



®

SEHLHOFF GMBH
INGENIEURE + ARCHITEKTEN

Themenforum 3



Wie gelingt es insbesondere KMU in der Region für internationale Absolventen/Fachkräfte zu sensibilisieren?

Präsentation vom 9. Dezember 2015

Silvia Necker

Aktuelle Zahlen und Entwicklungen (1)



- **Zahl internationaler Studierender in Deutschland**

- Vorläufige Zahl aller ausländischen Studierenden im WS 2014/15: fast 320.000 (mehr als eine Verdoppelung seit 1996)
- Die für 2020 von der Politik gesetzte Zielmarke liegt bei 350.000
- Den Statistikern zufolge gab es 2014 gut 107.000 ausländische Studienanfänger an deutschen Hochschulen, so viele wie nie zuvor

- **Aktuelle Flüchtlingssituation**

- Teilweise hohe Qualifikation der Zuwanderer könnte genutzt werden
- Qualifikationen werden meist nicht anerkannt

Aktuelle Zahlen und Entwicklungen (2)



- **Arbeitslosenquote bestimmter Regionen im Jahr 2015**
 - Bezirk Regensburg: unter 3%
 - Bezirk Landshut – Pfarrkirchen: knapp über 3%
- **Umfrage unter mittelständischen Unternehmen – Mittelstandsbarometer (2015)**
 - 52 % empfinden den Mangel an geeigneten Fachkräften als das größte Risiko in Bezug auf die Zukunft ihres eigenen Betriebes
 - 51% haben auf Grund der vergeblichen Suche Umsatzeinbußen zu verzeichnen.

Fachkräftemangel in Deutschland Lösungsoptionen?



**Warum stellen nicht mehr
(mittelständische)
Unternehmen Studenten
oder Fachkräfte aus dem
Ausland ein?**

Maßgebliche Unternehmensziele



Sichtweise vieler Unternehmen Probleme vs. Potenzial

- Vor dem Hintergrund der **Kostensicht** ergeben sich folgende Nachteile ausländischer Mitarbeiter/Studenten:
 - Sprachbarriere
 - Mangelndes/anderes Fachwissen
 - Kulturelle Unterschiede
 - Hürde bei Formalitäten vor und nach Einstellung (Bsp. Visa, Vertragserstellung etc.)
 - Zusätzlicher interner Mehraufwand bei Einarbeitung und Betreuung
 - Wie lange bleiben die ausländischen Angestellten im Unternehmen?



Wie kann das Potenzial ausländischer Fachkräfte/Studenten besser erkannt werden?



**Deutsche Unternehmen
müssen offener werden
und investieren!**

Maßnahmen für erhöhte Akzeptanz ausländischer Studenten/Fachkräfte

1. Potenzial internationaler Fachkräfte begreiflich machen
2. Geeignete Sprachkurse schaffen
3. Aktive Ansprache von Firmen & Fördern der Zusammenarbeit
4. Aufwand realistisch einschätzen & Herausforderungen annehmen
5. Erfolgsgeschichten kommunizieren



1. Potenzial internationaler Fachkräfte begreiflich machen (1)

- **Deckung des Fachkräftebedarfs**

- Besonders betroffen vom Fachkräftemangel: KMU
- Entlasten der bestehenden Belegschaft
- Fachwissen wichtiger als Nationalität oder Herkunftsland der Mitarbeiter, Möglichkeit verstärkt internationale Projekte zu akquirieren (hohe Reisebereitschaft und Flexibilität ausländischer Mitarbeiter)
- Erhöhte Konkurrenzfähigkeit, Bestehen gegen Großunternehmen



1. Potenzial internationaler Fachkräfte begreiflich machen (2)



- **Mehr Vielfalt im Unternehmen**

- Sprachliche und kulturelle Vielfalt als Chance
- Erhöhte Flexibilität der deutschen Mitarbeiter (z. B. Verbesserung der Englisch-Kenntnisse)
- Neue Sicht auf Bestehendes und Kennenlernen anderer Wertvorstellungen (z. B. bei spanischen Fachkräften: persönliche Beziehungen wichtiger als hohes Gehalt)



2. Geeignete Sprachkurse schaffen

- **Mehr Praxisbezug in Deutschkursen, schnellerer Kursfortschritt**
 - In staatlichen Kursen: Teilnahme von Migranten/Flüchtlings unterschiedlichster Ausbildungs- und Lebensniveaus erschwert Kursfortschritt
 - Kursdauer bis B1-Niveau auf ein bis eineinhalb Jahre angesetzt
- **Deutschkurse für Berufstätige**
 - Spezielle Block- und Wochenendkurse
 - Fachwortschatz vermitteln
- **Stärkere monetäre Förderung der Sprachkurse**
 - Vor allem für KMU mit ausländischen Fachkräften!



3. Aktive Ansprache von Firmen & Fördern der Zusammenarbeit

- **Initiativen von IHKs, Handwerkskammern, Cluster, BMWi, Wirtschaftsförderung, Vereinen** (Vorträge, Arbeitsgruppen etc.)
- **Engere Zusammenarbeit mit örtlichen Hochschulen und Universitäten** (Kooperationen eingehen)
- **Bundesagentur für Arbeit, ZAV** (Integration Points, Bewerber-service für ausländische Interessenten etc.)
- **Förderprojekte** um dem primären Hinderungsgrund – Kosten – entgegenzuwirken
- **Zusammenarbeit mit anderen Firmen**



4. Aufwand realistisch einschätzen & Herausforderungen annehmen (1)

- **Innerbetrieblich**

- Sensibilisierung der Personalentscheider auf Unterschiede in der Personalpolitik und -auswahl (Professionalisierung bei der Eingliederung von ausländischen Mitarbeitern)
- „Mitnehmen“ der deutschen Belegschaft

- **Fachkenntnisse erweitern**

- Im Ausland andere Schwerpunkte bei Berufsausbildung und Studium als in Deutschland
- Im Voraus einzukalkulieren: Längere Einarbeitungszeit, Fortbildungsmaßnahmen



4. Aufwand realistisch einschätzen & Herausforderungen annehmen (2)

- **Außerbetrieblich**

- Bürokratische Hürden minimieren
- Beispiele hierfür: Nicht anerkannte Abschlüsse, Visa-Beantragungen, Schwierigkeiten bei Eröffnen von Bankkonten etc.

- **Kulturelle Integration**

- Aufwand schwer einzuschätzen

Investitionsbereitschaft und Offenheit der deutschen Unternehmen sind Grundlage für das Einstellen ausländischer Mitarbeiter!



5. Erfolgsgeschichten kommunizieren

Unternehmens-Beispiel 1 (1)

- Investition in Internationalisierung: **Gesonderte Stelle für internationales Recruiting und Integration**
- Schwerpunkt auf **Mitarbeitersuche in Spanien** (Bewerber mit Berufserfahrung)
- **Persönliche und umfassende Betreuung** aller spanischen Bewerber und Angestellten
- Befristung der Stelle auf zwei Jahre
- **Imagefilm** unter: www.youtube.com/watch?v=9Cvocv9zvLY



Erfolgsgeschichten kommunizieren

Unternehmens-Beispiel 1 (2)

Hohes Engagement...

- **Hilfe bei Wohnungssuche und Formalitäten** (Anmeldung bei Krankenversicherung, Finanzamt etc.)
- **Organisation von Sprachkursen, interkulturelles Training**
- **Trainee-Programm zum Erwerb spezifischer Kenntnisse**

... zahlt sich aus:

- **Mehr internationale Kunden und Projekte**
- **Höhere Wettbewerbsfähigkeit**
- **Wachstum des Unternehmens**



5. Erfolgsgeschichten kommunizieren

Beispiel 2: SEHLHOFF GMBH (1)



- Keine gesonderte Stelle für ausländische Mitarbeiter, jedoch eigene **Stelle in der Unternehmenskommunikation**
- **Bewerbermanagementsystem**: auch englische Menüführung
- **Fokus** liegt nicht auf internationaler Mitarbeitersuche, sondern auf **umfassender Betreuung aller Mitarbeiter**
- **Anteil ausländischer Mitarbeiter**: über 5% (gibt keine genauen Zahlen), kein Sonderstatus, da Integration problemlos erfolgt
- **Engagement bei Flüchtlingen**: Schaffen eines zusätzlichen Ausbildungsplatzes ab September 2015



Erfolgsgeschichten kommunizieren

Beispiel 2: SEHLHOFF GMBH (2)



Fazit



Unternehmen sollten für internationale Fachkräfte nicht nur sensibilisiert, sondern von ihnen begeistert und überzeugt werden!

Referenzen



- www.zeit.de/studium/2015-06/auslaendische-studenten-deutschland-verbleib-hochschulreport
- www.hochschulbildungsreport2020.de
- https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/BA-Gebietsstruktur/Bayern-Nav.html?year_month=201508
- www.ey.com/DE/de/Newsroom/News-releases/20150225-EY-News-Fachkraeftemangel-groesste-Bedrohung-fuer-deutsche-Unternehmen

Weitere Bildquellen:

- www.festgeldvergleich.org/news/tagesgeld-1-30-prozent-zinsen-bei-1822direkt-sichern_0241.html
- <https://de.fotolia.com/id/71275867>