



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

WIRTSCHAFT.
WACHSTUM.
WOHLSTAND.

KOMPETENZZENTRUM
FACHKRÄFTESICHERUNG 



Personalrekrutierung

Rekrutierung internationaler
Studierender an deutschen Hochschulen

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Redaktion

Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung
Düsseldorfer Straße 40a
65760 Eschborn
www.kompetenzzentrum-fachkraeftesicherung.de

Autor:

Christoph Metzler

Stand

März 2013

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis

gehringj – iStockphoto (Titel)



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

Inhalt

1. Kurzbeschreibung	2
2. Wen wollen Sie ansprechen?	2
3. Was bringt die Rekrutierung internationaler Studierender?	2
4. Was sollten Sie sicherstellen?	3
5. Lohnt sich die Rekrutierung von internationalen Studierenden?	3
6. Wie können Sie vorgehen?	3
6.1 Bedarfsanalyse	3
6.2 Wer soll angesprochen werden?	4
6.2.1 Zielgruppe: Internationale Studierende	4
6.2.2 Zielgruppe: Internationale Hochschulabsolventinnen und -absolventen	5
6.3 Auswahl eines Rekrutierungswegs	6
6.3.1 Rekrutierung über Printmedien	7
6.3.2 Online-Rekrutierung	7
6.3.3 Rekrutierung über deutsche Hochschulen	8
6.3.4 Rekrutierung über die Bundesagentur für Arbeit	9
6.3.5 Rekrutierung über Messen	9
6.4 So gelingt die Integration des neuen Teammitglieds	10
7. Erfolgsmessung	11
8. Bezug zu anderen Handlungsempfehlungen	12
9. Weiterführende Informationen	12

1. Kurzbeschreibung

Viele Unternehmen können von der **Rekrutierung internationaler Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen profitieren**. Gut ausgebildet und mit der deutschen Kultur vertraut, können diese zukünftigen **Fach- und Führungskräfte** vielseitig eingesetzt werden. Mit ihrer interkulturellen Kompetenz erhöhen sie zudem die Vielfalt im Unternehmen und bringen neue Perspektiven mit ein.

Deutsche Hochschulen sind für **internationale Studierende** zunehmend attraktiv. 2011 studierten knapp **200.000 junge Frauen und Männer** aus dem Ausland an einer deutschen Hochschule. Mittlerweile hat **jede zehnte Hochschulabsolventin** bzw. **jeder zehnte Hochschulabsolvent** einen ausländischen Pass. Nach einer aktuellen **Untersuchung** des Sachverständigenrats deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR) GmbH möchten fast 80 Prozent von ihnen in **Deutschland bleiben**. Tatsächlich hat sich in der Vergangenheit allerdings nur etwas mehr als ein Viertel dieser Personen nach dem Studium in Deutschland eine Zukunft aufgebaut. Die Politik hat darauf reagiert und **erleichterte Zugangsbedingungen** für einen dauerhaften Aufenthalt in Deutschland geschaffen. Dadurch ist die **Rekrutierung internationaler Hochqualifizierter** für deutsche Unternehmen **einfacher und unbürokratischer** geworden. Besonders bietet es sich an, internationale Akademikerinnen und Akademiker **bereits in der Ausbildungsphase** für das eigene Unternehmen zu gewinnen.

Diese Handlungsempfehlung kann Ihnen Anregungen geben und Sie dabei unterstützen, internationale Studierende sowie Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen gezielt anzusprechen und erfolgreich in Ihr Unternehmen zu integrieren. Zugleich finden Sie auch Informationen über die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen. Des Weiteren werden alle wichtigen Ansprechpartnerinnen sowie Ansprechpartner genannt und auf zusätzliche hilfreiche Informationen verwiesen. Dabei können Sie jede **Maßnahme** Ihrem **individuellen Bedarf anpassen**.

2. Wen wollen Sie ansprechen?

- **Zielgruppe** dieser Handlungsempfehlung sind zum einen **internationale Studierende an deutschen Hochschulen** in den von Ihnen **benötigten Fachrichtungen**. Diese können Sie **bereits während der Ausbildungsphase** ansprechen und über verschiedene Angebote wie zum Beispiel Praktika oder Bachelor-/Masterarbeiten für eine spätere Tätigkeit in Ihrem Unternehmen **begeistern**.
- Zum anderen können Sie auch **internationale Absolventinnen und Absolventen** einer deutschen Hochschule über Stellenausschreibungen oder Messeauftritte für einen Direkteinstieg oder ein Traineeprogramm in Ihrem Unternehmen **gewinnen**.

3. Was bringt die Rekrutierung internationaler Studierender?

Die **Vorteile der Rekrutierung internationaler Studierender an deutschen Hochschulen** sind zum Beispiel:

- **Stärkung der kulturellen Vielfalt im Unternehmen:** Kulturelle Vielfalt kann die **Kreativität** und **Innovationskraft** im Unternehmen steigern. Die **Sprachfertigkeiten** und **interkulturelle Kompetenz** angehender internationaler Akademikerinnen und Akademiker können zum Beispiel bei der Gewinnung von Geschäftspartnern im Ausland oder von Kundinnen und Kunden mit Migrationshintergrund helfen. Auch ihr landeskundliches und kulturelles Wissen kann eine wertvolle Unterstützung beim Aufbau bzw. der Pflege ausländischer Unternehmensaktivitäten darstellen.
- **Größere Personalauswahl bei Hochqualifizierten:** In vielen Studiengängen sind Absolventinnen und Absolventen bereits heute rar. Indem Sie explizit internationale Studierende in den Fokus nehmen, können Sie **Ihre Basis an möglichen neuen Fachkräften und Teammitgliedern vergrößern**.

- **Erhöhung der Passgenauigkeit:** Lernt Ihr Unternehmen die Arbeitsweise potenzieller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bereits vor der festen Anstellung kennen, können Sie deren zukünftige **Arbeitsleistung zuverlässiger beurteilen** und damit das Risiko einer späteren **Fehlbesetzung reduzieren**.
- **Frühzeitige Bindung an Ihr Unternehmen:** Ein frühzeitiger Kontakt zu Studierenden **fördert** in der Regel auch deren **Bindung** an Ihr Unternehmen und kann einen positiven Einfluss darauf haben, dass sich Absolventinnen bzw. Absolventen von vornherein für eine Tätigkeit in Ihrem Unternehmen interessieren.

4. Was sollten Sie sicherstellen?

Wenn Sie internationale Studierende bereits während Ihres Studiums beschäftigen möchten, ist es generell hilfreich, die Tätigkeitsfelder und eingesetzten Personalressourcen im Voraus zu planen. Damit stellen Sie sicher, dass Sie die Studierenden von Anfang an passend einsetzen können.

Folgende Fragen sollten Sie deshalb mit „ja“ beantworten können: ✓	
Können Sie eine professionelle Betreuung der Studierenden in Ihrem Unternehmen gewährleisten?	<input type="checkbox"/>
Können Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Bedarf einzelne Fachbegriffe auf Englisch (oder einer anderen gemeinsamen Sprache) erklären?	<input type="checkbox"/>
Sind Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufgeschlossen, mit Menschen aus anderen Kulturen gemeinsam zu arbeiten?	<input type="checkbox"/>
Können Sie den Kontakt im Anschluss an die Tätigkeit der Studierenden in Ihrem Unternehmen bis zur Einstellung als Fach- oder Führungskraft aufrechterhalten ?	<input type="checkbox"/>

Damit sich Ihre neuen Teammitglieder wohl fühlen, ist es von Vorteil, ein **Klima** zu schaffen, in dem die Mitarbeit von angehenden internationalen Fachkräften als **Chance und Mehrwert für alle** verstanden wird. Hierzu ist die **Entwicklung einer Willkommenskultur** im Unternehmen sehr hilfreich. Weitere Informationen und konkrete Gestaltungsvorschläge hierzu finden Sie in der Handlungsempfehlung „**Willkommenskultur**“.

5. Lohnt sich die Rekrutierung von internationalen Studierenden?

Die Chancen, aber auch etwaige Herausforderungen, die eine Rekrutierung der Zielgruppen mit sich bringt, sind von der Auswahl und Gestaltung der einzelnen Maßnahme abhängig. Im Folgenden finden Sie eine Auflistung von Kriterien, die Sie in Ihre Abwägung einbeziehen sollten.

Nutzen/Chancen	Kosten/Herausforderungen
→ Kontakt zu neuen Zielgruppen auch im Kundenkreis	→ Personalaufwand für Organisation und Betreuung zum Beispiel durch Mentorinnen und Mentoren
→ Verringerung der Rekrutierungskosten durch größere Personalauswahl und Reduzierung der Suchkosten	→ Gegebenenfalls Schulungen von Führungskräften oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu den Themen Integration und Betreuung von Studierenden
→ Erhöhung der Vielfalt im Unternehmen	→ Gegebenenfalls Zeitaufwand für die Bearbeitung von Anträgen zur Arbeitsaufnahme gegenüber Behörden
→ Förderung des Images als modernes und weltoffenes Unternehmen	→ Gegebenenfalls Übernahme von Kosten für Sprachkurse für internationale Studierende zum Beispiel in Bezug auf Fachbegriffe

6. Wie können Sie vorgehen?

6.1 Bedarfsanalyse

Zunächst ist es ratsam, eine mittel- bis langfristige, möglichst strategisch ausgerichtete Planung des Unternehmensbedarfs an (internationalen) Akademikerinnen und Akademikern vorzunehmen.

- **Wie viele Absolvierende welcher Fachrichtungen** werden Sie in den nächsten Monaten und Jahren benötigen?
- Gibt es Aufgabengebiete im Unternehmen, in denen **interkulturelle Kompetenz** und/oder **Sprachfähigkeiten** besonders wichtig und in denen internationale Absolventinnen und Absolventen besonders gut einsetzbar sind (zum Beispiel Pflege ausländischer Geschäftskontakte)?

- Gibt es weitere Ziele (zum Beispiel eine vielfältige Belegschaft oder in Bezug auf das Unternehmensleitbild), aufgrund derer Sie gezielt internationale Studierende ansprechen möchten?

In diesem Zusammenhang sollten Sie gegebenenfalls auch prüfen, inwiefern Sie einen **Bedarf an studentischen Kräften** in Ihrem Unternehmen haben. Eine solche Beschäftigung ist für beide Seiten von Vorteil. Als Unternehmen können Sie auf diesem Weg junge Talente bei der praktischen Arbeit kennenlernen und bei guter Leistung übernehmen. Auch besteht die Chance, dass die (internationalen) Studierenden an ihrer Hochschule von Ihnen als Arbeitgeber berichten und somit zur Bekanntheit Ihres Unternehmens bei anderen (internationalen) Studierenden beitragen.

6.2 Wer soll angesprochen werden?

Je nachdem, ob Sie Studierende oder Absolventinnen und Absolventen rekrutieren möchten, bieten sich unterschiedliche Möglichkeiten der Beschäftigung.

6.2.1 Zielgruppe: Internationale Studierende

Bei der Einstellung und Beschäftigung internationaler Studierender einer deutschen Hochschule sind einige besondere rechtliche Rahmenbedingungen zu beachten:

Rechtliche Rahmenbedingungen zur Beschäftigung von internationalen Studierenden an deutschen Hochschulen (Stand Februar 2013):

- Internationale Studierende aus den Mitgliedsstaaten der **Europäischen Union** sind in der Regel **nicht** in ihrer Tätigkeitsdauer **eingeschränkt**.
- **Keine Einschränkung** gibt es außerdem für Studierende aus Staaten des **Europäischen Wirtschaftsraums** (Island, Liechtenstein, Norwegen und die Schweiz).

- **Studierende aus außereuropäischen Staaten**, die zum Studium nach Deutschland gekommen sind und noch keine dauerhafte Niederlassungserlaubnis besitzen, dürfen ohne besondere Genehmigung pro Jahr **120 ganze oder 240 halbe Tage** arbeiten. Auch für Studierende aus Bulgarien und Rumänien gelten diese Regeln übergangsweise noch bis zum 31.12.2013.
- Bei einer darüber hinausgehenden Beschäftigungsdauer kann eine gesonderte Zulassung durch die Ausländerbehörde (bei Neu-EU-Mitgliedsstaaten wie Rumänien oder Bulgarien durch die Bundesagentur für Arbeit) beantragt werden.
- Bei der **Berechnung der Arbeitsdauer** spielt es keine Rolle, ob die Arbeit vergütet wird. Pflicht-Praktika im Rahmen des Studiums fließen nicht in die Berechnung ein.

Aktuelle Informationen zur Thematik finden Sie auf der Website des **Deutschen Studentenwerks e.V.**

Als Unternehmen stehen Ihnen verschiedene Beschäftigungsmöglichkeiten zur Auswahl:

- Das Angebot von **Praktika** stellt eine klassische Beschäftigungsform auf Probe dar. In einem Praktikum sind Studierende für einen im Vorhinein fest abgesteckten Zeitraum in Ihrem Unternehmen und lernen den beruflichen Alltag kennen. Dies kann von der angeleiteten Übernahme einzelner Aufgabengebiete bis hin zu einer Urlaubsvertretung einer Kollegin oder eines Kollegen reichen. Der **Lernaspekt** und die **Berufsorientierung** stehen dabei klar im **Vordergrund**. In einigen Studiengängen sind Praktika als fester Bestandteil vorgeschrieben, um einen Abschluss zu erreichen. Die Dauer eines Praktikums kann unterschiedlich sein und von mehreren Wochen bis zu mehreren Monaten reichen. In der Regel findet ein Praktikum in Vollzeit statt.

- Haben Sie in Ihrem Unternehmen Aufgaben, die über einen längeren Zeitraum von Studierenden übernommen werden können, bietet sich die Anstellung von **Werkstudierenden** an. Bei dieser Beschäftigungsform arbeiten Studierende neben ihrem Studium in Teilzeit im Unternehmen mit. Der **Arbeitsaspekt steht im Vordergrund**. Durch die längere Anwesenheit im Unternehmen ist das mögliche Aufgabengebiet der Studierenden größer. Für Studierende können solche Verträge interessant sein, da sie eine konstante Einnahmequelle und eine intensive Einarbeitung in ein Berufsfeld bieten.

Internationale Studierende haben in der Regel keinen Anspruch auf Unterstützungsangebote aus dem Bundesförderungsgesetz (BAFÖG) und häufig eingeschränkte Förderungsmöglichkeiten bei Stipendien. Dadurch sind sie stärker auf eine Arbeitstätigkeit neben dem Studium angewiesen, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Eine **Aufwandsentschädigung** im Rahmen von Praktika bzw. ein angemessenes Entgelt bei Werkstudierendenverträgen kann daher entscheidend dazu beitragen, dass sich (internationale) Studierende für eine Tätigkeit in Ihrem Unternehmen entscheiden und gegebenenfalls an einer weiteren Beschäftigung als Fachkraft interessiert sind.

6.2.2 Zielgruppe: Internationale Hochschulabsolventinnen und -absolventen

Eine **direkte Rekrutierung** von internationalen **Absolventinnen und Absolventen** bietet sich insbesondere dann an, wenn Sie **kurzfristig eine Fachkraft suchen**. Dabei ist sowohl ein **Direkteinstieg** als auch ein **Traineeprogramm** denkbar. Bei einem **Direkteinstieg** besetzt eine Absolventin oder ein Absolvent eine freie Stelle und übernimmt ein festes Aufgabengebiet wie z. B. die Betreuung von Kundinnen und Kunden oder die Mitarbeit in einem Projekt. Fort- und Weiterbildungen können je nach Bedarf integriert werden. Bei einem **Traineeprogramm** hingegen durchlaufen Absolventinnen und Absolventen in der Regel verschiedene Unter-

nehmensabteilungen und/oder Unternehmensstandorte und werden schrittweise an die berufliche Praxis herangeführt. Traineeprogramme bieten sich insbesondere dann an, wenn für die Erfüllung einer Aufgabe ein hoher Einarbeitungsbedarf oder das tiefergehende Verstehen von Unternehmensstrukturen erforderlich ist. Nähere Informationen zu Angebot und Gestaltung eines Traineeprogramms finden Sie in der gleichnamigen **Handlungsempfehlung**.

Auch bei der Einstellung einer internationalen Absolventin oder eines internationalen Absolventen einer deutschen Hochschule sind bei außereuropäischen Absolventinnen und Absolventen einige rechtliche Rahmenbedingungen zu beachten:

Rechtliche Rahmenbedingungen zur Beschäftigung von internationalen Hochschulabsolventinnen und -absolventen an deutschen Hochschulen (Stand Februar 2013):

- Akademikerinnen und Akademiker aus der **Europäischen Union** können **ohne eigenen Antrag auf eine Arbeitserlaubnis eine Arbeitstätigkeit** in Deutschland **aufnehmen**. Dasselbe gilt für Staatsangehörige des **Europäischen Wirtschaftsraums** (Liechtenstein, Island, Norwegen, Schweiz).
- Für **Absolventinnen und Absolventen aus einem außereuropäischen Drittstaat** gibt es hingegen **zwei Möglichkeiten**, in Deutschland eine berufliche Tätigkeit aufzunehmen:
 1. Ein Antrag auf eine **Blaue Karte EU** bei der Ausländerbehörde:
Voraussetzung für eine Erteilung ist ein **konkretes Arbeitsplatzangebot mit einem Bruttomindestverdienst in Höhe von derzeit 46.400 Euro**. Die Tätigkeit sollte der akademischen Qualifikation angemessen sein. Für Berufe der Bereiche Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Ingenieurwesen gilt eine niedrigere Gehaltsgrenze von **36.192 Euro**.

2. Ein Antrag auf eine **Aufenthaltserlaubnis zum Zwecke der Beschäftigung** bei der Ausländerbehörde:

Voraussetzung für eine Erteilung ist ein **konkretes Arbeitsplatzangebot** für eine der **akademischen Qualifikation angemessenen Tätigkeit**. Der Lebensunterhalt muss von der Akademikerin bzw. dem Akademiker selbst bestreitbar sein. Die Prüfung erfolgt durch die Bundesagentur für Arbeit. Ein Mindestverdienst wird nicht vorausgesetzt. Dieser Aufenthaltstitel beinhaltet keine Gehaltsschwelle – es dauert aber i. d. R. länger, bis über diesen Weg eine dauerhafte Niederlassungserlaubnis erteilt werden kann.

Wichtig ist, dass ein entsprechender **Antrag rechtzeitig vor Aufnahme der Arbeitstätigkeit** gestellt wird. Für die **erfolgreiche Bewilligung des Antrags** sind einige Angaben seitens Ihres Unternehmens notwendig. In der Regel wird ein **Entwurf des Arbeitsvertrags** mit einer **Tätigkeitsbeschreibung** und den **Beschäftigungsbedingungen** wie Gehalt und Urlaub benötigt.

Bei der mittel- bis langfristigen Personalplanung stellen diese rechtlichen Rahmenbedingungen jedoch **kein Hindernis für eine längerfristige Beschäftigung** dar. Beim Vorliegen guter deutscher Sprachkenntnisse können Inhaber einer Blauen Karte bereits nach 21-monatiger Beschäftigung eine **Niederlassungserlaubnis** beantragen. Mit einer solchen **Niederlassungserlaubnis** darf Ihre Fachkraft **dauerhaft in Deutschland leben und arbeiten**. Einmal in das Team integrierte und erprobte internationale Fachkräfte können so langfristig für Ihr Unternehmen gewonnen werden.

Mehr Informationen zur rechtlichen Lage sind auf dem Willkommensportal „**Make it in Germany**“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zusammengestellt. Im interaktiven „**Migrations-Check**“ auf der Website der Bundesagentur für Arbeit können Sie zudem selbst testen, ob eine internationale Bewerberin oder ein Bewerber unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen bei Ihnen eine Beschäftigung aufnehmen kann.

Praxistipp: Pluspunkt durch die Unterstützung von Lebenspartnerinnen und Lebenspartnern

Für internationale Absolventinnen und Absolventen einer Hochschule kann es entscheidend sein, dass auch ein internationaler **Lebenspartner** oder eine internationale Lebenspartnerin in **Deutschland bleiben und arbeiten darf**. Sie können bei der Suche **nach einer Arbeitsstelle helfen** und dafür Ihre Belegschaft oder das Stellenangebot der Bundesagentur für Arbeit beziehungsweise der Zentralen Auslands- und Fachvermittlung nutzen. Wenn Sie diese Unterstützungsmöglichkeiten anbieten, können Sie damit in einem **Bewerbungsgespräch** direkt bei internationalen Absolventinnen und Absolventen punkten.

Bei der Beschäftigung internationaler Studierender ist dieser Punkt möglicherweise zunächst weniger relevant. Bei möglichen **Übernahmegesprächen** vor Ende des Studiums kann das Thema aber auftauchen.

6.3 Auswahl eines Rekrutierungswegs

Haben Sie sich grundsätzlich entschieden, internationale Studierende einzustellen, gilt es, einen Weg zur Rekrutierung auszuwählen.

Die Beantwortung folgender Fragen kann Sie bei der Auswahl des passenden Wegs unterstützen:

- Welches **Budget** wollen Sie einsetzen?
- Wo können Sie vielleicht auf **bestehenden Kontakten oder Erfahrungen** aufbauen?
- Welche **Kanäle zur Stellensuche** bevorzugen internationale Studierende in den von Ihnen gesuchten Bereichen? (Informationen hierzu können Sie bspw. bei den International Offices der jeweiligen Universität erhalten.)
- Über welche **Wege rekrutieren andere Unternehmen** internationale Studierende sowie Absolventinnen und Absolventen?

Berücksichtigung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes:

Bei der Ausschreibung und Besetzung einer Stelle ist für alle Rekrutierungswege das sogenannte **Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz** zu berücksichtigen. Stellenausschreibungen sind daher **diskriminierungsneutral zu formulieren**. Das heißt, Merkmale wie ethnische Herkunft, Geschlecht oder Religionszugehörigkeit dürfen keine Ausschlusskriterien im Bewerbungsverfahren sein.

Bei der Gestaltung eines Stellenangebotes können Sie aber ausdrücklich betonen, dass Sie sich auch über Bewerbungen von internationalen Studierenden freuen und diese gleichberechtigt behandeln.

6.3.1 Rekrutierung über Printmedien

Die Schaltung einer Stellenanzeige in **Printmedien** wie Zeitungen oder Zeitschriften entspricht dem **klassischen Kanal** zur Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ein zentraler Vorteil ist, dass sie in der Regel Studierende verschiedener Hochschulen und Fachrichtungen erreichen. Da eine Anzeige in Printmedien meist mit hohen Kosten verbunden ist, sollten Sie im Vorfeld prüfen, ob bzw. in welcher Form sich dieser Rekrutierungsweg für Ihr Unternehmen tatsächlich anbietet.

Vor allem eine **Anzeige in folgenden Printmedien** kann bei der Rekrutierung der Zielgruppe **hilfreich** sein:

- **Hochschulzeitungen** von Hochschulen in Ihrer Nähe
- (überregionale) **Fachzeitschriften** des jeweiligen Studiengangs
- Magazine von Migrantenorganisationen

6.3.2 Online-Rekrutierung

Ein effektiver Weg, internationale Studierende direkt anzusprechen, ist eine Rekrutierung über das Internet. Ob zum Studium, zur Kontaktaufnahme in die alte Heimat oder zur Jobsuche: Für Ihre Zielgruppe gehört die **regelmäßige Nutzung** des Internets **zum Alltag**. Eine Online-Rekrutierung ist im Regelfall **schneller** und **kostengünstiger** als andere Rekrutierungsformen. Zudem kann je nach Gestaltung eine **größere Reichweite als bei einer Rekrutierung über Printmedien** erzielt werden. Hier bieten sich insbesondere die folgenden Kanäle an.

→ Soziale Netzwerke:

Soziale Netzwerke wie beispielsweise Facebook, GooglePlus oder LinkedIn führen **Menschen** unterschiedlicher Herkunft zusammen und ermöglichen einen **schnellen Austausch** zwischen ihnen. Gerade ausländische Studierende sind durch ihren häufig internationalen Freundeskreis auf diesen Angeboten sehr aktiv. Als Unternehmen können Sie **eigene Unternehmensseiten** in diesen Netzwerken einrichten, auf denen Sie Ihr Unternehmen vorstellen. Viele soziale Netzwerke bieten zudem die Möglichkeit, **Stellenangebote zu veröffentlichen**.

Eine weitere Möglichkeit ist **die Teilnahme an moderierten Gesprächskreisen** (häufig **Foren oder Gruppen** genannt) oder sogar deren Einrichtung innerhalb der Netzwerke. Häufig gibt es bereits interessante Gesprächskreise, in denen Sie Ihre Angebote wie freie Stellen oder Praktika veröffentlichen können. Bei einer Neuerstellung eines Gesprächskreises wählen Sie einen bestimmten Kreis von Mitgliedern eines Netzwerkes aus – zum Beispiel Studierende der Ingenieurwissenschaften einer örtlichen Hochschule – und laden diese auf Ihrer Unternehmensseite oder durch direkte Ansprache in Ihren Gesprächskreis ein. So können Sie gezielt Kontakte zu interessanten Kandidatinnen und Kandidaten aufbauen.

→ Unternehmenshomepage:

Besonders wenig finanziellen Aufwand bereitet die **Veröffentlichung eines Stellangebots auf Ihrer Firmenhomepage**. Sinnvollerweise richten Sie dazu auf Ihrer Unternehmensseite **eine eigene Rubrik** ein. Dieses Vorgehen ist in jedem Fall sinnvoll, besonders aber, wenn **Ihr Unternehmen** bereits bei internationalen Studierenden oder Absolventinnen sowie Absolventen als potenzieller Arbeitgeber **bekannt ist** oder die Stellenangebote über Suchmaschinen leicht gefunden werden können.

Sollten Sie bereits Praktikantinnen bzw. Praktikanten oder Fachkräfte aus dem Ausland oder mit Migrationshintergrund beschäftigen, können Sie persönliche Erlebnisberichte, auch **Testimonials** genannt, auf Ihrer Homepage veröffentlichen. Dort kann Ihr Teammitglied **positive Erfahrungen** in Ihrem Unternehmen authentisch schildern. Ein solcher Bericht schafft Vertrauen und zeigt, dass in Ihrem Unternehmen kulturelle Vielfalt gelebt und gefördert wird.

→ Online-Jobbörsen und Datenbanken:

Es gibt zahlreiche Online-Jobbörsen, in denen Sie Ihre Stellenanzeigen – in der Regel kostenpflichtig – veröffentlichen können. Eine Online-Stellenanzeige erfordert einen geringen zeitlichen Aufwand und steht der Öffentlichkeit über einen längeren Zeitraum zur Verfügung. Einzelne Jobbörsen haben sich dabei auf die Vermittlung von Praktika oder Stellen für Absolventinnen und Absolventen spezialisiert. Eine aktuelle Übersicht zahlreicher nicht-kommerzieller und kommerzieller Anbieter finden Sie auf der Website **Stellenboersen**.

Mehr Informationen zu Umsetzungsmöglichkeiten und Gestaltungsformen zum Thema finden Sie in der Handlungsempfehlung „Online-Rekrutierung“.

6.3.3 Rekrutierung über deutsche Hochschulen

Die meisten **Hochschulen** verfügen heutzutage über Einrichtungen, die Sie bei der Suche nach Personal unterstützen können. Diese Form der Rekrutierung ist insbesondere interessant, wenn in der Nähe Ihres Unternehmens eine Hochschule passende Studiengänge anbietet oder bereits Kontakte zu Hochschulen existieren.

Für eine erste Kontaktaufnahme empfiehlt es sich, zunächst zu prüfen, ob eine Hochschule zentrale **Anlaufstellen für Unternehmenskontakte** vorhält. Häufig werden diese Servicedienstleister „**Career Center**“ oder „**Career Service**“ genannt. Es handelt sich dabei um hochschuleigene Einrichtungen, die Studierenden **Unterstützung für den Weg ins Berufsleben** anbieten. Neben dem Angebot von Beratungen zur individuellen Laufbahnplanung und die Vermittlung von Weiterbildungen besteht die zentrale Aufgabe von Career Centern auch darin, **Unternehmen und Studierende miteinander in Kontakt** zu bringen. Gegebenenfalls übernehmen auch externe Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner entsprechende Dienste für die Hochschulen. Als Unternehmen können Sie diesen **Kanal dazu nutzen**,

- Ihr Unternehmen als **potenziellen Arbeitgeber** vorzustellen,
- **Praktika** oder **Werkstudentenstellen** bekannt zu machen,
- **Studienarbeiten** (zum Beispiel Abschlussarbeiten) anzubieten,
- **Offene Stellen** für Absolventinnen und Absolventen bekannt zu machen,
- **Vorträge zu fachlichen Themen aus der unternehmerischen Praxis** oder
- **Unternehmensführungen** anzubieten bzw.
- **Sponsoring** von hochschuleigenen Einrichtungen oder Initiativen zu **betreiben**.

Allgemeine Informationen zur Gestaltung dieser Maßnahmen finden Sie in der Handlungsempfehlung „**Hochschulkooperation**“. Im Hochschulumfeld gibt es weitere Organisationen, die sich unmittelbar um Ihre Zielgruppe kümmern und Ihre Angebote weitervermitteln können. Speziell für die Rekrutierung internationaler Studierender bietet sich daher die **Kontaktaufnahme** zu folgenden Gruppen an:

→ **International Office der Hochschulen (Akademisches Auslandsamt)**

Die zentrale Betreuungsorganisation für internationale Studierende ist an den meisten Hochschulen das International Office bzw. Akademische Auslandsamt. Es bietet verschiedene Beratungs- und Informationsangebote für internationale Studierende in allen Lebenslagen. Häufig werden internationale Studierende dabei auch bei der Suche nach Praktika und offenen Stellen unterstützt.

→ **Migranten Communities**

An vielen Hochschulen gibt es eigene **Migranten Communities** wie zum Beispiel die „**Afrikanische Hochschulgruppe Köln**“, in denen sich internationale Studierende zusammengetan haben. Diese Gemeinschaften können kulturell, sprachlich oder religiös geprägt sein. Sie bieten internationalen Studierenden an der Universität eine zweite Heimat und engagieren sich häufig auch bei der beruflichen Orientierung. Bei der Kontaktaufnahme zu diesen Gemeinschaften kann Ihnen häufig das **örtliche Studentenwerk** helfen. Auch der „**Allgemeine Studierendenausschuss**“ (AStA) oder die **Fachschaften** (Vertretungen der Studierenden einer Fakultät) von Fakultäten können Ihnen bei der Suche nach Initiativen behilflich sein. Der Vorteil einer solchen Kontaktaufnahme liegt in der unmittelbaren Ansprache von – meist besonders motivierten – Studierenden.

→ **Internationale Studierendenorganisationen**

Internationale Studierendenorganisationen wie zum Beispiel AEGEE oder AIESEC fördern den internationalen Austausch von Studierenden. Viele Organisationen bieten eigene Partnerprogramme für Unternehmen an und haben ein breites Netzwerk an Kontakten. So können Sie als Unternehmen direkt Kontakt zu einer Vielzahl an interessanten internationalen Studierenden aufnehmen.

6.3.4 Rekrutierung über die Bundesagentur für Arbeit

Die Bundesagentur für Arbeit kann Ihnen über zwei verschiedene Dienstleistungen dabei helfen, internationale Studierende für Ihr Unternehmen zu gewinnen:

→ Sie können die **Hochschulteams der Bundesagentur für Arbeit** nutzen, um mit internationalen Studierenden in Kontakt zu kommen. Die meisten Hochschulteams bieten konkrete Sprechzeiten an den Hochschulen an. Entsprechende Hinweise hierzu finden Sie auf den Homepages der regionalen Arbeitsagenturen.

→ Die Zentrale Auslands- und Fachvermittlung der Bundesagentur für Arbeit (ZAV) führt gemeinsam mit ausgewählten Arbeitsagenturen und Hochschulen Veranstaltungen und Projekte durch, die zum Ziel haben, ausländische Absolventen dieser Hochschulen auf den deutschen Arbeitsmarkt vorzubereiten. Die teilnehmenden Arbeitssuchenden sind bei den Arbeitsagenturen arbeitssuchend gemeldet und ihre Profile in der Jobbörse der Bundesagentur zu finden.

6.3.5 Rekrutierung über Messen

Gerade für kleine und mittlere Unternehmen mit einem regional begrenzten Bekanntheitsgrad ist der **Besuch von Rekrutierungsmessen** empfehlenswert. Auf Rekrutierungsmessen können internationale Studierende Ihr Unternehmen und seine Produkte oder Dienstleistungen persönlich kennenlernen. In einer zwanglosen Atmosphäre können Sie an einem Messestand mit interessanten Kandidatinnen und Kandidaten Kontakt aufnehmen. Es bietet sich an, bei der Planung des Messeauftrittes Angebote für internationale Studierende zu berücksichtigen. So können Sie zum Beispiel spezielles Informationsmaterial über die Chancen von internationalen Akademikerinnen und Akademikern in Ihrem Unternehmen entwerfen. Haben Sie die Chance, Ihr Unternehmen in einem eigenen Vortrag zu präsentieren, können Sie darin Ihre Offenheit für junge internationale Talente bekunden. Sehr gut zur **Ansprache dieser Zielgruppe** sind **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Migrationshintergrund geeignet**. Diese kennen die Lebenswelt Ihrer Zielgruppe und haben ein Gespür dafür, wo gegebenenfalls Kommuni-

kationsprobleme im Hinblick auf unterschiedliche Verhaltensweisen auftauchen können. Die Teilnahme an einer Personal- beziehungsweise Jobmesse empfiehlt sich insbesondere dann, wenn Sie mehrere Stellen besetzen wollen. Das Angebot solcher Messen ist vielfältig. Viele Hochschulen bieten eigene Unternehmensmessen an, darüber hinaus gibt es auch überregionale Angebote für einzelne Fachrichtungen. Einen aktuellen Überblick finden Sie auf dem Portal **Yourfirm**.

Bei der Planung und Gestaltung eines Messeauftritts können Ihnen die folgenden Fragen als Anker dienen:

- Welches **Budget** wollen Sie einsetzen?
- **Wie** wollen Sie Ihr Unternehmen **präsentieren**, und welches Erscheinungsbild soll Ihr Stand haben?
- **Wie viele Standbetreuerinnen** und **Standbetreuer** möchten Sie **einsetzen**?
- Haben Sie **ausreichend Informationsmaterial** wie Broschüren oder Visitenkarten, das Sie interessierten Besucherinnen und Besuchern mitgeben können?

6.4 So gelingt die Integration des neuen Teammitglieds

Nach einer erfolgreichen Rekrutierung ist es von Vorteil, das neue Teammitglied von Beginn an **zu unterstützen** – sowohl mit Blick auf die Aufgabenerfüllung, als auch auf das soziale Miteinander. So können Sie die individuelle Einarbeitungszeit und Abbruchquote gering halten. Jedes neue Teammitglied wird am Anfang von Unterstützung profitieren, aber gerade gegenüber internationalen Studierenden können Sie mit einer guten Willkommenskultur besonders punkten.

Insbesondere folgende Maßnahmen empfehlen sich explizit **für eine schnelle Eingliederung internationaler Studierender oder Absolventinnen und Absolventen** in Ihr Team:

→ **Strukturierte Einführung in den ersten Arbeitstagen**

Zu **Beginn der Arbeitstätigkeit** können Sie den Grundstein für den gemeinsamen Erfolg legen. Eine gute Einführung und Integration zahlt sich aus, weil die entsprechende Person im Bedarfsfall besser weiß, an wen sie sich wenden kann oder wo welche Informationen zu finden sind. Da Ihre Zielgruppe im Regelfall **noch über geringe Berufserfahrung verfügt**, ist dieser Punkt besonders wichtig.

Es empfiehlt sich, insbesondere **folgende Aspekte** an den ersten Tagen zu **beachten**:

- Begrüßung der bzw. des internationalen Studierenden oder Absolventin bzw. Absolventen, Bekanntmachung mit den direkten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern,
- Rundgang durch die relevanten Unternehmensbereiche und Abteilungen, Bekanntmachung mit den Führungspersonen für die Dauer der Tätigkeit und gemeinsame Besprechung des anstehenden Aufgabenspektrums,
- Einführung in den Arbeitsplatz und die Arbeitsmittel.

→ **Regelmäßiges Feedback und Mentoring**

Vor allem Studierende, aber auch Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger, wissen in der Regel zu Beginn ihrer Tätigkeit nicht, inwiefern ihre Arbeitsleistung den Erwartungen entspricht. Sie haben in der Regel vergleichsweise wenig Berufserfahrung. Daher ist eine **regelmäßige Rückmeldung** einer betreuenden Person besonders wichtig. Eine offene Kommunikation untereinander trägt so zu einer schnellen Einarbeitung bei.

Neben einer fachlichen Betreuung hat es sich in der Praxis bewährt, auch bei **der Kommunikation im Job** sowie bei der **Vermittlung informeller Regeln** im Unternehmen zu unterstützen. Sie können dafür bei Bedarf **Mentorinnen** und **Mentoren** im Unternehmen ernennen. Als Mentorin oder Mentor sind besonders erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geeignet, die das Unternehmen gut kennen und in der Belegschaft fest verankert sind.

→ Eventuell Vertiefung der Sprachkenntnisse

Gute Deutschkenntnisse erleichtern Ihrem neuen Teammitglied den beruflichen Alltag. **Je nach Aufenthaltsdauer** in Deutschland und Studienrichtung können ganz **unterschiedlich ausgeprägte Deutschkenntnisse** vorhanden sein. Das Goethe-Institut bietet auf seiner Website einen **Selbsttest** an, um mögliches Verbesserungspotenzial aufzuzeigen. Sie können als Unternehmen konkret helfen, indem Sie Sprachkurse vermitteln, eine Freistellung oder Finanzierungshilfen gewähren. Insbesondere Sprachkurse mit **berufsbezogenem Wortschatz**, der häufig nicht an der Universität vermittelt wird, kann eine wertvolle Hilfe darstellen.

Die Anzahl an Anbietern von Deutschkursen ist groß. Umso wichtiger ist es, einen geeigneten Kurs zu finden. Kurse in Deutschland bieten die Goethe-Institute, Volkshochschulen und private Institute an. Weiterführende Informationen finden Sie auf den **Internetseiten des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge** sowie auf dem Willkommensportal „**Make it in Germany**“. Beschäftigen Sie mehrere (internationale) Studierende, können diese auch gemeinsame Lern- und Arbeitsgruppen bilden und sich gegenseitig unterstützen.

→ In gemeinsame Aktivitäten einbinden

Neben der Arbeit gibt es in Ihrem Unternehmen sicher weitere Aktivitäten, bei denen sich Ihr neues Teammitglied in Ihre Unternehmensgemeinschaft integrieren kann: regelmäßige gemeinsame Mittagessen, Stammtische, Betriebssport oder Tippspiele.

Auch Unternehmensausflüge helfen dieser Zielgruppe, das soziale Umfeld und die Unternehmensregion kennenzulernen. Diese Aktivitäten können Sie sowohl selbst organisieren, als auch Ihre Belegschaft zur Organisation ermuntern. Dies fördert zugleich ein gutes Betriebsklima.

Je nach Beschäftigungsform gibt es verschiedene Möglichkeiten, die bei der Integration helfen können. Informationen darüber, wie Sie Praktikantinnen und Praktikanten oder Werkstudierende betreuen können, finden Sie in der Handlungsempfehlung „**Rekrutierung von Studierenden über Praktika und Arbeitsverträge**“. Gestaltungsempfehlungen zum Integrieren von Fachkräften aus dem Ausland und Fachkräften mit Migrationshintergrund sind in der Handlungsempfehlung „**Willkommenskultur**“ zusammengestellt.

7. Erfolgsmessung

Ist es für Ihr Unternehmen **lohnenswert**, die gewählten Maßnahmen und Wege durchzuführen? Mit den folgenden **Kriterien** können Sie dies nach einem gewissen Zeitraum evaluieren.

Ziele	Erfolgsmessung, Indikator
Gestärkte Personalauswahl	<ul style="list-style-type: none"> → Entwicklung der Anzahl an Initiativbewerbungen internationaler Absolventinnen und Absolventen → Entwicklung der Anzahl an Bewerbungen und Einstellungen von internationalen Absolventinnen und Absolventen, die zu Studienzeiten bereits im Unternehmen gearbeitet haben → Entwicklung der Anzahl an Initiativbewerbungen von internationalen Studierenden
Vielfalt im Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> → Innovationen bzw. Impulse der neuen Studierenden oder Absolventinnen und Absolventen, die umgesetzt wurden → Erschließung neuer Kundenzirkel → Positive Wirkung auf die Arbeitsatmosphäre von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

8. Bezug zu anderen Handlungsempfehlungen

- Eine zentrale Möglichkeit zur frühzeitigen Kontaktaufnahme zu internationalen Studierenden ist die Vergabe von Praktika und Werkverträgen. Weitergehende Informationen dazu, worauf Sie beim Abschluss solcher Verträge achten sollten, finden Sie in der Handlungsempfehlung **„Rekrutierung von Studierenden über Praktika und Arbeitsverträge“**.
- Die Integration von internationalen Studierenden sowie Absolventinnen und Absolventen ist ein wesentlicher Teil der Förderung einer vielfältigen Personalstruktur in Ihrem Unternehmen. Hilfestellungen und Praxistipps, wie Sie verschiedene Potenziale Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Unternehmen nutzen können, finden Sie in der Handlungsempfehlung **„Diversity Management“**.
- Mehr Informationen dazu, wie Ihr Unternehmen für Menschen aus dem Ausland und für Menschen mit Migrationshintergrund noch attraktiver werden kann, sind in der Handlungsempfehlung **„Willkommenskultur“** zusammengestellt. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der möglichen Unterstützung bei der Integration in Job und Alltag.
- Unter Umständen kann sich auch die direkte Rekrutierung von internationalen Fachkräften anbieten. In der Handlungsempfehlung **„Rekrutierung aus dem Ausland“** erfahren Sie, wie Sie interessante internationale Talente für Ihr Unternehmen gewinnen können.

9. Weiterführende Informationen

Links

- **www.make-it-in-germany.com**
Das Willkommensportal „Make it in Germany“ zeigt, welche Möglichkeiten für internationale Studierende bestehen, nach ihrem Abschluss in Deutschland zu bleiben, und warum es sich lohnt, hier zu leben und zu arbeiten. Das Internetportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Bundesministeriums für Arbeit und Soziales sowie der Bundesagentur für Arbeit bündelt wichtige Informationen zu Karriere und Leben in Deutschland. Darüber hinaus informiert es, in welchen Branchen Fachkräfte gesucht werden und unter welchen Voraussetzungen internationale Fachkräfte eine Arbeit aufnehmen können.
- **www.studienwahl.de**
Portal der Bundesagentur für Arbeit und der Kultusministerkonferenz, über das Unternehmen unentgeltlich Praktikumsplätze anbieten und sich über weitere Online-Praktikantenbörsen informieren können.

Literatur

- **Deutscher Akademischer Austauschdienst (2012):** Wissenschaft weltoffen – Daten und Fakten zur Internationalität von Studium und Forschung in Deutschland
https://www.daad.de/imperia/md/content/portrait/studienundstatistiken/wiwe_2012_mit_links.pdf

- **KfW Bankengruppe (2012):** Akzente – das Potenzial ausländischer Hochschulabsolventen
http://www.kfw.de/kfw/de/I/II/Download_Center/Fachthemen/Research/Archiv/PDF-Dokumente_Akzente/Akzente_Nr._59_Februar_2012.pdf

- **Müller-Nedebock, S. et al. (2009):** Hochschulmarketing effektiver gestalten. In: Personal, Heft 07-08/2009
http://www.wyngate.de/tl_files/Files/Campusinsider%202009_Artikel%20PERSONAL.pdf

- **Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (2012):** Mobile Talente? Ein Vergleich der Bleibeabsichten internationaler Studierender in fünf Staaten der Europäischen Union
http://www.svr-migration.de/content/wp-content/uploads/2012/04/Studie_SVR-FB_Mobile_Talente.pdf

- **Statistisches Bundesamt (2012):** Bildung und Kultur, Studierende an deutschen Hochschulen - Fächersystematik -
https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/BildungKultur/StudentenPruefungsstatistik.pdf?__blob=publicationFile

