



HK Handelskammer
Hamburg

Tipps

Lehrer erleben Wirtschaft

Leitfaden für Lehrerbetriebspraktika

Lehrer erleben Wirtschaft

Leitfaden für Lehrerbetriebspraktika

Herausgegeben vom

Deutschen Industrie- und Handelskammertag
Fachbereich Berufliche Bildung, Bildungspolitik
Breite Str. 29 | 10178 Berlin

und der

HANDELSKAMMER HAMBURG
Geschäftsbereich Berufsbildung
Adolphsplatz 1 | Börse | 20457 Hamburg
Postfach 11 14 49 | 20414 Hamburg

Bearbeitung:
Berit Heintz (DIHK)
Telefon 030 / 20308-2513
Telefax 030 / 20308-2524
E-Mail: heintz.berit@berlin.dihk.de

Dr. Paul Raab (Handelskammer Hamburg)
Telefon 040 / 36138-456
Telefax 040 / 36138-61456
E-Mail: paul.raab@hk24.de

unter Verwendung von Elementen des Leitfadens
»Innenansichten – Lehrer erleben Wirtschaft«
(Handelskammer Hamburg, Februar 2000)

Für die Richtigkeit der in dieser Broschüre enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen.

Herstellung: Wertdruck GmbH & Co. KG, Hamburg

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier

November 2003

Vorwort

Wir alle kennen das Motto: »Nicht für die Schule, sondern für das Leben lernen wir.« Das ist als Ziel sicher richtig definiert – auch wenn das eine das andere nicht ausschließt.

Zum Lernen für das Leben gehört mehr und mehr auch das Verstehen ökonomischer Zusammenhänge. Die Wirtschaftswelt wird globaler und internationaler. Auch persönliche Konsum- und Lebensentscheidungen verlangen in immer stärkerem Maße ökonomisches Wissen. Deshalb muss schon die Schule wirtschaftliche Zusammenhänge erklären und damit die Grundlage legen für gut durchdachte, eigenverantwortliche Entscheidungen, vor die ein jeder in unserer heutigen Alltagswelt gestellt wird. Schüler müssen entscheiden über Ausbildung und Beruf. Das Sozialsystem setzt zu Recht zunehmend auf Eigenverantwortung und damit auf eigene Entscheidungen, Fragen der individuellen Altersvorsorge werden immer wichtiger. Viele Menschen investieren in Häuser, Wohnungen und Aktien. Viele spielen mit dem Gedanken an die eigene Selbstständigkeit. Jeder Schüler ist zumindest morgen Wähler und bestimmt dadurch auch die ökonomischen Rahmenbedingungen in Deutschland mit.

Jeder Bürger unseres Landes muss also wirtschaftliche Zusammenhänge kennen und sie bewerten können. Wer diese Zusammenhänge nicht kennt, wird schnell ein Spielball oberflächlicher oder irreführender Aussagen. Er folgt dann allzu leicht wohlfeilen, aber falschen Rezepten.

Ökonomische Bildung ist also Allgemeinbildung. Das heißt, die Vermittlung wirtschaftlicher Kenntnisse muss in der Schule stattfinden. Es braucht dazu entsprechend ausgebildete Lehrer, die selbst auch ihre Erfahrungen in der Welt der Wirtschaft gesammelt haben. Das bildet die Basis dafür, Zusammenhänge und Hintergründe wirtschaftlichen Handelns verstehen und vermitteln zu können.

Zu Unrecht bestehen oft Barrieren zwischen Wirtschaft und Schule, gehen Überlegungen für einen gegenseitigen Austausch mit Misstrauen oder Berührungsängsten einher. Dabei haben sich beide Seiten viel zu geben. Lehrer können durch ein Praktikum in einem Betrieb erfahren, was ihre Schüler nach der Schule konkret erwartet, worauf sie vorbereitet sein müssen, aber auch welche Wege und Chancen ihnen offen stehen. Im Gegenzug können Personalabteilungen mehr über Schulalltag und -probleme erfahren, können sich selbst frühzeitig über heranwachsende Nachwuchspotenziale informieren und diese eventuell fördern. Unterricht und Schülerpraktika können von einer engeren Kooperation profitieren.

Die Industrie- und Handelskammern haben verschiedene Projekte von Lehrerpraktika initiiert. Einige laufen mit einigem Erfolg, andere bedürfen noch einer größeren gegenseitigen Aufgeschlossenheit und manchmal auch einer neuen engagierten Initiative nach einem missglückten Start im ersten Anlauf. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und die Handelskammer Hamburg wollen mit der vorliegenden Broschüre einen Leitfaden zur Unterstützung von Betrieben sowie von Lehrerinnen und Lehrern anbieten. Er soll zeigen, wie man ein Praktikum in einem Betrieb für beide Seiten erfolgreich gestalten kann. Wir danken an dieser Stelle der Handelskammer Hamburg, dass wir uns bei der Erarbeitung dieses Leitfadens auf ihre Erfahrung in der Organisation von Lehrerbetriebspraktika stützen konnten.



Ludwig Georg Braun
Präsident Deutscher Industrie- und Handelskammertag

Inhaltsverzeichnis

I.	Tipps zum Einsatz unseres Leitfadens	7
II.	Sinn und Zweck	8
III.	Handlungsfelder der Wirtschaft	9
1.	Ein Produkt entsteht: Einkauf und Produktion	9
2.	Ein Produkt wird verkauft: Marketing, Kundenbetreuung, Öffentlichkeitsarbeit	9
3.	Rechnungswesen, Controlling, Datenverarbeitung, Organisation	10
4.	Qualitätsmanagement	11
5.	Training und Weiterbildung	11
6.	Personalwirtschaft, Personalentwicklung	12
IV.	Was erwartet die Wirtschaft von den Schulabgängern?	13
V.	Bewerbungstipps	16
1.	Tipps zur Bewerbung	16
2.	Tipps zum Vorstellungsgespräch	17
VI.	Fünf Tage Praktikum – Musterabläufe	19
	10 Tipps für Unternehmen und Teilnehmer zur Gestaltung und zum Ablauf des Praktikums	19
	Checkliste für Lehrerinnen und Lehrer zur Durchführung des Praktikums	24
	Checkliste für Unternehmen zur Durchführung des Praktikums	25
VII.	Nachbereitung	26
Anhang	1 – Rückmeldung der Erfahrungen durch Lehrerinnen und Lehrer	27
	2 – Rückmeldung der Erfahrungen durch Unternehmen	28

I. Tipps zum Einsatz unseres Leitfadens

Ein Praktikum ist kurz. Die nützliche Zeit Ihres Aufenthalts in einem Unternehmen soll möglichst nicht für planerische Dinge aufgewendet werden, sondern voll Ihren Erfahrungen und Erkenntnissen zugute kommen. Um dies zu ermöglichen, haben wir zu Ihrer Vorbereitung und zur Orientierung der Praktikumsunternehmen den vorliegenden Leitfaden entwickelt.

Den Kern des Leitfadens bilden Vorschläge, wie eine Woche Betriebspraktikum konkret gestaltet sein kann. Eine Orientierung über mögliche Einsatzbereiche und Tätigkeiten in einem Unternehmen soll Ihnen nützliche Hintergrundinformationen und Anregungen für die Vorbesprechung in Ihrem Unternehmen geben.

Ihre Erfahrungen sind auch für uns sehr wichtig. Wir möchten diese an zukünftige Teilnehmer weitergeben können und unsere Praktikumsorganisation kontinuierlich weiterentwickeln. Deshalb haben wir für Sie ein Formular für Kurzprotokolle vorbereitet, das Sie kopieren, ausfüllen und an uns zurücksenden können. Unser Ziel ist es, möglichst gute Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass eine fundierte Berufsorientierung in der Schule erfolgen kann.

Wir würden uns freuen, wenn die Themen dieses Leitfadens Ihnen bei der Vorbereitung auf Ihr Praktikum, auf Gespräche mit Unternehmensvertretern und natürlich bei der Vorbereitung Ihrer Schülerinnen und Schüler auf die Berufs- und Arbeitswelt hilfreich sein können.

II. Sinn und Zweck

Die Wahl des zukünftigen Berufsweges ist für junge Menschen meist die folgenreichste Entscheidung ihres Lebens. Von dieser Wahl hängen Chancen und Risiken der individuellen Lebensgestaltung ab. Eine der verantwortungsvollsten Aufgaben für Lehrerinnen und Lehrer ist die Berufsorientierung junger Menschen. Neben den Eltern sind sie die ersten Ansprechpartner, wenn es darum geht, den richtigen beruflichen Weg für die Zukunft einzuschlagen. Um diese Aufgabe erfüllen zu können, müssen Lehrerinnen und Lehrer die verschiedenen Wege kennen, die sich den jungen Menschen auftun. Zahlreiche dieser Wege führen in ein Wirtschaftsunternehmen.

Lehrerinnen und Lehrer erhalten durch Praktika in Unternehmen Einblicke in und eigene Erfahrungen über die Welt der Wirtschaft. Sie können sich ein realistisches Bild von wirtschaftlichen Zusammenhängen im allgemeinen und Betriebsabläufen im besonderen machen. Sie erleben hautnah, mit wie viel Kreativität, Teamfähigkeit, Leistungsbereitschaft und Ausdauer Menschen in modernen Unternehmen an gemeinsamen Zielen arbeiten.

Die Industrie- und Handelskammern möchten dazu beitragen, dass Praktika in Unternehmen fester Bestandteil der Aus- und Weiterbildung aller Lehrerinnen und Lehrer werden. Der Wettbewerb unter den Schulen wird in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Qualität und Leistung sind die Kategorien, an denen sich die Schulen künftig messen lassen werden. Ein reicher Erfahrungsschatz der Lehrerinnen und Lehrer ist hierfür die beste Ausgangslage.

Wissen aus eigener Erfahrung und Anschauung ist besser als theoretische Kenntnisse aus zweiter Hand. Die eigenen Erfahrungen, die Lehrerinnen und Lehrer während eines Praktikums machen, können sie authentisch an ihre Schüler weitergeben. Sie steigern ihre Beratungskompetenz und verbessern so die Berufsorientierung der Schüler. Die Erfahrungsberichte ehemaliger Praktikums Teilnehmer zeigen, dass die authentischen

Erfahrungen vor Ort gar nicht hoch genug eingeschätzt werden können.

Lehrerinnen und Lehrer aller Fächer können von Praktika profitieren. Für alle Fächer gibt es einen passenden Platz – nur einige Beispiele: Deutschlehrer werden ihre Erfahrungen vielleicht in einem Verlag, einer Zeitungsredaktion oder im Buchhandel sammeln wollen, Mathematiklehrer im IT-Bereich oder in der Projektentwicklung eines Industrieunternehmens, Erdkundelehrer in einem Außenhandelsunternehmen, einer Fernspedition oder einer Reederei und Musiklehrer im Musikeinzelhandel, in der Musikproduktion oder in einer Konzertagentur.

Während des Praktikums wird immer auch der Dialog zwischen Wirtschaft und Schule vorangebracht. Vorurteile werden auf beiden Seiten abgebaut. Die Sensibilität für Vorgänge in der Wirtschaft und deren Belange wird erhöht. Aus vielen Praktika sind dauerhafte Kontakte und tragfähige Kooperationen ganz unterschiedlicher Art zwischen Schulen und Unternehmen entstanden.

Der Nutzen eines Praktikums für beide Seiten liegt auf der Hand: Lehrerinnen und Lehrer durchleben in einer Art Mikrokosmos das zukünftige Berufsleben Ihrer Schülerinnen und Schüler. Sie können aus eigener Anschauung darüber berichten. Damit bilden sie sich fort und bauen Ihre Qualifikation aus. Die Wirtschaft profitiert davon, dass Lehrerinnen und Lehrer ihren Schülern in Zukunft eine noch bessere Berufsorientierung bieten und in einen auch in wirtschaftlichen Dingen fundierten Unterricht erteilen können.

Die größten Gewinner bei all diesem Tun und Handeln jedoch sind letztlich immer die Schülerinnen und Schüler.

III. Handlungsfelder der Wirtschaft

1. Ein Produkt entsteht: Einkauf und Produktion

Voraussetzung für die Produktion sind Roh- und Hilfsstoffe, Teile und Baugruppen. Diese müssen in ausreichender Menge zur rechten Zeit, am rechten Ort, in rechter Art und Güte und zu einem möglichst günstigsten Preis vorhanden sein.

Dies gilt auch für Dienstleistungen: Ein Unternehmen benötigt z. B. Strom, Telefondienste oder eine unternehmensspezifische Software.

Der Abteilung **Beschaffungswesen** obliegt es, die Beschaffungsprozesse für all diese Güter zu organisieren. Ein Mitarbeiter im Beschaffungswesen (im folgenden: Einkäufer) muss Angebote einholen, Waren bestellen, den Eingang überwachen und, wo nötig, Lieferung oder Qualität anmahnen. Durch schlechte Rohstoffe oder nicht rechtzeitige Anlieferung kann die Produktion beeinträchtigt werden.

Ein Einkäufer muss also ständig über den Bedarf seines Unternehmens informiert sein. Entsprechende Meldungen erhält er heute meist EDV-gestützt von der Produktionsplanung, dem Lager und der Werkstatt. Es ist seine Aufgabe, den Markt zu kennen, um dem Unternehmen die günstigsten Angebote zu sichern. Die Anforderungen an Mitarbeiter des Beschaffungswesens werden im Zuge der Globalisierung immer komplexer. Kurz gesagt muss ein Einkäufer sein Unternehmen in die Beschaffungsmärkte einbinden.

Die Arbeit eines Einkäufers ist von viel diplomatischem Geschick geprägt. Vertrauensvolle Beziehungen zu einem Lieferanten sind für ein Unternehmen unabdingbar. Die Pflege dieser Beziehungen obliegt insbesondere dem Einkäufer. Gleichzeitig muss er im Interesse seines Unternehmens möglichst günstige Preise aushandeln und sicherstellen, dass die gekaufte Ware zuverlässig geliefert wird.

Dem Einkauf, also der Bereitstellung der Rohstoffe, folgt die **Produktion**. Aus den

Rohstoffen entsteht ein neues Produkt. In der Regel sind mehrere Prozesse nötig, bis aus den Grundprodukten das Endprodukt geworden ist. Jeder dieser Prozesse wird zur Qualitätssicherung laufend überwacht und auf Möglichkeiten zur Verbesserung oder Effizienzsteigerung untersucht. Ein Unternehmen, das sich – neben anderen Erfolgsfaktoren – stets an höchsten Qualitätsmaßstäben orientiert, wird mit seinen Produkten am Markt Erfolg haben.

2. Ein Produkt wird verkauft: Marketing, Kundenbetreuung, Öffentlichkeitsarbeit

Marketing, Kundenbetreuung und Öffentlichkeitsarbeit transportieren die Unternehmensphilosophie nach außen. Mit der Präsentation seines Produkts präsentiert ein Unternehmen auch immer sich selbst. Sinnvoll ist es, wenn die drei Themenfelder immer aufeinander Bezug nehmen.

Das **Marketing** ist ein Konzept, an dem sich alle Aktivitäten eines Unternehmens ausrichten. Das Unternehmen passt damit sein Angebot an Produkten oder Dienstleistungen an die Bedürfnisse der Kunden an. Um deren Wünsche zu erkennen, gehört zu einem Marketingkonzept auch Marktforschung. Marktforschung wiederum deckt nicht nur die Zufriedenheit der Kundschaft mit bereits angebotenen Produkten auf. Sie erlaubt auch, bisher unbefriedigte Kundenwünsche zu erforschen, Trends aufzuspüren und davon ausgehend neue Produkte zu entwickeln. Marketing ist auf viele verschiedene Weisen denkbar. Die Strategien und Instrumente, die ein Unternehmen für sich und seine Produkte aus der Vielzahl der Möglichkeiten auswählt, bilden den spezifischen Marketing-Mix.

Wie Produktionsprozesse auch wird das Marketing ständig auf seine Rationalität und Effizienz überprüft. Nur effizientes und effektives Marketing sichert internationale Wettbewerbsfähigkeit. Genauso, wie der Einkäufer darauf achtet, dass die Rohstoffe in

rechter Weise angeliefert werden, sorgt Marketing dafür, dass die Produkte zur rechten Zeit am rechten Ort für die Kunden bereitstehen, die als Zielgruppe ausfindig gemacht wurden.

Die **Kundenbetreuung** ist heute viel breiter angelegt als früher. In vielen Unternehmen ist es Bestandteil der Unternehmensphilosophie, dass sich nicht nur die Abteilung Verkauf mit dem Produkt identifiziert, weil sie es dem Kunden nahe bringen muss. Vielmehr ist es selbstverständlich, dass jeder Mitarbeiter eines Unternehmens sich jederzeit für einen Kunden verantwortlich fühlt. Dem Kunden soll durch ein Produkt oder eine Dienstleistung ein Wunsch erfüllt werden.

Das Erscheinungsbild (Corporate Identity) eines Unternehmens wird durch seine **Öffentlichkeitsarbeit** gezeichnet. Die Öffentlichkeitsarbeit ist ebenso vielfältig wie das Marketing. Sie geschieht durch gedruckte Informationen wie Plakate, Broschüren und Anzeigen, durch Pressearbeit, Sponsoring und nicht zuletzt durch interne Kommunikation.

Die Corporate Identity wird oft ergänzt durch ein Corporate Design, also den immer gleichartigen Auftritt nach außen durch die Verwendung von Logos, Marken oder sonstigen Elementen mit Wiedererkennungswert. Öffentlichkeitsarbeit wird vornehmlich am Kunden ausgerichtet. Auch hier ist aber notwendig, dass sich jeder Mitarbeiter für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich fühlt, da jede Äußerung eines Mitarbeiters nach außen immer auch Öffentlichkeitsarbeit ist. Hier spielen auch die Personalpolitik und die Mitarbeitermotivation im Unternehmen eine wesentliche Rolle, denn zufriedene Mitarbeiter vermitteln auch ein positives Bild nach außen.

3. Rechnungswesen, Controlling, Datenverarbeitung, Organisation

Das **Rechnungswesen** hat sich im Laufe der letzten zwei Jahrzehnte rasant verändert. Buchführung geschieht nunmehr elektronisch.

Der Zahlungsverkehr findet zum größten Teil ebenfalls elektronisch über Buchgeld statt. Die Vorstellung, dass sich hinter den Zahlenreihen auf einem Bildschirm Geld und Werte verbergen, erfordert ein hohes Abstraktionsvermögen. Ausbildungsordnungen tragen dem Rechnung, indem sie die Vermittlung von Kenntnissen zu Informations- und Kommunikationssystemen auch im Rechnungswesen zu verbindlichen Ausbildungsinhalten machen. Nach wie vor können Fehler im Rechnungswesen schlimmstenfalls die Existenz eines Unternehmens bedrohen.

Ein weiterer Punkt, der ebenfalls aus Ausbildungsordnungen nicht mehr wegzudenken ist, ist das **Controlling**. Controlling bedeutet nicht Kontrolle von Personen. Vielmehr geht es um Kosten-Nutzen-Analysen und die Analyse von Betriebsabläufen. Das Controlling bezieht sich z. B. auf Produktionsprozesse und Marketing. Ein Controller ist in der Lage, Controllinginstrumente zu entwickeln und anzuwenden. Er wertet die vorhandenen Daten statistisch aus, stellt Abweichungen des Ist vom Soll fest und entwirft Vorschläge, wie die Soll-Werte neuen Gegebenheiten anzupassen sind. Ein Controller muss »zwischen den Zahlen lesen« können.

Das Rechnungswesen ist geprägt durch elektronische **Datenverarbeitung** (EDV). Die Aufgaben der EDV gehen aber weit darüber hinaus. Sie muss elektronische Lösungen für alle in einem Unternehmen bestehenden Anforderungen bereithalten. Besonders anspruchsvoll ist für EDV-Mitarbeiter, stets die neueste Version von Software zu kennen. Jeder Versionswechsel von Software (engl.: »upgrade«) ist mit Problemen und Schwierigkeiten verbunden, die möglichst im Vorfeld erkannt und ausgeschlossen werden müssen. Ohne eine funktionierende EDV sind die meisten Unternehmen zur Untätigkeit verdammt.

Die **Organisation** eines Unternehmens, also seine Struktur, wird in Organigrammen dargestellt, wobei sich die Struktur in der Regel am Ablauf interner Prozesse orientiert. Die ständige Analyse der Prozesse kann es erfordern, die Unternehmensstruktur veränderten Gegebenheiten anzupassen. Möglicher Schluss hieraus kann die Umwandlung eines Unter-

nehmensteils in ein eigenes Unternehmen sein (engl. outsourcing). Die Organisationsabteilung nimmt auch die Beschreibung oder Neubeschreibung von Tätigkeitsfeldern oder einzelnen Arbeitsplätzen (Stellenbeschreibungen) vor.

Die Mitarbeiter in Organisation, Rechnungswesen und EDV haben vor allem einen Kunden: das Unternehmen selbst. Die meisten der hier geleisteten Arbeiten geschehen im Hintergrund. Sie sind aber Voraussetzung, um geeignetes Datenmaterial zu erhalten, die für zukünftige Entscheidungen des Unternehmens wichtig sind. Durch die in der EDV erfassten Daten und deren Auswertung im Controlling kann schnell ermittelt werden, welches geschäftliche Handeln sinnvoll ist.

4. Qualitätsmanagement

Ein Produkt wird nur dann qualitativ hochwertig, wenn die Ausgangsstoffe es auch waren. Doch nicht nur das: Auch die Produktionsabläufe müssen an der Qualität von Ausgangsstoff und Produkt orientiert sein. Sie selbst müssen eine gute Qualität haben. **Qualitätsmanagement** berücksichtigt den Nutzen des Kunden, die Interessen des Unternehmens und die allgemeinen Forderungen der Gesellschaft.

Wie oben bereits festgestellt, kann auch das eigene Unternehmen »Kunde« von Produktionsabläufen sein. Auch innerhalb eines Unternehmens ist es daher wichtig, die Verantwortung für den gesamten Arbeitsablauf auch in den Einzelbereichen sehr ernst zu nehmen.

Abläufe in einem Unternehmen greifen vielfach ineinander, bauen aufeinander auf oder knüpfen aneinander an. Sie bilden einen Qualitätskreis. Qualitätsmanagement setzt voraus, dass alle betrieblichen Abläufe erfasst und berücksichtigt werden. Dazu kommt das Zusammenwirken dieser Abläufe mit Stellen außerhalb des Unternehmens. Ein gutes Qualitätsmanagement richtet sich daher nicht nur am Kundennutzen aus, sondern ist auch immer auf Effizienzsteigerung im eigenen Unternehmen gerichtet. Wesens-

merkmal fast jeden Qualitätsmanagementsystems sind dokumentierte Arbeitsabläufe, die von allen Mitarbeitern befolgt und kontinuierlich fortentwickelt werden.

Das Regelwerk zum Qualitätsmanagement für allgemeine privatwirtschaftliche Anwendungen bildet die ISO 9000-»Familie«, eine internationale Qualitätsrichtlinie. Hält sich ein Unternehmen an die Leitfäden und Standards und orientiert die Unternehmensabläufe daran, kann es sich durch eine neutrale Institution zertifizieren lassen. Die Zertifizierung hat mittlerweile einen Wert an sich. Ihr Fehlen veranlasst z. B. potenzielle Lieferanten oder Abnehmer, nach einem anderen, zertifizierten Geschäftspartner zu suchen.

5. Training und Weiterbildung

Mit der Einstellung in ein Unternehmen ist das Lernen nicht zu Ende. Lebenslanges Lernen ist in der Wissensgesellschaft unabdingbar, wenn man nicht den Anschluss verlieren will. Die Inhalte der eigenen Ausbildung sind aufgrund der raschen Entwicklung von Forschung und Technik in vielen Fällen schnell veraltet. Unternehmen erwarten heute von ihren Mitarbeitern eigenes Engagement bei ihrer Weiterbildung, unterstützen ihre Mitarbeiter in der Regel aber auch, indem sie ihnen Möglichkeiten zum Training und zur Fortbildung schaffen.

Regelmäßige Gespräche ermöglichen Vereinbarungen zwischen Unternehmen und Mitarbeiter, wie der jeweilige Stand von Kenntnissen und Fähigkeiten des einzelnen Mitarbeiters kontinuierlich verbessert werden kann. Es entstehen individuelle und unternehmensweite Qualifizierungspläne (s. dazu auch Punkt 6, Personalwirtschaft/Personalentwicklung). Im jeweils nächsten Mitarbeitergespräch kann die Einhaltung der Vereinbarungen von beiden Seiten überprüft werden. Viele Unternehmen beziehen in ihre Überlegungen zu leistungsgerechter Bezahlung mit ein, ob der Mitarbeiter die gemeinsam vereinbarten Ziele erreicht hat. Durch das direkte Gespräch bestehen zudem Möglichkeiten zur Analyse von Defiziten und der Suche nach Lösungen.

6. Personalwirtschaft, Personalentwicklung

Lehrerbetriebspraktika sind zum Teil so konzipiert, dass die Teilnehmer gleichsam in einem Mikrokosmos das erleben, was die meisten ihrer Schüler auch einmal erleben werden, wenn sie sich in einem Unternehmen um einen Ausbildungs- oder Arbeitsplatz bewerben. Die teilnehmenden Lehrerinnen und Lehrer werden selbst aufgerufen, sich bei den Unternehmen um einen Praktikumsplatz zu bewerben, ggf. ein Bewerbungsgespräch zu führen, um dann eingestellt zu werden. Durch die Bewerbung, das Bewerbungsgespräch und die Vereinbarung des Praktikumsverhältnisses erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen ersten Eindruck von der in die **Personalwirtschaft** eines Unternehmens.

Manche Unternehmen können weitere Einblicke in ihre Personalwirtschaft gewähren, indem sie Lehrerinnen und Lehrer an Bewerbungsverfahren teilnehmen lassen. Dazu gehört, Bewerbungsunterlagen zu sichten, an Tests oder Assessment-Centers selbst teilzunehmen oder Bewerbungsgespräche zu beobachten. Im Rahmen solcher Auswahlverfahren zeigt sich häufig, dass Schüler Qualitäten besitzen, die sie in der Schule nicht oder nicht immer beweisen können.

Andererseits treten ebenso häufig Defizite zutage, die auch in den Schulen festgestellt werden und ihren Niederschlag in der Benotung finden. Zeugnisnoten spiegeln aber eben nicht immer die tatsächliche Leistungsfähigkeit der Schüler für eine bestimmte Tätigkeit in einem Unternehmen wider.

Besonders interessant in der Personalwirtschaft eines Unternehmens ist die **Personalentwicklung** (s. dazu auch Punkt 5, Training und Weiterbildung). Im weitesten Sinne lassen sich hier Parallelen zum Beschaffungswesen erkennen. Personalentwicklung zu betreiben heißt vor allem, auf Veränderungen in Märkten, Strategien, Arbeitsbedingungen u. a. zu reagieren.

Es gilt zunächst, die Auswirkungen dieser Veränderungen für das eigene Unternehmen

einzuschätzen. Aus dieser Einschätzung resultiert eine Planung, wie viele Mitarbeiter zu welcher Zeit mit welcher Qualifikation in einem Unternehmen benötigt werden. Ergibt sich eine Differenz zwischen dem im Plan ermittelten Personal und dem vorhandenen, besteht ein Personalentwicklungsbedarf. Es muss dann geplant werden, wie diese Differenz ausgeglichen werden kann.

Die Maßnahmen zur Personalentwicklung sind vielfältig. Sie müssen mit den Strategien des Unternehmens und zu erwartenden Entwicklungen z. B. auf den Märkten in Einklang gebracht werden. Alle haben aber das Ziel, bestimmte Mitarbeiter mit einer spezifischen Qualifikation auszustatten. Diese Mitarbeiter können neu im Unternehmen sein und erhalten dann eine Ausbildung, Einarbeitung oder ein Traineeprogramm. Sie können auch schon im Unternehmen sein und werden direkt am Arbeitsplatz oder in externen Schulungen fortgebildet.

Zum Ende eines Prozesses der Personalentwicklung ist es nötig zu prüfen, ob das Ziel, das mit der konkreten Personalentwicklung verbunden war, erreicht wurde. Dies geschieht oft durch Mitarbeitergespräche, wie sie unter Punkt 5 dargestellt wurden.

IV. Was erwartet die Wirtschaft von den Schulabgängern?

Die ausbildenden Unternehmen stellen zu Recht Ansprüche an die Schulabgänger. Berufsausbildung muss auf einer soliden schulischen Basis aufbauen können. Ausbilder und Berufsschullehrer können bei der Vermittlung von Wissen und Einstellungen nicht von vorne anfangen. Die Wirtschaft erwartet daher, dass am Ende der Schulzeit die Grundlagen für eine stabile Persönlichkeit, für Gemeinschaftsfähigkeit, für Lern- und Leistungsbeurteilung gelegt sind und dass grundlegende Kenntnisse in allen Schulfächern erworben wurden.

Die Schule kann nicht für gesellschaftliche Fehlentwicklungen und Erziehungsversäumnisse in den Elternhäusern verantwortlich gemacht werden. In solchen Fällen ist sie dennoch eine maßgebliche Instanz, die positiv auf Kinder und Jugendliche einwirken kann.

Leistungen der Schule stehen seit langem in der Kritik. Es wird ihr Versagen in der Wissensvermittlung und fehlender Mut zur Erziehung vorgeworfen. Was die Schule leisten kann und soll, wird kontrovers diskutiert. Dennoch gibt es Standards des Wissens, der Persönlichkeitsentwicklung und der Gemeinschaftsfähigkeit, auf die sich die Verantwortlichen und Betroffenen verständigen müssen und können. Die Antwort auf die Frage, was Schule aus Sicht der Wirtschaft zu leisten hat, wird hier beantwortet.

Was sollen also die Jugendlichen aus der Schule mitbringen? Unternehmen stellen Persönlichkeit, Motivation und grundsätzliche positive arbeitsethische Werteinstellungen in den Vordergrund. Die so oft lediglich als »Sekundärtugenden« bezeichneten Verhaltensmuster gewinnen beim Umgang mit moderner Technik und in der betrieblichen Zusammenarbeit an Gewicht. Natürlich wird auch Basiswissen in allen Lernbereichen vorausgesetzt.

1. Fachliche Kompetenzen – Grundwissen in den wichtigsten Lern- und Lebensbereichen

a. Die deutsche Sprache in Wort und Schrift

Als Mindeststandard setzen die Betriebe die Fähigkeit voraus, dass die Schulabgänger einfache Sachverhalte mündlich und schriftlich klar formulieren und aufnehmen können. Die Jugendlichen sollen einfache Texte in Rechtschreibung und Grammatik fehlerfrei schreiben können und die Fähigkeit besitzen, verschiedene Sprachebenen, wie Szenenjargon, Umgangssprache, Fachsprache und gehobene Sprache zu unterscheiden.

b. Einfache Rechentechniken

Die vier Grundrechenarten, rechnen mit Dezimalen und Brüchen, Umgang mit Maßeinheiten, Dreisatz, Prozent- und Zinsrechnung, Flächen-, Volumen- und Massenbestimmung und fundamentale Grundlagen der Geometrie müssen bei Schulabgängern als bekannt vorausgesetzt werden können. Hinzu kommen sollte die Fähigkeit, Textaufgaben zu begreifen und zu lösen, die wichtigsten Formeln anzuwenden und mit Taschenrechnern mathematisch überlegt umzugehen.

c. Grundlegende naturwissenschaftliche Kenntnisse

Grundkenntnisse in Physik, Chemie, Biologie und Informatik, aus denen Verständnis für die moderne Technik und eine positive Grundeinstellung entwickelt werden können, müssen schulform- und altersgerecht verfügbar sein.

d. Grundkenntnisse wirtschaftlicher Zusammenhänge

Die Schule muss grundlegende Informationen über das Funktionieren des marktwirtschaftlichen Systems und die Rolle der wesentlichen Akteure in der Gesellschaft, wie politische Parteien, Parlament, Verwaltung, Unternehmen und Tarifpartner vermitteln. Die Schüler sollten durch Betriebspraktika

einen ersten Einblick in die Wirtschafts- und Arbeitswelt erhalten haben.

e. Grundkenntnisse in Englisch

Die Auszubildenden benötigen heute ausbaufähige Kenntnisse der englischen Sprache, die sie befähigen, sich über Gegebenheiten und Situationen – auch beruflicher Art – zu verständigen. Grundkenntnisse in einer anderen Fremdsprache – wie Französisch oder Spanisch – sind wünschenswert.

f. Grundkenntnisse im IT-Bereich

Moderne Lebens- und Arbeitswelten sind ohne Informations- und Kommunikationstechnik nicht denkbar. Junge Menschen müssen frühzeitig ein Verständnis für neue Technologien und deren Beherrschung entwickeln. In der Schule müssen bereits die Grundlagen für die Anwendung und den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien gelegt werden. Die Lehrer müssen die Schüler zu einem reflektierten Umgang mit den neuen Medien anleiten.

g. Geschichts- und Kulturkenntnisse

Jugendliche Berufsanfänger benötigen Grundkenntnisse über deutsche und europäische Geschichte und Traditionen, über gesellschaftliche und politische Rahmenbedingungen, ethische Anforderungen und religiöse Formen und Inhalte unserer Kultur. Kenntnisse und Akzeptanz dieser kulturellen Grundlagen sind Basis für die persönlichen und sozialen Kompetenzen, wie Leistungsbereitschaft, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit und solidarisches Verhalten gegenüber Mitmenschen und Minderheiten.

2. Persönliche Kompetenzen – Grundhaltungen und Werteinstellungen der Jugendlichen müssen den Anforderungen im Unternehmen gerecht werden

a. Zuverlässigkeit – Sorgfalt – Gewissenhaftigkeit

Zuverlässigkeit ist eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches Zusammenarbeiten im Unternehmen und das Erreichen der gesetzten Ziele. Die betrieblichen Aufgaben,

die sich auch aus der Orientierung an den Kundenwünschen ergeben, erfordern Genauigkeit und Ernst bei der Sache. Werte wie Selbstdisziplin, Ordnungssinn, Pünktlichkeit sind im Betrieb unabdingbar.

b. Lern- und Leistungsbereitschaft

Entscheidend für erfolgreiche Ausbildung ist eine Einstellung, die sich am guten Ergebnis und am Erfolg orientiert. Arbeit und Ausbildung, der eigene Beruf, müssen positiv als integrierende Bestandteile des eigenen Lebens gesehen werden und nicht nur als notwendiges Übel. Die Jugendlichen sollen von der Schule Neugier und Lust auf Neues mitbringen.

c. Ausdauer – Durchhaltevermögen – Belastbarkeit

Angehende Auszubildende benötigen die Fähigkeit, auch da durchzuhalten, wo Arbeit/Ausbildung als Belastung oder als unangenehm empfunden wird. Eine gewisse Frustrationstoleranz müssen die Jugendlichen aus Schule und Elternhaus mitbringen. Sie sollten gelernt haben, nicht bei jedem Misserfolgserlebnis oder vorläufigem Ausbleiben des Erfolgs aufzugeben.

d. Konzentrationsfähigkeit

Langzeitbeobachtungen von Jugendlichen haben gezeigt, dass die Konzentrationsfähigkeit in den letzten Jahrzehnten abgenommen hat. Die Fähigkeit, sich auf eine bestimmte Aufgabe zu konzentrieren und diese Konzentration über einen längeren Zeitraum aufrecht zu erhalten, muss bereits in der Schule eingeübt und anerzogen worden sein. Anders ist ein Bestehen im Berufsleben nicht möglich.

e. Verantwortungsbereitschaft und Selbständigkeit

Die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen und selbständig zu arbeiten, wächst zwar im Laufe der Berufsausbildung und der betrieblichen Arbeit, die Ansätze hierfür müssen jedoch bereits vorhanden sein. Es geht um die Fähigkeit, für etwas einzustehen, auch wenn es einmal misslingt. Arbeit, Unangenehmes, Lästiges und Verantwortung sollen nicht auf andere abgeschoben werden.

f. Fähigkeit zu Kritik und Selbstkritik

Kritikfähigkeit bedeutet nicht das pausenlose diskutieren über alles und jedes, sondern die Fähigkeit, Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden. Vorausgesetzt werden muss die Fähigkeit, eine Diskussion mit Argumenten für und wider sachlich zu führen. Genauso wichtig ist die Fähigkeit, eigene Fehler einzusehen und zu Korrekturen bereit zu sein.

g. Kreativität und Flexibilität

Notwendig ist die Fähigkeit, auch eigene Ideen zu den alltäglichen betrieblichen Aufgaben und der Organisation des eigenen Arbeitsplatzes zu entwickeln und sich in neue Aufgabenbereiche einzuarbeiten.

3. Soziale Kompetenzen – Soziale Einstellungen, die eine Zusammenarbeit im Betrieb ermöglichen

a. Kooperationsbereitschaft – Teamfähigkeit

In den Betrieben sind Mitarbeiter gefragt, die kooperieren, Informationen und Erfahrungen austauschen und Verbesserungsvorschläge machen können. Zusammenarbeit ist im Betrieb zwingend notwendig. Vor allem die neuen betrieblichen Organisationsformen sind wesentlich auf Kooperation angelegt.

b. Höflichkeit – Freundlichkeit

Aggressives, ruppiges, flegelhaftes oder auch nur unhöfliches Verhalten ist innerbetrieblich leistungshemmend. Nach außen stören derartige Umgangsformen die Beziehungen zu Lieferanten, zur Öffentlichkeit und vor allen Dingen zum Kunden. Die Unternehmen erwarten, dass Elternhaus und Schule der Vernachlässigung höflicher Umgangsformen entschlossen entgegenwirken.

c. Konfliktfähigkeit

Differenzen bei Meinungen und Haltungen sollen friedlich und konstruktiv verarbeitet werden können, ohne offene oder versteckte Aggression. Das setzt Sprach-

und Argumentationsfähigkeit voraus und die Fähigkeit, aufkeimenden Ärger und Aggressionen zu kanalisieren.

d. Toleranz

Jugendliche müssen in der Lage sein, auch dauerhaft abweichende Einstellungen, Verhalten und Meinungen eines anderen als gegeben hinzunehmen. Sie sollen aber auch deutlich ablehnen und abgrenzen können, was gegen die Grundwerte unserer Gesellschaft verstößt: Aggressivität, Verletzung humaner Grundwerte, Störung des Betriebsfriedens und nicht zuletzt Leistungsverweigerung.

4. Generelle Leitziele

In diesem Katalog sind elementare Anforderungen der Wirtschaft an die Schulabgänger dargestellt. Vieles darüber hinaus wäre wünschenswert. Die Schule muss sich jedoch insbesondere bei Schülern, deren Leistungsfähigkeit begrenzt ist, auf die Beseitigung klar erkennbarer Defizite konzentrieren und Basiswissen sowie gesellschaftliche Grundwerte vermitteln. Die Leitziele

– Emanzipation und

– Entwicklung einer eigenen Persönlichkeit

müssen durch Pflicht- und Verantwortungswerte ergänzt werden, die es erst ermöglichen, Leistungen zu erbringen und Verantwortung für sich und andere zu übernehmen.

V. Bewerbungstipps

1. Tipps zur Bewerbung

Bewerbung kommt von werben, und so überrascht es nicht, dass nicht jede Bewerbung zum Erfolg führt. Denn letztendlich entscheidet der Kunde, ob er kauft, im Falle der Bewerbung also der Arbeitgeber, ob er einstellt. Auf Anzeigen in überregionalen Tageszeitungen erhalten Unternehmen heute regelmäßig mehrere hundert bis über 1.000 Bewerbungen. Bei dieser Menge sind die Unternehmen gezwungen, eine Vorauswahl anhand der Aktenlage zu treffen. Gleichermaßen gilt dies für Bewerbungen um einen Ausbildungsplatz.

Vor den Gedanken um die Gestaltung der Bewerbung sollte man sich Gedanken darum machen, welches Ziel man anstrebt. Wer ziellos segelt, weiß nicht, welche Winde für ihn günstig sind und wird den Hafen nicht erreichen. Die Navigation auf dem Meere der Berufswahl erfordert aktuelles Kartenmaterial (Informationen über die in Frage kommenden Berufe), Seetüchtigkeit (erworben in Praktika oder Ferienjobs), hinreichend Proviant (Ausdauer), und auch ein bisschen Glück mit dem Wetter.

Ein englisches Sprichwort sagt: »You'll never get a second chance to make a first impression!« Auf Bewerbungen bezogen, bedeutet dies, dass sich die Bewerber darüber im klaren sein müssen, dass alles, was das Unternehmen über sie weiß, aus der Bewerbung hervorgeht. Was nicht in der Bewerbung steht, kann das Unternehmen nicht zur Entscheidung heranziehen.

Damit wird die Bewerbung zum wichtigsten Instrument für das Erreichen einer beruflichen Position, denn im Falle einer schlechten Bewerbung erhält man keine Chance, dies im persönlichen Gespräch auszugleichen, einfach aus dem Grund, dass kein Gespräch stattfindet.

Eine gute Bewerbung muss drei wesentliche Anforderungen erfüllen:

- Sie muss formal korrekt sein: Name der Firma korrekt, Anschrift richtig, keine Rechts-

schreibfehler, einwandfreie Kopien der Zeugnisse und ggf. sonstiger Referenzen, keine Eselsohren, keine Fettflecken, Adressaufkleber mit dem PC geschrieben, richtig frankiert (kein Einschreiben), übersichtlich gestaltet. Wichtig ist auch anzugeben, wann man unter welcher Telefonnummer erreichbar ist. Heute kann auch eine E-Mail-Adresse von Vorteil sein, allerdings muss man dann auch regelmäßig seine Mailbox leeren.

- Die Qualifikation des Bewerbers muss deutlich hervorgehen. Als Bewerber sollte man versuchen, sich aus der Sicht des Unternehmens zu betrachten und dementsprechend die für das Unternehmen und ihre zukünftige Aufgabe wichtigen Qualifikationen vorzustellen. Engagement in der Freizeit sollte keinesfalls verschwiegen werden, aber auch nicht das Zentrum bilden.
- Es muss klar werden, warum der Bewerber auf die ausgeschriebene Stelle passt. Also: Man muss sich vorher über das Unternehmen informieren. Wenn eine Telefonnummer im Inserat genannt wird, dann ist dies immer eine Chance, sich aus der anonymen Masse herauszuheben. Den Anruf sollte man gut vorbereiten und einige Fragen parat haben. In der schriftlichen Bewerbung kann und sollte man dann auf dieses Gespräch Bezug nehmen. Informationen über Unternehmen gibt es bei den Kammern und bei Verbänden, im Internet oder im Einzelfall auch bei dem Unternehmen selbst.

Eine Absage auf eine schriftliche Bewerbung bedeutet nicht, dass man unqualifiziert ist und auch nicht, dass die Bewerbung schlecht war. Ob ein Unternehmen Interesse an einem Bewerber entwickelt, hängt nicht nur von objektivierbaren Kriterien, wie dem formalen Bildungsabschluss oder Kenntnissen in Fremdsprachen ab. Vielmehr muss auch die Chemie stimmen. Manches Kreative, was bei dem einen Arbeitgeber gut ankommt, wird bei einem anderen als Schnickschnack abge-

lehnt. Grundsätzlich gilt: Eine Bewerbung sollte immer dem Charakter des Bewerbers und dem der ausgeschriebenen Position entsprechen.

2. Tipps zum Vorstellungsgespräch

Wer diese Stufe erreicht, hat schon viel gewonnen. Auch wenn es bis zum Abschluss eines Vertrages dann immer noch ein weiter Weg ist, so bietet doch das Vorstellungsgespräch die Chance, im persönlichen Gespräch zu prüfen, ob man zueinander passt. Dieses Prüfen betrifft beide Seiten, denn auch der Bewerber sollte die Gelegenheit, seinen eventuell zukünftigen Vorgesetzten kennen zu lernen, nicht ungenutzt verstreichen lassen.

In der Regel hat man sich nicht nur bei einem Unternehmen beworben, so dass es unabdingbar ist, sich vor dem Gespräch noch einmal folgendes klar zu machen:

- Warum habe ich mich dort beworben?
- Mit wem habe ich dort (telefonisch) gesprochen?
- Welche Unterlagen hat das Unternehmen von mir?
- Welche Unterlagen habe ich von dem Unternehmen?

Auch grundlegende Unternehmensdaten sollte man parat haben.

Dann kann es guten Mutes losgehen. Dass man pünktlich erscheinen muss, versteht sich von selbst. Dabei sollte man einkalkulieren, dass bei größeren Unternehmen der Weg vom Werkstor zum Ort des Gesprächs ebenfalls einige Zeit in Anspruch nehmen kann. Zwei Vertreter des Unternehmens, das ist die Regel, werden das Gespräch führen, von denen in der Regel einer die Personalabteilung und einer die Fachabteilung vertritt.

Es ist normal, dass der Bewerber beim Vorstellungsgespräch nervös ist. Wer allerdings durch seine Nervosität gelähmt ist, hat schlechte Karten. In diesem Fall sollte man Bewerbersituationen üben (evtl. mit Eltern von Freunden, die in entsprechenden Positio-

nen tätig sind). Man kann sich darauf verlassen, dass in Vorstellungsgesprächen regelmäßig die auf den ersten Blick »dunklen« Flecken der Bewerbung angesprochen werden. Wer eine Lehre abgebrochen hat, mehrfach sitzen geblieben ist oder in kurzem Zeitraum mehrfach den Arbeitgeber gewechselt hat, dem ist eines gewiss: Er wird nach Erklärungen gefragt werden. Dabei geht es nicht darum, sich für seinen Lebenslauf zu entschuldigen, sondern darum, dass das Unternehmen erkennt, dass der Bewerber seiner Aufgabe gewachsen sein wird.

Nachdem die Unternehmensvertreter einige Informationen über ihr Unternehmen und die zu besetzende Stelle gegeben haben, folgt oft die Frage: »Welche Fragen haben Sie?« Ein Bewerber muss je nach Situation abwägen, ob er eigene Fragen stellen möchte. Einiges kann man sich vorher zurechtlegen:

- Fragen zu den Geschäftsunterlagen
- Gibt es eine Aufgabenbeschreibung?
- Wird die Stelle neu geschaffen?
- Warum ist der Vorgänger gegangen?
- Wie würden Sie Ihr Betriebsklima beschreiben?
- Wie sieht das Organigramm der Abteilung aus?
- Wie alt sind die Kollegen?
- Wie ist die Geschlechterverteilung?
- Wie ist die Arbeitszeit geregelt?

Nachfragen zur Aufgabe selbst sind ebenso gern gesehen. Wenn man etwas nicht verstanden hat, sollte man gleich nachfragen. Wer fragt, führt!

Gegen Ende des Gesprächs ist oft nur noch ein Thema offen: das Geld. Man sollte warten, bis man gefragt wird, und nicht selbst das Thema ins Gespräch bringen. Es gibt verschiedene Rituale, mit denen Bewerber sich an einer Auskunft über die eigenen Vorstellungen vorbeimogeln möchten: »Ich möchte angemessen bezahlt werden.« »Sie haben doch sicher eine Summe dafür vorgesehen.« Hier ist kontrollierte Offensive angesagt, indem man einen

Betrag nennt, der angemessen erscheint (auch hierzu gibt es Informationen in einschlägigen Fachzeitschriften). Wenn das Unternehmen Interesse am Bewerber hat, dann wird es, sollte dessen Forderung zu hoch sein, nach verhandeln. Also: Nur Mut!

Nach dem Ende des Gesprächs beginnt die Zeit des Wartens. Ein Protokoll des Gesprächs hilft, sich bei telefonischen Anfragen z. B. an die Namen der Gesprächspartner zu erinnern.

Bewerbungen funktionieren nach dem Muster: »The winner takes it all!« Für zweite und dritte Plätze gibt es leider nichts, oft nur eine standardisierte Absage. Doch sollte man sich davon nicht beeindrucken lassen, denn wichtig ist die Stelle, die man bekommt, und nicht die, die man nicht bekommt.

VI. Fünf Tage Praktikum – Musterabläufe

Aus den Erfahrungen bisheriger Lehrerpraktika haben wir eine Reihe von Tipps entwickelt. In 10 Punkten lässt sich zunächst das Praktikum mit Vor- und Nachbereitung in groben Zügen strukturieren. Diese Punkte finden Sie in der folgenden Checkliste.

Auf den folgenden Seiten sind Vorschläge für konkrete Abläufe fünftägiger Praktika in ver-

schiedenen Bereichen eines Unternehmens enthalten. Diese dienen als Leitlinien. Sie können selbstverständlich den Gegebenheiten im Praktikumsunternehmen angepasst werden. Daran anschließend finden sich Checklisten für Teilnehmer und Unternehmen zur Durchführung des Praktikums.

10 Tipps für Unternehmen und Teilnehmer zur Gestaltung und zum Ablauf des Praktikums

Unternehmen	✓	Praktikantinnen und Praktikanten	✓
1. Benennen Sie einen festen Ansprechpartner für ihre/n Praktikantin/en.		1. Fragen Sie Ihre/n Betreuer/in, wann sie/er am besten Zeit für Rücksprachemöglichkeiten oder zusammenfassende Gespräche hat.	
2. Erkunden Sie die Interessenlage Ihrer/s Praktikantin/en.		2. Berichten Sie Ihrer/m Betreuer/in, welche Bedeutung das Praktikum für Sie selbst, für Ihre Schule und für Ihre Schüler/innen hat.	
3. Wählen Sie eine geeignete Aufgabe oder ein Projekt aus, und übertragen Sie der/dem Praktikantin/en Verantwortung für bestimmte Elemente. Das Projekt soll in den fünf Tagen möglichst umfassend kennen gelernt und gegebenenfalls abgeschlossen werden.		3. Informieren Sie Ihre/n Betreuer/in über spezielle Kenntnisse, Fähigkeiten und Neigungen. Zeigen Sie Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen.	
4. Stimmen Sie einen gemeinsamen Wochenplan miteinander ab.		4. Stimmen Sie einen gemeinsamen Wochenplan miteinander ab.	
5. Informieren Sie Ihre Mitarbeiter über den Praktikumsplan, damit alle die/den Praktikantin/en in ihren Arbeitsablauf integrieren können.		5. Begreifen Sie Ihre Aufgabe als wichtigen Teil einer Gesamtaufgabe.	
6. Lassen Sie ihre/n Praktikantin/en eigene Erfahrungen machen, und stellen Sie nicht die Informationsvermittlung in den Vordergrund.		6. Versuchen Sie, einen Überblick über ihre direkte Arbeitsumgebung zu gewinnen.	
7. Verdeutlichen Sie die Notwendigkeit von effizientem Zeit- und Terminmanagement.		7. Fragen Sie, wenn Sie nähere Erläuterungen benötigen.	
8. Vereinbaren Sie schon vor oder während des Praktikums einen Termin für die Nachbesprechung.		8. Vereinbaren Sie schon vor oder während des Praktikums einen Termin für die Nachbesprechung.	
9. Notieren Sie sich die Aufgaben, die sich als besonders geeignet erwiesen haben, für spätere Praktikanten.		9. Dokumentieren Sie Ihre Tätigkeiten, und überlegen Sie, welche Anforderungen des betrieblichen Alltags sich in den Unterricht integrieren lassen.	
10. Überlegen Sie, ob und in welchem Rahmen eine längerfristige Zusammenarbeit mit der Schule der/des Praktikantin/en möglich und sinnvoll ist.		10. Erörtern Sie mit Ihrem Praktikumsunternehmen die Möglichkeiten einer weiteren Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmen und Ihrer Schule.	

Beschaffungswesen	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag	5. Tag
vormittags	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiter kennen lernen Räumlichkeiten kennen lernen Wie ist das Beschaffungswesen im Unternehmen eingeordnet? 	<ul style="list-style-type: none"> Mögliche Lieferanten für ein spezielles Produkt ermitteln 	<ul style="list-style-type: none"> Verhandlungsvorbereitung 	<ul style="list-style-type: none"> Abschluss nachbereiten: Auftragsbestätigung, Klauseln, Versicherung, Terminüberwachung ... Wird das Produkt zukünftig weiter benötigt? Wie wird der Abschluss dokumentiert? 	<ul style="list-style-type: none"> Weiche Möglichkeiten gibt es, den betrieblichen Einkauf in der Schule zu simulieren?
nachmittags	<ul style="list-style-type: none"> Beschaffungswege kennen lernen Beschaffungsplanung, bezogen auf ein spezielles Produkt, kennen lernen 	<ul style="list-style-type: none"> Faktoren für die Einkaufsentscheidung kennen lernen: Liefertreue, Qualität, Preis etc. 	<ul style="list-style-type: none"> An Verhandlung teilnehmen Angebotsvergleiche erstellen 	<ul style="list-style-type: none"> Warenannahme und Eingangskontrolle 	<ul style="list-style-type: none"> Abschlussgespräch
Produktion	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag	5. Tag
vormittags	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiter kennen lernen Räumlichkeiten kennen lernen Wie ist die Produktion im Unternehmen eingeordnet? 	<ul style="list-style-type: none"> Welche Produkte werden hergestellt? Welche Vorprodukte werden verwendet? Welche Betriebsstoffe werden gebraucht? 	<ul style="list-style-type: none"> Wie wird hohe Qualität erreicht? Bei Gruppenarbeit in der Gruppe mitarbeiten 	<ul style="list-style-type: none"> Wie greifen die einzelnen Produktionsphasen ineinander? Wie und von wem werden sie gesteuert? 	<ul style="list-style-type: none"> Endkontrolle Verpackung Transport der Fertigwaren
nachmittags	<ul style="list-style-type: none"> Überblick über die gesamte Produktionsanlage Unfallverhütung, Sicherheitsvorschriften, Fluchtwege, Brandschutz, Erste Hilfe 	<ul style="list-style-type: none"> Welche Arbeitsschritte werden durchlaufen? Wie wird der Materialfluss aufrechterhalten? 	<ul style="list-style-type: none"> Qualitätskreis kennen lernen und beschreiben Was passiert bei Maschinenstillstand? Was tun die (Industrie-) Meister? 	<ul style="list-style-type: none"> Wie kann auf veränderte Mengenanforderungen reagiert werden? Was passiert bei Betriebsstörungen? 	<ul style="list-style-type: none"> Abschlussgespräch

	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag	5. Tag
Marketing					
vormittags	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiter kennen lernen Räumlichkeiten kennen lernen Wie ist das Marketing im Unternehmen eingeordnet? 	<ul style="list-style-type: none"> Kundenbefragung für einen Verpackungstest entwickeln: Für ein Produkt des Unternehmens Anforderungen an die Funktionalität und die Form spezifizieren und einen Fragebogen entwerfen 	<ul style="list-style-type: none"> Fragebogen einsammeln, auswerten Vergleich mit ähnlichen Konzepten in der Vergangenheit 	<ul style="list-style-type: none"> Auswertung präsentieren Mögliche Entscheidungen diskutieren Entscheidungsvorschlag machen 	<ul style="list-style-type: none"> Weiche Maßnahmen müssen getroffen werden, wenn die Entscheidung umgesetzt werden soll? Wie lang dauert es? Was kostet es? Wer ist einzubinden?
nachmittags	<ul style="list-style-type: none"> Anhand eines abgelaufenen Projektes Planung und Organisation einer Marketingmaßnahme kennen lernen 	<ul style="list-style-type: none"> Fragebogen im Gespräch mit Mitarbeitern verfeinern An einige Mitarbeiter ausgeben 	<ul style="list-style-type: none"> Auswertung graphisch darstellen und bewerten Präsentation vorbereiten 	<ul style="list-style-type: none"> Analyse der Zielgruppe Zielgruppenspezifische Bedürfnisanalyse 	<ul style="list-style-type: none"> Abschlussgespräch

	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag	5. Tag
Öffentlichkeitsarbeit					
vormittags	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiter kennen lernen Räumlichkeiten kennen lernen Wie ist die Öffentlichkeitsarbeit im Unternehmen eingeordnet? 	<ul style="list-style-type: none"> Eine Mitarbeiterzeitschrift soll eingeführt werden, die alle sechs Wochen erscheint. Wie kann sie aussehen? Was sollte hinein? Wer schreibt? Kosten/Nutzen Verhältnis 	<ul style="list-style-type: none"> Ermittlung des Stimmungsbildes: Was halten die Mitarbeiter von der Idee? Was erwarten sie? 	<ul style="list-style-type: none"> Kosten ermitteln (Personal-, Sach-, Druckkosten) Präsentation vorbereiten und durchführen 	<ul style="list-style-type: none"> Grobplanung für die 25-Jahr-Feier des Unternehmens: Ansprechpartner, Gäste (intern/extern), Veranstaltungskonzept, Kostenschätzung
nachmittags	<ul style="list-style-type: none"> Weiche Medien benutzt das Unternehmen? Publikationen kennen lernen 	<ul style="list-style-type: none"> Erstellen eines Planes mit den grundlegenden Inhalten der nächsten drei Hefte 	<ul style="list-style-type: none"> Entwurf eines Editorials für die Null-Nummer 	<ul style="list-style-type: none"> Wie kann das Know-how in die Schule übertragen werden? 	<ul style="list-style-type: none"> Abschlussgespräch

	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag	5. Tag
Datenverarbeitung					
vormittags	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiter kennen lernen Räumlichkeiten kennen lernen Wie ist die Datenverarbeitung im Unternehmen eingeordnet? 	<ul style="list-style-type: none"> Welche Daten werden im Unternehmen erhoben (Personal, Umsatz, Marktforschung ...) Wer kann wie zugreifen? 	<ul style="list-style-type: none"> Anforderungen an die Datensicherheit Vorschriften des Datenschutzes 	<ul style="list-style-type: none"> DV auf dem Weg in ein Informationssystem (ISDN, WWW, Intranet) 	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikationswege und Kommunikationsmöglichkeiten
nachmittags	<ul style="list-style-type: none"> Mit welcher Hard- und Software wird gearbeitet? Leistungsspektrum der eingesetzten Software kennen lernen 	<ul style="list-style-type: none"> Alltag in der Datenverarbeitung: Software-Support 	<ul style="list-style-type: none"> Pflege von Daten: Erfassung, Aktualisierung, Archivierung, Löschung 	<ul style="list-style-type: none"> Kalkulation: Was kostet es, einen Evolutionsschritt im Unternehmen mitzumachen, bzw. welche Folgekosten entstehen, wenn man einen Evolutionsschritt auslässt? 	<ul style="list-style-type: none"> Abschlussgespräch

	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag	5. Tag
Organisation					
vormittags	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiter kennen lernen Räumlichkeiten kennen lernen Wie ist die Organisation im Unternehmen eingeordnet? 	<ul style="list-style-type: none"> Darstellungsmethoden (Ablauf und Aufbau) kennen lernen Führungs- und Managementkonzepte kennen lernen 	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung durch DV: Methoden, Software ... 	<ul style="list-style-type: none"> Vorschläge zur effizienten Umgestaltung einer Abteilung (eines Arbeitsplatzes) entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> Vorschlag erarbeiten, wie die getroffene Entscheidung vermittelt werden kann
nachmittags	<ul style="list-style-type: none"> Wie ist das Unternehmen organisiert? 	<ul style="list-style-type: none"> Auswirkungen von Schwankungen im Umsatz auf die Beschäftigungssituation 	<ul style="list-style-type: none"> Grundsätze der Organisationssoziologie/-psychologie 	<ul style="list-style-type: none"> Ergebnisse präsentieren Entscheidungsalternativen diskutieren Empfehlung abgeben 	<ul style="list-style-type: none"> Abschlussgespräch

	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag	5. Tag
Personal					
vormittags	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter kennen lernen • Räumlichkeiten kennen lernen • Wie ist das Personalwesen im Unternehmen eingeordnet? 	<ul style="list-style-type: none"> • Kriterien zur Auswahl entwickeln und entsprechend Kandidaten für Vorstellungsgespräch vorschlagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung eines Vorstellungsgesprächs anhand von Bewerbungsmappen 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbesprechung und Entscheidungsfindung: Welcher Kandidat hat warum überzeugt? Welcher nicht? 	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kann Transfer der Erfahrungen in die Schule hergestellt werden? • In welcher Form kann Bewerbung im Unterricht behandelt werden?
nachmittags	<ul style="list-style-type: none"> • Welcher Methoden bedient sich das Unternehmen beim Auswahlverfahren? • Bewerbungsmappen sichten 	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Kriterien hat der Praktikant angelegt? • Welche Kriterien legt das Unternehmen an? 	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme an Vorstellungsgesprächen • Auswertung der Gespräche 	<ul style="list-style-type: none"> • »Schwierige Gespräche« im Alltag der Personalabteilung • Systeme zur Mitarbeiterbeurteilung kennen lernen 	<ul style="list-style-type: none"> • Abschlussgespräch

Checkliste für Lehrerinnen und Lehrer zur Durchführung des Praktikums

Tag	Zeit	Thema	Fragen/Hinweise	Ansprechpartner	Durchwahl	Ort
		1.				
		2.				
		3.				
		4.				
		5.				
		6.				
		7.				
		8.				
		9.				
		10.				
Ist spezielle Kleidung notwendig (z. B. in der Produktion, im Hotel)? Welche?						
Wie kann ich mich vorbereiten? Informationsquellen?						
Welche speziellen Interessensgebiete habe ich?						
Welche Fragen habe ich zum Ablauf des Praktikums?						
Welche Elemente des Praktikums kann ich für die Schule nutzbar machen?						
Welche Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens interessieren mich?						
Was möchte ich den Schülern mitteilen?						
Sind die Kontakte zwischen dem Unternehmen und meiner Schule ausbaufähig?						

Checkliste für Unternehmen zur Durchführung des Praktikums

Name meines Praktikanten		Telefon privat				
Schule		Telefon der Schule				
Unterrichtsfächer		Interessen des Praktikanten				
Tag	Zeit	Thema/Einsatzgebiet	Fragen/Hinweise	Ansprechpartner	Durchwahl	Ort
	1.					
	2.					
	3.					
	4.					
	5.					
	6.					
	7.					
	8.					
	9.					
	10.					
Sind alle Ansprechpartner informiert?			(✓)	Sind Informationen über das Unternehmen bereitgestellt?		
Ist der Arbeitsplatz vorbereitet?				Ist ggf. notwendige Ausrüstung vorbereitet (z. B. Schutzkleidung)?		
Was möchten wir über die Schule erfahren?						
Wie können wir langfristig mit der Praktikantin/dem Praktikanten und seiner Schule in Kontakt bleiben?						

VII. Nachbereitung

Das Betriebspraktikum soll auch über die Praktikumswoche hinaus wirken und Ihre Erfahrungen in Ihre pädagogische Arbeit einfließen. In Zusammenarbeit mit der Industrie- und Handelskammer in Ihrer Region bietet sich ein spezielles Auswertungseminar an. Hier sollten Sie Ihre Erfahrungen und Eindrücke mit anderen Praktikanten austauschen und im Hinblick auf ihre schulische Relevanz reflektieren. Aus dem einmal geknüpften Kontakt zum Betrieb ergeben sich vielleicht Möglichkeiten weiterer Zusammenarbeit, z. B. für Unterrichtsprojekte und -gestaltung, gemeinsame Aktionen für die

Berufsorientierung der Schülerinnen und Schüler oder auch in der Vermittlung, welche Anforderungen in einer bestimmten Ausbildung gestellt werden bzw. welche Leistungsvoraussetzungen erforderlich sind.

Wir wünschen uns, dass Sie die geknüpften Kontakte pflegen und ausbauen, z. B. indem Sie zu den Betrieben in Ihrer Region, in denen auch andere Lehrer ein Praktikum absolviert haben, Kontakt aufnehmen. Diese Betriebe sind in der Regel auch für andere Arten der Zusammenarbeit aufgeschlossen.

Anhang 1 – Rückmeldung der Erfahrungen durch Lehrerinnen und Lehrer



Innenansichten – Lehrer erleben Wirtschaft

Tagesprotokoll

Datum: _____

1. Beschreibung der Tätigkeiten:

2. Persönliche Eindrücke:

3. Ansatzpunkte für die Einbeziehung in die Schule:

4. Sonstiges:

Name: _____ Vorname: _____

Schule: _____ Unterschrift: _____

Bitte senden Sie Ihre Tagesprotokolle nach Abschluss des Praktikums an Ihre Industrie- und Handelskammer. Vielen Dank!

Anhang 2 – Rückmeldung der Erfahrungen durch Unternehmen



Innenansichten – Lehrer erleben Wirtschaft

Tagesprotokoll

Datum: _____

1. Welche Aufgaben waren besonders gut geeignet?

2. Persönliche Eindrücke:

3. Wo traten Probleme auf?

4. Sonstiges:

Name: _____ Vorname: _____

Schule: _____ Unterschrift: _____

Bitte senden Sie Ihre Tagesprotokolle nach Abschluss des Praktikums an Ihre Industrie- und Handelskammer. Vielen Dank!