

2 Vorbetrachtung

Bevor mit der eigentlichen Aufgabenstellung begonnen wird, sollen im Verlauf dieses Kapitels einige Grundaussagen getroffen und festgehalten werden, auf die sich die gesamte Arbeit, im Besonderen aber bei der Anwendung auf das Beispiel der Region Nordschwarzwald, beziehen soll. Zudem sollen auch die eigens durchgeführten Umfragen vorgestellt werden, die als eine der Grundlagen der Arbeit fungieren.

2.1 Grundlegende Definitionen

Kleine und mittlere Unternehmen

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) werden im Rahmen dieser Arbeit wie folgt definiert:

- Kleine Unternehmen sind jene, die nicht mehr als 49, mindestens aber 10 Beschäftigte haben
- Mittlere Unternehmen siedeln sich bei einer Beschäftigtenzahl von 50 bis maximal 249 Personen an

Ferner gelten Unternehmen, die genau 10 oder weniger Beschäftigte haben, als Kleinstunternehmen. Der Umsatz spielt hierbei keine Rolle.

Internationale Kontakte

Wenn in dieser Arbeit von internationalen Kontakten gesprochen wird, so beziehen sich diese auf mindestens einen der folgenden Aspekte:

- internationaler Warenverkehr (Export sowie Import)
- internationales Anbieten von Leistungen
- internationale Aufstellung (Niederlassungen, Tochterunternehmen etc. im Ausland)

2.2 Durchgeführte Umfragen

Diese Arbeit soll nicht nur auf Fachliteratur, sondern auch auf Ansichten und Erfahrungswerte aller beteiligten Subjekte fußen. Für diesen Zweck wurden drei Umfragen (Arbeitgeber der Region Nordschwarzwald, inländische Arbeitnehmer, ausländische Arbeitnehmer) durchgeführt, die hier kurz vorgestellt werden sollen.

2.2.1 Umfrage: Arbeitgeber der Region Nordschwarzwald

Die Umfrage richtete sich an Arbeitgeber aus der Region Nordschwarzwald. Zielsetzung war das Sammeln empirischer Daten zu Fragestellungen über die Anforderungen an Arbeitnehmer, der Einschätzung über zukünftige Probleme der Region Nordschwarzwald, sowie allgemeine Fragen über die Unternehmen der Umfrage-Teilnehmer für etwaige Rückschlüsse. Für die Arbeit relevante Ergebnisse werden an entsprechenden Stellen ausgeführt. Ein Fragenkatalog mit den Ergebnissen befindet sich im Anhang [1].

2.2.2 Umfrage: inländische Arbeitnehmer

Ziel der Umfrage war es herauszufinden, wann Arbeitnehmer ihren Arbeitsplatz bzw. Arbeitgeber und ihr Lebensumfeld attraktiv finden. Oder anders: Wann sind Arbeitnehmer bereit für einen Job wegzuziehen; was müssen Region und Arbeitgeber dafür bieten?

Die Umfrage gliederte sich dabei, neben allgemeinen, demografischen Fragen, in drei große Bereiche:

- Fragen zu wichtigen Aspekten des Arbeitsumfeldes und aktuellen Arbeitslebens,
- auf welche Aspekte Arbeitnehmer achten würden, wenn Sie sich für eine neue Arbeitsstelle umsehen würden,
- was eine Region für Arbeitnehmer attraktiv macht.

An der Umfrage nahmen 131 Personen teil. Der Auswertung nach ist der Teilnehmer im Durchschnitt:

- männlich,
- Student,

- zwischen 18 und 24 Jahre alt,
- hat Abitur,
- ist wohnhaft in Deutschland (Baden-Württemberg),
- hat eine abgeschlossene Berufsausbildung und/oder einen Bachelor (FH),
- spricht Englisch
- und (bevorzugt) keinen Dialekt.

Eine genaue demografische Aufgliederung der Teilnehmergruppe sowie der Fragenkatalog befinden sich im Anhang [2]. Relevante Ergebnisse werden im Laufe der Arbeit an passenden Stellen eingebunden und erläutert. Um diese Umfrage von anderen zu unterscheiden, wird diese in der Arbeit stets als „Umfrage inländischer Arbeitnehmer“ bezeichnet.

2.2.3 Umfrage: ausländische Arbeitnehmer

Um aber gleichzeitig einen Vergleich zwischen inländischen und ausländischen Arbeitnehmern ziehen zu können, wurden ähnliche Fragen speziell Menschen gestellt, welche weder Deutsche sind, noch die deutsche Sprache beherrschen. Damit soll vorgebeugt werden, dass die Befragten keinen besonderen Bezug zu Deutschland und seiner Kultur haben und damit in der Befragung objektiver sind, wenn es um einen internationalen Vergleich geht. Zudem wurden speziell Fragen zur Integration gestellt um herauszufinden, ob und wann Ausländer potenziell bereit sind in Deutschland nicht nur zu arbeiten, sondern dort auch langfristig zu leben. Der Fragenkatalog befindet sich im Anhang [3].

In Kapitel 5.4.4 wird, unter dem Gesichtspunkt der Wünsche und Anforderungen ausländischer Arbeitnehmer für ein (Arbeits-)Leben im Ausland, detaillierter auf diese Umfrage eingegangen und die Ergebnisse daraus vorgestellt.

Employer Branding für KMU

Die Bedeutung internationaler Kontakte bei der
Gewinnung von Arbeitskräften

Hanußek, D.V.

2016, XVII, 165 S. 12 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-11834-1