

Studie zu Informationsbedürfnissen von Unternehmen über Qualifikationen von Hochschulabsolventen in der internationalen Bodenseeregion



***Herausgegeben im Auftrag
der EURES-Grenzpartnerschaft Bodensee.***

HERAUSGEBER

Agentur für Arbeit

Stromeyerdorfstr.1
78467 Konstanz
Tel.: +49 (0) 7531-5850
Konstanz@arbeitsagentur.de

Ansprechpartner: Rüdiger Salomon

REALISIERUNG

translake GmbH

Obere Laube 53
78462 Konstanz
Tel.: +49 (0) 7531-3659230
Fax: +49 (0) 7531-3659234
www.translake.org
info@translake.org

AUTOREN

Isabelle Kempf
Markus Weißkopf

GESTALTUNG

Julia Zádor

Diese Broschüre wurde von der Europäischen Kommission (Generaldirektion 5 „Arbeit und Soziales“) sowie dem seco (Staatssekretariat für Wirtschaft der Schweiz) im Rahmen von EURES finanziert.

1 EINLEITUNG	4
2 FRAGESTELLUNG	5
2.1 HINDERNISSE BEI DER REKRUTIERUNG VON HOCHSCHULABSOLVENTEN	5
2.2 HOCHSCHULABSOLVENTEN AUS DEM AUSLAND	5
2.3 BETEILIGUNG VON PERSONALLEITERN AN INTERNATIONALEN NETZWERKEN	5
3 VORGEHENSWEISE	6
4 ERGEBNISBERICHT	7
4.1 REKRUTIERUNG VON HOCHSCHULABSOLVENTEN	7
- Fachrichtungen der eingestellten Hochschulabsolventen	
- Wege der Rekrutierung	
- Hochschulkontakte der Unternehmen	
- Einstellung zu Hochschulmessen	
- Eventuelle Informationsdefizite	
4.2 HOCHSCHULABSOLVENTEN AUS DEM AUSLAND	12
- Kategorisierung der Mobilitätshemmnisse	
- Mobilitätshemmnisse speziell in der Bodenseeregion	
- Eventuelle Informationsdefizite	
4.3 ZENTRALE ABSOLVENTENMESSE ALLER HOCHSCHULEN IM BODENSEERAUM ...	15
- Nutzen einer grenzüberschreitenden Messe	
- Beteiligung an einer grenzüberschreitenden Messe	
4.4 INTERNATIONALES PERSONALLEITERNETZWERK	19
- Bestehende Kontakte	
- Interesse an einem internationalen Personalleiternetzwerk	
- Interessante Themen	
5 SCHLUSSFOLGERUNG UND AUSBLICK	21
5.1 FESTGESTELLTE INFORMATIONSBEDÜRFNISSE	21
5.2 BEWERTUNG DER MESSE	21
5.3 BEWERTUNG DES PERSONALLEITERNETZWERKES	22

1 EINLEITUNG

EURES ist ein Programm der Europäischen Union zur Intensivierung der Zusammenarbeit auf dem europäischen Arbeitsmarkt. Mitglieder sind 28 europäische Staaten. Ergänzend zu den transnationalen Aktivitäten werden 21 EURES-T-Grenzpartnerschaften gefördert. In diesen Grenzregionen kooperieren Arbeitsverwaltungen und Sozialpartner, um Barrieren im grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt abzubauen. EURES-BODENSEE wurde 2003 gegründet und ist die jüngste dieser Grenzpartnerschaften.

Durch Information über Lebens- und Arbeitsbedingungen im Nachbarland, grenzüberschreitende Stellenvermittlung und Beratung von Grenzgängern soll Transparenz geschaffen und damit das „Recht auf Freizügigkeit“ praktisch ermöglicht werden. Im März 2005 wurden Mobilitätshemmnisse in der Region erstmals aufgelistet und kategorisiert. Im Zuge dieser Listung wurde deutlich, dass es Schwierigkeiten für Firmen gibt, grenzüberschreitend geeignete Hochschulabsolventen zu finden und zu werben. Deshalb sollten nun die Personalleiter von Unternehmen direkt befragt werden, um herauszufinden worin genau die Probleme bestehen und auf welche Art und Weise sie beseitigt werden können.

Die Studie wurde im Auftrag der Agentur für Arbeit Konstanz und mit Unterstützung der IHK Hochrhein-Bodensee sowie des Careerservice der Universität Konstanz erstellt. Im Zeitraum vom 25.7.2005 bis zum 23.8.2005 wurden 72 Unternehmen aus den IHK-Bezirken Hochrhein-Bodensee, Bodensee-Oberschwaben und Schwaben sowie aus Vorarlberg, dem Fürstentum Liechtenstein und der Ostschweiz befragt.

Für eine bessere Lesbarkeit wird nachfolgend nur noch von Deutschland, Österreich, Liechtenstein und der Schweiz gesprochen; gemeint sind jedoch immer die oben genannten Landesteile in der Bodenseeregion. Wichtigste Kriterien für die Auswahl der Unternehmen waren, dass sie ihren Standort in der Bodenseeregion haben und potentielle Arbeitgeber für Hochschulabsolventen darstellen. Nachfolgend wurde versucht, eine den Größen der einzelnen Teilregionen entsprechende räumliche Verteilung zu erzielen. So wurden 33 Unternehmen aus Deutschland befragt, 15 aus der Schweiz, 14 aus Österreich und zehn aus Liechtenstein.

¹ Der Einfachheit halber wird in dieser Studie ausschließlich die männliche Form verwendet. Darunter ist immer die weibliche Form mit zu verstehen.

2 FRAGESTELLUNG

2.1 HINDERNISSE BEI DER REKRUTIERUNG VON HOCHSCHULABSOLVENTEN

Die gesamte Studie bezog sich auf die Rekrutierung und Einstellung von Hochschulabsolventen in der Bodenseeregion. Es wurde ein Zeitraum von drei Jahren betrachtet. Der erste Teil des Fragebogens enthielt allgemeine Fragen zur Einstellungspolitik der Unternehmen, wie etwa, ob in den vergangenen drei Jahren Hochschulabsolventen eingestellt wurden, aus welchen Fachrichtungen diese kamen und wie groß der Anteil an Hochschulabsolventen unter den Arbeitnehmern insgesamt ist. Zudem wurde erfasst, auf welche Art und Weise die Unternehmen Mitarbeiter mit Hochschulabschluss rekrutieren und ob sie über ausreichende Kenntnisse der Qualifikationen von Hochschulabsolventen in der Bodenseeregion verfügen. Besonderes Interesse lag dabei auf der Pflege von Kontakten zu Hochschulen und dem Besuch von Hochschulmessen.

2.2 HOCHSCHULABSOLVENTEN AUS DEM AUSLAND

Der zweite Teil des Fragebogens bezog sich auf die Einstellung von Hochschulabsolventen aus dem Ausland. Von Interesse war, ob die vorhandenen Informationen zur Einstellung von Personal aus dem Ausland ausreichen, oder welche zusätzlichen Informationsmöglichkeiten gewünscht werden. Außerdem wurde ergründet, ob der Aufwand für die Einstellung von Hochschulabsolventen aus dem Ausland höher eingeschätzt wird als bei Inländern, und welche Mobilitätshemmnisse konkret gesehen werden. Anschließend war die Frage, wie der Nutzen einer zentralen Absolventenmesse aller Hochschulen im Bodenseeraum beurteilt wird und ob beziehungsweise unter welchen Bedingungen Interesse an einer Beteiligung besteht.

2.3 BETEILIGUNG VON PERSONALLEITERN AN INTERNATIONALEN NETZWERKEN

Der letzte Teil des Fragebogens befasste sich mit der Beteiligung von Personalleitern an internationalen Netzwerken. Zuerst wurde abgefragt, ob bereits persönliche Kontakte zu Personalleitern aus dem benachbarten Ausland bestehen und wenn ja, wie oft und in welchem Rahmen Treffen stattfinden. Weiterhin wurde gefragt, ob Interesse an einer internationalen Plattform zum Erfahrungsaustausch und zur Weiterbildung für Personalleiter im Bodenseeraum, mit zwei bis drei Treffen pro Jahr, besteht. Die letzte Frage bezog sich auf die Themen, die die Personalleiter dort gerne einbringen würden.

3 VORGEHENSWEISE

Zur Identifikation von Unternehmen in der Bodenseeregion, die für die Studie angesprochen werden sollten, wurden Partner des Liechtensteiner ArbeitnehmerInnen-Verbandes, des AMS Vorarlberg, der Agentur für Arbeit Konstanz und des Careerservice der Universität Konstanz, sowie Know-How-Träger im eigenen Haus kontaktiert.

Der Fragebogen selbst wurde von der Konstanzer translake GmbH entworfen und mit Partnern von IHK Konstanz, Agentur für Arbeit Konstanz und Careerservice der Universität Konstanz abgestimmt. Daraufhin wurde er mit Hilfe einiger Probeinterviews getestet und verbessert.

Die Befragung wurde zum großen Teil telefonisch durchgeführt, auf ausdrücklichen Wunsch der Personalleiter oder bei Abwesenheit auch per Email, Fax oder Post.

4 ERGEBNISBERICHT

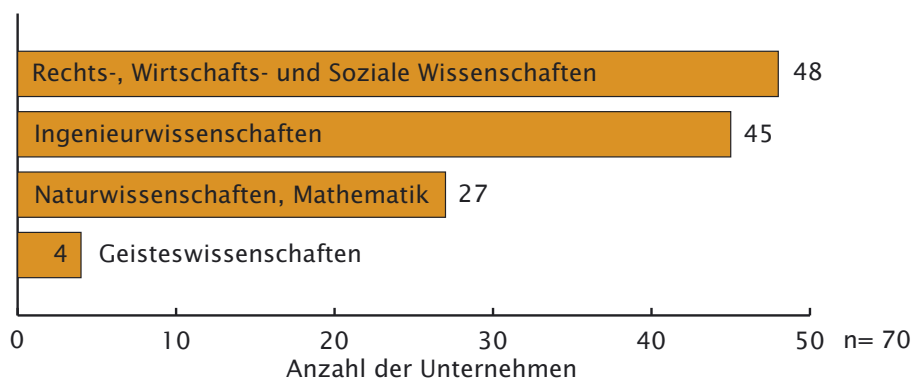
Von 120 kontaktierten Unternehmen nahmen 60 Prozent an der Befragung teil. Bei länderspezifischer Betrachtung lag die Teilnehmerquote in Liechtenstein mit 76,9 Prozent überdurchschnittlich hoch, verglichen mit 57,9 Prozent in Deutschland, 51,7 Prozent in der Schweiz und 66,7 Prozent in Österreich. Damit wurde eine aussagekräftige Basis für die folgenden Ergebnisse geschaffen.

4.1 REKRUTIERUNG VON HOCHSCHULABSOLVENTEN

Fachrichtungen der eingestellten Hochschulabsolventen

97,2 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, in den vergangenen drei Jahren Hochschulabsolventen eingestellt zu haben. Wie in der nachfolgenden Grafik zu sehen ist, kommen diese vorwiegend aus den Fachbereichen Rechts-, Wirtschafts- und Soziale Wissenschaften (48 Nennungen) oder Ingenieurwissenschaften (45 Nennungen). Vertreter des Fachbereichs Naturwissenschaften und Mathematik wurden ebenfalls oft eingestellt (27 Nennungen), am wenigsten häufig gaben Personalleiter dagegen an, Geisteswissenschaftler eingestellt zu haben (vier Nennungen). Selbstverständlich waren diesbezüglich stets Mehrfachnennungen möglich.

Fachrichtungen der eingestellten Hochschulabsolventen

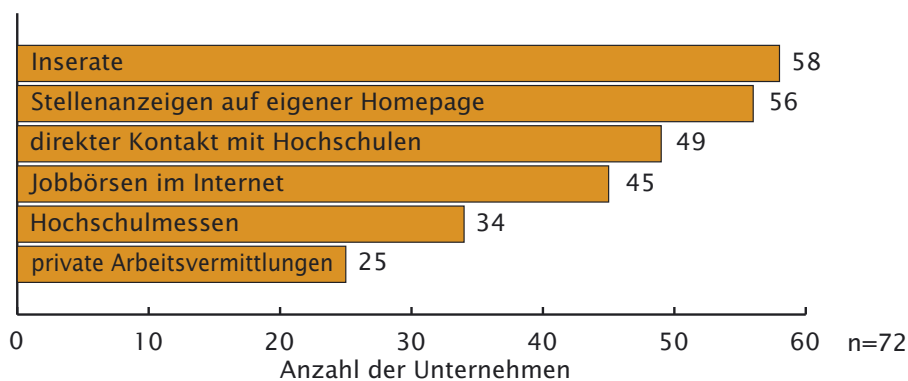


² In Anlehnung an Statistisches Bundesamt 2004 (www.destatis.de/allg/d/veroe/hoch/hochdow3.htm, Stand 08/2005).

Wege der Rekrutierung

Die Rekrutierung dieser Hochschulabsolventen erfolgt auf verschiedenen Wegen. Hier waren Mehrfachnennungen sehr häufig, deshalb werden nur absolute Zahlen genannt. Über 50 Prozent der Unternehmen rekrutieren ihre Hochschulabsolventen über eine oder mehrere der folgenden vier Möglichkeiten: Inserate (58 Nennungen), Stellenanzeigen auf der eigenen Homepage (56 Nennungen), direkter Kontakt mit Hochschulen (49 Nennungen) und Jobbörsen im Internet (45 Nennungen). Darauf folgen Hochschulmessen (34 Nennungen) und private Arbeitsvermittlungen (25 Nennungen). Die Verteilung dieser Antwortmöglichkeiten, die bereits im Fragebogen aufgelistet waren, ist in der nachfolgenden Grafik dargestellt.

Rekrutierung von Mitarbeitern mit Hochschulabschluss

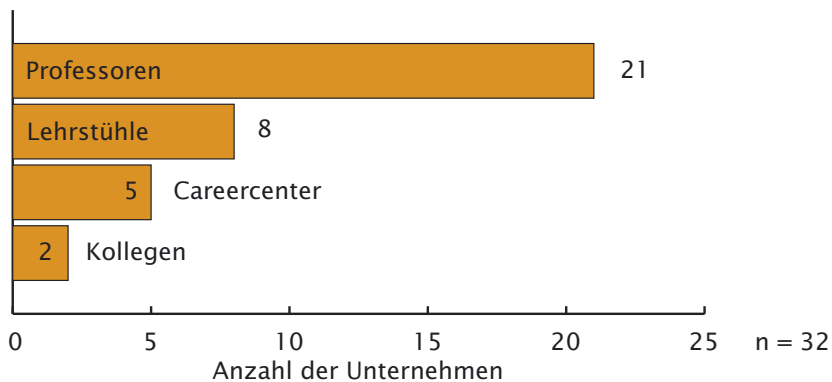


Darüber hinaus gaben Unternehmen an, Hochschulabsolventen durch Übernahme von Praktikanten, Diplomanden und Werkstudenten zu werben, ausreichend Initiativbewerbungen zu erhalten oder über persönliche und geschäftliche Kontakte genügend Bewerber für offene Stellen zu finden.

Hochschulkontakte der Unternehmen

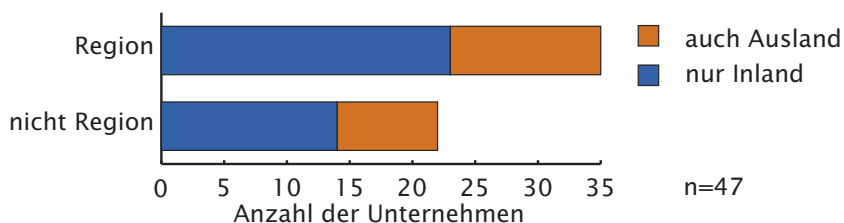
Wie oben bereits dargestellt, gaben 49 Unternehmen an, direkte Kontakte zu Hochschulen zu pflegen. Die Ansprechpartner an den jeweiligen Universitäten oder Fachhochschulen sind zumeist Professoren (21 Nennungen), Fachbereiche oder Lehrstühle (acht Nennungen). Seltener werden Careercenter (fünf Nennungen) oder persönliche Kontakte über Kollegen (zwei Nennungen) genannt.

Ansprechpartner an den Hochschulen



Was die räumliche Verteilung der Hochschulkontakte angeht, kann aufgrund der Angaben von 47 Unternehmen die nachfolgende Tendenz festgestellt werden: Kontakte bestehen vorwiegend zu Hochschulen in der Bodenseeregion (35 Unternehmen). Von diesen 35 Unternehmen haben 23 ausschließlich Kontakte im Inland, nur zwölf Unternehmen pflegen auch Kontakte zu Hochschulen im benachbarten Ausland. Kontakte mit Hochschulen außerhalb der Bodenseeregion werden von 22 Unternehmen gepflegt. Auch von diesen 22 Hochschulkontakten befinden sich knapp zwei Drittel im Inland (14 Unternehmen), lediglich acht Unternehmen pflegen europa- oder sogar weltweite Kontakte.

Verteilung der Hochschulkontakte

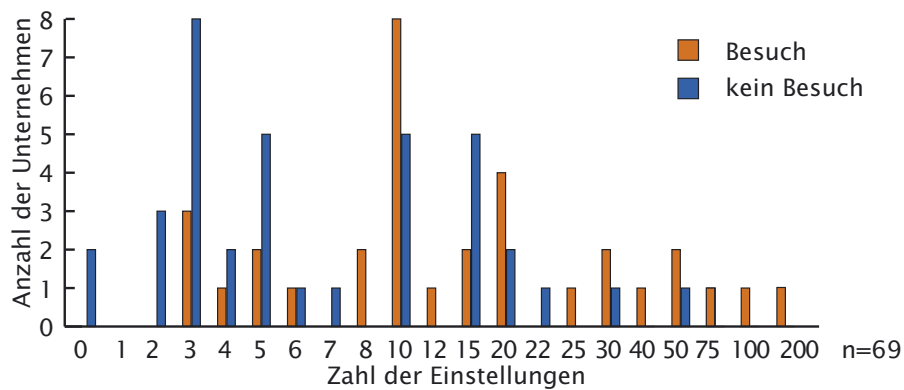


In Deutschland und Österreich pflegen Personalleiter sehr viele überregionale Kontakte im Inland, Kontakte ins Ausland sind eher selten. In der Schweiz und in Liechtenstein sind dagegen Kontakte ins Ausland sehr häufig, ein Viertel davon auch außerhalb der Bodenseeregion.

Einstellung zu Hochschulmessen

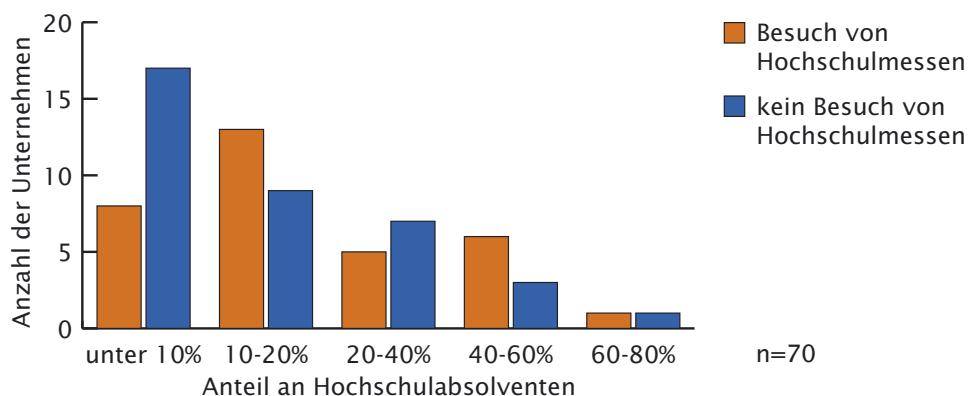
Der Besuch von Hochschulmessen wird von 47,2 Prozent der Personalleiter als Rekrutierungsmöglichkeit angegeben. Im Vergleich zu den anderen Nennungen ist dies ein relativ geringer Anteil. Grund hierfür kann in dem hohen Aufwand für einen Messebesuch gesehen werden. Personalleiter gaben mehrfach an, dass ein hoher momentaner Bedarf an Hochschulabsolventen Voraussetzung für die Teilnahme an einer Hochschulmesse sei. Dies zeigt sich in der nachfolgenden Grafik, die den Besuch von Hochschulmessen abhängig von der Zahl der Einstellungen in den vergangenen drei Jahren darstellt. Es wird deutlich, dass Unternehmen, die viele Hochschulabsolventen eingestellt haben, häufiger angeben, Hochschulmessen zu besuchen, als Unternehmen, die eine geringere Anzahl an Hochschulabsolventen eingestellt haben.

Besuch von Hochschulmessen abhängig von Einstellungen



Ein weiterer Zusammenhang ist zwischen dem Anteil von Hochschulabsolventen unter den Mitarbeitern und dem Besuch von Hochschulmessen festzustellen. Von den Unternehmen, die weniger als zehn Prozent Hochschulabsolventen beschäftigen, gibt ein sehr viel geringerer Anteil an Hochschulmessen zu besuchen, als von den Unternehmen, die einen höheren Anteil an Hochschulabsolventen unter ihren Mitarbeitern haben.

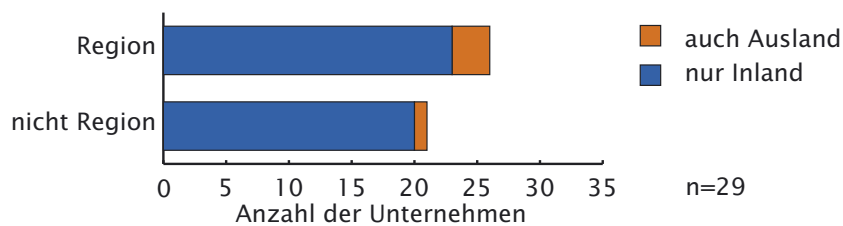
Besuch von Hochschulmessen abhängig vom Anteil der Hochschulabsolventen



Mit wenigen Ausnahmen kann dies auch über die Anzahl der besuchten Messen pro Jahr ausgesagt werden. Je höher der Anteil an Hochschulabsolventen ist, umso öfter werden Messen besucht.

Was den Besuch von Hochschulmessen betrifft, so kann eine noch eindeutiger räumliche Tendenz als bei den Hochschulkontakten festgestellt werden. 26 Unternehmen besuchen Messen innerhalb der Region, doch lediglich drei Unternehmen gehen dazu auch ins benachbarte Ausland. 21 Unternehmen besuchen ebenfalls Hochschulmessen außerhalb der Region, mit Ausnahme eines Unternehmens bleiben hierzu aber alle im eigenen Land.

Besuch von Hochschulmessen



Eventuelle Informationsdefizite

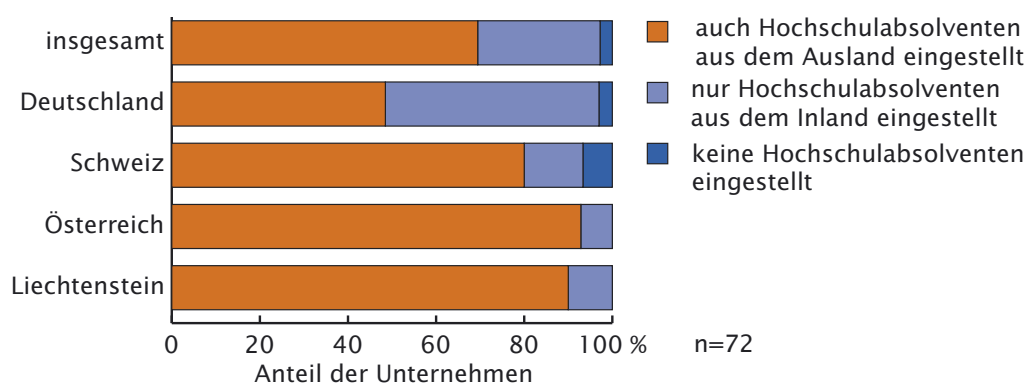
Ausreichende Informationen über Qualifikationen von Hochschulabsolventen in der internationalen Bodenseeregion haben nach eigenen Angaben 58,3 Prozent der Personalleiter. Die restlichen 41,7 Prozent wünschen sich zusätzliche Informationsmöglichkeiten in Form von Broschüren (42,3 Prozent), Veranstaltungen (38,5 Prozent) oder Email-Newslettern (30,8 Prozent). Vereinzelt wurden Informationsmöglichkeiten, beispielsweise im Internet, genannt, die man bei Bedarf nutzen könnte. In diese Richtung geht auch der vereinzelt Wunsch nach mehr Kontakten zwischen Hochschule und Wirtschaft, um sich direkt an der Quelle Informationen beschaffen zu können.

Bei der Befragung wurde deutlich, dass bei einigen Personalleitern noch große Unsicherheit bezüglich der Qualifikationen von Hochschulabsolventen aus dem Ausland und der neuen Bachelor- und Masterstudiengänge herrscht. Studieninhalte und Bezeichnungen seien oft sehr unterschiedlich; es fehle eine Übersicht über die vorhandenen Studiengänge mit ihren Inhalten, Abschlüssen und Zusatzqualifikationen.

4.2 HOCHSCHULABSOLVENTEN AUS DEM AUSLAND

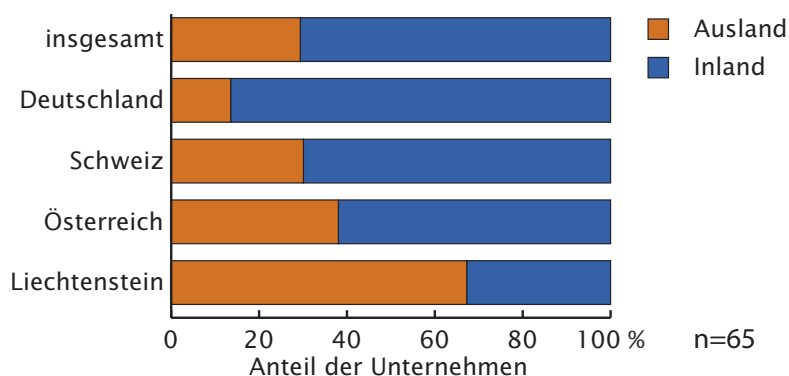
69,4 Prozent der befragten Unternehmen haben in den vergangenen drei Jahren auch Hochschulabsolventen aus dem Ausland eingestellt. Im nachfolgenden Schaubild werden die signifikanten nationalen Unterschiede deutlich. So ist der Anteil der Unternehmen, die auch Hochschulabsolventen aus dem Ausland eingestellt haben, in Österreich und Liechtenstein etwa doppelt so hoch wie beispielsweise in Deutschland.

Einstellung von Hochschulabsolventen in den letzten 3 Jahren



Betrachtet man die Anzahl der eingestellten Hochschulabsolventen, fällt die Verteilung noch deutlicher aus. Auffallend ist der große Anteil ausländischer Hochschulabsolventen an den Einstellungen in Liechtenstein. Mit 67,3 Prozent liegt er mehr als doppelt so hoch wie der Durchschnitt von 29,4 Prozent. In Deutschland liegt er mit 13,5 Prozent am niedrigsten.

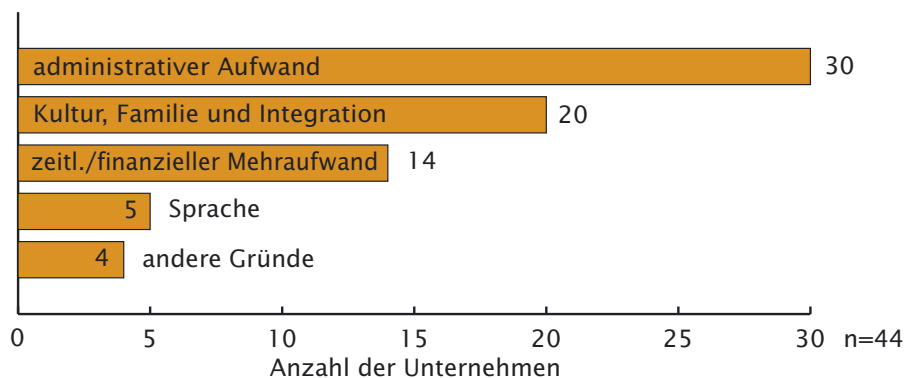
Anteil eingestellter Hochschulabsolventen aus dem Ausland



Kategorisierung der Mobilitätshemmnisse

Den Aufwand für die Einstellung von Hochschulabsolventen aus dem Ausland schätzen 61,1 Prozent der Personalleiter höher ein als bei Inländern. Dieser Prozentsatz ist einerseits bei den Unternehmen, die in den vergangenen drei Jahren keine Hochschulabsolventen eingestellt haben, deutlich höher als bei solchen, die Einstellungen vorgenommen haben. Andererseits ist dieser Anteil in Deutschland, Österreich und der Schweiz deutlich höher als in Liechtenstein, was wohl durch die Staatsgröße und den dafür überdurchschnittlichen Bedarf an Hochschulabsolventen bedingt ist, der zwangsläufig auch mit Hochschulabsolventen aus dem Ausland gedeckt werden muss.

Mobilitätshemmnisse



Als Grund für den höheren Aufwand werden in erster Linie administrative Aspekte genannt (30 Nennungen). Es müssten Arbeits- und Aufenthaltsgenehmigungen eingeholt werden und es könne Probleme mit den unterschiedlichen Sozialversicherungs- sowie Steuersystemen geben. Obgleich durch die EU und bilaterale Verträge mit der Schweiz schon vieles erleichtert worden sei, bestehe noch immer ein erheblicher Informationsbedarf, damit die tatsächlichen Möglichkeiten auch genutzt werden könnten.

Weitere Mobilitätshemmnisse sahen die Personalleiter im Bereich von Kultur, Familie und Integration (20 Nennungen). Unterstützung bei Wohnungssuche und Behördengängen, sowie die notwendige Betreuung erhöhten den Aufwand für die Beschäftigung ausländischer Arbeitnehmer.

Als dritter Punkt werden zeitlicher und geldlicher Mehraufwand genannt (14 Nennungen), beispielsweise für Vorstellungsgespräche. Die Sprache (fünf Nennungen) und andere Gründe (vier Nennungen) spielen lediglich eine geringe Rolle.

Mobilitätshemmnisse speziell in der Bodenseeregion

Für die Bodenseeregion ist in erster Linie der administrative Mehraufwand von Bedeutung. Es ist davon auszugehen, dass Kultur und Sprache, sowie zeitlicher und geldlicher Mehraufwand eine geringere Rolle spielen, da es sich oft um Grenzgänger handelt, die ihren Wohnsitz im Herkunftsland behalten. 26 der Unternehmen, die den Aufwand bei Einstellungen ausländischer Hochschulabsolventen höher einschätzen, haben genauere Angaben dazu gemacht, ob der Aufwand auch bei potentiellen Arbeitnehmern aus der internationalen Bodenseeregion höher ist als bei Inländern, oder ob dies nur für das sonstige Ausland gilt. 18 Personalleiter gaben an, dass sie in der Bodenseeregion keine Mobilitätshemmnisse in Form von Mehraufwand bei der Einstellung von Hochschulabsolventen aus dem Ausland sehen. Die Bodenseeanrainerstaaten würden nicht (mehr) als Ausland empfunden. Lediglich acht Personalleiter sehen auch hier mehr Aufwand, vor allem im administrativen (acht Nennungen) und familiären Bereich (drei Nennungen). Dies kann als Beleg dafür angesehen werden, dass der erhöhte Aufwand in der Bodenseeregion in erster Linie im administrativen Bereich entsteht.

Eventuelle Informationsdefizite

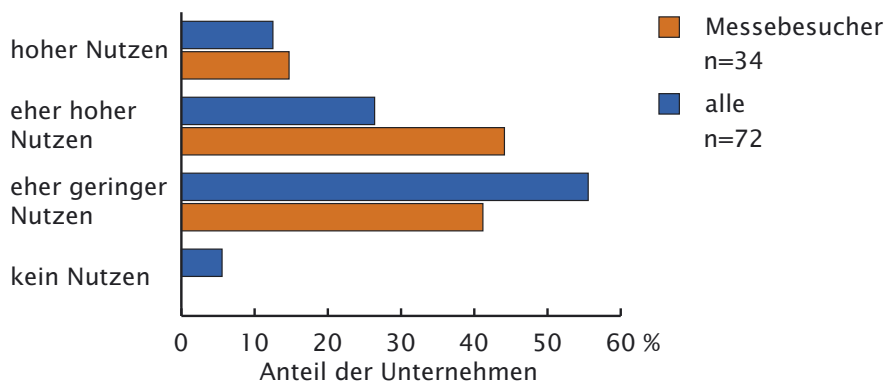
78,9 Prozent der befragten Personalleiter sind ausreichend über die Einstellung von Personal aus dem Ausland informiert. Lediglich 15 Personalleiter wünschen sich zusätzliche Informationsmöglichkeiten, was speziell die Einstellung von Personal aus dem Ausland angeht. Diese Information wird vor allem in Form von Broschüren (fünf Nennungen), Email-Newslettern (vier Nennungen) und Veranstaltungen (drei Nennungen) gewünscht. Es wird Wert darauf gelegt, einen Überblick über Qualifikationen, Standortfaktoren und Einstellungsbedingungen zu bekommen (zwei Nennungen).

4.3 ZENTRALE ABSOLVENTENMESSE ALLER HOCHSCHULEN IM BODENSEERAUM

Nutzen einer grenzüberschreitenden Messe

Der Nutzen einer zentralen Absolventenmesse aller Hochschulen im Bodenseeraum muss differenziert betrachtet werden. Einerseits für Unternehmen, die Mitarbeiter bei Hochschulmessen rekrutieren, und andererseits für Unternehmen, die generell keine Hochschulmessen besuchen.

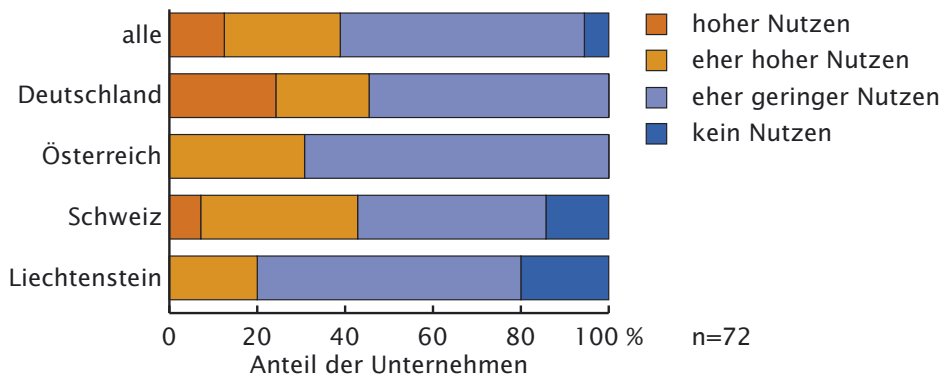
Nutzen einer zentralen Absolventenmesse



Betrachtet man alle Unternehmen geschlossen, so sehen 12,5 Prozent einen hohen Nutzen, 26,4 Prozent einen eher hohen Nutzen, 55,6 Prozent einen eher geringen Nutzen und 5,6 Prozent keinen Nutzen.

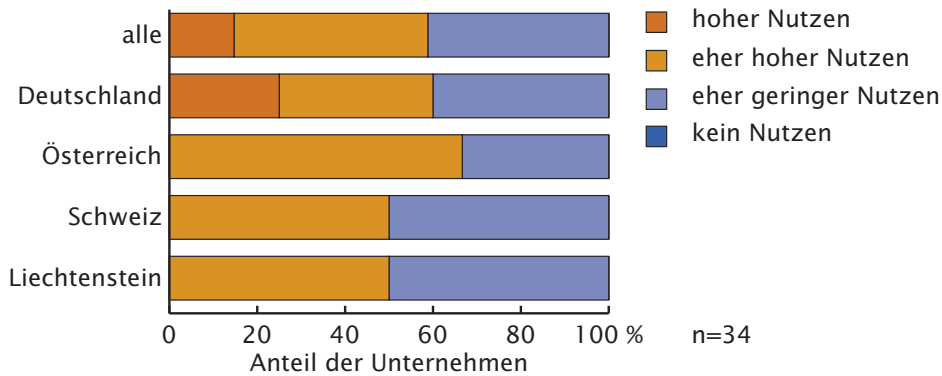
Wenn man die Einschätzung des Nutzens für die einzelnen Länder betrachtet, dann wird deutlich, dass vor allem in Deutschland und der Schweiz ein hoher Nutzen gesehen wird.

Nutzen der Messe insgesamt



Sehr viel höher wird der Nutzen bei jenen Unternehmen eingeschätzt, die Mitarbeiter bei Hochschulmessen rekrutieren. 41,2 Prozent sehen einen eher geringen Nutzen; für 44,1 Prozent ist der Nutzen eher hoch und 14,7 Prozent beurteilen den Nutzen als hoch. Den meisten Zuspruch erhielt eine grenzüberschreitende Absolventenmesse in Deutschland.

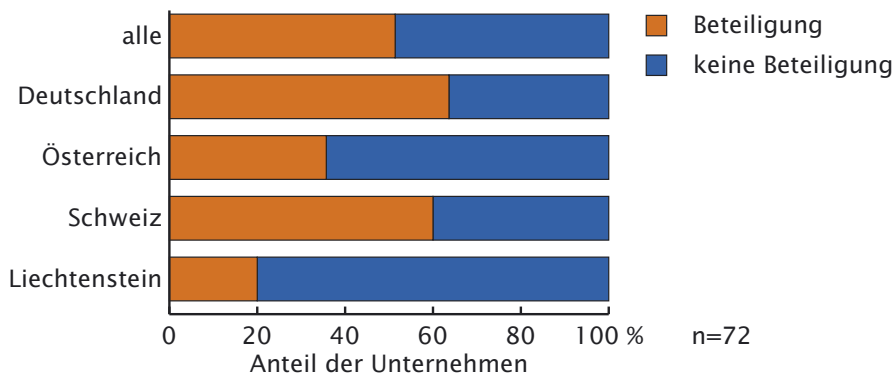
Nutzen der Messe für Messebesucher



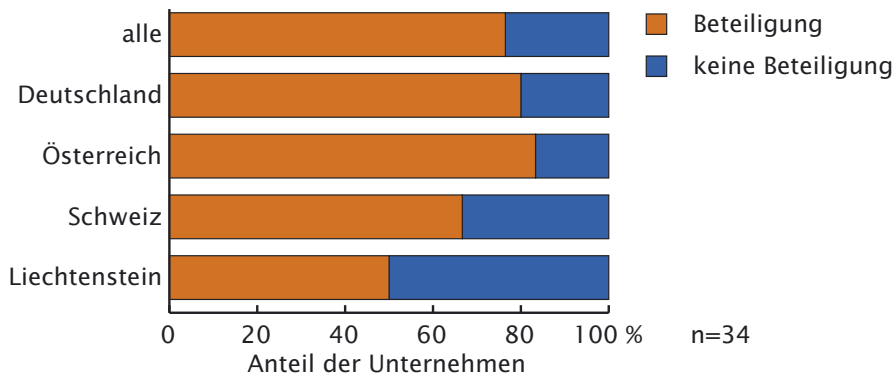
Beteiligung an einer grenzüberschreitenden Messe

Vergleicht man die Grafiken zur Nutzeneinschätzung und zu einer potentiellen Beteiligung an der Messe, fällt auf, dass sich einige Unternehmen, die sich von der Messe nur einen eher geringen Nutzen erwarten, trotzdem daran beteiligen würden. So würden sich insgesamt 51,4 Prozent der Unternehmen an einer solchen Messe beteiligen, von den Messebesuchern sogar ganze 76,5 Prozent. Einen hohen oder eher hohen Nutzen sehen allerdings nur 38,8 Prozent insgesamt und 58,8 Prozent der Messebesucher.

Beteiligung an einer Absolventenmesse insgesamt

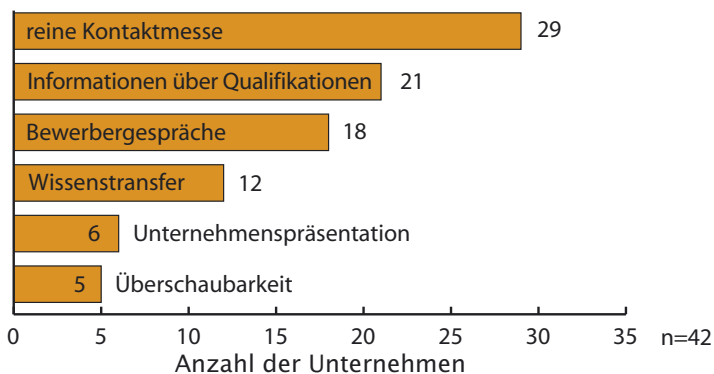


Beteiligung an einer Absolventenmesse nur Messebesucher



Die Frage danach, was die Messe bieten muss, damit eine Beteiligung angestrebt wird, gibt Aufschluss darüber, wie eine mögliche Messe gestaltet werden sollte. 42 Unternehmen haben hierzu eine genauere Angabe gemacht. 69 Prozent von ihnen wünschen sich eine reine Kontaktmesse. Der wichtigste Punkt sei das Knüpfen von Kontakten zwischen Hochschulabsolventen und Unternehmen, zwischen Wirtschaft und Hochschule. Jedoch wurde nur vereinzelt gewünscht, dass diese Kontakte bereits im Vorfeld aufgenommen werden können. Weitere wichtige Elemente sind Informationsmöglichkeiten über Qualifikationen von Hochschulabsolventen (50 Prozent) und die Möglichkeit, direkt Bewerber- und Auswahlgespräche zu führen (42,9 Prozent). Weniger häufig genannt wurden Wissenstransfer (28,6 Prozent) und die Möglichkeit, das eigene Unternehmen zu präsentieren (14,3 Prozent). Auf die Überschaubarkeit und den einfachen Rahmen der Messe legen 11,9 Prozent der Befragten Wert, weil dadurch auch Gelegenheit zum persönlichen Dialog mit den Absolventen geboten sei.

Anforderungen an eine Hochschulmesse



Eine mögliche Beteiligung an der Messe wurde oft mit Bedingungen verknüpft. Dies kann beispielsweise die Art der Messe betreffen. So bevorzugten 9,5 Prozent eine fachlich spezialisierte Messe und 4,8 Prozent eine regionale Beschränkung. 7,1 Prozent wollen ihre Fachrichtungen zwar explizit vertreten wissen, legen jedoch keinen Wert auf eine fachliche Spezialisierung. Weitere 11,9 Prozent machen ihre Beteiligung davon abhängig, ob die Messe an einem attraktiven Standort stattfindet und wie sie sich in das gesamte Angebot an Hochschulmessen in der Region eingliedert, beispielsweise ob sie als Ersatz für bereits vorhandene Absolventenmessen stattfindet oder als Ergänzung zu den bereits vorhandenen Angeboten. 7,1 Prozent gaben als Voraussetzung für ihre Teilnahme einen hohen aktuellen Bedarf an Hochschulabsolventen an.

4.4 INTERNATIONALES PERSONALLEITERNETZWERK

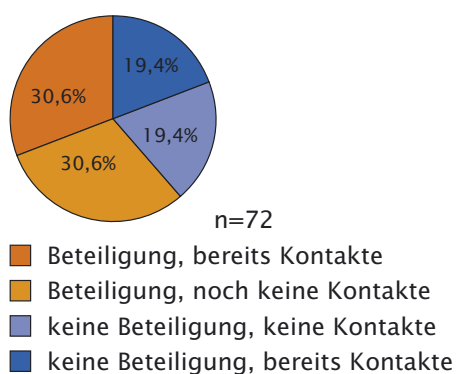
Bestehende Kontakte

Genau die Hälfte der befragten Personalleiter pflegt bereits Kontakte zu Kollegen im benachbarten Ausland. In 18 von diesen 36 Fällen läuft dies über den eigenen Konzern oder das Unternehmen. In zehn weiteren Fällen bestehen informelle Kontakte ins Ausland. Nur in sieben Fällen sind die Personalleiter tatsächlich in Personalleiternetzwerken oder Arbeitskreisen organisiert. Treffen finden durchschnittlich zweimal pro Jahr statt, wobei über die Häufigkeit der Kontakte nur rund ein Drittel der Befragten eine Angabe gemacht hat.

Interesse an einem internationalen Personalleiternetzwerk

Das Interesse an einer internationalen Plattform zum Erfahrungsaustausch und zur Weiterbildung für Personalleiter im Bodenseeraum ist mit 61,2 Prozent sehr hoch. Wie bei der Absolventenmesse ist die Beteiligung teilweise an Bedingungen geknüpft. Mangelndes Interesse wird damit begründet, dass die Kontakte im Inland bereits ausreichend seien beziehungsweise, dass das Unternehmen bereits in Gremien vertreten sei (sieben Nennungen). Durch die Internationalität komme kein Mehrnutzen zu den bisherigen Netzwerken zu Stande (sechs Nennungen). Es wurde ebenfalls angeführt, dass die bestehenden Plattformen im Internet zum Austausch ausreichen würden (drei Nennungen). Insgesamt wurde deutlich, dass der Zeitaufwand möglichst gering gehalten werden muss und mögliche Treffen effizient gestaltet sein sollten. Vereinzelt wird der Wunsch nach einer Spezialisierung auf die eigene Branche geäußert (zwei Nennungen).

Beteiligung an einem Personalleiternetzwerk



Teilt man die Personalleiter in zwei Gruppen ein, zum einen jene, die bereits Kontakte pflegen und zum anderen solche, die bisher keine Kontakte pflegen, dann stellt man fest, dass in beiden Gruppen der Anteil an einem internationalen Personalleiternetzwerk Interessierter gleich groß ist. So können die Personalleiter in vier Gruppen eingeteilt werden. Die erste Gruppe hat bisher keine Kontakte gepflegt, hat aber auch in Zukunft kein Interesse an einem Personalleiternetzwerk (19,4 Prozent). Die zweite Gruppe pflegt bereits Kontakte, sieht aber in der Internationalität oder einem weiteren Netzwerk keinen Mehrnutzen und würde sich deshalb nicht daran beteiligen (19,4 Prozent). Die dritte Gruppe pflegt noch keine Kontakte, würde sich aber an einer internationalen Plattform beteiligen (30,6 Prozent). Die vierte Gruppe pflegt bereits Kontakte, sieht aber trotzdem noch einen Mehrnutzen in der Internationalität und würde sich deshalb am Netzwerk beteiligen (30,6 Prozent). Von den 61,2 Prozent, die sich an einem internationalen Netzwerk beteiligen würden, hat also genau die Hälfte schon Erfahrungen mit einem derartigen Arbeitsansatz.

Interessante Themen

Die Themen, die für das Personalleiternetzwerk interessant wären, kommen allgemein aus dem Bereich Personalpolitik. Generell besteht Interesse an einem grenzüberschreitenden Erfahrungsaustausch über allgemeine Personalthemen (sechs Nennungen), über Aktuelles (sechs Nennungen) und auch über Zukunftsfragen (drei Nennungen). Im Speziellen interessieren die Themen Personalentwicklung (zehn Nennungen), Rekrutierung (zehn Nennungen), Vergütungsmodelle (acht Nennungen), Qualifikationen von Hochschulabsolventen (sieben Nennungen), Steuern und soziale Fragen (fünf Nennungen), Gehaltsvergleiche (drei Nennungen) und Einstellungsbedingungen (drei Nennungen).

5 SCHLUSSFOLGERUNG UND AUSBLICK

5.1 FESTGESTELLTE INFORMATIONSBEDÜRFNISSE

Die Studie ergab, dass bei Personalleitern durchaus noch Informationsbedarf besteht, was Qualifikationen von Hochschulabsolventen in der internationalen Bodenseeregion betrifft. Diese Informationen werden zum großen Teil in schriftlicher Form gewünscht, denkbar wären hier Broschüren in Papierform oder als Email-Newsletter in elektronischer Form.

Wichtig erscheint es, hier bereits vorhandene Informationsmöglichkeiten bekannter zu machen, wie beispielsweise die Grenzgängerbroschüre und die EURES-Homepage (www.jobs-ohne-grenzen.org) im Internet.

Den Unternehmen ist eine Übersicht über Studiengänge und Qualifikationen von Hochschulabsolventen in der Bodenseeregion nicht bekannt. Unterschiedliche Bezeichnungen stünden oft für die gleichen Inhalte oder hinter dem gleichen Namen verberge sich an zwei verschiedenen Universitäten etwas vollkommen Unterschiedliches. Die Einführung der Bachelor- und Masterstudiengänge bietet eine gute Gelegenheit um hier umfassend Informationen bereitzustellen. Vor allem bei derartigen Neuerungen erscheinen Informationsveranstaltungen sinnvoll.

Durch die EU und bilaterale Verträge mit der Schweiz wurde die Arbeitskräftemobilität bereits stark erleichtert, doch 61,1 Prozent der befragten Unternehmen schätzen den Aufwand für die Einstellung von Absolventen aus dem Ausland immer noch höher ein als bei Inländern. Gezielte Information über tatsächliche Möglichkeiten und rechtliche Rahmenbedingungen könnte an dieser Stelle dazu beitragen, Mobilität über Grenzen hinweg weiter zu fördern und zu erleichtern, denn Mobilitätshemmnisse werden vor allem im administrativen Bereich gesehen.

5.2 BEWERTUNG DER MESSE

Mehr als die Hälfte der Unternehmen, die Hochschulabsolventen auf Hochschulmessen rekrutieren, schätzen den Nutzen einer zentralen Absolventenmesse aller Hochschulen im Bodenseeraum hoch oder eher hoch ein. Dreiviertel dieser Messebesucher würde sich an der Messe beteiligen, um den persönlichen Dialog mit Studenten und Dozenten zu suchen. Für eine solche Messe kann folglich ein Bedarf festgestellt werden. Kontakte zwischen Wirtschaft und Hochschule werden als sehr bedeutend angesehen, um die Effizienz auf beiden Seiten zu erhöhen. Detaillierte Informationen über Profile und Zusatzqualifikationen der Hochschulabsolventen erleichtern die Suche nach geeigneten Bewerbern und die Kenntnis der Anforderungen in der Wirtschaft ermöglicht gezielte Vorbereitung auf die angestrebte berufliche Tätigkeit.

Eine mögliche zentrale Messe soll deshalb auch gemeinsam mit Personalleitern geplant und umgesetzt werden, um dem tatsächlichen Bedarf der Unternehmen gerecht zu werden.

5.3 BEWERTUNG DES PERSONALLEITERNETZWERKES

Auf den Vorschlag, ein internationales Personalleiternetzwerk zu bilden, kamen häufig begeisterte Reaktionen. 61,1 Prozent der befragten Personalleiter haben Interesse an einem Erfahrungsaustausch über die eigenen Staatsgrenzen hinweg. Dabei ist das gefragte Themenspektrum sehr breit gefächert, bezieht sich jedoch meistens auf aktuelle Probleme und Gegebenheiten. Die Internationalität bietet einen Mehrnutzen, weil durch den Vergleich mit anderen Systemen und Herangehensweisen, das eigene Handeln hinterfragt und verbessert werden kann. Rechtliche Neuerungen im eigenen Land bestehen eventuell in anderen Ländern schon länger und es liegen bereits Erfahrungen zur Lösung von Problemen vor.

Zur Bildung eines Personalleiternetzwerkes wurden von Personalleitern konkrete Vorschläge gemacht: Der bereits bestehende Arbeitskreis Personal, der von der Wirtschaftskammer Feldkirch organisiert werde, könne ein- bis zweimal jährlich international durchgeführt werden. Außerdem wurde der länderübergreifende Austausch von Trainees oder die Bildung einer Internetbörse für Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Absolventen in der Bodenseeregion angeführt. Für das Personalleiternetzwerk selbst wird auf einen guten Moderator Wert gelegt und angemerkt, dass je nach Unternehmensgröße unterschiedliche Bedürfnisse vorlägen und eine Einteilung nach Unternehmensgröße oder Branche sinnvoll sein könne.