

Ergebnisse aus den Workshops der Veranstaltung “Gekommen, um zu bleiben! Studierende als Fachkräftepotential in der Region Trier/Luxemburg” am 11.3.21

Über ein Online-Tool konnten die Teilnehmenden Vorschläge einreichen, über die im Anschluss abgestimmt wurde. Falls nicht anders angegeben, haben die jeweilige Idee keine weiteren Stimmen erhalten.

Workshop a) „Leben in Trier für junge Akademiker“

1. Wohnsituation junger Akademiker

- Mehr günstigen Wohnraum schaffen: 5 Stimmen
- 2022 gibt es neues Wohnheim Martinskloster: 3 Stimmen
- Studentenwohnheime modernisieren: 2 Stimmen
- Konversion bietet hier immer noch Chancen...: 2 Stimmen
- Kooperation mit EGP als Entwickler: 1 Stimme
- Attraktiven, modernen Wohnraum im Zentrum zur Belebung der Innenstadt schaffen, insbesondere auch Mikrowohnen für Studierende und Berufsanfänger: 1 Stimme
- Lokrichthalle in Trier West v.a. Als Wohnquartier planen: 1 Stimme
- Campus-Konzepte prüfen mit Wohn-, Kultur-, Sportangeboten: 1 Stimme
- Bessere Vernetzung der Region durch ÖPNV: 1 Stimme
- Mehr Studentenwohnheime

2. Infrastruktur in Trier

- Fahrrad-Highways in die Region: 3 Stimmen
- Fernverkehrsanbindung mit der Bahn: 3 Stimmen
- E-Scooter: 3 Stimmen
- Westtrasse Richtung Lux: 3 Stimmen
- Fahrradwege ausbauen, insbesondere Höhenstadtteile mit Beleuchtung: 2 Stimmen
- Der Nahverkehr endet in der frühen Nacht. Gegen 2 Uhr: 2 Stimmen
- Busnetz in den weniger gut angebundenen Stadtteilen erweitern: 2 Stimmen
- Schnell Radwege zu multimodalen Hubs ausbauen: 2 Stimmen
- E-Bike Stationen in Trier! Höhenstadtteile sonst nicht erreichbar mit Fahrrad: 2 Stimmen
- Gondelbahn auf die Höhenstadtteile auch aus Touristischer Sicht spannend: 2 Stimmen
- Schnellverkehrsverbindung in die Großregion
- Umweltspuren zur Beschleunigung des ÖPNV

3. Angebot zur Freizeitgestaltung

- Aktivitäten der Hochschulen in die (Innen-)Stadt verlegen: 1 Stimme
- Bestehende Angebote besser bewerben: 1 Stimme
- Für große Konzerte fährt man meistens in eine größere Stadt.
- Kooperationsmodelle entwickeln zwischen Spitzensport Basketball und Anderen
- Großregion vernetzten —Aktionswochen
- Man muss es auch nutzen, hier muss die Kommunikation verbessert werden. Region im Blick haben.
- Das Moselufer ausbauen und nutzbar machen, z.B. mit Grillstationen und Aufenthaltsmöglichkeiten
- Spezielle Erlebnistouren für Studierende
- Kulturbus nach Luxemburg
- Exkursionen/Austausch von Unis fördern
- Mehr Angebote für Familien insb. für Kinder
- Bessere Bewerbung des vorhandenen reicht nicht aus. Kulturelles Angebot zielt nicht so sehr auf die junge Generation.

Workshop b) „Arbeiten in der Region Trier/Luxemburg für junge Akademiker“

1. Mit welchen Formaten können die Studierenden besser über die Karrieremöglichkeiten in der Region Trier/Luxemburg informiert werden?

- Social Media Channels/ bessere Integration in Hochschulen (Career Service hat gute Beratung, fühlt sich aber etwas abgetrennt an): 5 Stimmen
- Auftritte in den sozialen Medien mit echten Absolventen (LinkedIn, XING, YouTube): 5 Stimmen
- Digitale Formate stärken und lokale Unternehmen bei digitalen Auftritten unterstützen: 4 Stimmen.
- Sociale Netzwerke: Instagram (2 Nennungen), Tiktok und Podcasts
- Eine zentrale Plattform mit interaktiven Modulen und direktem Kontakt zu den Unternehmen
- Wenn nicht schon vorhanden: eigenes Jobportal für Region Trier/ Lux für Akademiker
- Netzwerkveranstaltungen (auch digital)
- Events in den Unis und Hochschulen selbst
- Bessere Kontakte mit Unternehmen: Formate zur Präsentation von Unternehmen an den Hochschulen, Unternehmens-Videos, Vorstellungen von Unternehmen im Rahmen der Vorlesungen (digital / Präsenz)
- Digitale Realitäten anerkennen und das Rad nicht neu erfinden wollen
- Kontaktstellen und Messen auch über den Career-service hinaus

2. Wie können die Kontakte zu den Arbeitgebern erleichtert werden?

- Verbindung von Vorlesungsinhalten mit Praxisbeispielen von Unternehmen: 4 Stimmen
- Roadshows andersherum, mal 5 Unternehmen an 1 Tag mit dem Bus besuchen: 3 Stimmen
- Evtl. ein Spotlight pro Tag auf einem Kanal (kurzes Video über Job und Image), Ansprechpartner und Hilfestellung für Unternehmen: 3 Stimmen
- Digitale „Sprechstunden“ - Stichwort Clubhouse: 3 Stimmen
- Klassische Wege wie Praktika und Trainee-Programme
- Kooperationen von Arbeitgebern mit Hochschulen stärken
- Konkrete Ansprechpartner im Unternehmen, um Informationen zu erlangen
- Auf Fachbereiche/ Studiengänge ausgerichtete Veranstaltungen bzw. Messeformate
- gezielt kleine und mittelständische Unternehmen unterstützen und besser präsentieren
- Regelmäßige Alumni Vorträge
- Die Region Trier ist eher KMU-geprägt. Diese müssen mit ins Boot genommen werden.

3. Wie können die vorhandenen Stärken des Luxemburger Arbeitsmarktes besser kommuniziert werden?

- Kostenlosen ÖPNV promoten: 1 Stimme
- Vorbehalte in Bezug auf Sprache und Anerkennung von Abschlüssen abbauen bzw. wenn doch vorhanden transparent machen und Möglichkeiten zur Realisierung aufzeigen: 1 Stimme
- Luxemburg ist mehr als der Finanzsektor. Weitführende Infos finden sich auf www.Workinluxembourg.lu und <https://clustercatalogue.luxinnovation.lu/>
- Besondere Nachfrage nach IT, Technik, sowie in den von Luxemburg verstärkt geförderten Clustern (Space, ...), viele Mittelständler auf Nachfolgersuche.
- Home Office steigert die Attraktivität Luxemburgs (und dies hat kaum negative Effekte auf den Trierer Arbeitsmarkt)
- Praktika und Jobs (auch in Luxemburg) während des Studiums als Einstieg.
- Luxemburg - Region Trier gute Kombination aus hohen Löhnen und Möglichkeit des (großen) Eigenheims
- Auch anderswo gibt es lange Pendelzeiten (eher auf die Vorteile und Möglichkeiten hinweisen)

4. Wie können die Arbeitgeber in der Region Trier ihre Attraktivität besser herausstellen?

- Storytelling, Mitarbeiter berichten warum sie in der Region leben und arbeiten.
Authentische Berichte über Social Media verbreiten: 3 Stimmen (Dies passt auch zur 1. Frage)
- Internationalität ausbauen, Kooperationen mit Luxemburg ausbauen
- Work-Life-balance als Faktor (Zielgruppe vor allem junge Familien und Mütter)
- Eigeninitiative der Unternehmen wichtig; mögliches Angebot: Sensibilisierung und Unterstützung von KMUs für Eigeninitiative und Handeln