Wirtschaftsförderung Nordfriesland

Wirtschaftsförderung Nordfriesland · Schloßstraße 7 · 25813 Husum

Landeshaus
Wirtschafts- und Digitalisierungsausschuss
Herrn Claus Christian Claussen
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel

Wirtschaftsförderungsgesellschaft
Nordfriesland mbH
Schloßstraße 7
25813 Husum

T +49 4841 6685-0
F +49 4841 6685-16

E info@wfg-nf.de
www.wfg-nf.de

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 20/684

Husum, den 26. Januar 2023

Eine landesweit einheitliche Online-Praktikumsbörse aufbauen
Antrag der Fraktion des SSW
Drucksache 20/353

Entwicklung einer Berufs- und Studienorientierungsapp vorantreiben
Alternativantrag der Fraktionen von CDU und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
Drucksache 20/443

Sehr geehrter Herr Claussen,
sehr geehrte Damen und Herren,

wir beziehen uns auf Ihr Schreiben vom 21.12.2022 zur Anhörung der Online-Praktikumsbörse, zu der wir wie folgt Stellung nehmen möchten:

ZUR VORGESCHICHTE
Seit Herbst 2018 betreiben wir für den Kreis Nordfriesland das Portal „Praktikum Westküste“, gemeinsam mit den Kreisen Pinneberg, Steinburg und Dithmarschen, welche das Thema ursprünglich über ein Bundesprojekt entwickelt und aufgebaut haben. Erstmals unter "Rückenwind der Jugendmobilität". Insgesamt sind in den vier Westküstenkreisen von Praktikum Westküste und auf den Plattformen „Praktikum Rendsburg-Eckernförde“ und „Praktikum Hansebelt“ über 2390 Unternehmen mit über 5400 Angeboten abrufbar. Diese Erweiterung zeigt im Hinblick auf das regionsübergreifende Angebot und die Vielfalt gute Erfolge. Zielgruppe sind Schüler und Schülerinnen der 8.–10. Klassen, die zusätzlich von uns in Unterrichtseinheiten über das Thema Praktikum geschult und motiviert werden. Für 11 Schulen mit durchschnittlich ca. 30 Schulungen im Jahr allein in Nordfriesland ist dies inzwischen ein etablierter Vorgang für die Organisation der

Pflichtpraktika. Im Jahr 2022 wurden auf diesem Wege 711 Schüler und Schülerinnen erreicht und in diesem Zuge das Praktikumsportal „Praktikum Westküste“ vorgestellt und für den Berufsübergang sensibilisiert.

Schüler und Schülerinnen nutzen die Plattform, um sich zu informieren und zu bewerben. Die Zugriffszahlen von durchschnittlich über 1500 Besucher pro Jahr der Homepage bestätigen, insbesondere nach den durchgeführten Schulungen und Praktika in den Betrieben die Nutzbarkeit. Der Bereich Social Media hat, insbesondere durch die Pandemie angetriebene Digitalisierung einen gut sichtbaren Zulauf bekommen und erreicht über diesen Weg kontinuierlich die Schüler und Schülerinnen als Zielgruppe. Dies zeigt sich insbesondere bei Instagram. Ein gebündelter Social Media Auftritt und eine Erweiterung auf weitere Social Media-Plattformen, wie TiKTok und YouTube können das Portal erlebbarer machen. Hierfür wären weitere personelle Kapazitäten nötig, um für die junge Zielgruppe die landesweiten Angebote sichtbar zu machen.

ZUR MARKTEINSCHÄTZUNG
Angebotsseitig haben die KMUs im ländlichen Raum in den letzten Jahren massiv mit zwei Trends zu kämpfen: Erstens verschiebt sich das Verhältnis Ausbildung:Studium in den letzten Jahren sehr stark zugunsten des Studiums. Heute beginnen deutlich mehr als die Hälfte eines jeden Jahrgangs nach der Schule direkt ein Studium, oft an einem Studienort in einer Großstadt oder fern vom Heimatort. I.d.R. kehren die Absolventen nicht in den heimischen Arbeitsmarkt zurück.
Zweitens verstärkt der demographische Wandel diesen Effekt massiv. War es vor Jahren noch vorwiegende Aufgabe, überzähligen Bewerbern einen Ausbildungsplatz zu verschaffen, so haben heute Betriebe kaum noch Bewerbungen und viele der angebotenen Ausbildungsplätze bleiben unbesetzt (ca. 40 %). Die Geburtenrate signalisiert, dass sich dieser Bewerbermangel noch verschärfen wird. Viele Handwerksbetriebe, der DEHOGA und der soziale bzw. Gesundheitsbereich leiden schon jetzt sehr stark unter Nachwuchsmangel. Außerdem sollte hier auch die steigende Zahl der Menschen mit Migrationshintergrund berücksichtigt werden, um diese bestmöglich durch Praktika in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt zu integrieren.

Daher ist es umso wichtiger, dass es niedrigschwellige und kostengünstige Angebote zur Rekrutierung gibt und zugleich ein professionelles „Employer Branding“ gelingt. Wir schätzen, dass das vorliegende Angebot für „Praktika vor einer Ausbildung“ eines der wichtigsten Instrumente zur Bekämpfung des Fachkräftemangels überhaupt ist. Nachfrageseitig ist es ebenfalls erforderlich, dass Schüler und Schülerinnen der Übergang von Schule zum Beruf möglichst attraktiv und einfach gestaltet wird. Gerade nach den Jahren der Covid-Pandemie ist vielfach die Eigeninitiative erlahmt und die Jugendlichen finden nur schwer zu einem Überblick ihrer beruflichen Möglichkeiten. Diesen Überblick zu verschaffen kann auch nicht allein den Schulen aufgetragen werden, sondern er ist möglichst für das gesamte Bundesland einheitlich und modern darzubieten. Wichtig ist zudem, dass Schüler und Schülerinnen ein breites Spektrum an Berufswahlmöglichkeiten geboten wird, das man sich im Praktikum näher ansehen kann. Insbesondere können die jungen Menschen auf diesem Wege

ganz nach ihren Talenten wählen und entdecken über die Plattform seltene Berufsbilder, wie zum Beispiel Goldschmied. Der Anteil derjeniger, die ganz ohne Berufsausbildung bleibt ist in dieser Lebensphase möglichst weit zu reduzieren, da für diesen Personenkreis die Folgekosten in den sozialen Systemen extrem hoch sind. Dazu bietet das vorhandene Angebot eine inzwischen etablierte und ausbaufähige Plattform, kombiniert mit Marketing-Elementen, vor allem im Bereich der Sozialen Medien. Für Schüler und Schülerinnen sollte ein solches Angebot auch weitestgehend informativ, objektiv und frei von beeinflussender Werbung sein. Es sollte ein kostenfreies Angebot sein, um auch den kleinen Unternehmen, vorwiegend im ländlichen Raum eine Plattform zu bieten.

Wissenschaftliche Begleituntersuchungen der Fachhochschule Westküste stützen diese Darstellung!

ZUM ERFORDERNIS EINES LANDESWEIT EINHEITLICHEN ANGEBOTS
Nach der ersten Entwicklungs- und Aufbauphase werden die 11 bereits vorhandenen, regionalen Angebote allein aus den Regionen finanziert. Diese haben sich im Backend über einen Kooperationsvertrag verbunden. Dabei ist der finanzielle Rahmen eng, attraktive Ausbau- und Erweiterungsmöglichkeiten, wie etwas ein Bewerbungstool, ein Stärkentest für eine bessere Selbsteinschätzung und zur Branchen-Orientierung, Übersetzung in die Sprachen von Geflüchteten sind aktuell nicht finanzierbar. Angebotserweiterungen für Freiwilligendienste, Bundesfreiwilligendienste, oder Studierendenpraktika sind bereits in die Webseite implementiert, um die Vielfalt in Schleswig-Holstein zu zeigen. Dabei hätte es große Vorteile, wenn der Informationsfluss zwischen Schüler und Schülerinnen und Betrieben nicht an Verwaltungsgrenzen enden würde, sondern wie in anderen Bundesländern auch, landeseinheitlich wäre (vgl. z.B. Mecklenburg-Vorpommern). Durch gebündelte Ressourcen lässt sich ein großer Spielraum hinsichtlich Informationsdaten, Sprachen und Angeboten bereitstellen.

Im Alternativantrag von CDU und Bündnis90/Die Grünen sehen wir grundsätzlich keinen Widerspruch zum Antrag des SSW, der ja ebenfalls die Schaffung einer zusätzlichen, kostenfreien App vorsieht. Es wäre sinnvoll beide Anwendungen (Internet-Plattform plus App) verfügbar zu haben sowie eine kontinuierlich mediale Begleitung mit den Zielgruppen „Betriebe“ und „Schüler und Schülerinnen“. Eine Grundfinanzierung der Gesamtkosten und eine landesweit einheitliche Form dieser Medien wäre sehr zu begrüßen, um die Chancengleichheit aller in Schleswig-Holstein sicher zu stellen und eine zeitgemäße Angebotsstruktur vorzuweisen. Diese sollte alle Branchen und Berufe umfassen und alle Bewerber-Potentiale berücksichtigen.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Dr. Matthias Hüppauff
Geschäftsführer

gez. Franziska Rieve
Projektmanagerin