

Internationale Potenziale nutzen

Bei einem Besuch in der R+V Versicherung lernen Studenten mit Migrationshintergrund die deutsche Firmenkultur kennen

Von Hendrik Jung

WIESBADEN. Es ist eine Tour de Force durch die Geschichte des R + V-Konzerns, die Pressesprecher Karsten Eichner mit einem Dutzend Studierenden unternimmt. Von der Konzernstruktur über das Ziel der R + V, bis 2050 beim gesamten Kapitalanlagenportfolio Klimaneutralität zu erreichen bis zum Angebot als Universalversicherer. Ausführlich beantworten die drei Gesprächspartner auch die zahlreichen Fragen der Teilnehmer des Verbundprojekts Corporate Culture von Unternehmen. Ob es Rabatte gebe, wenn ein Kunde Versicherungen in mehreren Bereichen abschließen möchte, ein Student der Hochschule Rhein-Main (HSRM) wissen. „Ja, Treue wird belohnt“, erläutert Eichner. Besonders interessiert sind die Teilnehmer an der Unternehmenskommunikation, die ihnen Daniel Schnettler vorstellt.

Verwunderung über Nutzung von Sozialen Medien

Dieser erläutert unter anderem, dass man die Aktivitäten auf dem Kurznachrichtendienst X, ehemals Twitter, einstellen werde. Zum einen, weil es ein sterbendes Medium sei, zum anderen aus moralischen Gründen. Warum man den Dienst dann nicht sofort verlasse, möchte ein anderer Student wissen und er-



Die Studierenden um Professor Alexander Moutchnik (rechts) besuchen beim vierten Termin der Veranstaltungsreihe den R+V-Standort in Wiesbaden.

Foto: Hendrik Jung

fährt, dass der Auftritt im Netzwerk Threads erst noch aufgebaut werden müsse. Große Verwunderung zeigen die Studierenden darüber, dass die Unternehmenskommunikation bei der Nutzung sozialer Netzwerke aus internen Gründen eingeschränkt sei. Denn Linked In werde von der

Personalabteilung genutzt und Instagram durch das Marketing.

Den Studierenden solche Einsichten zu vermitteln ist das Ziel der Veranstaltung, die von HSRM-Professor Alexander Moutchnik ins Leben gerufen worden ist. Sie ist Teil des auf fünf Jahre angelegten

Programms mit dem Titel „Internationale Potenziale nutzen – Übergänge vom Studium in den Beruf gestalten“. Ein Verbundprojekt, an dem sich neben der HSRM auch je zwei Hochschulen aus Frankfurt und Darmstadt beteiligen. „Es geht darum, die Karrierechancen von Studenten mit

Migrationshintergrund zu verbessern“, erläutert Moutchnik. Auch er selbst profitiere von den Besuchen bei Unternehmen verschiedener Branchen im Rhein-Main-Gebiet. Denn es sei spannend, aus erster Hand von den Veränderungen zu erfahren, die in Unternehmen der Region

stattfinden, in einer nachpan-demischen Zeit, in der das Thema künstliche Intelligenz immer größere Bedeutung gewinnt.

Die insgesamt knapp 20 an der Veranstaltungsreihe teilnehmenden Studenten gewinnen ganz unterschiedliche Einsichten. „Ich habe gelernt, dass Unternehmen verschiedene Kulturen haben“, berichtet Farsad Arianfar, der als Sohn afghanischer Eltern in Frankfurt geboren wurde. Gerade für internationale Studierende sei es nicht selbstverständlich, die Gelegenheit zu erhalten, hinter die Kulissen zu schauen. „Nicht nur das Gehalt ist entscheidend. Es sind oft die kleinen Dinge, die ein Unternehmen attraktiv machen“, findet Daryna Blyshchuk, die vor vier Jahren aus der Ukraine nach Deutschland gekommen ist. Sei es, dass Diversität bei den Toiletten berücksichtigt werde oder dass frisch gekochtes Essen angeboten werde. „Was mich besonders überrascht hat, ist das internationale Austauschprogramm für Kinder von Mitarbeitern von Schott“, berichtet Surya Fiedler, deren Vater aus den Vereinigten Staaten von Amerika stammt. Wertvoll sei aber auch der Austausch untereinander. So würden Studierende aus den Bereichen Pharmazie oder Maschinenbau ganz andere Fragen stellen, als etwa die des HSRM-Studiengangs Media Management.