

Studenten für Stuttgart

Stuttgart Institute of Management and Technology präsentiert Programm jetzt auch in Sofia

Die Region Zentral- und Osteuropa wirkt wie ein Magnet auf deutsche Firmen, und immer mehr Investitionen fließen inzwischen auch in die EU-Beitrittskandidaten Rumänien und Bulgarien. Gut ausgebildete und sprachgewandte lokale Fach- und Führungskräfte werden für ausländische Unternehmen inzwischen zur begehrten „Trophäe“ – und wenn sie denn verfügbar sind, fehlt ihnen häufig noch der letzte Schliff in punkto Management-Ausbildung.

Das Stuttgart Institute of Management and Technology (SIMT) hat im März in Kooperation mit der Böblinger Logistics Group International (LGI) sein Programmangebot in Sofia präsentiert, und stieß dabei auf großes Interesse.

Mehr als zwei Drittel der in Bulgarien tätigen deutschen Firmen sind laut der diesjährigen Stimmungsumfrage der Deutsch-Bulgarischen Industrie- und Handelskammer (DBIHK) mit ihrer gegenwärtigen Geschäftslage zufrieden. Auch die Prognosen stimmen optimistisch: 66 Prozent der Befragten erwarten für 2006 höhere Umsätze als 2005, 30 Prozent einen Umsatz auf Vorjahresniveau. 56 Prozent möchten in diesem Jahr ihre Investitionen in Bulgarien ausweiten, 28 Prozent wollen sie auf Vorjahreslevel belassen.

Wanted: „local manager“ mit „global knowledge“

Wo so viel Licht ist, gibt es auch Schatten: Als echte Bremse für eine Ausweitung des geschäftlichen Engagements in Bulgarien wird von deutschen Unternehmen die mangelnde Verfügbarkeit von Fachkräften angesehen. Nachdem das Angebot an qualifizierten Arbeitskräften nach Informationen der DBIHK im Vorjahr auf einer Skala von eins bis fünf noch mit 2,7 benotet worden war, sank dieser Wert in diesem Jahr auf 3,4. „Schwierig zu finden sind vor allem Kandidaten mit Generalistenwissen in Kombination von Sprachen, EDV und Prozess-Know-how“, weiß Reinhold Kramer, Personalreferent bei LGI. Das

Unternehmen ist in zahlreichen Ländern Osteuropas vertreten und will sein Netzwerk insbesondere in den EU-Staaten und den neuen Beitrittsländern ausbauen. Expatriates, also deutsche Fach- und Führungskräfte, werden von LGI nur in geringer Zahl entsandt – Tendenz jedoch steigend.

Schulterschluss zwischen Wirtschaft und Wissenschaft

Nicht allein in Deutschland ist die Diskussion über Bildungsstandards und Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt in vollem Gange – auch im Ausland können deutsche Firmen nur so gut sein wie die Menschen, die für sie arbeiten. Wie aber findet man die osteuropäischen „High potentials“? „Wir haben uns entschlossen, den Schritt in die Märkte zu machen und im Rahmen von Veranstaltungen potenzielle Kandidaten konkret anzusprechen“, erläutert SIMT-Geschäftsführer Karl-Friedrich Ackermann. In Sofia hat das SIMT in Kooperation mit LGI sein Programmangebot schon präsentiert; die nächste Station im Mai ist Budapest.

Der Schulterschluss von Wirtschaft und Wissenschaft an ausländischen Standorten gehört offenbar noch nicht zur Norm: „Bislang bewerben nur wenige internationale Management-schulen ihr Angebot auf dem bulgarischen Markt“, berichtet Andreas Schäfer, Leiter Dienstleistungsbereich

bei der Deutsch-Bulgarischen Handelskammer. „SIMT gehört also zu den Vorreitern.“ Und das könnte sich auszahlen: „Ein Studium in Deutschland genießt in Bulgarien hohes Ansehen“, weiß Schäfer. „Auch bei bulgarischen Management-Studenten ist Deutschland als der wichtigste Handelspartner und einer der führenden Investoren in Bulgarien eine der ersten Adressen.“

Bestgehütetes Geheimnis

Bei den Informationsveranstaltungen in Osteuropa soll es nach dem Willen der Verantwortlichen beim SIMT nicht bleiben. Geplant ist, Osteuropa-spezifische Inhalte in die Ausbildungsprogramme zu integrieren. Und konkrete Vorstellungen darüber gibt es schon: „Wichtige Themen wären sicherlich rechtliche Grundlagen mit Bezug auf Osteuropa“, meint Kramer. „Aber auch Kultur, Arbeitsweisen und lokales Spezialwissen.“ An spezielle Angebote für osteuropäische Studienbewerber denkt Jörg Menno Harms, Aufsichtsratsvorsitzender bei Hewlett Packard (HP) und Vorsitzender des SIMT-Kuratoriums: „Wir stellen uns sprachlich angepasste Angebote vor genauso wie Inhalte, die eventuell vorhandenen Defiziten Rechnung tragen, zum Beispiel Themen aus dem Marketing und dem Vertrieb.“

Letztlich profitiert von all dem auch das Bundesland: „Durch das SIMT erhält das Land mehr Aufmerksamkeit und wird attraktiver für Bewerber“, ist Kramer überzeugt. Aber es sei auch wichtig, über Leistungen und mit diesen verbundene Marken zu sprechen, meint Harms. Dazu gehören in Baden-Württemberg nicht nur DaimlerChrysler und Porsche, sondern auch eine Vielzahl erfolgreicher und international aktiver mittelständischer Unternehmen. „Das SIMT könnte mehr Werbung mit den so genannten „hidden champions“ aus der Region machen, die viele Studenten gar nicht kennen“, empfiehlt SIMT-Absolvent Armin Sulzmann. In eine ähnliche Richtung geht es wohl, wenn Harms meint: „Baden-Württemberg ist das bestgehütete Geheimnis der Welt.“ Vielleicht trägt die Initiative von SIMT etwas dazu bei, es zu lüften.

Claudia Wittwer



Gut ausgebildete Fachkräfte sind in Bulgarien – wie hier in Sofia – begehrte. Die Wirtschaft muss daher mit der Wissenschaft eng zusammenarbeiten.