

Gezielte Kooperation für die Zukunft

Die Besten einer Uni sollen möglichst schnell in das Unternehmen einsteigen, aus diesem Grund intensivieren immer mehr Firmen, auch aus dem Mittelstand, den Kontakt zu Hochschulen. Diese entwickeln ihrerseits, angloamerikanischen Vorbildern folgend, zunehmend ein Interesse, von Unternehmen als Zielhochschule wahrgenommen zu werden.

Gut hundert hoch qualifizierte Bewerbungen bearbeiten Personalchefs in der Regel, um eine ausgeschriebene Position zu besetzen. Im Schnitt widmen sie jeder Mappe rund zehn Minuten. Anschließend führen die meisten mit etwa 20 potenziellen Kandidaten aus der engeren Auswahl telefonische Interviews. Davon kommen 5 bis 6 in die engere Wahl und in ein Assessment-Center. Von Unternehmensseite nehmen etwa fünf Assessoren – wie die Fachbereichsleiter – und ein Rekrutierer teil. Verläuft alles nach Plan, darf sich mindestens ein Anwärter glücklich schätzen. Und vielleicht auch das Unternehmen, sollte sich nach einigen Monaten herausstellen, dass der neue Mitarbeiter die Erwartungen erfüllt und nicht schon mit einem anderen Arbeitsplatz liebäugelt. Personalchefs der großen Unternehmen, aber auch von mittelständischen Betrieben, versuchen zunehmend, solche unbefriedigenden, personalintensiven und teuren Personalbeschaffungen zu vermeiden. »Wir reduzieren breit gestreute Personalmarketingaktionen wie Besuche auf großen Messen und Absolventenkongressen oder Image- und Stellenanzeigen in Karriereführern. Diese Maßnahmen haben oft nicht die Resultate erbracht, die wir damit erzielen woll-



»Um unseren Nachwuchs besser selektieren zu können, bauen wir verlässliche Kooperationen zu ausgewählten Zielhochschulen aus.«

Henning Patzke, Leiter Personalentwicklung, Shell Deutschland Oil GmbH.

ten, nämlich mit einem vertretbaren Aufwand die besten Kandidaten zu finden«, beschreibt Henning Patzke von der Shell Deutschland Oil GmbH die Gründe für den Richtungswechsel, den sein Unternehmen vor zwei Jahren eingeleitet hat. Der Leiter Personalentwicklung investiert seither mehr Zeit im Vorfeld der Rekrutierung und wählt schon dort die Kandidaten systematisch aus. »Um unseren Nachwuchs besser selektieren zu können, bauen wir verlässliche Kooperationen zu ausgewählten Zielhochschulen aus und wecken dort Interesse für unser Unternehmen. Wir treten mit den Studenten schon früh in einen intensiven Kontakt, damit später die Besten möglichst bei Shell einsteigen«, so Patzke. Mit dieser Neuausrichtung der Rekrutierung will er außerdem vermeiden, dass massenweise verschickte

Absagen bei den Empfängern – die ja trotz Ablehnung zu den zukunftssträchtigen High Potentials zählen – Image schädigende Spuren für sein Unternehmen hinterlassen.

Kooperation mit einer Hochschule, die passt

Im Wettstreit um die besten Talente setzen Personaler in immer früheren Ausbildungsphasen der High Potentials an. Unternehmen wie Deutsche Bank, Shell, Roche Diagnostics, aber auch Mittelständler wie die R. Stahl AG haben darum Kooperationskonzepte für Zielhochschulen entwickelt, um mit den Hochschulen, die zu ihnen passen, planvoll, kontinuierlich und intensiv zusammenarbeiten zu können. »Wir haben in unserem Unternehmen sehr differenzierte Produkte. Dementsprechend brauchen wir unterschiedliches Know-how, spezielle Qualifikationen sowie soziale Kompetenz und Engagement«, betont Frank Lennartz, Personalleiter von Roche Diagnostics. Wenn auch im Vergleich zu angloamerikanischen Verhältnissen stark verspätet, treiben einige Hochschulen in Deutschland solche Kooperationen jetzt umso aktiver voran. Eine davon, die European School of Business (ESB) an der Hochschule im schwäbischen



»Wir brauchen Mitarbeiter mit speziellen Qualifikationen sowie sozialer Kompetenz und Engagement.«

Frank Lennartz, Personalleiter, Roche Diagnostics.

Reutlingen, die erste staatliche Business School Deutschlands, hat sich schon seit 1980 der Eliteausbildung verpflichtet.

Um die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft zu fördern, gründete die ESB den Verein zur internationalen Managementausbildung (VIMA), den mittlerweile rund 40 renommierte Unternehmen unterstützen. Martin Schomaker, Vorsitzender des Vorstands der R. Stahl AG, einer auf Explosionsschutz und Fördertechnik spezialisierten Technologiegruppe mit rund 1870 Mitarbeitern einer der wenigen Mittelständler im Verein, bringt die Motivation für sein Engagement bei der ESB auf den Punkt: »Das gezielte Recruitment an dieser Hochschule, die vom Wirtschaftswissen her, aber auch von der Internationalisierung und der Sprachkompetenz viel leistet, bringt uns weiter, um in Zukunft das Unternehmen im internationalen Veränderungsprozess halten zu können.« Als zweite Zielhochschule kooperiert die R. Stahl AG mit der Berufsakademie Moosbach, die mit ihren zehn Studiengängen im Bereich Technik weitgehend für den fachlich-technischen Nachwuchs sorgt.

Mehr Wirtschaftspraxis für die Hochschulen

Studenten von Hochschulen, die enge Beziehungen zur Wirtschaft pflegen, haben auch in Zeiten hoher Arbeitslosigkeit

die Qual der Wahl. »Von meinen zehn Diplomanden stehen sieben bereits seit dem siebenten Semester unter Vertrag oder haben verbindliche Angebote von Renommieradressen wie Deutsche Bank, Goldman Sachs, JP Morgan Chase oder McKinsey. Kürzlich war sogar für einen Edeljob bei einem der großen Pharmakonzerne keiner mehr zu haben«, freut sich und bedauert gleichzeitig Dr. Ottmar Schneck, Professor für Banking, Finance & Rating an der ESB

und VIMA-Vorstand. Obwohl sich die Studenten vor Anfragen nicht retten können, baut die ESB ihr Career-Center jedoch weiter aus. »Wir wollen damit noch mehr Wirtschaftspraxis in die Hochschule bringen, noch mehr Studenten in die Unternehmen schicken und den Service für Anbieter und Nachfrager noch intensivieren«, unterstreicht Schneck. Zu den Unternehmen, die auf einen frühzeitigen Kontakt zu den Eliteschulen großen Wert legen, gehört die Deutsche



»Das gezielte Recruitment an der ESB bringt uns weiter, um in Zukunft unser Unternehmen im internationalen Veränderungsprozess halten zu können.«

Martin Schomaker, Vorsitzender des Vorstands, R. Stahl AG.



»Wir wollen noch mehr Wirtschaftspraxis in unsere Hochschule bringen und noch mehr Studenten in die Unternehmen schicken.«

Dr. Ottmar Schneck, Professor für Banking, Finance & Rating an der ESB und VIMA-Vorstand.

Software, die versteht.

Optimieren Sie Ihr Recruiting!

Sie suchen eine schnelle und einfache Lösung?
Diese Kunden setzen auf rexx-recruiting (Auszug):

wüstenrot

Württembergische

ERNST & YOUNG
Quality In Everything We Do

SCHWARZ
PHARMA

epharmexx

workflow engine → virtuelles HR-Office → Jobportal → Matching / Ranking →

www.epharmexx.de

Besuchen Sie uns am 13./14. September auf der Personal2005 in Köln (Stand G17)!

Rekrutierung

Bank. Der internationale Finanzdienstleister hat in allen großen Wirtschaftsregionen wie Amerika, Asien, Europa und Pazifik Zielhochschulen definiert. »In Deutschland haben wir aus einem Pool von etwa 280 Fachhochschulen und Hochschulen 30 Zielhochschulen ausgewählt, auf die wir unseren Auftritt im Hochschulmarkt konzentrieren«, sagt Ralf Rudolf, Direktor HR bei der Deutschen Bank. Mit ihrem Engagement bewirbt die Bank das Employer-Branding, also ihren Arbeitgebermarkennamen, der die Rekrutierungsziele unterstützen soll. Dabei setzt die Bank auf die Netzwerke der Partnerstellen an den Hochschulen, auf Nonprofit- und Profit-Organisationen im studentischen Umfeld und direkt auf die Studenten. Über diese Kontaktstellen bahnen sich viele der studentischen Werkverträge und Praktika an. Insgesamt bietet die Deutsche Bank 1400 Praktikastellen an, über die sie potenzielle Mitarbeiter so gut kennen lernt, dass daraus auch Verträge erwachsen. »Wir rekrutieren jedoch nicht nur von Zielhochschulen, sondern analog zu unserem Bildungssystem von allen Fachhochschulen, Hochschulen und Business Schools«, so Rudolf. Insgesamt stellt die Bank jedes Jahr rund 200 Absolventen von den deutschen Hochschulen ein. Davon kommen rund 50 Prozent über die Aktivitäten an den Marke-



»In Deutschland haben wir 30 Zielhochschulen ausgewählt, auf die wir unseren Auftritt im Hochschulmarkt konzentrieren.«

Ralf Rudolf, Director Human Resources, Deutsche Bank AG.

ting-Zielhochschulen. Einige dieser Mitarbeiter lernen die Personalmanager schon bei den Auswahlgesprächen für Abiturienten an der Handelsschule Leipzig (HHL) oder der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung (WHU) in Vallendar kennen.

Auch für VIMA-Vorstand Schneck setzt die Kooperation Hochschule-Unternehmen schon bei der Auswahl der Abiturienten für das Studium an. So nehmen bei der ESB an jedem persönlichen Gespräch mit einem Kandidaten für die begehrten Plätze von vornherein auch Vertreter der Wirtschaft teil, also Repräsentanten des zukünftigen Berufsprofils. Davon profitieren alle Seiten, weil sie sich mit den Erwartungen der anderen persönlich und frühzeitig auseinandersetzen. Nicht selten treffen Manager und Personalleiter dabei schon auf ihre späteren Mitarbeiter oder Studenten. Denn mittlerweile wünschen sich einige Hochschulen, dass die Top-Praktiker aus der Wirtschaft ihr Berufswissen in die Hörsäle tragen. »Übers Semester verteilt finden bei uns rund 50 Vorträge, Vorlesungen oder Seminare von Firmen statt, die das Curriculum mit aktuellen Themen ergänzen«, so Schneck.

Doch auch in die andere Richtung, hin ins Unternehmen, funktioniert die Kooperation über Zielhochschulen, noch bevor Studenten überhaupt eine Arbeitsstelle brauchen. Denn: Statt teure Berater einzukaufen, gehen Unternehmen dazu über, sich die Kompetenz, Motivation und unverkrampfte Vorgehensweise der Studenten und ihrer Professoren zu Nutze zu machen. Bevor Roche Diagnostics Anfang April 2005 den Ausbau des globalen Logistik-Zentrums in Mannheim feierte – das Unternehmen investierte hier 62 Millionen Euro – arbeitete ein engagiertes Studententeam der ESB an den Logistikprozessen. Inzwischen werden von Mannheim aus täglich 4000 Sendungen in die ganze Welt verschickt.

Rekrutierungen an Zielhochschulen nähern sich in Zukunft immer mehr dem angloamerikanischen Modell an, wo die großen Unternehmen ihren festen Platz im Campus der Eliteuniversitäten haben. Obwohl das deutsche Breitbandbildungssystem solche engen Kooperationen nicht fördert, beschreiten schon heute einige Vorreiter unter den Hochschulen und Unternehmen diesen Pfad.

KPI'S HR SERVICES

Kennzahlen Personaladministration -
Wertschöpfungsbeitrag HR -
Optimierte Steuerung durch HR-Cockpits

26. bis 28. Oktober 2005

ArabellaSheraton Airport Hotel Düsseldorf, Germany

- Lernen Sie, **durch** Einsatz von **KPI's** die Leistungsfähigkeit Ihrer Personaladministration **messbar** und **transparenter** zu machen
- Erfahren Sie, wie man durch Implementierung einer Balanced Scorecard **strategische Unternehmensziele in operationale Kennzahlen** überführt
- Lernen Sie mehr darüber, wie Sie Ihr Personalservice-Reporting optimieren und so die **Entscheidungsbasis für Führungskräfte verbessern**

Profitieren Sie von den Erfahrungen und neuesten Erkenntnissen folgender Unternehmen:

Siemens AG • Henkel KGaA • Deutsche Telekom AG • Landesbank Bayern • Sony Europe GmbH • E.ON Energie AG • Royal Bank of Scotland (RDE GmbH) • Manor AG, Schweiz • FH Wiesbaden • Infracor GmbH • Flughafen Düsseldorf GmbH • Baumgartner & Partner Unternehmensberatung GmbH • Techniker Krankenkasse



International Quality & Productivity Center

Informationen unter:

T +49 (0)30 20 91 30

E info@iqpc.de

www.iqpc.de/de-2408/pw

Autor

Werner Bruckner, freier Journalist, Tübingen