

Martina Harms

Internationale Rekrutierung von Hochschulabsolventen

Rahmenbedingungen, Motive, Hemmnisse, Wege

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Michel E. Domsch

Deutscher Universitäts-Verlag

 Inhaltsverzeichnis

1	Grundlegung.....	1
1.1	Begriffsklärung und Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands.....	2
1.1.1	Rekrutierung.....	3
1.1.2	Internationale Rekrutierung.....	5
1.1.3	Akademische Nachwuchskräfte.....	6
1.2	Ziel der Arbeit.....	10
1.3	Gang der Untersuchung.....	10
2	Theoretischer Bezugsrahmen.....	13
2.1	Die internationale Rekrutierung von Hochschulabsolventen aus Sicht der Resource-based view of the firm.....	14
2.2	Die Internationalisierung von Unternehmen.....	27
2.2.1	Kennzahlen zur Messung des Internationalisierungsgrads von Unternehmen.....	31
2.2.2	Das EPRG-Schema von Perlmutter zur Einordnung des Internationalitätsgrads der Rekrutierung von Unternehmen.....	34
3	Die internationale Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften.....	43
3.1	Die Bedeutung internationaler akademischer Nachwuchskräfte für Unternehmen.....	45
3.2	Rahmenbedingungen für die internationale Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften durch deutsche Unternehmen.....	47
3.2.1	Internationalisierung des Wettbewerbs.....	49
3.2.2	Internationaler Wettbewerb auch auf dem Arbeitsmarkt.....	52
3.2.2.1	Der aktuelle Arbeitsmarkt für Hochschulabsolventen in Deutschland.....	52
3.2.2.2	Zukünftige demographische Entwicklung.....	56
3.2.2.3	Prognose von Angebot und Nachfrage von Hochschulabsolventen in Deutschland.....	59
3.2.3	Die Situation von Ausländern in Deutschland.....	61
3.2.3.1	„Internationalitätsgrad“ der Bevölkerung in Deutschland.....	62
3.2.3.2	Arbeitsmarktsituation von Ausländern in Deutschland.....	63

3.2.3.3	Exkurs: Die Situation von ausländischen Arbeitnehmern in Deutschland im Vergleich zur EU.....	66
3.2.3.4	Ausländer als Fach- und Führungskräfte in deutschen Unternehmen.....	69
3.2.3.5	Akzeptanz von Ausländern in Deutschland.....	72
3.2.4	Technologische Rahmenbedingungen.....	73
3.2.5	Rechtliche Rahmenbedingungen.....	79
3.2.6	Die „Greencard“-Offensive im Jahr 2000.....	85
3.2.7	Zusammenfassung.....	89
3.3	Motive für die internationale Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften.....	90
3.3.1	Nutzung weltweiter Humanressourcen.....	91
3.3.2	Unterstützung zunehmender Auslandsaktivitäten.....	93
3.3.3	Kulturelle Vielfalt und daraus erzielbare Synergieeffekte.....	95
3.3.4	Mobilität und Sprachkenntnisse.....	99
3.3.5	Kostenreduzierung.....	104
3.3.6	Imagegewinn.....	104
3.3.7	Zusammenfassung.....	105
3.4	Hemmnisse bei der internationalen Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften.....	105
3.4.1	Probleme aufgrund kultureller Unterschiede.....	106
3.4.2	Fehlende Fähigkeit und Bereitschaft zur internationalen Rekrutierung seitens der deutschen Personalabteilung.....	108
3.4.3	Besonderheiten ausländischer Arbeitsmärkte.....	110
3.4.4	Kosten	
3.4.5	Mangelnde Sprachkenntnisse.....	113
3.4.6	Mangelnde Attraktivität Deutschlands bzw. deutscher Unternehmen.....	115
3.4.7	Zusammenfassung.....	120
3.5	Wege der internationalen Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften.....	120
3.5.1	Hochschulkontakte.....	122
3.5.2	Printmedien.....	125
3.5.3	Internet.....	127
3.5.3.1	Vorteile / Chancen bei der Nutzung des Internets als Rekrutierungsweg.....	129

3.5.3.2	Nachteile / Hemmnisse bei der Nutzung des Internets als Rekrutierungsweg.....	132
3.5.3.3	Stellenmärkte.....	136
3.5.3.4	Homepages.....	139
3.5.4	Sonstige Rekrutierungswege.....	145
3.5.5	Zusammenfassung.....	147
4	Stand der Forschung: Studien zur internationalen (Internet-) Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften durch deutsche Unternehmen.....	149
4.1	Stand der internationalen Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften.....	149
4.1.1	Die Studie von Pietsch (1993) zur Internationalisierung der Personalarbeit deutscher Unternehmen.....	149
4.1.2	Die Studie von Ahlers (1994) zur strategischen Nachwuchskräfte- Rekrutierung.....	151
4.1.3	Die Studie von Domsch / Harms / Strasse (1997) zur internationalen Rekrutierung von Trainees in Deutschland.....	153
4.2	Stand der Rekrutierung via Internet in Deutschland.....	154
4.2.1	Befragungen von Studierenden / Hochschulabsolventen.....	154
4.2.1.1	Die Studie von Migula / Alewell (1999).....	154
4.2.1.2	Die Studie von Frölich-Krummenauer / Bruns (2000).....	155
4.2.1.3	Zusammenfassung.....	156
4.2.2	Befragungen von Unternehmen.....	157
4.2.2.1	Die Studie von Jäger/Sträub (1997).....	157
4.2.2.2	Die Studie von Migula / Alewell (1999).....	158
4.2.2.3	Die Studie von Scharfenkamp / Meyer (2000).....	159
4.2.2.4	Zusammenfassung.....	161
4.2.3	Homepage-Analysen.....	162
4.2.3.1	Die Untersuchung von Staufenbiel / Giesen (2000).....	162
4.2.3.2	Die Untersuchung der AXIS Unternehmensberatung (2000).....	165
4.2.3.3	Die Untersuchung von Krischer / Schuwirth / Jäger (2000).....	166
4.2.3.4	Zusammenfassung.....	167

5	Empirische Untersuchung zur internationalen Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften durch deutsche Unternehmen.....	169
5.1	Ziel der empirischen Studie.....	170
5.2	Forschungsdesign.....	170
5.2.1	Operationalisierung.....	173
5.2.1.1	Umsatzstärkste Unternehmen Deutschlands.....	173
5.2.1.2	Internationalisierungsgrad von Unternehmen.....	173
5.2.1.3	Internationalitätsgrad der Rekrutierung von Hochschulabsolventen...	174
5.2.2	Auswahl der zu untersuchenden Unternehmen.....	175
5.2.2.1	Datenquelle 1: Ranking der 476 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands.....	177
5.2.2.2	Datenquelle 2: Homepages der 476 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands.....	177
5.2.2.3	Datenquelle 3: Schriftliche Befragung der 476 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands.....	178
5.3	Ergebnisse der Analyse der Homepages der 476 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands.....	183
5.3.1	Beschreibung der Unternehmen, deren Homepages analysiert wurden.....	184
5.3.2	Anzahl der Unternehmen mit und ohne Homepage.....	186
5.3.3	Nutzung der Homepage für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter.....	188
5.3.4	Nutzung der Homepage für die Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften.....	189
5.3.5	Nutzung der Homepage zur Rekrutierung ausländischer Hochschulabsolventen.....	190
5.3.6	Ausgestaltung der Rekrutierungsseiten für Hochschulabsolventen.....	192
5.3.7	Anforderungen an Trajnees und Direkteinsteiger.....	195
5.3.8	Länder, für die deutsche Unternehmen Hochschulabsolventen rekrutieren ...	200
5.3.9	Bewerbungswege für Hochschulabsolventen.....	201
5.3.10	Zusammenfassung.....	203
5.4	Ergebnisse der schriftlichen Befragung der 476 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands.....	204
5.4.1	Rücklaufquote der schriftlichen Befragung.....	205
5.4.1.1	Rücklauf nach Branchen.....	206
5.4.1.2	Rücklauf nach Mitarbeiterzahlen.....	207
5.4.1.3	Rücklauf nach Umsatzzahlen.....	208
5.4.1.4	Zusammenfassung.....	210

5.4.2 Anzahl der jährlich rekrutierten Hochschulabsolventen.....	211
5.4.3 Entwicklung des Bedarfs an Hochschulabsolventen in den nächsten Jahren.....	213
5.4.4 Zukünftige Nachfrage nach ausländischen Hochschulabsolventen für Positionen in Deutschland.....	215
5.4.5 Bedarf an Hochschulabsolventen sowie Schwierigkeit, diese zu rekrutieren, nach Fachrichtungen.....	216
5.4.5.1 <i>Aktueller</i> Bedarf / Rekrutierungsschwierigkeit (nach Fachrichtungen).....	216
5.4.5.2 <i>Zukünftiger</i> Bedarf / Rekrutierungsschwierigkeit (nach Fachrichtungen).....	218
5.4.5.3 Zusammenhang zwischen der Entwicklung des zukünftigen generellen Bedarfs an kaufmännischen / technischen Hochschulabsolventen und dem zukünftigen Bedarf an ausländischen Hochschulabsolventen.....	220
5.4.6 Wichtigkeit der verschiedenen Rekrutierungswege im In- und Ausland für die Besetzung von Positionen in Deutschland mit Hochschulabsolventen. ...	221
5.4.7 Internationale Rekrutierungsstrategien - Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften im Ausland.....	225
5.4.8 Umfang einer gezielten Vorbereitung auf die internationale Rekrutierung....	228
5.4.9 Zeithorizont für den Beginn der Rekrutierung von Hochschulabsolventen im Ausland.....	229
5.4.10 Gründe für bzw. gegen eine internationale Rekrutierung von akademischen Nachwuchskräften für Positionen in Deutschland.....	230
5.4.11 Zusammenfassung.....	233
5.5 Clusteranalyse zur Gruppierung der an der Studie beteiligten Unternehmen hinsichtlich ihres Internationalisierungsgrads.....	235
5.5.1 Bildung von Clustern hinsichtlich des Internationalisierungsgrads des Unternehmens (Auslandsumsatz und Mitarbeiter im Ausland).....	237
5.5.2 Überprüfung der Güte der Clusterlösung.....	239
5.5.3 Beschreibung der Unternehmenscluster.....	240
5.5.4 Ausgewählte Ergebnisse für die einzelnen Unternehmenscluster.....	243
5.5.4.1 Einschätzung des zukünftigen Bedarfs an Hochschulabsolventen für Positionen in Deutschland / Europa / die Welt.....	244
5.5.4.2 Geschätzter Bedarf an ausländischen Hochschulabsolventen für Positionen in Deutschland.....	245

5.5.4.3	Die Wichtigkeit von Rekrutierungswegen im In- und Ausland (für die Besetzung von Positionen in Deutschland).....	246
5.5.4.4	Nutzung der Homepage im Internet für die Rekrutierung.....	252
5.5.4.5	Gründe für bzw. gegen die internationale Rekrutierung von kaufmännischen und technischen Hochschulabsolventen für Positionen in Deutschland.....	255
5.5.4.6	Ausmaß der internationalen Rekrutierung (heute) sowie Internationalisierungsstrategie.....	262
5.5.5	Bildung von Clustern hinsichtlich des Internationalitätsgrads der Rekrutierung von Hochschulabsolventen.....	268
5.5.5.1	Überprüfung der Güte der Clusterlösung.....	273
5.5.5.2	Ergebnis der Clusteranalyse: Beschreibung der Unternehmenscluster.....	275
5.5.5.3	Zusammenhang zwischen Internationalisierungsgrad und Rekrutierungsstrategie.....	278
5.5.6	Zusammenfassung.....	282
6	Abschließende Betrachtungen.....	285
6.1	Implikationen für die Praxis.....	292
6.2	Implikationen für den Staat.....	293
6.3	Implikationen für die Forschung.....	294
7	Literatur.....	297
8	Verzeichnis der Internetseiten.....	323
9	Anhang.....	325