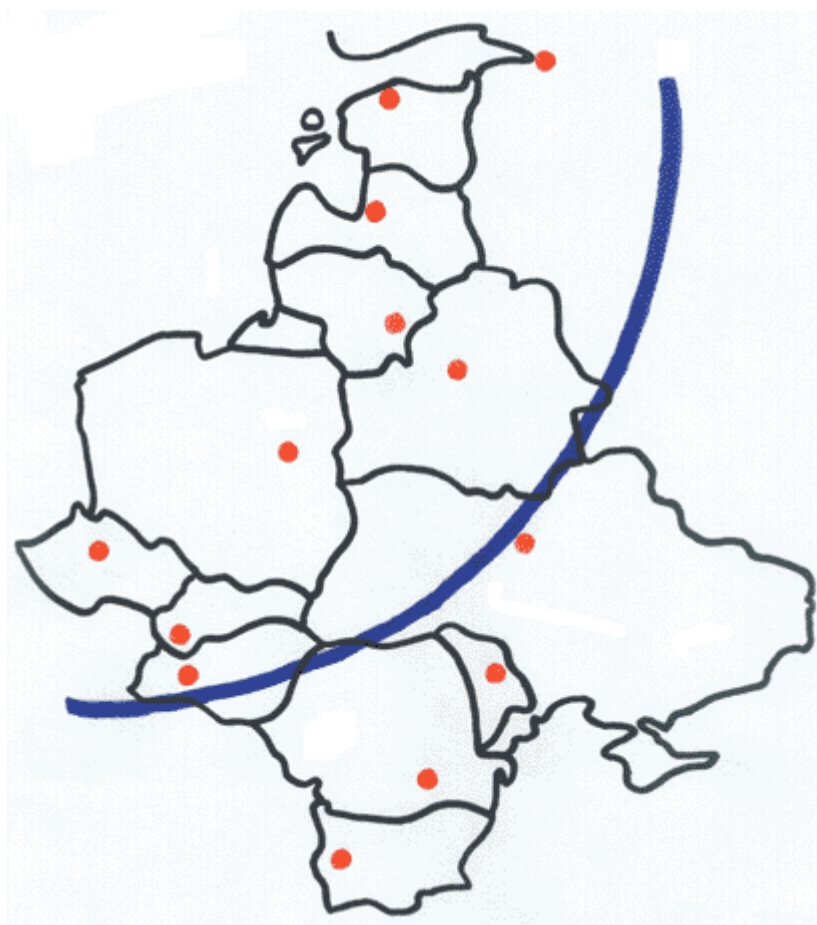


Integration af personer fra det østeuropæiske nærområde på det danske arbejdsmarked



Projekt rapport

Munk, Andersen & Feilberg

www.mafcon.dk

Oktober, 2002

Indholdsfortegnelse

Introduktion.....	3
Resultater og konklusioner.....	4
Første kontakt til virksomhederne	6
Svar på spørgeskemaerne	7
Eksport vs. Interesse	7
Aktiviteter i Østeuropa	8
Sproganvendelse.....	8
Sproglige barrierer	9
Kulturelle barrierer	9
Kvalifikationskrav	11
Behov for arbejdskraft	11
Database	12
Anbefalinger.....	13
Synliggørelse	14

Dette dokument er udarbejdet af [Munk, Andersen & Feilberg](#). Med mindre andet er oplyst er alle oplysninger og konklusioner i dokumentet udarbejdet af Munk, Andersen & Feilberg. Enhver videregivelse eller gengivelse af dokumentet skal kun ske ved Munk, Andersen & Feilberg's samtykke. Ved henvisninger til dokumentet eller dokumentets indhold skal kilden tydeligt angives. Munk, Andersen & Feilberg påtager sig intet ansvar for anvendelsen af de i dokumentet fremlagte oplysninger.

Introduktion

Undersøgelsen er blevet til gennem et samarbejde mellem rådgivningsvirksomheden Munk, Andersen & Feilberg og Arbejdsmarkedsnetværk, Århus Kommune. Formålet har været, at afdække det faktiske behov hos danske virksomheder for *sproglige og kulturelle kompetencer i forbindelse med virksomhedernes aktiviteter i det nære Østeuropa*. Derudover har det været et mål, at medvirke til at løse et stadigt voksende integrationsproblem mht. herboende borgere fra de østeuropæiske lande. Projektet er således et forsøg på at introducere en integrationsmodel, der baserer sig på reelle behov for arbejdskraft i den private sektor.

Danske virksomheder har siden begyndelsen af 1990'erne udnyttet åbningen af de østeuropæiske markeder både til almindelig produktion og til handel med varer og tjenesteydelser. De virksomheder, der til daglig har produktion i det nære Østeuropa eller handler med området, står imidlertid ofte i den situation, at deres markedspotentiale ikke realiseres fuldt ud, fordi de ikke til fulde behersker og forstår de lokale sproglige og kulturelle grundvilkår. Virksomhederne er ofte gode til at produktudvikle og producere men har ikke nødvendigvis forudsætningerne for, at kunne skabe stabile og troværdige forretningsforbindelser i en fremmed kultur.

En mulig løsning af integrationsproblemet mht. borgere fra det nære Østeuropa står egentlig lige for - nemlig at udnytte de sproglige og kulturelle kompetencer, samt den eksisterende viden om østeuropæisk virksomheds- og handelskultur, til at dække danske virksomheders behov i forbindelse med aktiviteter i området. Hermed vil det være muligt at vende et voksende samfundsmæssigt problem til noget værdifuldt.

Denne løsning anvendes ikke i dag, hvilket formentlig skyldes, at der ikke eksisterer en tilstrækkelig effektiv kontaktflade, der hurtigt kan matche udbud med efterspørgsel efter sproglige og kulturelle kompetencer. Både for virksomhederne (efterspørgerne) såvel som for de enkelte personer (udbyderne) er det uoverkommeligt, i tid og ressourcer, at afsøge et fragmenteret marked for et specifikt behov eller specifik ressource. Derudover har virksomhederne som hovedregel ikke behov for fastansatte medarbejdere, der udelukkende har den slags kompetencer. De har derimod ofte brug for at kunne trække på specifikke kompetencer med kort varsel og i korte tidsperioder. Dette gør imidlertid kun en lettilgængelig og fokuseret kontaktflade mere aktuel.

Løsningsmodellen adskiller sig fra tidligere afprøvede og kendte løsninger ved at fokusere snævert på en veldefineret befolkningsgruppe i kombination med et segment af danske virksomheder. Der findes i forvejen flere jobdatabaser for nydanskere, men personerne i disse databaser har som eneste fællesnævner at de er nydanskere og dette er oftest ikke en tilstrækkelig kvalifikation i sig selv.

Det skal nævnes at de personer, som egentlig er centrum i dette projekt, ofte ikke får nogen offentlig forsørgelse men typisk er økonomisk afhængig af deres ægtefælte. Dette bevirker at de ofte overses, selvom de ofte er veluddannede, udgør en ressource og et potentielt problem.

Resultater og konklusioner

Projektet tager udgangspunkt i forestillingen om, "at udnyttelse af sproglige og kulturelle kompetencer hos herboende østeuropæere, kan føre til en økonomisk gevinst hos de virksomheder, der er aktive eller planlægger aktiviteter i Østeuropa. Denne løsningsmodel vil samtidig skabe nye og vedvarende jobmuligheder for herboende østeuropæere, og således hjælpe med til at løse et påtrængende samfundsmæssigt problem."

156 virksomheder i Århus Amt med aktiviteter i Østeuropa blev kontaktet i forbindelse med projektet. Af disse indvilligede 106 virksomheder i at deltage i undersøgelsen. Undersøgelsens vigtigste resultater er beskrevet nedenfor.

- **Stor og positiv interesse:** Generelt er virksomheder meget positive overfor projektideen, hvilket understøttes af en overraskende høj svarprocent på 56
- **Barrierer for vækst:** Virksomheder har et reelt udækket behov i forbindelse med forretningsaktiviteter i Østeuropa. 30 procent af de adspurgte virksomheder havde således et umiddelbart behov for tilførsel af arbejdskraft med specifikke sprog- og kulturkompetencer
- **Behovet vil vokse:** 63 procent af virksomhederne planlægger at udvide deres aktiviteter i Østeuropa, hvilket nødvendigvis vil øge behovet og skabe yderligere jobmuligheder
- **Interesse for en database:** Der er en stor interesse hos virksomhederne for at få adgang til en lettilgængelig og specialiseret database over herboende personer med specifikke sproglige og kulturelle kompetencer. Personernes oprindelse er i denne forbindelse ikke væsentlig.
- **Tidssvarende uddannelse nødvendig:** Såfremt virksomhederne skulle ansætte en herboende østeuropæer er personens uddannelse og faglige profil afgørende. Det er derimod ikke væsentligt om uddannelsen er dansk. Det er således kombinationen af uddannelse, erfaring, sprog og kulturel baggrund der gør personerne interessante for virksomhederne
- **Perfekt dansk er ingen nødvendighed:** Perfekt dansk er ikke en nødvendighed og specielt stilles der ikke store krav til det skriftlige niveau. Til gengæld er det nødvendigt at den ansatte behersker engelsk i skrift og tale. Dette skyldes især at engelsk er det primære forretningssprog for virksomhederne når de arbejder i Østeuropa
- **Sprog og kultur kendskab er væsentligt:** Over 50 procent af de adspurgte virksomheder havde oplevet sproglige barrierer i forbindelse med deres aktiviteter i Østeuropa. 40 procent havde oplevet barrierer, der kan betegnes som egentlige kulturelle barrierer
- **Store virksomheder klarer sig selv:** Virksomheder med stor eksport til Østeuropa har et markant mindre behov for at inddrage herboende østeuropæere i deres arbejde, da de allerede har fundet deres egne løsninger på sprog- og kulturbarriererne

- **Tid er den store begrænsning:** Det væsentligste argument hos virksomheder, der ikke ønskede at deltage i undersøgelsen var manglen på tid. Tid synes at være en væsentlig begrænsende faktor og nødvendiggør, at løsningsmodellen bliver let tilgængelig.
- **En ny løsningsmodel:** Det skønnes at selve projektet har skabt en bevidsthed og interesse hos de deltagende virksomheder, om perspektiverne ved at ansætte herboende østeuropæere. Således ønskede 32 virksomheder, tilsvarende 54 procent, at høre nærmere om muligheden for at få en herboende østeuropæer tilknyttet

Første kontakt til virksomhederne

Samtlige 156 virksomheder blev kontaktet telefonisk. Virksomhederne fik en mundtlig introduktion til projektet og til formålet med projektet. Igennem de mange telefonopkald til virksomhederne, kom der flere forskellige tilkendegivelser. Tilsagnene var både negative og positive - uafhængigt af interessen for at bidrage til undersøgelsen. Nedenstående er en gennemgang af de tilsagn, der forekom hyppigst igennem de telefonsamtaler, der var med virksomhederne.

Virksomheder der gerne ville have et spørgeskema tilsendt:

- Rigtig god idé
- Vi er meget interesseret
- Vi har allerede vores behov dækket, men vil gerne medvirke til at fortælle hvordan vi har gjort
- Har et stort behov, som er udækket
- Vil meget gerne have adgang til en lettilgængelig database

Det generelle indtryk er, at mange af de virksomheder, der gerne ville deltage, var nysgerrige og positive overfor projektet. Det kom til udtryk på flere måder. Den mest gennemgående var en interesse for at få en tilbagemelding på udfaldet af projektet. Interessen blev bekræftet, da spørgeskemaerne kom retur, idet overraskende mange gav tilsagn om at de måtte kontaktes igen. Desuden var mange virksomheder interesseret i at få adgang til en database, hvorfra de kunne søge efter arbejdskraft i forbindelse med deres nuværende eller kommende aktiviteter i Østeuropa. Alene via den telefoniske kontakt med virksomhederne kom der en forespørgsel om straks at blive sat i kontakt med en ressourceperson fra Århus Amt til løsning af specifikke opgaver.

Virksomheder der ikke ville have tilsendt et spørgeskema:

- Havde kun i begrænset omfang eller alligevel ikke aktiviteter i Østeuropa
- Mangel på tid til at udfylde et spørgeskema
- Kommende sommerferie
- "Der ringer hele tiden nogen med en ny undersøgelse"
- Dårlig måde at bruge skatteydernes penge på
- Behovet allerede dækket – specielt virksomheder med produktion i det østeuropæiske nærrområde

Der synes ikke at være tale om at virksomheder, der sagde ja til at deltage er af en "anden type" end de, der sagde nej. Det generelle indtryk er derimod, at tidsfaktoren var meget afgørende for de virksomheder, der sagde nej tak til at deltage. Desuden sporedes der flere steder en irritation overfor opkald, idet opkaldet tilsyneladende var et blandt mange andre opkald omkring lignende projekter og undersøgelser. Dette kunne dog

Svar på spørgeskemaerne

ikke bekræftes via opkald til Amt såvel som til Kommuner.

Ud af 156 identificerede virksomheder, gav 106 tilsagn om at modtage et spørgeskema. Heriblandt var der enkelte virksomheder som tydelig gjorde opmærksom på, at de ikke kunne love at returnere det, idet de kunne komme i tidsnød. For at sikre en tilstrækkelig høj svarprocent blev der fremsendt frankerede svarkuverter til samtlige 109 virksomheder.

Der kom 59 spørgeskemaer retur, hvoraf 50 var udfyldte. De ni spørgeskemaer der kom tilbage uden at være udfyldt, var påtegnet årsagen. Halvdelen heraf skrev, at de beklageligvis alligevel ikke havde tid. Den resterende halvdel skrev, at de ikke havde aktiviteter i Østeuropa. Der er altså en svarprocent, af udfyldte spørgeskemaer, på 47 procent i forhold til udsendte spørgeskemaer. Såfremt alle identificerede 156 virksomheder medregnes, er der en svarprocent på 33 procent.

I starten af projektet, mens spørgeskemaerne var under udarbejdelse, var målsætningen en svarprocent på mellem 10 og 15. Målene omkring indsamling af data, blev derfor langt bedre end forventet.

Det vurderes at svarprocenten på 47 udgør et repræsentativt udsnit af de eksporterende virksomheder, hvorfor det kan antages at man ville opnå de samme resultater, såfremt man foretog undersøgelsen på landsplan.

Spørgeskemaets primære opgave, var at afdække så mange emner så muligt, samtidig med, at der ønskedes en høj svarprocent. Spørgeskemaet blev derfor bygget op, således at en del af spørgsmålene blev stillet som rene afkrydsningsspørgsmål. Dvs. at der ved mange spørgsmål var mulighed for at svare ja/nej, eller afkrydse hvilken betydning de forskellige spørgsmål har for virksomheden. Der hvor virksomhederne skulle afkrydse betydningen var skalaen delt ind i 1-2-3-4-5, fra ikke vigtigt og op til meget vigtigt. I rapporten kategoriseres:

- "ikke vigtigt" som 1,
- "vigtigt" som 3, og
- "meget vigtigt" som 5.

Der bruges i rapporten andre betegnelser på skalaerne, men princippet omkring point og kategorier er den samme. Der beregnes i rapporten gennemsnit af de indkomne svar. Vi har i rapporten valgt at illustrere resultaterne med "*lagkagediagrammer*", idet dette giver en god fornemmelse af fordelingerne mellem de forskellige svar. Man skal dog være opmærksom på, at der er tale om en skalabedømmelse hvor "fem" og "et" er hinandens modsætninger.

Eksport vs. Interesse

Hovedparten af de deltagende virksomheder havde sidste år en eksport til Østeuropa på under DKK 10 mio. Der kan ikke konstateres nogen sammenhæng mellem eksporten sidste år, og planer om udvidelse af

aktiviteten i området. Ligeledes er der heller ikke umiddelbart nogen sammenhæng mellem eksportens størrelse og interessen for en database.

Der er dog et mønster der tyder på, at det specielt er de helt store virksomheder, der ikke er interesseret i projektet eller i at benytte en database. Deres aktiviteter i Østeuropa er så store, at de allerede har formået at dække deres egne behov.

Desuden er der en tendens til, at de virksomheder, der har produktion i det Østeuropæiske nærrområde, ikke er så interesserede i hverken selve projektet eller i en evt. database som de øvrige virksomheder. En forklaring, som kom til udtryk igennem de telefonopkald, der var i forbindelse med udsendelse af spørgeskemaerne er, at de pågældende virksomheder allerede har danske medarbejdere ansat i deres produktion i Østeuropa. Således kommunikerer de ansatte i Danmark med deres danske kollegaer i Østeuropa. De danske medarbejdere i Østeuropa kan enten det nationale sprog eller har ansat Østeuropæere, der taler engelsk. På den måde undgås sproglige og til dels kulturelle barrierer.

Aktiviteter i Østeuropa

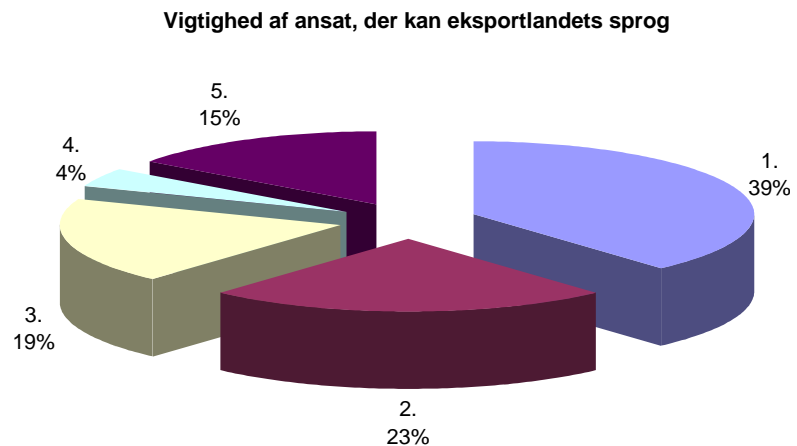
De fleste af de adspurgte virksomheder startede deres aktiviteter i Østeuropa i midten af 90'erne. Godt 63 procent af virksomhederne har aktuelle planer om at udvide deres aktiviteter i Østeuropa. 50 procent har positive forventninger til salget, mens de øvrige har planer om at udvide salgsindsatsen. De resterende 13 procent har enten planer om at udvide eksisterende produktion i området eller at begynde produktion i området. Disse tal bekræfter indirekte det retvisende i undersøgelsen, idet oplysningerne er i god overensstemmelse med anden statistik og beskrivelser om emneområdet, herunder artikler fra 2001 i *"Børsens Nyhedsmagasin"* – Fremtidsbarometeret. Desuden ligger disse tal i fin forlængelse af Munk, Andersen & Feilberg's egen opfattelse af situationen.

Sproganvendelse

Undersøgelsen viser tydeligt, at det mest benyttede sprog ved forretningsaktiviteter i det østeuropæiske nærrområde er engelsk. Ud af de 46 virksomheder, der svarede på dette spørgsmål, er der kun een virksomhed, der ikke benytter engelsk som primære forretningsprog. Til gengæld angav kun fem af virksomhederne, hvilket er knap 11 procent, at de benyttede eksportlandets sprog – dvs. polsk, russisk, el. lignende. Tysk er det næstmest benyttede sprog ved forretningsaktiviteter. Tysk er benyttet af ca. halvdelen af virksomhederne. Een enkelt virksomhed benytter sig udelukkende af tysk ved forhandling.

Sproglige barrierer

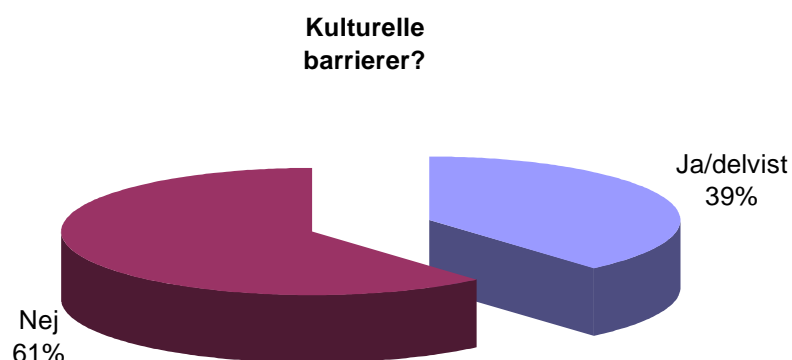
Over halvdelen af de adspurgte virksomheder, har helt eller delvist oplevet væsentlige sproglige barrierer. De virksomheder, der svarer nej til spørgsmålet er hovedsageligt de virksomheder, der anvender engelsk eller tysk i deres arbejde. Derimod har alle de virksomheder, der til tider forhandler på eksportlandets sprog delvist eller helt oplevet sproglige barrierer.



Figuren viser, at en del af virksomhederne ikke mener, at det er vigtigt om der er ansat en person i virksomheden, der kan eksportlandets sprog. Det er hovedsageligt dem, der ikke har oplevet sproglige barrierer, der synes, at det ikke er vigtigt. I modsætning hertil vægter de virksomheder, der har oplevet sproglige barrierer, det højt at have en personen med kendskab til eksportlandets sprog ansat. Selv om kun fem virksomheder bruger eksportlandets sprog i forbindelse med deres aktiviteter, er der syv virksomheder, der vurderer vigtigheden af en ansat til fem, som er det maksimale på skalaen. Selvom mange virksomheder, dvs. stykkerne 1 og 2, betragter det som ganske ligegyldigt er det stadig ca. 40 procent, der tillægger sprogkompetence nogen eller stor betydning. Virksomhedernes gennemsnitlige vurdering af denne kompetence er 2,3.

Kulturelle barrierer

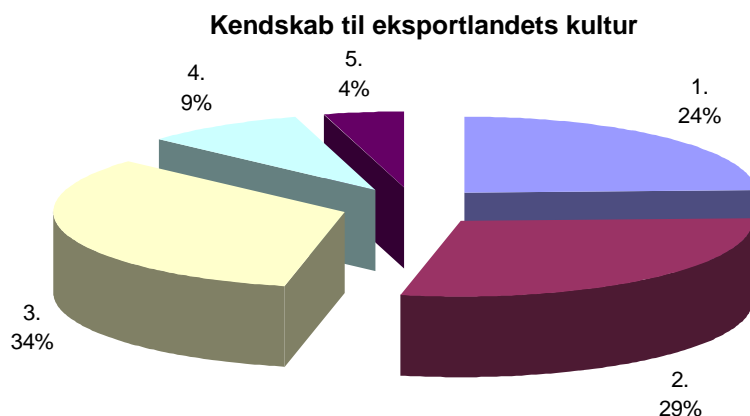
De adspurgte virksomheder, blev bedt om at oplyse, om de i forbindelse med handel med Østeuropa havde oplevet kulturelle barrierer. Resultatet kan ses i nedenstående diagram, som illustrerer fordelingen af de virksomheder der har oplevet kulturelle barrierer, og de virksomheder der ikke har de erfaringer.



Af figuren fremgår det, at 40 procent har oplevet væsentlige kulturelle barrierer. De barrierer der nævnes er blandt andet manglende forståelse for de forskellige virksomhedskulturer, manglende vilje og evne til at samarbejde og manglende betalinger for restancer.

Herboende Østeuropæere, der eksempelvis forstår både deres oprindelseslands kultur og den danske kultur, ville i de nævnte situationer kunne bidrage med at øge forståelsen og mindske de kulturelle barrierer.

Samlet set vurderer virksomhederne, at vigtigheden i at have en person ansat, der kender eksportlandets kultur er 2,4. Dette synes umiddelbart noget lavt, sammenlignet med fakta om, at mange tilsyneladende oplever kulturelle barrierer.



Dette må tolkes som en indikator på, at virksomhederne ikke kender nok til deres reelle behov, og ikke er bevidste om mulighederne i, at undgå de barrierer, som er dækket ind under betegnelsen kulturelle kompetencer og barrierer.

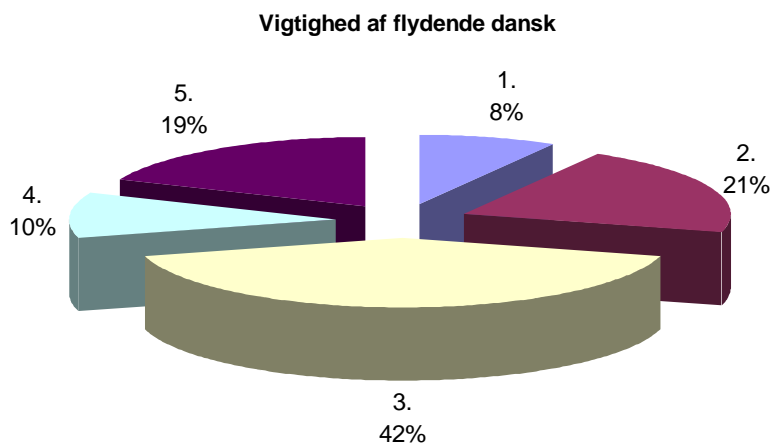
Overordnet set vægter virksomhederne sprog- og kulturkompetencerne som lige væsentlige og halvdelen af virksomhederne tillægger disse kompetencer nogen eller stor betydning i forbindelse med deres

Kvalifikationskrav

aktiviteter i Østeuropa.

Det er vigtigt for virksomhederne, at en ny medarbejder har en klar faglig profil. Svarene giver et gennemsnit på 3,6. Til gengæld er det mindre vigtigt for virksomhederne, om uddannelsen er dansk, her er gennemsnittet kun 1,9. Det vil sige, at herboende østeuropæere, som uddannet i deres hjemland ikke af den grund står ringere i forbindelse med jobansøgning. Virksomhederne er åbne over for personer med en uddannelse fra andre lande end Danmark. Dog skal der i denne sammenhæng gøres opmærksom på, at undersøgelsen ikke har undersøgt hvilke specifikke uddannelser der er tale om.

Virksomhederne vil gerne have medarbejdere, der behersker dansk men det er ikke særlig vigtigt, at der er tale om perfekt dansk. Gennemsnittet på dette spørgsmål er lige over 3, hvilket forstås som, at det er vigtigt, at herboende østeuropæere behersker dansk, men ikke nødvendigvis perfekt.



Det er umiddelbart ikke afgørende, om personen skriver perfekt dansk, gennemsnittet er kun 2,5. Kun 2 virksomheder mener det er meget vigtigt, at medarbejdere behersker denne kvalifikation.

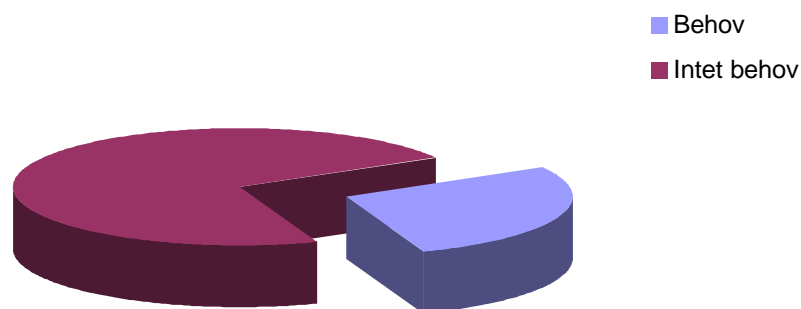
Derimod er det meget vigtigt, at nye medarbejdere behersker engelsk, hvilket ikke kan undre, da engelsk som tidlige nævnt er det mest brugte sprog. Næsten halvdelen af virksomheder mener denne kvalifikation er meget vigtigt. Opsummerende kan det konkluderes, at de kompetencer, som virksomhederne ligger mest vægt på, er uddannelsesmæssig profil og engelsk kundskaber.

Behov for arbejdskraft

Som det fremgår af spørgeskemaet har 63 procent af de adspurgte virksomheder planer om udvidelse af aktiviteter i Østeuropa. For 50 procent vedkommende er det salgsaktiviteterne der vil vokse. Sammenholdes dette med de sproglige barrierer, som virksomhederne har oplevet, vil der helt sikkert være mulighed for at få skabt fremtidige jobs, hvor det netop er de sproglige og kulturelle kompetencer der bliver afgørende.

Nedenstående diagram, illustrerer virksomhedernes aktuelle behov for at få tilknyttet en person med sproglige og kulturelle kompetencer fra Østeuropa. Der tages ikke hensyn til hvorvidt behovet er på fuldidsbasis eller kun lejlighedsvis. 28 procent af de adspurgte virksomheder har i øjeblikket et behov, der kan dækkes af en herboende Østeuropæer. Vel og mærke under den forudsætning, at personen *foruden* sit nationalsprog også taler engelsk og har en klar faglig profil.

Behov for sprog- og kulturkompetencer



Yderligere oplysninger, som fremkom under telefonsamtalerne, peger i retning af, at der bestemt er et udækket behov hos mange virksomheder. Selvom virksomhederne i spørgeskemaet tilkendegiver, at de har oplevet flest sproglige barrierer, og ikke så mange kulturelle barrierer, er det et klart indtryk fra telefonsamtalerne, at der opleves mange barrierer udover de sproglige, som dog ikke hidtil er blevet klart formuleret. Disse barrierer fremstår for virksomhederne ikke som et kulturelt problem, men i højere grad som "støj" eller "bøvl".

Mange tilkendegiver igennem telefonsamtalerne, at de oplever, at deres handelspartnere i de østeuropæiske lande, eksempelvis betragter det som væsentligt eller ikke formår at overholde aftaler om eksempelvis kredittid og leveringsaftaler. Det har været svært at løse sådanne problemer fordi de to kulturer ikke forstår hinandens baggrund, krav og handlemønstre. Flere interviewede danske virksomheder har opgivet deres aktiviteter i Østeuropa, fordi det simpelthen var forbundet med for store omkostninger – tidsmæssigt såvel som økonomisk.

Database

I undersøgelsen tilkendegiver langt de fleste virksomheder, at de er interesseret i oprettelsen og muligheden for at kunne anvende en database, hvori der kan søges efter specialiseret arbejdskraft i forbindelse med deres aktiviteter i Østeuropa. Interessen er ikke så markant, som den umiddelbart vurderedes at være efter telefonsamtalerne. Gennemsnittet er 3,4 på en skala fra 1 til 5.

Tre virksomheder var meget interesseret i at få adgang til en database. Der er hos de tre virksomheder ubesatte stillinger som ønskes besat, angiveligt af en herboende Østeuropæer.

Det vurderes, at der er et udækket behov, som dog ikke altid er

formuleret, hos de danske virksomheder som handler med Østeuropa. Et behov som de har svært ved at få dækket på en fleksibel måde. Det konkluderes derfor, at der reelt er brug for et sted hvor netop den arbejdskraft kan rekrutteres på en forholdsvis nem måde. En database kunne derfor være et godt bud på en måde, hvorpå man kunne tilgodese virksomhedernes behov på, udnytte de kompetencer som herboende Østeuropæere besidder.

Der er derfor blevet taget kontakt til organisationer og personer, der kunne have interesse i at hjælpe med etableringen og synliggørelsen af en sådan database. Det er vores opfattelse, at det er yderst vigtigt, at det ikke bliver etableret en database udelukkende for nydanskere, men at det derimod bliver en specialiseret database, der indeholder personer med en specifik område-, sprog- og kulturkompetence. Et af resultaterne af undersøgelsen er jo netop, at virksomhederne ikke søger og vælger efter etnicitet men efter kvalifikationer, og at denne udvælgelse gøres besværlig idet der endnu ikke eksisterer en lettilgængelig database, der alene via sit fokus har frasorteret personer uden disse snævre kompetencer.

Anbefalinger

Ud fra ovenstående gennemgang, kan der opstilles nogle helt generelle anbefalinger til de personer, der med baggrund i det østeuropæiske, søger job i danske virksomheder:

Det er vigtigt:

- At have en formel uddannelse og en klar faglig profil. Uddannelsesretning og uddannelsesland er i den forbindelse ikke afgørende
- At beherske engelsk på højt niveau - både mundtligt og skriftligt. At være fortrolig med dette sprog er helt klart en forudsætning for at komme i betragtning til en stilling – specielt hvis det danske sprog ikke beherskes perfekt
- At gøre opmærksom på hvorfor og hvordan sprog- og kulturkompetencer kan mindske "støjen og bøvlet" hos den virksomhed man søger hos
- At vedligeholde sit modersmål, tilknytning og netværk

Ikke underligt synes disse anbefalinger at være helt de samme som bliver stillet til danske medarbejdere. Det er med andre ord ikke tilstrækkeligt, at have de sproglige og kulturelle kompetencer for at blive ansat, *men* i en ligestillet ansøgningsproces kan disse kompetencer samt kontaktnetværket lokalt være væsentlige for virksomheden og dermed være udslagsgivende for ansættelsesbeslutningen.

Synliggørelse

Projektet som geografisk fokuserer på Århus Amt, kan betragtes som repræsentativt for hele landet. Det vil sige, at en tilsvarende undersøgelse i andre dele af landet, overordnet set, vil give de samme resultater. Det er vurderingen, at en specialiseret internetbaseret database vil blive benyttet af en stor del af de virksomheder, der har eller planlægger aktiviteter i Østeuropa. Isoleret betraget er Århus Amt for lille – rent virksomhedsmæssigt - til at have sin egen database inden for netop dette specifikke område. Dog vil en sådan database først blive rigtig interessant, såfremt den blev lavet landsdækkende.

For at databasen skal blive en effektiv måde at formidle arbejdskraft på er det vigtigt at:

- Markedsføre på virksomhedsniveauet
 - Der skal som det første skabes en opmærksomhed omkring databasen. Det kan eksempelvis gøres ved at henvende sig direkte via fremsendelse af materiale til samtlige virksomheder, der har aktiviteter i Østeuropa. Her bør man ikke kun fokusere snævert på virksomheder i Århus Amt. Ifølge "Export Directory of Denmark" vil segmentet bestå af knap 700 emner – dvs. virksomheder med 50 – 500 ansatte, med eksport til Østeuropa. Hermed vil man fravælge de mindste og de største, som ifølge undersøgelsen alligevel allerede har løst problemstillingen. Pressedækning vil i denne forbindelse også være vigtig.
 - Der skal skabes en synlighed omkring barrierer og behov hos potentielle virksomheder. Begrundelsen herfor er, at mange virksomheder nok er klar over deres behov men specielt synes de ikke at være klar over løsningsmulighederne. Ved at få synliggjort disse forhold, bliver der flere brugere til databasen. Dette kunne gøres ved, at tage kontakt til de potentielle virksomheder enten ved direkte henvendelse eller i de fora som virksomheden bruger som netværk. Eksempelvis gennem brancheblade eller erhvervsmagasiner
- Markedsføre på individniveauet
 - Personer med de pågældende kvalifikationer skal henvises til databasen. Dette kunne ske via kontakt til kommuner, amter, Arbejdsformidlingen, fagforeninger og pressen.