bar, weather (16°C, Starker Regen), and various application icons. The system clock indicates 19:55 on 18.06.2024.

Leitfaden: „How to Zukunftstag“

Der Zukunftstag oder ehemaliger Girls Day findet jedes Jahr im April statt. Schüler*innen besuchen Betriebe und lernen hier das Unternehmen und mögliche Jobs kennen. Die Schulen der statt Lübbenau unterstützen und animieren die Schüler*innen bei ihrer Teilnahme.

Das Bundesland Brandenburg hat eine Website etabliert, über die die Teilnahme am Zukunftstag ermöglicht werden soll.

Wie Zukunftstag?

Über die Website: <https://zukunftstagbrandenburg.de/>

- ✓ Anmeldung ab November über: Anmeldung für Veranstalter
- ✓ Dort das Registrierungsformular ausfüllen
- ✓ Auf der Aktionskarte ein Angebot einfügen

Was lege ich fest?

- ✓ Ist das Angebot vor Ort oder digital?
- ✓ Wie viele Plätze habe ich für Mädchen und Jungs?
- ✓ Wann findet mein Angebot statt?

Was muss ich planen?

Angebot für den Verlauf eines Schulvormittags, mit den Inhalten:

- ✓ Vorstellung/ Rundgang durch das Unternehmen
- ✓ Informieren/ Fragerunde mit Mitarbeitenden
- ✓ Praktisches Arbeiten anbieten
 - Beispieltweise einzelne Abläufe zeigen
 - Die Schüler*innen wollen und sollen mitarbeiten

Nützliche Infos

- ✓ Versicherung für die Teilnehmenden über Website
 - Unfall- und Haftpflichtversicherung
- ✓ Teilnahmebescheinigung auf der Website
- ✓ Film- und Fotofreigabe auf der Website
- ✓ Plakate und Werbematerialien auf der Website

Leitfaden "How to Zukunftstag"

- Ein Leitfaden für die Teilnahme am Zukunftstag über die Website
- Erstellt von den Studierenden



Wie melde ich mich an?

- Gibt Informationen über die Anmeldung als Veranstalter
- ✓ Wann?
- ✓ Wie?
- ✓ Wo?

Wie Zukunftstag?

Über die Website: <https://zukunftstagbrandenburg.de/>

- ✓ Anmeldung ab November über: Anmeldung für Veranstalter
- ✓ Dort das Registrierungsformular ausfüllen
- ✓ Auf der Aktionskarte ein Angebot einfügen

Was muss ich festlegen?

- Rahmenbedingungen die in der Ausschreibung festgelegt werden müssen
- ✓ Angebot vor Ort oder digital?
- ✓ Plätze
- ✓ Wann findet mein Angebot statt?

Was lege ich fest?

- ✓ Ist das Angebot vor Ort oder digital?
- ✓ Wie viele Plätze habe ich für Mädchen und Jungs?
- ✓ Wann findet mein Angebot statt?

Welche Inhalte muss ich planen?

- Zeitlicher Rahmen eines Schulvormittags mit Inhalten:
 - ✓ Vorstellung/Rundgang durchs Unternehmen
 - ✓ Informieren/Fragerunde mit Mitarbeitende
 - ✓ Praktisches Arbeiten anbieten

Was muss ich planen?

Angebot für den Verlauf eines Schulvormittags, mit den Inhalten:

- ✓ Vorstellung/ Rundgang durch das Unternehmen
- ✓ Informieren/ Fragerunde mit Mitarbeitenden
- ✓ Praktisches Arbeiten anbieten
 - Beispielhaft einzelne Abläufe zeigen
 - Die Schüler*innen wollen und sollen mitarbeiten

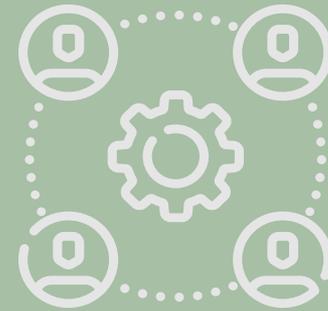
Nützliche Infos

- ✓ Versicherung für die Teilnehmenden über die Website
- ✓ Teilnahmebescheinigung auf der Webseite
- ✓ Film- und Fotofreigabe auf der Webseite
- ✓ Plakate und Werbematerialien auf der Webseite

Nützliche Infos

- ✓ Versicherung für die Teilnehmenden über Website
 - Unfall- und Haftpflichtversicherung
- ✓ Teilnahmebescheinigung auf der Website
- ✓ Film- und Fotofreigabe auf der Website
- ✓ Plakate und Werbematerialien auf der Website

Vernetzungs konzept



Vernetzungs-Ziel

- Unternehmen arbeiten zusammen an gemeinsamen Projekten
- Vernetzung zwischen Branche/Unternehmen und Schulen
- Interesse von Schüler*innen als Arbeitskräfte im Tourismus in Lübbenau



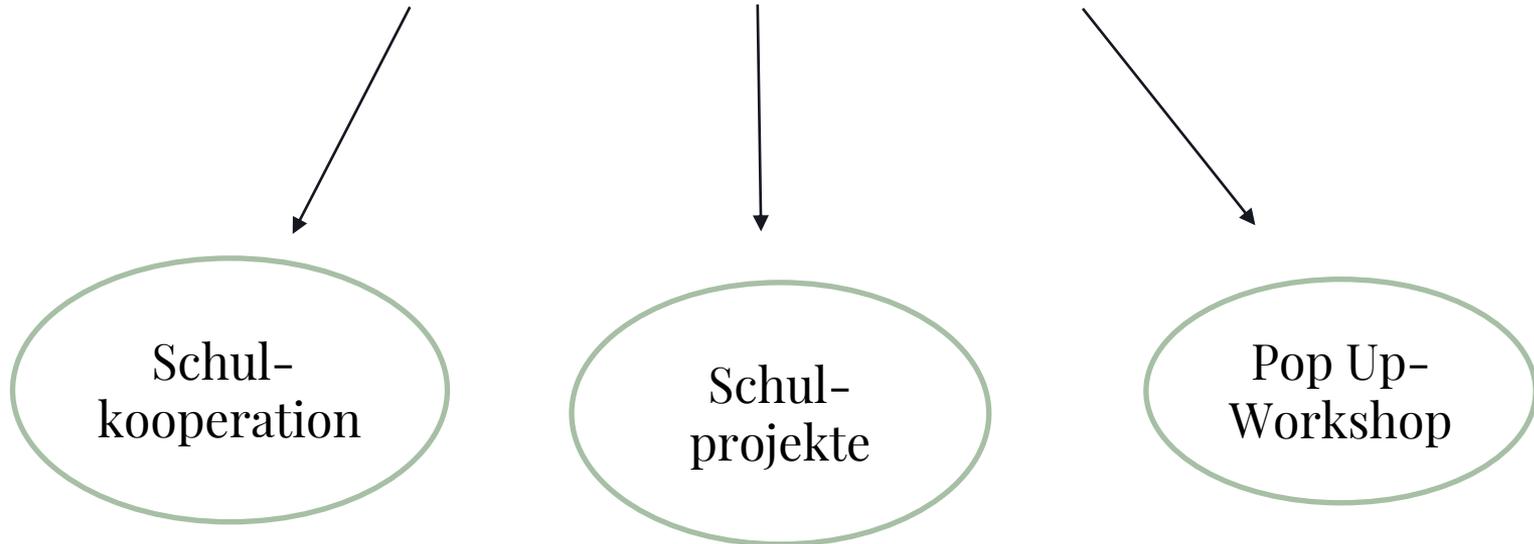
Vernetzungs-Ziel

Warum ?

- Schüler*innen wünschen sich mehr Kontakt zu den Unternehmen
- Die touristischen Unternehmen benötigen mehr lokale Arbeitskräfte

Vernetzungspunkte

Vernetzung der Unternehmen



Vernetzung der Unternehmen- Ziel:

- Stärkung der Zusammenarbeit
- Einbeziehen (auch der kleineren Betriebe)
- Grundlage für alle weiteren gemeinsamen Projekte



Vernetzung der Unternehmen:

Wer ?

- Gastrorunde
- diese sollte durch interessierte touristische Unternehmen Lübbenaus erweitert werden

Was wird besprochen ?

- Schulkooperation
- Schulprojekte
- Pop-Up Workshop
- Infotage
- Weitere Anliegen und Ideen
- Nächste Treffen und Aufgaben

Vernetzung der Unternehmen:

Wie ?

- Durch Treffen 2-3 mal im Jahr
- Die genannten Themen sollen hier besprochen werden
- Leitungsfunktion: Eine Person/ ein Unternehmen übernimmt die Leitung für ein Treffen
- Aufgaben werden verteilt

Wo ?

- Konferenzraum WIS
- Gleis 3
- Anderen touristischen Unternehmen

Schulprojekte - Ziel



- Zusammenarbeit zwischen Schulen und der erweiterten Gastrorunde
- Durch gemeinsame Projekte sollen den Schüler*innen den Tourismus näher gebracht werden und sie für diesen begeistern

Schulprojekte

Warum?:

- Unterstützung im Unterricht & Berufswahlfindung der Schüler*innen
 - > Abnahme von Arbeit
 - > Erlernen von neuen Kompetenzen
- Schüler*innen bekommen erste Vorstellungen von der Arbeitswelt
- Unternehmen können für den Tourismus werben
- Herstellung eines ersten Kontakts zu potenziellen Arbeitskräfte

Schulprojekte



Wer?:

- Schüler*innen der 10. Klasse
- Lehrkräfte
- Schulleitung
- Gastrorunde



Wo?:

- In den Schulen;
im
Schulunterricht



Was?:

- Projekte gestalten

Schulprojekte

- Wie?
 - 1-2 Ansprechpartner aus der Gastrorunde
 - Kooperationsvereinbarung mit den Schulen
 - Gemeinsam werden Projekte geplant
 - Schulen müssen passende Zeiten bereitstellen





Schulprojekte



- Wann?:
 - Häufigkeit muss mit den Schulen abgesprochen werden
 - jedes Unternehmen in der Gastrorunde geht einmal im Jahr im Winter -> außerhalb der Saison
 - jeweils einen Tag in einem Jahrgang (ca. 3 Unterrichtsstunden)
 - Unternehmen verteilt auf mehrere Monate

Schulprojekte

- Neutralitätspostulat
 - Schulen sind nicht dafür zuständig, den Schüler*innen eine Branche näher zu bringen
 - Idee: branchenübergreifende Projekte, z.B.: Bewerbertrainings, Marketing, Verkauf



Schulprojekte - Checkliste



- Langfristige Vernetzung
- Beide Seiten arbeiten zum gegenseitigen Nutzen
- Bei beiden Partnern gibt es einen Ansprechpartner
- Möglichst breite Partnerschaft
-> sowohl im Personal als auch im Angebot
- Erarbeitung von einer gemeinsamen schriftlichen Grundlage
 - > Festlegen von Zielen
 - > beide Partner bringen eigene Beiträge ein
- Volle Transparenz
- Örtliche Nähe & Erreichbarkeit

Pop-up Workshop - Ziel



- Begeistern von Schüler*innen an der Arbeit in touristischen Unternehmen in Lübbenau

Warum?

- Schüler*innen das Handwerk näher bringen
- Unternehmen die Chance geben sich vorzustellen und in Kontakt mit potenziellen Arbeitskräften zu kommen

Pop-up Workshop



Wer?:

- Schüler*innen
- Interessierte am Tourismus
- erweiterte Gastrorunde

Wo?:

- Gleis 3

Wann?:

- ein Wochenende im April, jährlich
- noch nicht in der Saison
- Für Schüler*innen genug Zeit sich zu bewerben



Pop-up Workshop

Was?: verschiedene Angebote:

- Vorträge z.B.: Berufsvorstellung durch verschiedene Unternehmen, Social Skills, Berichte von Berufsanfängern
- Workshops z.B.: Servietten-Falten, Cocktails-Mixen, Service-Gespräch, Social Skills erlernen, Bewerbertraining
- Titel: Tourism Insights

Pop-up Workshop

Wie?:

- Unternehmen der Gastrorunde sollen sich auf ein Datum einigen
- Programm wird besprochen, es sollte möglichst abwechslungsreich und vielfältig sein
- Ablaufplan wird besprochen, welcher den Unternehmen, wie auch den Interessenten zur Verfügung steht und als Orientierung gilt
- die Angebote, die es geben soll, werden besprochen und abgestimmt



Pop-up Workshop



Wie?:

- eigenständige Organisation der jeweiligen Angebote -> kleinere Unternehmen haben durch die Vernetzung die Möglichkeit gemeinsame Angebote anzubieten
- die Unternehmen zeigen möglichst viel Präsenz -> Sympathie
- Eigenfinanzierung der Angebote der jeweiligen Unternehmen
- Unternehmen stellen ihre eigenen Mitarbeitenden und die benötigten Ressourcen zur Verfügung
- Marketingkosten wie z.B. Flyer müssen von allen getragen werden

06

Fazit



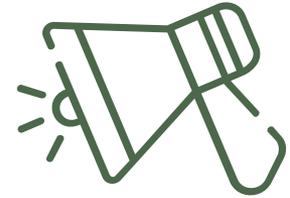
Zusammenfassung

- Projektwahl und Vorbereitung der Exkursion
- Exkursion in den Spreewald
- Datenauswertung
- Maßnahmenentwicklung
- Präsentation in der Hochschule
- Abschlusspräsentation in Lübbenau

Zusammenfassung der Maßnahmen

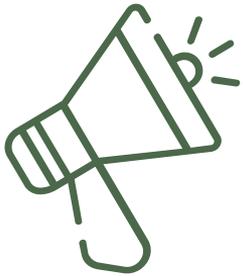
- “How to Social Media”
- Infotage verbessern
- WhatsApp Broadcast Channel
- “How to Praktikum”
- “How to Zukunftstag”
- Vernetzen
- Schulprojekte
- Pop-up Workshops

Appell



Jetzt seid IHR dran!

- ✓ Vernetzt euch!
- ✓ Macht Schulprojekte und Workshops!
- ✓ Seid auf Social Media präsent!
- ✓ Verbessert eure Praktika!
- ✓ Begeistert Schüler*innen! 😊





Vielen Dank!

Für eure Aufmerksamkeit