



## **Marketing Nachwuchs: Henkel und MTP gehen neue Wege bei der Talentgewinnung**

01.09.2022

Der allgemeine Fachkräftemangel macht sich auch im akademischen Bereich zunehmend bemerkbar. Deshalb kooperieren der Konsumgüterhersteller Henkel und der Studierendenverein MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. jetzt noch enger beim Thema Talentgewinnung.

Ein erstes Ergebnis war die gemeinsame Veranstaltung „Summer Connect“, bei der Henkel als Impulsgeber intensiv in die Konzeption und Entwicklung des neuen Formates involviert war. Das Event fand am letzten Wochenende in Düsseldorf erstmalig statt. Dabei ging es um einen neuen Weg des Austauschs und Kennenlernens von Studierenden und jungen Trainees einerseits sowie Unternehmen als potenzielle Arbeitgeber auf der anderen Seite.

Wichtig war den Ausrichtern, dass sich Studierende und Unternehmen – anders als bei herkömmlichen Jobmessen – in lockerer Atmosphäre und auf Augenhöhe begegnen. Nicolas Boll, Mitorganisator von MTP, sieht den bisherigen Ablauf von Bewerbungen sogar teilweise umgedreht: „Unsere Generation möchte selbst größeren Einfluss auf die eigene Karriere nehmen. Daher macht es Sinn, dass sich potenzielle Arbeitgeber bei uns vorstellen.“ Statt eines unpersönlichen Online-Vorstellungsgesprächs standen hier verschiedene Programmpunkte wie ein gemeinsames Business-Breakfast, Workshops und ein Speeddating-Dinner im Mittelpunkt. Am zweiten Veranstaltungstag lernten sich die Teilnehmenden bei einem Outdoor-Escape-Game in der Innenstadt von Düsseldorf noch besser kennen.

Moritz Klämt, bei Henkel Corporate Vice President Global Digital Marketing & eCommerce, lobte die Vorbereitung durch die MTP-Mitglieder: „Der Austausch mit den Studierenden vor Ort hat richtig viel Spaß gemacht. Was die Studierenden auf die Beine gestellt haben, finde ich beeindruckend.“

Neben Henkel als langjähriger Kooperationspartner und Hauptsponsor nahmen u.a. auch Vodafone, Lidl und Lindt teil. Die Studierenden hatten sich mit ihrem Lebenslauf bereits vorab für die Veranstaltung qualifiziert.

MTP verfolgt mit der erstmals ausgetragenen Summer Connect seinen langjährigen Weg weiter, Unternehmen und Studierende enger zusammen zu bringen. Der Verein wurde 1981 gegründet, um die Ausbildung im Marketing an deutschen Hochschulen um Praxisnähe zu ergänzen. Mittlerweise hat MTP rund



## **MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.**

Pressemitteilung

3.600 Mitglieder und 120 Förderunternehmen, die den Verein in 19 Hochschulstädten unterstützen.