

Presseinformation

Übers Praktikum zum Berufswunsch

AG Stadtmarketing arbeitet an Kooperationen mit Schulen

Lübbenauer Schüler auf Ausbildungsmöglichkeiten im lokalen Gastgewerbe aufmerksam zu machen – daran arbeiten die Mitglieder der Stadtmarketingrunde „Wir für Lübbenau“ derzeit intensiv. Mit einem gemeinsam erstellten Leitfaden haben die Verantwortlichen bereits mit der Schulleitung des Paul-Fahlisch-Gymnasiums gesprochen. Eine Vorstellung bei der Oberschule Ehm-Welk folgt zeitnah. „Wir haben Ideen vorgestellt, wie touristische Unternehmen sich in den Lehrbetrieb einbringen können, beispielsweise mittels Praktika und Workshops. Die Schule zeigte großes Interesse“, übermittelt WIS-Chef Michael Jakobs in der jüngsten Stadtmarketing-Sitzung. In einer freiwilligen Gastronomie-Runde wolle man nun besprechen, welche Angebote, gern auch kombiniert in verschiedenen Unternehmen, für die Schüler initiiert werden können. „Wichtig ist, dass wir eine bestimmte Richtlinie vereinbaren, um den Schülern qualitativ gute Praktika zuzusichern. Sie sollen nicht drei Wochen nur Teller waschen. Unser oberstes Ziel mit unseren Bemühungen ist es, junge Leute von einer beruflichen Laufbahn im Tourismus zu überzeugen – um dem akuten Fachkräftemangel und den zukünftig noch steigenden Bedarf an touristischen Arbeitnehmern zu kompensieren“, so Steven Schwerdtner von den Spreewelten. Schüler sollten bestenfalls begeistert aus dem Praktikum gehen.

Eine Schülerbefragung im Frühsommer hat gezeigt, dass die Jugendlichen interessiert sind, in der Region zu bleiben, den Lübbenauer Tourismus für modern halten, aber noch zu wenig über Ausbildungsmöglichkeiten und berufliche Perspektiven wissen. Hier möchte die Stadtmarketinggruppe ansetzen, um zunächst Schüler mittels Praktika einen Einblick in die vielfältigen Berufe im Tourismus zu geben. Um die Ansprache möglichst passgenau auf die Jugendlichen auszurichten, werden sich Studierende der Hochschule Bremen in ihrer Learners' Company 2024 mit dem Thema „Employer Branding für Schüler“ beschäftigen. „Sie sollen unter anderem Erwartungen von Schüler und Unternehmen gegenüberstellen und konzeptionelle Ansätze für Kooperationen

zwischen Schulen und Unternehmen sowie für eine gelungene Kommunikation der Berufs-Angebote über moderne Medien, wie Instagram entwickeln“, erklärt Professor Felix Herle von der HS Bremen, der zugleich die Stadtmarketingrunde moderiert.

Schüler, die während eines Praktikums positive Erfahrungen in einem Unternehmen gemacht haben, könnten sich oft auch vorstellen, in diesem Betrieb ihre Ausbildung zu absolvieren. „Wir sollten Schülerpraktika deswegen vor allem als gute Werbemöglichkeit für unsere Ausbildungsangebote sehen“, betont Michael Jakobs. Bis Ende 2023 müssten Unternehmen seitens des Lübbenauer Gymnasiums ihre feste Bereitschaft erklären, wenn sie Praktika für Herbst 2024 anbieten wollen. Das bedeutet, Grobkonzepte schnellstmöglich erstellen. „Für die detaillierten Ausführungen könnten dann die Ergebnisse der folgenden Learners‘ Company hinzugezogen werden“, ergänzt Felix Herle. Auch andere Möglichkeiten mit Schülern in Kontakt zu treten, beziehungsweise ihnen das eigene Unternehmen vorzustellen, beispielsweise am Zukunftstag des Landes Brandenburg oder über Ausbildungsmessen wollen die beteiligten Unternehmen weiter nutzen.

Anmerkung: Im obigen Text wurde aus Gründen der Übersichtlichkeit ausschließlich die männliche Form verwendet. Sämtliche geschlechtsspezifischen Bezeichnungen beziehen sich jedoch immer gleichermaßen auf alle Geschlechter.

Bildinfos: Stadtmarketingrunde, jüngste Sitzung (Foto: C. Hentschel)

Bildrechte: AG Stadtmarketing „Wir für Lübbenau“

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Spreewald-Touristinformation Lübbenau e.V.

Daniel Schmidgunst (stellv. Geschäftsführer)

Telefon: 03542 887040

E-Mail: schmidgunst@luebbenau-spreewald.com

WIS Wohnungsbaugesellschaft im Spreewald mbH

Geschäftsführer

Michael Jakobs

Telefon: 03542 89818-110

Handy: 0172 5978091

E-Mail: presse@wis-spreewald.de