

Rekrutierung im Ausland: Schritt für Schritt

Wenn Sie neue Rekrutierungswege gehen, bewegen Sie sich oft auf zunächst unbekanntem Terrain. Rechtliche Besonderheiten sind zu beachten. Auch kulturelle Aspekte sowie die Sprache spielen beim Finden und Binden internationaler Fachkräfte eine wichtige Rolle. Das alles sollten Sie nicht über-, aber eben auch nicht unterschätzen. Beachten Sie auch:

Konkurrenz um Fachkräfte: Sie konkurrieren mit Betrieben aus vielen Staaten um fähige Köpfe. Es reicht daher nicht aus, auf die wirtschaftliche und soziale Attraktivität Deutschlands zu vertrauen – zumal die deutsche Sprache international weniger verbreitet ist und als eher schwer erlernbar gilt.

Vorlaufzeit: Gehen Sie davon aus, dass die Suche gerade in Drittstaaten außerhalb von EU und EFTA allein schon aus formalen Gründen deutlich länger dauern kann (ggf. gegensteuern können Sie mit einem „Beschleunigten Fachkräfteverfahren“). Planen Sie also zusätzliche Vorlaufzeiten ein.

Kultursensibler Auswahlprozess: Achten Sie darauf, Missverständnissen und unbewusste Verzerrungen aufgrund länder- und kulturspezifischer Unterschiede möglichst zu vermeiden. Das bezieht sich gerade auch auf die schriftliche Bewerbung, das persönliche Vorstellungsgespräch, die Auswahlmethoden sowie die allgemeinen Reaktionszeiten. Vertiefende Hinweise erhalten Sie hier sowie im Kapitel „Integration ausländischer Fachkräfte – Willkommenskultur schaffen“ dieses Ratgebers.

Systematischer Rekrutierungsprozess: Im Rekrutierungsprozess hilft ein systematisches Vorgehen – von der Personalsuche bis zur Einarbeitung der neuen Fachkraft. Sie können auf Unterstützung von vielen Seiten zurückgreifen. Weiterführende Hinweise hierzu erhalten Sie nachfolgend in neun Schritten und im Kapitel „Unterstützung bei der Auslandsrekrutierung“.

Tipp: Stellen Sie der Fachkraft für den gesamten Bewerbungsprozess einen Ansprechpartner aus der Personalabteilung oder aus dem späteren Einsatzbereich zur Seite – am besten mit entsprechenden Sprachkenntnissen.

Schritt 1: Personalbedarfsanalyse und Personalplanung

Personalbedarfsanalyse und -planung – Risiken erkennen

Welchen Personalbedarf haben Sie derzeit? Und welche Mitarbeiter werden Sie in den kommenden Jahren brauchen? Zu diesen Fragen sollten Sie unbedingt Klarheit haben. Berücksichtigen Sie hierbei auch den demografischen Wandel in Deutschland und die Digitalisierung in Produktion und Verwaltung.

Eine gute Möglichkeit, die Personalsituation in Ihrem Unternehmen zu analysieren finden Sie auf unseren [Recruiting-Seiten](#) und auf der Website des [Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung](#).

Schritt 2: Anforderungsprofil erstellen

Anforderungsprofil erstellen – gewünschte Fertigkeiten benennen

Ins Anforderungsprofil für eine zu besetzende Stelle gehören Informationen zu den wichtigsten fachlichen und persönlichen Anforderungen. Zumindest die Kernpunkte gehören dann auch in die Stellenausschreibung. Existiert ein Anforderungsprofil bereits, sollten Sie prüfen, ob es noch aktuell und für eine internationale Bewerbersuche geeignet ist. Hinweise hierzu bietet auch der Absatz: Stellenausschreibung formulieren – das Unternehmen präsentieren“. Was bei der Erstellung des Anforderungsprofils noch zu beachten ist:

- **Mitarbeiter einbeziehen:** Beziehen Sie möglichst auch Mitarbeiter und Führungskräfte mit ein, die die erforderlichen Kompetenzen für die Stelle einschätzen können. So erhalten Sie

einen besseren Überblick über das Aufgabenspektrum und die nötigen Fähigkeiten.

- **Fertigkeiten benennen:** Bei Bewerbern können Unklarheiten über die gewünschten Anforderungen bestehen – beispielsweise, weil internationale Fachkräfte über Qualifikationen verfügen, die nicht unbedingt mit denen deutscher Abschlüsse vergleichbar sind. Daher sollte das Stellenprofil nicht allein erforderliche Abschlüsse benennen – sondern auch Fähigkeiten und Fertigkeiten, die Sie suchen. Das können etwa Erfahrungen im Umgang mit bestimmten Werkzeugen oder Produktionsverfahren sein.
- **Muss- und Soll-Anforderungen benennen:** Definieren Sie, welche Kenntnisse für die anfallenden Aufgaben Voraussetzung sind – noch während der Arbeit erworben werden können. Ganz wichtig ist auch der Hinweis auf die zum Start erforderlichen Sprachkenntnisse.
- **Stelle ins Unternehmensgefüge einordnen:** Ins Anforderungsprofil gehört die organisatorische Einordnung der Stelle im Unternehmensgefüge – einschließlich Hinweisen zum Standort, zur Abteilung, zu Vorgesetzten, zu Entlohnung und Entwicklungsmöglichkeiten.

Schritt 3: Zielgruppenanalyse und Festlegung des Ziellandes

Zielgruppenanalyse erstellen – Zielland festlegen

Sie haben entschieden, ausländische Bewerber anzusprechen? Dann stellt sich die Frage nach den konkreten Zielgruppen. Typischerweise sind dies: internationale Fachkräfte im Ausland, internationale Studierende an deutschen Hochschulen sowie Geflüchtete und Asylsuchende in Deutschland.

Zunächst sollten Sie prüfen, welche Länder bzw. Nationalitäten für Ihr Unternehmen besonders gewinnbringend sein können. Hierbei sollten Sie prüfen:

- Mit welchen Ländern hält Ihr Unternehmen bereits Kunden- oder Zulieferbeziehungen?
- Inwieweit bestehen über Ihre Mitarbeiter z.B. durch deren Migrationshintergrund Kontakte zu bestimmten Ländern?
- Wie ist die Situation auf dem dortigen Arbeitsmarkt? Können die gewünschten Qualifikationen gefunden werden?
- Sind deutsche oder zumindest englische Sprachkenntnisse verbreitet?
- Welche rechtlichen Voraussetzungen sind bei der Rekrutierung zu beachten?

Beachten Sie hierzu unsere Checkliste „Das Zielland festlegen – diese Kriterien können dabei helfen“. Internationale Länderprofile sowie vielfältige weitere Länderinformationen finden Sie z.B. auf der Website von [Germany Trade & Invest](#). Ländersteckbriefe und weiterführende Links bietet auch die Website des [Auswärtigen Amtes](#). Unterstützung bieten Ihnen zudem die [Deutschen Außenhandelskammern](#).

BIHK-Checkliste: Kriterien zur Auswahl von Zielländern

Schritt 4: Stellenausschreibung formulieren

Stellenausschreibung klar formulieren – das Unternehmen präsentieren

Bei der Ableitung der Stellenausschreibung aus dem Anforderungsprofil sollten Sie unter anderem diese wichtigen formalen und inhaltlichen Aspekte beachten:

- **Sprache:** Die Ausschreibung sollte in den Amtssprachen aller Länder verfasst sein, in denen Sie ausschreiben wollen – zumindest aber auf Englisch. Beachten Sie dabei, dass die Prüfung von Bewerbungsunterlagen je nach Landessprache schwierig sein kann. Bitten Sie daher um beglaubigte Übersetzungen von Zeugnissen auf Deutsch oder Englisch. Falls Sie

selbst Außenstehende zur Übersetzung von Bewerbungsunterlagen heranziehen wollen: Beachten Sie, dass dazu die Zustimmung des Bewerbers erforderlich ist. Andernfalls dürfen die Unterlagen nur anonymisiert weitergegeben werden (mit geschwärzten Namen, Fotos, Urkundennummern etc.)

- **Bewerbungsunterlagen:** Die gewünschten Kompetenzen sollten Sie klar benennen. Gleichzeitig sollten Sie deutlich machen, welche Nachweise Sie dazu erwarten. Selbst in unseren Nachbarländern gibt es teilweise Abweichungen von den in Deutschland üblichen Standards für Bewerbungsunterlagen. Beispielsweise kann die Unterschrift unter dem Lebenslauf fehlen. Vorgaben sind an dieser Stelle aber nur bedingt notwendig bzw. sinnvoll.
- **Landestypische Bewerbungsverfahren:** Informieren Sie sich im Voraus über landestypische Unterschiede der Bewerbungsverfahren und -unterlagen. So wissen Sie, was in anderen Ländern üblich und erwartbar ist und können die Qualität der Bewerbungen besser einschätzen. Weitere Informationen erhalten Sie auf der Website [„Anerkennung in Deutschland“](#) oder unter der Hotline „Arbeiten und Leben in Deutschland“ (Tel. 0049 30 1815 1111).
- **Deutsche Besonderheiten:** Bei Ihrer Stellenausschreibung sollten Sie berücksichtigen, dass es Besonderheiten etwa auf dem deutschen Arbeitsmarkt und beim deutschen Arbeitsrecht gibt – wie die Absicherung durch Beiträge zur Sozialversicherung oder den Unterschied von Brutto- und Nettogehalt.
- **Entwicklungsmöglichkeiten:** Weisen Sie auf finanzielle und berufliche Entwicklungschancen hin, soweit vorgesehen.
- **Eigenwerbung:** Besonders im internationalen Umfeld sollten Sie in Ihrer Stellenanzeige aufführen, was Sie als Arbeitgeber für Bewerber besonders attraktiv oder vielleicht sogar einzigartig macht. Gibt es enge geschäftliche oder persönliche Verbindungen Ihres Unternehmens zu bestimmten Ländern? Bieten Sie neben den „üblichen“ Zusatzleistungen für Ihre Mitarbeiter beispielsweise die Freistellung zu und die Vermittlung von Sprachkursen? Helfen Sie internationalen Fachkräften anderweitig, damit sie gut in Deutschland und in Ihrem Betrieb ankommen? Tipp: Schauen Sie sich auch an, wie sich anderen Unternehmen auf der internationalen Bühne präsentieren, z.B. in Jobportalen. Hinweise hierzu bietet die Übersicht „Stelle ausschreiben – die wichtigsten Verbreitungswege“.
- **Zusatzinformationen:** Für Bewerber können auch Informationen interessant sein, die nicht direkt Ihr Unternehmen betreffen – etwa Verkehrsverbindungen, Schulen und Kinderbetreuungsmöglichkeiten oder Freizeitangebote in der Region. Dazu können Sie beispielsweise auf die Internetangebote Ihrer Kommune, lokaler Tourismusorganisationen oder der regionalen Wirtschaftsförderung hinweisen bzw. verlinken.

Tipp: Achten Sie auf eine klar formulierte, informative Stellenausschreibung. Sie erhöht die Chancen, dass sich die richtigen Personen bei Ihnen bewerben. Achten Sie darauf, Missverständnissen vorzubeugen. „Verkaufen“ Sie die ausgeschriebene Position ebenso wie die Lebensbedingungen vor Ort also auch nicht anders, als sie sind.

[BIHK-Checkliste: Bewertung Inhalte des Stellenangebots](#)

Schritt 5: Stelle ausschreiben - Ausschreibungskanäle

Stelle ausschreiben – den richtigen Ausschreibungsweg wählen

Wie wird der potenzielle Bewerberkreis am besten über das Stellenangebot informiert? Durch eine zielgerichtete Auswahl der Informationskanäle, die Ihre Zielgruppe bevorzugt nutzt, verringern Sie Aufwand und Kosten Ihrer Personalsuche. Diese Informationskanäle können von Land zu Land sehr unterschiedlich sein, generell kommen aber infrage:

- Stellenanzeige in Online-Medien (z.B. Karriereportalen, Stellenbörse der Agentur für Arbeit, soziale Netzwerke, Ihre eigene Webseite)

- Serviceangebote der Bundesagentur für Arbeit (ZAV / EURES)
- Unternehmensinterne Bekanntmachung und Verbreitung des Angebots über Ihre eigenen Mitarbeiter (z.B. in Auslandsvertretungen) sowie evtl. über Handelspartner im Ausland.
- Persönliche Kontakte, Netzwerke
- Vorliegende Initiativbewerbungen bzw. Anfragen
- Active Sourcing: Aktive Suche nach Fachkräften in Bewerberdatenbanken und sozialen Netzwerken
- Stellenanzeige in Printmedien

Durch einen Mix mehrerer dieser Kanäle können Sie den potenziellen Bewerberkreis vergrößern. Achten Sie dabei darauf, dass Ihre Anzeigen inhaltlich konsistent sind in allen Sprachen und auf allen Kanälen. Mehr zu den wichtigsten Verbreitungswegen:

Stellenanzeige online als Standard

Für Online-Anzeigen sind stichwortartige Aufzählungen besonders sinnvoll, da Bewerber im Web oft viele Stellenanzeigen in kürzester Zeit lesen und es daher auf schnelle Erfassbarkeit ankommt. Online-Ausschreibungen sind zudem meist günstiger und schneller als Print – und die meisten Bewerber halten gezielt danach Ausschau. Zudem bietet es sich an, gezielt auch auf Informationen über Ihr Unternehmen als Arbeitgeber und zum Beispiel Ihren Standort hinzuweisen. Diese können Sie dann mit dem Stellenangebot verlinken. Weitere wichtige Aspekte:

- **Datenschutz:** Dem Datenschutz sollten Sie bei einer Online-Bewerbung große Aufmerksamkeit widmen. Sie können für Bewerbungen zum Beispiel eine besonders gesicherte Mailadresse oder einen verschlüsselten Server einrichten. Informationen zum Datenschutz bieten etwa das [Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein](#) und der [Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit \(DFBI\)](#).
- **Aktualität:** Beachten Sie, dass vor allem aktuelle Anzeigen wahrgenommen werden. Es kann daher sinnvoll sein, dass Sie ihre Anzeige nach einigen Wochen entfernen und (ggf. leicht verändert) neu einstellen. Und nach Ende der Bewerbungsfrist sollte die Ausschreibung rasch entfernt werden.

Wichtige Möglichkeiten zur Online-Veröffentlichung sind:

Zentrale Auslands- und Fachvermittlung (ZAV): Gerade kleine und mittlere Unternehmen sollten auch bei der Stellenausschreibung das Serviceangebot der Bundesagentur für Arbeit (BA) nutzen: Deren örtliche Niederlassung arbeitet mit der Zentralen Auslands- und Fachvermittlung (ZAV) der BA zusammen. Vorteile für Unternehmen:

- Europaweite Veröffentlichung von Stellenangeboten über EURES (EUropean Employment Services). Dieses Netzwerk bietet Unternehmen zudem kostenlose Informations-, Beratungs- und Vermittlungsdienstleistungen für die Beschäftigung von internationalen Fachkräften an. Sie können sich auf dem EURES-Portal als Arbeitgeber registrieren, in vielen europäischen Ländern nach Bewerbungsunterlagen suchen und bei Interesse Bewerber kontaktieren,
- Kontaktvermittlung zu Hochschulen in Europa,
- Teilnahme-Möglichkeit an Jobmessen im Ausland, die von der ZAV gemeinsam mit Partnerorganisationen veranstaltet werden,
- Präsentation von Stellenangeboten auf Auslandsmessen.

Tip: Die BA präsentiert Ihnen Bewerber in ihren regelmäßig erscheinenden Internationalen Bewerberanzeigen. Darin finden Sie Kurzprofile qualifizierter Fachkräfte aus dem Ausland, die eine Anstellung in Deutschland suchen. Sie bringen Qualifikationen für Berufe mit, in denen in Deutschland ein Fachkräftemangel besteht. Downloadmöglichkeit der aktuellen Bewerberanzeigen:

- [Bewerberanzeiger für technische Berufe](#)
- [Bewerberanzeiger für Gesundheitsberufe](#)

Make it in Germany: Wenn Sie bei der Arbeitsagentur (BA) eine Stellenanzeige in einem Engpassberuf (z.B. IT-Berufe, Pflegekräfte) melden, erscheint diese auf der Jobbörse der Bundesregierung im Portal [„Make it in Germany“](#).

Geben Sie also beim Kontakt mit Ihrem örtlichen Arbeitgeberservice einen entsprechenden Hinweis oder kreuzen Sie in der Eingabemaske der BA-Onlinestellenbörse die entsprechende Option an. Sie können so Interessenten weltweit kostenfrei auf Ihr Stellenangebot aufmerksam machen.

Online-Jobportale: Im Internet finden Sie zahlreiche internationale oder landesspezifische Jobbörsen. Schalten Sie Ihre Stellenausschreibung dort online oder suchen Sie in den Bewerber-Pools der Online-Jobbörsen nach geeigneten Kandidaten. Drei Beispiele von vielen sind monster, stepstone und viadeo. Eine Jobbörsen-Übersicht nach Ländern bietet beispielsweise online-recruiting.net.

Stellenbörsen sind häufig auf bestimmte Zielgruppen spezialisiert. Beispielsweise gibt es Internetseiten, auf denen Sie gezielt internationale Fachkräfte oder Auszubildende ansprechen können. Weitere Anbieter sind Kammern, Verbände und Fachmedien. Nehmen Sie sich für die Auswahl der passenden Online-Jobbörse Zeit. Wichtige Kriterien bei der Auswahl:

- Zahl der Nutzer / Bewerber
- Aktualität eingestellter Stellenangebote und -gesuche
- Regionale und fachliche Ausrichtung
- Preis-/Leistungsverhältnis (z.T. sehr unterschiedlich)
- Laufzeit Ihres Angebots
- Benutzerfreundlichkeit (Ladezeiten, Navigationsstruktur etc.)
- Gibt es Empfehlungen eigener Führungskräfte, Mitarbeiter, Kunden etc.?

Wissenswert: Für Ihre Onlinerecherche nutzen Jobsuchende häufig auch Meta-Jobbörsen, also Internet-Suchmaschinen, die mehrere Jobbörsen auf einmal berücksichtigen. Einige Suchmaschinen checken zusätzlich zu Jobbörsen teilweise auch Unternehmenswebsites und andere Internetportale nach verfügbaren Stellen. Ein neueres Beispiel ist „Google for Jobs“. Über die Suchmaschine sind zumindest bislang allerdings keine Job-Angebote direkt schaltbar. Damit die eigene Stellenausschreibung im Suchergebnis möglichst weit oben steht, sind gewisse technische und inhaltliche Grundlagen (z.B. SEO) einzuhalten.

Unternehmens-Webseite: Die Veröffentlichung einer Stellenausschreibung auf Ihrer Webseite geht schnell. Ein großer Vorteil: Sie können aktuelle Stellenangebote mit vielfältigen anderen Informationen auf der Webseite verknüpfen, vor allem mit Ihrer Präsentation als Arbeitgeber. Wenn Sie dazu sogar internationale Mitarbeiter einbinden, beispielsweise mit Fotos, Videos oder Podcasts aus dem Unternehmensalltag – umso besser. Womit Sie noch punkten können:

- **Karrierebereich:** Haben Sie häufiger Stellen zu besetzen, bietet es sich an, einen eigenen Bereich „Karriere“ oder „Jobs“ auf Ihrer Webseite einzurichten. Dort können Sie dann Ihre Angebote einstellen. Verstecken Sie den Karrierebereich nicht, sondern bauen Sie ihn am besten als eigenen Menüpunkt direkt auf Ihre Startseite – so finden Stellensuchende Ihre Angebote am schnellsten.
- **Mobile Recruiting:** Bei der Jobsuche nutzen viele Kandidaten Smartphones oder Tablets. Achten Sie bei der Gestaltung und Programmierung Ihrer Webseite bzw. von Stellenangeboten deshalb darauf, dass sie sich an die Bildschirmgröße mobiler Endgeräte anpassen („Responsive Design“).

Social Networks: Viele Arbeitnehmer im In- und Ausland sind in sozialen Netzwerken aktiv und knüpfen dort Business-Kontakte. Gut geeignet für die Personalrekrutierung sind Portale wie Xing (überwiegend deutschsprachig) oder LinkedIn (überwiegend englischsprachig); auch Twitter, Facebook und Instagram beispielsweise werden oft für Stellenausschreibungen genutzt. Ein wichtiger Vorteil: Sie können mit Interessenten in persönlichen Kontakt treten. Social Networks und Jobportale sind häufig auch untereinander vernetzt.

Eigenes Firmenprofil: In sozialen Netzwerken sind immer mehr Unternehmen mit eigenen Arbeitgeberprofilen zu finden. Hier können Sie Ihre Stellenangebote kommunizieren, ebenso wie andere Neuigkeiten aus Ihrem Unternehmen.

Blog: In einem Firmenblog können Sie etwa Einblick in Ihren Unternehmensalltag geben oder wirtschaftliche und technische Entwicklungen aus Ihrer Fachperspektive analysieren. So etablieren Sie Ihr Unternehmen als nahbar und kompetent – und können zielgerichtet bestimmte Bereiche oder Berufe beschreiben, für die Sie neue Fachkräfte suchen.

Stellenanzeige Print vor allem für Schlüsselpositionen

Ein Inserat in Printmedien wie Zeitungen oder (Fach-)Zeitschriften macht am ehesten Sinn bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter im Inland. Im Ausland sind der organisatorische und (bei überregionalen Zeitungen) finanzielle Aufwand oft hoch. Deshalb lohnt dieser (zusätzliche) Weg am ehesten bei der Ausschreibung von Schlüsselpositionen.

Der Fokus einer Printanzeige sollte auf die Stellenbeschreibung gelegt werden – auf die Darstellung des konkreten Aufgabenbereichs, die hierarchische Einordnung, die erforderlichen Qualifikationen und erwünschten Kompetenzen.

Persönliche Kontakte und Netzwerke oft notwendig

Besonders in beziehungsorientierten Kulturen (Lateinamerika, arabischer Raum, große Teile Afrikas und Asiens) sollten Sie auf vorhandene Netzwerke zurückgreifen – oder auf in diesem Bereich tätige, spezialisierte Berater. Persönliche Kontakte und Beziehungen spielen in diesen Ländern eine zentrale Rolle und beeinflussen berufliche Entscheidungen maßgeblich. Wer darauf nicht zurückgreifen kann, sollte bei Stellenausschreibungen auch weitere Multiplikatoren im Ausland nutzen, wie die [Außenhandelskammern und deren Personalvermittlung](#) oder die [German Centres](#) (hinter ihnen stehen die BayernLB und die Landesbank Baden-Württemberg).

Auslandsmessen für den Erstkontakt

Der Besuch von Fach- oder Personalmessen im Ausland kann einen zusätzlichen Rekrutierungsweg darstellen. Sie empfehlen sich gerade für kleine und mittlere Unternehmen mit regional begrenztem Bekanntheitsgrad. Hier können Stellensuchende Ihr Unternehmen und seine Produkte kennenlernen und mit Ihnen persönlich in Kontakt treten. Natürlich ist der organisatorische und finanzielle Aufwand vergleichsweise hoch. Damit er sich lohnt, ist eine gute Vorbereitung umso wichtiger. Das fängt bei der Auswahl der Messe an.

- **Messe-Auswahl:** Eine kostenlose umfangreiche Datenbank zur Recherche von geeigneten Messen bietet die Internetseite des [Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft \(AUMA\)](#). Kostenlose, europaweite Rekrutierungsmessen finden Sie auf der Webseite [European Job Days](#).
- **Bundesagentur für Arbeit:** Auch die Zentrale Auslands- und Fachvermittlung (ZAV) der Bundesagentur für Arbeit ist bei der Organisation und Durchführung von Rekrutierungsveranstaltungen im Aus- und Inland regelmäßig aktiv. Informationen erhalten Sie unter der Rufnummer 0049 228 713 1313.

[BIHK-Checkliste: Stellenanzeige - Veröffentlichungskanäle](#)

Schritt 6: Bewerberauswahl

Bewerber-Auswahl – auch Erfahrung zählt

Die ersten Bewerbungen liegen vor. Bewerten Sie diese zunächst objektiv anhand der Kriterien aus Ihrer Stellenausschreibung:

Schritt 1: Beachten Sie, dass in anderen Ländern beispielsweise der Aufbau von Lebenslauf und Anschreiben oft anders sind als in Deutschland. Etwa in englischsprachigen Ländern sind zudem Bewerbungsfotos unüblich. Seien Sie also offen für formale Abweichungen.

Schritt 2: Versuchen Sie den Bewerber nicht nur anhand seiner formalen Qualifikationen oder Zeugnisse einzuschätzen, sondern beziehen Sie auch belegbare Kompetenzen zum Beispiel aus der Lebens- und Berufserfahrung mit ein.

Weitere Hinweise und Informationen bietet unsere Checkliste „Bewerbungen von internationalen Fachkräften richtig lesen“. Umfassende Informationen, um ausländische Aus- und Fortbildungsabschlüsse besser bewerten und einschätzen zu können, bietet zudem das [BQ-Portal](#).

[BIHK-Checkliste: Bewertung internationaler Bewerbungen](#)

Schritt 7: Bewerbungsgespräche führen

Bewerbungsgespräche führen – Ländergrenzen überwinden

Für einen professionellen Bewerbungsprozess mit internationalen Fachkräften sollten Sie eine Ansprechperson mit entsprechenden Sprachkenntnissen bereitstellen, die alle Schritte von der Bewerbung über die Auswahl bis zur Einstellung begleitet. Zum guten Umgang gehört es auch, dass Sie den Eingang von Bewerbungsunterlagen bestätigen und dass Sie allen anderen Kandidaten absagen, sobald Ihre neue Fachkraft ihren Vertrag unterzeichnet hat.

Kontaktaufnahme mit dem Bewerber

Für eine erste Kontaktaufnahme bieten sich das Telefon oder – besser und preiswerter – ein (Video-)Telefonat per Internet an. Achten Sie darauf, dass das Gespräch für beide Seiten verständlich ist und ziehen Sie gegebenenfalls einen Dolmetscher hinzu.

Um ein Gefühl dafür zu bekommen, ob ein Kandidat grundsätzlich überhaupt infrage kommt, bietet es sich an, bereits beim Erstkontakt neben fachlichen Themen auch Fragen anzusprechen wie:

- Welche Motive hat der Bewerber, nach Deutschland zu kommen?
- Welche Vorstellungen von Arbeit und Leben hat der Bewerber?
- Welche Unterstützungsangebote können Sie für die Integration der Fachkraft und ggf. ihrer Familie leisten?
- Falls es zum Bewerbungsgespräch kommt: Wird für die Einreise ein Visum benötigt?

Besonders wichtig sind solche Themen, wenn Sie die Fachkraft langfristig binden wollen. Erklären Sie auch, inwieweit Sie bei einer Anreise zum Vorstellungsgespräch unterstützen können, z.B. in finanzieller Hinsicht, indem Sie eine Übernachtungsmöglichkeit organisieren oder die Fachkraft vom Flughafen abholen. Beachten Sie bei der Vorstellung stets mögliche kulturelle Unterschiede, sowohl in der verbalen als auch der non-verbalen Kommunikation.

Das Bewerbungsgespräch – entscheidend im Auswahlprozess

Gerade mit Blick auf die Auslandsrekrutierung gilt: In der Regel ist das Bewerbungsgespräch wichtigster Teil des Auswahlprozesses. Es bekräftigt oder relativiert Eindrücke, die durch die schriftliche Bewerbung entstanden sind.

Ihre Fragen an den Bewerber sollten Sie sorgfältig auswählen. Immer zulässig sind fachliche Fragen zu (Aus-)Bildung, Berufssituation, Erfahrungen, Fähigkeiten und Fertigkeiten, nach Gründen zu Phasen der Arbeitslosigkeit, zu ausgeübten Nebentätigkeiten etc. Generell unzulässig sind in der Regel persönliche Fragen, etwa nach bestehenden Schwangerschaften, Heiratsplänen, Kinderwunsch, Vorstrafen, Religion, Mitgliedschaft in Gewerkschaften, Vermögensverhältnissen etc.

Übrigens: Einige Unternehmen führen das persönliche Vorstellungsgespräch im Herkunftsland der Fachkraft durch. Das bietet sich zum Beispiel an, wenn Sie eine Auslandsniederlassung vor Ort haben oder wenn mehrere Bewerber aus derselben Region infrage kommen und Sie die Gesprächstermine bündeln.

Sprachkenntnisse nicht übergewichten, Missverständnisse vermeiden

Sie sollten nicht zu hohe Anforderungen an die anfänglichen Deutschkenntnisse ausländischer Bewerber stellen. Ansonsten laufen Sie Gefahr, dass Sie die fachlichen und sozialen Kompetenzen der Fachkraft ausblenden oder falsch einschätzen, nur weil Sie sie vielleicht schlecht verstehen. Die meisten internationalen Bewerber werden nicht von vornherein Deutsch können. Das Erlernen einer Sprache benötigt Zeit.

Schritt 8: Internationale Fachkräfte einstellen

Internationale Fachkräfte einstellen

Sie haben eine passende ausländische Fachkraft für Ihr Unternehmen gefunden? Herzlichen Glückwunsch! Bieten Sie Ihr die Stelle offiziell an, vereinbaren Sie den konkreten Arbeitsbeginn und senden Sie ihr den Arbeitsvertrag zu, am

besten (auch) in einer qualifizierten englischen Übersetzung. Ziehen Sie dazu wenn nötig spezialisierte Übersetzer heran. Bieten Sie an, einzelne Punkte auf Nachfrage gemeinsam zu besprechen. Worauf Sie noch achten sollten:

- **Rechtliche Fragestellungen:** Informieren Sie Ihre neue Fachkraft bei Vertragsabschluss auch über Rechtliches, wie zum Beispiel die gesetzlichen Pflichtversicherungen und die Steuerpflicht in Deutschland. Diese können nämlich im Herkunftsland Ihrer neuen Fachkraft ganz anders geregelt sein. Eine gültige Krankenversicherung wird bereits ab dem ersten Tag der Einreise benötigt. [Mehr dazu](#)
- **Formalitäten:** Übermitteln Sie Informationen zu den notwendigen Formalitäten: Sozial- und Krankenversicherung, Steuernummer, Anmeldung etc.
- **Schriftverkehr:** Alle schriftlichen – und auch telefonischen – Kontakte erfolgen vorzugsweise durch wichtige Ansprechpersonen (Unternehmensführung, Personalleiter, Mentor).
- **Visum:** Eine Fachkraft aus einem Nicht-EU-Land kann den Arbeitsvertrag (unter Vorbehalt) unterschreiben, bevor sie ein gültiges Visum hat. Der Arbeitsvertrag ist häufig Voraussetzung für die Erteilung eines Visums zum Zweck der Erwerbstätigkeit. Mehr zum Thema erfahren Sie im Kapitel „Rechtliche Rahmenbedingungen – wer darf in Deutschland arbeiten?“
- **Fester Ansprechpartner:** Sie sollten für Rückfragen einen festen Ansprechpartner benennen. Mehr zu dem Thema „Unterstützung bei Behördengängen und Rechtliches“ finden Sie hier.

Schritt 9: Die Startphase

Worauf es in der Startphase ankommt

Ein neuer Job in einem neuen Land – für internationale Fachkräfte kann das mit einigen Herausforderungen verbunden sein. In den ersten Arbeitswochen sollte Ihr neuer Mitarbeiter deshalb eine intensive Einführung in seine Aufgabe erhalten. Geben Sie Ihrer Fachkraft Zeit, sich im Betrieb zurechtzufinden und planen Sie die ersten Arbeitswochen am besten systematisch und aufeinander aufbauend. Hilfreich kann es sein, wenn Sie für die Einarbeitungsphase „Meilensteine“ definieren. Was Sie in den Startphase auch beachten sollten:

- Die neue Fachkraft erhält Informationen zu Arbeitsabläufen, Organisationsstrukturen, Verhaltensregeln etc.
- Sie lernt die neuen Kollegen sowie ggf. externe Mitarbeiter und wichtige Kunden und Geschäftspartner kennen.
- Flexible Arbeitszeiten oder Freistellung für Behördengänge sowie eine Finanzierungshilfe für die ersten Monate können die Fachkraft in der Anfangsphase unterstützen.
- Je nach Bedarf sollte frühzeitig an einem Deutschkurs teilgenommen werden – eventuell bereits im Herkunftsland und ggf. finanziert durch das Unternehmen.

Gute Willkommenskultur nutzt allen Beteiligten

Schon für neue Fachkräfte aus Deutschland spielt die Willkommenskultur in Ihrem Unternehmen eine große Rolle. Bei der Integration internationaler Fachkräfte gilt das erst recht: Zeigen Sie Ihrer neuen Fachkraft, dass sie willkommen ist. Durch einige einfache Maßnahmen können Sie dazu beitragen, dass der Neueinsteiger möglichst schnell ein gutes Teammitglied wird. Weitere Hinweise hierzu erhalten Sie im Kapitel „Integration ausländischer Fachkräfte – Willkommenskultur schaffen“. ((Hinweis: verlinken auf Kap. 6))