

# 6. ERFAHRUNGSAUSTAUSCH DUALES STUDIUM 2025

## ERFOLGREICHER DIALOG ZWISCHEN HOCHSCHULE UND UNTERNEHMEN

---

Am 6. Mai 2025 fand an der Technischen Hochschule Brandenburg der 6. Erfahrungsaustausch zum dualen Studium statt. Rund 35 Unternehmensvertreter:innen, Studienkoordinator:innen und Fachbereichsvertreter:innen kamen im Rittersaal zusammen, um sich über aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen in der Zusammenarbeit auszutauschen.

Nach der Begrüßung durch die Vizepräsidentin der THB boten drei Impulsvorträge spannende Einblicke – von der Rolle der Personalverantwortlichen über Studienorientierung, einem Erfahrungsbericht aus Sicht einer dual Studierenden bis hin zu Maßnahmen der Studierendengewinnung durch die THB. Im anschließenden World Café diskutierten die Teilnehmenden praxisnah zu Themen wie Rekrutierung, Integration dual Studierender und der erfolgreichen Verzahnung von Theorie und Praxis.

Der Austausch unterstrich erneut die Relevanz des dualen Studiums und die Bedeutung einer engen Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Unternehmen.



---

## World Café

### THEMA 1: EFFIZIENTE REKRUTIERUNG DUALER STUDIERENDER

Im Rahmen des World Cafés wurden vielfältige Ansätze, Erfahrungen und Herausforderungen im Kontext der Gewinnung dual Studierender diskutiert. Die wichtigsten Ergebnisse lassen sich in drei Themenbereiche untergliedern:

#### 1. Gewinnung von dual Studierenden

- **Offizielle Stellenausschreibungen** bleiben ein zentrales Mittel, insbesondere wenn diese bereits im Herbst des Vorjahres veröffentlicht werden – dies entspricht dem typischen Bewerbungszeitpunkt vieler Studieninteressierter.
  - **Unternehmenslisten der Hochschule** stellen eine wichtige Informationsquelle für Bewerbende dar und sollten gepflegt und aktuell gehalten werden.
  - Schulbesuche in Form von Speeddating-Formaten oder kleinen Messen direkt an Schulen bieten einen direkten Zugang zu potenziellen Bewerber:innen.
  - **Digitale Plattformen** wie Azubi-Portale, die Agentur für Arbeit, LinkedIn, Indeed und XING werden aktiv genutzt und als wirksam beschrieben.
  - **Social Media**, insbesondere **Instagram**, wird zunehmend als Kanal zur Zielgruppenansprache eingesetzt.
-

- Auch die **regionale Präsenz** des Unternehmens – z.~B. durch lokale Events – sowie **Mundpropaganda unter Studierenden** (z.~B. durch Kommilitonen oder Studiengangswechsler) spielen eine wichtige Rolle bei der Sichtbarkeit und Attraktivität des Unternehmens.

## 2. Bewerbungsprozess

- Ein **schneller und klar strukturierter Bewerbungsprozess** wird als entscheidend für den Erfolg beschrieben – lange Wartezeiten führen häufig zu Absprüngen.
- Der **regionale Bezug** ist vielen Bewerber:innen wichtig, was bei der Ansprache berücksichtigt werden sollte.
- Bei der Auswahl geeigneter Bewerbungsverfahren werden **Online-Tests, persönliche Gespräche** sowie ein gewisser **Fokus auf schulische Leistungen** genannt – wobei Letzteres nicht das einzige Kriterium sein sollte.

## 3. Herausforderungen und Bindung vor Studienbeginn

- Ein zentrales Thema ist die **lange Zeitspanne zwischen Bewerbung/Zusage und tatsächlichem Studienstart**. Hier gilt es, die jungen Talente an das Unternehmen zu binden und die Verbindung aufrechtzuerhalten.

### Empfohlene Maßnahmen zur Bindung:

- Versand eines **Willkommenspakets**
- **Regelmäßiger E-Mail-Kontakt** oder persönlicher Ansprechpartner
- Möglichkeit eines **Vorpraktikums** im Unternehmen
- **Einladung zu Veranstaltungen** wie dem Tag der offenen Tür an der Hochschule, organisiert durch das Unternehmen

Diese Ergebnisse bieten eine praxisnahe Orientierung für Unternehmen, die dual Studierende gewinnen und langfristig binden möchten.

## THEMA 2: ERFOLGREICHER EINSTIEG DUALER STUDIERENDER: INTEGRATION INS UNTERNEHMEN UND STUDIUM

### Frühzeitige Bindung aufbauen durch z.B.

- **Vorpraktikum** bereits vor dem Beginn des Studium
- Arbeiten auf Minijob-Basis nach erfolgreicher Bewerbungsphase
- **Ansprechperson** für aufkommende Fragen frühzeitig bekannt geben
- Kontakt zu älteren Jahrgängen ermöglichen
- **Perspektiven von Beginn an aufzeigen:** bspw. Mögliches Master-Studium im Anschluss
- ! eine Verschlechterung der Bindung von Studierenden und Unternehmen wurde durch Arbeit im Home-Office festgestellt



### Onboarding

- Einführungswoche(n) im Unternehmen:
  - Kennenlernen der Strukturen und Kolleg:innen
  - Teamrallye
  - Erstes eigenständiges Projekt auf der grünen Wiese (Kennenlernen der Systeme im Unternehmen und Mitarbeiter:innen)
- Einstieg ins Studium:
  - Einführungswoche vor dem Vorlesungsstart im September
  - Immatrikulationsfeier
  - Kennenlernen der verschiedenen Ansprechpartner und Strukturen an der THB (auch im dualen Studium)

- 
- Erkunden des Campus und Fachbereiche
  - Fachbereich Informatik: MatheCheck und InfoCheck zum feststellen eigener Defizite
  - Mathematik Propädeutikum zum aufarbeiten der Defizite
  - Fachbereich Technik: Kennenlernfahrt zum „Haus am See“, Mathe-Brückenkurs (vor Beginn des Studiums)

#### **Netzwerk aufbauen:**

- wenn möglich: 2 oder mehr dual Studierende pro Jahrgang
- Netzwerkung schaffen und selbstständiges Knüpfen von Kontakten fördern
- Studierende und Auszubildende zusammenbringen
- ältere Jahrgänge mit einbinden:
  - Patenschaften
  - Organisation von Events z.B. beim Onboarding

#### **Regelmäßiger Austausch mit allen Semestern z.B.**

- wöchentliche Telefonkonferenz um über Geschehnisse auch im Unternehmen zu berichten
- regelmäßiges gemeinsames Mittagessen in der Mensa
- jährliche Teamevents
- Einladen der Studierenden zu Firmen-Events

Alle erarbeiteten Punkte bieten eine Vielfalt von Möglichkeiten, die Studierenden den Einstieg in das Unternehmen und Studium erleichtern kann.

### **THEMA 3: THEORIE-PRAXIS-VERZÄHNUNG. KOMMUNIKATION UND ZUSAMMENARBEIT MIT UNTERNEHMEN**

- Erwartungshorizont (für Inhalte der Transfermodule)
- Kommunikationsplattform/-format (zur Absprache zwischen Lehrendem, Unternehmen und Studierenden)
- Themenpräzisierung mit Hilfe der Lehrenden
- Langfristige Planung des Theorie-Praxis-Transfers (z.B. durch Praxisempfehlungen und Modulhandbuch inklusive eines Zeithorizontes)

---

#### **Kontakt zum Studierendenmarketing**

**Thomas Schoßau**

@ marketing@th-brandenburg.de  
☎ +49 3381 355 795

#### **Kontakt Duales Studium**

**Dana Voigt**

@ dual@th-brandenburg.de  
☎ +49 3381 355 794

