

SITUATION
analysieren



UNTERNEHMEN
positionieren



FACHKRÄFTE
finden



FACHKRÄFTE
binden



FACHKRÄFTE
qualifizieren



HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Schulkooperation

Impressum

Herausgeber

Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V.
Postfach 10 19 42, 50459 Köln
Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln
www.iwkoeln.de

Redaktion

Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung
Postfach 10 19 42, 50459 Köln
Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln
fachkraefte@iwkoeln.de
www.kofa.de

Autorinnen und Autoren

Christoph Metzler, Dr. Claudia Achtenhagen

Gestaltung und Produktion

IW Medien GmbH, Köln · Berlin

Stand

November 2014

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Inhalt

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Schulkooperation auf einen Blick | 4 |
| 2 | So profitiert Ihr Unternehmen | 4 |
| 3 | So gehen Sie vor | 5 |
| 3.1 | Auswahl der für eine Kooperation geeigneten Schule | 5 |
| 3.2 | Kontaktaufnahme | 6 |
| 3.3 | Maßnahmen zur Erreichung der jeweiligen Ziele | 6 |
| | Vergabe von Schülerpraktika | 6 |
| | Betriebsbesichtigungen | 8 |
| | Berufsorientierungstage | 9 |
| | Gestaltung von Unterrichtseinheiten | 10 |
| | Teilnahme an Projektwochen | 11 |
| | Informationsaufenthalte für Lehrerinnen und Lehrer (Lehrerpraktikum) | 12 |
| | Übernahme von Patenschaften für Juniorfirmen | 13 |
| 3.4 | Wege zur Umsetzung der Maßnahmen | 13 |
| | Anzeigen in Schülerzeitungen | 13 |
| | Mitgliedschaft in Fördervereinen | 14 |
| | Aufbau von direkten Kontakten zu Lehrerinnen und Lehrern | 14 |
| | Kontaktaufnahme mit übergeordneten Institutionen | 14 |
| 4 | So messen Sie Ihren Erfolg | 15 |
| 5 | Bezug zu anderen Handlungsempfehlungen | 15 |
| 6 | Weiterführende Informationen | 15 |



1 Schulkooperation auf einen Blick

Die Zusammenarbeit mit einer oder mehreren Schulen bietet Ihrem Unternehmen die Chance, frühzeitig mit Schülerinnen und Schülern in Kontakt zu treten und sie für Ihr Unternehmen sowie für eine Ausbildung in Ihrem Haus zu begeistern.

Dabei ist es möglich, das eigene Image als Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb zu verbessern.

Sie können mit allgemein- oder berufsbildenden Schulen kooperieren, indem Sie ...

- Schulpraktika anbieten, bei denen junge Menschen die Gelegenheit haben, Ihren Betriebsalltag kennenzulernen,
- Schülerinnen und Schüler zu Betriebsbesichtigungen in Ihr Unternehmen einladen und ihnen dabei die praktischen Tätigkeiten der Ausbildungsberufe in Ihrem Unternehmen nahe bringen,
- an Berufsorientierungstagen, wie beispielsweise dem Girls' oder Boys' Day, bzw. Projektwochen teilnehmen,
- Ihre eigenen Auszubildenden direkt in den Schulen oder auf Informationstagen über die konkrete Ausbildung berichten lassen oder
- Patenschaften für Juniorfirmen übernehmen.

Zudem haben Sie die Möglichkeit, die Bildung der Schülerinnen und Schüler zu unterstützen, indem Sie

- Unterrichtseinheiten mitgestalten oder
- Lehrerinformationsveranstaltungen durchführen.

Zu den Wegen, wie Sie diese Maßnahmen umsetzen können, gehören zum Beispiel

- die Schaltung von Anzeigen/Artikeln in Schülerzeitungen,
- die direkte Kontaktaufnahme zu Lehrerinnen/Lehrern oder Schülerinnen/Schülern oder
- die mittelbare Kontaktaufnahme zur Schule bzw. zu Lehrerinnen und Lehrern über die Mitgliedschaft in Fördervereinen.

Duale Berufsausbildung

Die vorliegende Handlungsempfehlung richtet sich an ausbildende Unternehmen. Eine Kooperation mit Schulen kann aber auch ein erster Schritt zur Ausbildung sein. Mehr dazu, wie Sie die passenden Ausbildungsberufe auswählen und die Ausbildungszeit gestalten können, finden Sie in der Handlungsempfehlung „[Duale Berufsausbildung](#)“.

2 So profitiert Ihr Unternehmen

Die Pflege von Schulkooperationen kann durch die Aufnahme direkter Kontakte zu Schülerinnen und Schülern eine erfolgreiche Personalarbeit erleichtern. Die Vorteile einer Kooperation mit Schulen liegen z. B. in der

- **Stärkung Ihrer Personalauswahl:** Lernen Sie potenziellen Nachwuchs schon während der Schulzeit kennen, können Sie sich als Unternehmen und Ihre Ausbildungsangebote frühzeitig bekannt machen. Dadurch vergrößern Sie den Kreis interessierter Jugendlicher, unter denen Sie später auswählen können.
- **Erhöhung der Passgenauigkeit Ihrer Auszubildenden:** Kennen Schülerinnen und Schüler Berufsinhalte und die an sie gestellten Anforderungen, bekommen sie schon im Vorfeld **genauere Vorstellungen** davon, was sie während der Berufsausbildung zu **erwarten** haben. Dies verringert die Chance, dass sie eine begonnene Ausbildung abbrechen.
- **Stärkung Ihres Images als Ausbildungsbetrieb und Arbeitgeber:** Gerade wenn Sie als kleines oder mittleres Unternehmen (KMU) bislang nicht im Fokus der Öffentlichkeit stehen, bietet sich Ihnen so die Chance, sich als potenziell interessanter Arbeitgeber zu präsentieren. Zudem verbessern Sie Ihr Image als sozial engagiertes Unternehmen, welches Jugendliche bei ihrem Start in den Beruf unterstützt.
- **Verbesserung des Wissensaustauschs:** Eine Kooperation ermöglicht darüber hinaus einen Austausch zwischen Ihrem Unternehmen und der jeweiligen Schule:
 - Es besteht häufig die Chance, durch das Mitgestalten von Unterrichtseinheiten dazu beizutragen, deren Inhalte mit Ihren Bedarfen besser zu verknüpfen.
 - Ihr Unternehmen profitiert ebenso davon, dass es einen Einblick in die Schülerschaft und deren Bildungsstand erhält sowie deren Bedürfnisse und Wünsche an einen späteren Arbeitgeber kennenlernt.

3 So gehen Sie vor

3.1 Auswahl der für eine Kooperation geeigneten Schule

Je nach Schulform treffen Sie auf unterschiedliche Schülerinnen und Schüler mit eigenen Erwartungen an Sie als Ausbildungsbetrieb. Die folgende Tabelle zeigt mögliche Vor- und Nachteile einer Kooperation und späteren Rekrutierung auf:

| | Bedarf Ihres Unternehmens | Häufige Vorteile | Potenzielle Nachteile |
|---|---|---|--|
| Hauptschüler/-innen | Auszubildende | <ul style="list-style-type: none"> • häufig sehr engagierte Zielgruppe (hohes Bewusstsein für die Arbeitssituation vorhanden) • am Ausbildungsmarkt oft vernachlässigte Zielgruppe • geringe Fluktuationsneigung • Zielgruppe für zweijährige Ausbildungen | <ul style="list-style-type: none"> • möglicherweise höherer Betreuungsaufwand als bei älteren Schulabsolventinnen und -absolventen mit höheren Schulabschlüssen • gegebenenfalls begrenztes Entwicklungspotenzial |
| Realschüler/-innen | Auszubildende | <ul style="list-style-type: none"> • Eignung für relativ anspruchsvolle Aufgaben • Potenzial für Weiterbildungen auf Fachhochschulniveau | <ul style="list-style-type: none"> • höheres Risiko eines Unternehmenswechsels (insbesondere bei steigender Nachfrage nach gut ausgebildeten Fachkräften) als bei Hauptschulabsolventinnen und -absolventen • gegebenenfalls höherer Aufwand für weiterführende Personalentwicklungsmaßnahmen als bei Abiturientinnen und Abiturienten |
| Gymnasiastinnen/Gymnasiasten | Auszubildende und dual Studierende | <ul style="list-style-type: none"> • gute allgemeine und theoretische Bildung • Verkürzung der Ausbildungszeit möglich • häufig schon frühzeitig Einsatz auf hohem Niveau möglich • Rekrutierungsbasis für „High Potentials“ • Finanzierung des Studiums als Bindungsmöglichkeit | <ul style="list-style-type: none"> • relativ hohes Fluktuationsrisiko • bei gleichzeitiger Ausbildung von Abiturientinnen/Abiturienten und Real-/Hauptschülerinnen und -schülern Risiko von „Lagerdenken“ |
| Schülerinnen und Schüler berufsbildender Schulen | Auszubildende und ggf. dual Studierende | <ul style="list-style-type: none"> • je nach Abschluss in der Regel mit Realschulabsolventinnen/-absolventen oder Abiturientinnen/Abiturienten vergleichbar • vorhandene (Grund-)Kenntnisse kaufmännischer oder gewerblich-technischer Sachverhalte | <ul style="list-style-type: none"> • Vergleichbar mit denen bei Realschulabsolventinnen/-absolventen oder Abiturientinnen/Abiturienten • In der Regel geringere sprachlich bzw. theoretisch ausgelegte schulische Vorbildung als Absolventinnen/Absolventen allgemeinbildender Schulen |

Ein weiteres Kriterium für die Auswahl einer Schule ist die räumliche Nähe zum Standort Ihres Unternehmens – gerade für KMU ist dies ein wichtiger Faktor. Räumliche Nähe reduziert den Aufwand für Kontaktaufnahme und -pflege. Darüber hinaus sind die Schülerinnen und Schüler häufig noch minderjährig und daher nur begrenzt in der Lage, zu weit von ihrem Heimatort entfernt Maßnahmen wie Praktika aufzunehmen.

Das Angebot und die Gestaltung der Schulformen unterscheiden sich regional. Eine Übersicht über die Bildungssysteme der einzelnen Bundesländer sowie alle in Ihrer Region vorhandenen Schulen samt Ansprechpartnerinnen/Ansprechpartnern finden Sie in den Schuldatenbanken auf der Internetseite des [deutschen Bildungsservers](#).

3.2 Kontaktaufnahme

Ihre direkte Kontaktperson wird im Regelfall die Rektorin oder der Rektor der jeweiligen Schule sein. Hier können Sie auch nachfragen, ob es bereits solche Kooperationen mit anderen Unternehmen oder Netzwerken gibt. Häufig lässt sich an erfolgreiche Programme anknüpfen. Wichtig ist es, mit der Kontaktperson im Vorfeld zu klären, welche Erwartungen und Ziele beide Partner bei einer Kooperation verfolgen. Dabei sollten Sie gegebenenfalls bereits in den ersten Gesprächen auch den konkreten Nutzen einer Zusammenarbeit für die Schule aufzeigen. Damit setzen Sie ein Signal, dass beide Seiten einen direkten Mehrwert von der Zusammenarbeit haben.

Bei Bedarf können Ihnen auch die örtlichen Kammern bei der Suche nach einem passenden Kooperationspartner behilflich sein.

Sind Sie sich mit einer Schule über eine Zusammenarbeit einig geworden, können Sie zugunsten von Sicherheit und Transparenz eine Kooperationsvereinbarung treffen. In dieser werden

- feste Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner beider Seiten,
- geplante gemeinsame Aktivitäten,
- einzusetzende Ressourcen und
- vereinbarte Ziele festgehalten.

Zu einer gelungenen Kooperation gehört auch die Pflege der Beziehungen. Ein schneller Austausch und eine gute Erreichbarkeit verringern potenzielle Reibungspunkte. Regelmäßige Gesprächstermine helfen dabei, den Fortschritt der Kooperation zu überprüfen und möglichen Herausforderungen frühzeitig zu begegnen.

3.3 Maßnahmen zur Erreichung der jeweiligen Ziele

Es gibt vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten einer Schulkooperation. Im Vorfeld sollten Sie bei allen Maßnahmen die folgenden Punkte überprüfen:

| Checkliste Schulkooperation | ✓ |
|---|--------------------------|
| Können Sie eine zentrale Kontaktperson mit pädagogischer und fachlicher Erfahrung in Ihrem Unternehmen bereitstellen, die für die Kooperation verantwortlich ist? | <input type="checkbox"/> |
| Können Sie die Kooperationsangebote jugendgerecht ausgestalten? (z. B. im Hinblick auf Ansprache, Interessen und Neigungen Ihrer Zielgruppe an Schülerinnen und Schülern) | <input type="checkbox"/> |
| Können Sie im Anschluss an die vorübergehenden Tätigkeiten der Jugendlichen in Ihrem Unternehmen den Kontakt aufrechterhalten, bis diese Ihren Schulabschluss haben? | <input type="checkbox"/> |
| Welches Image/Leitbild möchten Sie für Ihr Unternehmen in die Schule transportieren? | <input type="checkbox"/> |

Je nachdem, welches Ziel oder welche Ziele Sie verfolgen, bieten sich folgende bewährte Maßnahmen an:

Vergabe von Schülerpraktika

Mit einem Praktikum in Ihrem Unternehmen ermöglichen Sie Schülerinnen und Schülern einen Einblick in Ihre Arbeitswelt und unterstützen deren Berufsorientierung. Ihr Unternehmen wiederum kann das Praktikum nutzen, um die Jugendlichen und ihre Kompetenzen kennenzulernen. Praktika können Ihnen somit als Entscheidungshilfe bei der Besetzung von Ausbildungsstellen dienen.

Viele Länder sehen zum Zweck der Berufsorientierung in ihren Schulgesetzen für Haupt- und Realschüler/-innen Pflichtpraktika in Betrieben vor. Diese finden im Rahmen der regulären Schulzeit statt. Da die Vermittlung von Praktika meist über die Schule erfolgt, sind Kontaktaufnahmen und angebotene Praktikumsplätze in der Regel sehr willkommen.

Eine ausführliche Unterweisung und Begleitung der Praktikantinnen und Praktikanten sollten Sie ebenfalls sicherstellen. Schülerinnen und Schüler sowie Auszubildende befinden sich aufgrund ihres vergleichbaren Alters auf einer ähnlichen Gesprächsebene. Fragen zu stellen, fällt in diesem Rahmen vielen Jugendlichen daher leichter. Anbieten kann es sich daher, die Begleitung der Praktikantinnen und Praktikanten unter anderem durch Ihre Auszubildenden vornehmen zu lassen. Ein positiver

Nebeneffekt bestünde auch darin, dass Ihre Auszubildenden selbst so die Möglichkeit erhalten, ihre eigene Sozial- und Methodenkompetenz zu schulen.

Da Schulbetriebspraktika und Praxistage als Schulveranstaltungen gelten, sind die Praktikantinnen und Praktikanten über die Schule gesetzlich unfallversichert. Eine Haftpflichtversicherung ist für die Zeit des Schulpraktikums seitens der Schule abzuschließen. Freiwillige Ferienpraktika sind dagegen nicht von einer Schulhaftpflicht umfasst, sodass der Ausgleich von Schäden einzelfallabhängig von der Haftpflichtversicherung Ihres Betriebs oder der Praktikantinnen und Praktikanten beziehungsweise deren Eltern zu übernehmen ist.

Weitere Informationen zu dieser Thematik erhalten Sie auch bei Staatlichen Ämtern für Arbeitsschutz, Ihrer Berufsgenossenschaft oder den Sozialversicherungsträgern.

Für Informationen mit vertiefenden rechtlichen und inhaltlichen Hinweisen in Bezug auf unterschiedliche Formen von Praktika oder Ferienjobs, die Sie Jugendlichen anbieten können, hält die IHK Bonn für Sie online ein [Merkblatt](#) bereit.

Die Ausgestaltung von Schulpraktika sollten Sie mit der jeweiligen Schule abstimmen. Die folgende Checkliste bietet einen Überblick über die typischen Schritte in einem Praktikum.

| Vorgehensweise bei der Durchführung von Schulpraktika | ✓ |
|---|--------------------------|
| Abstimmung des Zeitrahmens des Praktikums mit der Schule bzw. Schüler/in | <input type="checkbox"/> |
| Zusammenstellung eines angemessenen Aufgabenspektrums in Absprache mit der Schule | <input type="checkbox"/> |
| Bestimmung der Mitarbeiter/-innen, die die Praktikantenbetreuung übernehmen sollen | <input type="checkbox"/> |
| Erstellung und Besprechung des Praktikumsplans mit der Schülerin/dem Schüler | <input type="checkbox"/> |
| Erläuterung der Verhaltensregeln und Sicherheitsbestimmungen | <input type="checkbox"/> |
| Konkretes Angebot der Unterstützung bzw. Aufforderung zur rechtzeitigen Nachfrage bei auftretenden Problemen oder Unsicherheit | <input type="checkbox"/> |
| Durchführung eines Abschlussgesprächs mit konkreten Hinweisen z. B. zu Stärken, Entwicklungspotenzialen/-erfordernissen und gegebenenfalls Möglichkeiten eines zukünftigen Arbeitsplatzangebots | <input type="checkbox"/> |
| Ausstellung einer Praktikumsbescheinigung bzw. eines (möglichst individuell gefassten) qualitativen Praktikumszeugnisses | <input type="checkbox"/> |

Eignung der Vergabe von Schulpraktika für ...

Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (+++)

- **Kennenlernen** der Schülerinnen und Schüler vor Ort bei der Arbeit und im Umgang mit Personal,
- **Vorstellung** auch **wenig bekannter Berufe**
- **Bindung** der Schülerinnen und Schüler ans Unternehmen durch Aufzeigen guter Arbeitsbedingungen,
- **Senkung** späterer **Einarbeitungskosten** aufgrund bereits vorhandener Kenntnisse der Unternehmensstrukturen

Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (++)

- **positive Außenwahrnehmung** durch das Anbieten von Stellen für Praktika und
- **Weitergabe von positiven Erfahrungen** durch die Schülerinnen und Schüler

Intensivierung des Wissensaustauschs:

(+)

- **Kommunikation** mit den Schülerinnen und Schülern vor Ort, in der Regel allerdings nicht zu konkreten fachspezifischen Themen

Aufwand/Kosten/Risiken

- Betreuungsaufwand durch Zeiteinsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Bereitstellung von Arbeitsplatz und -mitteln
- Gegebenenfalls Entlohnungskosten
- Risiko von Image-Einbußen bei nicht ausreichender Betreuung

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+)

Betriebsbesichtigungen

Durch Betriebsbesichtigungen erhalten Schülerinnen und Schüler einen Einblick in die Berufs- und Arbeitswelt in Ihrem Unternehmen. Dabei können Sie eine Gruppe von Schülerinnen und Schülern durch verschiedene Abteilungen des Unternehmens führen und von einer Mitarbeiterin oder einem Mitarbeiter (möglichst auch von einer/einem Auszubildenden) den Arbeitsalltag erklären lassen. Die Besichtigung dient der praktischen Veranschaulichung der Arbeitswelt. Zugleich können Sie die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten in Ihrem Betrieb erläutern und dadurch auch das Image Ihrer Firma als attraktiver Arbeitgeber positiv beeinflussen. Bei der Ausgestaltung der Maßnahme ist es von Vorteil, die Lehrerinnen und Lehrer aktiv einzubinden und aktuelle Auszubildende zu Wort kommen zu lassen.

Bei Betriebsbesichtigungen empfiehlt es sich, wie folgt vorzugehen:

| Vorgehensweise beim Anbieten von Betriebsbesichtigungen | ✓ |
|--|--------------------------|
| Absprache des Zeitpunkts mit dem/der zuständigen Ansprechpartner/in der Schule | <input type="checkbox"/> |
| Gegebenenfalls Klärung von Versicherungsfragen | <input type="checkbox"/> |
| Gestaltung einer Tour, die es ermöglicht, das Aufgabenspektrum des Betriebs kennenzulernen und dabei insbesondere die Tätigkeitsbereiche und Abteilungen näherbringt, für die Sie Auszubildende suchen | <input type="checkbox"/> |
| Bestimmung rhetorisch und pädagogisch geeigneter Mitarbeiter/-innen mit Ausbildererfahrung für die Führung durch den Betrieb. Hier kommen auch Ihre aktuellen Auszubildenden oder Mitarbeiter/-innen im Ruhestand infrage. | <input type="checkbox"/> |
| Zusammenstellung von Informationsunterlagen, die die Schüler/-innen im Anschluss an die Betriebsbesichtigung mitnehmen können | <input type="checkbox"/> |
| Klärung organisatorischer Fragen (z. B. Sicherheitsschutz, Namensschilder, Bewirtung) | <input type="checkbox"/> |
| Information der von der Besichtigungstour betroffenen Mitarbeiter/-innen vor Beginn der Führung | <input type="checkbox"/> |
| Durchführung der Betriebsbesichtigung; Aufzeigen der Ausbildungsmöglichkeiten; ggf. Herstellung eines Kontakts zu aktuellen Auszubildenden und dem Ausbildungspersonal | <input type="checkbox"/> |
| Nachbesprechung mit der Lehrkraft | <input type="checkbox"/> |

Eignung von Betriebsbesichtigungen für ...

Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (+/++)

- begrenzt möglich bei einmaligen Betriebsbesichtigungen
- **Beitrag zur Berufsorientierung** von Jugendlichen

Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (++)

- **Steigerung des Bekanntheitsgrads** durch Vorstellung des Unternehmens gegenüber einer relativ großen Gruppe
- **Weitergabe von positiven Eindrücken** durch Lehrkraft und Schülerschaft

Intensivierung des Wissensaustauschs:

(+)

- nur begrenzt möglich bei einem kurzen Besuch

Aufwand/Kosten/Risiken

- einmaliger Zeitaufwand für die Vorbereitung und Durchführung der Betriebsbesichtigung

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+)

Berufsorientierungstage

Im Rahmen von Berufsorientierungstagen lernen junge Menschen die Anforderungen an Auszubildende und Beschäftigte im Arbeitsalltag kennen. Teilweise ist die Durchführung dieser Tage staatlich gefördert und zentral organisiert.

Beim sogenannten [Girls' Day](#) handelt es sich um eine jährliche Aktion, um Mädchen MINT-(Mathematik-Informatik-Naturwissenschaften-Technik)-Berufe näher zu bringen. Das Gegenstück dazu ist der sogenannte [Boys' Day](#), der Jungen Einblick in soziale und gesundheitliche Berufe bietet. Unternehmen können an diesen Tagen ihre Tore öffnen, um jungen Frauen und Männern einen Einblick in ihre Arbeitswelt zu geben.

Bei den verschiedenen Aktionen bietet sich Ihnen die Chance, noch nicht ausgeschöpfte Potenziale an Jugendlichen für Ihr Unternehmen zu begeistern. Dadurch können Sie Vielfalt in Ihrem Unternehmen verankern und gleichzeitig gesellschaftliches Engagement zeigen.

Um einen Berufsvorbereitungstag erfolgreich zu gestalten, sollten Sie folgende Aspekte berücksichtigen:

| Vorgehensweise bei der Teilnahme an Berufsvorbereitungstagen | ✓ |
|---|--------------------------|
| Festlegung der Zielgruppe und entsprechende Auswahl des Berufsorientierungstags, an dem Sie teilnehmen wollen | <input type="checkbox"/> |
| Gegebenenfalls Kontaktaufnahme mit regionalen Arbeitskreisen (nur bei Girls' Day); Planung des Angebots, mit dem Sie sich am Berufsorientierungstag vorstellen wollen | <input type="checkbox"/> |
| Auswahl rhetorisch und pädagogisch geschulter Unternehmensvertreter/-innen (z. B. Ausbildungspersonal) | <input type="checkbox"/> |
| Organisatorische Fragen klären (Sicherheitsschutz, Namensschilder, Bewirtung) | <input type="checkbox"/> |
| Bekanntmachung Ihres Angebots über die lokale Presse und/oder Plakate an interessierten Schulen | <input type="checkbox"/> |
| Durchführung des geplanten Programms | <input type="checkbox"/> |
| Nachbereitung der Veranstaltung zum Gewinnen von Hinweisen, wie zukünftige Berufsvorbereitungstage ausgestaltet sein sollten | <input type="checkbox"/> |

Weitere Checklisten und Hinweise zur Durchführung von bzw. Teilnahme an Berufsorientierungstagen finden Sie beispielsweise auf den Internetseiten zum [Girls' Day](#) bzw. [Boys' Day](#).

| Eignung von Berufsorientierungstagen für ... | | |
|--|--|--|
| Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (++) <ul style="list-style-type: none"> • Wecken des Interesses (bei noch nicht ausgeschöpften Potenzialen) von Schüler/-innen an den auszubildenden – insbesondere wenig bekannten – Berufen • Beitrag zur Berufsorientierung von Jugendlichen | Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (++) <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation als modernes Unternehmen, das Vielfalt schätzt und fördert | Intensivierung des Wissensaustauschs: (+) <ul style="list-style-type: none"> • begrenzt möglich bei einmaliger Veranstaltung und nicht im Vordergrund |
| Aufwand/Kosten/Risiken | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Betreuungsaufwand durch Zeiteinsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern • Risiko von Imageeinbußen bei nicht ausreichender Betreuung | | |

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++), situationsabhängige Eignung: (+)

Gestaltung von Unterrichtseinheiten

Durch die Gestaltung von Unterrichtseinheiten lässt sich das Interesse der Schülerinnen und Schüler für unternehmensrelevante Themen steigern und Sie können Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber darstellen. Die Gestaltung von Unterrichtseinheiten lohnt sich vor allem in unternehmensnahen Fächern wie Informatik, den Naturwissenschaften oder der Wirtschaftslehre. Dabei bietet es sich an, ein unternehmensrelevantes Thema zu behandeln und dieses anschaulich und mit hohem Praxisbezug darzustellen.

Die Unterrichtseinheiten können direkt durch Ihr fachlich und pädagogisch geeignetes Personal, gegebenenfalls unterstützt durch Ihre Auszubildenden, durchgeführt werden. Engagierte Schülerinnen und Schüler lassen sich – je nach zeitlichem Umfang Ihres Einsatzes – möglicherweise bereits so direkt erkennen und für Ausbildungsstellen gewinnen.

Für einen erfolgversprechenden Einsatz im Rahmen des Schulunterrichts empfiehlt es sich, folgende Punkte zu berücksichtigen:

| Vorgehensweise beim Anbieten von Unterrichtseinheiten | ✓ |
|--|--------------------------|
| Absprache des Unterrichtsfachs und der Unterrichtseinheit mit dem/der Ansprechpartner/in an der Schule | <input type="checkbox"/> |
| Auswahl eines/einer pädagogisch und rhetorisch geschulten Mitarbeiters/in und gegebenenfalls geeigneter Auszubildender | <input type="checkbox"/> |
| Auswahl oder Erstellung von Unterrichtsmaterial mit konkretem Praxisbezug und jugendgerechter Darstellung, Rücksprache mit der Lehrkraft | <input type="checkbox"/> |
| Durchführen der Unterrichtseinheiten | <input type="checkbox"/> |
| Nachbesprechung mit der für das Unterrichtsfach zuständigen Lehrkraft | <input type="checkbox"/> |

| Eignung einer Übernahme von Unterrichtseinheiten für | | |
|---|---|---|
| Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (++) | Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (+++) | Intensivierung des Wissensaustauschs: (+++) |
| <ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen der Schülerinnen und Schüler vor Ort • Einflussmöglichkeit auf die Qualifikation potenzieller Auszubildender | <ul style="list-style-type: none"> • positive Außenwahrnehmung durch die Aufgeschlossenheit gegenüber der Verknüpfung von Schule und Praxis • durch regelmäßige Präsentation des Unternehmens gegenüber einer größeren Anzahl von Schülerinnen und Schülern | <ul style="list-style-type: none"> • intensive Diskussionen mit den Schülerinnen und Schülern im Rahmen der Unterrichtseinheiten |
| Aufwand/Kosten/Risiken | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • regelmäßiger Zeitaufwand für Vorbereitung und Halten der Unterrichtseinheit sowie für etwaig abzunehmende Prüfungen (z. B. Referate oder Klassenarbeiten) • vergleichsweise hoher Aufwand über einen längeren Zeitraum | | |

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+)

Teilnahme an Projektwochen

Während einer Projektwoche beschäftigt sich eine Gruppe von Schülerinnen und Schülern intensiv über mehrere Tage mit einem konkreten Thema. Dafür können Sie als Unternehmen die Betreuung eigener Projekte anbieten. Durch die intensive Arbeit mit den Jugendlichen lässt sich deren Interesse an den Aufgaben in Ihrem Unternehmen besonders gut wecken.

Im Rahmen einer solchen Projektwoche können Sie Unternehmensbesichtigungen und/oder Projektstage in Ihrem Betrieb einplanen. Damit schaffen Sie sich eine gute Gelegenheit, Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber darzustellen und Ausbildungsperspektiven in Ihrem Haus hervorzuheben. Darüber hinaus gewinnen die Jugendlichen auf diese Weise eine bessere Entscheidungsgrundlage für die Frage, ob sie sich in Ihrem Unternehmen bewerben sollten.

Folgende Aspekte sollten Sie beachten, damit die Beteiligung an einer Projektwoche gut funktioniert:

| Vorgehensweise bei der Teilnahme an Projektwochen | ✓ |
|--|--------------------------|
| Absprache möglicher Zeitpunkte zur Durchführung einer Projektwoche und deren Dauer mit dem/der Ansprechpartner/-in an der Schule | <input type="checkbox"/> |
| Auswahl eines unternehmensrelevanten Themas mit entsprechenden Fragestellungen in Absprache mit der Lehrkraft | <input type="checkbox"/> |
| Auswahl eines/einer pädagogisch und rhetorisch geschulten Mitarbeiters/-in zur Betreuung | <input type="checkbox"/> |
| Ggf. Bereitstellung von Räumlichkeiten und/oder Organisation einer Betriebsbesichtigung | <input type="checkbox"/> |
| Betreuung der Projektarbeiten | <input type="checkbox"/> |
| Nachbesprechung des Projektablaufs und der Projektergebnisse mit Lehrkraft und Schülerinnen/Schülern | <input type="checkbox"/> |

Eignung einer Teilnahme an Projektwochen für ...

Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung:

(+++)

- Kennenlernen der Schülerinnen und Schüler bei praktischer Arbeit
- Einflussnahme auf die eigene Einschätzung der potenziellen Bewerber/-innen, ob sie ins Unternehmen passen könnten
- Einflussmöglichkeit auf die Qualifikation potenzieller Auszubildender zu Beginn der Ausbildung

Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads:

(++)

- positive Außenwahrnehmung durch die Aufgeschlossenheit gegenüber der Verknüpfung von Schule und Praxis
- Weitergabe von positiven Eindrücken durch Lehrer/-innen und Schülerinnen und Schüler

Intensivierung des Wissensaustauschs:

(++)

- Erarbeitung von betriebsnahen Themen durch Schülerinnen und Schüler
- Kennenlernen von Denkweisen und Aufgabenbearbeitung der Jugendlichen

Aufwand/Kosten/Risiken

- Betreuungskosten durch Zeiteinsatz einer Fachkraft
- Bereitstellung von Arbeitsmaterialien
- Je nach Dauer erhöhter Abstimmungsaufwand mit der Schule
- Nur zu bestimmten Zeitpunkten im Schuljahr möglich

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++), situationsabhängige Eignung: (+)

Informationsaufenthalte für Lehrerinnen und Lehrer (Lehrerpraktikum)

Bei einem Lehrerpraktikum arbeitet eine Lehrkraft für mehrere Wochen oder Monate in Ihrem Unternehmen. Ziel ist die Vermittlung von praxisorientiertem Wissen für den Unterricht. Gleichzeitig können sie diese Gelegenheit zum Wissensaustausch nutzen. Zusätzlich wird Ihr Image als Unternehmen bei einer erfolgreichen Ausgestaltung der Maßnahme positiv beeinflusst. Möglicherweise empfiehlt die Lehrkraft sogar in der Schule Ihr Unternehmen als Ausbildungsbetrieb weiter. Besonders wichtig ist, dass die Betreuung kompetent gestaltet und der Umgang Ihrer Belegschaft mit den Lehrerinnen und Lehrern offen und respektvoll ist.

Worauf sollten Sie achten, wenn Sie Lehrerpraktika planen?

| Vorgehensweise beim Anbieten eines Lehrerpraktikums | ✓ |
|--|--------------------------|
| Bestimmung der Fach- oder Führungskraft, die die Lehrerbetreuung bzw. den Wissensaustausch vornehmen soll/kann | <input type="checkbox"/> |
| Zusammenstellung eines angemessenen Aufgabenspektrums in Absprache mit der Lehrkraft | <input type="checkbox"/> |
| Abstimmung des Zeitpunkts und -rahmens des Praktikums mit der Lehrkraft | <input type="checkbox"/> |
| Erstellung und Besprechung des Praktikumsplans mit der Lehrkraft, Einplanung von Gesprächszeiten | <input type="checkbox"/> |
| Erläuterung von Sicherheitsbestimmungen | <input type="checkbox"/> |
| Durchführung eines Abschlussgesprächs | <input type="checkbox"/> |
| Ggf. Ausstellung einer Praktikumsbescheinigung | <input type="checkbox"/> |

Eignung von Informationsaufenthalten für Lehrpersonal bzw. von Lehrerpraktika für ...

Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung:
(+)

- **Einflussnahme auf die Einschätzung** der Lehrkraft sowie der potenziellen Bewerber/-innen, ob Ausbildungsberuf und Unternehmen passen könnten

Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads:
(++)

- **Weitergabe von positiven Eindrücken** der Lehrerinnen und Lehrer

Intensivierung des Wissensaustauschs:
(+++)

- **Beitrag zur Qualifikation** von Lehrerinnen und Lehrern durch Erfahrungsaustausch und Verdeutlichung der Anforderungen im Betrieb
- **Kennenlernen** von Schulvorgaben, Lehrprogrammen und Wissensvermittlung in den betreffenden Schulen

Aufwand/Kosten/Risiken

- Hoher Betreuungsaufwand durch Zeiteinsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Bereitstellung von Arbeitsplatz und -mitteln
- Risiko von Image-Einbußen bei mangelnder Betreuung bzw. mangelndem Erfahrungsaustausch
- Keine direkte Rekrutierungsmöglichkeit für Auszubildende

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+)

Übernahme von Patenschaften für Juniorfirmen

In vielen Schulen existieren eigene Juniorfirmen, in denen Schülerinnen und Schüler reale Produkte erstellen und verkaufen oder Dienstleistungen anbieten. Sie lernen unter der Anleitung von Lehrpersonen im kleinen Rahmen „spielerisch“ unternehmerische Zusammenhänge kennen. Ihr Unternehmen kann Juniorfirmen in vielfältiger Weise unterstützen: von der einfachen Beratung von Lehrpersonen, Schülerinnen und Schülern bis hin zu weitergehenden Unterstützungen wie der Bereitstellung von Ausrüstung oder einer Beteiligung an der Besitzstruktur.

| Vorgehensweise bei der Übernahme von Patenschaften für Juniorfirmen | ✓ |
|--|--------------------------|
| Prüfung, über welchen Zeitraum welche Ressourcen für die Übernahme und Pflege einer Patenschaft zur Verfügung stehen | <input type="checkbox"/> |
| Absprache möglicher Kooperationsformen mit dem/der Ansprechpartner/-in an der Schule | <input type="checkbox"/> |
| Planung von Art und Umfang der Unterstützungsleistungen sowie deren logistische Umsetzung | <input type="checkbox"/> |
| Bestimmung einer/eines verantwortlichen Unternehmensmitarbeiterin/-mitarbeiters für die Pflege der Patenschaft | <input type="checkbox"/> |
| Regelmäßige Kontaktpflege mit der Juniorfirma zur Beobachtung des Fortschritts bzw. zur Klärung des etwaigen Bedarfs an immateriellen Unterstützungsleistungen | <input type="checkbox"/> |
| Regelmäßige Treffen mit betreuender Lehrkraft zur Qualitätssicherung | <input type="checkbox"/> |
| Nachbereitung des Projekteinsatzes zum Gewinnen von Hinweisen, wie zukünftige Patenschaftsmodelle ausgestaltet sein sollten | <input type="checkbox"/> |

Werbeverbote beachten

Allerdings sollten Sie beachten, dass je nach Bundesland ein Verbot für Werbung, die nicht schulischen Zwecken dient, existieren kann. Daher ist es empfehlenswert, im Zweifelsfall das Schalten von Anzeigen mit der jeweiligen Schulleitung abzusprechen.

3.4 Wege zur Umsetzung der Maßnahmen

Um Ihr Kooperationsinteresse und Ihre damit verbundenen Angebote bekannt zu machen, bieten sich unterschiedliche Wege an:

Anzeigen in Schülerzeitungen

Anzeigen in Schülerzeitungen (gegebenenfalls auch Jahrgangs- oder Abschlusszeitungen) eignen sich besonders, um Stellen für Praktikantinnen und Praktikanten anzubieten, da Sie damit die Zielgruppe direkt erreichen. Darüber hinaus können Sie dort auch auf von Ihnen geplante Gastvorträge aufmerksam machen. Vorteil solcher Anzeigen sind die geringen Kosten für die Erstellung und Veröffentlichung. Eine qualitativ hochwertige Ausgestaltung von Anzeigen lohnt sich in jedem Fall, auch um kritischere Leser/-innen wie Eltern oder Lehrkräfte zu überzeugen. Das Schalten von Anzeigen dient in der Regel der Finanzierung einer Schülerzeitung und hebt so das gesellschaftliche Engagement Ihres Unternehmens hervor.

Eignung der Anzeigen in Schülerzeitungen für ...

| | |
|--------------------------------|-----|
| Schulpraktika | +++ |
| Betriebsbesichtigungen | ++ |
| Projektwochen | ++ |
| Berufsorientierungstage | ++ |
| Patenschaften für Juniorfirmen | ++ |
| Unterrichtsgestaltung | - |
| Lehrerpraktikum | - |

Aufwand/Kosten/Risiken

- Kosten für Anzeigenaufgabe bzw. finanzielle Unterstützung der Schülerinnen und Schüler
- Ggf. Aufwand der Kontaktpflege

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+), keine besondere Eignung: (-)

Eignung der Übernahme von Patenschaften für Juniorenfirmen für ...

| Gestärkte Personalpolitik/Passgenauigkeit und Bindung: (++) | Stärkung des Arbeitgeber-Images und des Bekanntheitsgrads: (+++) | Intensivierung des Wissensaustauschs: (++) |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Einflussmöglichkeit auf die Qualifikation potenzieller Auszubildender • Beitrag zur Berufsorientierung von Jugendlichen | <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßiger und langfristiger positiver Kontakt mit Lehrkräften als auch Schülerinnen und Schülern • durch Messeauftritte und Teilnahme an Wettbewerben mit Juniorenfirmen | <ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung von betriebsnahen Themen durch Schülerinnen und Schüler |

Aufwand/Kosten/Risiken

- Kosten für Betreuungsaufwand durch Zeiteinsatz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Kosten für Unterstützungsleistungen

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+)

Mitgliedschaft in Fördervereinen

Viele Schulen bieten sowohl ehemaligen Schülerinnen und Schülern als auch Unternehmen eine organisierte Plattform an, um als Förderin oder Förderer der Schule aktiv zu werden. Ihr Unternehmen kann der Schule auf diese Weise eine finanzielle Unterstützung zukommen lassen – beispielsweise um Informationsveranstaltungen zu finanzieren. Auch die Bereitstellung von Praktikumsplätzen oder Sachspenden ist eine mögliche Maßnahme. Ihr Unternehmen kann dabei vom direkten Kontakt mit interessierten Partnerinnen und Partnern profitieren. Ebenso kann sich dadurch die Möglichkeit eröffnen, mit anderen Unternehmen in Kontakt zu treten und Netzwerke zu bilden.

| Eignung der Mitgliedschaft in Fördervereinen für ... | |
|--|-----|
| Schulpraktika | +++ |
| Projektwochen | +++ |
| Berufsorientierungstage | +++ |
| Patenschaften für Juniorfirmen | +++ |
| Betriebsbesichtigungen | ++ |
| Lehrerpraktikum | ++ |
| Unterrichtsgestaltung | - |
| Aufwand/Kosten/Risiken | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Kosten für finanzielle Unterstützung der Schule • Aufwand der Kontaktpflege | |

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+), keine besondere Eignung: (-)

Aufbau von direkten Kontakten zu Lehrerinnen und Lehrern

Bereits bestehende Kontakte von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern können eine Schulkooperation maßgeblich erleichtern. Fach- und Führungskräfte aus Ihrem Unternehmen haben möglicherweise aus ihrer eigenen Schulzeit oder durch schulpflichtige Kinder Kontakte zu Schulen und engagierten Lehrerinnen und Lehrern. Diese Kontakte können Sie für die Kommunikation Ihrer Angebote nutzen. Dabei finden sich vielleicht auch engagierte und geeignete Schülerinnen und Schüler, die gern ein Praktikum wahrnehmen würden.

| Eignung des Aufbaus von direkten Kontakten zu Lehrerinnen und Lehrern für ... | |
|--|-----|
| Unterrichtsgestaltung | +++ |
| Projektwochen | +++ |
| Lehrerpraktikum | +++ |
| Patenschaften für Juniorfirmen | +++ |
| Schulpraktika | ++ |
| Betriebsbesichtigungen | ++ |
| Berufsorientierungstage | ++ |
| Aufwand/Kosten/Risiken | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aufwand der Kontaktpflege • Abhängigkeit des Erfolgs der Kooperation von einer Person | |

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+), keine besondere Eignung: (-)

Kontaktaufnahme mit übergeordneten Institutionen

Eine weitere Möglichkeit, Ihre Angebote bekannt zu machen, ist die Kontaktaufnahme zu übergeordneten Institutionen wie Schulämtern, Lehrerverbänden und -gewerkschaften oder den örtlichen Kammern. Diese Organisationen sind häufig gut über die Situation der einzelnen Schulen in ihrem Zuständigkeitsbereich informiert und können Ihnen dabei behilflich sein, eine interessierte Schule zu finden. Dieses Vorgehen ist vor allem in dicht besiedelten Regionen mit einer großen Auswahl an örtlichen Schulen interessant.

| Eignung der Kontaktaufnahme mit übergeordneten Stellen ... | |
|---|----|
| Schulpraktika | ++ |
| Betriebsbesichtigungen | ++ |
| Unterrichtsgestaltung | ++ |
| Projektwochen | ++ |
| Lehrerpraktikum | ++ |
| Berufsorientierungstage | ++ |
| Patenschaften für Juniorfirmen | ++ |
| Aufwand/Kosten/Risiken | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aufwand für Kommunikation mit den zuständigen Kooperationspartnern • Gefahr des Untergehens entsprechender Anfragen im Vergleich zu direktem Kontakt | |

besonders gute Eignung: (+++), gute Eignung: (++) , situationsabhängige Eignung: (+), keine besondere Eignung: (-)

4 So messen Sie Ihren Erfolg

Die folgenden Kriterien können Sie dabei unterstützen, nach einem gewissen Zeitraum zu überprüfen, ob die gewählten Maßnahmen und Wege einer Schulkooperation beibehalten, gegebenenfalls abgeändert oder überdacht werden sollten:

| Ziele | Erfolgsmessung, Indikator |
|--|---|
| Stärkung der Personalgewinnung | <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Anzahl eingehender Bewerbungen sowie der besetzten Ausbildungsstellen • Entwicklung der Verbleibszahlen Ihrer über Schulkooperationen gewonnenen Jugendlichen nach Abschluss der Ausbildung |
| Erhöhung der Passgenauigkeit Ihrer Auszubildenden | <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Qualität der eingehenden Bewerbungen • Entwicklung der Zahl der Ausbildungsabbrüche • Entwicklung der Fehlzeiten |
| Stärkung Ihres Arbeitgeber-Images | <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Anzahl und Qualität der eingehenden Bewerbungen • Resonanz bei Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern oder in Bewerbungsgesprächen • Öffentliche Wahrnehmung als Arbeitgeber anhand der Berichterstattung in der Presse • Ergebnisse von Mitarbeiterbefragungen |
| Verbesserter Wissensaustausch | <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Qualität bzw. Anzahl der aufgenommenen Kontakte zu den Schulen • Entwicklung der Übernahme von Schulstunden • Entwicklung des direkten Austauschs mit Lehrpersonal – z. B. im Hinblick auf die Anzahl absolvierter Lehrerpraktika |

5 Bezug zu anderen Handlungsempfehlungen

Als Unternehmen können Sie Schulkooperationen nutzen, um Ihren eigenen Nachwuchs zu gewinnen. Wie Sie eine spätere Ausbildung erfolgreich gestalten können, lesen Sie in der Handlungsempfehlung „[Duale Berufsausbildung](#)“.

Sollten Sie mittelfristig auch akademisch ausgebildetes Personal benötigen, kann es sich anbieten, auch mit einer Hochschule zu kooperieren. Konkrete Informationen dazu, wie Sie dabei vorgehen können, finden Sie in den Handlungsempfehlungen „[Hochschulkooperation](#)“ und „[Duales Studium](#)“.

6 Weiterführende Informationen

Links

<http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/Landesarbeitsgemeinschaften?open>

Auf der Plattform der Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT finden Sie Informationen und Ansprechpartner in den einzelnen Bundesländern zum Thema „Kooperation zwischen Unternehmen und Schulen“.

www.juniorprojekt.de

Das Portal zu den „JUNIOR – Schüler erfahren Wirtschaft“-Programmen zeigt Möglichkeiten, wie Sie Schülerinnen und Schüler bei der Umsetzung eigener Geschäftsideen unterstützen und davon profitieren können.

Literatur

Behörde für Schule und Berufsbildung (Hrsg.), 2010, Partnerschaft Schulen – Unternehmen; Handbuch mit Praxisbeispielen, Hamburg

<http://www.schule-wirtschaft-hamburg.de/service/downloads/HandbuchPartnerschaftenzwischenSchulenundUnternehmen.pdf>

Bundesministerium für Arbeit und Soziales et al. (Hrsg.), 2011, Praktika – Nutzen für Praktikanten und Unternehmen, Bonn

<http://arbeitsgeber.de/www/arbeitsgeber.nsf/id/B9C3D6415A8D4F4BC1257B8900354D13>

Heintz, B., 2014, Schülerpraktikum – ein Leitfaden für Betriebe, 2. Auflage, Meckenheim

