www.thaff-thueringen.de

ThAFF Thüringen
Thüringer Agentur Für Fachkräftegewinnung

Dokumentation

Vernetzungstreffen mit Thüringer Hochschulen
25.11.2025 | Erfurt

Inhalt

1 Generation Z 2

1.1 Wer ist die Generation Z 2
1.2 Herausforderungen für die Rekrutierung 2
1.3 Erfolgreiche Rekrutierungsstrategien für Gen Z 2

2 Zusammenarbeit – eine Diskussion 3

2.1 Bedürfnisse, Erfahrungen und Erwartungen 3
2.2 Recruiting- und Auswahlprozesse 4
2.3 Formate und Kooperationen 5
2.4 Kommunikation und Sichtbarkeit 7
2.5 Langfristige Partnerschaften (Praktika, Werkstudierendenjobs, Abschlussarbeiten) 7
2.6 Diversität, Inklusion und Gleichstellung 8
2.7 Worauf sollten Unternehmen achten? 9

4. Aktuelle Projekte an den Thüringer Hochschulen 10

5. Relevante Publikationen 10

6. Fotodokumentation 11

1 Generation Z

1.1 Wer ist die Generation Z

- **Kurze Beschreibung**
  - Digital Natives, aufgewachsen mit Smartphone und Internet
  - Werte: Sicherheit, Work-Life-Balance, Nachhaltigkeit, Diversität
  - Kommunikation: Schnell, direkt, oft visuell (z. B. Social Media)
- **Erwartungen an Arbeitgeber**
  - Flexibilität (z. B. Remote Work)
  - Sinnstiftende Arbeit
  - Persönliche Weiterentwicklung
  - Flache Hierarchien und gute Feedbackkultur

1.2 Herausforderungen für die Rekrutierung

- **Traditionelle Recruiting-Strategien funktionieren nicht mehr ausreichend**
  - Beispiel: Stellenanzeigen in Zeitungen oder lange Bewerbungsprozesse schrecken ab
- **Digitale Kanäle gewinnen an Bedeutung:**
  - Social Media (Instagram, TikTok, LinkedIn)
  - Karriereseiten müssen mobil optimiert und ansprechend sein
- **Employer Branding ist entscheidend:**
  - Authentizität statt Hochglanzbroschüren
  - Mitarbeiter als Markenbotschafter

1.3 Erfolgreiche Rekrutierungsstrategien für Gen Z

- **Authentische Kommunikation:**
  - Einblicke in den Alltag, Storytelling
- **Niedrigschwellige Bewerbungsmöglichkeiten:**
  - Bewerbung per WhatsApp [MigraNetz Thüringen e.V.]
- **Schnelligkeit & Transparenz:**
  - Schnelle Reaktionszeiten, klare Informationen
- **Werteorientiertes Employer Branding:**
  - Positionierung zu Themen wie Nachhaltigkeit, Diversität
- **Gamification & neue Formate:**
  - Online-Assessments, Bewerbung über Games, Events oder Challenges

2 Zusammenarbeit – eine Diskussion zwischen Thüringer Arbeitgebern und Thüringer Hochschulen sowie der ThAFF

2.1 Bedürfnisse, Erfahrungen und Erwartungen

- **Was erwarten Unternehmen von Career Services mit Unterstützung durch die ThAFF?**
  - **Transparente Informationen** über Studiengänge, Kompetenzprofile und Qualifikationsniveaus
  - **Professionelle Beratung der Studierenden** zu Arbeitsmarktsituation, Bewerbungsstandards und realistischen Einstiegsmöglichkeiten schon während des Studiums
  - **Sichtbarkeit von Unternehmensangeboten** über Jobportale, Messen, Newsletter, Veranstaltungen, schwarzes Brett und Social Media
  - **Strukturierte Kommunikation und kurze Wege**, z. B. klare Ansprechpersonen und abgestimmte Prozesse (möglichst wiederholbar)
  - **Frühzeitige Planungssicherheit** bei Terminen, Raumverfügbarkeiten und Veranstaltungsformaten
  - **Gezielte Vorauswahl und passgenaues Matching** zwischen Unternehmensprofilen und geeigneten Studierenden für Jobspeed-Datings, Exkursionen
  - **Feedbackschleifen**, um die Qualität des Matchings kontinuierlich zu verbessern

- **Welche Kompetenzen, Profile und Qualifikationen suchen Unternehmen aktuell bei Absolvent:innen?**
  - **Bodenständigkeit (**Fähigkeit zur kritischen Selbsteinschätzung, Bewusstsein über eigene Schwächen), **Lernbereitschaft**
  - **Team- und Kommunikationsfähigkeit, Selbstständigkeit, Verantwortungsbewusstsein** im Projekt- und Arbeitsalltag
  - **Sprachkenntnisse** (gute Deutschkenntnisse – geklärt im Gespräch, Zertifikate nicht entscheidend; für manche Tätigkeiten auch weitere Sprachkenntnisse von Vorteil)
  - **Praxisnahe Erfahrungen** durch Ferienjobs, Praktika, Werkstudierendentätigkeiten oder Projektarbeiten (beginnend möglichst früh im Studium)
  - **Fundierte fachliche Kenntnisse** gemäß Studienrichtung, inklusive aktueller technischer oder methodischer Skills
  - **Kenntnisse über die** Situation am Arbeitsmarkt

2.2 Recruiting- und Auswahlprozesse

- **Wie sehen typische Bewerbungs- und Auswahlprozesse aus, und wie können Career Services / ThAFF Studierende bestmöglich darauf vorbereiten?**

  Typische Bewerbungs- und Auswahlprozesse:
  - Einreichung von Lebenslauf, ggf. Anschreiben und relevanten Unterlagen
  - Erste Sichtung durch HR und/oder Fachabteilungen
  - Häufig Telefon- oder Videointerviews als Vorab-Auswahl
  - Fachliche Interviews oder Gespräche mit potenziellen Teamleitungen
  - Praktische Aufgaben, Case Studies oder kurze Assessments
  - Finales Gespräch und Vertragsangebot

  Wie Career Services und ThAFF Studierende darauf vorbereiten können:
  - Workshops zu Arbeitsmarktsituation, Bewerbungsunterlagen, Lebenslaufgestaltung und professioneller Selbstpräsentation
  - Interviewtraining inklusive typischer Fragen und Feedback
  - Vorbereitung auf Online-Assessments und Case-Based Tasks
  - Informationen zu branchenspezifischen Auswahlverfahren
  - Praxiseinblicke durch Unternehmensvorträge, Arbeitgeberforen

- **Welche Hürden oder wiederkehrende Probleme erleben Unternehmen bei Bewerbungen?**
  - Respektvoller Umgang auf Augenhöhe fehlt manchmal
  - Unvollständige oder unstrukturierte Bewerbungsunterlagen
  - Fehlende Passung zwischen Profil und ausgeschriebener Stelle
  - Unklare Motivation oder mangelnde Vorbereitung auf Interviews
  - Unrealistische Erwartungen durch wenig Kenntnis des Arbeitsmarktes und Unternehmenspraxis
  - Schwierigkeiten bei der Bewertung internationaler Studierender (Visa, Sprachkenntnisse)

- **Wie können Unternehmen flexibel auf Studierende im Bewerbungsprozess reagieren?**
  - Gegenseitiger Respekt, individuelle Betrachtung, Vorsicht mit Stereotypen wie GenZ
  - Offenheit und Information zum Unternehmen („So ticken wir als Unternehmen x.“)
  - Erwartungsabgleich insb. bezüglich fachlicher und persönlicher Erfahrungen, flexibler Arbeitszeitgestaltung, Entwicklungsmöglichkeiten
  - Regelmäßige Rückmeldung zum Stand des Bewerbungsprozesses

- Vor kurzem eingestellte Mitarbeitende und Fachbereichsleiter in Auswahlprozess einbinden (Verbundenheit schaffen)
- Für Sprachkenntnisse (Deutsch) stufenweises Vorgehen ggf. hilfreich, welches Perspektiven aufzeigt: Ferienjob, Praktikum (Bezahlung, da Studierende i.d.R. ihren Lebensunterhalt sicher müssen, Werkstudententätigkeit/Abschlussarbeiten, Festanstellung)

- **Welche Informationen benötigen Unternehmen vorab über Studierende, um passgenaue Angebote zu machen?**
  - **Studiengang, Fachsemester und Studienschwerpunkte** zur Einordnung des Qualifikationsniveaus (für Praktikum Immatrikulationsbescheinigung, bei Pflichtpraktikum Auszug aus der Studienordnung, Formulare der Hochschulen im Blick haben)
  - **Kompetenzen und fachliche Vorkenntnisse**, ggf. inklusive verwendeter Tools, Software oder Methoden
  - **Interessen und berufliche Zielrichtungen**, z. B. bevorzugte Tätigkeitsbereiche oder Branchen
  - **Verfügbarkeit und zeitliche Rahmenbedingungen** (Praktikumsdauer, mögliche Arbeitszeiten, Starttermine, Ende des Studiums – Übergang Studium-Fachkrafttätigkeit beachten)
  - **Bisherige Praxiserfahrungen**, etwa Praktika, Werkstudierendenstellen oder Projektarbeiten
  - **Motivationsfaktoren**, z. B. Wunsch nach Entwicklungsmöglichkeiten, Praxisbezug oder bestimmten Arbeitsfeldern
  - **Sprach- und Soft Skills**, die für bestimmte Rollen relevant sein können

2.3 Formate und Kooperationen

- **Welche Formate der Zusammenarbeit (z. B. Jobmessen, Workshops, Unternehmensbesuche, Projekte, Mentoring) sind am effektivsten?**
  - **Vorträge (z.B. Ringvorlesung), Workshops, Praxistrainings**: Direkter fachlicher Austausch, authentische Einblicke und intensiver Kontakt zu interessierten Studierenden (sowohl Fachpersonal als auch HR-Personal)
  - **Unternehmensbesuche und Exkursionen**: Realistische Einblicke in Arbeitsumgebungen, starke Bindungswirkung (der Transport kann von den Hochschulen organisiert werden)
  - **Praxisprojekte und Fallstudien**: Gemeinsame Problemlösung, hohe Relevanz für Studium und Arbeitgeber, guter Talent-Check z. B. Bauhaus-Universität Weimar: GATE

- **Mentoring-Programme**: Individuelle Förderung, langfristige Bindung und Entwicklung von Nachwuchskräften
- **Gastvorträge**: Gute Möglichkeit für Unternehmen, Fachkompetenz und Unternehmenskultur zu vermitteln, aber auch von persönlichem Werdegang zu berichten

- **Welche neuen oder innovativen Veranstaltungsformate würden Unternehmen interessieren?**
  - **Themenorientierte Mikro-Workshops** (kurze Sessions zu aktuellen Fachtrends, z. B. KI, Nachhaltigkeit, Digitalisierung)
  - **Matchmaking-Events** mit vorherigem Profilabgleich zwischen Studierenden und Unternehmen
  - **Projekt- und Hackathon-Formate**, bei denen Studierende reale Unternehmensprobleme bearbeiten
  - **Reverse Career Fairs**, bei denen Studierende ihre Projekte und Kompetenzen präsentieren und Unternehmen aktiv auf sie zugehen
  - **Hybrid- oder virtuelle Recruiting-Events** mit interaktiven Elementen wie Breakout-Sessions oder Live-Demos
  - **„Open Company Labs“** – offene Innovationsformate, bei denen Unternehmen Einblicke in F&E oder interne Prozesse geben
  - **Shadowing- oder „One-Day-in-the-Job“-Formate**, um Tätigkeiten authentisch erlebbar zu machen

- **Wie kann die Teilnahme von Unternehmen an Veranstaltungen attraktiver gestaltet werden?**
  - **Klare Zielgruppen und Mehrwert**: konkrete Fachrichtungen, definierte Qualifikationslevel, realistische Chancen auf passende Talente
  - **Frühzeitige und verlässliche Planung** entsprechend der Semesterstruktur
  - **Flexible Formate** (online/offline/hybrid) zur Reduktion von Aufwand und Reisezeiten
  - **Sichtbarkeit und Branding-Möglichkeiten**: Präsentationsflächen, Kommunikationspakete, Social-Media-Features
  - **Kurze, kompakte Zeitfenster** statt ganztägiger Verpflichtungen
  - **Unternehmens- und hochschulübergreifende Feedback- und Nachvernetzungsoptionen** (z. B. digitale Teilnehmendenlisten, Kontaktvermittlung über Career Services / ThAFF)

- **Einbindung von Best-Practice-Beispielen** oder Erfolgsgeschichten früherer Kooperationen
- **Professionelle Moderation und klare Ablaufstruktur**, um die Teilnahme effizient und angenehm zu gestalten

2.4 Kommunikation und Sichtbarkeit

- **Wie erreichen Unternehmen Studierende am besten – welche Kanäle, welche Botschaften?**
  - Präsenz auf Hochschulveranstaltungen wie **Karrieremessen, Firmenkontaktbörsen und Praxistagen (Stellenmarkt, ThAFF-Stellenbörse)**
  - Direkte Zusammenarbeit mit **Career Services, tw. Fachbereichen und studentischen Initiativen** (z.B. Check, ob Jobangebote per Mail weitergegeben werden können)
  - Nutzung digitaler Kanäle: **Hochschul-Jobportale, soziale Medien** (v. a. LinkedIn, Instagram), Unternehmenswebsite
  - **Authentische Einblicke** über Praxisvorträge, Workshops, Exkursionen und Projektkooperationen
  - Botschaften mit Fokus auf Entwicklungsmöglichkeiten, Impact der Tätigkeit und Work-Life-Balance
  - **Persönliche Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden oder Alumni als glaubwürdige Testimonials**
  - Klare, verständliche Informationen zu **Einstiegsvoraussetzungen, Bewerbungsprozessen**

2.5 Langfristige Partnerschaften (Praktika, Werkstudierendenjobs, Abschlussarbeiten)

- **Welche Rollen spielen Praktika und Werkstudierendenstellen im Talentaufbau der Unternehmen?**
  - Frühzeitige Identifikation und Gewinnung potenzieller Nachwuchskräfte
  - Möglichkeit, Studierende praxisnah an Unternehmensprozesse heranzuführen
  - Aufbau langfristiger Bindung durch frühzeitigen Kontakt und positive Arbeitserfahrungen
  - Entwicklung berufsrelevanter Kompetenzen durch reale Projektarbeit
  - Reduzierung späterer Einarbeitungszeiten durch bereits vertraute Abläufe und Unternehmenskultur

- **Welche Erwartungen bestehen an die fachliche und persönliche Vorbereitung der Studierenden?**

- Grundlegende fachliche Kenntnisse und methodisches Basiswissen
- Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen und sich aktiv einzubringen
- Zuverlässigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Teamorientierung
- Offenheit für Feedback sowie Lern- und Entwicklungsbereitschaft
- Erste Kenntnisse in gängigen Tools und Technologien des jeweiligen Fachbereichs

- **Welche Herausforderungen gibt es bei der Betreuung von Abschlussarbeiten in Kooperation mit Unternehmen?**
  - Abstimmung zwischen wissenschaftlichen Anforderungen und unternehmerischen Erwartungen
  - Sicherstellung von Datenschutz und Vertraulichkeit sensibler Unternehmensdaten
  - Zeitliche Koordination zwischen Betreuenden, Unternehmen und Studierenden
  - Unterschiedliche Prioritäten: akademische Tiefe vs. operative Praxisrelevanz
  - Verfügbarkeit von Betreuungskapazitäten im Unternehmen und an der Hochschule

- **Welche langfristigen Kooperationsformen sind denkbar?**
  - Regelmäßige Exkursionen von Studierenden zu Unternehmen
  - Unternehmenspräsentationen und Fachvorträge durch Mitarbeitende an Hochschulen
  - Einbindung von Unternehmensmitarbeitenden in Lehrveranstaltungen zur Förderung des Forschungstransfers
  - Beteiligung an Förderprogrammen wie dem Deutschlandstipendium
  - Aufbau und Betreuung gemeinsamer Talentprogramme
  - WORT-Projekt an den Standorten Schmalkalden und Nordhausen („Weltoffene Region Thüringen“): Wandel hin zu mehr Offenheit und Zusammenarbeit muss nicht nur in Unternehmen und Hochschulen, sondern auch in der Region selbst stattfinden - „Säule“ der Freizeit sollte nicht unterschätzt werden

2.6 Diversität, Inklusion und Gleichstellung

- **Wie können Unternehmen und Hochschulen / ThAFF gemeinsam diversere Bewerbergruppen erreichen?**
  - Gezielte Ansprache unterrepräsentierter Gruppen über Fachschaften, Netzwerke, Initiativen, Alumni, Migrantische Organisationen z. B. MigraNetz Thüringen e.V.
  - Vorstellung von **Erfolgsgeschichten diverser Absolvent:innen**
  - Mentoring- und Förderprogramme speziell für diversere Talente

- **Barrierefreie Informations- und Recruitingformate** (online/offline) (interculture.de und ThAFF bieten entsprechende Beratung an)
- **Frühzeitige Einbindung** in Projekte und Praxisformate, um Zugang und Bindung zu erhöhen
- **Veranstaltungen und Workshops mit Diversity-Fokus** (z. B. Women in STEM, internationale Studierende)
- Transparente Kommunikation zu Chancengleichheit, Inklusion und Unternehmenskultur

- **Welche Maßnahmen unterstützen barrierearmen Berufseinstieg allen Studierenden?**
  - Förderung der **berufsspezifischen Deutschkenntnissen / Deutschlernen am Arbeitsplatz**
  - Zielgerichtete Förderung von unterrepräsentierten Gruppen z. B. Frauen in MINT-Fächern oder internationale Studierende
  - Unterstützung bei Einstieg und Orientierung: **Stufen-Perspektive**: Praktikum -> Werkstudium -> Abschlussarbeit -> Anstellung
  - Förderung interkultureller Kompetenzen und Sensibilisierung für Diversity-Themen
  - Flexible Arbeitszeiten und Teilzeitoptionen für Studierende mit unterschiedlichen Lebensumständen
  - Barrierearme Zugänge zu Veranstaltungen, Arbeitsplätzen und digitalen Angeboten
  - Regelmäßige Feedbackgespräche
  - Netzwerk- und Austauschmöglichkeiten zwischen Studierenden unterschiedlicher Hintergründe

2.7 Worauf sollten Unternehmen achten?

- Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Unternehmen ist eine mehrjährige Investition in die Nachwuchsgewinnung
- Hochschulen planen in Semesterzyklen – langfristige Abstimmung ist notwendig
- Kontinuierliche Vernetzung zwischen Unternehmen und den Career Services, der ThAFF und weiteren relevanten Partnern reduziert individuelle Aufwände der Unternehmen
- Erwartungsabgleich und Struktur für Einbindung von Studierenden im Unternehmen forcieren
- Vorbereitung der Belegschaft
- Mitgestaltung konstruktiver Narrative (Medien) über die Bedeutung (internationaler) Studierender für die regionale Wirtschaft (faktenorientiert, vorurteilsfrei).

3. Aktuelle Projekte an den Thüringer Hochschulen

- Das Projekt SUAS PREMIER - Professional Academy to Retain Excellent MINT Graduates Through Individual Educational Resources | Hochschule Schmalkalden

- FIT - International Engineers for Thuringia | Technische Universität Ilmenau

- FIT - Projekt der Friedrich Schiller University Jena und Ernst-Abbe-Hochschule Jena zur Integration internationaler Studierender in Studium und Arbeitsmarkt

- Bauhaus Career Navigator - Local Networks for Global Talents | Bauhaus-Universität Weimar

- Projekt WORT für Gewinnung, Bindung und Integration internationaler Fachkräfte in Südthüringen der Hochschule Schmalkalden und interculture.de e.V. (Neues Projekt in Nordhausen ist im Aufbau)

- ProTELC (Pro Thuringian Engineering Life Cycle) – das Verbundprojekt von sieben Thüringer Hochschulen zur Unterstützung von Studierenden der Ingenieurwissenschaften | Allianz Thüringer Ingenieurwissenschaften

- Projekt HSN – nachhaltig, regional, international der Hochschule Nordhausen University of Applied Sciences zur Internationalisierung und Entwicklung praxisorientierter Angebote für ausländische Studierende

- Fremde werden Freunde

4. Relevante Publikationen

- 2025: Meinungsbild von Studierenden der Hochschule Schmalkalden zum möglichen Verbleib in der Region Südthüringen - Ergebnisse, Faktoren und Empfehlungen: eine empirische Studie, Peter, Marita

- 2025: Die Bedeutung der Hochschulen für einen erfolgreichen Transformationsprozess der Wirtschaft Eine Einordnung, Axel Plünnecke / Michael Hüther, Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V

5. Fotodokumentation

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Thüringer Agentur Für Fachkräftegewinnung (ThAFF)
Telefon: 0361 5603-433
E-Mail: joanna.pawlaczek@leg-thueringen.de

www.thaff-thueringen.de

Herausgeber:

Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH
Thüringer Agentur Für Fachkräftegewinnung (ThAFF)
Telefon: 0361 5603-520
E-Mail: thaff@leg-thueringen.de

Postanschrift:
Mainzerhofstraße 12, 99084 Erfurt
Besucheradresse:
Peterstraße 5, 99084 Erfurt

Bildnachweis: LEG Thüringen, © oconner/fotolia.com (Titel)

Gefördert durch den Freistaat Thüringen.