Projektbericht

ProCEEd

Pojektlaufzeit

12.12.2008 – 17.09.2009

Kurzbeschreibung

Ausbildungsforschungskooperation für vorausschauendes Personalmarketing und –recruiting in ausgewählten Ländern Mittel- und Osteuropas: Tschechien, Slowakei, Polen, Russland, Ukraine, Rumänien.

Projektkoordinator

KEBA AG
Gewerbepark Urfahr 14-16
4041 Linz

Projektpartner

voestalpine Stahl GmbH
Voestalpine-Str. 3
4020 Linz

Ulbrichts Witwe GmbH
Kaufing 40
4690 Schwanenstadt

Scheuch GmbH
Weifering 68
4971 Aurolzmünster

Zyltech Hydraulikproduktions GmbH
Im Astenfeld 12
4490 StFlorian

Internationalisierungsbestrebungen in Richtung Mittel- und Osteuropa konfrontieren oö. Unternehmen verstärkt mit der Problematik, zur richtigen Zeit und am richtigen Ort hoch spezialisiertes, qualifiziertes Personal zu finden und für eine internationale Aufgabe zu gewinnen. Dabei betrifft diese Herausforderung die verschiedensten Bereiche der Internationalisierung, von der einfachen Zusammenarbeit mit mittel- und osteuropäischen Partnern in Form von Outsourcing-Aktivitäten und Kooperationen bis zur Standortgründung mit Personalbedarf und dem grenzüberschreitenden Einsatz von internationalem Personal.

Inhalt von diesem Projekt war es, eine profunde Kenntnis der Ausbildungsmärkte und –systeme in Tschechien, Slowakei, Polen, Russland, Ukraine und Rumänien zu erlangen, was durch Austausch der Partner untereinander, durch exakte Recherche, durch Befragungen vor Ort und Einsichten aus der Literatur gelungen ist. Es wurden in modularer Form Inhalte zu Ausbildungsstruktur, -umfeld, -qualität, Wirtschaftsumfeld, regionaler Verteilung der relevanten Ausbildungsstätten und Erwartungen zukünftiger Mitarbeiter erarbeitet.

Projektergebnisse waren einerseits der ermöglichte Überblick und Austausch über aktuelle Herausforderungen des inernationalen Personalmarketings, andererseits die quantitative Erhebung der Anforderungen und Motivatoren von zukünftigen akademischen Arbeitskräften im Ländervergleich sowie vor allem das Pooling von Ideen für das internationale Personalmarketing durch Zusammenführen von Forschungsergebnissen und der Expertise/dem Know-how der Projektpartner.

Durch das Projekt gelang es den Projektpartnern, eine profunde Kenntnis der Ausbildungsmärkte und –systeme in den 6 Projektländern Mittel- und Osteuropas zu erlangen.

Diese solide Informationsbasis ermöglicht nun den Unternehmen ein vorausschauendes nachhaltiges Personalmarketing & -recruiting in **Tschechien, Slowakei, Polen, Russland, Ukraine** und **Rumänien**. Ebenso ermöglicht dieses exemplarische Projekt, mit gleicher Methodik andere relevante Märkte und Branchen zu analysieren. Durch die Einbindung der relevanten Mitarbeiter (Personalmanagement und Marketing), können die Unternehmen die Ergebnisse der Studie in die zukünftige Strategie einarbeiten und nachhaltige Veränderungen im Personalmarketing und –recruiting bewirken.

Im Rahmen des Projekts wurde gemeinsam mit allen Partnern eine Methode zur Ermittlung von Ausbildungsqualität entwickelt. Folgende Liste einfach anwendbarer Kriterien wurde erstellt und unterstützt die Partner bei der Auswahl verläßlicher Ausbildungsstätten in Mittel- und Osteuropa:

- Ratings (lokale & internationale)
- Anzahl der Studenten/Studienplatz
- Geschichte/Alter der Uni
- Anzahl der Fakultäten
- Netzwerk der Universitäten
- Qualität und Menge der Information auf der Website sowie Fremdsprachigkeit

Projektergebnisse aus Sicht des Projektpartners
Scheuch GmbH:

Die Ergebnisse aus dem Projekt sind für die Rekrutierung qualifizierter Mitarbeiter unserer Niederlassung in der Slowakei sehr wertvoll und fließen in die Überlegungen neuer Standorte ein. Insbesondere die Kenntnisse von konkreten Ausbildungsinhalten sowie die Erwartungshaltungen der Bewerber ermöglichen uns passgenaue Personalmarketinginstrumente in einem neuen Kulturfeld zu setzen.

Einige wesentliche Erkenntnisse:

Die gewünschte Art des Jobeinstiegs differiert stark in den einzelnen Ländern, wobei Praktika und Voluntariate im Vergleich zu konkreten Traineeships oder spezialisierten Positionen als weniger attraktiv wahrgenommen werden.

Firmenhomepages nehmen eine besonders wichtige Rolle als Informationskanäle bei der Jobsuche ein, währen traditionelle Kanäle wie Fernsehen oder Zeitung in den Hintergrund treten. Das war den Projektpartnern noch nicht in diesem Ausmaß bewußt.

Die „Pendelbereitschaft“ oder Mobilität unterscheidet sich auch stark: sie ist in der Slowakei am niedrigsten und in Rumänien am höchsten.

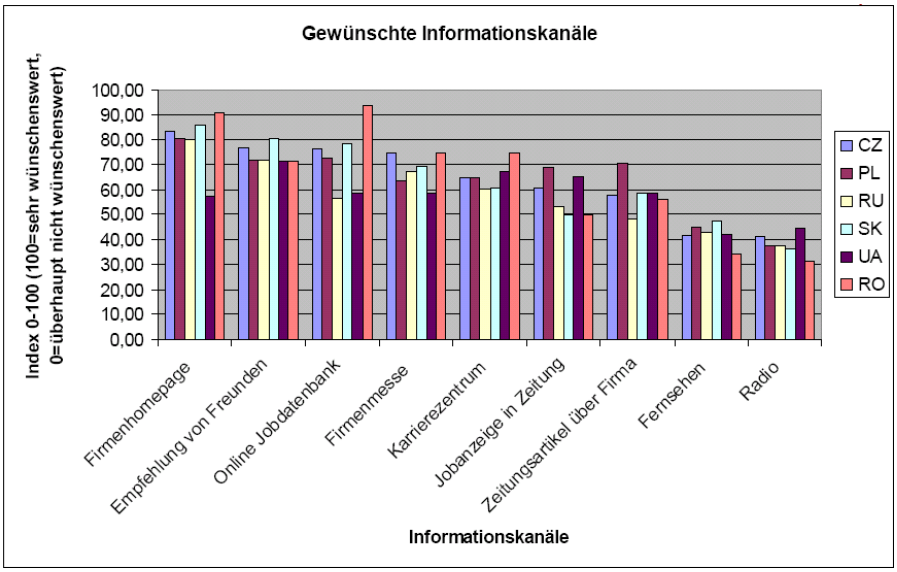
Die Bereitschaft, im Ausland zu arbeiten ist hoch und beträgt in allen Projektländern zwischen 3 und 5 Jahren. Jedoch unmittelbar nach der Ausbildung denken die meisten Studierenden eher an einen Arbeitseinsatz in der Heimat.

Die internationale Bekanntheit und das Image des Unternehmens spielen eine wesentliche Rolle bei der Gewinnung mit Mitarbeitern in Mittel- und Osteuropa.

Eine Grundlage für die Jobwahl stellt für viele Studierende die Empfehlung von Kollegen die dort arbeiten, bzw. der Erstkontakt durch ein Praktikum dar.

Das Anbot von Karriereperspektiven und Weiterbildungsmöglichkeiten darf im Gegensatz zu monetären Anreizen nicht unterschätzt werden.

Was sind die beliebtesten Informationskanäle bei der Jobsuche?



Allgemeiner Nutzen der Kooperation für alle Projektpartner:

- Information über die Vorgangsweisen der anderen Projektpartner
- Gedankenaustausch / Inspiration durch unterschiedliche Branchen/Größen/Strukturen
- Erhöhung des Wissensstandes durch Projektergebnisse
- Reflexion der eigenen Strategien im Rahmen der Workshops
- Grundsätzliche Sensibilisierung für interkulturelle Unterschiede und deren Bedeutung im Personalwesen

Regio 13 Impulse für OÖ
CLUSTERLAND OBERÖSTERREICH GmbH
Das Netzwerk Humanressourcen wird im Rahmen des EU-Programms „Regionale Wettbewerbsfähigkeit OÖ 2007-2013 (Regio 13)“ aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) sowie aus Landesmitteln gefördert.
Clusterland Oberösterreich GmbH | Hafenstraße 47-51 | 4020 Linz | Austria | Tel.: +43 732 79810-5168 | Fax: +43 732 79810-5160 | e-mail: netzwerk-hr@clusterland.at