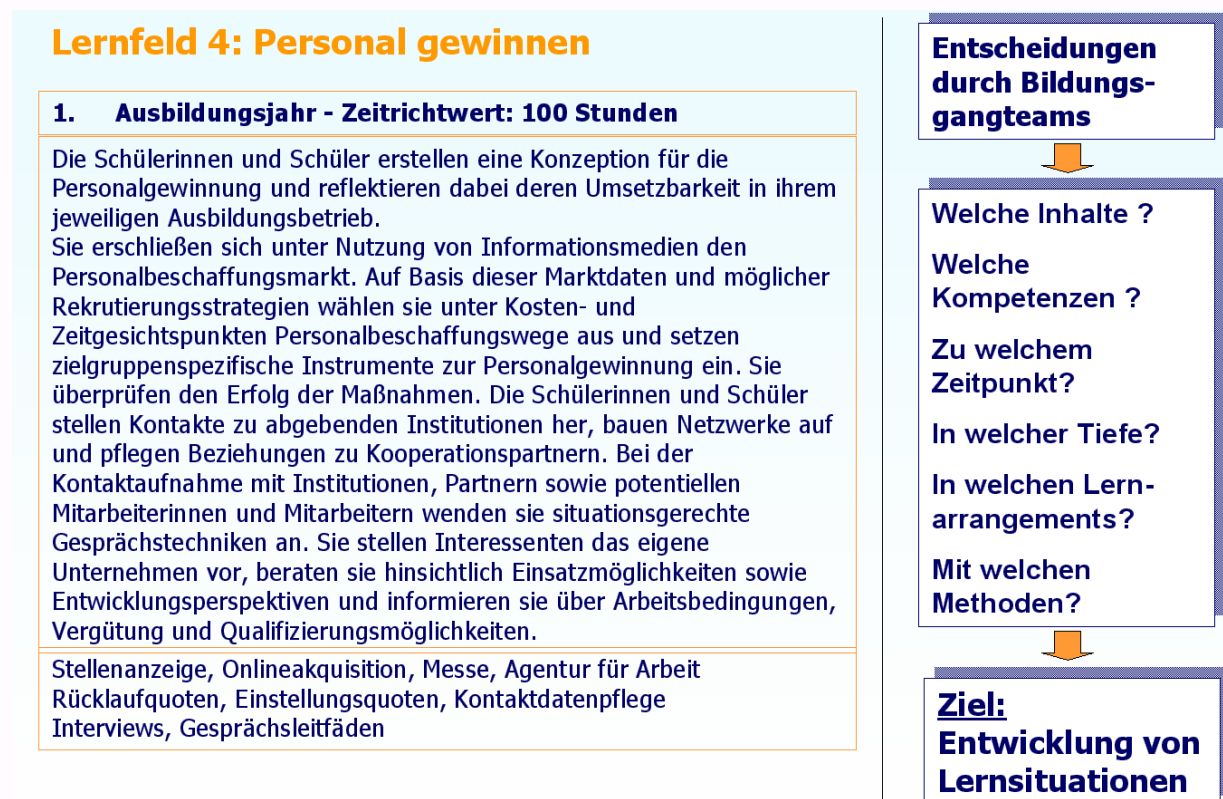


## Das Lernfeld 4 „Personal gewinnen“

### -Von der Lehrplananalyse zu Lernsituationen-

Die Einführung neuer Berufe stellt hohe Anforderungen an das Bildungspersonal in Schulen und Betrieben. Ordnungsmittel wie Ausbildungsrahmenplan und Lehrplan müssen vor Ort entsprechend umgesetzt und abgestimmt werden. Bei neuen Ausbildungsberufen ist der Informationsbedarf über die Arbeit des jeweiligen dualen Ausbildungspartners besonders groß. Lehrerinnen und Lehrer müssen sich vor Unterrichtsbeginn über die Spezifika des neuen Ausbildungsberufes orientieren, das heißt, sie benötigen Informationen über die betrieblichen Arbeitsabläufe und eingesetzten Praxismaterialien. Ausbilderinnen und Ausbilder möchten mehr über die schulische Arbeit bzw. den konkreten Unterricht erfahren. Der vorliegende Beitrag stellt auf dieses Informationsbedürfnis ab und zeigt exemplarisch an Lernfeld 4 „Personal gewinnen“ eine mögliche unterrichtliche Umsetzung der Lehrplanvorgaben auf. Er richtet sich zum einen an Ausbilderinnen und Ausbilder, die einen Einblick in die schulische Lehrplanarbeit gewinnen möchten, zum anderen an Lehrerinnen und Lehrer als Hilfestellung bei der Umsetzung des neuen Lehrplans.

Betrachtet man den in Abbildung 1 dargestellten Text des Lernfeldes 4, dann wird deutlich, dass lernfeldorientierte Lehrpläne offen gestaltet sind. Als Vorgabe für die Ausgestaltung des Unterrichts in einem Umfang von 100 Unterrichtsstunden enthält der Lernfeldtext Beschreibungen in Form von Zielformulierungen und Mindestinhalten<sup>1</sup>. Beide müssen für den Unterricht durch das jeweilige Lehrerteam vor Ort weiter konkretisiert werden.



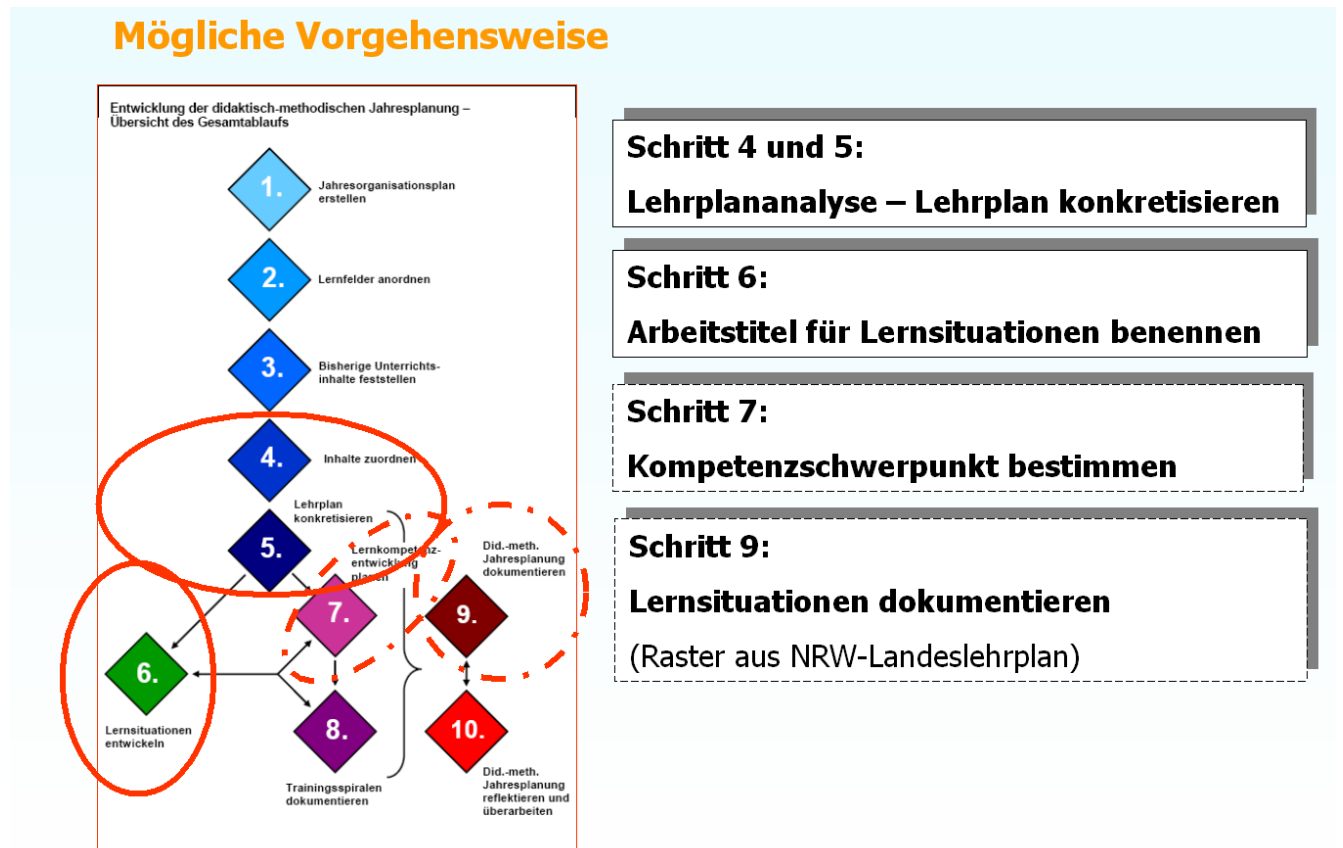
-Abbildung 1-

<sup>1</sup> Der erste Satz in einem Lernfeldtext -(hier: Die Schülerinnen und Schüler erstellen eine Konzeption für die Personalgewinnung und reflektieren dabei deren Umsetzbarkeit in ihrem jeweiligen Ausbildungsbetrieb.)- gibt die angestrebten Kompetenzen am Ende der Ausbildung wieder. Bei den angegebenen Inhalten handelt es sich um sogenannte Mindestinhalte, die den Zielformulierungen zur Präzisierung oder Ergänzung beigeordnet werden. Sie können nicht als „Stoffkatalog“ aufgefasst werden, sondern folgen den Intentionen des Lernfeldansatzes, die „Stofffülle zugunsten der Vermittlung eines Überblickswissens als Voraussetzung für das Denken in Zusammenhängen“ aufzugeben. „Vor diesem Hintergrund haben die genannten Inhalte den Charakter von Mindestanforderungen. Sie müssen im Unterricht erschlossen worden sein, um das Ausbildungsziel des Lernfeldes zu erreichen.“ (Vergleiche Beitrag „KMK-Rahmenlehrplan“ in dieser Broschüre).

Dazu müssen Bildungsgangsteams Entscheidungen treffen, welche Inhalte und Kompetenzen, zu welchen Zeitpunkten, in welcher Tiefe, in welchen Lernarrangements und mit welchen Methoden im Unterricht vermittelt werden sollen. Die getroffenen Entscheidungen spiegeln sich dann -idealtypischer Weise- in der Ausformulierung von Lernsituationen wider.

Exemplarisch für das Lernfeld 4 wird im Weiteren aufgezeigt, in welche einzelnen Schritte diese relativ komplexe Aufgabenstellung strukturiert werden kann. Das Ergebnis des hier dargestellten Prozesses sind sechs Lernsituationen, die das Lernfeld 4 „Personal gewinnen“ ausgestalten und die weiter unten dokumentiert werden. Die Lernsituationen sind als Vorschlag zu verstehen und stellen somit **einen** von möglichen Versuchen der unterrichtlichen Umsetzung dar.

Die Vorgehensweise für die Entwicklung der Lernsituationen orientiert sich an zwei Handreichungen zur Lehrplanarbeit<sup>1</sup> und basiert auf dem abgebildeten Gesamttablauf (siehe Abbildung 2) für die Entwicklung einer didaktisch-methodischen Jahresplanung. Dabei werden hier nur die Schritte 4, 5, 6 und 9 vorgestellt.



-Abbildung 2-

<sup>1</sup> Didaktische Jahresplanung. Entwicklung. Dokumentation. Umsetzung. Lernsituationen im Mittelpunkt der Unterrichtsentwicklung in den Fachklassen des dualen Systems. Schriftenreihe zur Lehrerfortbildung in Nordrhein-Westfalen, herausgegeben vom Landesinstitut für Schule, Soest, 1. Auflage 2005.  
Vom Lehrplan zur didaktisch-methodischen Jahresplanung. Entwicklung in 10 Schritten, Band 3, Herausgeber: Bezirksregierung Detmold, Dezernat 45/46, Detmold, 1. Auflage 2007.

## Schritte 4 und 5 „Lehrplananalyse“ und „Lehrplan konkretisieren“

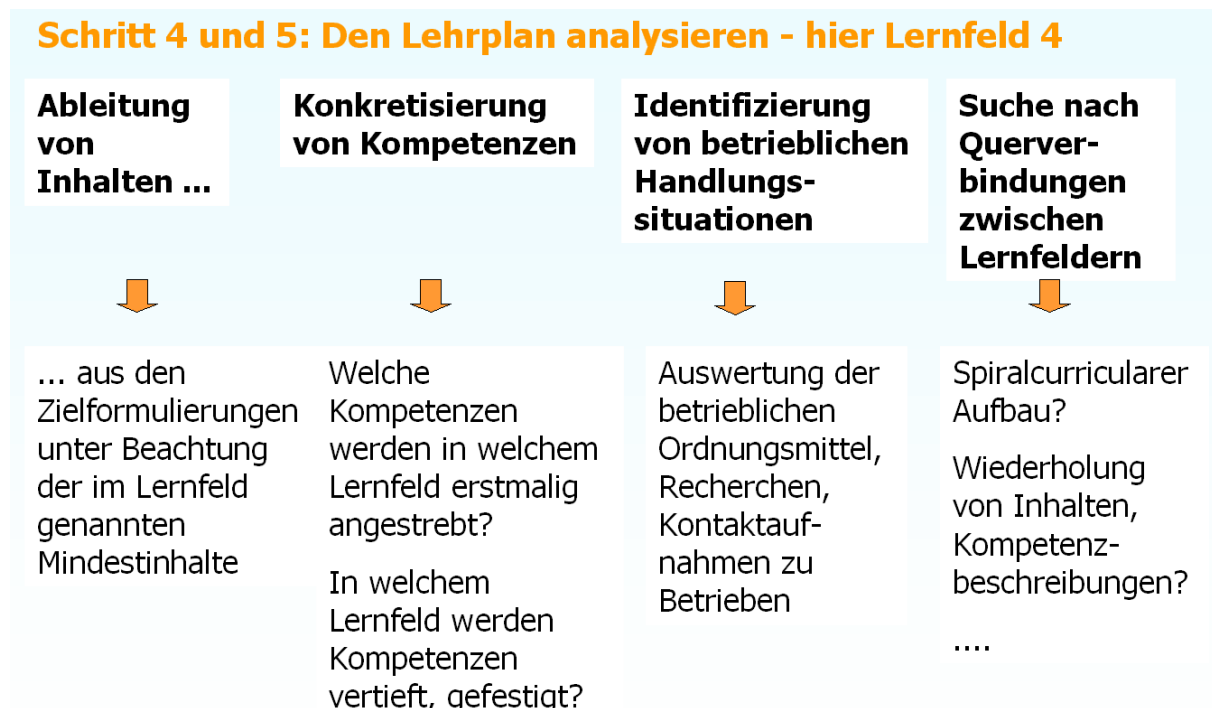
Voraussetzung für die Zuordnung von Inhalten zu einzelnen Lernfeldern ist die **Analyse des Lehrplans** bzw. einzelner Lernfelder. Unter folgenden Fragestellungen sollte der Lehrplan untersucht werden:

- Welche betrieblichen Handlungssituationen sind identifizierbar?
- Welche Zielformulierungen (Inhalte, Kompetenzbeschreibungen) werden im jeweiligen Lernfeld bzw. in den einzelnen Lernfeldern aufgeführt? In welchem Lernfeld werden die Kompetenzen erstmalig genannt? In welchem Lernfeld sollen die Kompetenzen gefestigt bzw. trainiert werden?
- Welches Wissen bzw. welche Kompetenzen werden zur Handhabung der identifizierten Handlungssituationen benötigt?
- Welche Querverbindungen existieren zwischen einzelnen Lernfeldern?

Nützliche Quellen zur Identifizierung von Handlungssituationen sind die Ausbildungsordnung, das Ausbildungsprofil, der Ausbildungsrahmenplan<sup>1</sup>, Branchenberichte, Gespräche mit Unternehmensvertretern, die Vorbemerkungen im Lehrplan, ggf. Fachbücher, Berichte und Darstellungen im Internet, Praktika ...).

Die Konkretisierung der Lernfeldvorgaben bzw. Lehrplanes ist mit einer Reihe von Recherchetätigkeiten (betriebliche Abläufe, eingesetzte Praxismaterialien, Arbeitsmethoden, Ausbildungsinhalte usw.) verbunden. Deshalb ist die Kontaktaufnahme zu Ausbildungsbetrieben vor Ort empfehlenswert. Die enge Zusammenarbeit zwischen Berufsschule und Ausbildungsbetrieb stellt eine qualitativ hochwertige Ausbildung sowie einen hohen Praxisbezug der Unterrichtsinhalte sicher.

Die von den jeweiligen Bildungsgangteams in den Schulen zu leistenden Arbeit zeigt Abbildung 3 zusammenfassend auf.



- Abbildung 3-

<sup>1</sup> Vergleiche Ausbildungsplan, Punkt 1.1 a) den Personalbeschaffungsmarkt beobachten, Punkt b) Anwerbungsmöglichkeiten insbesondere Medien, Veranstaltungen, Netzwerke, Institutionen und Organisationen nutzen, Punkt c) Direktansprachen bei potentiellen Bewerbern anwenden sowie Punkte 1.2 Bewerberberatung.



## Dokumentationsteil

### Ergebnis der Schritte 4 und 5: Mögliche Inhalte zu Lernfeld 4

Lernfeld 4: Personal gewinnen - 1. Ausbildungsjahr - Zeitrichtwert: 100 Stunden

#### **Mögliche Inhalte zu Lernfeld 4:**

**Kennzeichnung des Personalbeschaffungsmarktes:** Teilmärkte, Marktsegmente, Marktteilnehmer, Marktstrukturen, Einflussfaktoren, Marktentwicklungen, Abgrenzungskriterien z. B. zeitlich, räumlich, quantitativ und qualitativ (Berufsgruppen, Qualifikationen, ...)

**Personalbeschaffungsmarktbeobachtung bzw. Arbeitsmarktbeobachtung:** Definition, Ziele, Aufgaben und Bedeutung im Rahmen der Personalgewinnung, Ablauf, Phasen, Primär- und Sekundärforschung, interne und externe Informationsquellen, Markterkundung versus Marktforschung (Marktanalyse, Marktbeobachtung, Marktprognose), Arbeitsroutinen und Standardisierungsmöglichkeiten im Rahmen der Marktbeobachtung, Beobachtungsschwerpunkte bzw. Erhebungsdaten (z. B. offene Stellen, Qualifikationsbedarf, Fachkräftemangel, Veränderungen von Berufs- und Tätigkeitsstrukturen, Arbeitssuchende (Alter, Qualifikation, Ausbildungsberuf, ...), Marktwachstum, Entwicklung des Lohnniveaus, Analyse von Stellenanzeigen, Marktauftritt u. Verhalten von Zielgruppen bei der Stellensuche), Informationsquellen (z. B. Stellenanzeigen in Printmedien, in Jobbörsen und bei der Agentur für Arbeit, Kontaktpflege zu Schulen bzw. Bildungsträgern, Branchen- und Marktberichte, Arbeitsmarktstatistik, Informationen aus Kundenunternehmen, Insolvenzbekanntmachungen, Fachliteratur, Messen ...), Informationsquellenprüfung (Vertrauenswürdigkeit, Aktualität, Relevanz, Vollständigkeit, ...), Medien (z.B. Internet, Zeitungen, ...)

**Datenauswertung, Datenpflege und -verwaltung:** Statistiken, Grafiken, Diagrammtypen, mediengestützte Such- und Dokumentationstechniken, ...

**Rekrutierungsstrategien:** innovative, Status-quo, autonome, flexible, muddling-through in Abhängigkeit von Konjunkturlage, Marktmacht, regionale Arbeitsmarktbedingungen, Organisationsintelligenz, ...

**Personalbeschaffungswege und -instrumente:** interne, externe, Merkmale, Einsatzformen in Abhängigkeit von Einflussgrößen, wie z. B. Zielsetzung, Zielgruppe, Kosten-Nutzen-Überlegungen, Zeitaspekten, Vor- und Nachteile, Beispiele für Instrumente: Stellenanzeigen, E-Recruiting, Hochschulmessen, Jobbörsen, Agentur für Arbeit, Direktansprache bzw. Headhunting, Campus Recruiting

**Zielgruppen:** Segmentierung nach verschiedenen Kriterien, z. B. Berufsgruppen, Ungelernte, Angelernte, Gelernte, Schüler, Studenten, Young Professionals, Spezialisten, Fachkräfte, Führungskräfte, latent Suchende, Nutzungsverhalten in Bezug auf Beschaffungswege und -instrumente, ...

**Kriterien-/Erfolgsüberprüfung:** Rücklaufquoten, Einstellungsquoten, Vorstellungsquoten, Kriterien, wie z. B. Kosten-, Zeit- und Zielgruppengesichtspunkte

**Rechtliche Aspekte:** Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz

**Netzwerke:** Begriff, „Lebenszyklus“ von Netzwerken (Netzwerkbildung, -vertiefung, -erweiterung), Erfolgsfaktoren, Kooperationspartner, Einzelmaßnahmen im Abhängigkeit vom Lebenszyklus, Kommunikation im Netzwerk, Kontakt- und Beziehungspflege im Netzwerk, ...

**Kooperationspartner im Netzwerk:** abgebende Institutionen, Agentur für Arbeit, politische Akteure, verbundene Personaldienstleistungsunternehmen, Kammern, ...

**Abgebende Institutionen:** Schulen, Hochschulen, Bildungsträger, Techniker- und Meisterschulen, Weiterbildungseinrichtungen, ..., Bedeutung für die Personalgewinnung, Instrumenteneinsatz, wie z. B. Hochschulmessen, Kontaktpflege

**Bewerberberatung:** Unternehmensvorstellung (Einsatzgebiete, Marktposition, Leitbilder, Geschäftsfelder, ...), Einsatzmöglichkeiten, Entwicklungsperspektiven und Qualifizierungsmöglichkeiten (Aus-, Weiter- und Fortbildung, ...), Arbeitsbedingungen und Vergütung (Tarifvertrag, Arbeitszeiten, außertarifliche Leistungen, Sozialleistungen, Lohnnebenkosten, Arbeitsvertragsgestaltung, ...)

**Kommunikative Inhalte in Absprache mit der Fachgruppe Deutsch:** Gesprächstechniken, Gesprächsleitfäden, Interviews, ...

## Ergebnis der Schritte 4 und 5: Abgeleitete Kompetenzen aus Lernfeld 4

Mögliche Kompetenzbeschreibungen zu Lernfeld 4
<p>Lernfeld 4: Personal gewinnen - 1. Ausbildungsjahr - Zeitrichtwert: 100 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktsegmente/Teilmärkte bestimmen</li> <li>• Beobachtungsschwerpunkte festlegen</li> <li>• relevante Daten eingrenzen</li> <li>• Informationsquellen suchen und auswählen</li> <li>• Informationsquellen prüfen</li> <li>• bei der Datenbeschaffung wirtschaftliche Kriterien beachten</li> <li>• Daten erheben bzw. Marktsegmente beobachten</li> <li>• Daten auswerten und interpretieren</li> <li>• Beobachtungen dokumentieren</li> <li>• Handlungsempfehlungen/-alternativen und Maßnahmen ableiten</li> <li>• Daten grafisch aufbereiten, dokumentieren, in Berichte einbinden und präsentieren</li> <li>• Software handhaben</li> <li>• Daten und Statistiken verwalten und pflegen</li> <li>• Standardisierungsmöglichkeiten und Arbeitsroutinen für eine systematische Marktbeobachtung entwickeln</li> <li>• im Internet zielgerichtet nach Daten/Informationen recherchieren</li> </ul> <p>usw.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppen und deren Nutzungsverhalten für den Instrumenteneinsatz identifizieren</li> <li>• eingesetzte Rekrutierungsstrategien identifizieren, überprüfen und ggf. modifizieren</li> <li>• Personalbeschaffungswege auswählen</li> <li>• Instrumente hinsichtlich Schnelligkeit, Kosten und Zielgruppenbezug bewerten</li> <li>• Instrumente der Personalgewinnung kriteriengeleitet einsetzen</li> <li>• Instrumenteneinsatz auf Wirksamkeit überprüfen und ggf. optimieren</li> <li>• aktive Formen der Personalgewinnung gezielt einsetzen</li> <li>• in Netzwerken mitarbeiten (Kontakte herstellen und pflegen)</li> <li>• Instrumente für das Campus Recruiting auswählen und einsetzen</li> <li>• eine Messebeteiligung vorbereiten, durchführen und nachbereiten</li> <li>• Einstellungs- und Vermittlungsvoraussetzungen von potentiellen Bewerbern prüfen</li> <li>• Daten des Bewerbers in den Bewerberpool aufnehmen</li> </ul> <p>Beispiele bezogen auf bestimmte Instrumente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• z. B. Stellenanzeigen gestalten, Anzeigenträger auswählen, Erfolg der Maßnahme überprüfen</li> <li>• z. B. Jobbörsen und weitere Instrumente der Onlineakquise hinsichtlich Leistungsangebot, Onlinefunktionalität, Zielgruppenbezug, Kosten, (...) beurteilen</li> <li>• z. B. die Direktansprache für die Gewinnung von Führungskräften nutzen</li> <li>• z. B. das Dienstleistungsangebot der Agentur für Arbeit nutzen</li> <li>• z. B. an Jobmessen teilnehmen und potentielle Mitarbeiter ansprechen</li> </ul> <p>usw.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• potentielle Bewerber zielgerichtet, adressaten- und situationsgerecht ansprechen</li> <li>• Bewerberansprache kritisch reflektieren und optimieren</li> <li>• Informationen adressatengerecht auswählen und zusammenstellen</li> <li>• Gesprächsleitfäden entwickeln, einsetzen, überprüfen und modifizieren</li> <li>• den Präsentationsrahmen festlegen</li> <li>• Vertrauen herstellen das Informationsbedürfnis/-interesse beteiligter Partner erkennen und Informationen adressatengerecht darstellen</li> <li>• Kernaussagen und Kernbotschaften über das Unternehmen in Gesprächen transportieren</li> <li>• Gespräche dokumentieren</li> </ul> <p>usw.</p>



## Ergebnis der Schritte 4 und 5: Mögliche Handlungssituationen zu Lernfeld 4

Mögliche Handlungssituationen zu Lernfeld 4
Lernfeld 4: Personal gewinnen - 1. Ausbildungsjahr - Zeitrichtwert: 100 Stunden
<ul style="list-style-type: none"><li>• Der Personalbeschaffungsmarkt wird fortlaufend beobachtet, relevante Daten werden erhoben, aufbereitet, gespeichert und gepflegt. Auf Grund der Datenauswertung werden Handlungsalternativen und Maßnahmen für die Personalgewinnung (z. B. Einsatz der Instrumente) abgeleitet. ...</li><li>• Ein Kundenunternehmen benötigt für das anstehende Weihnachtsgeschäft noch 20 zusätzliche Verkäufer/-innen bzw. Kassierer/-innen. Die örtliche Arbeitsagentur wird kontaktiert und eine Anzeige in den Printmedien geschaltet.</li><li>• Ein neues Geschäftsfeld „Vermittlung von Führungskräften und Spezialisten“ soll aufgebaut werden. Rekrutierungsstrategien, Personalbeschaffungswege und -instrumente müssen deshalb neu ausgerichtet werden, um die potentielle Zielgruppe zu erreichen.</li><li>• In der letzten Zeit konnten nicht genügend Facharbeitskräfte angeworben werden. Deshalb mussten Kundenanfragen abgelehnt werden. Analyse: Die Anzeigenschaltung in Printmedien erreicht die Zielgruppe nicht mehr, da die meisten Fachkräfte mittlerweile über Online-Jobbörsen agieren.</li><li>• Für die schnellere und günstigere Anwerbung von kaufmännischen Angestellten soll eine Jobbörse ausgewählt werden, die über eine hohe Onlinefunktionalität verfügt. ...</li><li>• Die Zielgruppe Studenten/-innen soll effektiv angesprochen werden. Für das kommende Jahr sind Messebeteiligungen zu planen, durchzuführen und nachzubereiten.</li><li>• Das bestehende Netzwerk soll weiter ausgebaut werden, die Kontakt- und Beziehungspflege soll systematisch und zielgerichtet erfolgen.</li><li>• Auf einer Jobmesse möchten Interessierte über die Beschäftigungsmöglichkeiten in der Zeitarbeit informiert und beraten werden.</li><li>• Ein Initiativbewerber bittet um einen Gesprächstermin.</li></ul> <p>...</p>

## Dokumentation der Schritte 4 und 5: Prozess

Lernfeldtext: Sie erschließen sich unter Nutzung von Informationsmedien den Personalbeschaffungsmarkt.		
Schlüsselbegriffe / Leitfragen	Mögliche Inhalte	Mögliche Kompetenzen
<p><b>Wodurch ist der Personalbeschaffungsmarkt gekennzeichnet?</b> Teilmärkte? Marktsegmente? Marktteilnehmer? Marktstrukturen? Marktentwicklungen? Marktdaten? Einflussgrößen?</p> <p><b>Was bedeutet erschließen?</b> Welche konkreten Tätigkeiten sind erforderlich? Beobachten? Daten bzw. Informationen einholen? Auswerten? Dokumentieren? Daten pflegen? Mit welchen Methoden? Zu welchen Zeitpunkten? Mit welchen <b>Medien</b>? Mit welchen Hilfsmitteln? Auf Basis welcher Informationsquellen?</p> <p><b>Welchen Nutzen bringt die Marktbeobachtung bzw. -erschließung für das Aufgabefeld Personalgewinnung?</b></p> <p>...</p>	<p><b>Kennzeichnung des Personalbeschaffungsmarktes:</b> Teilmärkte, Marktsegmente, Marktteilnehmer, Marktstrukturen, Einflussfaktoren, Marktentwicklungen, Abgrenzungskriterien z. B. zeitlich, räumlich, quantitativ und qualitativ (Berufsgruppen, Qualifikationen, ...)</p> <p><b>Personalbeschaffungsmarktbeobachtung bzw. Arbeitsmarktbeobachtung:</b> Definition, Ziele, Aufgaben und Bedeutung im Rahmen der Personalgewinnung, Ablauf, Phasen, Primär- und Sekundärforschung, interne und externe Informationsquellen, Markterkundung versus Marktforschung (Marktanalyse, Marktbeobachtung, Marktprognose), Arbeitsroutinen und Standardisierungsmöglichkeiten im Rahmen der Marktbeobachtung, Beobachtungsschwerpunkte bzw. Erhebungsdaten (z. B. offene Stellen, Qualifikationsbedarf, Fachkräftemangel, Veränderungen von Berufs- und Tätigkeitsstrukturen, Arbeitssuchende (Alter, Qualifikation, Ausbildungsberuf, ...), Marktwachstum, Entwicklung des Lohnniveaus, Analyse von Stellenanzeigen, Marktauftritt u. Verhalten von Zielgruppen bei der Stellensuche), Informationsquellen (z. B. Stellenanzeigen in Printmedien, in Jobbörsen und bei der Agentur für Arbeit, Kontaktpflege zu Schulen bzw. Bildungsträgern, Branchen- und Marktberichte, Arbeitsmarktstatistik, Informationen aus Kundenunternehmen, Insolvenzbekanntmachungen, Fachliteratur, Messen ...), Informationsquellenprüfung (Vertrauenswürdigkeit, Aktualität, Relevanz, Vollständigkeit, ...), Medien (z.B. Internet, Zeitungen,</p> <p><b>Datenauswertung, Datenpflege und -verwaltung:</b> Statistiken, Grafiken, Diagrammtypen, mediengestützte Such- und Dokumentationstechniken, ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktsegmente/Teilmärkte bestimmen</li> <li>• Beobachtungsschwerpunkte festlegen</li> <li>• relevante Daten eingrenzen</li> <li>• Informationsquellen suchen und auswählen</li> <li>• Informationsquellen prüfen</li> <li>• bei der Datenbeschaffung wirtschaftliche Kriterien beachten</li> <li>• Daten erheben bzw. Marktsegmente beobachten</li> <li>• Daten auswerten und interpretieren</li> <li>• Beobachtungen dokumentieren</li> <li>• Handlungsempfehlungen/-alternativen und Maßnahmen ableiten</li> <li>• Daten grafisch aufbereiten, dokumentieren, in Berichte einbinden und präsentieren</li> <li>• Software handhaben</li> <li>• Daten und Statistiken verwalten und pflegen</li> <li>• Standardisierungsmöglichkeiten und Arbeitsroutinen für eine systematische Marktbeobachtung entwickeln</li> <li>• im Internet zielgerichtet nach Daten/Informationen recherchieren</li> </ul> <p>...</p>
<p><b>Mögliche Handlungssituation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Personalbeschaffungsmarkt wird fortlaufend beobachtet, relevante Daten werden erhoben, aufbereitet, gespeichert und gepflegt. Auf Grund der Datenauswertung werden Handlungsalternativen und Maßnahmen für die Personalgewinnung (z. B. Einsatz der Instrumente) abgeleitet. ...</li> </ul>		



## Dokumentation der Schritte 4 und 5: Prozess

Lernfeldtext: Auf Basis dieser Marktdaten und möglicher Rekrutierungsstrategien wählen sie unter Kosten- und Zeitgesichtspunkten Personalbeschaffungswege aus und setzen zielgruppenspezifische Instrumente zur Personalgewinnung ein. Sie überprüfen den Erfolg der Maßnahmen.		
Schlüsselbegriffe / Leitfragen	Mögliche Inhalte	Mögliche Kompetenzen
<p><b>Was sind Rekrutierungsstrategien, Personalbeschaffungswege und -instrumente?</b></p> <p><b>Nach welchen Kriterien werden Strategien, Beschaffungswege, Instrumente ausgewählt?</b></p> <p><b>Welche Zielgruppen sind gemeint?</b></p> <p><b>Mit welchen Maßstäben und Kennziffern wird der Erfolg überprüft?</b></p> <p><b>Welche Rahmenbedingungen sind zu beachten?</b></p> <p>...</p>	<p><b>Rekrutierungsstrategien:</b> innovative, Status-quo, autonome, flexible, muddling-through in Abhängigkeit von Konjunkturlage, Marktmacht, regionale Arbeitsmarktbedingungen, Organisationsintelligenz, ...</p> <p><b>Personalbeschaffungswege und -instrumente:</b> interne, externe, Merkmale, Einsatzformen in Abhängigkeit von Einflussgrößen, wie z. B. Zielsetzung, Zielgruppe, Kosten-Nutzen-Überlegungen, Zeitaspekten, Vor- und Nachteile, Beispiele für Instrumente: Stellenanzeigen, E-Recruiting, Hochschulmessen, Jobbörsen, Agentur für Arbeit, Direktansprache bzw. Headhunting, Campus Recruiting</p> <p><b>Zielgruppen:</b> Segmentierung nach verschiedenen Kriterien, z. B. Berufsgruppen, Ungelernte, Angelernte, Gelernte, Schüler, Studenten, Young Professionals, Spezialisten, Fachkräfte, Führungskräfte, latent Suchende, Nutzungsverhalten in Bezug auf Beschaffungswege und -instrumente, ...</p> <p><b>Kriterien-/Erfolgsüberprüfung:</b> Rücklaufquoten, Einstellungsquoten, Vorstellungsquoten, Kriterien, wie z. B. Kosten-, Zeit- und Zielgruppengesichtspunkte</p> <p><b>Rechtliche Aspekte:</b> Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz</p> <p>...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppen und deren Nutzungsverhalten für den Instrumenteneinsatz identifizieren</li> <li>• eingesetzte Rekrutierungsstrategien identifizieren, überprüfen und ggf. modifizieren</li> <li>• Personalbeschaffungswege auswählen</li> <li>• Instrumente hinsichtlich Schnelligkeit, Kosten und Zielgruppenbezug bewerten</li> <li>• Instrumente der Personalgewinnung kriteriengeleitet einsetzen</li> <li>• Instrumenteneinsatz auf Wirksamkeit überprüfen und ggf. optimieren</li> </ul> <p><b>Beispiele bezogen auf bestimmte Instrumente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• z. B. Stellenanzeigen gestalten, Anzeigenträger auswählen, Erfolg der Maßnahme überprüfen</li> <li>• z. B. Jobbörsen und weitere Instrumente der Onlineakquise hinsichtlich Leistungsangebot, Onlinefunktionalität, Zielgruppenbezug, Kosten, (...) beurteilen</li> <li>• z. B. die Direktansprache für die Gewinnung von Führungskräften nutzen</li> <li>• z. B. das Dienstleistungsangebot der Agentur für Arbeit nutzen</li> <li>• z. B. an Jobmessen teilnehmen und potentielle Mitarbeiter ansprechen</li> </ul> <p>...</p>
<p><b>Mögliche Handlungssituationen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Kundenunternehmen benötigt für das anstehende Weihnachtsgeschäft noch 20 zusätzliche Verkäufer/-innen bzw. Kassierer/-innen. Die örtliche Arbeitsagentur wird kontaktiert und eine Anzeige in den Printmedien geschaltet.</li> <li>• Ein neues Geschäftsfeld „Vermittlung von Führungskräften und Spezialisten“ soll aufgebaut werden. Rekrutierungsstrategien, Personalbeschaffungswege und -instrumente müssen deshalb neu ausgerichtet werden, um die potentielle Zielgruppe zu erreichen.</li> <li>• In der letzten Zeit konnten nicht genügend Facharbeitskräfte angeworben werden. Deshalb mussten Kundenanfragen abgelehnt werden. Analyse: Die Anzeigenschaltung in Printmedien erreicht die Zielgruppe nicht mehr, da die meisten Fachkräfte mittlerweile über Online-Jobbörsen agieren.</li> <li>• Für die schnellere und günstigere Anwerbung von kaufmännischen Angestellten soll eine Jobbörse ausgewählt werden, die über eine hohe Onlinefunktionalität verfügt. ...</li> </ul>		

## Dokumentation der Schritte 4 und 5: Prozess

<p><b>Lernfeldtext:</b> Die Schülerinnen und Schüler stellen Kontakte zu <b>abgebenden Institutionen</b> her, <b>bauen Netzwerke</b> auf und pflegen Beziehungen zu <b>Kooperationspartnern</b>. Bei der <b>Kontaktaufnahme</b> mit Institutionen, Partnern sowie potentiellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wenden sie <b>situationsgerechte Gesprächstechniken</b> an.</p>		
Schlüsselbegriffe / Leitfragen	Mögliche Inhalte	Mögliche Kompetenzen
<p><b>Welches sind die abgebenden Institutionen?</b></p> <p><b>Wie funktionieren Netzwerke?</b> Potentielle Kooperationspartner? Aufbau eines Netzwerkes? Kontakt- und Beziehungspflege im Netzwerk? Nutzen? Kosten?</p> <p><b>Welche kommunikativen Kompetenzen werden für die Kontakt- und Beziehungspflege benötigt?</b></p> <p><b>Welche Bezüge zur Personalgewinnung lassen sich identifizieren?</b> Erreichbarkeit von Zielgruppen? Informations- und Datenbeschaffung? Imagegewinn? Akquise? ...</p>	<p><b>Netzwerke:</b> Begriff, „Lebenszyklus“ von Netzwerken (Netzwerkbildung, -vertiefung, -erweiterung), Erfolgsfaktoren, Kooperationspartner, Einzelmaßnahmen im Abhängigkeit vom Lebenszyklus, Kommunikation im Netzwerk, Kontakt- und Beziehungspflege im Netzwerk, ...</p> <p><b>Kooperationspartner im Netzwerk:</b> abgebende Institutionen, Agentur für Arbeit, politische Akteure, verbundene Personaldienstleistungsunternehmen, Kammern, ...</p> <p><b>Abgebende Institutionen:</b> Schulen, Hochschulen, Bildungsträger, Techniker- und Meisterschulen, Weiterbildungseinrichtungen, ..., Bedeutung für die Personalgewinnung, Instrumenteneinsatz, wie z. B. Hochschulmessen, Kontaktpflege</p> <p><b>Kommunikative Kompetenzen</b> (in Absprache mit Fachgruppe Deutsch/Kommunikation): Gesprächstechniken, ...</p> <p>...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aktive Formen der Personalgewinnung gezielt einsetzen</li> <li>• in Netzwerken mitarbeiten (Kontakte herstellen und pflegen)</li> <li>• Instrumente für das Campus Recruiting auswählen und einsetzen</li> <li>• eine Messebeteiligung vorbereiten, durchführen und nachbereiten</li> <li>• potentielle Bewerber zielgerichtet, adressaten- und situationsgerecht ansprechen</li> <li>• Bewerberansprache kritisch reflektieren und optimieren</li> </ul> <p>...</p>
<p><b>Mögliche Handlungssituationen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Zielgruppe Studenten/-innen soll effektiv angesprochen werden. Für das kommende Jahr sind Messebeteiligungen zu planen, durchzuführen und nachzubereiten.</li> <li>• Das bestehende Netzwerk soll weiter ausgebaut werden, die Kontakt- und Beziehungspflege soll systematisch und zielgerichtet erfolgen.</li> </ul> <p>...</p>		

## Dokumentation der Schritte 4 und 5: Prozess

<p><b>Lernfeldtext:</b> Die Schüler und Schülerinnen <b>stellen Interessenten</b> das eigene <b>Unternehmen vor</b>, <b>beraten</b> sie hinsichtlich <b>Einsatzmöglichkeiten</b> sowie <b>Entwicklungsperspektiven</b> und informieren sie über <b>Arbeitsbedingungen</b>, <b>Vergütung</b> und <b>Qualifizierungsmöglichkeiten</b>. Bei der <b>Kontaktaufnahme</b> mit (...) potentiellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wenden sie <b>situationsgerechte Gesprächstechniken</b> an.</p>		
Schlüsselbegriffe / Leitfragen	Mögliche Inhalte	Mögliche Kompetenzen
<p><b>Welche Informationen sollen vorgestellt werden?</b> Inhalte?</p> <p><b>Wo und wie sollen diese Informationen präsentiert werden?</b> Anlässe? Kosten-Nutzen? Mediengestützt? Informationsmaterialien?</p> <p><b>Wie kann die Kontaktaufnahme, das Gespräch sowie eine systematische Beratung gestaltet werden?</b> Gesprächstechniken? Ablauf? Struktur? Gesprächsleitfaden? Gesprächsnachbereitung?</p>	<p><b>Informationen / Inhalte:</b> Unternehmensvorstellung (Einsatzgebiete, Marktposition, Leitbilder, Geschäftsfelder, ...), Einsatzmöglichkeiten, Entwicklungsperspektiven und Qualifizierungsmöglichkeiten (Aus-, Weiter- und Fortbildung, ...), Arbeitsbedingungen und Vergütung (Tarifvertrag, Arbeitszeiten, außertarifliche Leistungen, Sozialleistungen, Lohnnebenkosten, Arbeitsvertragsgestaltung, ...)</p> <p><i>Hinweis:</i> <i>Die oben genannten Inhalte der Bewerberberatung sind Gegenstand anderer Lernfelder.</i></p> <p><b>Kommunikative Inhalte in Absprache mit der Fachgruppe Deutsch:</b> Gesprächstechniken, Gesprächsleitfäden, Interviews, ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen adressatengerecht auswählen und zusammenstellen</li> <li>• Gesprächsleitfäden entwickeln, einsetzen, überprüfen und modifizieren</li> <li>• den Präsentationsrahmen festlegen</li> <li>• Vertrauen herstellen das Informationsbedürfnis/-interesse beteiligter Partner erkennen und Informationen adressatengerecht darstellen</li> <li>• Kernaussagen und Kernbotschaften über das Unternehmen in Gesprächen transportieren</li> <li>• Gespräche dokumentieren</li> <li>• Einstellungs- und Vermittlungsvoraussetzungen von potentiellen Bewerbern prüfen</li> <li>• Daten des Bewerbers in den Bewerberpool aufnehmen</li> </ul> <p>...</p>
<p><b>Mögliche Handlungssituation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auf einer Jobmesse möchten Interessierte über die Beschäftigungsmöglichkeiten in der Zeitarbeit informiert und beraten werden.</li> <li>• Ein Initiativbewerber bittet um einen Gesprächstermin.</li> </ul> <p>...</p>		

## Ergebnis der Schritte 4 und 5: Querverbindungen zu anderen Lernfeldern

### Querverbindungen innerhalb der Lernfelder in Bezug auf Lernfeld 4 „Personal gewinnen“

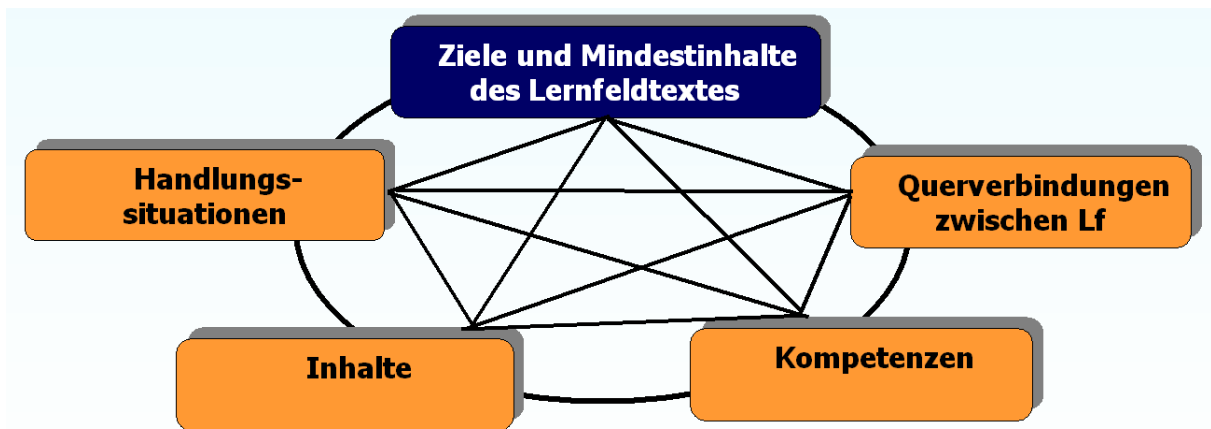
Da in Lernsituation das vollständige Handlungsschema zugrunde gelegt wird, und Lernprozesse in der Regel kooperativ gestaltet werden, werden in jeder Lernsituation Lernzuwächse in allen Kompetenzbereichen angestrebt. Für das Lernfeld 4 lassen sich folgende mögliche Kompetenzschwerpunkte<sup>1</sup> identifizieren. Die Tabelle stellt auch dar, welche Querverbindungen mit anderen Lernfeldern beachtet werden sollten:

Mögliche Kompetenzschwerpunkte in Lernfeld 4			
Methodenkompetenz (Fähigkeit, Entscheidungen zu treffen / Analysefähigkeit)	Lernkompetenz (Informationsverarbeitung und -dokumentation)	Methodenkompetenz (Analysefähigkeit)	Kommunikative Kompetenzen
Hier: Personalgewinnungskonzept erstellen, Auswahl von Beschaffungswegen und -instrumenten sowie kriteriengeleiteter, zielgerichteter Instrumenteneinsatz, Erfolgsüberprüfung.	Beschaffung, Aufbereitung, Auswertung und Dokumentation von Informationen bzw. Daten, Dokumentation von Vorgängen (Checklisten, Gesprächsleitfäden, ...)	Hier: Im Hinblick auf Marktstrukturen, Marktentwicklungen	Bewerberberatung und -information, Beziehungspflege, Kontaktpflege, Gesprächstechniken
⇕	⇕	⇕	⇕
Ähnliche Kompetenzschwerpunkte, die in anderen Lernfeldern zu finden sind => Planung der Kompetenzentwicklung in Abstimmung mit Lernfeld 4 (siehe auch Schritt 7)			
<p>Da in allen Lernfeldern Entscheidungssituationen enthalten sind, wird auf eine detaillierte Auflistung verzichtet. Vielmehr kommt es darauf an, Entscheidungskompetenz von Lernfeld zu Lernfeld bzw. von Lernsituation zu Lernsituation zu trainieren, da die Fähigkeit Entscheidungen zu treffen, ein wesentlicher Faktor für die berufliche Handlungskompetenz ist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dokumentieren und präsentieren strukturiert und mediengestützt ihre Arbeitsergebnisse (LF 2)</li> <li>• Internetrecherche, Präsentationstechniken (LF 2)</li> <li>• dokumentieren Vorgänge (LF 3)</li> <li>• erfassen, sichern und pflegen Daten (LF 3)</li> <li>• Leitfäden für Vorstellungsgespräche (LF 5)</li> <li>• Checklisten für Einsatzplanung (LF 6)</li> <li>• beschaffen sich Informationen über ... (LF 7)</li> <li>• nutzen Informations- und Kommunikationstechnologien (LF 7)</li> <li>• Datenbanknutzung (LF 7)</li> <li>• erstellen Berichte und Statistiken (LF 8)</li> <li>• grafische Darstellungen (LF 8)</li> <li>• stellen Statistiken und Datenmaterial zusammen und werten diese Informationen aus (LF 11)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erfassen Marktzusammenhänge und analysieren marktwirtschaftliche und rechtliche Einflussgrößen.(LF 2)</li> <li>• untersuchen den regionalen Arbeitsmarkt (LF 2)</li> <li>• Arbeitsmarktkennzahlen, Preisbildung am Arbeitsmarkt (LF 2)</li> <li>• Marktforschung (LF 7)</li> <li>• berücksichtigen Arbeitsmarktanforderungen und Marktveränderungen (LF 11)</li> <li>• überprüfen Berufsfelder auf ihre Entwicklung und Veränderung (LF 11)</li> <li>• demografische Entwicklung, Erwerbsverhalten (LF 11)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• führen Einstellungsgespräche (LF 5)</li> <li>• geben den Bewerberinnen und Bewerbern eine Rückmeldung (LF 5)</li> <li>• Empathiefähigkeit, Interviewtechnik (LF 5)</li> <li>• setzen sich mit dem jeweiligen Gesprächspartner angemessen auseinander (LF 6)</li> <li>• kommunizieren wertschätzend und vertrauensbildend mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (LF 11)</li> <li>• befehlen über ... und stellen sicher, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter alle Informationen erfasst haben (LF 6)</li> <li>• bereiten Einsatzplanungsgespräche vor (LF 6)</li> <li>• führen Vertragsverhandlungen (LF 8)</li> <li>• setzen verkaufstypische Kommunikationstechniken ein (LF 8)</li> <li>• präsentieren kundengerecht (LF 8)</li> <li>• Telefonakquisition, Phasen des Verkaufsgesprächs, Argumentationstechnik, nonverbale Kommunikation (LF 8)</li> </ul>

<sup>1</sup> Die Zuordnung der Kompetenzen erfolgt nach: Didaktische Jahresplanung. Entwicklung. Dokumentation. Umsetzung. Lernsituationen im Mittelpunkt der Unterrichtsentwicklung in den Fachklassen des dualen Systems. Schriftenreihe zur Lehrerfortbildung in Nordrhein-Westfalen, herausgegeben vom Landesinstitut für Schule, Soest, 1. Auflage 2005, S. 27 und 26.

## Schritt 6: „Arbeitstitel für Lernsituationen benennen“

In einem nächsten Schritt werden basierend auf den dokumentierten Ergebnissen der Lehrplananalyse (siehe Abbildung 5) Arbeitstitel für Lernsituationen (siehe Abbildung 6) abgeleitet und im Lernfeld zeitlich angeordnet.



-Abbildung 5-

Bei diesem Schritt geht es noch **nicht** um eine konkrete Ausgestaltung von Lernsituationen, sondern in erster Linie um eine Grobplanung möglicher Lernsituationen innerhalb des Lernfeldes.

## Schritt 6: Arbeitstitel für Lernsituationen benennen

**4.1 Den Personalbeschaffungsmarkt erschließen**

**4.2 Eine Stellenanzeige entwerfen, schalten und den Erfolg der Maßnahme überprüfen**

**4.3 Das Personalgewinnungskonzept auf neue Zielgruppen ausrichten**

**4.4 Die Zielgruppenansprache für einen Messeauftritt planen und in ein Konzept für das Campus Recruiting einbinden**

**4.5 Ü50 und fit – Mitwirkung in einem regionalen Netzwerk zur Integration von älteren Arbeitslosen in den Arbeitsmarkt**

**4.6 Bewerber/-innen das Unternehmen vorstellen und über Einsatzfelder, Arbeitsbedingungen und Perspektiven informieren**

Alle Lernsituationen fördern die im Einleitungssatz des Lernfeldes angestrebten Kompetenzen:

„Die Schülerinnen und Schüler erstellen eine Konzeption für die Personalgewinnung und reflektieren dabei deren Umsetzbarkeit in ihrem jeweiligen Ausbildungsbetrieb.“

-Abbildung 6-

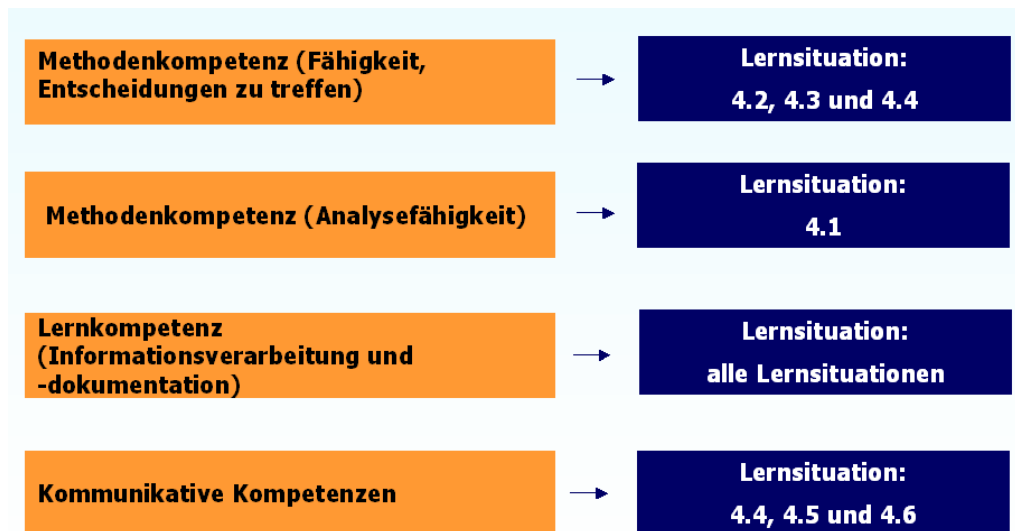
Die nächste Tabelle zeigt die Zuordnung der Zielformulierungen und der Mindestinhalte des Lernfeldtextes zu einzelnen Lernsituationen.

## Überblick: Lernsituationen mit Zuordnung zum Lernfeldtext

Lernsituation - Arbeitstitel	Ziele (Kompetenzbeschreibungen) des Lehrplan	Schwerpunktmäßige Zuordnung der Mindestinhalte lt. Lehrplan
<b>Lernsituation 4.1</b> Den Personalbeschaffungsmarkt erschließen	Die Schülerinnen und Schüler erschließen sich unter Nutzung von Informationsmedien den Personalbeschaffungsmarkt.	----
<b>Lernsituation Nr. 4.2</b> Eine Stellenanzeige entwerfen, schalten und den Erfolg der Maßnahme überprüfen	Auf Basis dieser Marktdaten und möglicher Rekrutierungsstrategien wählen die Schüler und Schülerinnen unter Kosten- und Zeitgesichtspunkten Personalbeschaffungswege aus und setzen zielgruppenspezifische Instrumente zur Personalgewinnung ein. Sie überprüfen den Erfolg der Maßnahmen.	Stellenanzeige, Onlineakquisition, Rücklaufquoten, Einstellungsquoten, Agentur für Arbeit
<b>Lernsituation Nr. 4.3</b> Das Personalgewinnungskonzept auf neue Zielgruppen ausrichten	Auf Basis dieser Marktdaten und möglicher Rekrutierungsstrategien wählen die Schüler und Schülerinnen unter Kosten- und Zeitgesichtspunkten Personalbeschaffungswege aus und setzen zielgruppenspezifische Instrumente zur Personalgewinnung ein.	Onlineakquisition, Stellenanzeige, Agentur für Arbeit
<b>Lernsituation Nr. 4.4:</b> Die Zielgruppenansprache für einen Messeauftritt planen und in ein Konzept für das Campus Recruiting einbinden	Die Schülerinnen und Schüler stellen Kontakte zu abgebenden Institutionen her, bauen Netzwerke auf und pflegen Beziehungen zu Kooperationspartnern. Bei der Kontaktaufnahme mit Institutionen, Partnern sowie potentiellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wenden sie situationsgerechte Gesprächstechniken an. Sie überprüfen den Erfolg der Maßnahme.	Kontaktdatenpflege, Messen, ggf. Onlineakquisition, Interviews, Gesprächsleitfäden
<b>Lernsituation Nr. 4.5</b> Ü50 und fit – Mitwirkung in einem regionalen Netzwerk zur Integration von älteren Arbeitslosen in den Arbeitsmarkt	Die Schülerinnen und Schüler stellen Kontakte zu abgebenden Institutionen her, bauen Netzwerke auf und pflegen Beziehungen zu Kooperationspartnern. Bei der Kontaktaufnahme mit Institutionen, Partnern sowie potentiellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wenden sie situationsgerechte Gesprächstechniken an.	Kontaktdatenpflege
<b>Lernsituation Nr. 4.6</b> Bewerber/-innen das Unternehmen vorstellen und über Einsatzfelder, Arbeitsbedingungen und Perspektiven informieren	Die Schüler und Schülerinnen stellen Interessenten das eigene Unternehmen vor, beraten sie hinsichtlich Einsatzmöglichkeiten sowie Entwicklungsperspektiven und informieren sie über Arbeitsbedingungen, Vergütung und Qualifizierungsmöglichkeiten. Bei der Kontaktaufnahme mit (...) potentiellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wenden sie situationsgerechte Gesprächstechniken an.	Interviews, Gesprächsleitfäden
<b>Projektvorschlag für Lernfeld 12 oder ggf. Lernsituation Nr. 4.7</b> Erstellung eines Konzepts für das Personalmarketing	Die Schülerinnen und Schüler erstellen eine Konzeption für die Personalgewinnung und reflektieren dabei deren Umsetzbarkeit in ihrem jeweiligen Ausbildungsbetrieb. (Einleitungssatz). Die Konzeption für die Personalgewinnung ist als Teilaspekt der Personalmarketingkonzeption zu verstehen.	

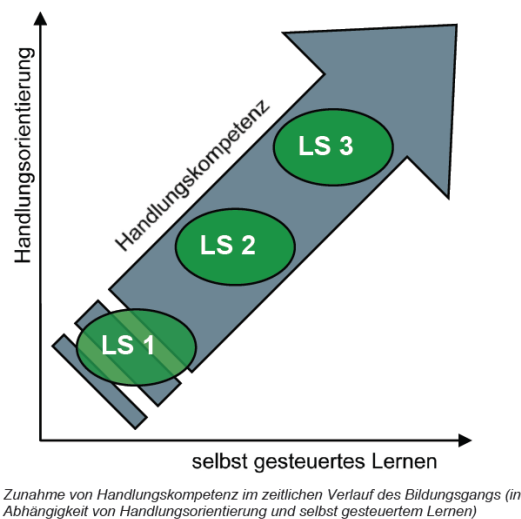
## Schritt 7: „Kompetenzschwerpunkt bestimmen“

Den sechs vorher benannten Lernsituationen werden einzelne Kompetenzschwerpunkte zugeordnet (siehe Abbildung 7).



-Abbildung 7-

Da die Planung von Kompetenzentwicklung für ein einzelnes Lernfeld immer im Kontext mit anderen Lernfeldern zu sehen ist, soll an diesem Punkt kurz skizziert werden, was mit Lernkompetenzentwicklungsplanung über drei Ausbildungsjahre hinweg gemeint ist. Mögliche Ansatzpunkt wie vorgegangen werden könnte, liefert die Abbildung „Querverbindungen von Lernfeldern in Bezug auf Lernfeld 4“ auf Seite 12.



-Abbildung 8-

„Umfassende Handlungskompetenz kann bei Schülerinnen und Schülern (...) nur dann entstehen, wenn zusammen mit der systematischen Vermittlung von Fachkompetenz ebenso systematisch die überfachlichen Kompetenzen (Human-, Sozial- und Lernkompetenz) vermittelt werden. Formen selbst gesteuerten Lernens setzen bestimmte Lernkompetenzen bei den Schülerinnen und Schülern voraus und müssen sukzessive entwickelt werden. Der Bildungsgang trifft Vereinbarungen über die notwendigen Lernkompetenzen (Lern- und Arbeitstechniken, Kommunikations- und Teamkompetenzen), die die Schülerinnen und Schüler zu selbstständigen Lernern qualifizieren. Er berät und entscheidet über die zeitliche Verteilung der Einführung, Anwendung und Festigung der Lernkompetenzen auf die Ausbildungsjahre, die Lernfelder bzw. Lernsituationen oder Fächer.“

- Fachkompetenz und Lernkompetenz stehen in einem sich gegenseitig beeinflussenden Verhältnis.
- Formen selbst gesteuerten Lernens setzen bestimmte Lernkompetenzen bei den Schülerinnen und Schülern voraus.
- Entscheidungen über die Vermittlung von Lernkompetenz sind inhaltlichen nicht nach-, sondern beizuordnen.“<sup>1</sup>

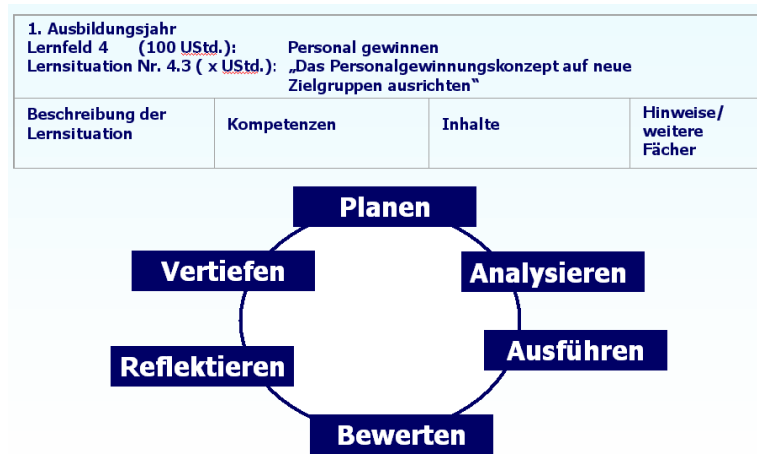
<sup>1</sup> Text und Abbildung aus: Vom Lehrplan zur didaktisch-methodischen Jahresplanung. Entwicklung in 10 Schritten, Band 3, Herausgeber: Bezirksregierung Detmold, Dezernat 45/46, Detmold, 1. Auflage 2007, S. 12.14 und 15.



## Schritt 9: „Lernsituationen dokumentieren“

Alle Lernsituationen sind durch das im Landeslehrplan Nordrhein-Westfalen vorgegebene Raster dokumentiert (siehe Seite 17 bis 60).

In jeder Lernsituation wird das vollständige Handlungsschema (Analysieren, Planen, Ausführen, Bewerten, Reflektieren und Vertiefen) von den Lernenden durchlaufen. Die Lernprozesse sollten kooperativ organisiert werden. Insgesamt wird mit jeder Lernsituation neben der Erweiterung der fachlichen Kompetenzen ebenso die Entwicklung der Methoden, Sozial- und Humankompetenzen angestrebt.



-Abbildung 9-

### Allgemeine Hinweise zu den Lernsituationen

#### - Methoden / Sozialformen

Neben Informationen zum jeweiligem Fachthema sollten je nach Lernstand der Schülerinnen und Schüler begleitende Arbeitsblätter zu einzelnen Methoden eingesetzt werden. Es wird dabei nicht vorgegeben, welche einzelnen Methoden eingesetzt werden sollten, sondern es erfolgen nur Hinweise, z. B. „Strukturierungsmethoden“.

Methoden, die im Rahmen der Lernsituationen Anwendung finden könnten, sind:

Präsentieren/Präsentationstechniken, Aufbau und Erstellung von mediengestützten Präsentationen, Einbindung von Grafiken, Diagrammen und Abbildungen in Dokumente, Erstellung von Diagrammen, Diagrammtypen, Internetrecherchen, Methoden zur Ideenfindung, Arbeits- und Zeitplanung, Strukturierungsmethoden, Entscheidungsfindungsmethoden, Feedbacktechniken, Methoden des kooperativen Lernens, Lernorganisation, spezielle Lerntechniken, Fragebögen zum Lernprozess, ggf. Kompetenzraster ... usw.

Ebenso wurde auf eine detaillierte Beschreibung der Sozialformen verzichtet, da Lehrkräfte auf Grund ihrer langjährigen Unterrichtserfahrung in der Lage sind, Methoden und Sozialformen selbst zu wählen.

#### - Raumausstattung

Der Unterrichtsraum sollte über PC-Arbeitsplätze mit Internetanschluss verfügen. Ggf. muss für einzelne Unterrichtsphasen ein entsprechender Raum gebucht werden.

#### - Unterrichts- und Begleitmaterial

Unterrichts- und Begleitmaterialien zu den einzelnen Lernsituationen sind durch das jeweilige Bildungsgangteam auszuarbeiten. Das Ausgangsszenario –hier nur grob skizziert- sollte weiter ausgetaltet werden. Anhaltspunkte, welche Begleitmaterialien möglicherweise benötigt werden, liefert die auf Seite 58 dargestellte Checkliste für Lernsituationen. Ebenso werden bei der Beschreibung der einzelnen Lernsituationen Hinweise gegeben.

## Hinweise zu den einzelnen Lernsituationen 4.1 bis 4.6

### Lernsituation 4.1 „Den Personalbeschaffungsmarkt erschließen“

Die Personalbeschaffungsmarktbeobachtung umfasst die Erhebung, Systematisierung und Auswertung von Informationen/Daten des Personalbeschaffungsmarktes, die für verschiedene Entscheidungen im Rahmen der Personalwirtschaft relevant sind (Personalbeschaffungsmethode, Instrumenteneinsatz, Optimierung des Leistungsspektrums in der Personaldienstleistung, Qualifizierungsbedarf von Bewerbern/Mitarbeitern, ...). Sie unterstützt die passgenaue Vermittlung.

Es muss unterschieden werden zwischen Datenerhebungen, die allgemeine Veränderungen bzw. Einflussgrößen auf dem Arbeitsmarkt erfassen, und Datenerhebungen, die der Beobachtung betrieblich relevanter Arbeitsmarktsegmente dienen, wobei die Übergänge in Teilbereichen sicherlich fließend sind.

Eine systematische Personalmarktforschung gliedert sich in mehrere Phasen: Segmentierung des Marktes, Formulierung des Informationsbedarfs, Erschließung aussagekräftiger Informationsquellen sowie Auswertung der erhobenen Informationen. In der betrieblichen Praxis findet eine laufende Marktbeobachtung in der Regel nur im Kerngeschäft statt. Darüber hinaus fallweise bei erkennbarem (Personal-)bedarf. Häufig werden nur Stellenanzeigen ausgewertet, so dass die Lernsituation auch auf diesen Aspekt reduziert werden kann.

Die oben genannten Aspekte sind bei der Lernsituation 4.1. „Den Personalbeschaffungsmarkt erschließen“ berücksichtigt worden. Da es sich hier nicht um die betriebliche Realität handelt, sondern um eine didaktisch-methodisch aufbereitete Situation, ist das Vorgehen sicherlich nicht immer mit der betrieblichen Realität vereinbar. Die gewählte Vorgehensweise stützt aber die zu vermittelnden Kompetenzen, die im Rahmen der beruflichen Qualifizierung notwendig sind.

Da es „den“ Personalbeschaffungsmarkt nicht gibt, sondern eine Vielzahl von Teilmärkten und Marktsegmenten existiert, wird in der Lernsituation auf *den Markt für Fachkräfte in der ambulanten und stationären Pflege* Bezug genommen. Ebenso könnten exemplarisch auch andere Marktsegmente behandelt werden bzw. die Marktsegmente wesentlich enger gefasst werden.

In der Lernsituation sollen die Schülerinnen und Schüler für das oben beschriebene Marktsegment zunächst eine Marktanalyse durchführen, auf Basis der Ergebnisse Handlungsempfehlungen für das Referenzunternehmen ableiten und die Ergebnisse mediengestützt präsentieren. Bevor mit der Marktanalyse begonnen werden kann, müssen die Schülerinnen und Schüler identifizieren, welche Daten bzw. Informationen für den Untersuchungsschwerpunkt aus betrieblicher Sicht relevant sind und geeignete Informationsquellen finden, prüfen und auswählen. Über die Marktanalyse erhalten die Schülerinnen und Schüler einen Überblick über typische Tätigkeiten und Abläufe bei der Personalbeschaffungsmarktforschung. Diese Erfahrungen sollen in einem zweiten Schritt für die Entwicklung einer Konzeption für die systematische Marktbeobachtung genutzt werden. In Abhängigkeit vom Leistungsvermögen der Lerngruppe kann die Aufgabenstellung variiert werden in „Checkliste erstellen“ oder „Handlungsempfehlungen geben“. Bevor mit der Konzepterstellung begonnen wird, sollten die Inhalte des Konzepts genauer gefasst werden (z. B. Handlungsempfehlungen, betriebliche Arbeitsabläufe, Arbeitsroutinen zur Datenerhebung, -pflege und -verwaltung, Eingrenzung von „unerlässlichen“ bzw. betrieblich relevanten Marktdaten, ...). Ebenso sollten Kosten-Nutzen-Aspekte in die Überlegungen einfließen. Die von den Schülerinnen und Schülern erstellten Konzeptionen werden anschließend präsentiert und bewertet.

Es besteht Abstimmungsbedarf mit Lernfeld 2, da in diesem Lernfeld *„Arbeitsmarkt, Preisbildung am Arbeitsmarkt sowie Arbeitsmarktkennziffern“* als Lerninhalte ausgewiesen werden. Ebenso sollte im Bildungsgangteam geklärt werden, ob Präsentationstechniken so vermittelt wurden, dass im Lernfeld 4 Bezug auf vereinbarte Standards im Lernfeld 2 genommen werden kann. Das Gleiche gilt auch für die Durchführung von Internetrecherchen. Bei der Vermittlung der Fachbegriffe zum Thema „Marktfor-

#### Handlungsprodukte

Dokumentation der Marktanalyse

Präsentation eines Konzepts, (alternativ: Handlungsempfehlungen oder Checkliste) für die systematische Marktbeobachtung

schung“ sollte dies mit Bezug zum Beschaffungsmarkt geschehen, da eine Vertiefung im Lernfeld 7 „Personaldienstleistungen vermarkten“ auf der Absatzseite erfolgt.

**- Informationsquellen für Lehrkräfte:**

In gängigen Fach- und Schulbüchern findet man Informationen zur Marktforschung allgemein bzw. zur Beschaffungsmarktforschung, die auf die Personalbeschaffungsmarktbeobachtung übertragbar sind. Darüber hinaus sind Internetrecherchen zu den Stichwörtern (Personalbeschaffungsmarktbeobachtung, Personalmarktforschung und Arbeitsmarktbeobachtung) zu empfehlen. Einen Eindruck von der Komplexität des Marktes erhält man, wenn man die verschiedenen Informationsquellen selbst mit Hilfe des Internets „aufgespürt“ hat bzw. über Suchmaschinen relevante Stichwörter eingibt.

**Lernsituationsbeschreibung**

<p><b>1. Ausbildungsjahr</b></p> <p><b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b></p> <p><b>Lernsituation Nr. 4.1 (_ UStd.): „Den Personalbeschaffungsmarkt erschließen“</b></p>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Sie sind Auszubildende/r bei der Personaldienstleistung „Medicus GmbH“. Ihr Unternehmen hat sich auf die Vermittlung von Fachkräften für die stationäre und ambulante Pflege in Krankenhäusern und Altenheimen spezialisiert. Zu den Kunden des Unternehmens zählen private und öffentliche Kliniken, diakonische und caritative Einrichtungen, Seniorenpflegeheime, Behinderteneinrichtungen sowie ambulante Pflegedienste. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Düsseldorf hat u.a. Standorte in allen größeren Städten des Ruhrgebietes.</p> <p>Sie werden in Dortmund ausgebildet und sind zur Zeit Herrn Gröger zugeteilt, der u.a. auch dafür zuständig ist, den Personalbeschaffungsmarkt zu beobachten.</p> <p>Die Geschäftsführer der Medicus GmbH planen im nächsten Monat ein Meeting zu dem Thema: „Chancen und Risiken im Gesundheitswesen für die Personaldienstleistung“. Die Geschäftsführung will prüfen, ob in diesem Bereich weiteres Personal benötigt wird bzw. Qualifikationsmaßnahmen erforderlich sind.</p>	<p><b>Berufsbezogene Kompetenzen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterscheiden zwischen systematischer und unsystematischer Marktforschung</li> <li>• bestimmen Beobachtungsschwerpunkte bzw. grenzen betrieblich relevante Marktdaten ein</li> <li>• sichten und prüfen Informationsquellen</li> <li>• wählen interne und externe Informationsquellen aus</li> <li>• führen exemplarisch eine Marktanalyse durch und dokumentieren die Ergebnisse</li> <li>• beschaffen Daten/Informationen wirtschaftlich</li> <li>• leiten auf Basis der Marktanalyse situationsbezogen Handlungsempfehlungen für das Unternehmen ab</li> <li>• bestimmten Kriterien für eine systematische Marktbeobachtung</li> <li>• entwickeln Handlungsempfehlungen für eine systematische Marktbeobachtung</li> <li>• legen den betrieblichen Arbeitsablauf für systematische Marktbeobachtung fest</li> <li>• setzen Arbeitsroutinen zur Datenerhebung, -pflege und -verwaltung ein</li> <li>• reflektieren den Nutzen systematischer Marktbeobachtung</li> <li>• wenden Fachvokabular sachgerecht an</li> </ul>	<p>Kennzeichnung des Personalbeschaffungsmarktes (Teilmärkte, Marktsegmente, Marktteilnehmer, Marktstrukturen, Einflussgrößen Marktentwicklungen)</p> <p>Abgrenzungskriterien für Teilmärkte / Marktsegmente (z. B. räumlich, zeitlich, quantitativ und qualitative Aspekte (Berufsgruppen, Qualifikationen, ...))</p> <p>Erhebungsdaten / Beobachtungsschwerpunkte (z. B. offene Stellen, Stellensuchende, Veränderung von Berufs- und Tätigkeitsstrukturen, Analyse von Stellenanzeigen, Qualifikationsbedarf, Fachkräftemangel, rechtliche Rahmenbedingungen, Marktauftritt und Verhalten von Zielgruppen bei der Stellensuche, ...), betrieblich relevante Daten, Wettbewerber</p> <p>Personalbeschaffungsmarktbeobachtung / Arbeitsmarktbeobachtung (Definition, Ziele, Aufgaben und Bedeutung im Rahmen der Personalgewinnung, Ablauf/Phasen, Primär- und Sekundärforschung, interne und externe Informationsquellen,</p>	<p>Die Fächer des berufsübergreifenden Lernbereichs leisten ihre Beiträge auf der Grundlage der jeweiligen Fachlehrpläne im Rahmen der Bildungsgangkonferenz.</p> <p><b>Deutsch/ Kommunikation: Informationen verarbeiten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationsquellen und -materialien auffinden und auswerten</li> <li>• Informationen ordnen und zusammenstellen</li> <li>• Informationen auf ihren Nutzen hin beurteilen</li> <li>• Vorgänge und Sachverhalte dokumentieren und darstellen (protokollieren, referieren, berichten)</li> </ul>

<b>1. Ausbildungsjahr</b> <b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b> <b>Lernsituation Nr. 4.1 ( _ UStd.): „Den Personalbeschaffungsmarkt erschließen“</b>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Bei der Vorbereitung des Treffens wurde festgestellt, dass die im Unternehmen vorliegenden Daten zum Teil veraltet oder lückenhaft sind.</p> <p>Deshalb wird Herr Gröger damit beauftragt, aktuelle Zahlen und Fakten zu recherchieren.</p> <p>Gleichzeitig bittet die Unternehmensleitung um Vorschläge, wie der Personalbeschaffungsmarkt systematischer beobachtet werden kann.</p> <p>Herr Gröger fordert Sie auf, ihn bei dieser Aufgabe zu unterstützen.</p>	<p><b>Methoden-, Sozial- und Humankompetenzen:</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• setzen Kreativitätstechniken für die Ideenfindung ein</li> <li>• gestalten Teamprozesse selbständig und kooperativ</li> <li>• führen und leiten Diskussionen</li> <li>• nutzen verschiedene Medien zur Informationsbeschaffung und gehen sachgerecht mit ihnen um</li> <li>• werten Informationen bzw. Daten zielgerichtet aus</li> <li>• bereiten Daten grafisch auf</li> <li>• legen Kriterien zu Präsentationsbeurteilung fest</li> <li>• bereiten Präsentationen mediengestützt vor</li> <li>• vertreten und begründen getroffene Entscheidungen</li> <li>• trainieren ihre Entscheidungs- und Analysefähigkeit</li> <li>• strukturieren Fachinhalte</li> </ul>	<p>Markterkundung versus Marktforschung (Marktanalyse, Marktbeobachtung, Marktprognose)</p> <p>Informationsquellen (z. B. Stellenanzeigen, Stellenbörsen, Agentur für Arbeit, Branchen- und Marktberichte, Markt- und Branchenbarometer, Arbeitsmarktstatistik, Insolvenz bekanntmachungen, Messen, Informationen aus Kundenunternehmen, Kontaktpflege zu Bildungsträgern, ...)</p> <p>Informationsquellenüberprüfung (Aktualität, Vertrauenswürdigkeit, Relevanz, Vollständigkeit) Arbeitsroutinen und Standardisierungsmöglichkeiten im Rahmen der Marktbeobachtung</p> <p>Internetrecherche, Mediengestützte Präsentationstechniken, ggf. Präsentationskriterien (Abstimmung mit Lernfeld 2 in Bezug auf Präsentationstechniken und Präsentationskriterien), Datenauswertung (Umgang mit Statistiken, Diagrammtypen, Diagrammerstellung)</p>	<p><b>Texte erstellen und präsentieren:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Texte formgerecht und mediengerecht gestalten</li> <li>• Texte präsentieren</li> </ul> <p><b>Verstehen von Texten und Medien weiter entwickeln</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Massenmedien und neue Informations- und Kommunikationstechnologien einschätzen und reflektiert nutzen</li> </ul> <p><b>Politik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strukturwandel</li> <li>• Demographische Entwicklungen – Auswirkungen auf den „Personalbeschaffungsmarkt“</li> </ul>

<b>Handlungsphasen der Lerngruppe</b>		<b>Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen</b>
Analysieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellung und verschiedene Aspekte der Aufgabenstellung erfassen</li> <li>• Erfahrungen aus dem eigenen Unternehmen einbringen</li> <li>• Informationsbedarf feststellen                             <ul style="list-style-type: none"> <li>z. B.                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Welche Daten/Informationen sind aus betrieblicher Sicht relevant?</li> <li>○ Welche Informationsquellen können genutzt werden?</li> <li>○ Wie sollen die Daten aufbereitet und präsentiert werden?</li> <li>○ Welche Verfahren/Methoden/Medien können genutzt werden?</li> <li>○ ...</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Methoden: Kreativitätstechniken zur Ideenfindung</li> </ul>
Planen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lösungsstrategien entwickeln                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ zu erhebende Marktdaten eingrenzen</li> <li>○ Informationsmöglichkeiten/-quellen suchen</li> <li>○ Informationen / Informationsquellen sichten und den Informationsgehalt einschätzen</li> <li>○ Informationsquellen auswählen</li> </ul> </li> <li>• den Arbeitsprozess organisieren                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Absprachen zur Dokumentation bzw. Präsentation treffen</li> <li>○ Kriterien für die Präsentationsbeurteilung festlegen</li> <li>○ Arbeitsaufträge in der Gruppe festlegen</li> <li>○ Terminabsprachen, Zeitplanung vornehmen</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Internetrecherche</li> <li>– Methoden der Informationsverarbeitung</li> <li>– Arbeitsplan / Planungsmatrix</li> <li>– ggf. Kriterienkatalog für Präsentationsbewertung</li> </ul>

Handlungsphasen der Lerngruppe	Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
<p>Ausführen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• exemplarisch eine Marktanalyse durchführen                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Marktdaten erheben / Marktstrukturen erschließen</li> <li>○ Statistiken und Berichte auswerten (insbesondere Stellenanzeigen)</li> </ul> </li> <li>• Handlungsempfehlungen auf Basis der Marktanalyse ableiten</li> <li>• Ergebnisse dokumentieren                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ergebnisse der Auswertung mediengestützt aufbereiten</li> <li>○ Diagramme erstellen</li> <li>○ Diagramme und Statistiken einbinden</li> </ul> </li> <li>• Konzept für die systematische Marktbeobachtung entwickeln                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kriterien für eine systematische Marktbeobachtung bestimmen</li> <li>○ ggf. Absprachen über mögliche Konzeptinhalte treffen (z. B. Handlungsempfehlungen, betriebliche Arbeitsabläufe, Arbeitsroutinen zur Datenerhebung, -pflege und verwaltung, Eingrenzung von „unerlässlichen“ Marktdaten, Standardisierungsmöglichkeiten)</li> </ul> </li> <li>• Konzept erstellen (Vorschläge entwickeln)                             <p><b>z. B.</b></p> <p><b>Was beobachte ich</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>wann,</b></li> <li>○ <b>wie,</b></li> <li>○ <b>mit welchen Medien,</b></li> <li>○ <b>unter Nutzung welcher Informationsquellen,</b></li> <li>○ <b>wie häufig?</b></li> </ul> <p><b>Wie nutze ich die Daten für die Personalgewinnung?</b></p> </li> <li>• Ergebnisse präsentieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Internetrecherche / Textrecherchen</li> <li>– Methoden der Informationsverarbeitung</li> <li>– Umgang mit Statistiken</li> <li>– dv-gestützte Diagrammgestaltung</li> <li>– Präsentationssoftware</li> <li>– Visualisierungsmethoden</li> <li>– Ablaufdiagramme</li> </ul>
<p>Bewerten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Handlungsempfehlungen und Konzept beurteilen</li> <li>• Lösungsvarianten mit der Unternehmenspraxis vergleichen</li> <li>• die Präsentationsleistung bewerten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kriterienkatalog</li> </ul>
<p>Reflektieren</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entscheidungsfindung reflektieren</li> <li>• den Arbeits- und Lernprozess reflektieren</li> <li>• den Nutzen, die Kosten und die Realisierungsmöglichkeiten einer systematischen Marktbeobachtung für das eigene Unternehmen einschätzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Reflexionsmethoden</li> </ul>



<b>Handlungsphasen der Lerngruppe</b>		<b>Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen</b>
Vertiefen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Möglichkeiten der Datenbeschaffung über externe Institute recherchieren</li> <li>• Fachtermini und Fachinhalte strukturieren, ggf. ergänzen (siehe Inhalte)</li> <li>• Typische Marktdaten klassifizieren</li> <li>• Gelerntes auf ähnliche Problemstellungen übertragen</li> <li>• Üben, Wiederholen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Strukturierungsmethoden</li> <li>– Methoden für das Üben/ Wiederholen von Lerninhalten</li> </ul>

## Lernsituation 4.2 „Eine Stellenanzeige entwerfen, schalten und den Erfolg der Maßnahme überprüfen“

In der Lernsituation 4.2 „Eine Stellenanzeige entwerfen, schalten und den Erfolg der Maßnahme überprüfen“ gestalten die Schülerinnen und Schüler eine Stellenanzeige auf Basis eines vorgegebenen Suchprofils (z. B. CNC-Dreher). Das Suchprofil sollte vorgegeben werden, da in den nachfolgenden Lernfeldern Raum genug bleibt, Stellenanforderungen zu bestimmen und Stellenbeschreibungen vorzunehmen (vergleiche Lernfeld 5 und 8).

Die Stellenanzeige soll gestaltet und anhand von vorher erarbeiteten Kriterien bewertet werden. Die zuvor entwickelten Kriterien für „gute“ Stellenanzeigen können mit Hilfe einer Checkliste systematisiert werden. Ggf. sollte die Checkliste zwischen Stellenanzeigen in Print- und Onlinemedien differenzieren.

Im weiteren Verlauf der Lernsituation stehen die Lernenden vor der Aufgabe, die Stellenanzeigen so zu platzieren, dass eine bestmögliche Resonanz an Bewerberanzahl und -qualität erreicht wird.

Bevor die Stellenanzeige geschaltet werden kann, muss die Frage nach dem Anzeigenträger geklärt werden (Wo sucht ein arbeitsloser CNC-Dreher nach offenen Stellen? Mit welchen Medien kann er angesprochen werden?). Lösungsoffen sollte in dieser Phase bleiben, ob die Anzeige sowohl in Print- als auch in Onlinemedien geschaltet wird oder begründet nur ein Suchkanal gewählt wird. Mittlerweile gibt es auf dem Markt auch Kombinationsangebote von Print- und Onlinestellenangeboten, die möglicherweise bei der Auswahl Berücksichtigung finden.

Um eine begründete Entscheidung für (einen) Anzeigenträger zu treffen, sind sowohl Informationen über Printmedien als auch über Jobbörsen einzuholen und kriteriengeleitet auszuwerten (Intermediaselektion). Dabei können Aspekte wie Darstellungsmöglichkeiten der Anzeige, Kosten, Zielgruppenneigung, Schnelligkeit und Reichweite/Streuverluste usw. einbezogen werden. Bei Jobbörsen spielen weitere Qualitätsmerkmale wie Aktualität, Anzahl der Stellenanzeigen und Besucher, Rücklaufquoten, der Angebotsumfang von Services (Lebenslaufdatenbanken, Bewerberverwaltung, ...) sowie Benutzerfreundlichkeit der Seite, Suchmöglichkeiten, Integrationsgrad des E-Recruiting-Prozesses zwischen Jobbörse, Arbeitgeber und Arbeitnehmer, Anzahl aktiver Lebensläufe, Dauer der Anzeigenveröffentlichung, Preismodelle ...) eine Rolle. Im Anschluss an die Intermediaselektion muss ggf. eine Intramediaselektion durchgeführt werden.

Neben allgemeinen Angeboten, die den gesamten Arbeitsmarkt abdecken, gibt es zahlreiche Nischenanbieter, die sich auf eine bestimmte Branche oder gar ein bestimmtes Berufsbild spezialisiert haben. Darüber hinaus gibt es Jobbörsen, die sich auf einzelne Karriere-Phasen (Praktikanten, Hochschulabsolventen, Führungskräfte) spezialisiert haben, die im Hinblick auf spezielle Zielgruppen interessant sind.

Der Begriff „Jobbörse“ lässt sich in weitere Unterarten differenzieren (Karriere-Portale, Multiplikatoren, Medien-Portale, Franchise-Betreiber, o. g. Spezialbörsen sowie Sonderformen wie Robots/Spider, Firmen-HR-Portale, Traffic Partner, Dubletten, Arbeitgeber-Jobbörse und Jobbörsen der Personalvermittler).

Auf Grund der weit verbreiteten Nutzung des Internets und der wachsenden Bedeutung von Jobbörsen/Stellenbörsen für die Personalgewinnung sollte die konkrete Ausgestaltung der Lernsituation dazu beitragen, Marktkenntnisse bzw. einen Marktüberblick über den Stellenbörsenmarkt zu gewinnen und für spezielle Stellenbesetzungsprofile die entsprechende Spezialbörse zu kennen. Kenntnisse über die Typologie erleichtern es, einzuschätzen, ob eine Verwässerung des Zielgruppenprofils bzw. Streuverluste zu befürchten ist. Inwieweit dabei in die Details gegangen wird, kann regional mit den Ausbildungsbetrieben vor Ort abgestimmt werden.

Das Fachwissen über Jobbörsen bzw. E-Rekrutierung, das in dieser Lernsituation aufgebaut wird, kann für die nächsten Lernsituationen sinnvoll genutzt werden.

### Handlungsprodukte

Stellenanzeige, Checkliste für die Gestaltung von Stellenanzeigen

*Vergleichende Übersichten über Printmedien und Jobbörsen*

In der Bewertungsphase der Lernsituation steht die Erfolgsüberprüfung im Vordergrund. Dazu müssen u. a. Kennziffern berechnet werden. Ebenso können die vorher definierten Kriterien als Bewertungsmaßstab herangezogen werden.

Die Lernsituation wird durch folgende inhaltliche Aspekte abgerundet. Ein Vertiefungsaspekt umfasst die Agentur für Arbeit (Jobbörse und Dienstleistungsangebot für Unternehmen). Darüber hinaus können spezielle Aspekte des E-Recruiting thematisiert werden, beispielsweise Chancen und Probleme des E-Recruiting.

Die Erarbeitung von wichtigen Vorschriften des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) muss in Abstimmung mit Lernfeld 5 erfolgen. Das AGG berührt die unterschiedlichsten Bereiche der Personalbeschaffung und sollte deshalb in beiden Lernfeldern die entsprechende Berücksichtigung finden.

**- Informationsquellen für Lehrkräfte:**

In gängigen Fach- und Schulbüchern findet man Informationen zur Handhabung des Instruments Stellenanzeige. Darüber hinaus gibt es entsprechende Checklisten im Internet. Ebenso sind Informationen über Print- und Jobbörsen (Beschreibungen, insbesondere Marktberichte und Rankings) im Internet zu finden, die der eigenen Orientierung dienen.

**Lernsituationsbeschreibung**

<p><b>1. Ausbildungsjahr</b></p> <p><b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b></p> <p><b>Lernsituation Nr. 4.2 ( _ UStd.): „Eine Stellenanzeige entwerfen, schalten und den Erfolg der Maßnahme überprüfen“</b></p>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Sie arbeiten bei dem Personaldienstleister JFT-Personal GmbH, Gronaustr. 11, 44135 Dortmund, Telefon 0231-5023157, Fax: 0231-5023158, Email: <a href="mailto:bewerbung@jft-personal.de">bewerbung@jft-personal.de</a>, Website: <a href="http://www.jft-personal.de">www.jft-personal.de</a>.</p> <p>Die JFT-Personal GmbH ist seit über 20 Jahren sowohl im kaufmännischen als auch gewerblichen Bereich in der Personaldienstleistung erfolgreich tätig. Bei der JFT-Personal GmbH handelt es sich um ein vom Inhaber geführtes Unternehmen.</p> <p>Es liegt Ihnen folgender Kundenauftrag vor: Die AutoZub AG, ein mittelständischer Automobilzulieferer im Ruhrgebiet, benötigt für etwas 4 Monate drei CNC-Dreher, um Leerlaufzeiten in der Maschinenbedienung durch langfristige Ausfälle wegen Krankheit zu vermeiden. Das vom Personalreferenten des Automobilzulieferers erstellte Suchprofil haben Sie bereits vorliegen (siehe Anlage).</p> <p>Zur Zeit arbeiten alle in Ihrem Bewerberpool vorhandenen CNC-Dreher bereits in anderen Kundenunternehmen.</p>	<p><b>Berufsbezogene Kompetenzen</b> Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>entwerfen auf Basis eines vorgegebenen Suchprofils eine Stellenanzeige</li> <li>beachten rechtliche Aspekte bei der Anzeigengestaltung</li> <li>bestimmen Kriterien für die Mediaselektion</li> <li>beschaffen und strukturieren Informationen über Printmedien und Jobbörsen</li> <li>führen kriteriengeleitet eine Inter- und Intramediaselektion durch</li> <li>wählen für die Anzeigenschaltung geeignete Medien aus</li> <li>veranlassen die Anzeigenschaltung</li> <li>überprüfen den Erfolg der Maßnahme</li> <li>wenden Fachvokabular sachgerecht an</li> </ul> <p><b>Methoden-, Sozial- und Humankompetenzen:</b> Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>bestimmen den Informationsbedarf</li> <li>beschaffen fehlende Informationen und werten diese kriteriengeleitet aus</li> <li>setzen Methoden zur Strukturierung von Fachinhalten ein</li> <li>bereiten Präsentationen selbständig vor</li> </ul>	<p>Stellenanzeigen (Arten, Inhalte, Anforderungs- bzw. Gestaltungskriterien, Zeitpunkt der Schaltung, Anzeigenträger).</p> <p>Onlineakquisition über private Jobbörsen, Typologie von Jobbörsen (z. B. Karriere-Portale, Multiplikatoren, Medien-Portale, Franchise-Betreiber, branchen- und berufsorientierte, Karriere-Phasen orientierte, Sonderformen wie Robots/Spider, Firmen-HR-Portale, Traffic Partner, Dubletten, Jobbörsen der Personalvermittler, ...)</p> <p>Intermediaselektion (Bewertungskriterien für Printmedien und Jobbörsen z. B. Darstellungsmöglichkeiten von Anzeigen, Art der zu beschaffenden Stelle, Reichweite, Kosten, Termindruck, Dauer der Anzeigenschaltung, Erleichterung von nachgelagerten Arbeitsabläufen, Kombiangebote)</p>	<p>Die Fächer des berufsübergreifenden Lernbereichs leisten ihre Beiträge auf der Grundlage der jeweiligen Fachlehrpläne im Rahmen der Bildungsgangkonferenz.</p> <p><b>Deutsch/ Kommunikation:</b> <b>Informationen verarbeiten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Informationsquellen und -materialien auffinden</li> <li>Informationen ordnen und zusammenstellen</li> <li>Vorgänge und Sachverhalte dokumentieren und darstellen</li> </ul> <p><b>Texte erstellen und präsentieren:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Texte sprachlich richtig verfassen (Grammatik, Rechtschreibung, Zeichensetzung)</li> <li>Texte sach-, intentions-, situations- und adressatengerecht formulieren</li> <li>Texte formgerecht und mediengerecht gestalten</li> </ul>

1. Ausbildungsjahr			
Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen			
Lernsituation Nr. 4.2 ( _ UStd.): „Eine Stellenanzeige entwerfen, schalten und den Erfolg der Maßnahme überprüfen“			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Die Auswertung von Stellengesuchen in Zeitungen und Jobbörsen sowie der Kontakt zur örtlichen Agentur für Arbeit hat gezeigt, dass das vom Kunden erstellte Suchprofil im Moment nicht bedient werden kann.</p> <p>Deshalb soll neben der Veröffentlichung auf der eigenen Website zusätzlich eine entsprechende Stellenanzeige geschaltet werden.</p> <p><i>Hinweise für Lehrkräfte:</i></p> <p><i>Für die Überprüfung der Maßnahme müssen in der Handlungsphase „Vertiefen“ zusätzlich Daten bereit gestellt werden, damit entsprechende Kennziffern berechnet werden können bzw. der Erfolg der Maßnahme überprüft werden kann.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• geben Informationen im Arbeitsprozess und während der Präsentation adressatengerecht weiter</li> <li>• führen und leiten Diskussionen</li> <li>• gestalten Teamprozesse selbständig und kooperativ</li> <li>• trainieren ihre Fähigkeit, Entscheidungen zu treffen</li> <li>• finden und bewerten Alternativen</li> <li>• erfassen in der Gruppenarbeit entscheidungsrelevante Sachverhalte und treffen Entscheidungen</li> <li>• vertreten und begründen getroffene Entscheidungen</li> <li>• beurteilen die Arbeitsergebnisse kriteriengeleitet und unter Anwendung von Feedback-Techniken</li> <li>• nehmen Kritik angemessen an</li> <li>• setzen Methoden zur Strukturierung von Fachinhalten ein</li> </ul>	<p>Intramediaselektion</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsmerkmale von Jobbörsen (z. B. Zielgruppenneigung, Aktualität, Anzahl der Stellenanzeigen und Besucher, Angebotsumfang von Services, Rücklaufquoten, Onlinefunktionalität, Benutzerfreundlichkeit, Suchmöglichkeiten, Integrationsgrad des E-Recruiting-Prozesses zwischen Arbeitgeber, Jobbörsen und Arbeitnehmer, Anzahl aktiver Lebensläufe, ...)</li> <li>• Printmedien (z. B. Zielgruppenbezug, Kosten, Reichweite, ...)</li> </ul> <p>staatliche Stellenbörsen (Agentur für Arbeit (Bedeutung, Dienstleistungsangebot, Jobcenter/-börse)</p> <p>Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG) <b>Hinweis:</b> Abstimmung mit LF 5 erforderlich</p> <p>Erfolgsüberprüfung des Recruitingprozesses (Rücklaufquoten, Einstellungsquoten, Vorstellungsquote, Kosten-Nutzen-Analyse, ...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Texte überarbeiten (korrigieren, erweitern, umstellen, umformulieren)</li> <li>• Texte präsentieren</li> <li>• sprachliche Kreativität entwickeln</li> </ul> <p><b>Verstehen von Texten und Medien weiter entwickeln</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Machart von Texten beschreiben und die Gestaltung von Texten beurteilen</li> <li>• Massenmedien und neue Informations- und Kommunikationstechnologien einschätzen und reflektiert nutzen</li> </ul> <p><b>Politik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzentrationsprozesse bei Jobbörsen</li> <li>• Einfluss des Internets auf Lebensbereiche</li> <li>• AGG: Mitwirkung und Beteiligungsrechte des Betriebsrates</li> </ul>

## Suchprofil

<b>1. Funktionsbezeichnung</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Beschreibung der Funktion</li> </ul>	CNC-Dreher
<b>2. Persönliches</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Schulbildung, Aus- und Weiterbildung</li> </ul>	naher Bezug zur Berufspraxis und Ausbildung Mittlere Reife oder Fachhochschulreife
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sprachen, Auslandsaufenthalt</li> </ul>	---
<b>3. Fachkompetenz</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Berufsausbildung</li> </ul>	Berufsausbildung: Industriemechaniker (Zerspannung oder gleichwertig)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Berufserfahrung</li> </ul>	mehrere Jahre als CNC-Dreher in einem metallverarbeitenden Betrieb,
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fachspezifische Weiterbildung</li> </ul>	Weiterbildung: Abgeschlossene Lehrgänge als CNC-Dreher
<ul style="list-style-type: none"> <li>Spezielle Kenntnisse</li> </ul>	spanabhebende Fertigung auf einer Vertikal Drehbank
<ul style="list-style-type: none"> <li>EDV-Kenntnisse</li> </ul>	CNC-Programmierung (Steuerung Sinumerik, Heidenhain, Siemens, von Vorteil Master-CAM)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sprachen</li> </ul>	deutsch
<b>4. Verhaltenskompetenz</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Zielgerichtetes Engagement</li> </ul>	sehr wichtig
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigenverantwortliches Handeln</li> </ul>	sehr wichtig (selbständige Arbeitsweise)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Veränderungs- und Lernbereitschaft</li> </ul>	wichtig (Einstellen auf neue Situationen)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Team- und Kooperationsfähigkeit</li> </ul>	sehr wichtig
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunikationsfähigkeit</li> </ul>	wichtig
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analytische Fähigkeit</li> </ul>	hoch (PC-Programmierung von Drehteilen nach vorgegebenen Zeichnungen)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Organisationsvermögen</li> </ul>	hoch (Planen und Durchführen von Produktionsverfahren)
<b>5. Führungskompetenz</b>	
---	---
<b>6. Auftragsparameter</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dauer des Einsatzes</li> </ul>	5 Monate (Krankheits- und Urlaubsvertretungen)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Einsatzort</li> </ul>	ländliche Mittelstadt
<ul style="list-style-type: none"> <li>Starttermin</li> </ul>	in drei Wochen
<ul style="list-style-type: none"> <li>Arbeitszeit</li> </ul>	35 Stunden/Woche
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gehaltsrahmen</li> </ul>	nach Tarif

Handlungsphasen der Lerngruppe		Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
Analysieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellung erfassen (Auftragserfüllung, Konsequenzen bei Nichterfüllung)</li> <li>• Weitere mögliche Suchwege für die zu besetzende Stelle erörtern – erste Lösungsansätze sammeln</li> <li>• Erfahrungen aus dem eigenen Unternehmen einbringen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Visualisierungsmethoden/ Ideenfindungsmethoden</li> </ul>
Planen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellung / Arbeitsablauf konkretisieren:  <i><b>Beispiel</b> für möglichen Arbeitsablauf: Gestaltung der Anzeige auf Basis des Suchprofils, Auswahl geeigneter Medien: Zeitungen, Fachzeitschriften und Jobbörsen, Vergleich der Medien z. B. unter folgenden Gesichtspunkten: Kostenvergleich, Reichweite, Online-Funktionalität, Nutzungsverhalten der Zielgruppe, ...), Auswahl der Medien, Schaltung der Anzeige, Erfolgsüberprüfung</i>   <i>Hinweis: ggf. kann die Anzeigengestaltung in Abhängigkeit des gewählten Anzeigentragers erst später erfolgen.</i> </li> <li>• Informationsbedarf und mögliche Informationsquellen bestimmen                       z.B.                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gestaltungskriterien für Stellenanzeigen</li> <li>○ Entscheidungshilfen zur Mediaselektion (z. B. Print- und Onlinemedien)</li> <li>○ Erfolgsüberprüfung? Kennziffern?</li> <li>○ Rechtliche Aspekte (hier AGG)</li> </ul> </li> <li>• den Arbeits- und Lernprozess organisieren                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Absprachen zur Dokumentation bzw. Präsentation treffen</li> <li>○ Arbeitsaufträge in der Gruppe festlegen</li> <li>○ Terminabsprachen, Zeitplanung vornehmen</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Suchprofil</li> <li>– Arbeitsablauf: Strukturierungs- / Visualisierungsmethoden</li> <li>– Arbeitsplan / Zeitplan</li> </ul>



<b>Handlungsphasen der Lerngruppe</b>		<b>Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen</b>
Ausführen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlende Informationen beschaffen</li> <li>• Informationen auswerten (z. B. vergleichende Übersicht über Jobbörsen, Printmedien, Auswertung des AGG in Bezug auf die Personalanwerbung, ....)</li> <li>• Checkliste für die Gestaltung von Stellenanzeigen erstellen und präsentieren</li> <li>• Kriterien für die Bewertung der Anzeigen auf Basis der Checklisten vereinbaren</li> <li>• Analyse des Suchprofils</li> <li>• Gestaltung der Anzeige</li> <li>• Print- und/oder Onlinemedien auswählen (Inter- und Intramediaselektion auf Basis der beschafften Informationen)</li> <li>• Kosten erfassen</li> <li>• Ergebnisse präsentieren                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Anzeige präsentieren</li> <li>○ Ablauf der Anzeigenschaltung vorstellen (Zeitpunkt, Dauer der Schaltung, Kosten, Abwicklung ...)</li> <li>○ Medienauswahl (Wahl des Anzeigenträgers) kriteriengeleitet begründen</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Methoden für die Entscheidungsfindung</li> <li>– Internetrecherche zur Mediaselektion</li> <li>– Arbeit mit Gesetzestexten</li> <li>– Methoden für die Strukturierung von Informationen</li> <li>– Einsatz entsprechender Software für die Anzeigengestaltung bzw. den Erstellung der Checkliste</li> </ul>
Bewerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorgestellte Lösungen diskutieren und bewerten</li> <li>• Anzeigen im Hinblick auf die Gestaltung bewerten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kriterienkatalog, Checkliste</li> </ul>
Reflektieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entscheidungsfindung reflektieren</li> <li>• Verbesserungsvorschläge bezüglich der Anzeigengestaltung und der Checkliste formulieren</li> <li>• Bedeutung des Internets bei der Personalanwerbung reflektieren</li> <li>• den Arbeits- und Lernprozess reflektieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fragebogen</li> </ul>

Handlungsphasen der Lerngruppe		Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
Vertiefen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfolg der Anzeigenschaltung überprüfen                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kennziffern berechnen, Kosten-Nutzen-Relation einschätzen</li> </ul> </li> <li>• Fachtermini und Fachinhalte strukturieren (siehe Inhalte)</li> <li>• Übersichten/Tabellen zur Mediaselektion (Jobbörsen und Printmedien) ergänzen</li> <li>• Leistungsangebot der Agentur für Arbeit darstellen</li> <li>• Gelerntes auf ähnliche/neue Problemstellungen übertragen</li> <li>• Übung: Vorschriften des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) fallbezogen anwenden</li> <li>• Präsentationen zu vertiefenden Aspekten erstellen</li> <li>• <u>Beispiele</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Chancen und Probleme des E-Recruiting</li> <li>○ (Moderne) Tools des E-Recruiting</li> </ul> </li> <li>• Vorträge/Präsentationen im Hinblick auf fachliche Aspekte, Präsentationstechnik und Visualisierung beurteilen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Daten für die Erfolgsüberprüfung</li> <li>– Arbeit mit Gesetzestexten</li> <li>– Mögliche Organisationsformen: Referate, Szenariotechnik, Ausstellung, Expertenbefragung usw.</li> </ul>

### Lernsituation 4.3 „Das Personalgewinnungskonzept auf neue Zielgruppen ausrichten“

In der Lernsituation 4.2 „Eine Stellenanzeige entwerfen, schalten und den Erfolg der Maßnahme überprüfen“ stand der kriteriengeleitete Einsatz von Stellenanzeigen (Print- und Onlinemedien) im Vordergrund. Die Lernsituation 4.3 „Das Personalgewinnungskonzept auf neue Zielgruppen ausrichten“ erweitert den Blick auf weitere Instrumente der Personalgewinnung.

Als Referenzunternehmen dient ein Personaldienstleistungsunternehmen, das bisher vorrangig Arbeitskräfte mit niedrigeren bzw. mittleren Qualifikationsniveau im Bereich Handel vermittelt hat, nun aber eine Ausweitung des Dienstleistungsangebotes auf die „Vermittlung von Führungskräften“ plant. Deshalb soll die bisherige Personalgewinnungskonzeption modifiziert bzw. auf das neue Geschäftsfeld „Vermittlung von Führungskräften“ abgestimmt werden. Ebenso könnten andere Zielgruppen oder Branchenschwerpunkte für das Ausgangsszenario ausgewählt werden. Die Auswahl dieser Zielgruppe für die Lernsituation erfolgte, weil der Führungskräftemangel sich auch in den nächsten Jahren weiter verstärken wird, sich die Reaktion auf diesen Trend im Leistungsangebot von Personaldienstleistungsunternehmen widerspiegelt bzw. auch große Unternehmen die Ausrichtung ihrer Personalgewinnungskonzeptionen in diesem Bereich fokussiert haben.

#### Handlungsprodukte

Präsentation eines Personalgewinnungskonzepts für Führungskräfte

*Vergleichende Übersichten über Rekrutierungsstrategien, Personalbeschaffungswege und -instrumente*

Das **Ausgangsszenario muss** um folgende Informationen angereichert werden:

- Beschreibung des bisherigen Konzepts der Personalgewinnung (Strategien, Wege, Instrumente);
- Informationen zur Zielgruppe (ggf. kann hier auf eine ausgiebige Internetrecherche verzichtet werden, wenn die Informationen den Lernenden gezielt bereit gestellt werden. In den beiden Lernsituationen vorher wurden bereits Internetrecherchen zu verschiedenen Aspekten durchgeführt).

Ausgehend von der bisherigen Personalgewinnungskonzeption (Rekrutierungsstrategien, Personalbeschaffungswege und -instrumente) sollen insbesondere die Beschaffungswege und -instrumente für das Geschäftsfeld „Vermittlung von Führungskräften“ bestimmt werden. Um eine begründete Entscheidung für den Instrumenteneinsatz treffen zu können, müssen sich die Schülerinnen und Schüler mit dem „Marktauftritt“ bzw. dem Verhalten der Zielgruppen auseinandersetzen und auf dieser Basis Vorschläge für ein Recruiting-Mix erstellen. Mögliche Elemente könnten sein (die anzeigengestützte Gewinnung, Direktansprache/Headhunting/Executive Research (Zielfirmenfirmenidentifizierung, Ansprache, Selektion und Auswahl), Internet (bewerberpoolbasierte Beschaffung (Recherche statt Anzeige z. B. in externen Lebenslaufdatenbanken/Bewerberdatenbanken kombiniert mit Elementen der Direktansprache), Nutzung von bestehenden Kontakten, die Zentrale Auslands- und Fachvermittlung (ZAV) der Agentur für Arbeit (...). Mögliche interne Rekrutierungswege sind ggf. eigene Bewerberdatenbanken – soweit diese existieren).

In einzelnen Phasen der Lernsituation müssen die Schülerinnen und Schüler gezielt das in Lernsituation 4.2 aufgebaute Wissen über virtuelle Stellenmärkte einbringen.

In dieser Lernsituation geht es nicht um die konkrete Ausgestaltung von einzelnen Elementen (z.B. Stellenanzeige für eine Führungskraft gestalten oder Simulation von Direktansprachen bei Bewerber X), sondern darum, ein aufeinander abgestimmtes Konzept von möglichen Beschaffungswegen und -instrumenten zu präsentieren sowie die einzelnen Instrumente in ihrer Handhabung und möglichen Einsatzformen vorzustellen. Einzelheiten zum Auswahlverfahren für Führungskräfte werden in Lernfeld 5 behandelt.

Die kommunikativen Kompetenzen, die für Direktansprachen benötigt werden, werden in einem überschaubaren Rahmen in der nächsten Lernsituation 4.4 „Die Zielgruppenansprache für einen Messeauftritt planen und in ein Konzept für das Campus Recruiting einbinden“ behandelt und trainiert. Diese Entscheidung wurde unter anderem auch getroffen, da Direktansprachen bzw. Headhunting häufig von Führungskräften der Personaldienstleistungsunternehmen selbst vorgenommen werden. Im Hinblick auf eine aufeinander abgestimmte Aus-, Fort- und Weiterbildung macht es jedoch Sinn, sich mit den spezifischen die Instrumenten bereits im Rahmen des Lernfeldes 4 auseinander zu setzen.

In der Vertiefungsphase bieten sich folgende Themenbereiche an:

- In dieser Phase sollten -auch wenn ggf. bestimmte Strategien-, Beschaffungswege oder Instrumente von Personaldienstleistungsunternehmen nicht für die Personalanwerbung genutzt werden- aus Gründen der fachlichen Qualifizierung und des breiteren Einsatzspektrums von Personaldienstleistungskaufleuten (Personalabteilungen in großen Unternehmen) weitere Instrumente bzw. fachliche Aspekte behandelt werden.
- Im Sinne eines Perspektivenwechsels kann das Leistungsangebot von Personaldienstleistungen in die Reihe von möglichen Personalgewinnungsinstrumenten eingeordnet werden (Querverbindung zu Lernfeld 2).
- Ebenso könnte in der Vertiefungsphase das Leistungsangebot „Gewinnung von Führungskräften und Spezialisten“ durch weitere Elemente (Coaching, Integration von Führungskräften, Interimsmanagement, Begleitung des Auswahlprozesses und der Vertragsverhandlungen, Outsourcing, ...) ergänzt werden. Diese sollten im Überblick dargestellt werden. Auch gibt es Querverbindungen zu Lernfeld 2.

Weitere Lernfelder mit inhaltlichen Querverbindungen sind das Lernfeld 7 „Personaldienstleistungen vermarkten“ sowie das Lernfeld 9 „Personal führen und fördern“. In Lernfeld 7 steht die Vermarktung der Geschäftsfelder im Vordergrund, d.h., hier wird aus Kundensicht das Leistungsangebot dargestellt, u.a. auch einzelne Instrumente bei der Personalgewinnung. Lernfeld 9 umfasst ggf. auch den Aspekt „Betreuung und Bindung von Führungskräften“ im Rahmen des Retention-Management.

Die Lernsituation 4.4 „Die Zielgruppenansprache für einen Messeauftritt planen und in ein Konzept für das Campus Recruiting einbinden“ umfasst die Aktivitäten, die sich auf die Gewinnung von Nachwuchsführungskräften beziehen. Die möglicherweise „künstliche Trennung“ in zwei Lernsituationen erfolgt aus Gründen der didaktischen Reduktion und muss in der Phase der Einstiegssituation der Lernsituation 4.3 „Das Personalgewinnungskonzept auf neue Zielgruppen ausrichten“ durch die Moderation der Lehrkraft bzw. Ausgestaltung des Einstiegsszenarios entsprechend gestaltet werden.

#### **- Informationsquellen für Lehrkräfte:**

In Fach- oder Schulbüchern werden meistens nur die traditionellen Instrumente zur Personalgewinnung vorgestellt. Deshalb sind zusätzliche Internetrecherchen notwendig. Neben der Stichworteingabe über Suchmaschinen (Führungskräfte-mangel, Head-Hunting, Executive Research, Direktansprache, Bewerberdatenbanken oder Lebenslaufdatenbanken, ...) ist es sinnvoll, sich einen Überblick über das Leistungsangebot der Personaldienstleistungsunternehmen im Rahmen der Führungskräftevermittlung zu verschaffen (Informationen auf den Websites).

**Lernsituationsbeschreibung**

<p><b>1. Ausbildungsjahr</b></p> <p><b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b></p> <p><b>Lernsituation Nr. 4.3 ( _ UStd.): „Das Personalgewinnungskonzept auf neue Zielgruppen ausrichten“</b></p>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Sie sind Mitarbeiter im Unternehmen TOP-JOBS GmbH mit Sitz in Dortmund. Das Unternehmen ist schwerpunktmäßig auf den Bereich Handel spezialisiert. Vorwiegend haben Sie bisher Kaufleute im Einzelhandel, Verkäufer/ -rinnen, Kassierer/-innen, Fachlageristen .... vermittelt.</p> <p>Die Geschäftsleitung beabsichtigt ein weiteres Dienstleistungsangebot für den Handel aufzubauen.</p> <p>Auszug aus dem Rundschreiben an die Mitarbeiter/-innen:  <i>„Seit mehr als fünf Jahren sind wir nun im schwierigen Personalbeschaffungsmarkt im Bereich Handel tätig. Um auch weiterhin erfolgreich in diesem hart umkämpften, sich andauernd verändernden Markt zu sein, müssen wir uns zielgerichtet auf die Bedürfnisse unserer Kunden einstellen und die Aufträge kompetent und zeitnah umsetzen. Die Beobachtung und Analyse des Marktes hat gezeigt, dass insbesondere Bedarf bei Führungskräften und Spezialisten im Handelsbereich besteht.“</i></p>	<p><b>Berufsbezogene Kompetenzen</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• grenzen aktive Formen und passive Formen der Personalanwerbung voneinander ab</li> <li>• sie vergleichen verschiedene Rekrutierungsstrategien und leiten Handlungsempfehlungen für die Personalanwerbung von Führungskräften ab</li> <li>• entwickeln auf Basis der Zielgruppenanalyse ein Konzept für die Personalgewinnung; dazu bewerten sie kriterienorientiert Einsatzmöglichkeiten alternativer Instrumente und machen einen Vorschlag für den Recruiting-Mix und bewerten diesen</li> <li>• beziehen ihr Vorwissen aus Lernsituation 4.2 aktiv in den Lernprozess ein (Stellenanzeige, Jobbörsen) und wenden dieses Wissen zur Entscheidungsfindung heran</li> <li>• wenden Fachvokabular sachgerecht an</li> </ul>	<p>Aktive Formen und passive Formen der Personalanwerbung (Arten, Zielgruppen)</p> <p>Rekrutierungsstrategien (innovative, Status-quo, autonome, flexible, muddling-through in Abhängigkeit von Konjunkturlage, Marktmacht, regionale Arbeitsmarktbedingungen, Organisationsintelligenz ...)</p> <p>Personalbeschaffungswege und –instrumente (interne/ externe, Merkmale, Einsatzformen in Abhängigkeit von Einflussgrößen wie z. B. Zielsetzung, Zielgruppe, Kosten-Nutzen-Überlegungen, Zeitaspekten, Vor- und Nachteile, z. B. hier Stellenanzeigen, Direktansprache/ Headhunting, Lebenslaufdatenbanken, ZVA der Agentur für Arbeit, ....)</p> <p>Zielgruppenanalyse (bevorzugte Suchkanäle z. B. Zielgruppenneigung bei Jobbörsen bzw. Datenbanken, Printmedien, Bewerberverhalten (Frei- und Latentsuchende)</p>	<p>Die Fächer des berufsübergreifenden Lernbereichs leisten ihre Beiträge auf der Grundlage der jeweiligen Fachlehrpläne im Rahmen der Bildungsgangkonferenz.</p> <p><b>Deutsch/ Kommunikation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumentationsstrategien kennen und sach- und adressatengerecht einsetzen</li> <li>• Fachliteratur erarbeiten</li> <li>• Informationen entscheidungsorientiert auswerten</li> <li>• Gespräche organisieren, führen und moderieren</li> <li>• in Diskussionen auf andere eingehen und einen eigenen Standpunkt vertreten</li> </ul>

1. Ausbildungsjahr			
Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen			
Lernsituation Nr. 4.3 ( _ UStd.): „Das Personalgewinnungskonzept auf neue Zielgruppen ausrichten“			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p><i>Deshalb werden wir zur Entlastung der Personalverantwortlichen der Handelshäuser in den Bereich der Führungs- und Fachkräftegewinnung einsteigen.</i></p> <p>In diesem Zusammenhang soll die bisherige Personalgewinnungskonzeption überprüft und ggf. neu ausgerichtet werden. Zum einen, um im bisherigen Geschäftsbereich weiterhin zuverlässiger Partner des Handels zu bleiben, zum anderen, weil nicht zu erwarten ist, dass mit den bisherigen Personalbeschaffungswegen bzw. Instrumenten potentielle Führungskräfte für den Handel gefunden werden können.</p> <p>Sie erhalten den Auftrag, entsprechende Vorschläge zu unterbreiten.</p> <p><u>Hinweis für Lehrer/-innen:</u> Ausgehend von der bisherigen Personalgewinnungskonzeption sowie auf Basis von Marktdaten sollen insbesondere die folgenden Aspekte berücksichtigt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rekrutierungsstrategien</li> <li>- Personalbeschaffungswege</li> <li>- Instrumente zur Personalgewinnung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vergleichen und bewerten Strategien, Beschaffungswege und Instrumente der Personalgewinnung und berücksichtigen dabei Einflussgrößen, Rahmenbedingungen, Zielgruppen, Zeit- und Kostenaspekte, Bedeutung der zu besetzenden Stelle, (...) (=&gt;bezieht sich auf Vertiefungsphase)</li> </ul> <p><b>Methoden-, Sozial- und Humankompetenzen:</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• werten Informationen zielgerichtet aus, beschaffen ggf. erforderliche Zusatzinformationen</li> <li>• führen und leiten Diskussionen</li> <li>• gestalten Teamprozesse selbständig und kooperativ</li> <li>• trainieren ihre Fähigkeit, Entscheidungen zu treffen</li> <li>• finden und bewerten Alternativen</li> <li>• erfassen in der Gruppenarbeit entscheidungsrelevante Sachverhalte und treffen Entscheidungen</li> <li>• vertreten und begründen getroffene Entscheidungen</li> </ul>	<p>Instrumentenbewertung (Zielgruppenbezug, Kosten, Zeitaspekte, Vorteile, Nachteile, Problemfelder,...)</p> <p>Lebenslaufdatenbanken / Bewerberdatenbanken (interne, externe, Intramedia-selektion in Bezug auf: Aktualität der Lebensläufe, Anzahl der Bewerberprofile und Qualität, Kosten, Zielgruppenneigung, Onlinefunktionalität, Services des Betreibers, Matchingprozess usw. (Vergleiche auch Kriterien für Jobbörsen, Lernsituation 4.3)</p> <p>Direktansprache / Exekutiv Research / Headhunting (Ablauf, spezifische Merkmale einzelner Phasen, Formen der Ansprache (offen, verdeckte), Einsatzformen / Zielsetzung)</p> <p>ZAV der Agentur für Arbeit (Leistungsangebot)</p> <p><u>in Ansprache mit der Fachgruppe Deutsch:</u> Gesprächsleitfäden für die telefonische und persönliche Vorauswahl, Gesprächstechniken, Interviewtechniken</p> <p>Printmedien (siehe Lernsituation 4.2)</p>	<p><b>Politik:</b> ggf. UWG in Bezug auf Headhunting und Direktansprache ?</p> <p><b>Religionslehre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Mitarbeiter als Beschaffungsobjekt? – wertschätzende Haltungen gegenüber Mitarbeitern bzw. Bewerbern entwickeln</li> <li>• Der gläserne Arbeitnehmer? (Bezug zu Lebenslaufdatenbanken)</li> </ul> <p><b>Sport:</b> Lernen eigenverantwortlich gestalten, sich organisieren und Leistungsentwicklung erfahren; Miteinander kommunizieren, im Team arbeiten und aufgabenbezogen kooperieren</p>

<b>1. Ausbildungsjahr</b>			
<b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b>			
<b>Lernsituation Nr. 4.3 ( _ UStd.): „Das Personalgewinnungskonzept auf neue Zielgruppen ausrichten“</b>			
<b>Beschreibung der Lernsituation</b>	<b>Kompetenzen</b>	<b>Inhalte</b>	<b>Hinweise/ weitere Fächer</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• beurteilen die Arbeitsergebnisse kriteriengeleitet und unter Anwendung von Feedback-Techniken</li> <li>• nehmen Kritik angemessen an</li> <li>• erarbeiten Fachinhalte selbständig und setzen Methoden zur Strukturierung von Fachinhalten ein</li> </ul>		



Handlungsphasen der Lerngruppe		Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
Analysieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellung erfassen</li> <li>• verschiedene Aspekte und Perspektiven der Aufgabenstellung erkennen</li> <li>• Erfahrungen aus dem eigenen Unternehmen einbringen</li> <li>• Bisher genutzte Strategien, Beschaffungswege und -instrumente der Personalgewinnung darstellen</li> <li>• Veränderungsbedarf einschätzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Visualisierungstechniken</li> <li>– Informationen zur bisherigen Konzeption und zu Zielgruppen</li> </ul>
Planen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lösungsstrategien entwickeln                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Anforderungen an den Rekrutierungsmix formulieren /Bewertungsmaßstäbe festlegen</li> <li>○ Fachlichen Informationsbedarf konkretisieren</li> <li>○ ggf. mögliche Lösungsvarianten präzisieren / alternative Lösungen finden</li> </ul> </li> <li>• den Arbeits- und Lernprozess organisieren                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Absprachen zur Dokumentation bzw. Präsentation treffen</li> <li>○ Arbeitsaufträge in der Gruppe festlegen</li> <li>○ Terminabsprachen, Zeitplanung vornehmen</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Arbeitsplan / Planungsmatrix</li> </ul>
Ausführen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen bzw. Daten über das Marktverhalten der Zielgruppe „Führungskräfte“ analysieren</li> <li>• Informationen über Strategien, Wege und Instrumente der Personalgewinnung/-beschaffung auswerten und strukturieren</li> <li>• Erarbeitetes Fachwissen situationsbezogen anwenden / Vorschläge für ein Recruitingmix entwickeln                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lösungsvarianten diskutieren</li> <li>○ Mögliche Rekrutierungsstrategien bestimmen</li> <li>○ Beschaffungswege und Instrumente der Personalgewinnung kriterien- und entscheidungsorientiert auswählen (...)</li> </ul> </li> <li>• Personalgewinnungskonzeption vorstellen</li> <li>• Lösung vertreten und begründen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informationen zur Zielgruppe, ggf. Internetrecherche</li> <li>– Methoden zur Erfassung von Informationen bei der Textarbeit, ggf. Internetrecherche</li> <li>– Methoden für die Entscheidungsfindung</li> <li>– mediengestützte Visualisierung z. B. Präsentationssoftware</li> </ul>

Handlungsphasen der Lerngruppe		Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
Bewerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsergebnisse vergleichen</li> <li>• Lösungsvorschläge ziel- und kriteriengeleitet bewerten</li> <li>• Realisierungsgrad der vorgestellten Lösung sowie Zielerreichung einschätzen</li> </ul>	– Kriterienkatalog
Reflektieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserungsvorschläge formulieren</li> <li>• vorgestellte Ergebnisse mit der Unternehmenspraxis vergleichen</li> <li>• den Lernprozess reflektieren (Arbeitsweise überprüfen, Gruppenarbeit bewerten, Entscheidungsfindung reflektieren)</li> </ul>	– Methoden zur Reflexion des Lernprozesses
Vertiefen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachtermini und Fachinhalte strukturieren (siehe Fachinhalte)</li> <li>• Fachliche Aspekte (Rekrutierungsstrategien, Personalbeschaffungswege, Personalgewinnungsinstrumente) ergänzen</li> <li>• Lösungsvarianten für vergleichbare/neue Problemstellungen entwickeln (andere Zielsetzung, andere Rahmenbedingungen, ...)</li> <li>• Leistungsspektrum für die „Gewinnung von Führungskräften“ weiterentwickeln (z. B. Coaching, Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung, ...)</li> <li>• Üben und Wiederholen</li> <li>• Präsentationen zu weiterführenden Aspekten erstellen</li> <li>• <u>Beispiele</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Talent-Relationship-Management</li> <li>○ Employer Branding</li> <li>○ „War of talents“ – Ableitung von Strategien für die Personalgewinnung (<i>Hinweis: Überleitung zur nächsten Lernsituation 4.5</i>)</li> </ul> </li> <li>• Vorträge/Präsentationen im Hinblick auf fachliche Aspekte, Präsentationstechnik und Visualisierung beurteilen</li> </ul>	– Strukturierungsmethoden  – Mögliche Organisationsformen: Referate, Szenariotechnik, Ausstellung, Expertenbefragung usw.

#### **Lernsituation 4.4 „Die Zielgruppenansprache für einen Messeauftritt planen und in ein Konzept für das Campus Recruiting einbinden“**

Anknüpfend an die Zielformulierung „Die Schülerinnen und Schüler stellen Kontakte zu abgebenden Institutionen her, bauen Netzwerke auf und pflegen Beziehungen zu Kooperationspartnern“ sowie dem Mindestinhalt „Messen“ wurde die Lernsituation 4.4. „Die Zielgruppenansprache für einen Messeauftritt planen und in ein Konzept für das Campus Recruiting einbinden“ konzipiert.

Die Lernsituation 4.4 sollte in Kooperation mit dem Fach Deutsch/Kommunikation unterrichtet werden, da insbesondere kommunikative Kompetenzen gefördert werden.

##### **Handlungsprodukte**

Präsentation bzw. Rollenspiel-simulation – Kommunikationsstrategie für die gezielte Ansprache der Zielgruppe auf Messen

Präsentation eines Konzepts zum Campus Recruiting

Das Ausgangsszenario stellt dar, dass ein mittelständisches, expandierendes Unternehmen plant, sich an einer Jobmesse zu beteiligen. Zur Vorbereitung auf die anstehende Messe soll das Messeprotokoll der letzten Messe analysiert werden, um den diesjährigen Messeauftritt zu optimieren.

Die Analyse des Messeprotokolls lässt folgende Verbesserungspotentiale erkennen:

1. Die Zielgruppenansprache muss optimiert werden. Die Gespräche müssen systematischer vorbereitet werden.
2. Gespräche sollen bereits auf der Messe dokumentiert werden. Dafür muss eine entsprechende Vorlage erstellt werden.
3. Eine Erfolgsüberprüfung der letzten Messe war nur in Teilbereichen möglich, da die entsprechenden Kontakte (qualitativ und quantitativ) auf der Messe nicht erfasst wurden. Die Erfolgsüberprüfung der diesjährigen Messebeteiligung muss entsprechend vorbereitet werden.
4. Ein Konzept zum Campus Recruiting muss entwickelt werden, um die Messebeteiligung in flankierende Maßnahmen einzubetten. Die Kontaktpflege bzw. -bindung der Bewerber soll systematischer erfolgen. Zum einen soll kurzfristig ein entsprechender Bewerberpool zur Verfügung stehen, auf den bei den für die Personalvermittlung bei Praktikantenstellen oder bei Werkstudentenprogrammen zurückgegriffen werden kann. Zum anderen soll der Bewerberpool („Talente-Pool“) mittelfristig auch der Vermittlung von Nachwuchsführungskräften oder Young Professionals dienen. Dazu müssen die Informationen aktuell gehalten und Kontakte gepflegt werden.

Aus den o. g. vier Punkten leiten sich die entsprechenden Handlungsschritte der Lernsituation ab (siehe Raster). Dabei sollen die Schülerinnen und Schüler insbesondere in der Planungs- und Ausführungsphase weitgehend selbständig arbeiten.

Die gewählte Zielgruppenansprache soll in Rollenspielen überprüft werden. Da in dieser Lernsituation insbesondere die Entwicklung von kommunikativen Kompetenzen im Vordergrund steht, sollten die Lernzuwächse in diesem Bereich in der Reflexionsphase von den Lernenden eingeschätzt werden.

##### **- Informationsquellen für Lehrkräfte:**

In Fach- oder Schulbüchern werden meistens nur die traditionellen Instrumente zur Personalgewinnung vorgestellt, der Bereich Campus Recruiting wird oft nur angerissen. Informationen unter den Stichwörtern (Hochschulmarketing, Campus Recruiting, War of Talents) finden sich im Internet.

### Lernsituationsbeschreibung

<b>1. Ausbildungsjahr</b> <b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b> <b>Lernsituation Nr 4.4 (_ UStd.): „Die Zielgruppenansprache für einen Messeauftritt planen und in ein Konzept für das Campus Recruiting einbinden“</b>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Sie arbeiten bei einem mittelständischen expandierenden Personaldienstleistungsunternehmen. Bei Ihren Recherchen im Internet entdecken Sie, dass in diesem Jahr eine Jobmesse in Düsseldorf stattfindet (siehe Anlage 1). Sie erkundigen sich im Unternehmen, ob eine Messebeteiligung geplant ist. Von Ihrem Ausbilder erfahren Sie, dass dies der Fall sei. Gleichzeitig wendet er ein, dass bei der letzten Messebeteiligung eine Reihe von Problemen aufgetreten seien und gibt Ihnen zur Ihrer Information eine Kopie des Messeprotokolls (siehe Anlage 2). Weiter berichtet er, dass für die Vorbereitung der nächsten Messeauftritts eine Arbeitsgruppe gebildet werden soll. Er bietet Ihnen an, in dieser Arbeitsgruppe mitzuarbeiten, um den Messeauftritt entsprechend vorzubereiten, und stellt Ihnen in Aussicht, selbst an der Messe teilnehmen zu dürfen.</p>	<p><b>Berufsbezogene Kompetenzen</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• klären Bedeutung und Zielsetzung der Messebeteiligung / Campus Recruiting für die Personalgewinnung</li> <li>• analysieren die Zielgruppe(n)</li> <li>• überlegen Strategien für die Zielgruppenansprache während des Messeauftritts und überprüfen diese auf ihre Wirksamkeit</li> <li>• vereinbaren Beobachtungskriterien für das Rollenspiel</li> <li>• erstellen eine Vorlage für die Gesprächsdokumentation und für die Messenachbereitung</li> <li>• schätzen den Erfolg der Messebeteiligung ein („Kosten-Nutzen-Analyse“)</li> <li>• entwickeln ein Konzept für das Campus Recruiting; dazu wählen sie zur Erreichung des vorher definierten Ziels Instrumente aus</li> <li>• bewerten ziel- und kriteriengeleitet die Vorschläge (Konzept)</li> </ul>	<p>Campus Recruiting / Hochschulmarketing (Zielsetzung, Bedeutung, Instrumente bzw. Maßnahmen)</p> <p>Ziele (Akquisitionsfunktion, Profilierungsfunktion, Motivationsfunktion)</p> <p>Bedeutung (Mangel bei Führungskräftenachwuchs, War of Talents, Vermittlung von Studenten und Young Professionals, ...)</p> <p>Zielgruppen (Studenten, Professoren, ...)</p> <p>Zielgruppenanalyse (Erwartungen, Motive, Bewerberverhalten, Informationsverhalten, Suchkanäle, Handlungsmöglichkeiten, Fachrichtungen, ...)</p> <p>Instrumente: Hochschulmessen, Hochschultage im Betrieb, Gastreferate, Aushänge, Studententreuungsprogramme, Praktika, Anzeigen in Hochschulpublikationen, Stipendien, Spenden, Sponsoring, Mitarbeit in Hochschulgremien, Kontakte zu Lehrstühlen / Professoren, Probeverhältnisse, Unterstützung bei wissenschaftlichen Arbeiten, Karriereseiten, Jobbörsen im Internet, Stellenanzeigen, ...)</p>	<p>Die Fächer des berufsübergreifenden Lernbereichs leisten ihre Beiträge auf der Grundlage der jeweiligen Fachlehrpläne im Rahmen der Bildungsgangkonferenz.</p> <p><b>Deutsch/ Kommunikation:</b></p> <p><b>Kommunikation aufnehmen und gestalten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontakte mit anderen aufnehmen</li> <li>• eigene Gefühle, Erfahrungen und Einstellungen angemessen ausdrücken</li> <li>• auf Gefühle, Erfahrungen, Einstellungen anderer eingehen</li> <li>• Verstehens- und Verständigungsprobleme – auch interkulturell bedingte – zur Sprache bringen und bearbeiten</li> <li>• Gespräche organisieren, führen und moderieren</li> </ul>

1. Ausbildungsjahr			
Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen			
Lernsituation Nr 4.4 ( _ UStd.): „Die Zielgruppenansprache für einen Messeauftritt planen und in ein Konzept für das Campus Recruiting einbinden“			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Beim ersten gemeinsamen Arbeitstreffen wird das Messeprotokoll analysiert und es werden Lösungsvorschläge zur Behebung der Probleme gesammelt.</p>	<p><b>Methoden-, Sozial- und Humankompetenzen:</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <p>Die in den Lernsituationen 4.1 bis 4.3 aufgeführten Kompetenzen sollen weiterentwickelt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• stellen während des Gesprächs Vertrauen her</li> <li>• setzen verbale und nonverbale Ausdrucksmöglichkeiten gezielt im Gespräch ein</li> <li>• kommunizieren störungsfrei</li> <li>• erfassen im Gespräch das Informationsinteresse beteiligter Partner und stellen Informationen adressatengerecht dar</li> <li>• transportieren Kernaussagen und Kernbotschaften zum Unternehmen in ihren Gesprächen</li> <li>• argumentieren adressatengerecht und nutzenorientiert</li> <li>• artikulieren Unternehmensinteressen angemessen</li> <li>• geben unter Anwendung von Feedbacktechniken Kritik, nehmen Kritik angemessen an</li> </ul>	<p>Einteilungskriterien der Instrumente (nach Kontaktstufen / nach Maßnahmen in Hochschulen, im Unternehmen, im Internet, Messen, Print- und Medienträger / nach Intensität und Reichweite der Aktivitäten)</p> <p>Stufen (Kontaktanbahnung, Kontaktaufnahme, Kontaktverdichtung, Kontaktpflege)</p> <p>Nachbereitung der Messe (z. B. Zielüberprüfung/-einschätzung, Verbesserungsmöglichkeiten, Kontaktauswertung (Anzahl, Herkunft, Kontaktanzahl im Vergleich zu interessierten Bewerbern, Anschlussmaßnahmen zur Kontaktpflege)</p> <p><b>Kommunikative Kompetenzen</b> in Ansprache mit Fachlehrer/-in in Deutsch/Kommunikation (siehe auch Kompetenzbeschreibungen links)</p> <p>Elemente der Zielgruppenansprache (z. B. Kontaktaufnahme, Kernaussagen / Kernbotschaften, adressatengerechte bzw. situationsgerechte Gesprächsführung, Informations- und Nutzenorientierung für die Zielgruppe, ...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• in Diskussionen auf andere eingehen und einen eigenen Standpunkt vertreten</li> </ul> <p><b>Interessen vertreten und verhandeln</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• für Produkte und Dienstleistungen werben</li> <li>• für Ideen, Anliegen werben</li> <li>• Handlungsperspektiven und Konsequenzen aufzeigen</li> </ul> <p><b>Politik:</b> Demografischer Wandel, Führungskräftemangel</p> <p><b>Sport:</b> Sich darstellen können und Kreativität entwickeln; Sich, den eigenen Körper und seine Umwelt wahrnehmen</p>

<b>Handlungsphasen der Lerngruppe</b>		<b>Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen</b>
Analysieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellung erfassen                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bedeutung und Zielsetzung der Messebeteiligung klären</li> <li>○ Messeprotokoll auswerten und Probleme erfassen</li> <li>○ Vermutungen über mögliche Ursachen sammeln</li> </ul> </li> <li>• Erfahrungen aus dem eigenen Unternehmen einbringen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Visualisierungsmethode</li> <li>– Strukturierungsmethoden</li> </ul>
Planen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ableitung der Aufgaben aus der Problemanalyse                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ausarbeitung einer „Strategie“ für eine gezielte Ansprache der Zielgruppe / Aneignung von Gesprächstechniken und Überprüfung in Rollenspielen</li> <li>2. Erstellung einer Vorlage für die Gesprächsdokumentation</li> <li>3. Erstellung einer Vorlage/Checkliste für die Messenachbereitung</li> <li>4. Konzeptentwicklung für Campus Recruiting</li> </ol> </li> <li>• Erste Lösungsvarianten sammeln</li> <li>• Informationsbedarf bestimmen</li> <li>• den Arbeitsprozess organisieren                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Absprachen zum Vortrag bzw. den Rollenspielen treffen</li> <li>○ Arbeitsaufträge in der Gruppe festlegen</li> <li>○ Terminabsprachen, Zeitplanung vornehmen</li> </ul> </li> <li>• Beobachtungsbogen für das Rollenspiel entwerfen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Plenum / Einzel-/Partnerarbeit / Gruppenarbeit</li> <li>– Visualisierungsmethoden</li> <li>– Arbeitsplanung</li> <li>– Beobachtungsbogen</li> </ul>

Handlungsphasen der Lerngruppe		Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
Ausführen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlende Informationen beschaffen</li> <li>• Informationen auswerten</li> <li>• Erwartungen und Informationsbedarf der Zielgruppe bezüglich des Messebesuchs analysieren</li> <li>• Zielgruppe aus Unternehmenssicht eingrenzen</li> <li>• Zielsetzung der „Kommunikationsstrategie“ bestimmen, „wichtige“ Elemente festlegen</li> <li>• Vorgehensweise am Messestand planen</li> <li>• Vorlage für die Gesprächsdokumentation entwerfen</li> <li>• Checkliste zur Messenachbereitung erstellen</li> <li>• Konzept für ein Campus Recruiting entwickeln                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielsetzung und Zielgruppe beschreiben</li> <li>○ Übersicht über mögliche Instrumente erstellen</li> <li>○ Auswahl von unternehmensrelevanten Instrumenten (Bezug zur Zielgruppe / Zielsetzung beachten)</li> </ul> </li> <li>• alle Ergebnisse präsentieren</li> <li>• Kommunikationsstrategie in Rollenspielen einüben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Methoden der Strukturierung und Visualisierung</li> <li>– Internetrecherchen</li> <li>– ggf. Checklisten-vorlagen für Messen</li> <li>– Entscheidungsfindungsmethoden</li> </ul>
Bewerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorgestellte Konzeptionen bewerten</li> <li>• Nutzen-Kosten-Einschätzung für Campus Recruiting vornehmen</li> <li>• „Wirksamkeit“ der Zielgruppenansprache bewerten (Rollenspiele)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Feedbackmethoden</li> </ul>
Reflektieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserungsvorschläge zu allen Ergebnissen formulieren</li> <li>• Lernzuwachs bei Handhabung von Gesprächstechniken einschätzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Reflexionsmethoden</li> </ul>
Vertiefen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachtermini und Fachinhalte strukturieren und ggf. ergänzen</li> <li>• Gelerntes auf ähnliche/neue Problemstellungen übertragen (z.B. Kontaktaufbau und -pflege zu Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen)</li> <li>• Virtuelle Recruitingmessen</li> <li>• Überblick über Messen verschaffen (Messeselektion)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Strukturierungsmethoden</li> </ul>

## **Programmauszug**

Jobmesse Düsseldorf

### **Termin**

Samstag, 01. März 2008, 10.00 - 17.00 Uhr

Sonntag, 02. März 2008, 10.00 - 17.00 Uhr

**Eintritt frei**

### **Unsere Messe richtet sich an**

- Schüler (Abiturienten und angehende Azubis)
- Studenten und Absolventen aller Fachrichtungen und Semester von Universitäten, Fachhochschulen und Berufsakademien
- Weiterbildungsinteressenten
- Berufswechselnde und weitere Interessenten
- Arbeitssuchende aller Altersklassen



### **Alter der Zielgruppe**

- Von 16 bis 60 Lebensjahren
- Einzigartiges Konzept für drei Generationen

### **Ziele & Inhalt d. Messe**

- Vermittlung von freien Stellen, Diplomarbeiten und Praktika
- Kontaktaufnahme zwischen Unternehmen und interessierten Besuchern
- Vermittlung von Studienplätzen
- Vorträge und Präsentationen
- Bewerbungsmappencheck
- Bewerbungsfoto-Service

### **Informationen für Aussteller:**

#### **Der Countdown läuft!**

Nur noch begrenzte Zeit besteht für interessierte Groß- und Mittelstandsunternehmen der Region die Möglichkeit, sich einen der limitierten Messestände zu sichern. **Nähere Informationen erhältlich über das Ausfüllen des Kontaktformulars sowie telefonisch unter 05 41/4 40 45-0.**

#### **Die Umsetzung**

Der Veranstalter bietet den teilnehmenden Unternehmen eine exklusive Möglichkeit, sich auf der Messe in gehobener und ansprechender Atmosphäre zu präsentieren. Das seit Jahren befolgte Konzept „**Klasse statt Masse**“ und eine stets gewissenhafte Auswahl der Teilnehmer haben sich auf den bisherigen Messen bestens bewährt.

Die Job-Messe ist eine Kommunikations-Plattform für Unternehmen aus Handel, Handwerk, Industrie und Dienstleistung sowie Universitäten, Fachhochschulen und Weiterbildungsinstitute. Sie bietet die Möglichkeit zum klassischen Auftritt mittels eines Messestandes und wird ergänzt durch Extra-Services

- **Vorträge**
  - **Bewerbungstrainings**
  - **Fotoshootings**
  - **Bewerbungsmappenchecks**
- uvm.

sowie Präsentationsforen zur Unternehmensdarstellung, für die nach Absprache entsprechende Technik etc. zur Verfügung gestellt werden kann. Alle Details wie teilnehmende Aussteller im Kurzportrait, Jobangebote, Vortragstermine uvm. werden im Internet und meist in der Presse zeitnah veröffentlicht.



Für eine Unternehmenspräsentation bzw. Messeteilnahme werden dem Aussteller Werbe- und Standgebühren in Form eines Messepaketes angeboten. Die Kosten sind meist geringer als eine einmalig geschaltete Anzeige in der örtlichen Tagespresse.

**Auf Wunsch steht der Veranstalter auch für die Planung und Umsetzung eines Messeauftrittes beratend zur Seite.**

**Die Teilnahme**

Die Job-Messe ist eine Kommunikations-Plattform für Unternehmen aus

- **Handel**
- **Handwerk**
- **Industrie**
- **Dienstleistung**

sowie **Universitäten, Fachhochschulen und Weiterbildungsinstitute.**

Der Veranstalter achtet allerdings auf eine gewissenhafte Auswahl an Teilnehmern und versucht weitestgehend Überhänge von Ausstellern gleicher Branche zu vermeiden.

Das an einer Teilnahme interessierte Unternehmen wird auf Wunsch individuell beraten und über sämtliche Facetten einer möglichen Präsentation auf der Messe durch einen geschulten Berater informiert. Der Messekunde kann zwischen einer Anmietung der reinen Ausstellungsfläche, einer teilweise mit Equipment bestückten oder einem vollständig eingerichteten Messestand wählen.

Darüber hinaus wird der angemeldete Aussteller vom Veranstalter regelmäßig über Wissenswertes rund um die Job-Messe/n informiert und erhält wichtige Tipps und Winks.

**Hinweis:**

Die Standflächen und damit verbundene Platzierungswünsche werden nach Eingang der schriftlichen Anmeldungen und auf der „first-come-first-served“-Basis vergeben

(Quelle: <http://www.job-messen.de/barlag/index/index.php>)

Auszug aus dem Messeprotokoll

Positiv	Negativ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Präsentationsmöglichkeiten (Platz, Standort) waren gut.</li> <li>• Die Gestaltung des Standes wurde von den Messebesuchern positiv beurteilt.</li> <li>• Die Zielgruppe war auf der Messe in hoher Anzahl vertreten.</li> <li>• Die Messebeteiligung ist im Vorfeld mit anderen Aktivitäten abgestimmt worden.</li> <li>• Das Budget war ausreichend.</li> <li>• Die Leistungen und der Service des Messeveranstalters können als positiv beurteilt werden.</li> <li>• Die Unternehmenspräsentation und die Informationsmaterialien sind bei den Besuchern gut angekommen.</li> <li>• Die Messeorganisation (Einrichtung des Standes, Technikausstattung, Materialvorrat, Einteilung des Personals usw.) hat ohne Mängel funktioniert.</li> <li>• ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Zielgruppenansprache (Studenten/-innen) war mangelhaft. Die Gespräche waren nicht ausreichend vorbereitet. Obwohl die Kontaktaufnahme gut gelang, haben die Gespräche nicht dazu beigetragen, die Zielgruppe für das Unternehmen nachhaltig zu interessieren. Die Kernbotschaft über unser Unternehmen konnte der Zielgruppe nicht näher gebracht werden. Nur wenige haben sich in die Bewerberdatei aufnehmen lassen.</li> <li>• Die Kosten-Nutzen-Analyse fehlt, da z. B. die entsprechenden Kontaktzahlen während der Messe nicht dokumentiert wurden.</li> <li>• Ebenso fehlte eine entsprechende Vorlage für die Dokumentation der Gespräche.</li> <li>• Potentielle Bewerber wurden zwar in der Datenbank erfasst, aber es gibt kein entsprechendes Konzept für die weitere Kontaktpflege. Ebenso wäre es zukünftig sinnvoll, die Messebeteiligung in ein Konzept für das Campus Recruiting einzubinden.</li> </ul>

### Lernsituation 4.5 „Ü50 und fit – Mitwirkung in einem regionalen Netzwerk zur Integration von älteren Arbeitslosen in den Arbeitsmarkt“

Anknüpfend an die Zielformulierung „Die Schülerinnen und Schüler stellen Kontakte zu (...) Institutionen her, bauen Netzwerke auf und pflegen Beziehungen zu Kooperationspartnern“ sowie dem Mindestinhalt „Kontaktdatenpflege“ wurde die Lernsituation 4.5 „Ü50 und fit – Mitwirkung in einem regionalen Netzwerk zur Integration von älteren Arbeitslosen in den Arbeitsmarkt“ konzipiert.

Im Internet sind zwar zahlreiche Informationen zum Thema „Netzwerk“ vorhanden, aber bei den meisten Informationen handelt es sich um Praxisbeispiele oder um Handlungsempfehlungen, häufig in Form von Checklisten. In Schulbüchern ist das Themenfeld in didaktisch-methodisch aufbereiteter Form nicht zu finden. In der Praxis sind Netzwerke komplex und berühren viele „weiche Faktoren“. Deshalb war es insgesamt schwierig, eine lösungsoffene bzw. entscheidungsorientierte Lernsituation zu den oben genannten Zielen zu formulieren.

Die nachfolgende Lernsituation ist daher unter diesen Aspekten zu betrachten und als „Kompromisslösung“ zu verstehen.

Die Lernsituation umfasst einen eher theorieorientierten Teil sowie einen Praxisteil, in dem exemplarische Übungen zu dem oben genannten Themenbereichen durchgeführt werden. Sie sollte auf Grund der angestrebten kommunikativen Kompetenzen in Kooperation mit dem/der Fachlehrer/in Deutsch/Kommunikation unterrichtlich umgesetzt werden.

Das Einstiegszenario beschreibt die Beteiligung einer Personaldienstleistung in einem regionalen Netzwerk. Die Schülerinnen und Schüler sollen zunächst den betrieblichen Nutzen der Netzwerkarbeit erfassen. Danach werden in einem theoretischen Teil die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Arbeit sowie Kommunikation im Netzwerk erarbeitet und anschließend mediengestützt präsentiert. Diese Unterrichtssequenz wurde ausgewählt, um erfolgreiche Netzwerkarbeit in ihrer „Funktionsweise“ für die Schülerinnen und Schüler „sichtbar“ zu machen. Ziel ist es, sie für ihr Verhalten und Auftreten im Rahmen von Netzwerken zu sensibilisieren.

Im zweiten Teil der Lernsituation konzipieren die Schülerinnen und Schüler Spielszenen, die positive und negative Beispiele für Kontakt- und Beziehungspflege verdeutlichen sollen. Diese Sequenz zielt darauf ab, das vorher erarbeitete theoretische Wissen anzuwenden und für konkrete Situationen nutzbar zu machen, wie es auch in der Lernzielformulierung deutlich wird.

Eine Übungsphase rundet die Lernsituation ab und nimmt den Mindestinhalt „Kontakt(daten)pflge“ entsprechend auf:

- Persönliche Gespräche und Telefongespräche zur Kontaktaufnahme simulieren
- Tabellenkalkulationssoftware für Kontaktdatenpeicherung nutzen
- Rundschreiben als Serienbrief erstellen
- Emailverteiler anlegen und Nachrichten versenden

Auf die Ausgestaltung einer Lernsituation mit dem Arbeitstitel „Aufbau von Netzwerken – Planung, Durchführung und Reflexion“ wurde verzichtet, da eine solche Aufgabenstellung zum einen aus zeitlichen Gründen nicht machbar ist, zum anderen -wie Praxisbeispiele zeigen- zu komplex ist. Ggf. kann das Thema mit einem konkreten Projekt in Lernfeld 12 nochmals aufgenommen werden.

#### - Informationsquellen für Lehrkräfte:

Siehe Anmerkungen oben.

#### Handlungsprodukte

Präsentation „Erfolgreiche Netzwerkarbeit“

Konzeption von Spielszenen, „positive und negative Beispiele für Kontakt- und Beziehungspflege im Netzwerk“

### Lernsituationsbeschreibung

1. Ausbildungsjahr			
<b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b>			
<b>Lernsituation Nr 4.5 ( _ UStd.): „Ü50 und fit – Mitwirkung in einem regionalen Netzwerk zur Integration von älteren Arbeitslosen in den Arbeitsmarkt“</b>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Vor einiger Zeit ist der Leiter der örtlichen Agentur für Arbeit mit der Bitte an die Geschäftsleitung Ihres Unternehmens herangetreten, bei dem geplanten Projekt „Ü50 und fit“ mitzuwirken. Das Projekt hat zum Ziel, ältere Arbeitslose (über 50 Jahre) wieder in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Das Arbeitsmarktprogramm soll im Frühjahr nächsten Jahres starten. Für die erfolgreiche Umsetzung des Projektes wird u. a. ein Netzwerk benötigt, das auf Grund der guten Kontakte und Beziehungen durch Ihren Ausbildungsbetriebs federführend aufgebaut und erweitert werden soll. In der nächsten Woche findet eine erste gemeinsame Sitzung mit dem Vertretern der Agentur für Arbeit statt. Die vorläufige Tagesordnung sieht unter anderem folgende Punkte vor: ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mögliche Kooperationspartner im Netzwerk</li> <li>• Erfolgreiche Netzwerkarbeit             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Voraussetzungen für eine erfolgreiche Netzwerkbildung</li> <li>○ Mögliche Maßnahmen in einzelnen Phasen                 <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Netzwerkbildung</li> <li>§ Netzwerkvertiefung</li> <li>§ Netzwerkerweiterung</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Kommunikation im Netzwerk</li> </ul>	<p><b>Berufsbezogene Kompetenzen</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• schätzen die Bedeutung von Netzwerkarbeit für die Personalgewinnung ein</li> <li>• wirken bei dem Aufbau eines regionalen Netzwerkes mit</li> <li>• identifizieren Kooperationspartner</li> <li>• nutzen ihr Wissen über Funktionsweise und Erfolgsfaktoren von Netzwerken zielgerichtet für die Mitgestaltung sowie Kontakt- und Beziehungspflege im Netzwerk</li> <li>• setzen moderne Kommunikationsmittel zur Unterstützung des Informationsflusses im Netzwerk ein</li> </ul>	<p>Netzwerke (z. B. Bedeutung, „Lebenszyklus“ von Netzwerken, Erfolgsfaktoren, Kooperationspartner, Einzelmaßnahmen in Abhängigkeit vom Lebenszyklus, <b>Kommunikation im Netzwerk</b>, ...)</p> <p>Bedeutung für die Personalgewinnung (Akquisitionsfunktion, Imagebildung durch gesellschaftliches Engagement, Nutzung von Synergieeffekte, ...)</p> <p>Lebenszyklus (Bildung, Vertiefung, Erweiterung)</p> <p>Kooperationspartner im Netzwerk (z. B. Bildungsträger, Agentur für Arbeit, politische Akteure, verbundene Personaldienstleistungsunternehmen, Internetplattformbetreiber, Messeveranstalter, Wirtschaftsförderung, Kammern, soziale Einrichtungen, ...)</p> <p>Erfolgsfaktoren (z. B. Visionen, Leitbilder, Zielsetzungen, klares Profil in der Außenwirkung, Interessen und Nutzenorientierung für alle Partner, Schlüsselpersönlichkeiten/Promotoren, vorhandene gewachsene Beziehungen zw. Schlüsselakteuren, Aufbau von Vertrauen und Identität durch intensive Kommunikation und Interaktion sowie abgestimmte Informationsflüsse, Erfolgsdarstellung/Marketing, Netzwerkmanager als Integrationsfiguren, Organisator und Controller, Infrastruktur, öffentliche Förderung, ...)</p>	<p>Die Fächer des berufsübergreifenden Lernbereichs leisten ihre Beiträge auf der Grundlage der jeweiligen Fachlehrpläne im Rahmen der Bildungsgangkonferenz.</p> <p><b>Deutsch/ Kommunikation:</b></p> <p><b>Kommunikation aufnehmen und gestalten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontakte mit anderen aufnehmen</li> <li>• eigene Gefühle, Erfahrungen und Einstellungen angemessen ausdrücken</li> <li>• auf Gefühle, Erfahrungen, Einstellungen anderer eingehen</li> <li>• Verstehens- und Verständigungsprobleme – auch interkulturell bedingte – zur Sprache bringen und bearbeiten</li> <li>• Gespräche organisieren, führen und moderieren</li> </ul>

<p><b>1. Ausbildungsjahr</b></p> <p><b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b></p> <p><b>Lernsituation Nr 4.5 (_ UStd.): „Ü50 und fit – Mitwirkung in einem regionalen Netzwerk zur Integration von älteren Arbeitslosen in den Arbeitsmarkt“</b></p>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Im Rahmen Ihrer Ausbildung sollen Sie gemeinsam mit einem in der Netzwerkarbeit erfahrenen Mitarbeiter die erste gemeinsame Sitzung thematisch vorbereiten.</p> <p><b>Alternativen:</b></p> <p>A1) Da bereits zahlreiche Netzwerke bestehen, an denen sich Personaldienstleistungsunternehmen beteiligen, könnte statt der Lernsituation auch eine Expertenbefragung „Erfolgreiche Netzwerke“ geplant werden.</p> <p>A2) Ihr Unternehmen, eine Personaldienstleistung in Düsseldorf, plant die Eröffnung einer neuen Niederlassung in Dortmund. Auf Grund der hohen Bedeutung eines Netzwerkes für den Markterfolg in Düsseldorf sollen zur Vorbereitung des regionalen Markteintritts in Dortmund bereits im Vorfeld die notwendigen Kontakte systematisch aufgebaut und langfristig erhalten werden. (Anmerkung: Zur Anreicherung der Situation sollte eine Abbildung des Düsseldorfer-Netzwerkes beigefügt werden).</p>	<p><b>Methoden-, Sozial- und Human-kompetenzen:</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <p>Die in den Lernsituationen 4.1 bis 4.4 angestrebten Kompetenzen sollen weiterentwickelt werden; insbesondere die in der Lernsituation 4.4. angegebenen Kompetenzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wenden bei der Kontaktaufnahme mit Institutionen, Partnern sowie potentiellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern situationsgerechte Gesprächstechniken an.</li> <li>• stellen Kontakte zu Kooperationspartnern her und</li> <li>• tragen durch ihr Verhalten im Netzwerk dazu bei, funktionierende Beziehungen aufzubauen und zu erhalten</li> <li>• setzen Moderationstechniken ein</li> </ul>	<p>Maßnahmen/Instrumente (Identifizierung von Entscheidungsträgern, persönliche Gespräche, (telefonische) Befragung (Bedarfsermittlung, Nutzen), Informationsveranstaltungen und Workshops zur Gewinnung von Kooperationspartnern, Einrichtung einer Internetplattform, regelmäßige Themenabende, Zusammenbringung von Partnern für Einzelprojekte im Netzwerk, gegenseitige Besuche in Firmen/Institutionen, Initiierung von weiteren Projekten, ...)</p> <p><b>Kontakt- und Beziehungspflege im Netzwerk (inhaltlicher Schwerpunkt):</b></p> <p><b>exemplarische Inhalte:</b></p> <p>Kontaktanbahnung (persönliches Gespräch vor Ort, Telefon, Email, Brief)</p> <p>Netzwerkultur (Grundeinstellung, Verhalten und Gesprächsregeln gegenüber Kooperationspartnern, Schaffung von Win-Win-Situationen, Arbeitsteilung)</p> <p>technische Unterstützung für die Kontaktdatenpflege (Emails, Serienbriefe, Tabellenkalkulation, Internet ...)</p> <p>Grundlagen: Moderationstechniken</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• in Diskussionen auf andere eingehen und einen eigenen Standpunkt vertreten</li> </ul> <p><b>Interessen vertreten und verhandeln</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• für Produkte und Dienstleistungen werben</li> <li>• für Ideen, Anliegen werben</li> <li>• Handlungsperspektiven aufzeigen</li> </ul>

Handlungsphasen der Lerngruppe		Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
Analysieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellung erfassen                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einschätzen der Nutzen-Kosten-Aspekte für Unternehmen/ Personalgewinnung</li> <li>○ Erfahrungen mit Netzwerken einbringen</li> <li>○ Netzwerkverständnis und Grundgedanken klären („Vetternwirtschaft - Geflecht aus Optionen“)</li> </ul> </li> </ul>	
Planen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erste Lösungsideen zu den vorgegebenen Themen sammeln und ordnen (Beispielthemen: Kooperationspartner, Erfolgsfaktoren, Einzelmaßnahmen zum Aufbau und Vertiefung des Netzwerkes)</li> <li>• Aufgabenstellung konkretisieren:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Erstens:</b> Inhaltliche Vorbereitung für die geplante Präsentation auf dem 1. Arbeitstreffen planen                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Regionale Netzwerkpartner identifizieren</li> <li>○ Voraussetzungen für erfolgreiche Netzbildung eingrenzen bzw. bestimmen</li> <li>○ Maßnahmen für die Netzbildung (ggf. -vertiefung) zusammenstellen</li> <li>○ Positive Einflussfaktoren für die „Netzwerk-Kommunikation“ sammeln</li> </ul> </li> <li>○ Präsentation mediengestützt vorbereiten</li> </ul> </li> <li>• <b>Zweitens:</b> Spielszenen konzipieren, die positive und negative Beispiele für Kontakt- bzw. Beziehungspflege im Netzwerk zeigen</li> <li>• den Arbeitsprozess organisieren                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ fehlende Informationen bestimmen</li> <li>○ Absprachen zur Präsentation treffen</li> <li>○ Arbeitsaufträge in der Gruppe festlegen</li> <li>○ Terminabsprachen, Zeitplanung vornehmen</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Visualisierungsmethoden</li> <li>– Arbeitsplanung</li> </ul>
Ausführen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fehlende Informationen beschaffen (Fachinhalte)</li> <li>• sich über ähnliche Projekte im Internet informieren</li> <li>• Informationen auswerten und strukturieren</li> <li>• Präsentation mediengestützt vorbereiten und halten</li> <li>• Spielszenen entwickeln und vorführen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Internetrecherche</li> <li>– ggf. Einsatz entsprechender Software für die Gestaltung der Präsentation</li> </ul>

Handlungsphasen der Lerngruppe		Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
Bewerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentationen vergleichen und bewerten</li> <li>• Spielszenen bewerten</li> </ul>	
Reflektieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserungsvorschläge formulieren</li> <li>• den Arbeitsprozess reflektieren</li> <li>• Nutzen des Wissens „Netzwerke“ für die eigene Netzwerkarbeit reflektieren</li> </ul>	– Reflexionsmethoden
Praktische Übungen	<p>Übungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Simulation von persönlichen Gesprächen und Telefongesprächen zur Kontaktaufnahme</li> <li>• Verfassen eines Rundschreibens als Serienbrief</li> <li>• Tabellenkalkulation und Emails / Emailverteiler zu Kontaktdatenpflege nutzen</li> </ul>	
Vertiefen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Optional:</b> Entwicklung eines Vorschlags für das Vorgehen beim Aufbau eines regionalen Netzwerkes (nur: Ablaufplanung von Arbeitsschritten)</li> </ul>	

#### Lernsituation 4.6 „Bewerbern/-innen das Unternehmen vorstellen und über Einsatzfelder, Arbeitsbedingungen und Perspektiven informieren“

Die Lernsituation „Bewerbern/-innen das Unternehmen vorstellen und über Einsatzfelder, Arbeitsbedingungen und Perspektiven informieren“ ist zeitlich gesehen die letzte Lernsituation im Lernfeld 4.

In der Ausgangssituation der Lernsituation möchte sich ein interessierter Bewerber über die Beschäftigungsmöglichkeiten in der Zeitarbeit informieren möchte. Ein persönlicher Beratungstermin ist vereinbart.

Die Lernsituation knüpft an folgende Zielformulierung des Lernfeldtextes an:

*Die Schüler und Schülerinnen stellen Interessenten das eigene Unternehmen vor, beraten sie hinsichtlich Einsatzmöglichkeiten sowie Entwicklungsperspektiven und informieren sie über Arbeitsbedingungen, Vergütung und Qualifizierungsmöglichkeiten. Bei der Kontaktaufnahme mit (...) potentiellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wenden sie situationsgerechte Gesprächstechniken an.*

*Mindestinhalte laut Lernfeldtext sind: Interviews, Gesprächsleitfäden*

##### **Handlungsprodukte**

Gesprächsleitfäden für die Bewerberberatung

Rollenspiel zur Bewerberberatung

Unternehmenspräsentation (in Abstimmung mit Lernfeld 2)

##### Benötigte weitere Materialien:

- **Bewerbungsunterlagen:** Da hier nicht die Analyse der Bewerberunterlagen im Vordergrund steht, sondern die Bewerberinformation und -beratung, sollten die Bewerbungsunterlagen so gestaltet sein, dass die Einstellungs- und Vermittlungsvoraussetzung erfüllt sind. Im Lernfeld 5 „Personal einstellen“ werden die entsprechenden Kompetenzen „prüfen Einstellungs- und Vermittlungsvoraussetzungen von potentiellen Bewerbern“ aufgebaut.
- **Informationsmaterialien für Bewerber:** Flyer, Unternehmenspräsentation, Formulare, Informationsblätter, Tarifvertrag, Arbeitsvertrag etc.
- Informationen über Gesprächsleitfäden, Gesprächstechniken, Interviewtechniken, ...

Im Vorfeld der Lernsituation muss abgeklärt werden, über welches **Praxiswissen** (Ausbildungsstand) die Schülerinnen und Schüler verfügen, da bestimmte Kenntnisse für das Beratungsgespräch vorausgesetzt werden, die nicht Inhalt dieses Lernfeldes sind, sondern vorrangig in den Lernfeldern 2, 5 und 6 vermittelt werden. Hierzu gehören folgende Inhalte:

- Unternehmensvorstellung (Einsatzgebiete, Marktposition, Leitbilder, Geschäftsfelder, ...) – (Lernfeld 2)
- Arbeitsbedingungen und Vergütung (Tarifvertrag, Arbeitszeiten, Schicht, außertarifliche Leistungen, Sozialleistungen, Lohnnebenkosten, Arbeitsvertragsgestaltung, ...) - (Lernfeld 5)
- Einsatzmöglichkeiten, Entwicklungsperspektiven und Qualifizierungsmöglichkeiten - (ggf. Lernfeld 9)
- Rechtliche Regelungen zu Arbeitsschutz und -sicherheit, gesetzliche Unfallversicherung, Arbeitszeitregelungen - (Lernfeld 6)

Da aber die Lernsituation am Ende des 2. Ausbildungsjahres stattfindet, kann davon ausgegangen werden, dass die erforderlichen Kenntnisse durch den betrieblichen Ausbildungsstand abgedeckt sind.

In der Lernsituation erhalten die Schülerinnen und Schüler die Aufgabe, sich auf das Gespräch vorzubereiten. Dazu müssen sie zunächst die Zielsetzung sowie die Inhalte des Gespräches klären. Um die verschiedenen Perspektiven (Unternehmen, Bewerber) aufzunehmen, soll arbeitsteilig vorgegangen werden und in einem ersten Schritt mögliche Gesprächsinhalte gesammelt werden. Das Gespräch soll systematisch vorbereitet werden. Dazu erstellen die Schülerinnen und Schüler einen Gesprächsleitfaden (ggf. Checkliste, Vorlage). In Rollenspielen wird der Einsatz der Gesprächsleitfäden überprüft und ggf. modifiziert (siehe auch einzelne Handlungsschritte).

In Absprache mit der Fachgruppe Deutsch/Kommunikation sind folgende Inhalte abzustimmen: Gesprächsleitfaden, Interviews, Gesprächstechniken.

Da in dieser Lernsituation die Entwicklung von kommunikativen Kompetenzen im Vordergrund steht, sollten die Lernzuwächse in diesem Bereich in der Reflexionsphase eingeschätzt werden.

**- Informationsquellen für Lehrkräfte:**

Das Thema Gesprächsleitfäden ist sowohl für den Personalbereich als auch im Absatzbereich gut aufbereitet in Fachbüchern und im Internet zu finden. Für die Vorbereitung der Lernsituation sollten Praxiskontakte genutzt werden: Zum einen um die erforderlichen Informationsmaterialien zu beschaffen, zum anderen um sich selbst eine Bewerberberatung anzuschauen.



**Lernsituationsbeschreibung**

<p><b>1. Ausbildungsjahr</b></p> <p><b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b></p> <p><b>Lernsituation Nr 4.6 (_ UStd.): „Bewerber/-innen das Unternehmen vorstellen und über Einsatzfelder, Arbeitsbedingungen und Perspektiven informieren“</b></p>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p>Sie arbeiten bei der Personaldienstleistung TOP JOP GmbH in Dortmund. Das Telefon klingelt.</p> <p>„TOP JOB AG in Dortmund. Sie sprechen mit Sabine Müller.</p> <p>„Hansen. Herbert Hansen. Guten Tag Frau Müller.“</p> <p>„Guten Tag, Herr Hansen. Was kann ich für Sie tun?“</p> <p>„Ich interessiere mich für eine Beschäftigung in der Zeitarbeit. Deshalb habe ich mir im Internet die Internetseiten von Zeitarbeitsfirmen in meiner Nähe angeschaut. Natürlich auch Ihre Internetseite. Übrigens sehr informativ. Aber trotzdem sind natürlich noch Fragen offen geblieben.“</p> <p>„Herr Hansen, das verstehe ich sehr gut. Sie brauchen weitere Informationen?“</p> <p>„Ja, das wäre gut. Sie schreiben auf Ihrer Seite, dass Interessierte die Möglichkeit haben, Sie im persönlichen Gespräch kennen zu lernen.</p>	<p><b>Berufsbezogene Kompetenzen</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prüfen Einstellungs- und Vermittlungsvoraussetzungen von potentiellen Bewerbern (Kompetenzvermittlung erfolgt vorrangig in Lernfeld 5)</li> <li>• bestimmen aus Bewerber- und Unternehmenssicht die Ziele und Inhalte der Bewerberinformation bzw. -beratung</li> <li>• erstellen einen Gesprächsleitfaden für die systematische Bewerberinformation und -beratung und überprüfen diesen im Rollenspiel</li> <li>• wählen Informationen adressatengerecht aus</li> <li>• stellen den Bewerbern das Unternehmen vor, zeigen Weiterbildungs-, Ausbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten auf, informieren über Arbeitsbedingungen und Vergütungen, weisen auf Qualifizierungsmöglichkeiten hin</li> <li>• bewerten den erstellten Gesprächsleitfaden und modifizieren diesen ggf.</li> <li>• reflektieren den Nutzen systematischer Gesprächsvorbereitung und -führung</li> <li>• entscheiden je nach Ergebnis der Bewerberberatung, welche weiteren Bearbeitungsschritte notwendig sind</li> </ul>	<p>Bewerberinformation und -beratung (Zielsetzung, Inhalte, Gesprächsaufbau, Gesprächstechniken, Interviewtechniken, Gesprächsleitfaden)</p> <p>Inhalte: Unternehmensvorstellung (Einsatzgebiete, Marktposition, Leitbilder, Geschäftsfelder, ...); Einsatzmöglichkeiten, Entwicklungsperspektiven und Qualifizierungsmöglichkeiten; Arbeitsbedingungen und Vergütung (Tarifvertrag, Arbeitszeiten, Schicht, außertarifliche Leistungen, Sozialleistungen, Lohnnebenkosten, Arbeitsvertragsgestaltung, ...)</p> <p><b>Hinweis:</b> Die Inhalte dieser Lernsituation müssen mit anderen Lernfeldern abgestimmt werden (siehe Hinweise zu Lernsituation 4.6).</p> <p>Gesprächsnachbereitung (Dokumentation und Auswertung des Gespräches)</p>	<p>Die Fächer des berufsübergreifenden Lernbereichs leisten ihre Beiträge auf der Grundlage der jeweiligen Fachlehrpläne im Rahmen der Bildungsgangkonferenz.</p> <p><b>Deutsch/ Kommunikation:</b></p> <p><b>Kommunikation aufnehmen und gestalten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontakte mit anderen aufnehmen</li> <li>• eigene Gefühle, Erfahrungen und Einstellungen angemessen ausdrücken</li> <li>• auf Gefühle, Erfahrungen, Einstellungen anderer eingehen</li> <li>• Verstehens- und Verständigungsprobleme – auch interkulturell bedingte – zur Sprache bringen und bearbeiten</li> <li>• Gespräche organisieren, führen und moderieren</li> </ul>

<p><b>1. Ausbildungsjahr</b></p> <p><b>Lernfeld 4 (100 UStd.): Personal gewinnen</b></p> <p><b>Lernsituation Nr 4.6 ( _ UStd.): „Bewerbern/-innen das Unternehmen vorstellen und über Einsatzfelder, Arbeitsbedingungen und Perspektiven informieren“</b></p>			
Beschreibung der Lernsituation	Kompetenzen	Inhalte	Hinweise/ weitere Fächer
<p><i>Deshalb möchte ich gerne bei Ihnen vorbeikommen und mit Ihnen über meine Möglichkeiten in der Zeitarbeit sprechen.</i> „Gerne Herr Hansen ...“</p> <p>Im weiteren Gespräch bitten Sie Herrn Hansen, seine Bewerbungsunterlagen bereits in Vorfeld zuzuschicken. Sie vereinbaren mit ihm für die kommende Woche einen Gesprächstermin.</p> <p>Um die Vermittlungschancen und Einsatzmöglichkeiten des Bewerbers optimal einschätzen zu können, bereiten Sie sich auf das anstehende Gespräche vor.</p> <p>Anlagen: Bewerbungsunterlagen</p>	<p><b>Methoden-, Sozial- und Humankompetenzen:</b></p> <p>Die in den Lernsituationen 4.1 bis 4.5 aufgeführten Kompetenzen sollen weiterentwickelt werden.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nehmen verschiedene Perspektiven ein</li> <li>• setzen den Gesprächsleitfaden situationsgerecht ein</li> <li>• erfassen im Gespräch das Informationsinteresse des Bewerbers und stellen Informationen adressatengerecht dar</li> <li>• stellen während des Gesprächs Vertrauen her, zeigen Empathie und Wertschätzung</li> <li>• setzen verbale und nonverbale Ausdrucksmöglichkeiten gezielt im Gespräch ein</li> <li>• kommunizieren störungsfrei</li> <li>• transportieren Kernaussagen und Kernbotschaften in ihren Gesprächen</li> <li>• argumentieren nutzenorientiert</li> <li>• artikulieren Unternehmensinteressen angemessen</li> <li>• geben unter Anwendung von Feedbacktechniken Kritik, nehmen Kritik angemessen an</li> </ul>	<p>Weitere Arbeitsschritte (Aufnahme in die Bewerberkartei, Auswahlverfahren (z. B. Tests, Arbeitsproben, ...), Qualifizierungsmaßnahmen, .... (=&gt; mit Lernfeld 5 „Personal einstellen“ abstimmen).</p> <p><b>Kommunikative Kompetenzen</b> Interviews, Gesprächsleitfäden, Gesprächstechniken in Absprache mit Fachlehrer/-in in Deutsch/Kommunikation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• in Diskussionen auf andere eingehen und einen eigenen Standpunkt vertreten</li> </ul> <p><b>Interessen vertreten und verhandeln</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• für Produkte und Dienstleistungen werben</li> <li>• für Ideen, Anliegen werben</li> <li>• Handlungsperspektiven und Konsequenzen aufzeigen</li> </ul> <p><b>Sport:</b> Sich darstellen können und Kreativität entwickeln / In Alltag, Beruf und Arbeitswelt für sich und andere Verantwortung übernehmen</p> <p><b>Politik:</b> ggf. Tarifverträge</p>

<b>Handlungsphasen der Lerngruppe</b>		<b>Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen</b>
Analysieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemstellung erfassen</li> <li>• verschiedene Aspekte und Perspektiven (Bewerber/Unternehmen) einnehmen</li> <li>• Erfahrungen aus dem eigenen Unternehmen einbringen</li> <li>• Analyse:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Erwartungen / Informationsbedarf des Bewerbers einschätzen</li> <li>○ Zielsetzung und Anforderungen an die Bewerberberatung aus Sicht des Unternehmens diskutieren</li> <li>○ Möglichkeiten der Strukturierung der Bewerberberatung durch Gesprächsleitfäden (Vorlage, Checklisten) diskutieren</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Methoden zur Ideenfindung</li> </ul>
Planen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziele und Anforderungen der Bewerberberatung festlegen</li> <li>• Gesprächsinhalte konkretisieren Die Schülerinnen und Schüler sollen arbeitsteilig, mögliche Gesprächsinhalte aus Sicht des Bewerbers und des Unternehmens sammeln. Im Plenum werden die Ergebnisse visualisiert und nach Themenfeldern geordnet.</li> <li>• Konkretisierung des Arbeitsauftrags:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gesprächsleitfaden (Vorlage /Checkliste) und Beobachtungsbogen für die Bewertung des Rollenspiels entwickeln, Rollenspiele vorbereiten</li> </ul> </li> <li>• den Arbeitsprozess organisieren                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ fehlende Informationen bestimmen                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arten, Aufbau, Inhalt und Darstellungsmöglichkeiten von Gesprächsleitfäden, Gesprächstechniken / Interviewtechniken, ...</li> </ul> </li> <li>○ Absprachen zur Präsentation (Gesprächsleitfaden bzw. zu den Rollenspielen) treffen</li> <li>○ Arbeitsaufträge in der Gruppe festlegen</li> <li>○ Terminabsprachen, Zeitplanung vornehmen</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bewerbungsunterlagen</li> <li>– Visualisierungsmethoden / Strukturierungsmethoden</li> </ul>

Handlungsphasen der Lerngruppe		Mögliche Methoden, Medien, Sozialformen
Ausführen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alternativen diskutieren, Lösungsvarianten überlegen</li> <li>• Informationen auswerten</li> <li>• Material- und mediengestützt Gesprächsleitfäden entwickeln</li> <li>• Benötigte Informationsmaterialien auswählen</li> <li>• Beobachtungsbogen für das Rollenspiel entwickeln</li> <li>• Bewerberberatung simulieren (Rollenspiele)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informationen zu Gesprächsleitfäden, Gesprächstechniken, Interviewtechniken</li> <li>– ggf. Einsatz entsprechender Software für die Gestaltung des Gesprächsleitfadens, Beobachtungsbogen</li> </ul>
Bewerten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswertung anhand des Beobachtungsbogen durchführen                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Rollenspiele im Hinblick auf fachliche Aspekte, Gesprächsführung, ggf. Visualisierungstechniken sowie Rollenspielverhalten beurteilen</li> </ul> </li> <li>• Zielerreichung der Bewerberberatung einschätzen</li> <li>• Eingesetzten Gesprächsleitfäden vergleichen und bewerten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rollenspiele</li> <li>– Gesprächsleitfäden (Vorlage/Checkliste)</li> <li>– Feedbacktechniken</li> </ul>
Reflektieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserungsvorschläge für den Gesprächsleitfaden formulieren</li> <li>• Vor- und Nachteile von freien Gesprächen, standardisierten und halbstrukturierten einschätzen</li> <li>• Erforderliche Humankompetenzen für die Bewerberinformation bzw. -beratung reflektieren</li> <li>• ggf. Rollenspielmethode reflektieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Reflexionsmethoden</li> </ul>
Vertiefen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ggf. weitere Rollenspiele durchführen und bewerten</li> <li>• Liste mit weiteren Bearbeitungsschritten erstellen (Gesprächsdokumentation, Bewerberkartei, Qualifizierungsmaßnahmen, ...)</li> <li>• Ausblick auf Lernfeld 5 geben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Beobachtungsbogen</li> </ul>

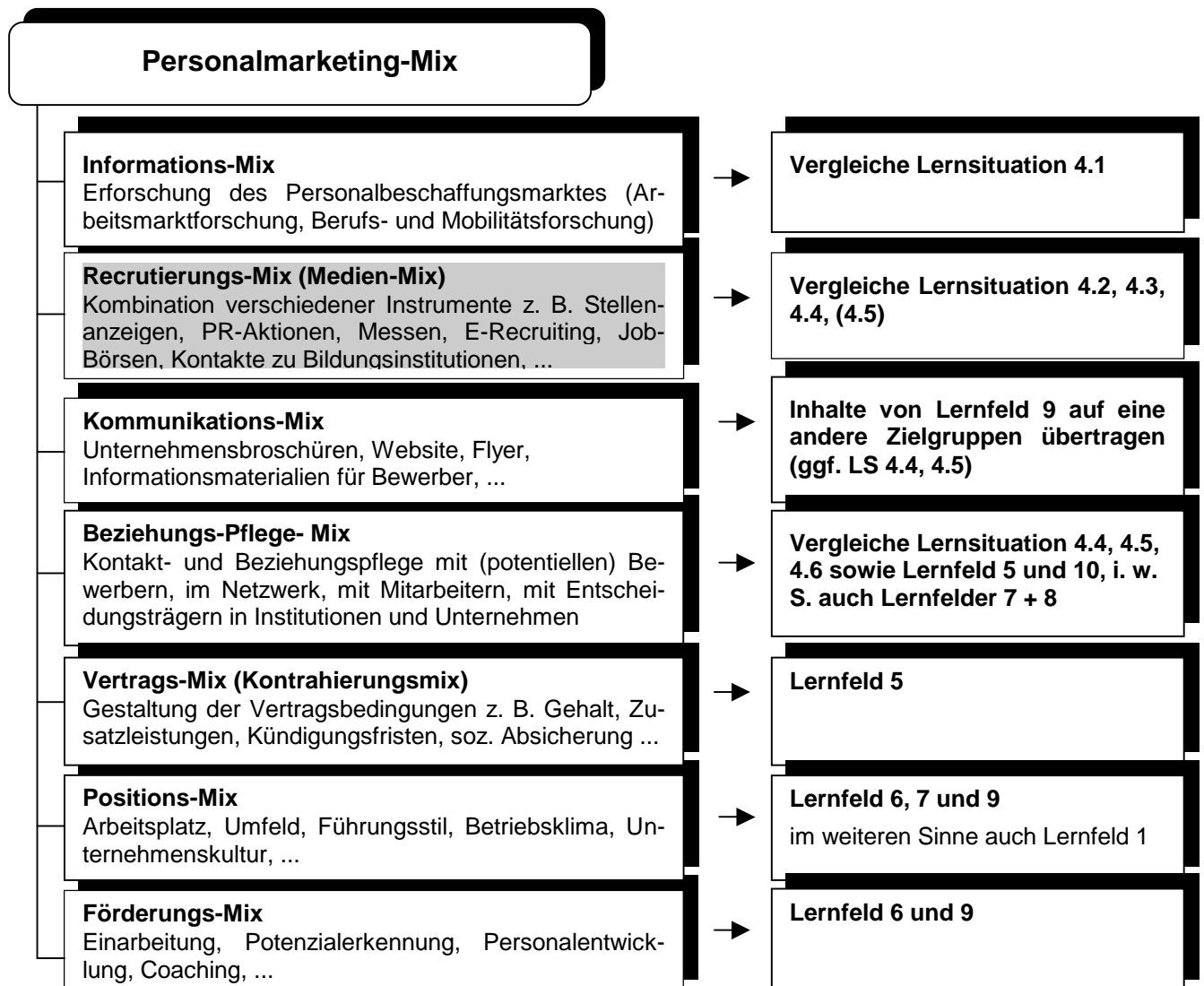
## Ausblick

Je nach vorhandener Unterrichtszeit könnte am Ende des Lernfeldes 4 „Personal gewinnen“ eine Lernsituation eingesetzt werden, die Bezug zum Einleitungssatz des Lernfelds nimmt: *„Die Schülerinnen und Schüler erstellen eine Konzeption für die Personalgewinnung und reflektieren dabei deren Umsetzbarkeit in ihrem jeweiligen Ausbildungsbetrieb.“* Das heißt, die einer solchen Lernsituation (4.7.) zugrunde liegende Handlungssituation muss komplex und lösungsoffen gestaltet sein, damit die während des Lernfeldes 4 angestrebte sukzessive Kompetenzentwicklung auf einem höheren „Niveau“ fortgesetzt werden kann.

Alternativ kann das Handlungsfeld „Personal gewinnen“ auch im Rahmen des Lernfelds 12 „Berufsbezogenes Projekt planen, durchführen und auswerten“ vertieft werden.

## Möglicher Projektvorschlag: Erstellung eines Konzepts für das Personalmarketing<sup>1</sup>

Skizzierung der Einbindung von Lernsituationen aus dem Lernfeld 4 bzw. von anderen Lernfeldern



<sup>1</sup> In Anlehnung an: Krause/Krause: Die Prüfung der Personalfachkaufleute, Kiehl Verlag, 6., aktualisierte und erweiterte Auflage, S. 319.

## Checkliste zur Beurteilung von Lernsituationen

Diese Checkliste stellt den Versuch dar, anhand von wesentlichen Konstruktions- und Organisationsmerkmalen von Lernsituationen, die Qualität dieser Lernarrangements zu beurteilen. Man kann diese Checkliste auch als Stärke-Schwäche-Profil von Lernsituationen einsetzen, um gezielt an den Schwächen von vorhandenen Lernsituationen zu arbeiten. Insofern begleitet diese Checkliste jede Lernsituation und dokumentiert den Entwicklungsprozess. Sie wurde von der Steuergruppe am Konrad-Klepping-Berufskolleg in Dortmund erstellt und ist für diesen Beitrag geringfügig modifiziert worden.

### Checkliste

Titel der Lernsituation (vgl. didaktische Feinstruktur):							
Zeitrichtwert (einschl. vorbereitender und nachbereitender Unterrichtsveranstaltungen)							
Zeitpunkt der Durchführung (Ausbildungsjahr / Quartal)							
Beteiligte Fächer aus der Stundentafel des Bildungsgangs							
Ansprechpartner für die Lernsituation							
Laufende Nummer dieser Checkliste (dient der Historie dieser Lernsituation)							
Checklisten-Ersteller: Datum / Name(n)							
Lfd.Nr.	Merkmal: <b>Die Lernsituation ...</b> (1 = trifft ohne Einschränkungen zu, 6 = trifft in keiner Weise zu)	1	2	3	4	5	6
<b>Berufs- und Praxisbezug</b>							
1	<b>bildet eine typische betriebliche Aufgabenstellung ab</b>						
2	<u>oder</u> : bildet eine typische private Lebenssituation ab						
3	<u>oder</u> : ist fachsystematisch angelegt, da brauchbarer Praxisbezug fehlt						
<b>Entwicklung umfassender Handlungskompetenz</b>							
4	Lernzuwachs Fachkompetenz						
5	Lernzuwachs Methodenkompetenz						
6	Lernzuwachs Lernkompetenz						
7	Lernzuwachs Sozialkompetenz						
8	Lernzuwachs Humankompetenz						
9	Lernzuwachs Kommunikative Kompetenzen						
<b>Handlungsorientierte Gestaltung des Lehr-Lern-Arrangements</b>							
7	umfasst alle Phasen des Handlungsschemas						
8	beschreibt ein konkretes Handlungsprodukt						
9	erfordert eine – zumindest phasenweise –Zusammenarbeit der Schülerinnen und Schüler in Gruppen / Teams						
10	ist – zumindest in Teilbereichen – ergebnisoffen; d.h. lässt begründet unterschiedliche Problemlösungen zu						
11	erfordert die eigenständige Informationsbeschaffung, -auswahl und -bewertung durch die Schüler						

12	erfordert den Einsatz von praxisnahen Informations- und Kommunikationstechnologien							
13	erfordert die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Interessenlagen (unternehmensintern und/oder –extern)							
14	wird mit betriebs- und lebensnahen Materialien gestaltet							
15	gibt Kriterien zur Messung der Kompetenzentwicklung an							
16	enthält unterschiedliche Formen der Leistungsnachweise (z.B. Klausur, Präsentation, Beobachtung)							
<b>Lernorganisation / Evaluation</b>								
17	enthält zeitlich und inhaltlich beschriebene „Meilensteine“, die der Steuerung und Kontrolle des Lernprozesses dienen							
18	enthält Materialien zur Unterstützung des Prozesses (z.B. Einführung von Methoden, Beobachtungsraster für verschiedene Kompetenzbereiche etc.)							
19	enthält eine beschriebene und verbindliche Form der Evaluation							
20	ist verbindlich in der Didaktischen Jahresplanung für alle Lerngruppen verankert							
21	enthält die Beschreibung der fachsystematischen Vor- und/oder Nachbereitung							
22	ist vollständig dokumentiert und allen Interessierten zugänglich							
23	gibt den notwendigen organisatorischen Rahmen an (Medien, technologische Ausstattung, Räume etc.)							
24	wird verbindlich durch Mitglieder des Bildungsgangs verwaltet und aktualisiert							