

15/04
4. August 2004

Inhalt

- 1 Fachliches Können und Persönlichkeit sind gefragt
- 15 Eine zweite Chance
Dr. Mona Granato und Karin Gutschow, Bonn
- 25 Arbeitsmarkt für Ingenieure
- 29 Innovationen und Arbeitshilfen für die Ausbildungspraxis
Gerhard Bonifer-Dörr und Sünne Espert, Heidelberg
- 39 Aktionstag „Migranten bilden aus“ – 1.000 neue Ausbildungsplätze
- 40 Wenn Zwei sich streiten – können Dritte vermitteln: Mediation in der Berufsausbildung
- 41 Expertenkommission Finanzierung Lebenslanges Lernen legt Bericht vor
- 42 Ausbildungsvergütungen in ausgewählten Tarifverträgen
- 82 Was werden 4/2004
- 82 Ausbildungsplatzprogramm Ost 2004 fördert 14.000 Plätze
- 83 Schulkosten
- 83 Start der Website Elektroberufe
- 84 Bundesverfassungsgericht entscheidet zu 5. HRG
- 85 Budget der Hochschulen im Jahr 2002
- 86 Hochschulausgaben im internationalen Vergleich
- 87 Einkommen der Studenten

für die Beratungs- und Vermittlungsdienste

Fachliches Können und Persönlichkeit sind gefragt



Ergebnisse einer Umfrage bei IHK-Betrieben zu Erwartungen der Wirtschaft an Hochschulabsolventen

Vom 23. Juni 2004

Nicht nur Fachwissen müssen Hochschulabsolventen beim Einstieg in den Beruf mitbringen. Die Softskills – persönliche Kompetenzen – sind heute entscheidender denn je. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) bei 2154 Unternehmen. Neben Fachwissen und Analyse- und Entscheidungsfähigkeit erwarten Firmen von heutigen Hochschulabsolventen Leistungswille, die Fähigkeit selbstständig zu arbeiten, Einsatzbereitschaft, Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit. Die Qualifikation ihrer akademischen Fach- und Führungskräfte ist für die Unternehmen eine entscheidende Frage, wenn es um die Sicherung ihres Personalpotenzials und ihrer Innovationsfähigkeit geht“, sagte Dr. Martin Wansleben, Hauptgeschäftsführer des DIHK, bei der Vorstellung der Studie in Darmstadt. „Außerdem fragen uns die

Hochschulen immer wieder, welche Anforderungen an die künftigen Bachelorabsolventen gestellt werden. Die Unternehmen haben jetzt eine Antwort darauf gegeben.“

Anlass und Ziel der Studie

Immer wieder werden aus den Unternehmen Klagen laut, dass Hochschulabsolventen nicht die erforderlichen Qualifikationen mitbringen, um erfolgreich den Übergang ins Berufsleben in der Wirtschaft zu finden und den hohen Anforderungen gerecht zu werden. Mit dem Wandel der Wirtschafts- und Arbeitswelt steigen und ändern sich zugleich die Anforderungen an die Beschäftigten. Auch die Hochschullandschaft verändert sich: Studiengänge werden reformiert und neue Abschlüsse eingeführt. Um eine bessere Abstimmung von Unternehmen und Hochschulen zu unterstützen, haben die Industrie- und Handelskammern und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag die Unternehmen



Bundesagentur für Arbeit

befragt, welche Qualifikationen sie von Hochschulabgängern erwarten.

Für eine bessere Ausrichtung der Studienprofile auf die Praxis

Trotz akademischer Arbeitslosigkeit wird auch angesichts der demographischen Entwicklung immer wieder der Ruf nach Fachkräften laut. Die Qualifikation von Hochschulabsolventen ist für die Unternehmen eine entscheidende Frage, wenn es um die Sicherung ihres Personalbedarfs und ihrer Innovationsfähigkeit geht. Immer stärker müssen Studienprogramme auf eine Berufsqualifizierung ausgerichtet werden. Dies ist notwendig, um einerseits jungen Menschen den Berufseinstieg nach dem Studium zu erleichtern und den Unternehmen qualifizierte Mitarbeiter zu bieten. Andererseits muss Bildung mehr als früher den Aspekten der Wirtschaftlichkeit und der professionellen Verwertbarkeit für den Einzelnen entsprechen.

Chancen der neuen Studiengänge nutzen

Die Studienreform mit der Umstellung auf Bachelor- und Masterstudiengänge birgt Chancen für eine konsequentere Ausrichtung der Studienprofile auf berufliche Anforderungen. Eine bessere Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Wirtschaft bei der Definition und Ausgestaltung dieser wissenschaftlichen Ausbildungswege ist gefragt.

Beschäftigungsperspektiven für den Bachelor

In der Diskussion um die Studienreform wird an die Wirtschaft immer wieder die Forderung gestellt zu benennen, welche Beschäftigungsperspektiven Bachelors in den Unternehmen offen stehen. Andererseits wissen Personalverantwortliche oft nicht, was sie von Absolventen der neuen Studiengänge erwarten können, um dazu konkrete Aussagen machen zu können. Deutlich wird dadurch vor allem eines: Es besteht noch eine tiefe Unsicherheit auf beiden Seiten. Hochschulen fragen sich: Wie müssen Studienprofile ausgerichtet, Module gestaltet werden, damit die Studierenden sich die für ihre berufliche Tätigkeit notwendigen Qualifikationen aneignen können? Unternehmen fragen sich, ob bei kürzeren Studienzeiten an den Hochschulen auch wirklich das vermittelt wird, was in der Unternehmenspraxis relevant ist. Der DIHK hat daher die Unternehmen gesondert zu ihren Vorstellungen über die Qualifikationen von Bachelorabsolventen befragt.

Für die Absolventen der Masterstudiengänge werden – schon aufgrund der Studiendauer – in etwa die gleichen Beschäftigungsperspektiven wie für Diplomabsolventen angenommen. Die Frage der Qualifikationsanforderungen für Masterabsolventen bzw. der Anforderungen an Masterstudiengangsprofile wurde daher in dieser Studie nicht gesondert untersucht.

Repräsentativität der Ergebnisse

2154 Unternehmen haben die in allen IHK-Bezirken gleich gestellten Fragen beantwortet. Das entspricht einem Rücklauf von 11,3 Prozent. Insgesamt wurden 19.125 Unternehmen aus dem Bereich der Industrie- und Handelskammern (IHKs) in die Studie einbezogen.

Erwartungen von Unternehmen aller Größenklassen und Branchen

Aufgrund der Beteiligung und der Verteilung der Unternehmen auf Größenklassen und Branchen sind die Ergebnisse der Studie repräsentativ. 83 Prozent der beteiligten Unternehmen (1722) sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit unter 1.000 Mitarbeitern. An der Umfrage haben sich 403 Unternehmen (18,7 Prozent) mit bis zu 19 Mitarbeitern beteiligt, 7,8 Prozent beschäftigen 20 bis 49 Mitarbeiter, 24,5 Prozent 50 bis 199 Mitarbeiter. 29 Prozent haben 200 bis 999 Mitarbeiter. 17 Prozent der beteiligten Unternehmen sind den Großunternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern zuzurechnen. Im Durchschnitt beschäftigen die befragten Unternehmen 19 Prozent Hochschulabsolventen, in kleineren Unternehmen ist ihr Anteil an der Gesamtbeschäftigtenzahl höher als in größeren Unternehmen.

Das Wichtigste in Kürze:

Fachwissen ist nicht alles – Persönlichkeit ist gefragt

Neben Fachwissen und Analyse- und Entscheidungsfähigkeit erwarten Firmen von heutigen Hochschulabsolventen Leistungswille, die Fähigkeit selbstständig zu arbeiten, Einsatzbereitschaft, Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit. Die so genannten soft skills scheinen sich in der Bewertung der Unternehmen immer mehr zu key skills zu entwickeln, offenbar weil hier die größten Defizite ausgemacht werden.



Die Ergebnisse im Überblick:**Worauf die Unternehmen Wert legen:****Fachliches Können:****Analyse- und Entscheidungsfähigkeit sind unverzichtbar**

Das größte Gewicht unter den fachlichen und methodischen Kompetenzen gaben 85 Prozent der Unternehmer der Analyse- und Entscheidungsfähigkeit (im Durchschnitt 4,2 auf einer Werteskala von 1 – nicht wichtig – bis 5 – äußerst wichtig). Danach ist für 82 Prozent der Chefs fundiertes Wissen aus der Fachdisziplin sehr wichtig/äußerst wichtig, dicht gefolgt von dem Kriterium, sich selbstständig Wissen erschließen zu können, also der Lernkompetenz (4,0). Auch wer berufsspezifische Praktika oder Ferienjobs vorweisen kann, kommt bei Unternehmern gut an: 68 Prozent stufen ein solches Engagement als sehr und äußerst wichtig ein, weitere knapp 20 Prozent befanden es immer noch als wichtig. Auf der Skala wurde ein Wert von 3,9 erreicht. Eine generelle akademische Grundbildung (auf der Werteskala 3,1) und Forschungskompetenz (Wert 2,8) stehen bei den Erwartungen der Unternehmen nicht so weit im Vordergrund.

Soziale Kompetenzen und Fähigkeiten:**Einsatzbereitschaft und Verantwortungsbewusstsein sind existenziell**

Bei den sozialen Kompetenzen schätzen die Chefs vor allem die Einsatzbereitschaft und das Verantwortungsbewusstsein der jungen Akademiker als sehr und äußerst wichtig ein. In beiden Fällen ergab sich auf der Skala ein Wert von 4,5. Im Ranking auf den Plätzen 3 bis 6 folgen: Team-, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit. Immer noch wichtig waren Kritikfähigkeit (3,9) und Führungskompetenz (3,8). Schlusslicht bildete interkulturelle Kompetenz (3,1).

Persönliche Kompetenzen:**Persönlichkeit steht bei den Unternehmern ganz hoch im Kurs**

Sie sehen Erfolgsorientierung (4,4), Leistungswille und die Fähigkeit, selbständig zu arbeiten (4,4) als die bedeutendsten persönlichen Eigenschaften an. Aber auch Belastbarkeit (4,2) und Unternehmergeist (4,1) oder Entscheidungsfreude (4,0) werden von mehr als 80 Prozent als sehr/äußerst wichtig eingestuft.

Worin die Unternehmen die größten Defizite sehen:**Soziale und persönliche Kompetenzen**

Die größten Probleme sehen die befragten Unternehmen bei den sozialen (55 Prozent) und persönlichen Kompetenzen (47 Prozent).

Hauptgründe für die Defizite:

Die Hauptgründe liegen nach Ansicht der Hälfte der Unternehmen in fehlenden Werten und einer schlechten Erziehung. Rund ein Drittel sieht Mängel in der Schulbildung als Grund für die Misere, und fast genau so viele Unternehmen (28 Prozent) machen eine schlechte Hochschullehre für die Defizite verantwortlich.

Warum sich Unternehmen schnell wieder von Berufseinsteigern trennen:**Praxisferne ist Hauptgrund für eine Trennung von Berufseinsteigern**

Fast die Hälfte der Unternehmen (47,5 Prozent) hat sich wieder von einem Berufseinsteiger getrennt. Nach Angabe von 29 Prozent der Unternehmen waren die Mitarbeiter nicht in der Lage, die theoretisch erworbenen Kenntnisse umzusetzen. Ein Viertel sieht den Grund zudem in Selbstüberschätzung des Mitarbeiters, in mangelndem Sozialverhalten und in mangelnder Integrationsfähigkeit.

Ja zum Bachelor**Bekanntheitsgrad und Akzeptanz des Bachelor-Abschlusses steigen**

70 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, über die neuen Studiengänge mit Bachelor- und Masterabschlüssen Bescheid zu wissen. 56 Prozent der Unternehmen sind davon überzeugt, dass in einem Bachelorstudium die im Unternehmen gebrauchten Qualifikationen erworben werden können.

Mehr Praxisbezug als große Chance des Bachelor

Auch beim Bachelorstudiengang sehen die Unternehmen den Schwerpunkt der Profilbildung im Praxisbezug. Dementsprechend wünschen sie sich eine stärkere Anwendungsorientierung der Studieninhalte (4,3), mehr inhaltlich in das Studium integrierte Praktika (4,1) sowie eine bessere Kooperation mit der Wirtschaft bei der Erarbeitung der Studienprofile (3,9).



Von der Uni in den Betrieb – Wo setzen Unternehmen Hochschulabsolventen ein?

Unternehmen bevorzugen für die verschiedenen Geschäftsbereiche ganz bestimmte Ausbildungsprofile ...

So werden **Wirtschaftswissenschaftler** am liebsten im Bereich Finanzen/Controlling eingesetzt (66 %), aber auch in der Geschäftsführung und in den Personalabteilungen (59 %) sowie in Marketing und Vertrieb (51 %) – Mehrfachnennungen waren möglich. **Juristen** werden von 28 Prozent der Unternehmen hauptsächlich in Geschäftsführung und im Personalbereich eingesetzt. **Mathematiker und Naturwissenschaftler** werden in den Bereichen Forschung und Entwicklung (28 %) sowie in der Produktion oder den technischen Dienstleistungen (16 %) bevorzugt.

... in der Struktur aber einen gesunden Personalmix

Offenbar ist auch ein guter Personalmix in den Unternehmen erwünscht, denn 21,3 Prozent der befragten Unternehmen beschäftigen Geisteswissenschaftler, und zwar überwiegend im Geschäftsführungs- und Personalbereich, aber auch in Marketing und Vertrieb.

Die Vielfalt der Qualifikationen in den Führungsetagen, aber auch die insgesamt breiten Einsatzmöglichkeiten für Hochschulabsolventen werden besonders daran deutlich, in welchen Bereichen Unternehmen Ingenieure einsetzen: 64 Prozent der Befragten beschäftigen Ingenieure in der Produktion oder im Bereich der technischen Dienstleistungen, 47 Prozent setzen sie im Bereich Forschung und Entwicklung ein. Immer noch 31 Prozent nutzen die Qualifikationen von Ingenieuren in Marketing und Vertrieb und 30 Prozent auch in der Geschäftsführung.

Interessant und eine gute Nachricht für alle Hochschulabsolventen ist, dass es offenbar nichts gibt, was es nicht gibt, soll heißen, dass es in jedem Geschäftsbereich Absolventen aus allen abgefragten Studienrichtungen gibt. Zwar werden Juristen selten im Bereich Forschung und Entwicklung eingesetzt, und Geisteswissenschaftler erreichen selten Führungspositionen in der Produktion (jeweils 1 Prozent), aber es ist auch nicht unmöglich, wie die Umfrageergebnisse zeigen.

Worauf die Unternehmen in Einzelnen Wert legen

Fachliches Können und methodische Kompetenzen (*Abb. rechts oben*)

Analyse- und Entscheidungsfähigkeit

Für 1838 Unternehmer (85 Prozent) ist Analyse- und Entscheidungsfähigkeit die wichtigste fachliche Anforderung, die sie an Hochschulabsolventen stellen. Auf einer Bedeutungsskala von 1 (nicht wichtig) bis 5 (äußerst wichtig) wurde diese Kompetenz von den Unternehmen mit einem Wert von 4,2 gewichtet. Nur 56 Unternehmen gaben „nicht wichtig“ an, würden also andere Kompetenzen stärker gewichten.

Fundiertes Fachwissen und Lernkompetenz

1773 Chefs (82 Prozent) bezeichneten fundiertes Wissen aus der Fachdisziplin als sehr wichtig/äußerst wichtig, nur 67 hielten dies für unwichtig (es wurde ebenfalls ein Wert von 4,2 erreicht). Fast ebenso wichtig ist die Fähigkeit, sich selbständig Wissen zu erschließen, 1601 Unternehmen (74 Prozent) legen besonderen Wert auf Lernkompetenz (4,0). Nur 45 Unternehmen gaben an, dies sei ihnen nicht so besonders wichtig.

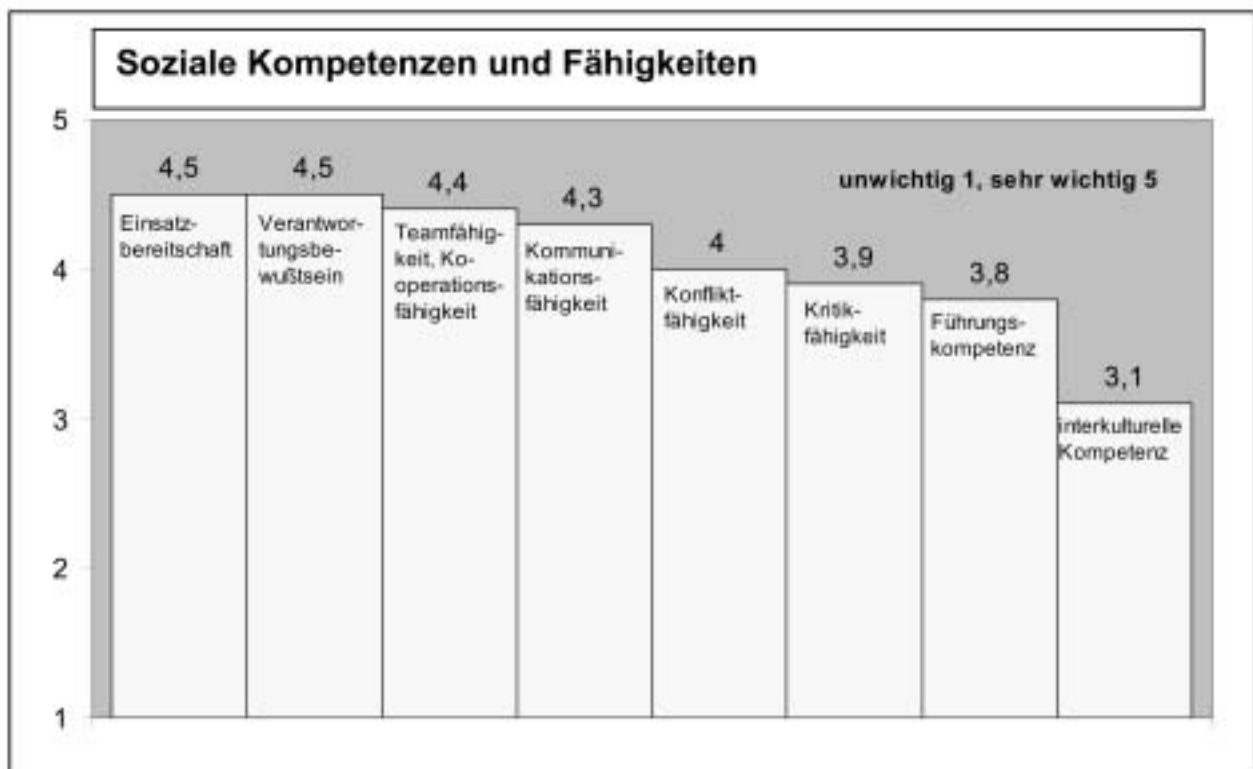
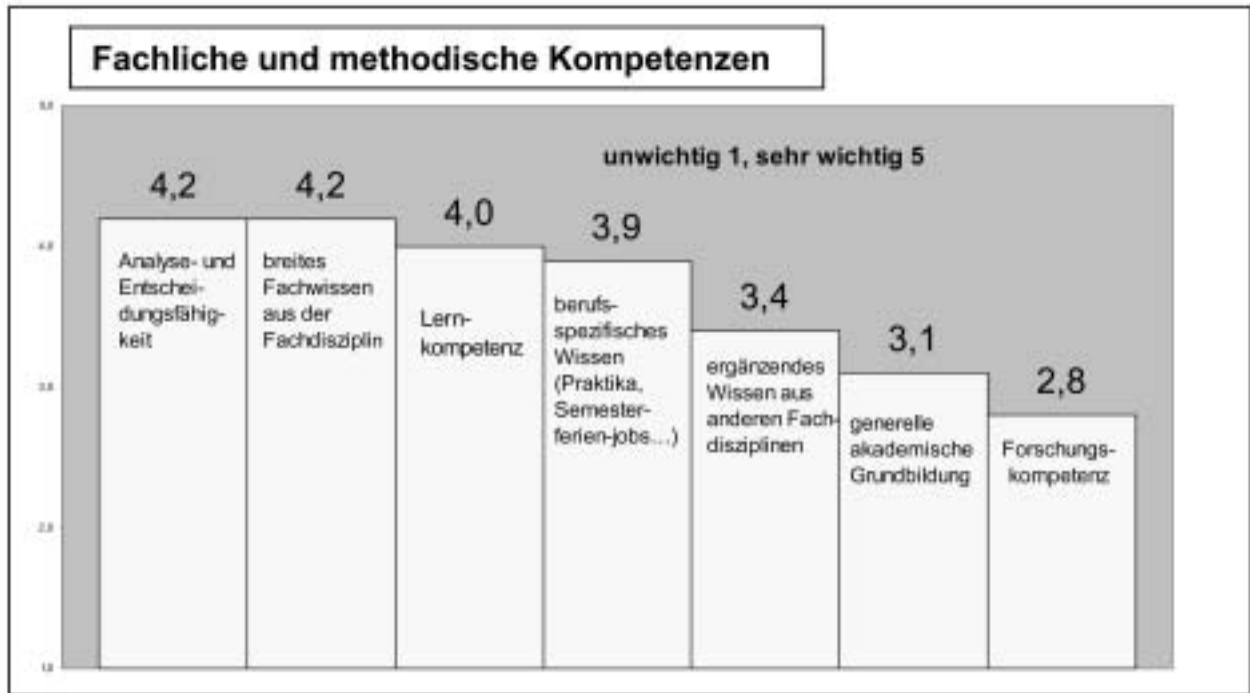
Praktische Erfahrungen

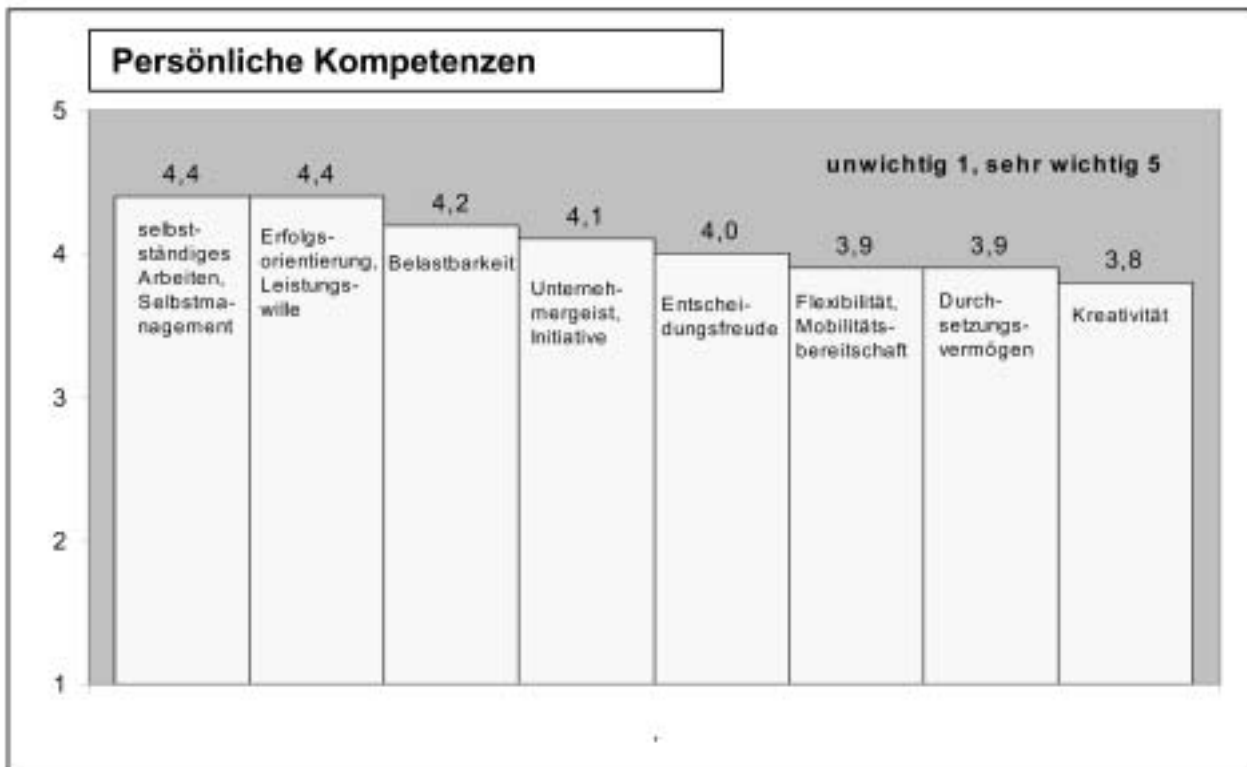
Auch wer berufsspezifische Praktika, Ferienjobs u.ä. vorweisen kann, kommt bei Unternehmern gut an: 1468 (68 Prozent) fanden solches Engagement sehr und äußerst wichtig, weitere 426 stufen es immer noch als wichtig ein. Auf der Skala wurde ein Wert von 3,9 erreicht.

Weitere Kompetenzen

Ergänzendes Wissen aus anderen Disziplinen (3,4), eine generelle akademische Grundbildung (3,1) und Forschungskompetenz (2,8) wurden als weniger bedeutend eingestuft. Sicher kann man daraus nicht schlussfolgern, den Unternehmen wären diese Kompetenzen nicht wichtig; die Prioritäten werden jedoch eindeutig zugunsten der oben genannten Qualifikationen gesetzt. Zu berücksichtigen ist darüber hinaus: Die wenigsten der befragten Unternehmen (kleine und mittlere) haben eigene Forschungsabteilungen. Insofern ist der Verzicht auf Forschungskompetenz verständlich. Sie wollen eher gut ausgebildete Praktiker im Unternehmen haben. Die Fähigkeit, forschen zu können, wird eben nicht vom Großteil der Hochschulabsolventen erwartet, sondern nur von einer kleinen Spitze.







Soziale Kompetenzen und Fähigkeiten (Abb. S. 5 unten)

Einsatzbereitschaft und Verantwortungsbewusstsein sind existenziell

Einsatzbereitschaft der jungen Akademiker war für 1960 Unternehmer sehr/äußerst wichtig, dicht gefolgt von **Verantwortungsbewusstsein** (1948), in beiden Fällen ergab sich auf der Skala ein Wert von 4,5. An der Gewichtung wird deutlich, dass Unternehmen diesen sozialen Kompetenzen offenbar noch eine höhere Bedeutung zumessen, als den wichtigsten fachlichen Kompetenzen.

Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Konfliktfähigkeit

Die Fähigkeiten, mit anderen gemeinsam an Zielen zu arbeiten, zu kommunizieren und Konflikte zu bewältigen, sind für die Unternehmen ebenfalls wichtige Eigenschaften, wenn sie sich für einen Bewerber entscheiden. Diese Eigenschaften folgen den Kriterien Einsatzbereitschaft und Verantwortungsbewusstsein im Ranking in kurzen Abständen.

Kritikfähigkeit und Führungskompetenz

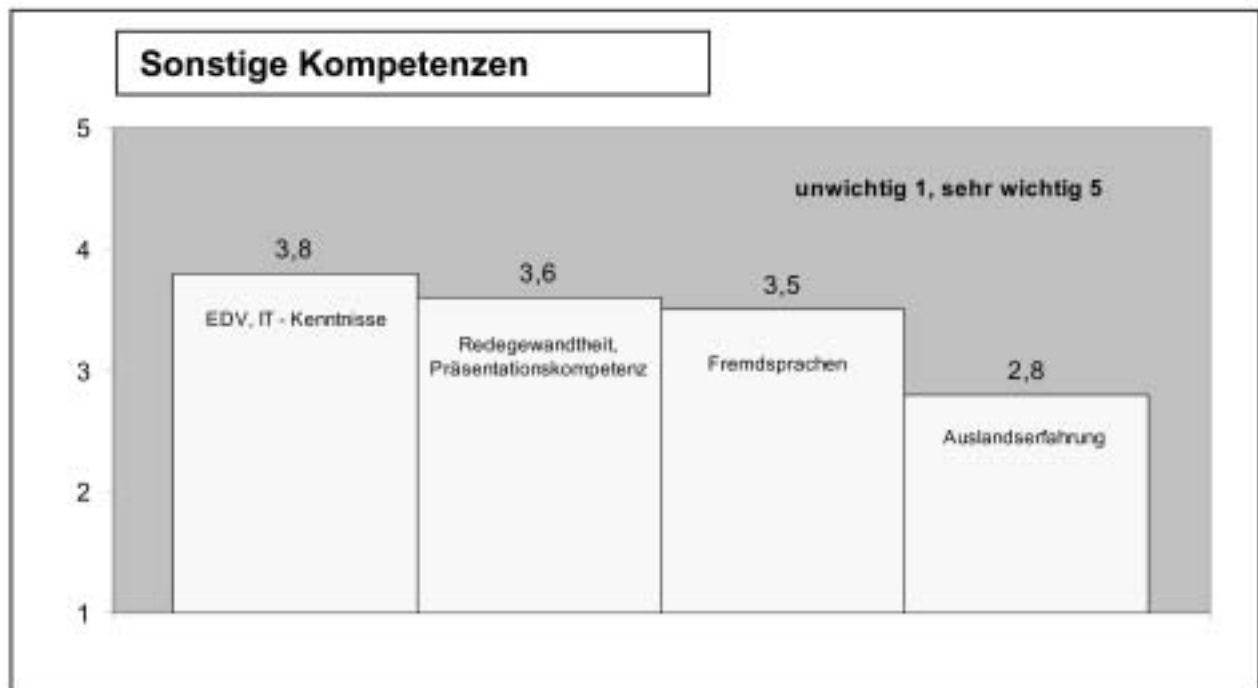
Wie wichtig den Unternehmen soziale Kompetenzen insgesamt sind, zeigen die Ergebnisse für **Kritikfähigkeit** (3,9) und **Führungskompetenz** (3,8).

Interkulturelle Kompetenz

Ganz zuletzt nannten die Unternehmen interkulturelle Kompetenz als ausschlaggebend (3,1). Dieser Wert ist unter dem Gesichtspunkt zu interpretieren, dass rund 35 Prozent der befragten Unternehmen angaben, nicht international geschäftlich aktiv zu sein. Für diese Unternehmen spielt interkulturelle Kompetenz demzufolge nur eine untergeordnete Rolle. Darüber hinaus gilt die interkulturelle Kompetenz als eine Qualifikation, die auch noch in der beruflichen Praxis erworben werden kann, während die höher bewerteten Kompetenzen bereits für den Berufseinstieg unverzichtbar sind. Bemerkenswert ist, dass gerade diese Kompetenz für den Einsatz der Hochschulabsolventen nach Geschäftsbereichen von den Unternehmen äußerst differenziert betrachtet wird. So wird ein Auslandsaufenthalt für eine Beschäftigung in Marketing und Vertrieb als relativ wichtig eingestuft, während er für den Einsatz in anderen Geschäftsbereichen z.B. Finanzen/Controlling kaum eine Rolle spielt.

Persönliche Kompetenzen (Abb. oben)

Die persönlichen Kompetenzen stehen bei den Unternehmern ebenso hoch im Kurs wie die sozialen Kompetenzen. Zwar sehen sie **Erfolgsorientierung** (4,4), **Leistungswille** und die **Fähigkeit**



selbständig zu arbeiten (4,4) als die bedeutsamsten persönlichen Eigenschaften an. Aber auch **Belastbarkeit** (4,2) und **Unternehmergeist** (4,1) bzw. **Entscheidungsfreude** (4,0) werden von mehr als 80 Prozent als sehr/äußerst wichtig eingestuft. Im Ranking folgen Flexibilität und Mobilitätsbereitschaft (3,9), Durchsetzungsvermögen (3,9) und Kreativität (3,8).

Sonstige Kompetenzen (Abb. oben)

Kompetenzen, die sich keinem der oben genannten Bereiche zuordnen lassen, die aber gleichwohl zum Teil von Hochschulabsolventen beim Berufseinstieg erwartet werden, sind: **EDV-/IT-Kenntnisse** (3,8), **Präsentationskompetenz und Redegewandtheit** (3,6) und **Fremdsprachenkenntnisse** (3,5). Explizit genannt werden von Unternehmen darüber hinaus: Kostenbewusstsein, Loyalität/Integrität/Ehrlichkeit, Projektmanagementfähigkeiten, Dienstleistungsbereitschaft sowie grundsätzliches Interesse und eine gute Allgemeinbildung.

Worin die Unternehmen die größten Defizite sehen

Soziale und persönliche Kompetenzen mangelhaft

Die größten Defizite sehen die Unternehmen bei den sozialen und persönlichen Kompetenzen. 55

Prozent der Unternehmen beklagen einen Mangel an Sozialkompetenz bei Hochschulabsolventen, 47 Prozent sind mit den persönlichen Kompetenzen nicht zufrieden. Nur 38 Prozent beklagen fachliche oder methodische Defizite.

Worin die Unternehmen die Hauptgründe für die Defizite sehen

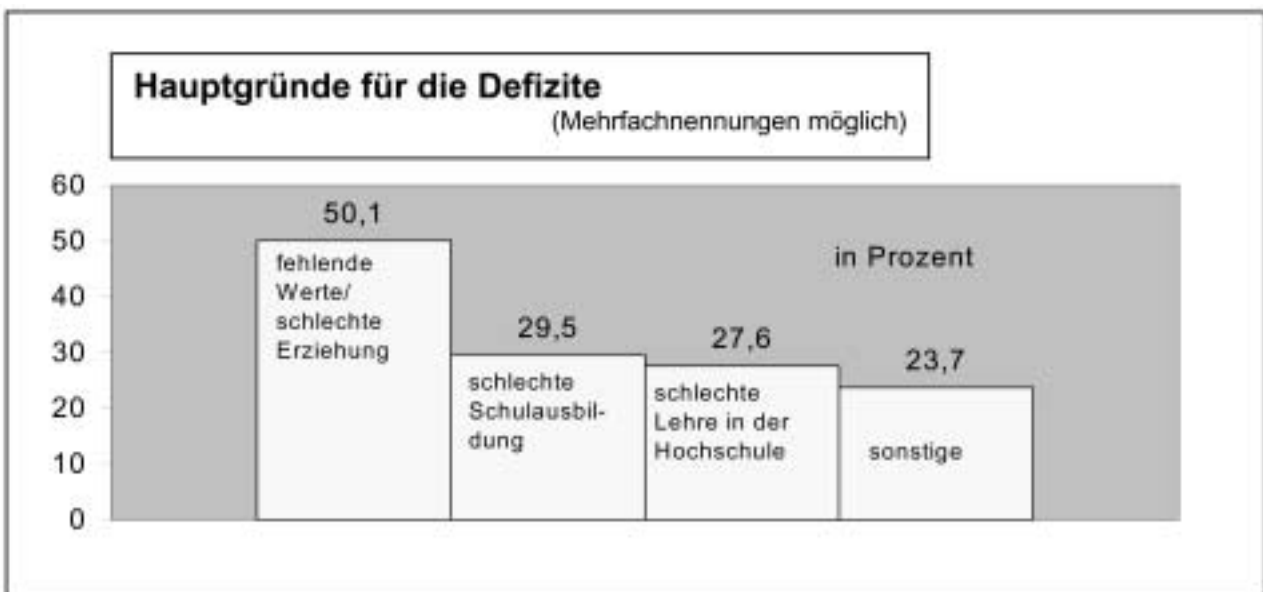
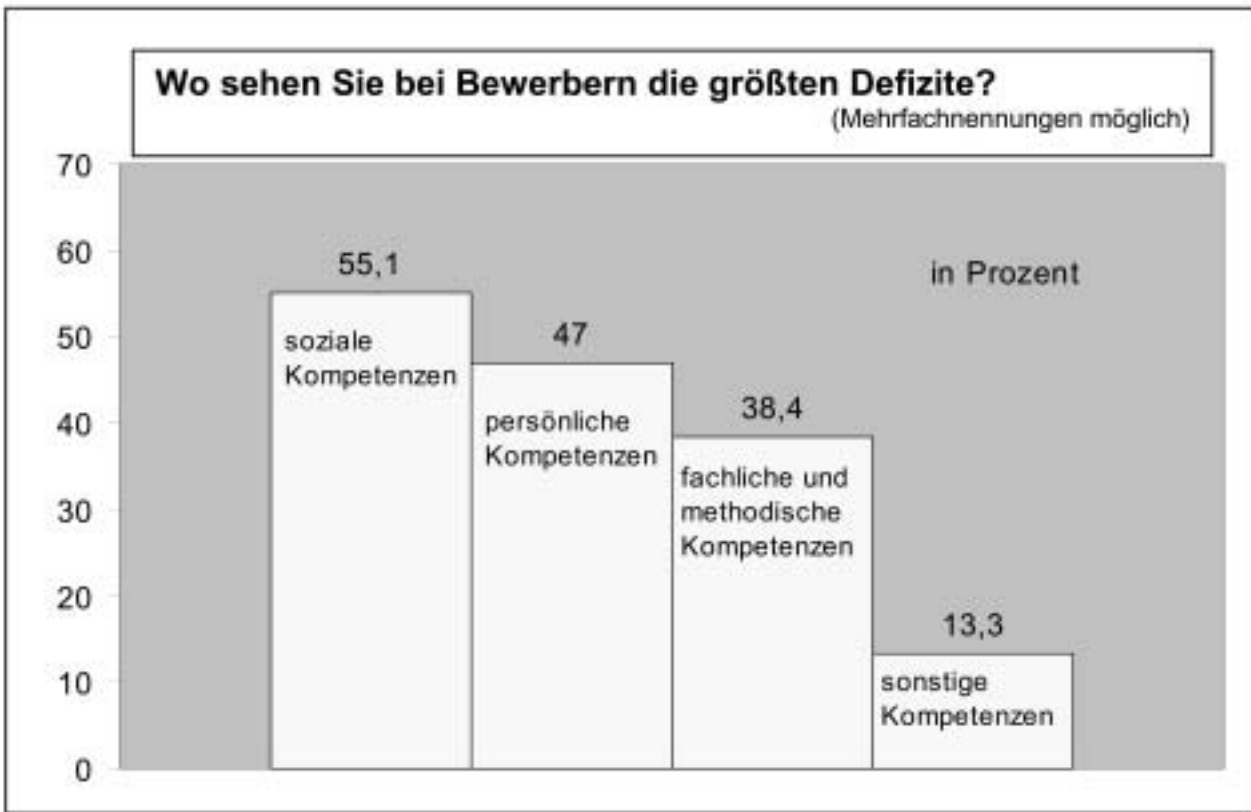
Hauptgründe für die Defizite: fehlende Werte und schlechte Erziehung

Die Hauptgründe liegen nach Ansicht der Hälfte der Unternehmen in fehlenden Werten und einer schlechten Erziehung.

Rund ein Drittel sieht eine schlechte Schulbildung als Grund für die Misere, und fast genau so viele Unternehmen (27,6% der Befragten) machen eine schlechte Hochschullehre für die Defizite verantwortlich.

Als Hauptmanko für Defizite bei den fachlichen und methodischen Kompetenzen nennen die Betriebe überwiegend eine fehlende oder schlechte Verbindung von Theorie und Praxis während des Studiums.





Den Defiziten wirkungsvoll begegnen:

Entwicklung persönlicher und sozialer Kompetenzen durch die Hochschulen

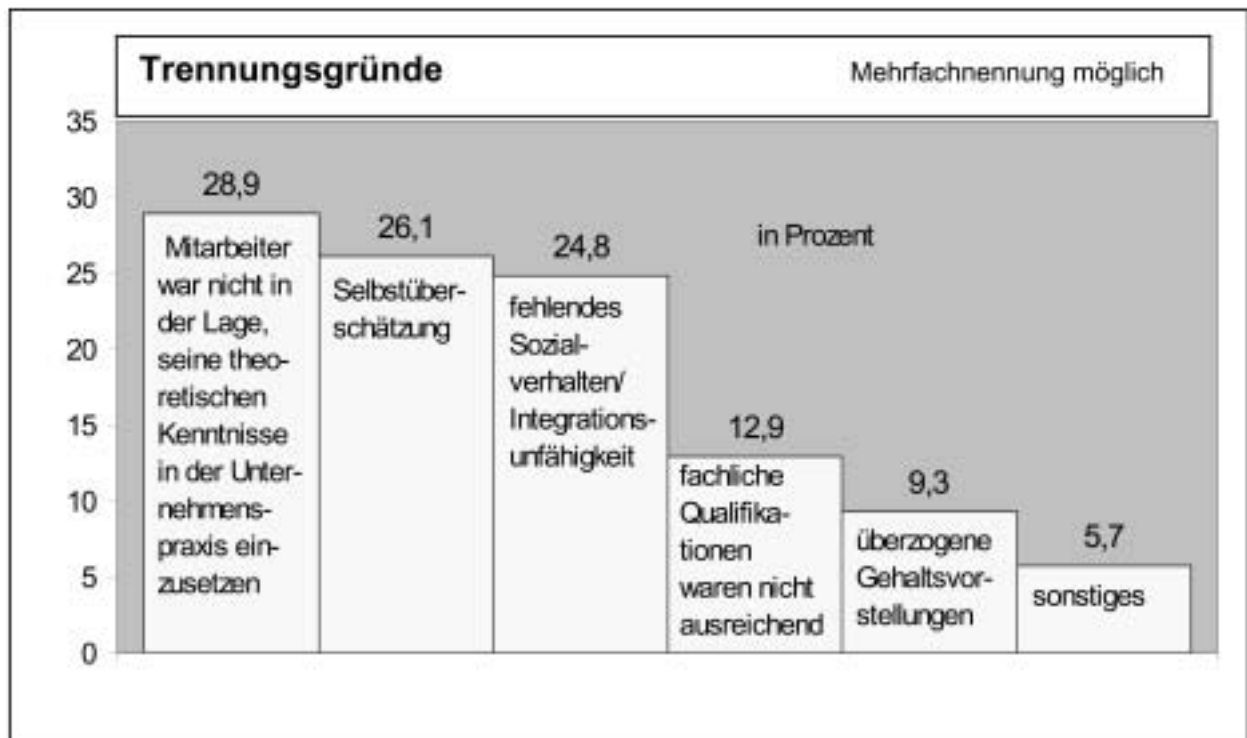
Befragt danach, ob sie der Ansicht sind, dass Hochschulen u.a. auch die Aufgabe haben, persönliche und soziale Kompetenzen bei den Studierenden zu entwickeln, gaben 91 Prozent der

Betriebe an, dass sie dies selbstverständlich als Aufgabe der Hochschulen betrachten (46 Prozent) oder zumindest teilweise (45 Prozent), und zwar ungeachtet voruniversitärer Versäumnisse.

Abkehr von der reinen „Erwachsenenbildung“

Obwohl den Hochschulen die Defizite offenbar noch am wenigsten angelastet werden (abgesehen





von den tatsächlichen, fachlichen Defiziten), müssen auch sie – wie in der beruflichen Bildung die Ausbildungsbetriebe – bestimmte Bildungsleistungen erbringen, die eigentlich schon in den vorangehenden Bildungsabschnitten hätten vermittelt werden müssen. Die Hochschulen müssen also von ihrem noch weit verbreiteten Verständnis, ausschließlich „Erwachsenenbildung“ zu betreiben, wegkommen und sich auf die Realität einstellen. Für die Bildungspolitik ist dieses Ergebnis der Studie einmal mehr als Indiz zu nehmen, dass in der voruniversitären Bildung und Erziehung Qualitätsverbesserungen dringend notwendig sind.

Einige Hochschulen haben bereits reagiert

Vierorts haben Hochschulen bereits reagiert und in die ersten Studiensemester ein verpflichtendes *studium generale* integriert. Neue Formen und Methoden der Kompetenzvermittlung und -aneignung müssen hinzukommen, und zwar insbesondere solche, mit Hilfe derer auch persönliche und soziale Fähigkeiten herausgebildet und trainiert werden können.

Warum sich Unternehmen schnell wieder von Berufseinsteigern trennen

Praxisferne ist Hauptgrund für Trennung

Fast die Hälfte der befragten Unternehmen (47,5%) hat sich bereits wieder von einem Berufs-

einsteiger aus Hochschulen getrennt. Der Hauptgrund, der hier von den Unternehmen genannt wird, ist ein Zeichen dafür, dass es den Hochschulen nicht immer gelingt, wissenschaftliche Inhalte und Methoden mit ihrer praktischen Relevanz zu verknüpfen. 29 Prozent der Unternehmen, die sich von einem Berufseinsteiger getrennt haben, taten dies, weil der neue Mitarbeiter **nicht in der Lage war, seine theoretischen Kenntnisse in der Unternehmenspraxis anzuwenden**.

Weitere Trennungsgründe

Ein Viertel sieht den Grund zudem in der **Selbstüberschätzung** des Mitarbeiters, und ein weiteres Viertel in **mangelndem Sozialverhalten** und in **Integrationsunfähigkeit**. 13 Prozent gaben an, die fachlichen Qualifikationen des Mitarbeiters seien nicht ausreichend gewesen. Nur 9 Prozent trennten sich von einem Mitarbeiter, weil dieser zu überzogene Gehaltsvorstellungen hatte. Letzteres ist ein Indiz dafür, dass die meisten Hochschulabsolventen mit durchaus realistischen Vorstellungen über den eigenen Marktwert und pragmatischem Herangehen ins Berufsleben starten.

Weiterhin exemplarisch genannt wurden von Unternehmen folgende Trennungsgründe: mangelnde Lernbereitschaft und Selbstständigkeit, mangelnde Einsatzbereitschaft, Oberflächlichkeit und eine zu enge Festlegung des Mitarbeiters auf bestimmte Einsatzgebiete.



Worauf Unternehmen bei der Bewerbung schauen

Für alle Geschäftsbereiche gilt: Praktische Erfahrungen von Vorteil

Zeugnisnoten können noch so gut sein, ohne ein Praktikum oder eine berufliche Tätigkeit während des Studiums hat ein Bewerber kaum Chancen im Wettbewerb um den begehrten Job. Bei der Frage nach den wesentlichen Beweggründen für die Einstellung eines Bewerbers legten die Unternehmen für fast alle Geschäftsbereiche den größten Wert auf die berufliche Praxis. Lediglich im Bereich Forschung und Entwicklung fiel die Gewichtung etwas stärker zugunsten der Zeugnisnoten aus. Deutliche Unterschiede sind in den weiteren Gewichtungen festzustellen. Während für einen Einsatz in Produktion bzw. Finanzen/Controlling an zweiter Stelle die Zeugnisnoten besonders wichtig sind, wird für einen Einsatz in Geschäftsführung, Personalwesen, Marketing und Vertrieb besonders auf kommunikative Kompetenzen geschaut. In Marketing und Vertrieb rangieren ein Auslandsaufenthalt und breite Interessen über die fachliche Spezialisierung hinaus noch vor der Bedeutung der Zeugnisnoten.

Anforderungen nach Geschäftsbereichen

Finanzen und Controlling. Gute Zeugnisnoten sind gefragt

Sehr gute Zeugnisnoten sind danach am stärksten für eine Einstellung im Bereich **Finanzen und Controlling** ausschlaggebend; 72 Prozent der Unternehmen gaben an, eine **gute Zeugnisnote** sei ihnen in diesem Bereich besonders wichtig. Ebenso scheint in diesem Geschäftsbereich die Kürze des Studiums von größerer Relevanz zu sein als in anderen Geschäftsbereichen. 23 Prozent gaben an, eine kurze Studiendauer sei ihnen für den Einsatz in diesem Geschäftsbereich wichtig. In den anderen Unternehmensbereichen ist dieses Kriterium von geringerer Bedeutung.

Produktion: berufliche Praxis entscheidend

76 Prozent der Betriebe sagen, für einen Einsatz in der Produktion ist ihnen die berufliche Praxis besonders wichtig. Allerdings ergibt sich ein ähnlich hoher Wert für dieses Kriterium auch für den Einsatz in allen anderen Geschäftsbereichen: Finanzen und Controlling 75 Prozent, Geschäftsführung und Personal 62 Prozent, Marketing und Vertrieb 62 Prozent, Forschung und Entwicklung 54 Prozent.

Geschäftsführung, Marketing und Vertrieb: hohe kommunikative Kompetenz

Eine hohe kommunikative Kompetenz wird jeweils in der Geschäftsführung und in Marketing und Vertrieb am stärksten gefordert (76 Prozent). Ein Auslandsaufenthalt und entsprechende Erfahrungen sind besonders wichtig in Marketing und Vertrieb (33 Prozent). Breite Interessen über das Fachgebiet hinaus spielen eine Rolle für den Einsatz in der Geschäftsführung (34 Prozent), aber auch in Marketing und Vertrieb (33 Prozent) sowie in Forschung und Entwicklung (28 Prozent). Nachgewiesenes soziales Engagement spielt für einen Einsatz in der Geschäftsführung und im Personalwesen eine nicht unerhebliche Rolle. 34 Prozent der Unternehmen suchen in den Bewerbungsunterlagen nach einem solchen Hinweis.

Einstiegsalter allein nicht ausschlaggebend

Ein möglichst junges Einstiegsalter von Hochschulabsolventen ist für die weitaus meisten Unternehmen offenbar nicht vorrangig. 79 Prozent der Unternehmen gaben an, dass es ihnen in erster Linie auf die gute Qualifikation ihrer Einsteiger ankommt. Allerdings gaben auch nur 11 Prozent der Unternehmen an, das Einstiegsalter sei ihnen völlig egal. Die starke Prioritätenbildung der Kompetenz „Erfolgsorientierung und Leistungswille“ im Bereich der persönlichen Kompetenzen lässt darauf schließen, dass eine gewisse Zielstrebigkeit beim Studieren gleichwohl vorausgesetzt wird.

Ja zum Bachelor

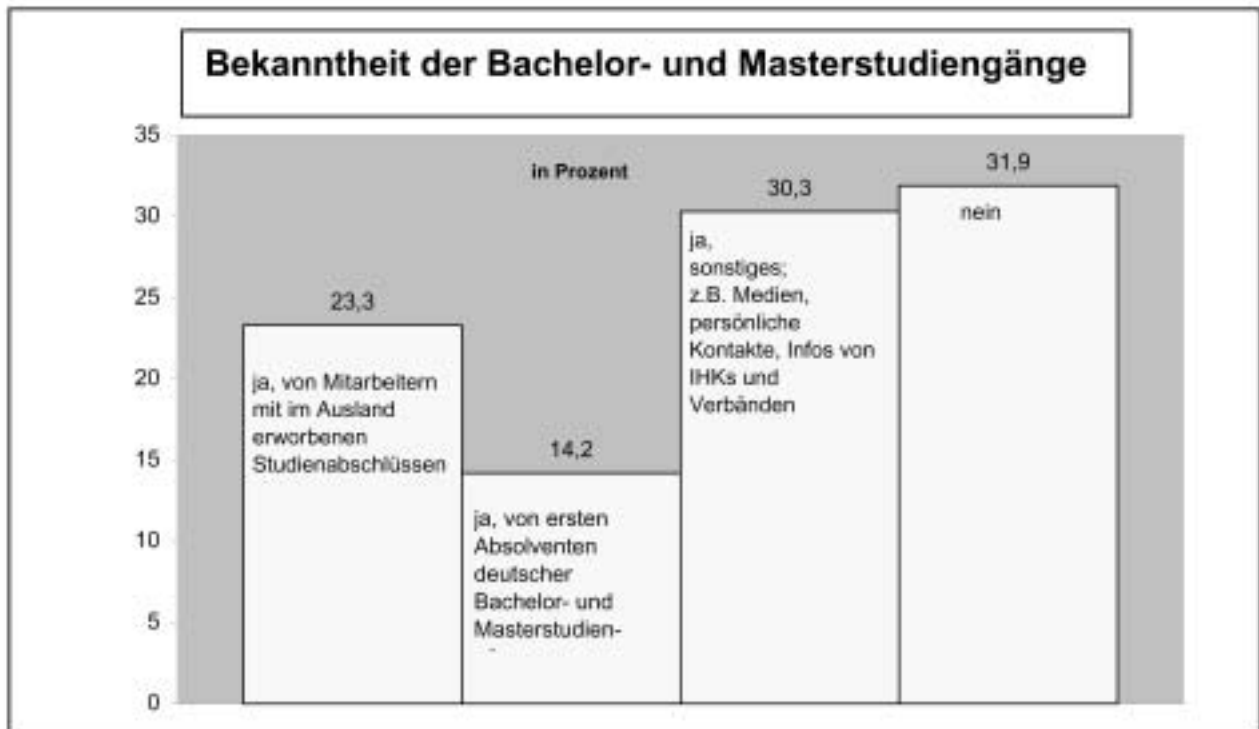
Bekanntheitsgrad und Akzeptanz steigen

Der Bekanntheitsgrad der neuen Studiengänge hat sich binnen Jahresfrist deutlich erhöht. Während in einer Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages zur Bekanntheit der Bachelor- und Masterstudiengänge in der Wirtschaft vom Februar 2003 erst 40 Prozent der Unternehmen von den neuen Studienprofilen Kenntnis hatten, sind es jetzt bereits **nahezu 70 Prozent**. 23 Prozent der Unternehmen kennen Bachelor und Master von Mitarbeitern, die ihre Abschlüsse im Ausland erworben haben.

Bachelor- und Masterabsolventen arbeiten bereits in den Betrieben

Wie zu erwarten, sind es die großen Unternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern, die in dieser Gruppe überdurchschnittlich vertreten sind. Während ihr





Anteil an der Gesamtstichprobe 17 Prozent ausmacht, sind sie in dieser Gruppe zu 33 Prozent vertreten. Aber auch größere mittelständische Unternehmen mit 200 bis 999 Beschäftigten haben bereits Mitarbeiter mit Bachelor- und Masterabschlüssen in ihren Reihen. Sie machen 31 Prozent der Betriebe aus, die Bachelor- und Masterabsolventen von eigenen Beschäftigten kennen. Die Betriebe mit bis zu 199 Mitarbeitern sind dagegen hier mit einem geringeren Anteil als dem an der Gesamtzahl der befragten Unternehmen vertreten.

14 Prozent der befragten Betriebe kennen die neuen Studiengänge bereits durch Absolventen deutscher Bachelor- und Masterstudiengänge. Die Verteilung ist jedoch auch hier ähnlich. Größere Betriebe haben gemessen an ihrem Anteil an der Gesamtstichprobe eher Erfahrungen mit deutschen Bachelor- und Masterabsolventen gemacht als die kleineren Betriebe.

Wie informieren sich Unternehmen sonst über den Bachelor?

30 Prozent aller befragten Unternehmen kennen die Bachelor- und Masterstudiengänge noch nicht aus praktischen Erfahrungen, wissen aber über die neuen Studiengänge grundsätzlich Bescheid. Als Quellen nennen sie Medien, persönliche Kontakte, z.B. zu Absolventen, Studierenden, Praktikanten, Bewerbern bzw. Kontakte zu Hochschulen. Einige haben selbst eine eigene internationale Ausbildung

oder Freunde, Bekannte, Verwandte, die ein Bachelor- oder Masterstudium absolvieren oder absolviert haben. Ein Teil gibt an, dass ihnen die angelsächsischen Bachelor- und Masterstudiengänge bekannt sind. Auch aus Informationen von Kammern und Verbänden beziehen viele ihre Kenntnisse.

Unternehmen setzen Hoffnung auf unternehmensnahe Qualifikationen

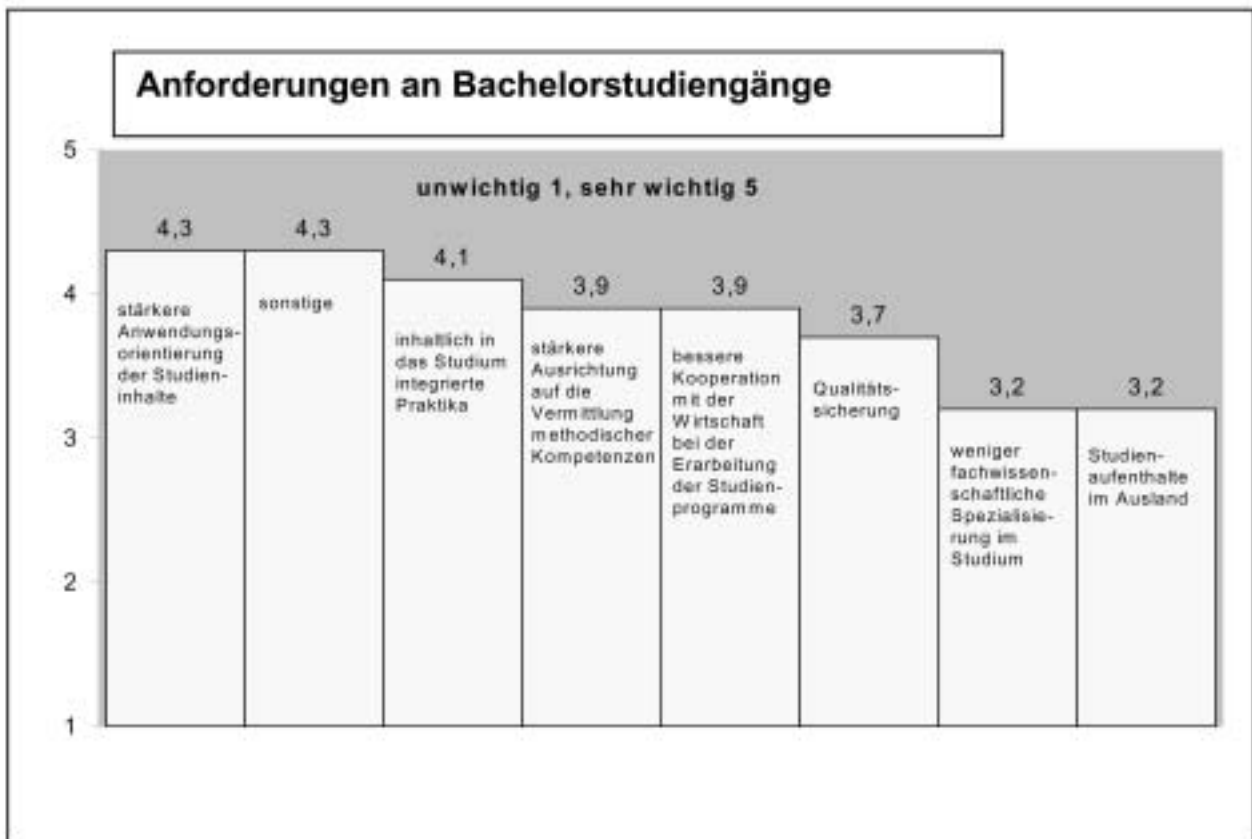
56 Prozent der Unternehmen sind davon überzeugt, dass in einem Bachelorstudium die im Unternehmen gebrauchten Qualifikationen erworben werden können. Nur rund 14 Prozent der Unternehmen bezweifeln dies, 24 Prozent sind sich noch unsicher. Abstriche zu den bisherigen Qualifikationsniveaus würden bei kürzeren Studienzeiten 32,5 Prozent der Betriebe in Kauf nehmen. 16 Prozent sind in dieser Frage unsicher, 38,5 Prozent der Unternehmen erwarten von Bachelors die gleichen Qualifikationen wie von anderen Absolventen.

Welche Anforderungen stellen die Unternehmen an den Bachelor?

Praxisbezug auch hier entscheidend

Wie ein roter Faden zieht sich als wichtigstes Ergebnis der Studie: Die Unternehmen wünschen





sich einen stärkeren Praxisbezug des Studiums. In der Rangfolge der Anforderungen an gute Bachelorstudiengänge nannten die Unternehmen: stärkere Anwendungsorientierung der Studieninhalte (4,3), inhaltlich in das Studium integrierte Praktika (4,1), bessere Kooperation mit der Wirtschaft bei der Erarbeitung der Studienprofile (3,9), Stärkere Ausrichtung auf die Vermittlung methodischer Kompetenzen (3,9), Qualitätssicherung bzw. externe Begutachtung (3,7). Die deutliche Betonung einer sinnvollen Verknüpfung von Theorie und Praxis ist ein Zeichen dafür, dass einer Verkürzung des Studiums auf keinen Fall die praxisrelevanten Inhalte bzw. die in einige Studiengänge inkludierten Praxissemester zum Opfer fallen dürfen.

Weitere wichtige und weniger wichtige Anforderungen an den Bachelor

Weniger bedeutend erscheinen eine Reduktion der fachwissenschaftlichen Spezialisierungen (3,2) und Studienaufenthalte im Ausland (3,2). Weiterhin ausdrücklich genannt werden: moderne Lern- und Arbeitsmethoden, hohe Leistungsanforderungen während des Studiums, Studienergänzungsprogramme zur Fortbildung, projektorientiertes Studium und Managementtraining, effektive Struktu-

rierung des Studiums, kürzere Semesterferien und eine Begrenzung der Studiendauer, um die Zielorientierung des Studiums zu verbessern.

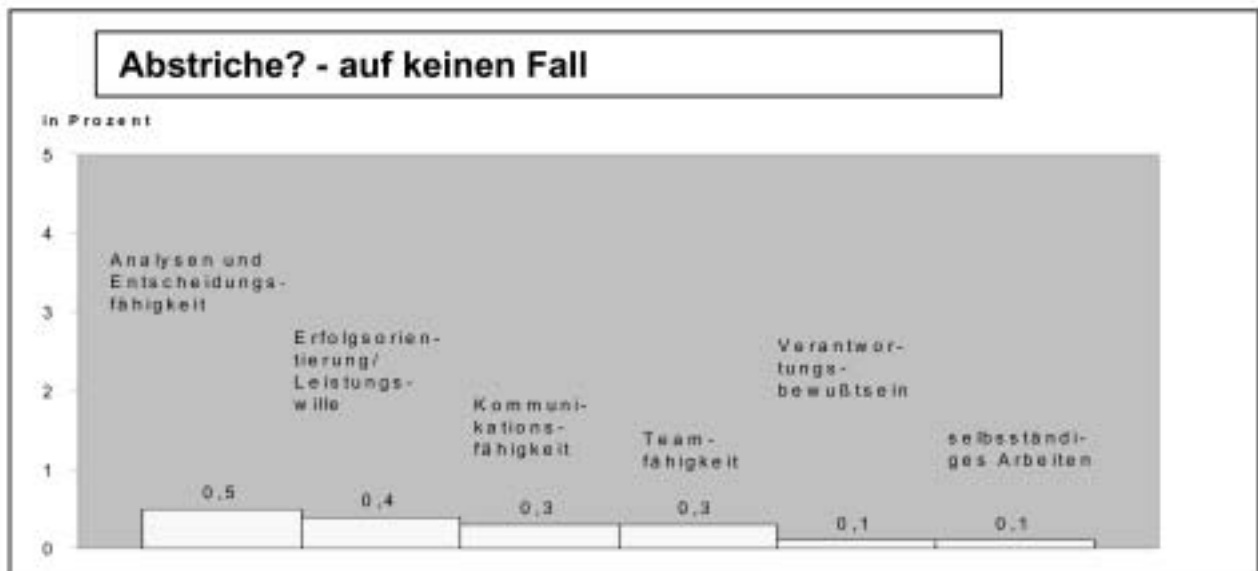
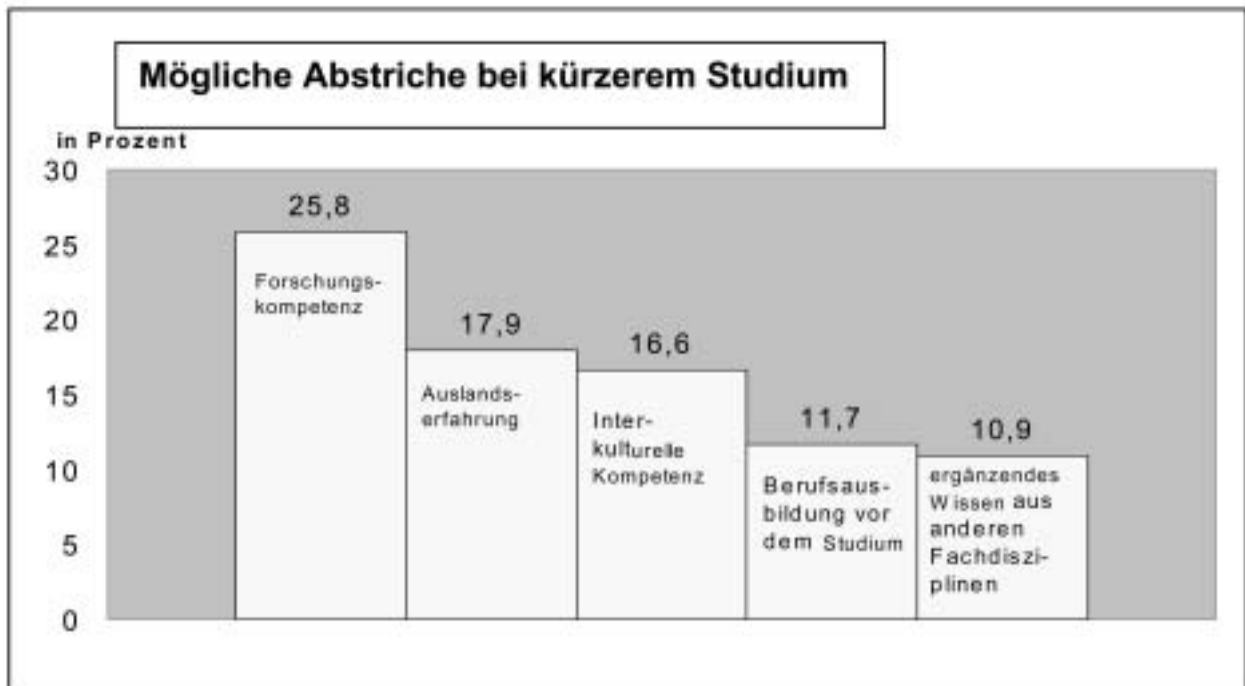
Kürzeres Studium – weniger Qualität? Wo die Unternehmen am ehesten Abstriche hinnehmen würden

Nicht einfach streichen, sondern nachhaltig reformieren

Wenn ein Bachelor zum Regelabschluss an deutschen Hochschulen werden soll, müssen diese Studiengänge Großes leisten, damit Studieren in Deutschland nicht mit einem generellen Niveauverlust verbunden ist. Es kommt also nicht darauf an, einfach zu entscheiden, was man weglassen kann, sondern darauf, die Art und Weise des Studierens in Deutschland zu reformieren. Gleichwohl sehen auch Unternehmen die Notwendigkeit sich bei kürzeren Studienzeiten auf bestimmte Kernfelder zu beschränken.

Worauf die Unternehmen am ehesten verzichten würden

Die befragten Unternehmen würden bei Bachelorabsolventen am ehesten Abstriche bei folgenden



Kompetenzen akzeptieren: Forschungskompetenz (26 Prozent), Auslandserfahrung (18 Prozent), interkulturelle Kompetenz (17 Prozent), Berufsausbildung vor dem Studium (12 Prozent), ergänzendes Wissen aus anderen Fachdisziplinen (11 Prozent). Der hohe Prozentsatz bei der Forschungskompetenz ist dadurch zu erklären, dass den Unternehmen sehr wohl bewusst ist, dass es sich beim Bachelor um den ersten berufsqualifizierenden Abschluss handelt. Von diesen Absolventen

wird daher Forschungskompetenz auch nicht erwartet.

Soziale und persönliche Kompetenzen unverzichtbar

Schaut man auf die Kompetenzen, die in der Rangliste ganz unten rangieren, wird deutlich, auf welche Kompetenzen die Unternehmen am allerwenigsten verzichten würden bzw. wo Abstriche



kaum toleriert werden: Verantwortungsbewusstsein (0,1 Prozent), selbständiges Arbeiten/Selbstmanagement (0,1 Prozent), Teamfähigkeit/Kooperationsfähigkeit (0,3 Prozent), Kommunikationsfähigkeit (0,3 Prozent), Erfolgsorientierung/Leistungswille (0,4 Prozent), Analyse- und Entscheidungsfähigkeit (0,5 Prozent). Bemerkenswert: Es handelt sich überwiegend um soziale und persönliche Kompetenzen.

Dokumentation: A 2532, A 365, E 872

INFOnet > Suchbegriff: ibv 15/2004

DIHK v. 23. 6. 2004; Zentrale PP 53 8/2004 ■