



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences



Hamburger Materialien zur Medien-Information 59

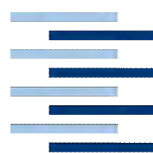
*Projektteam Mind the Gap
Ralph Schmidt (Hrsg.)*

Grad-Wanderungen

***Akzeptanz und Erfolg der Studienabschlüsse Bachelor und
Master in der Hamburger Medien- und Informationswirtschaft***

– Projektbericht –

HAW Hamburg, 2012



HAW HAMBURG

Hamburger Materialien zur Medien-Information

Schriftenreihe zur Theorie, Methodik und Praxis der Medieninformationsarbeit

59



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

Abteilung Information

Hamburger Materialien zur Medien-Information 59

Projektteam *Mind the Gap*
Ralph Schmidt (Hrsg.)

Grad-Wanderungen

***Akzeptanz und Erfolg der Studienabschlüsse Bachelor und
Master in der Hamburger Medien- und Informationswirtschaft***

Projektbericht

HAW Hamburg, Juli 2012



Verein für Medieninformation
und Mediendokumentation



Der Projektbericht ist ein Ergebnis des Forschungsprojekts »Mind the Gap – Akzeptanz und Erfolg der Studienabschlüsse Bachelor und Master in der Hamburger Medien- & Informationswirtschaft«, das vom vfm – Verein für Medieninformation und Mediendokumentation in Auftrag gegeben wurde.

Das Vorhaben ist Teil eines Wahlpflichtmoduls der Fächergruppe Informationswissenschaft und -praxis im Masterstudiengang Informationswissenschaft und -management an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg.

Berichtnummer: Abt.I 2012-3
Berichtsart: Abschlussbericht
Titel des Berichts: Grad-Wanderungen – Akzeptanz und Erfolg der Studienabschlüsse Bachelor und Master in der Hamburger Medien- und Informationswirtschaft

Reihentitel: Hamburger Materialien zur Medien-Information – Schriftenreihe zur Theorie, Methodik und Praxis der Medieninformationsarbeit ; 59

Autoren/ Autorinnen	Martin Appenzeller	Alexandra Gather	Jana Paul
	Josefine Bäßler	Ricarda Hage	Hanna Rehm
	Dorothee Böhringer	Nima Haghighi	Britta Steffen
	Joanna Boruch	Isabelle Jähric	Eva Steinert
	Milena Franck	Verena Kapfer	Johanna Wöhler
	Maximilian Frömbling	Marcus Kupka	

Projektleitung: Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.

Kontakt: Tel.: 040 42875-3607
E-Mail: ralph.schmidt@haw-hamburg.de

Institution: Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW)
Fakultät Design – Medien – Information
Abteilung Information
Finkenau 35
22081 Hamburg
URL: www.haw-hamburg.de/department-information.html

Projektlaufzeit: 22. März 2012 bis 11. Juli 2012

Berichtsschluss: 05. Juli 2012

Redaktion/Lektorat: Ralph Schmidt

Satz & Gestaltung: Forschungsagentur : *rais*, Hamburg
Digital gesetzt aus der Minion Pro und Myriad Pro

Titelfoto: by Kit from Pittsburgh, USA (Grads Absorb the News)
http://commons.wikimedia.org/wiki/File%3ACollege_graduate_students.jpg
[CC-BY-2.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0>)], via Wikimedia Commons from Wikimedia Commons

Akzeptanz und Erfolg der Studienabschlüsse Bachelor und Master in der Hamburger Medien- und Informationswirtschaft

Abstract

Der vorliegende Bericht dokumentiert Forschungsergebnisse aus dem 2012 an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg durchgeführten Projekt »Mind the Gap«, in dessen Rahmen die Wahrnehmung, Akzeptanz und Effektivität der reformierten europäischen Hochschulabschlüsse Bachelor und Master aus Sicht Hamburger Unternehmen und Organisationen des Medien- und Informationssektors analysiert wurden. Das Projekt hatte zum Ziel, Bekanntheit und Ansehen der aktuellen Studienabschlüsse bei Hamburger Personal- und Arbeitsmarktexperten zu bestimmen und Zusammenhänge zwischen Image, Qualität sowie dem Differenzierungsniveau der Studienabschlüsse und der aktuellen beschäftigungsrelevanten Einstellungs politik in der Hamburger Informations- und Medienwirtschaft zu ermitteln. Als vorrangiges Analyseinstrument wurden dazu vor allem mündliche qualitative Interviews mit 18 Personalverantwortlichen sowie mit vier Arbeitsexperten eingesetzt. Als Hauptresultat der Untersuchungen kann angesehen werden, dass viele Unternehmen im Einstellungsverhalten noch nicht zwischen den Abschlüssen Bachelor, Master und Diplom unterscheiden, da sie über keine oder nur unzureichende Kenntnisse und Erfahrung verfügen. Generell wurde beobachtet, dass die Unternehmen dem Bologna-Prozess gegenüber grundsätzlich positiv eingestellt sind, die beschäftigungspolitischen Konsequenzen dennoch relativ verhalten beurteilen. Masterabsolventen wird im Vergleich mit Bachelorabsolventen zwar mehr Verantwortungskompetenz und eine deutlicher entwickelte Persönlichkeitsbildung attestiert, dennoch wird relativ oft der Bachelorabschluss als erfolgreiche Bewerbung akzeptiert. Karriereentwicklung sowie Einstiegsposition und -gehalt werden als unabhängig vom konkreten Abschluss angesehen; relevant sind demnach allein die Anforderungen der zu besetzenden Position und die Beurteilung, ob Persönlichkeit und Praxiserfahrung von Bewerbern dafür ausreichen.

• Arbeitsmarkt • Medien und Information • Informationswirtschaft • Beschäftigungspolitik • Hamburg • Bologna-Prozess • Studienabschluss • Bachelorstudium • Masterstudium • Einstellungsverhalten • Akzeptanz • Expertenbefragung • Evaluation • Forschung • Studie •

Inhalt

Bildverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	12
1 Projektziele und Projektorganisation	13
1.1 Projektziele	13
1.2 Projektauftrag	13
1.3 Auftraggeber: vfm – Verein für Medieninformation und -dokumentation e. V.	14
1.4 Auftragnehmerin: Department Information, HAW Hamburg	14
1.5 Das Projektmanagement	14
1.6 Der Arbeits- und Zeitplan	15
1.7 Das Projekt in Zahlen	16
2 Präzisierung der Projektziele	17
2.1 Struktur des Zielsystems	17
2.2 Zielformulierungen	17
3 Stand der Forschung	21
3.1 Recherchearbeit	21
3.2 Rechercheergebnisse	21
3.2.1 DIHK 2002: Bachelor-/Masterumfrage	21
3.2.2 SCHRAEPER/BRIEDIS 2003: Kompetenzen von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen, berufliche Anforderungen und Folgerungen für die Hochschulreform	22
3.2.3 Friedrichsen 2004: Gehaltsreport – Was Bachelor und Master wirklich wert sind	23
3.2.4 Minsk/Briedis 2005: Der Bachelor als Sprungbrett?	24
3.2.5 Kimler/Krücken 2007: Die Akzeptanz von Bachelorabschlüssen bei deutschen Großunternehmen – Theoretische Überlegungen und empirische Befunde	25
3.2.6 DAAD 2007: Bachelor, Master und Auslandserfahrungen – Erwartungen und Erfahrungen deutscher Unternehmen	25
3.2.7 DGFP 2009: Personalblitzlicht – Bachelor welcome!?	26
3.2.8 Ziehe 2009: Arbeitsmarkt für Masterabsolventen	27
3.2.9 Scholz/Bucheit 2010: Chancen für Bachelor – eine Momentaufnahme	27
3.2.10 Heidenreich 2011: Erwartungen der Wirtschaft an Hochschulabsolventen	29
3.2.11 Maass/Kay 2011: Erfahrung mittelständischer Unternehmen mit den neuen Abschlüssen Bachelor und Master	32
3.2.12 Briedis u. a. 2011: Mit dem Bachelor in den Beruf – Arbeitsmarktbefähigung und -akzeptanz von Bachelorstudierenden und -absolventen	33
3.2.13 Weitzel u. a. 2012: Recruiting Trends	33
3.2.14 BDA 2012: Bachelor kommt in den Unternehmen an	34
3.3 Medienecho	34
3.4 Fazit	36
3.4.1 Teil A: Meinungen, Bewertungen und Wahrnehmung	36
3.4.2 Teil B: Personalpolitische Prozesse	37

4	Marktsegmentierung	39
4.1	Marktanalyse zum Medien- und Informationssektor der Metropolregion Hamburg	39
4.1.1	Vorgehensweise	39
4.1.2	Marktüberblick	40
4.1.3	Marktsegmente	42
4.1.3.1	Bibliotheken	42
4.1.3.2	Kultur	43
4.1.3.3	Medienwirtschaft	43
4.1.3.4	Informationswirtschaft	43
4.1.3.5	Kommunikation, Public Relations, Werbung	44
4.1.3.6	Technische Dienstleistungen	44
4.1.3.7	Internetdienstleistungen	44
4.1.3.8	Forschung	45
4.1.3.9	Non-Governmental Organizations	45
4.2	Sammlung und Bearbeitung der Daten	45
4.3	Fazit	46
5	Interviewleitfaden Organisationen	47
5.1	Funktionen des Leitfadens	47
5.2	Methodisches Vorgehen	47
5.3	Zeitplanung	48
5.4	Fragenkatalog und Funktion der Fragen	48
5.4.1	Bevor das Interview beginnt	49
5.4.2	Begrüßung und Vorstellung	50
5.4.3	Blitzlicht	50
5.4.4	Erforschung des Kenntnisstands zu Bachelor und Master	51
5.4.5	Einschätzungsfragen	52
5.4.6	Nach dem Interview	52
5.5	Pretest	52
5.6	Nutzung des Interviewleitfadens	53
5.7	Finalisierung des Leitfadens	53
5.8	Fazit	53
6	Interviewleitfaden Experten	59
6.1	Die Methode	59
6.2	Die Entwicklung des Leitfadens für die Experteninterviews	59
6.2.1	Forschungsfragen	60
6.2.2	Struktur des Leitfadens	60
6.2.3	Frageformulierung	61
6.2.4	Pretest	61
6.3	Vorstellung des Leitfadens für die Experteninterviews	61
6.4	Hilfe zur Auswertung	63
6.5	Fazit	64

7	Interviews mit Organisationen	65
7.1	Alter Wein in neuen Schläuchen – Interview bei der Kommunikationsagentur <i>achtung</i>	65
7.2	Persönlichkeit, Talent und Engagement – Interview bei der Werbeagentur <i>Jung von Matt</i>	66
7.3	Die Ausbildungsqualität sollte steigen – Interview bei der Online-Marketing-Agentur <i>uniquedigital</i>	68
7.4	Bachelor und Master wirkungslos? – Interview in der Online-Marketing-Agentur <i>wirkungsvoll GmbH</i>	70
7.5	Bologna-Verwirrung – Interview bei der Beratungsagentur <i>TRG, The Reach Group</i>	73
7.6	Mehr mitbringen als nur universitäre Theorie – Interview bei der <i>artaxo AG</i> , Agentur für Suchmaschinenoptimierung	75
7.7	Der Bachelor reicht fürs Berufsleben aus – Interview bei dem Suchmaschinendienstleister <i>Portalis Group</i>	78
7.8	Branchenspezifische Qualifikationen gewünscht – Interview bei der <i>European Film Promotion</i>	80
7.9	Keine Erfahrung mit Bachelor oder Master – Interview bei einem filmproduzierenden Unternehmen	81
7.10	Das Potenzial des Kandidaten – Interview bei der RTL Nord GmbH	83
7.11	Berufschancen sind unabhängig vom Abschluss – Interview mit einem großen Medienunternehmen	85
7.12	Regelstudienzeit ist zweitrangig – Interview im Segment Event- und Entertainment	87
7.13	Der Bachelor ist renovierungsbedürftig – Interview bei einer Forschungsinstitution	88
7.14	Nur gute Noten? Das reicht nicht! –Interview bei der Stiftung Historische Museen	90
7.15	Völlig unberührt vom Bologna-Prozess – Interview im Staatsarchiv Hamburg, Fachbereich Bibliothek	92
7.16	BA oder MA: in kleinen Unternehmen kein Unterschied –Interview mit einer Personalverantwortlichen in einer Wissenschaftlichen Spezialbibliothek	93
7.17	Praxiserfahrung: ein entscheidendes Kriterium – Interview in der Bibliothek der Hochschule für bildende Künste, HFBK	95
7.18	Keine Gehaltsunterschiede – Interview in der Fachbibliothek Life Sciences der HAW Hamburg	96
8	Interviews mit Experten	99
8.1	Einmal die reife Frucht vom Baum, bitte! – Experteninterview mit Dierk Ladendorff von der KWB	99
8.2	Hochschule wird überbewertet – Experteninterview mit Frauke Narjes vom Career Service der Universität Hamburg	101
8.3	Master notwendig? – Interview mit Melanie Grell vom e-fellows.net-Karrierenetzwerk	104
8.4	Überqualifiziert ist man nie – Experteninterview mit Ines Wanke, Vorsitzende der BIB-Landesgruppe	107

9	Interviewanfragen	110
10	Analyse von Stellenanzeigen	111
10.1	Die Vorgehensweise	111
10.2	Die Auswertung der Stellenanzeigen	112
10.3	Fazit	114
11	Quantitative Auswertung	115
11.1	Erkenntnisse der quantitativen Auswertungen	115
11.1.1	Blitzlichter	115
11.1.2	Einschätzungsfragen	118
11.2	Fazit	119
12	Diskussion der Ergebnisse	121
12.1	Erwartungen und Kenntnisse der befragten Unternehmen	121
12.1.1	Wissen	121
12.1.2	Akzeptanz	121
12.1.3	Qualitative Bewertung	122
12.1.4	Vertrauen	123
12.2	Erfahrungen und Wahrnehmungen der befragten Unternehmen	124
12.2.1	Erfahrungen	124
12.2.2	Branchenspezifische Besonderheiten	125
12.2.2.1	Bibliotheken	125
12.2.2.2	Kommunikation/Werbung/PR	126
12.2.2.3	Kultur	126
12.2.2.4	Medienwirtschaft	126
12.2.2.5	Internetdienstleistungen	126
12.2.2.6	Technische Dienstleistungen	127
12.2.2.7	Forschung	127
12.2.2.8	Non-Governmental Organizations	127
12.2.3	Erfolgseinschätzung des Bolognaprozesses	127
12.3	Entscheidungsverhalten bei Neueinstellungen	128
12.3.1	Einstellungskriterien	128
12.3.2	Kategorisierung von Bewerbern	129
12.3.3	Unternehmensrichtlinien zu Einstellungen	130
13	Kurzgefasst	131
	Literatur	133
Anhang		
	Übersicht der Arbeitspapiere im Projekt <i>Mind the Gap</i>	137

Bildverzeichnis

Bild 1	Arbeits- und Zeitplan im Projekt Mind the Gap	16
Bild 2	Kompetenzen von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Prozent	23
Bild 3	Startgehälter bei Berufseinstieg	24
Bild 4	Gehälter nach zwei bis fünf Jahren Berufserfahrung	24
Bild 5	Angebote für Bachelorabsolventen ohne Berufserfahrung von »Bachelor Welcome«- Unternehmen	28
Bild 6	Erwartungen an Bachelor und Master erfüllt	29
Bild 7	Gründe für Nichterfüllung der Erwartungen bei Bachelorabsolventen	30
Bild 8	Gründe für Nichterfüllung der Erwartungen bei Masterabsolventen	30
Bild 9	Erwartungen an Bachelorstudiengänge	31
Bild 10	Erwartungen an Master-Studiengänge	31
Bild 11	Einstellung von Hochschulabsolventen	32
Bild 12	Branchenstruktur der 13 734 Hamburger Medienunternehmen zum 1. Januar 2012 nach Anzahl der Unternehmen	41
Bild 13	Branchenstruktur der 9454 Hamburger IT-Unternehmen zum 1. Juli 2011 nach Anzahl der Unternehmen	41
Bild 14	Zusammensetzung der 7107 Firmen der Hamburger Werbewirtschaft zum 1. Januar 2012 nach Anzahl der Unternehmen	42
Bild 15	Vorgehen und Zeitplanung für das Arbeitspaket »Leitfaden für Organisationen«	48
Bild 16	Branchenverteilung der Stellenausschreibungen	113
Bild 17	Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Praxiserfahrung und gutem Notendurchschnitt	116
Bild 18	Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Praxiserfahrung und akademischer Bildung	116
Bild 19	Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Bachelor-/Masterabschlüssen und Diplomabschlüssen	117
Bild 20	Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Bachelorabschlüssen und Masterabschlüssen	117
Bild 21	Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Bachelorabschlüssen inkl. einer Berufsausbildung und Masterabschlüssen	118
Bild 22	Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. interner und externer Bewerber .	118
Bild 23	Durchschnittliche Bewertungen von Bachelor, Master- und Diplomabschlüssen sowie des Bolognaprozesses	119

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Beispielorganisationen und -unternehmen für die identifizierten Segmente der Hamburger Medien- und Informationswirtschaft	40
Tab. 2	Zeitplanung während der Interviews	48
Tab. 3	Auswertungstabelle der Blitzlicht-Befragungen	115
Tab. 4	Punktevergabe der 16 Interviewpartner in Bezug auf Bachelor, Master- und Diplomabschlüsse sowie den Bolognaprozess	119

1 Projektziele und Projektorganisation

Mit der Reform des europäischen Hochschulwesens nach dem Bologna-Abkommen wurden nach und nach bestehende Studienabschlüsse wie Diplom oder Magister durch die gestuften Abschlüsse Bachelor und Master ersetzt. Mit der Einführung der neuen akademischen Grade wurde unter anderem die Hoffnung verbunden, Studienleistungen in Europa miteinander vergleichbar zu machen und die gegenseitige Anerkennung von Hochschulabschlüssen zu vereinfachen. Allerdings ist bis heute noch nicht ausreichend bekannt, ob und wie Personalverantwortliche in deutschen Unternehmen die Hochschulabsolventen mit den neuen Abschlussgraden akzeptieren, wie groß die Unsicherheit über deren Qualifikationsniveau noch ist und nach welchen formalen Kriterien Bewerberinnen und Bewerber für eine Erwerbstätigkeit in welche Tarifstufen eingruppiert werden. Erste Ergebnisse zur Akzeptanz von Bachelor- und Masterabsolventen liefert eine Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln, nach der die meisten Unternehmen den neuen Studienabschlüssen positiv gegenüber stehen. Zudem schätzen die befragten Unternehmen die Karrierechancen mit einem Bachelorzeugnis als ebenso hoch ein wie jene mit einem Diplom oder Magisterabschluss.

Allerdings liegen noch keine spezifischen Daten für einzelne Branchensegmente vor, und es fehlen insbesondere detailliertere Hintergrundinformationen zur Mitarbeiterrekrutierung und zu Einstellungsentscheidungen im Rahmen der Personalentwicklung in Unternehmen und Organisationen der Informations- und Medienwirtschaft. Eine genauere Einschätzung von Meinungen, Haltungen und Beweggründe bei Personalern, die sich zwischen Bachelor und Masterabsolventen entscheiden müssen, wäre jedoch von großem Nutzen für eine optimierte Öffentlichkeitsarbeit sowie für eine praxisorientierte Ausrichtung der Informationsausbildung an den Hochschulen.

1.1 Projektziele

Das Projekt *Mind the Gap* zielt darauf ab, für den Arbeitsmarkt Medien- und Informationswirtschaft in der Metropolregion Hamburg das Image, die Akzeptanz und den Erfolg der beiden Studienabschlüsse Bachelor und Master vergleichend zu evaluieren. Dabei sollen vor allem die Beurteilungskriterien, Richtlinien und Motive bei der Personalentscheidung eruiert werden.

1.2 Projektauftrag

In einer befragungsgestützten Akzeptanzstudie bei Personalverantwortlichen aus der Hamburger Informations- und Medienwirtschaft werden insbesondere qualitative Informationen über Einstellungskriterien und damit über die beruflichen Perspektiven von Bachelor- und Masterabsolventen ermittelt. Die Studie soll zur Klärung unter anderem folgender Fragen beitragen:

- Über welchen Kenntnisstand verfügen die Unternehmen in Bezug auf die neuen Hochschulabschlüsse?
- Welche Erfahrungen wurden in den Unternehmen mit der Karriereentwicklung der ersten Bachelor- und Masterabsolventen gemacht (Einstiegspositionen, Aufgabenspektrum, Gehalt)?

- Nach welchen Kriterien und mit welchen Verfahren werden Auswahlentscheidungen für höhere Fach- und Führungspositionen getroffen?
- In welchem Maße entsprechen die in der Hochschule erworbenen Fachkenntnisse, Methoden und außerfachlichen Qualifikationen den Erwartungen der Arbeitgeber?

1.3 Auftraggeber: vfm – Verein für Medieninformation und -dokumentation e. V.

Der *Verein für Medieninformation und -dokumentation e. V.* (vfm) vertritt die bildungsbezogenen und berufsständischen Interessen der im Medienbereich Tätigen, die mit der Informationsvermittlung, Bestandssicherung, Dokumentation oder Vermarktung medialer Inhalte befasst sind. Ziele sind deren fachliche Qualifikation, die Förderung des Wissenstausches und die berufsständische Vertretung. Er bietet ferner allen Interessierten im näheren und erweiterten Umfeld ein Forum zur Diskussion und Beurteilung neuester, dokumentarischer, informationstechnologischer und archivarischer Entwicklungen. Der *vfm* gibt die Fachpublikation *Info 7* heraus.

1.4 Auftragnehmerin: Department Information, HAW Hamburg

Die HAW Hamburg ist mit ihren mehr als 15 000 Studierenden eine der größten ihrer Art in der Bundesrepublik. Praxisorientierte Ausbildung steht im Vordergrund, gefördert durch Forschung und Entwicklung.

Das Department Information bildet seit 1970 als erstes westdeutsches Bibliotheks-Ausbildungsinstitut Diplom-Bibliothekare für den Dienst in Öffentlichen und Wissenschaftlichen Bibliotheken sowie in Informationsstellen aus. Seit 1993 werden in einem eigenständigen Studiengang Experten für Medien-Informationsmanagement auf die Arbeit in Medienarchiven, Recherche- und Informationsabteilungen von Medienbetrieben und PR-Agenturen vorbereitet.

Der forschungs- und anwendungsorientierte Studiengang Informationswissenschaft und -management befähigt Absolventinnen und Absolventen, Managementfunktionen und Führungsaufgaben in Unternehmen der Informationsdienstleistung, in Medienunternehmen, Kulturbetrieben und Bibliotheken auch auf internationaler Ebene zu übernehmen. Die Aufgaben umfassen die Planung (Analyse, Konzeption, Bewertung), Organisation, Leitung, Betreuung, Durchführung und Kontrolle von Informations- und Medienprojekten und -prozessen.

Das Department unterhält gute Kontakte zu vielen Hamburger Medienbetrieben, zu den wichtigsten Medieninstitutionen und -unternehmen im ganzen Bundesgebiet sowie zu vielen Medienbetrieben und Ausbildungsstätten im europäischen Ausland. Das Studiendepartment bekennt sich ausdrücklich zum »forschenden Lernen«. Das heißt, einzelne Professoren engagieren sich – oft in Kooperation mit den Studierenden – in anwendungsbezogener Forschung und Entwicklung. In fächerübergreifenden Projekten sammeln die Studierenden Erfahrungen in der praktischen Anwendung mediendokumentarischer Methoden und im Projektmanagement.

1.5 Das Projektmanagement

Wichtigstes Kommunikationsinstrument innerhalb der Koordination des Projektteams war die Mittwochsbesprechung am HAW-Standort Finkenau in Hamburg. Während dieser festen Treffen wurden:

- Ziele und Aufgaben definiert;
- Ideen entwickelt und Vorgehensweisen diskutiert;
- Aufgaben verteilt und Verantwortlichkeiten geregelt;
- Informationen an die Gruppe weitergegeben;
- nach Lösungen für auftretende Probleme gesucht;
- Erfahrungen ausgetauscht;
- Zwischenergebnisse präsentiert;
- konstruktive Kritik geübt und Konflikte geregelt.

Die wichtigsten Ergebnisse einer Besprechung wurden im Protokoll festgehalten, damit sich alle Beteiligten über getroffene Verabredungen, Vereinbarungen und Beschlüsse informieren konnten. Die einzelnen Sitzungen wurden von jedem Teammitglied mindestens einmal geleitet und moderiert.

Die Projektleitung war keine oberste Autorität, sondern verstand sich als fachlich und methodisch geschulte und erfahrene Begleitung des Projekts. Sie hatte ein reguläres Mitspracherecht bei der Definition von Projektzielen, bei der Festlegung des methodischen Vorgehens und bei Entscheidungen über Art und Weise der Ergebnispräsentation. Beratende Funktion hatte die Leitung des Projekts bei Fragen der Problemstrukturierung, bei Fragen der internen und externen Projektorganisation und bei Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und Ergebnisdarstellung.

Die Projektleitung war unter anderem verantwortlich für:

- die Projektakquisition;
- die Einführung und Beratung in Dingen der Projektorganisation;
- die Vertretung der Teaminteressen in der Abteilung Information;
- die Bereitstellung und die Organisation von
 - finanziellen Projektmitteln;
 - Räumlichkeiten,
 - EDV-Ressourcen,
 - Sekretariatskapazitäten,
 - Planungsinstrumenten wie Arbeits-, Zeit- und Einsatzplan;
- die Abnahme von Arbeitspapieren und Qualitätskontrolle des Endberichts;
- die Leistungsbewertung und -honorierung der einzelnen Teammitarbeiterinnen;
- die Ausstellung qualifizierter Projektzeugnisse.

1.6 Der Arbeits- und Zeitplan

Eine der Vorgaben im Projekt bestand darin, pünktlich zum Termin der Ergebnispräsentation alle geplanten Arbeiten abgeschlossen zu haben. Die zeitliche Beschränkung durch das Semesterende konnte nur durch eine äußerst restriktive Zeitplanung der Aufgaben und Termine im Projekt aufgefangen werden. Die 17 Projektmitarbeiter und -mitarbeiterinnen sowie der Projektleiter konnten das Projekt termingerecht innerhalb von 17 Wochen abschließen. Somit standen für die Forschungs- und Entwicklungsarbeiten im Projekt *EFG User Survey* insgesamt die Kapazität von insgesamt 3260 Zeitstunden oder 2,13 Menschjahren zur Verfügung.

Anhand eines Arbeits- und Zeitplans, der eine Aufstellung aller Arbeitspakete in ihrer zeitlich logischen Abfolge darstellt und Angaben über Terminierungen und Dauer der einzelnen Arbeitspakete gibt, konnte ein strukturierter Überblick über das Projekt gewährleistet werden (vgl. *Bild 1*). Der Arbeits- und Zeitplan gibt unter anderem Auskunft über:

- Arbeitsschwerpunkte;
- Arbeitsphasen und deren Abfolge;
- methodische Instrumente und Verfahren;
- Arbeitsprodukte und -teilprodukte;
- Aufwandskalkulation für die einzelnen Arbeitspakete nach Menschtagen;
- Zuständigkeiten für die einzelnen Arbeitspakete;
- eine Gesamtkalkulation für das Projekt, aus der ablesbar ist, dass alle Aufgaben und Arbeiten im vorgegeben Zeitrahmen erfüllt werden konnten.

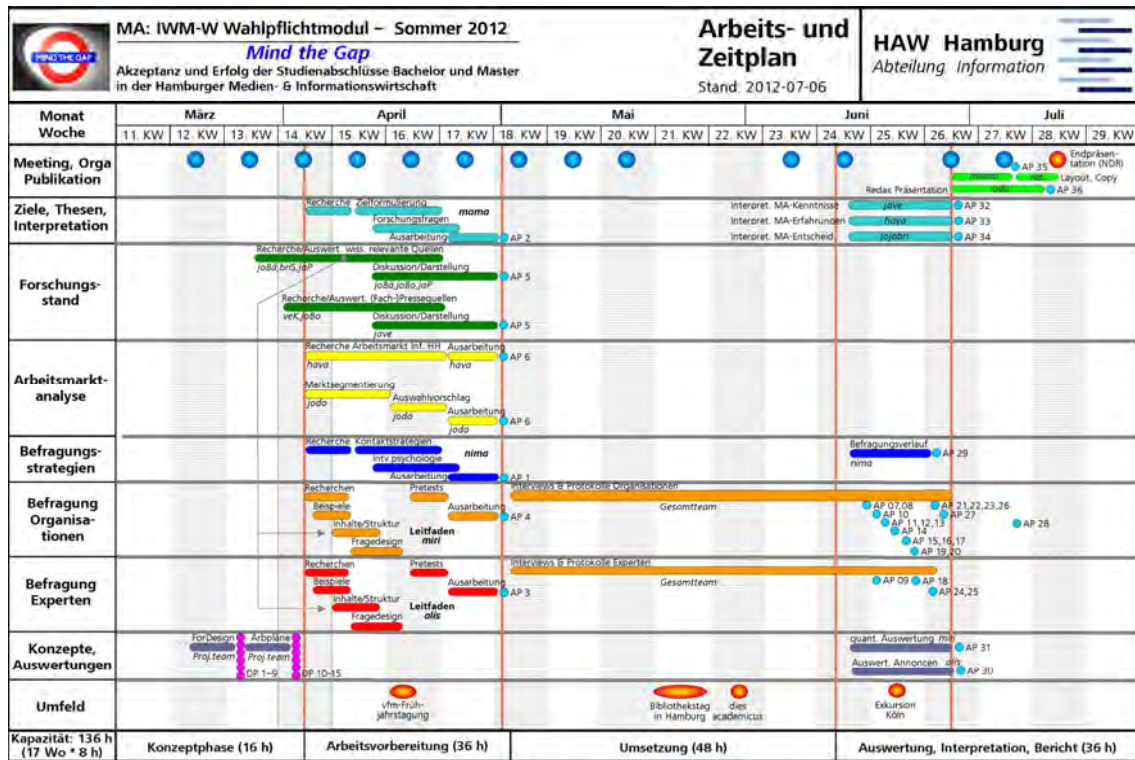


Bild 1: Arbeits- und Zeitplan im Projekt Mind the Gap

Für jedes Teammitglied wurde darüber hinaus kontinuierlich festgehalten, wie lange an einer Teilaufgabe gearbeitet wurde und wie viel Zeit aus dem verbleibenden Arbeitszeitreservoir noch übrig blieb. So konnte sichergestellt werden, dass die Arbeitsbelastung für jedes Teammitglied ungefähr gleich ausfiel. Solange die Konzeptionen und Pläne mit allen anderen Teammitgliedern abgestimmt und schriftlich fixiert wurden, hatte das Projektteam alle Freiheiten der Ausgestaltung und Organisation von Projektaufgaben.

1.7 Das Projekt in Zahlen

Laufzeit: 22. März 2012 bis 11. Juli 2012

Teamgröße: 17 studentische Projektmitarbeiter/innen (je 4 SWS ≈ 6 LPs ≈ 180 h)
 1 Projektleiter (je 4 SWS ≈ 200 h)

Zeitbudget 3260 Zeitstunden (bei 17 Wochen Laufzeit)

Projektumfang: ≈ 446,6 MT (1 Menschtag = 7,3 h)
 ≈ 25,5 MM (1 Menschmonat = 17,5 Arbeitstage)
 ≈ 2,13 MJ (1 Menschjahr = 12 Arbeitsmonate)

2 Präzisierung der Projektziele

Nach der Einführung der Abschlüsse Bachelor und Master an Universitäten und Fachhochschulen in Deutschland scheint es vielfach noch immer Unsicherheiten zu geben, inwiefern Unternehmen und Organisationen mit diesen neuen, akademischen Graden und ihren Gegebenheiten konkret umgehen.

Bisherige Untersuchungen zu diesem Thema treffen hierzu jedoch keine zufrieden stellenden Aussagen. Das Ziel dieser Erhebung besteht dementsprechend darin, einen aktiven, aufklärenden Beitrag im aktuellen Bologna-Evaluationsprozess zu leisten. Es soll dargestellt werden, wie Organisationen und Unternehmen in der Metropolregion Hamburg sich diesen neuen Herausforderungen stellen und diese in ihrer jeweiligen Personalpolitik umsetzen. Wie ist das Image, die Akzeptanz und der Erfolg der beiden Abschlüsse Bachelor und Master bei den befragten Unternehmen? Wie äußert sich dies konkret im Prozess der Bewerberselektion? Im Fokus der Befragung stehen dementsprechend primär Beurteilungskriterien, Richtlinien und Motive bei Personalentscheidungen, um fundierte Forschungsergebnisse hinsichtlich der Arbeitsmarktperspektive junger Absolventen treffen zu können.

2.1 Struktur des Zielsystems

Das vorliegende Kapitel erfasst das generelle Erkenntnisinteresse des Projektes durch die Definition und Ausarbeitung konkreter Zielformulierungen. Dabei erfolgt eine sinnvolle Kategorisierung der Ziele in zwei thematisch korrelierenden Inhaltsblöcken. In *Teil A* wird vorrangig das Erfassen von Meinungen, Bewertungen und Wahrnehmung der neuen Abschlüsse aus Arbeitgeber- und Personalersicht angestrebt. *Teil B* zielt hingegen auf konkrete, praktische Prozesse der Personalpolitik ab, inwiefern sich also die Einführung der akademischen Bildungsabschlüsse in der Gestaltung struktureller Abläufe äußert.

Im Laufe des Projekts gewährleistet die Anwendung adäquater Instrumente eine kontinuierliche und lückenlose Evaluierung der Zielformulierungen und des gesamten Projektes. Beispielsweise wirkt ein stetiger »Soll-Ist-Abgleich« unterstützend zu den regelmäßigen Meetings innerhalb der Projektgruppe. Diese Meetings dienen als Kommunikationsplattform der einzelnen Teammitglieder und als Präsentationsfläche der gewonnenen Erkenntnisse vor der abschließenden Präsentation beim Auftraggeber des Projekts.

Die Leser der Projektdokumentation erhalten Informationen und Erkenntnisse über die Akzeptanz der Bachelor- und Masterabschlüsse in der Metropolregion Hamburg. Diese lokalen Ergebnisse können ebenfalls auf andere Branchen und Regionen Deutschlands angewendet beziehungsweise als Vergleichsobjekt herangezogen werden.

2.2 Zielformulierungen

Durch die Zielformulierungen profitieren alle Projektbeteiligten von der Koordinations- und Orientierungsfunktion durch klar formulierte, inhaltlich verdichtende und den Projektverlauf strukturierende Zielvorgaben zu jeder Zeit innerhalb des Projektablaufs und darüber hinaus.

Teil A

Wissen

Es gilt zunächst, die Bandbreite und Tiefe des vorhandenen Wissens über die neuen Hochschulabschlüsse und ihre branchenspezifischen Inhalte aufseiten der Unternehmen und Organisationen zu erfassen, auch um dieses gegebenenfalls im Kontext der weiteren persönlichen Meinungen zur Thematik zu bewerten.

Akzeptanz

Die Akzeptanz und Aufgeschlossenheit oder auch Abneigung gegenüber der Hochschulreform auf Arbeitgeberseite stellt letztlich eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg dieser dar. Es gilt dementsprechend, diese jeweils zu erfragen und auch die Gründe hierfür zu erfassen.

Bewertung

Daran anknüpfend ist die allgemeine, qualitative Bewertung der neuen Abschlüsse grundlegendes Ziel der Erhebung. Ehrliche Aussagen über Nutzen, Vergleichbarkeit und Risiken der Bologna-Einführung verschaffen authentische Aussagen im Sinne des Projektziels.

Vertrauen

Neben der Erfassung rationaler Daten und Argumente soll jedoch auch darüber hinaus die Existenz eines Gefühls des Vertrauens in die Qualifikation und Authentizität der Ausbildung nachgewiesen oder widerlegt werden. Es ist zu hinterfragen, ob und inwiefern vorherige, aktuelle und zukünftige Ansprüche an Absolventen erfüllt werden und wie dies eine Basis des Vertrauens in die Reform an sich schafft.

Erfahrung

Selbstverständlich sind auch bisherige, praktische Erfahrungen mit Bachelor- und Masterabsolventen und dessen Karriereverläufe wichtige, interessante und zu hinterfragende Daten. Obgleich diese individuelle Erfahrungen nicht in der Erhebung als generalisiert geltend angesehen und verwertet werden dürfen, so lassen diese realitätsnahen Praxisbeispiele dennoch wichtige, richtungsweisende Rückschlüsse und Tendenzaussagen zu.

Wahrnehmung branchenspezifischer Besonderheiten

Letztlich spielt die subjektive Wahrnehmung typischer Besonderheiten der Thematik im Kontext der Medien- und Informationswirtschaft eine Rolle. Neben der Möglichkeit, spezifische Aussagen bezüglich der Abschlussqualität einer eindeutigen, akademischen Laufbahn zu bekommen, liefern die getroffenen Aussagen interessante Erkenntnisse über die Abgrenzungsfaktoren, aber auch Transfermöglichkeiten der Projektergebnisse auf andere Branchen.

Erfolgseinschätzung des Bolognaprozesses

Abschließend gilt es in jedem Fall eine persönliche Einschätzung der Befragten zum Erfolg oder Misserfolg des gesamten Bolognaprozesses zu dokumentieren, um eine grundsätzliche Aussage über die Position von Unternehmen und Organisationen gegenüber der Effektivität der Hochschulreform zu treffen.

Teil B

Kriterien im Einstellungs- und Beförderungsverfahren

Welche konkreten Kriterien sind für Medien- und Informationseinrichtungen in Bezug auf den Prozess des Einstellungs- und Beförderungsverfahrens maßgeblich? Unterlagen diese im Zuge der Hochschulreform einer Veränderung gegenüber vorheriger Strukturen (Diplom/Magister/Staatsexamen)? Außerdem ist von großem Interesse, ob bestimmte Kriterien an die neuen Abschlüsse angepasst wurden, da die Ausbildung der Absolventen andere Voraussetzungen bedingt als bei vergleichbaren Abschlüssen vor der Bologna-Reform.

Kategorisierung von Bewerbern

Ein weiterer zentraler Punkt in der Befragung ist die Kategorisierung von Bewerbern für eine bestimmte Stelle. Dabei stellt sich die Frage, inwieweit dabei auf existierende Muster zurückgegriffen wird beziehungsweise auf welcher Grundlage eine Kategorisierung bezüglich späterer Positionen, Gehalt und genereller Aufstiegschancen innerhalb der Organisation erfolgt.

Unternehmenspolitisch basierte Richtlinien

Innerhalb von Unternehmen und Organisationen gibt es viele Richtlinien und Agreements, die einen reibungslosen Ablauf sämtlicher Geschäftsabläufe regeln, vereinheitlichen und beschleunigen sollen.

Diese Frage stellt sich ebenfalls bei der Rekrutierung von neuem Personal in unteren sowie gehobenen Positionen und Gehaltsklassen. Die zentrale Frage innerhalb dieser Zielformulierung soll sein, ob es unternehmenspolitisch basierte Richtlinien bezüglich Personalentscheidungen gibt? Ferner interessiert, ob diese auf allen Ebenen der Organisation und bei jeder Stellenbesetzung gleich angewendet werden, sowie ob diese Richtlinien schriftlich fixiert und für alle Beteiligten einsehbar und gegebenenfalls veränderbar sind?

Letztlich ausschlaggebender Faktor

Bringen zwei oder mehr Bewerber exakt die gleichen Voraussetzungen für eine ausgeschriebene Stelle mit, ist interessant, was tendenziell der ausschlaggebende Faktor sein wird. Ist es der Abschluss (Bachelor/Master im Vergleich zu Diplom/Magister/Staatsexamen) oder persönliche Voraussetzungen wie ehrenamtliches Engagement, Soft Skills usw.

Checkliste Zielformulierungen:

Die vorliegende Checkliste dient den einzelnen Teams als unterstützende, prozessorientierte Hilfe bei der Arbeit an den jeweiligen Projektaufgaben und soll als stetiges Abgleichinstrument einen inhaltlich ganzheitlich koordinierten Projektablauf gewährleisten. Ziel ist es, den jeweils in kursiver Schrift gesetzten Zielfaktor zu berücksichtigen

Teil A

- Wissen* über Hochschulabschlüsse seitens Unternehmen bzw. Personalern
- Akzeptanz* von Hochschulabschlüssen seitens Unternehmen bzw. Personalern
- qualitative Bewertung* von Hochschulabschlüssen
- Vertrauen* in Qualifikation und Authentizität der Ausbildung
- jeweilige, *praktische Erfahrung* mit Absolventen und deren Karriereverlauf
- subjektive Einschätzung zum Erfolg* des Bologna-Prozesses (Meinungen, Einstellungen, Werte)

Teil B

- Konkrete Kriterien im Prozess des Einstellungs- und Beförderungsverfahrens*
- (auf welcher Basis erfolgt) die *Kategorisierung von Bewerbern* bezüglich Position und Gehalt
- unternehmenspolitisch basierte Richtlinien* bzgl. Personalentscheidungen
- letzlich ausschlaggebender Faktor* bei gleichen Bewerbervoraussetzungen

3 Stand der Forschung

In diesem Kapitel wird untersucht, welche Studien es bereits zur die Akzeptanz der Abschlüsse Bachelor und Master in der Wirtschaft gibt und welche Informationen sich darüber hinaus in Zeitungen, Zeitschriften und Jobportalen finden lassen. Der Fokus der Recherche lag auf der Frage, mit welchen Unterschieden die beiden Abschlüsse im Arbeitsmarkt behandelt werden, was die Unternehmen über die Abschlüsse wissen und welche Meinung sie dazu haben.

Um die Entwicklung auf die Sicht der »neuen Studiengänge« deutlich zu machen, werden die Studien und ihre für das Projekt interessanten Kernaussagen chronologisch aufgelistet. Die Zeitungs- und Zeitschriftenartikel beziehen sich in den meisten Fällen auf bereits durchgeführte Studien und werden daher unter dem Punkt »Medienecho« aufgeführt. Im Fazit werden die Fragestellungen aus Kapitel 2 genutzt, um die Kernaussagen der Studien auf unser Projekt konkret anzuwenden.

3.1 Recherchearbeit

Ausgangspunkt der Recherche war die Studie der IW Köln »Mit dem Bachelor in den Beruf« (BRIEDIS u. a. 2011). Weitere Studien wurden nach dem Schneeballprinzip gefunden, zum Beispiel wurde in Quellenangaben der Studien auf andere Studien verwiesen. Außerdem wurden verschiedene Jobportale und relevante Institutionen, zum Beispiel *jobboerse.arbeitsagentur.de*, *stepstone.de*, *monster.de*, *xing.de* sowie DIHK durchsucht. Viele dieser Jobbörsen verweisen jedoch auf bereits bekannte Studien. Um Zeitschriften und Zeitungen zu durchsuchen wurden Datenbanken wie zum Beispiel WISO, ZBW, EZB usw genutzt. Da dies jedoch nicht sehr ergiebig war, wurde auch in den jeweiligen Zeitschriftenarchiven recherchiert. In den folgenden Presseobjekten wurde über die neuen Abschlüsse berichtet. Relevant für diese Studie sind unter anderem *Spiegel Online*, *Focus Online*, *Süddeutsche.de*, *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Rundschau*, *Wirtschaftsdienst*, *Personalwirtschaft*, *die Zeit* und *Der Westen*. Allerdings verweisen auch viele Journalisten auf bereits bekannte Studien, die bereits in anderen Zusammenhängen vom Rechercheteam gefunden wurden, und führen selbst keine durch.

Schlagwörter, die beliebig kombiniert und bei jeder Suchanfrage verwendet wurden, waren: Akzeptanz, Bachelor, Master, Erwartungen, Abschluss, Bologna, Reform, Chancen, Kenntnisse, Hochschulabsolventen, Universität, Job und Karriere.

3.2 Rechercheergebnisse

Die Ergebnisse der Recherche sind hier chronologisch aufgelistet und die Kernaussagen im Fazit den Fragestellungen beziehungsweise Zielformulierungen des Projektes zugeordnet.

3.2.1 DIHK 2002: Bachelor-/Masterumfrage

Eine Studie der DIHK 2002 zum Thema »Bachelor- und Masterabschlüsse« ist zwar nicht mehr aktuell, lässt aber Rückschlüsse zu, wie die Lage bei Beginn der Reform aussah. Zu diesen ausgewählten Fragen gibt es jedoch keinen Vergleich zur heutigen Situation.

Einsatz von Bachelorn (Mehrfachnennungen möglich)

- auf Führungspositionen – Minderheit von 278 Unternehmen (33,4 Prozent)
- auf der Position Stabstelle/Teamleiter – 579 Unternehmen (69,6 Prozent)
- als Sachbearbeiter – 538 Unternehmen (64,7 Prozent)
- Sonstige Einsatzmöglichkeiten – 277 Unternehmen (33,3 Prozent)

Einsatz von Master (Mehrfachnennungen möglich)

- auf Führungspositionen – 452 Unternehmen (54,3 Prozent)
- auf der Position Stabstelle/Teamleiter – 605 Unternehmen (72,7 Prozent)
- als Sachbearbeiter – 368 Unternehmen (44,2 Prozent)
- für einen »sonstigen« Einsatz votierten 219 Unternehmen (26,3 Prozent) (vgl. DIHK 2002, S. 4 ff.)

Dieses Ergebnis ist nicht verwunderlich, da die Bologna-Reform 2002 erst richtig begonnen hat. Das sieht man auch bei den Ergebnissen von Einsatzmöglichkeiten für beide Abschlüsse. Bachelorabsolventen werden hauptsächlich auf Teamleiter- und Sachbearbeiterpositionen gesehen, bei Masterabsolventen ist es sowohl die Teamleiter- als auch die Führungsposition. Dies bestätigt, dass Masterabsolventen Führungspositionen übernehmen sollen, den Unternehmen eine klare Trennung zwischen den Abschlüssen jedoch noch nicht gelingt. Diese Aussagen treffen heute unter Umständen nicht mehr zu. Diese Studie hat herausgefunden, dass bei vielen Unternehmen großer Informationsbedarf bestand und viele anfangs die neuen Abschlüsse nicht kannten.

3.2.2 SCHRAEPER/BRIEDIS 2003: Kompetenzen von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen, berufliche Anforderungen und Folgerungen für die Hochschulreform

In der Studie von SCHRAEPER/BRIEDIS 2003 wurden bereichsspezifische Fachkompetenzen, Sozial-, Präsentations- und Methodenkompetenzen, (Selbst-)Organisationsfähigkeit von Hochschulabsolventen untersucht. Dazu fand eine deutschlandweite Befragung des Prüfungsjahrgangs 2001 aller Fachrichtungen statt, bei der die Selbstwahrnehmung der Studierenden erhoben wurde.

In *Bild 2* sind die Einschätzungen zu verschiedenen Kompetenzen abgebildet, die positiv bewertet wurden. Als besonders positiv wurden die Methodenkompetenz, Präsentationskompetenz, und die (Selbst-) Organisationskompetenz angegeben. Negativ wurden vor allem Sozialkompetenzen und bereichsspezifische Fachkompetenzen eingeschätzt.

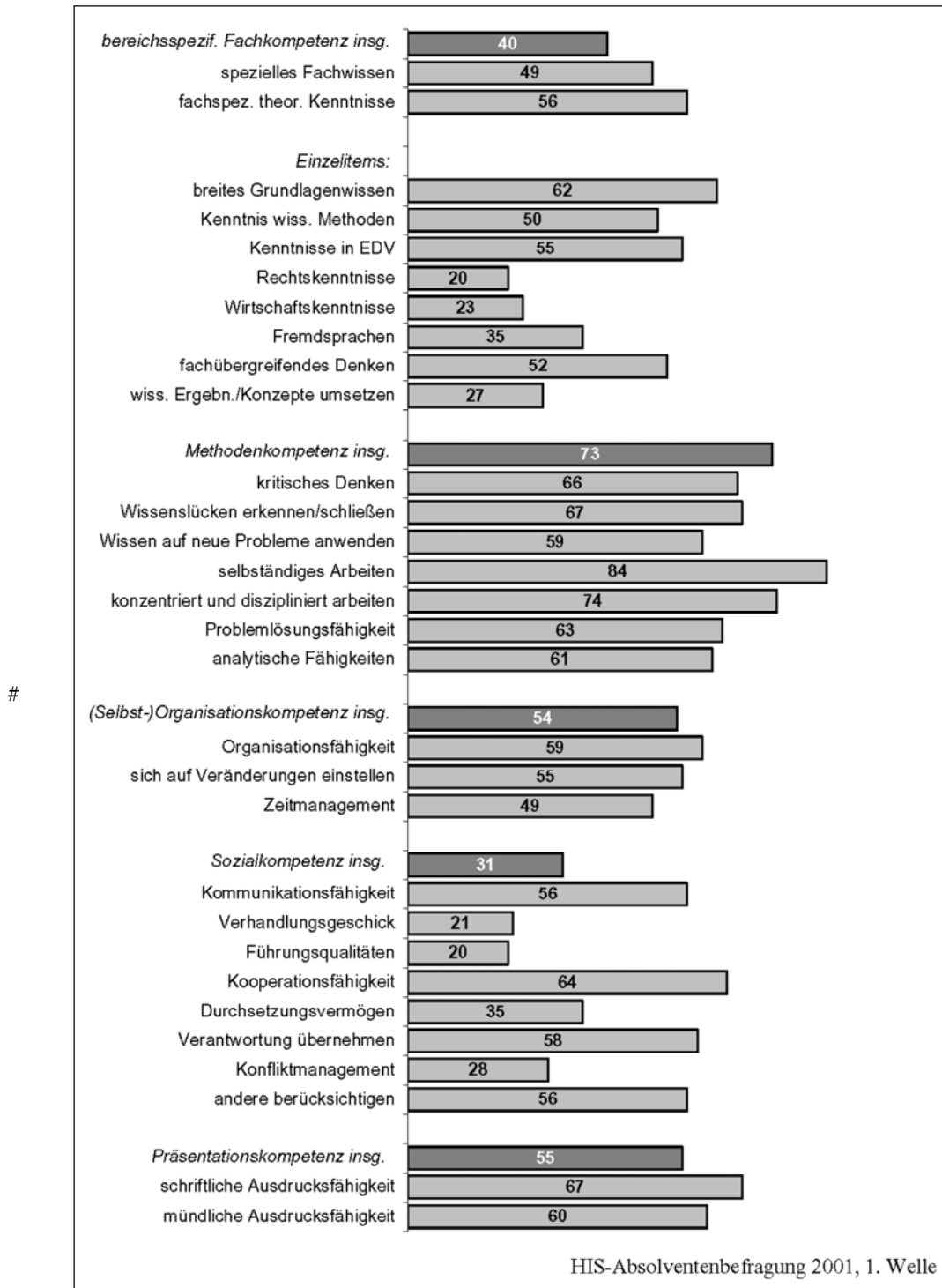


Bild 2: Kompetenzen von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Prozent – Werte 1 und 2 der fünfstufigen Skala (1 = in hohem Maße – 5 = in geringem Maße) (aus: SCHRAEPER/ BRIEDIS 2003, S. 14)

3.2.3 FRIEDRICHSEN 2004: Gehaltsreport – Was Bachelor und Master wirklich wert sind

Im Jahr 2004 stellte der Spiegel eine Gehaltsanalyse bei den Abschlüssen Bachelor und Master vor. Die Ergebnisse sind in *Bild 3* und *Bild 4* dargestellt.

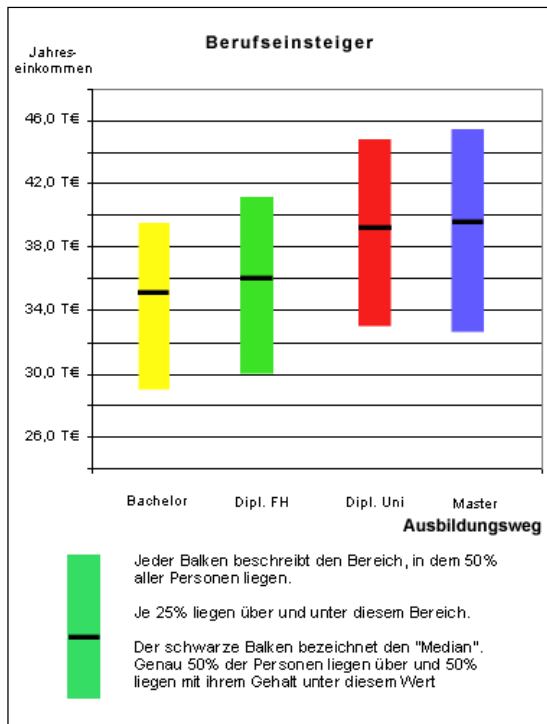


Bild 3: Startgehälter bei Berufseinstieg
(vgl. FRIEDRICHSEN 2004)

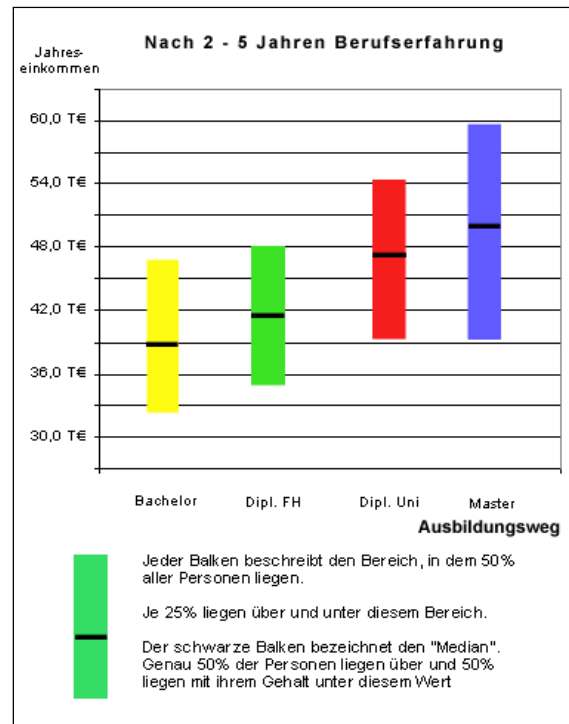


Bild 4: Gehälter nach zwei bis fünf Jahren Berufserfahrung
(vgl. FRIEDRICHSEN 2004)

Die Ergebnisse der Gehaltsanalyse zeigen, dass zumindest bei den Einstiegsgehältern noch ein relativ gleichberechtigtes Nebeneinander von klassischen und neuen Abschlüssen existiert (vgl. FRIEDRICHSEN 2004). Nach zwei bis fünf Jahren Berufserfahrung prescht der Masterabsolvent allerdings vor: Er kann sein durchschnittliches Gehalt auf 49 800 Euro steigern. Der Universitätsabsolvent mit Diplom kommt auf ein durchschnittliches Jahresgehalt von 47 500 Euro, der FH-Absolvent auf rund 42 000 Euro und der Bachelor auf 40 300 Euro.

Grundsätzlich bemängeln die befragten Unternehmen, dass zu wenig Transparenz vorhanden ist, um den tatsächlichen Qualifikationsstands der Absolventen erkennen zu können.

3.2.4 MINSK/BRIEDIS 2005: Der Bachelor als Sprungbrett?

Mithilfe einer Vollerhebung der Prüfungsjahrgänge 2002/2003 durch eine schriftliche Befragung wurde der Verbleib nach dem Bachelorstudium untersucht. Die Studie ergab, dass circa drei Viertel der Befragten im Anschluss an den Bachelor (meistens in einem Masterstudium) weiter studierten. Neun Monate nach dem Abschluss haben drei Viertel der Fachhochschulabsolventen, die nicht weiter studieren, eine Erwerbstätigkeit aufgenommen, bei Universitätsabsolventen ist es nur ein Drittel. Insgesamt sei die Arbeitslosigkeit aber gering.

Je nach Abschluss gibt es Unterschiede beim Einstiegsgehalt: »Das durchschnittliche Jahreseinkommen der direkt in den Beruf eingestiegenen Fachhochschulbachelor liegt in der ersten Stelle mit 31 500 Euro um 2 500 höher als das der Universitätsabsolventen. Damit sind die Einstiegsgehälter zwar geringer als die der Diplom-/Magisterabsolventen, allerdings nehmen die Bachelorabsolventen ihre Erwerbstätigkeit nach einer kürzeren Ausbildungszeit auf » (MINSK/BRIEDIS 2005, S. III) .

Erster Arbeitgeber von Bachelorabsolventen sind häufig kleine und mittlere Unternehmen. Probleme bei der Suche nach der ersten Arbeit decken sich mit denen anderer Abschlüsse: »die Knappheit angebotener Stellen, die fehlende Passung zwischen angebotener und erwarteter Qualifikation (Forderung von Praxiserfahrungen, anderen Abschlüssen, Studienschwerpunkten oder speziellen Fachkenntnissen) und schließlich die Rahmenbedingungen der angebotenen Stellen (Gehaltsangebote, Entfernungen, Arbeitsbedingungen« (MINSK/BRIEDIS 2005, S. 79).

3.2.5 KIMLER/KRÜCKEN 2007: Die Akzeptanz von Bachelorabschlüssen bei deutschen Großunternehmen – Theoretische Überlegungen und empirische Befunde

Diese nicht repräsentative Studie zeigt Gründe aus Unternehmenssicht auf, warum sie Bachelorabsolventen einstellen sollten. Sie gibt teilweise wieder, mit welchen Kriterien und Gedanken Absolventen eingestellt werden. Somit werden unternehmenspolitisch basierte Richtlinien bezüglich Personalentscheidungen deutlich. Diese theoretischen Überlegungen wurden mit Hilfe von Interviews von Personalmanagern der »Bachelor Welcome«-Unternehmen gestützt. Dabei wurden folgende Gründe angeführt:

- »Durchlässigkeit zwischen beruflicher und akademischer Bildung, neue Qualifikationsprofile: Bachelor können ‚Lücke füllen‘ (Beispiel „Mini-Ingenieure« bei der Deutschen Bahn);
- jüngere Absolventen, Masterstudiengänge als neues Weiterbildungsinstrument (Beispiel Münchner Rück, wo über Eingangsqualifikation hinaus sehr viel versicherungsspezifisches Wissen vermittelt werden muss);
- zielgerichtetes Studium, lebenslanges Lernen (Beispiel Deutsche Telekom, die dieses Thema seit langem propagiert)« (KIMLER/KRÜCKEN 2007, S. 5).

Insbesondere das Alter sowie eine interne Formung der Absolventen und interne Schulungen, die Absolventen vielleicht an das Unternehmen binden sollen, werden als Hauptargumente für die neuen Abschlüsse genannt.

3.2.6 DAAD 2007: Bachelor, Master und Auslandserfahrungen – Erwartungen und Erfahrungen deutscher Unternehmen

Die Studie wurde im Jahr 2007 im Auftrag des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) vom IW Köln durchgeführt. Sie untersucht die Akzeptanz von Bachelor und Master auf dem Arbeitsmarkt und weitere Themen wie gewünschte Qualifikationsmerkmale, die Bedeutung von Auslandsaufenthalten sowie die Erfahrungen von 660 Unternehmen mit Bachelor- und Masterabsolventen. Die Studie zeigt, dass Bachelor- und Masterabsolventen zurzeit vor allem in größeren Unternehmen zu finden sind, und dass die neuen Abschlüsse vom deutschen Arbeitsmarkt eher positiv aufgenommen werden. Diejenigen Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit Bachelor und Master gesammelt haben, halten diese für ausreichend qualifiziert.

Weiterhin sind die Unternehmen immer besser über die neuen Abschlüsse informiert. Als Vorteile des Bachelorstudiums erwarten die Unternehmen vor allem kürzere Studienzeiten und eine größere Praxisorientierung. Zudem werden vom Master eher eine Spezialisierung und eine wissenschaftlicher ausgeprägte Qualifikation erwartet. Entsprechend werden den Masterabsolventen in eher forschungsnäheren Aufgabengebieten bessere Berufschancen eingeräumt.

Die Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit Bachelor und Master gesammelt haben, sind häufiger bereit dem Master ein höheres Einstiegsgehalt oder eine höhere Einstiegsposition zu gewähren. Bei Unternehmen, die bislang keine Master beschäftigen, fallen die erwarteten Vorteile dagegen geringer aus. Dort hänge die Aufstiegsmöglichkeiten hingegen weniger vom Abschluss als von der individuellen Bewährung im Unternehmen ab.

Die Vermutung, dass Absolventen mit Bachelorabschluss unterhalb des Hochschulniveaus eingestellt würden, wird nicht gestützt, die Einstiegsmöglichkeiten der Bachelor hängen aber vor allem von ihren individuellen Qualifikationen ab. Allerdings wird auch erwartet, dass in den kleineren Unternehmen die Bachelor häufiger mit Bewerbern mit einschlägiger Berufsausbildung konkurrieren.

International tätige Unternehmen schätzen Auslandsaufenthalte und im Ausland erworbene Kompetenzen der Absolventen. Diese Unternehmen schätzen Auslandsaufenthalte, die über einen kurzen Aufenthalt hinausgehen. Außerdem führt eine kurze Studienzeitverlängerung durch einen Auslandsaufenthalt nicht zu geringeren Einstellungschancen in den Unternehmen, insbesondere wenn dadurch eine zusätzliche internationale Qualifikation erworben wird. Absolventen mit diesen Qualifikationen haben in den internationaltätigen Unternehmen deutlich bessere Einstiegschancen.

3.2.7 DGFP 2009: Personalblitzlicht – Bachelor welcome!?

2009 führte die Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. eine Studie durch, in der untersucht wurde »inwieweit die Unternehmen auf die Bachelorabsolventen eingestellt sind, welche Chancen die Unternehmen den Bachelorabsolventen bieten und welche Erfahrungen die Personalmanager mit den Bachelorabsolventen gemacht haben« (DGFP 2009, S. 2). Dazu wurden Personalmanager aus 69 Unternehmen online per Fragebogen befragt. Branchen, in denen diese Unternehmen gehören, waren beispielsweise Konsumgüter, Mineralindustrie, Telekommunikation, Medizin, Bildung, Fahrzeugbau, Chemie/Pharma und Handel. Der öffentliche Dienst war jedoch nicht vertreten.

Die Studie ergab, dass Personalmanager die Vorbereitung auf Absolventen der neuen Abschlüsse für wichtig erachten, aber nur wenige beschäftigen sich konzeptionell damit. Wenn konzeptionell etwas geändert wurde, dann hauptsächlich im Personalmarketing. Neue Konzepte zur Weiterbildung und Mitarbeiterbindung gibt es bisher kaum. Personalmanager würden sich zwar eher für einen Master- als für einen Bachelorabsolventen entscheiden, trauen Bachelorabsolventen aber dennoch Fach- und Führungskarrieren zu. Wenn bereits Bachelorabsolventen eingestellt wurden, werden deren Fachkompetenzen positiv beurteilt. Die Personalmanager sind allerdings nicht unbedingt zufrieden mit den methodischen Kompetenzen.

48 Prozent der Personalmanager gaben an, dass es keine Unterschiede im Einstiegsgehalt von Bachelor- und Diplomabsolventen gibt. 45 Prozent nannten ein leicht geringeres Gehalt bei Bachelorabsolventen von circa 20 Prozent weniger im Vergleich zu Diplomstudenten. Die Frage nach Bachelorabsolventen im eigenen Unternehmen wurde folgendermaßen beantwortet:

- 45 Prozent haben bereits Bachelorabsolventen eingestellt;
- 46 Prozent: es haben sich noch keine geeigneten Bachelorabsolventen beworben;
- 7 Prozent möchten erst mal keine Bachelorabsolventen einstellen.

3.2.8 ZIEHE 2009: Arbeitsmarkt für Masterabsolventen

Die Studie »Arbeitsmarkt für Masterabsolventen« der Fachhochschule Düsseldorf vom März 2009, geht der Frage nach »wie kommt der neue Abschluss eigentlich bei den Personalverantwortlichen an?« Die Studie beruht auf Analysen von Jobanzeigen, Jobinseraten und persönlichen sowie telefonischen Gesprächen mit Personalverantwortlichen aus verschiedenen Branchen. Der Forschungsbericht selbst blieb unveröffentlicht allerdings wurden die Ergebnisse von zahlreichen Magazinen zusammengefasst:

- Fast die Hälfte der befragten Unternehmen findet die neuen Studienabschlüsse noch nicht transparent genug.
- Neun von zehn Unternehmen machen kaum einen Unterschied zwischen den verschiedenen Hochschulabschlüssen, so werden die Hochschulabsolventen gleich behandelt. Die Unternehmen wissen oft nicht, was sie von den Absolventen erwarten können.
- Personaler fragen eher nach einem abgeschlossenen Studium, als nach einem konkreten Abschluss, bewerben sich Bachelor- und Masterabsolventen meist auf dieselben Stellen und durchlaufen denselben Bewerbungsprozess.
- Bei jedem zweiten Unternehmen steigen Masterabsolventen auf einer höheren Position ein als Bachelorstudenten und sogar nur jedes dritte Unternehmen vergütet Masterabsolventen höher und ermöglicht ihnen schnellere Aufstiegschancen.
- Drei Viertel der Befragten gaben an, allen Hochschulabsolventen die gleichen Chancen einzuräumen, also im Bewerbungsprozess nicht mehr zwischen FH- und Universitätsabsolventen zu unterscheiden.
- Bewerber mit Uni-Abschlüssen haben auf dem Arbeitsmarkt keine Vorteile vor Fachhochschul-Absolventen, da Fachhochschulen Hochschulausbildung und Berufspraxis besser als die Universitäten verbinden.
- 15 Prozent der Personalverantwortlichen gehen davon aus, dass Masterabsolventen mehr persönliche Reife mitbringen als Bachelorabsolventen. Außerdem verbinden sie mit Masterabsolventen mehr Praxiserfahrung (vgl. ZIEHE 2009).

Die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) bestätigte die Ergebnisse der Studie und fügte hinzu, dass die Ergebnisse der Studie mit den Aussagen ihrer Mitgliederverbände Übereinstimmen.

3.2.9 SCHOLZ/BUCHEIT 2010: Chancen für Bachelor – eine Momentaufnahme

Die Studie »Chancen für Bachelor – eine Momentaufnahme« aus dem Jahr 2010 der Universität des Saarlandes geht der Frage nach, ob Unternehmen tatsächlich den Arbeitsmarkt frei für den neuen Abschluss Bachelor machen. Dabei untersuchten Scholz und Buchet 1023 Stellenanzeigen auf der Jobbörse Stupsten. Die Ergebnisse werden hier wiedergegeben:

- »• 41 Prozent der Angebote richten sich an Personen, die erst auf dem Wege zum Bachelorabschluss sind;
- großes Angebot an dualen Studiengängen (46 Prozent), für die Unternehmen Teilnehmer suchen;
- Ausbildungsplätze;
- Studienarbeiten (16 Prozent) und studienbegleitende Praktika (38 Prozent);
- 54 Prozent der Angebote richten sich an Absolventen von Bachelorstudiengängen;
- davon: 74 Prozent an Bewerber mit Berufserfahrung;

- 26 Prozent der Absolventen ohne Berufserfahrung (davon 47 Prozent Praktika, 10 Prozent Trainee-Positionen und 43 Prozent Direkteinstieg);
- keine einzige Anzeige wendet sich ausschließlich an Bachelor;
- 5 Prozent der Angebote konnten nicht dem Arbeitsmarkt für Bachelor zugeordnet werden, da sie sich beispielsweise an »Dozenten für Bachelorstudiengänge« wenden;
- von 1023 Angebote gibt es nur 6 Prozent (63), die sich an Bachelor ohne Berufserfahrung wenden;
- diese haben Konkurrenz durch Master-, Diplom-, MBA- und Doktorabschlüsse« (Scholz/BUCHHEIT 2010, S. 2).

Diese Untersuchung wäre auch sehr interessant für Masterabsolventen. Die Ergebnisse könnten sich mittlerweile verändert haben, da diese Untersuchung von Mitte 2010 ist. Trotzdem ist diese Studie sehr interessant, da die Aussagen der Wirtschaft mit der Realität verglichen werden und ein differenziertes Bild vermittelt. Die Wirtschaft präsentiert sich als Vorreiter in Sachen Bologna-Reform, diese Studie zeigt jedoch, dass der Bachelorabschluss noch nicht vollständig etabliert ist. Bachelorabsolventen bekommen oft Praktika angeboten, wenige Jobangebote sind jedoch ausschließlich für Bachelorabsolventen.

Eine weitere Untersuchung zeigt wie viele Jobangebote »Bachelor Welcome«-Unternehmen Bachelorabsolventen tatsächlich bieten. »Bachelor Welcome« ist eine Initiative vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, der Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände und dem Bundesverband der deutschen Industrie. Ende Oktober 2010 haben rund 60 Unternehmen (unter anderem Telekom, DB, Bertelsmann, BMW) die vierte Erklärung unterzeichnet, in der sie sich uneingeschränkt zu neuen Abschlüssen bekennen. Darin bekräftigen sie den Willen, die Bologna-Reform mit der Politik und den Hochschulen zu verbessern, Grundlagen zu schaffen und zu einem erfolgreichen Abschluss zu führen (vgl. STIFTERVERBAND 2012).

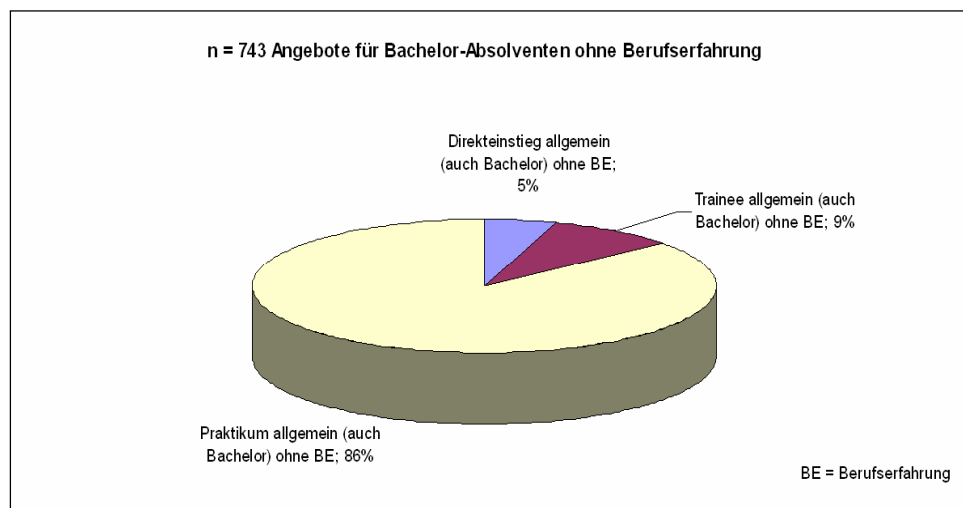


Bild 5: Angebote für Bachelorabsolventen ohne Berufserfahrung von »Bachelor Welcome«-Unternehmen (aus: SCHOLZ/BUCHHEIT 2010, S. 5)

Dabei sind nur 5 Prozent der Stellen für Bachelorabsolventen ohne Berufserfahrung (vgl. Bild 5). Die restlichen Ausschreibungen richten sich an Trainees und Praktikanten. Dies ist ein sehr geringer Wert, wenn man bedenkt, dass in Deutschland fast alle Studiengänge auf Bachelor- und Masterabschlüsse umgestellt wurden.

Die Studie zeigt somit indirekt und möglicherweise sogar realistischer die Akzeptanz und das Vertrauen in die neuen Abschlüsse. Hierbei ist erkennbar, dass der Bachelorabschluss nicht wirklich als eigenständiger Abschluss etabliert ist und viele andere Abschlüsse als »Regelabschluss« sehen, was auch Studien belegen.

3.2.10 HEIDENREICH 2011: Erwartungen der Wirtschaft an Hochschulabsolventen

Die Studie »Erwartungen der Wirtschaft an Hochschulabsolventen«, die im Auftrag des Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) im Jahr 2011 herausgegeben wurde, befragte 2175 klein- und mittelständige Unternehmen, die Mitglied einer Industrie- und Handelskammer sind. Es wurden umfassende Ergebnisse zum Thema Akzeptanz, Vertrauen, praktischen Erfahrungen sowie Einstellungskriterien abgefragt. Die Ergebnisse wurden immer mit dem Jahr 2007 verglichen, wodurch man die Entwicklung der Reform und Einstellungen gegenüber den Abschlüssen gut erkennen kann. Außerdem wurden Bachelor und Master gegenübergestellt und so differenzierte Ergebnisse gewonnen, wie Unternehmen zwischen diesen Abschlüssen unterscheiden.

2007 hatten nur 22 Prozent der Unternehmen Erfahrungen mit Bachelor- und Masterabsolventen, 2011 sind es schon 45 Prozent. Die Erfüllung der Erwartungen ging hingegen leicht zurück, wie *Bild 6* zeigt.

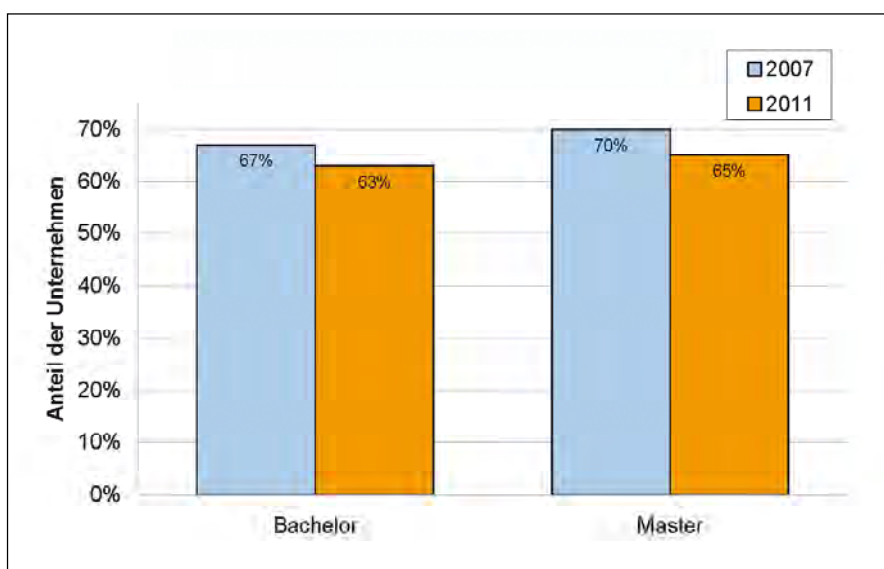


Bild 6: Erwartungen an Bachelor und Master erfüllt (aus: HEIDENREICH 2011, S. 7)

HEIDENREICH (2011, S. 7) schreibt: »Die Umsetzung der Hochschulreform zeigt aus Sicht der Unternehmen keine Fortschritte. Eine Verbesserung der Berufsbefähigung der Absolventen, eines der zentralen Ziele der Reform, ist nicht eingetreten. Viele Hochschulen haben im Wesentlichen die Inhalte der alten Studiengänge übernommen, ohne sie auf die neuen Studienziele passgenau auszurichten.« Eine Aufschlüsselung der Gründe geben *Bild 7* und *Bild 8*).

Sowohl bei Bachelor- als auch bei Masterabsolventen stehen fehlende praktische Erfahrungen als Hauptgründe für die Nichterfüllung der Erwartungen. Dabei ist dieser Wert im Jahr 2011 im Vergleich deutlich angestiegen. Dies liegt an der Streichung der Praxisphasen bei der Umstellung auf die neuen Abschlüsse und die kürzere Regelstudienzeit.

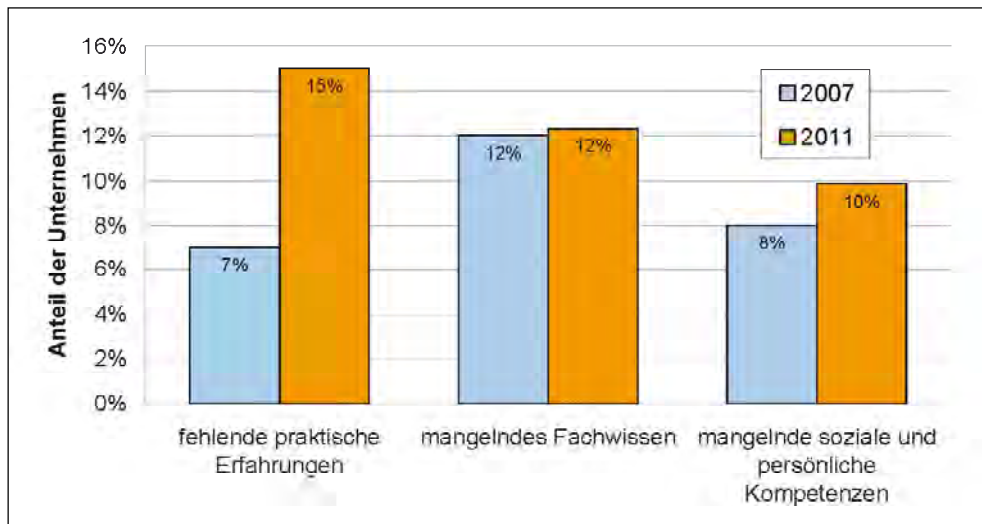


Bild 7: Gründe für Nichterfüllung der Erwartungen bei Bachelorabsolventen

(aus: HEIDENREICH 2011, S. 8)

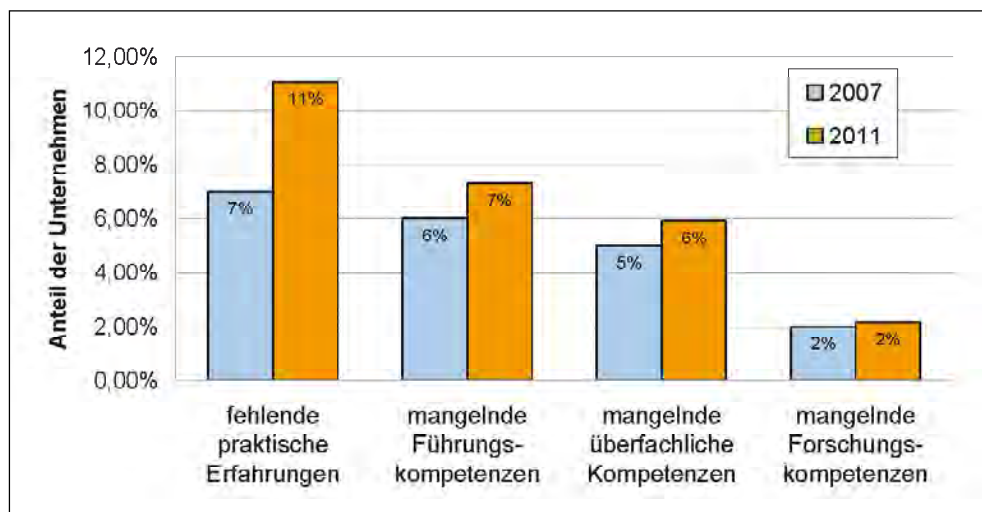


Bild 8: Gründe für Nichterfüllung der Erwartungen bei Masterabsolventen

(aus: HEIDENREICH 2011, S. 8)

Die Erwartungen an die verschiedenen Abschlüsse wurden im Einzelnen nochmals abgefragt, um ein genaueres Abbild der gewünschten Qualifikationen der Absolventen geben zu können (vgl. Bild 9 und Bild 10).

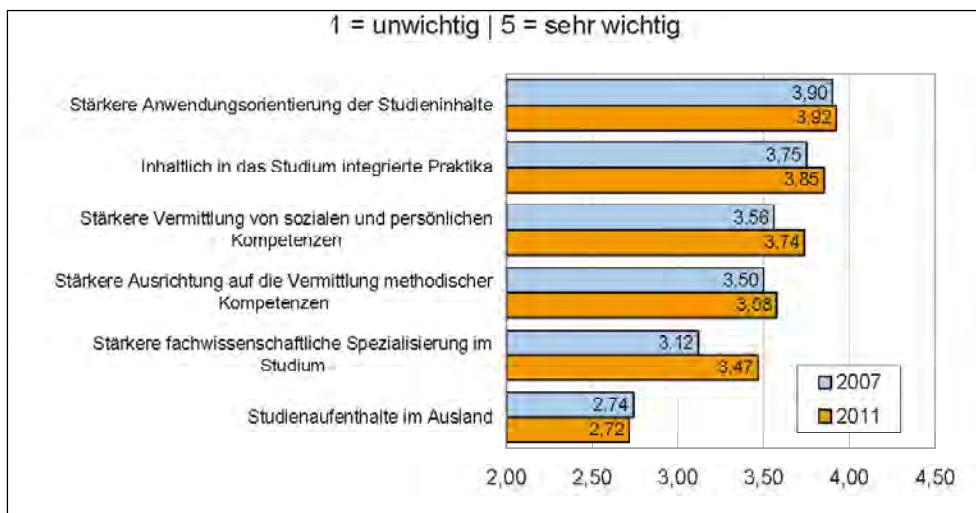


Bild 9: Erwartungen an Bachelorstudiengänge (aus: HEIDENREICH 2011, S. 9)

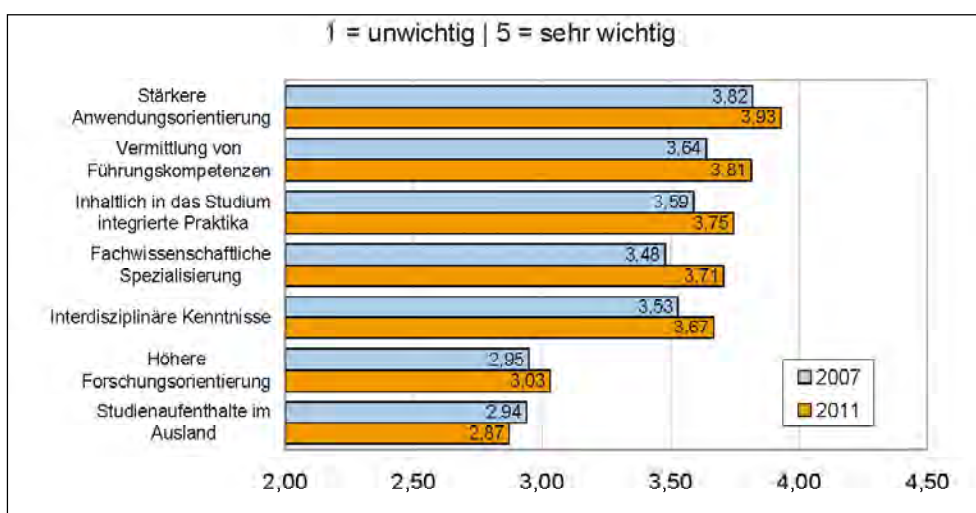


Bild 10: Erwartungen an Masterstudiengänge (aus: HEIDENREICH 2011, S. 10)

An den unterschiedlichen Kompetenzen wird deutlich, welche Unterscheidung zwischen Bachelor- und Masterabsolventen getroffen wird. Masterabsolventen müssen zusätzlich sowohl Führungskompetenzen, interdisziplinäre und fachspezifische Kenntnisse als auch Forschungs-kompetenz besitzen. Studienaufenthalte im Ausland werden als eher unwichtig eingestuft.

Weiterhin wurde eine Vielzahl an sozialen, persönlichen, fachlichen und methodischen sowie sonstigen Kompetenzen abgefragt, die einen umfassenden Einblick geben, was für Unternehmen beim Einstellungsverfahren relevant ist. Besonders wichtige Kompetenzen für die Unternehmen sind Einsatzbereitschaft, Verantwortungsbewusstsein, Kommunikationsfähigkeit, selbstständiges Arbeiten, Erfolgsorientierung, Belastbarkeit, Analyse- und Entscheidungsfähigkeit, breites Fachwissen aus der Fachdisziplin, Lernkompetenz, EDV-/IT-Kenntnisse, Redegewandtheit beziehungsweise Präsentationskompetenz sowie Fremdsprachen. Interessant ist, dass Auslandserfahrung, Forschungs-kompetenz, Kreativität und interkulturelle Kompetenzen eine relativ geringe Rolle spielen.

Interessant ist auch, welche verschiedenen Abschlüsse bereits eingestellt werden (vgl. Bild 11). Im Vergleich zum Jahr 2007 wurden nicht mehr Bachelorabsolventen eingestellt, dafür gab es bei den Masterstudenten ein Anstieg von 6 Prozent. Dies liegt zum einen daran, dass viele

Bachelorstudenten im Anschluss ein Masterstudium machen und zum anderen, dass es 2007 noch sehr wenige Masterabsolventen gab. HEIDENREICH (2011, S. 22) schreibt, dass »das zukünftige Verhältnis von Bachelor- und Masterabschlüssen [...] somit stark von der Akzeptanz des Bachelors bei Studierenden und Unternehmen ab[hängt]«.

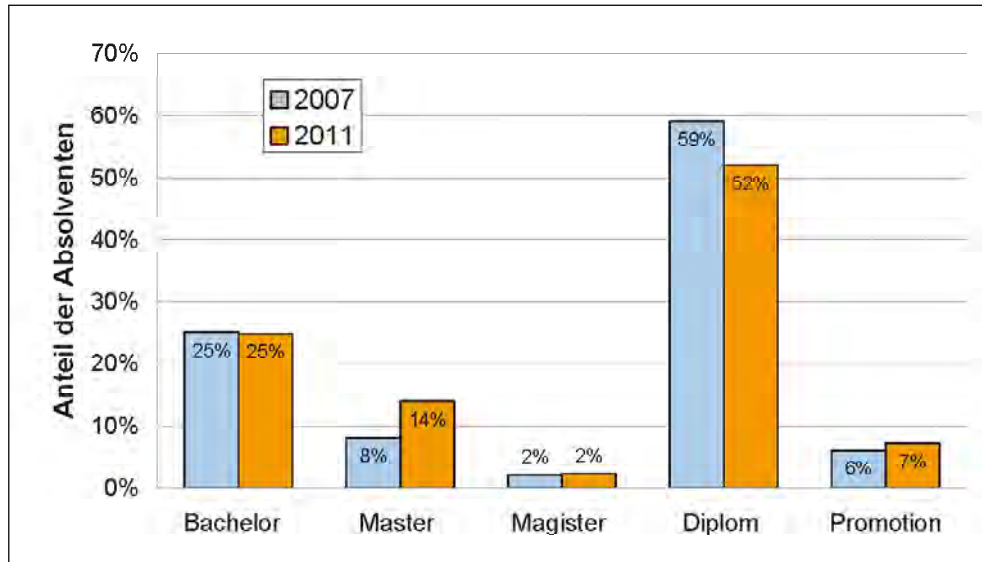


Bild 11: Einstellung von Hochschulabsolventen (aus: HEIDENREICH 2011, S. 22)

Es lässt sich folgern, dass die Wirtschaft mit den neuen Abschlüssen zufrieden ist, dennoch gibt es weiterhin Verbesserungsbedarf. Unternehmen fordern eine Verbesserung der Studiengänge in Hinblick auf analytische und soziale Fähigkeiten sowie mehr Auslandsaufenthalte, die Praxiserfahrung ist bei Bachelor- und Masterstudenten nicht ausreichend, soziale Kompetenzen und Persönlichkeit sind wichtiger als Fachkenntnisse. Die Studie traf keine Unterscheidung zwischen Universität und Fachhochschulen. Da Fachhochschulen jedoch meist einen höheren Praxisbezug haben, könnten diese Werte sich durchaus etwas stärker differenzieren.

Im Hinblick auf das Forschungsprojekt, das die Hamburger Medienlandschaft beleuchten soll, kann man sagen, dass hier ausschlaggebende Kompetenzen abgefragt wurden, die auch für dieses Projekt Relevanz haben. Im Vergleich wäre es interessant zu sehen, wie hoch Praxis- und Auslandserfahrung im Medienbereich bewertet wird.

3.2.11 MAASS/KAY 2011: Erfahrung mittelständischer Unternehmen mit den neuen Abschlüssen Bachelor und Master

Diese Studie enthielt eine für uns interessante These: Viele Unternehmen setzen den Masterabschluss mit den »alten« Abschlüssen gleich. Diese Meinung wird vor Allem im Dienstleistungssektor vertreten (vgl. MAASS/KAY 2011). In den Interviews wird sich herausstellen, ob dies bei den befragten Unternehmen tatsächlich der Fall ist.

3.2.12 BRIEDIS u. a. 2011: Mit dem Bachelor in den Beruf – Arbeitsmarktbefähigung und -akzeptanz von Bachelorstudierenden und -absolventen

In der Studie des Stifterverbandes für die Wissenschaft wurden die Bachelorstudenten insgesamt zufrieden stellend beurteilt. Unternehmen aus unterschiedlichen Bereichen der Wirtschaft, aber auch aus dem Dienstleistungssektor wurden befragt. Nachbesserungsbedarf sahen die Unternehmen vor allem beim fehlenden Praxisbezug, den 76 Prozent der Unternehmen weiter ausgebaut haben möchten, bei den sozialen Kompetenzen der Bachelor und bei dem großen Defizit an fehlenden Praxisphasen im Studium (vgl. BRIEDIS u. a. 2011). Hierbei wurde nicht gesagt, ob noch Unterschiede zwischen dem Bachelorabschluss von Universitäten und Fachhochschulen gemacht wird, da allgemein in den Fachhochschulen die Praxisanteile und Praxisphasen oft mehr ausgebaut sind.

Weitere erwünschte Qualifikationen der Bachelorabsolventen sollten, nach Meinung der befragten Unternehmen, folgende sein:

- sich in Fachgebiete einarbeiten können;
- die Fähigkeit, vorhandenes Wissen auf neue Probleme anwenden können;
- ein breites Grundlagenwissen;
- analytische Fähigkeiten;
- die Kompetenz, Wissenslücken zu erkennen und zu schließen;
- die persönliche Leistungsbereitschaft (vgl. BRIEDIS u. a. 2011).

Weniger Wert legten die Unternehmen auf Fähigkeiten wie spezielles Fachwissen und Kenntnisse wissenschaftlicher Methoden (vgl. BRIEDIS u. a. 2011). Auch hier wäre es interessant zu erfahren, ob im Bereich Bibliothek, Medien und Information nicht mehr Wert auf die Kenntnisse von wissenschaftlichen Methoden gelegt wird als in anderen Sektoren. Positiv fiel den Unternehmen auf, dass die Masterabsolventen durch ihren größeren Erfahrungsschatz bereits deutlich souveräner auftraten (vgl. BRIEDIS u. a. 2011).

84 Prozent der befragten Unternehmen wollen sowohl Bachelor als auch Master einstellen, etwa 13 Prozent möchten nur Masterabsolventen einstellen. Dabei sollen sowohl Bachelor als auch Master intern weiter fortgebildet werden. Bachelor werden bei ihrer ersten Anstellung in 88 Prozent der Fälle in der Sachbearbeitung eingesetzt, während Master zu 90 Prozent die Bearbeitung einer eigenen Projektaufgabe übertragen bekommen. Teilweise werden jedoch auch sie zu Beginn auch in der Sachbearbeitung eingesetzt (vgl. BRIEDIS u. a. 2011).

In zwei Drittel der Fälle werden sowohl Bachelor- als auch Masterabsolventen mit dem gleichen Einstiegsgehalt eingestellt. Eine Beförderung erfolgt meist nach Qualifikation statt nach Abschluss. Führungspositionen stehen bei 85 Prozent der Unternehmen auch den Bachelorabsolventen offen. 45 Prozent der Unternehmen ermöglichen ihren Angestellten Hilfe bei dem Masterstudium, die Mehrheit empfiehlt allerdings kein (direktes) Masterstudium (vgl. BRIEDIS u. a. 2011).

3.2.13 WEITZEL u. a. 2012: Recruiting Trends

Das Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main hat in Kooperation mit dem Online-Karriereportal Monster die Studie »Recruiting Trends 2012« durchgeführt. Die Erkenntnisse wurden dabei aus einer repräsentativen Befragung der Top-1000-Unternehmen in Deutschland gewonnen.

Die Studie erschien im März 2012, sodass die folgenden Ergebnisse am aktuellsten sind: 20 Prozent der befragten Unternehmen beurteilen die Umstellung von Diplom- auf Bachelor- und

Masterstudiengänge generell als positiv. 25 Prozent der Großunternehmen sind der Ansicht, dass Bachelorabsolventen die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten mitbringen.

Die Hälfte der in der Studie befragten Unternehmen in Deutschland ist der Meinung, dass der Master der reguläre Studienabschluss sein sollte. Dies führt dazu, dass 57% der freien Stellen, die früher an Diplomabsolventen gerichtet waren nun für Masterabsolventen ausgeschrieben werden (vgl. WEITZEL u. a. 2012).

3.2.14 BDA 2012: Bachelor kommt in den Unternehmen an

Auch in dieser Studie wird ein Vergleich zwischen den alten und den neuen Abschlüssen gezogen. Die Studie zeigte, dass es immer noch viele Verfechter der »alten« Abschlüsse gibt, die den Bachelor für nicht hinreichend halten und daher für den Master als Regelabschluss plädieren. Jedoch zeigte die Studie auch, dass sich viele Wirtschaftsunternehmen gegen den Master als Regelabschluss aussprechen (vgl. BDA 2012). Im Bereich Bibliothek, Medien und Information gibt es allerdings keine Diplomabschlüsse mehr, hier haben die Unternehmen nur die Möglichkeit, die »neuen« Abschlüsse zu akzeptieren.

3.3 Medienecho

Um den aktuellen Stand der Forschung vollständig abbilden zu können, wurde neben der Auswertung der Studien zusätzlich noch in Zeitschriften und Zeitungen nach relevanten Artikeln recherchiert. Besonders hier zeigt sich wie sich die Akzeptanz der neuen Studienabschlüsse seit Beginn ihrer Einführung zugenommen hat. Um die Berichterstattung in den Medien über die Entwicklung der neuen Studienabschlüsse darstellen zu können, sollen in diesem Kapitel die Rechercheergebnisse in Form eines Medienechos vorgestellt werden.

Bei *Spiegel Online* erschien am 02.08.2004 ein Artikel mit dem Titel »Was Bachelor und Master wirklich wert sind«. In diesem Artikel führte der Spiegel eine Gehaltsanalyse durch, die zeigte, dass die Einstiegsgehälter von klassischen und neuen Abschlüssen noch stark beieinander liegen. Erst nach zwei bis fünf Jahren Berufserfahrungen zeigt sich ein Anstieg der Gehälter bei den Masterabsolventen, die deutlich über denen der klassischen Abschlüsse liegen. Auch wenn sich durch die Gehaltsanalyse zeigt, dass die neuen Abschlüsse bei den Unternehmen an Akzeptanz gewinnen, wird in dem Artikel zugleich die Aussage getroffen, dass sich die befragten Unternehmen mehr Transparenz bei den neuen Abschlüssen wünschen, um den tatsächlichen Qualifikationsstands der Absolventen erkennen zu können (vgl. SPIEGEL ONLINE 2004).

Nach diesem Artikel wurde einige Jahre lang kaum noch in den Medien über die neuen Abschlüssen berichtet. Erst als 2011 neue Studien erschienen, war auch das Interesse der Medien an diesem Thema wieder vorhanden.

Auf *Süddeutsche.de* erschien am 24.09.2011 der Artikel »Bachelors haben's fast so gut wie Masterabsolventen«. Darin wurden die Ergebnisse der Studie der IW Consult beschrieben, die 1500 Unternehmen in Deutschland nach ihren Erfahrungen mit Bachelorabsolventen befragt hat. Dieser Artikel zeigt auf, dass die Bachelorabsolventen das gleiche Einstiegsgehalt wie Diplom- oder Masterabsolventen erhalten. Dadurch wird verdeutlicht, dass die neuen Abschlüsse von den befragten Unternehmen vollkommen akzeptiert wurden und kein Unterschied mehr zwischen den klassischen und neuen Abschlüssen gemacht wird (vgl. PILGRAM 2011).

Diese Aussage wird auch in dem Artikel »Bachelorabsolventen am Arbeitsmarkt – die Arbeitslosigkeit droht den wenigsten« auf *Focus Online* bestätigt. In diesem Artikel vom 19.11.2011

wurden die Ergebnisse der gemeinschaftlichen Studie vom Hochschul-Informations-System (HIS) und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) vorgestellt. In diesem Artikel wird allerdings auch erwähnt, dass 13 Prozent der befragten Unternehmen in Zukunft nur noch Master und keine Bachelorabsolventen mehr einstellen wollen, da sie Masterabsolventen für kompetenter halten und diesen Abschluss mit dem klassischen Diplomabschluss gleichsetzen (vgl. WAGNER 2011).

Auf Grundlage des Bologna-Berichts vom Bundesbildungsministerium wurde in dem Artikel »Bachelor und Master sind jetzt die Regel« der *Frankfurter Rundschau* vom 25.02.2012 dargestellt, dass eineinhalb Jahre nach dem Bachelorabschluss nur vier Prozent der Uni- und sechs Prozent der FH-Absolventen ohne Job waren. Dieses Ergebnis zeigt, dass die Unternehmen keinen Unterschied mehr zwischen den alten und neuen Abschlüssen machen und die Absolventen bei der Bewerbung gleichgestellt sind (vgl. KOSFELD 2012).

Der aktuellste Artikel »Master bei Unternehmen beliebter als Bachelor« aus der Fachzeitschrift *Personalwirtschaft* beruht auf den Ergebnissen der Studie »Recruiting Trends 2012«, die das Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main in Kooperation mit dem Online-Karriereportal Monster erstellt hat. Diese Studie widerlegt die Ergebnisse des Bologna-Berichts. Grundsätzlich bewerten die befragten Unternehmen die Umstellung von Diplom- auf Bachelor- und Masterstudiengänge als positiv und sind der Ansicht, dass Bachelorabsolventen die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten mitbringen. Gleichzeitig geben 50 Prozent der Unternehmen, dass der Master der reguläre Studienabschluss sein sollte. Diese Meinung spiegelt sich auch in den ausgewerteten Stellenangeboten wider: 57 Prozent der freien Stellen, die früher an Diplomabsolventen gerichtet waren, werden mittlerweile für Masterabsolventen ausgeschrieben. Allerdings richten sich nur 30 Prozent der ausgeschriebenen Stellen an Kandidaten, die ein Bachelorstudium abgeschlossen haben (vgl. PERSONALWIRTSCHAFT 2012).

Zusammenfassend zeigt das Medienecho auf, dass viele Unternehmen den neuen Studienabschlüssen anfangs noch sehr skeptisch und kritisch gegenüberstanden und sie wenig Akzeptanz fanden. Gerade am Anfang wurden bei den Stellenausschreibungen nur die klassischen Abschlüsse berücksichtigt, da vor allem die Bezeichnungen der neuen Abschlüsse für Verwirrung bei den Arbeitgebern sorgten. Auch der fehlende Praxisbezug bei den neuen Abschlüssen sowie die mangelhafte Vermittlung von sozialen und kommunikativen Kompetenzen durch die Hochschule wurden von den Unternehmen kritisiert. Dies sind die Hauptgründe, warum die Absolventen von klassischen Abschlüssen in den ersten Jahren bevorzugt wurden.

Mittlerweile hat sich dieses Meinungsbild allerdings grundlegend geändert und die neuen Abschlüsse werden ebenso bei den Stellenausschreibungen berücksichtigt wie die klassischen. Auch die Einstiegsgehälter gleichen sich mittlerweile an. Man sollte dabei allerdings auch bedenken, dass es 13 Jahre nach dem Bologna-Prozess kaum noch Absolventen der klassischen Abschlüsse gibt.

Beim Vergleich von Bachelor- und Masterabsolventen zeigt sich bei den Unternehmen aktuell der Trend, dass Masterabsolventen bei den Stellenausschreibungen bevorzugt werden, da es den Bachelorabsolventen nach Meinung der Unternehmen an den analytischen Fähigkeiten, den sozialen Kompetenzen und dem Grundlagenwissen mangelt (vgl. PILGRAM 2011 2011).

3.4 Fazit

In diesem Kapitel sollen die vorgestellten Rechercheergebnisse noch einmal konkret mit den Zielformulierungen des Projekts *Mind the Gap* in Verbindung gebracht werden. Daher wurde im Fazit die Struktur der im Projekt intern erarbeiteten Zielvorgaben übernommen und die Ergebnisse aus dem Stand der Forschung den vorgegebenen Zielen zugeordnet. Die Recherche konnte allerdings nicht für alle Zielformulierungen Resultate erbringen, da nur die Ergebnisse aus dem aktuellen Forschungsstand berücksichtigt wurden.

3.4.1 Teil A: Meinungen, Bewertungen und Wahrnehmung

Wissen

Bei Einführung der Bologna-Reform wussten Unternehmen sehr wenig über die Einsatzmöglichkeiten von Bachelor- und Masterstudenten (vgl. DIHK 2002). Allerdings hat sich das deutlich verändert und es werden immer mehr Absolventen mit neuen Abschlüssen eingestellt (vgl. HEIDENREICH 2011).

Die neuen Bezeichnungen schaffen nach Aussage des Spiegels mehr Verwirrung als Klarheit bei vielen Studenten und Arbeitgebern. Daher bemängeln viele Unternehmen, dass zu wenig Transparenz vorhanden ist, um den tatsächlichen Qualifikationsstand der Absolventen erkennen zu können (vgl. FRIEDRICHSEN 2004).

2009 wurde von Personalmanagern eine Vorbereitung auf die neuen Abschlüsse als wichtig angesehen, allerdings fanden konzeptionelle Vorbereitungen kaum statt. (vgl. DGFP 2009, S. 12).

Akzeptanz

Die indirekte Studie zu Einsatzmöglichkeiten von Bachelorabsolventen zeigt, dass es teilweise immer noch an der Akzeptanz der Abschlüsse fehlt, da es sehr wenige Jobangebote für Bachelorabsolventen ohne Berufserfahrung gibt. Die Wirtschaft sieht diesen Abschluss als einen Einstieg für weitere Qualifizierungsmöglichkeiten (vgl. SCHOLZ/BUCHHEIT 2010). Oft wird der Bachelor als nicht hinreichend angesehen und ein Masterabschluss gefordert, da dieser mit den »alten« Abschlüssen gleichgesetzt wird (vgl. MAASS/KAY 2011; BDA 2012). Dies führt dazu, dass 13 Prozent der Unternehmen in Zukunft nur noch Master und keine Bachelorabsolventen mehr einstellen wollen (vgl. WAGNER 2011).

Bewertung

Die neuen Abschlüsse werden hauptsächlich positiv bewertet, dennoch gibt es eine steigende Unzufriedenheit mit der mangelnden Qualifizierung insbesondere im Bereich der Praxiserfahrung (vgl. HEIDENREICH 2011). Auch der fehlende Praxisbezug im Studium und mangelnde soziale Kompetenzen werden von den Unternehmen kritisiert (vgl. BRIEDIS u. a. 2011).

Bachelorabsolventen werden Fach- und Führungskarrieren zugetraut, im direkten Vergleich würden sich Personalmanager aber eher für einen Masterstudenten entscheiden (vgl. DGFP 2009, S. 12).

Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit Bachelor und Master gesammelt haben, sind häufiger bereit dem Master ein höheres Einstiegsgehalt oder eine höhere Einstiegsposition zu gewähren. (vgl. DAAD 2007)

Vertrauen

Zu diesem Thema hat die Auswertung der Studien bisher kein Ergebnis erbracht. Daher sollte besonders auf diesen Punkt bei den Befragungen eingegangen werden.

Erfahrung

Die ausgewertete Studie »Erwartungen der Wirtschaft an Hochschulabsolventen« zeigt, dass 45 Prozent der befragten Unternehmen Bachelor und 14 Prozent Masterabsolventen eingestellt haben und die Unternehmen immer mehr Erfahrung mit den Absolventen der neuen Abschlüsse bekommen (vgl. HEIDENREICH 2011).

46 Prozent der Unternehmen geben dagegen an, dass sich bei ihnen noch keine Bachelorabsolventen beworben haben, die für eine Stellenausschreibung geeignet waren. Allerdings möchten nur 7 Prozent erst mal keine Bachelorabsolventen einstellen und den Arbeitsplatz an einen Absolventen der klassischen Abschlüsse vergeben (vgl. DGFP 2009, S. 12).

Wahrnehmung branchenspezifischer Besonderheiten

Auch zu diesem Thema hat die Auswertung des aktuellen Forschungsstands bisher kein Ergebnis erbracht. Bei dieser Zielvorgabe sollen daher die im Projekt durchgeführten Interviews helfen, relevante Branchenkenntnisse zu erhalten.

Erfolgseinschätzung des Bolognaprozesses

Die Ergebnisse aus dem aktuellen Stand der Forschung haben ergeben, dass viele Unternehmen den neuen Abschlüssen anfangs kritisch gegenüber standen und Stellen meist an die Absolventen der klassischen Abschlüsse vergeben haben. Mittlerweile hat sich dies allerdings geändert. Immer mehr Unternehmen sammeln Erfahrungen mit Absolventen der neuen Abschlüsse. Abschließend sollte festgehalten werden, dass 20 Prozent der befragten Unternehmen die Umstellung von Diplom- auf Bachelor- und Masterstudiengänge generell als positiv beurteilen. Dennoch hat die Studie »Recruiting Trends 2012«, dass 50 Prozent der Unternehmen der Meinung sind, dass der Master der reguläre Studienabschluss sein sollte (vgl. PERSONALWIRTSCHAFT 2012).

3.4.2 Teil B: Personalpolitische Prozesse

Kriterien im Einstellungs- und Beförderungsverfahren

Bachelorabsolventen haben die gleichen Schwierigkeiten bei der Suche nach dem ersten Arbeitgeber wie Studenten mit anderen Abschlüssen (MINSK/BRIEDIS 2005, S. 79). Häufig gehört zu den wichtigsten Auswahlkriterien bei den Stellenausschreibungen eine ausreichende Praxiserfahrung der Bewerber. Zusätzlich sind die fachlichen Kompetenzen, aber auch soziale Kompetenzen wie Einsatzbereitschaft, Verantwortungsbewusstsein, Kommunikationsfähigkeit, selbstständiges Arbeiten, Erfolgsorientierung, Belastbarkeit, Analyse- und Entscheidungsfähigkeit, ebenso breites Fachwissen aus der Fachdisziplin, Lernkompetenz, EDV-/IT-Kenntnisse, Redegewandtheit beziehungsweise Präsentationskompetenz sowie Fremdsprachen bei der Vergabe einer Stelle entscheidend. Auslandserfahrung, Forschungskompetenz, Kreativität und interkulturelle Kompetenzen sind dagegen weniger relevant (vgl. HEIDENREICH 2011).

Insgesamt stellen viele Unternehmen sowohl Bachelor als auch Master mit dem Gedanken ein, sie intern noch fortzubilden. Oft können Bewerber beider Abschlüsse Führungspositionen erlangen und werden eher nach ihrer Qualifikation als nach ihrem Abschluss ausgesucht (vgl. BRIEDIS u. a. 2011). Die Art des Abschlusses entscheidet nicht wesentlich über Karriere-Chancen, Praktische Erfahrung, kombiniert mit einem Auslandsaufenthalt, sind viel wichtiger als Noten oder die Abschlussart (vgl. DAAD 2007).

Bewerber mit Uni-Abschlüssen haben auf dem Arbeitsmarkt keine Vorteile vor Fachhochschul-Absolventen. Im Gegenteil sind viele Unternehmen der Meinung, dass Fachhochschulen Hochschulausbildung und Berufspraxis besser als die Universitäten verbinden. Besonders ins Augenmerk fällt dabei, dass die Lehrenden an Fachhochschulen in der Regel selbst praktische Berufserfahrung haben und damit auch einen direkteren Draht zu den Unternehmen haben. Dieser fehlt den meisten Universitätsprofessoren (vgl. ZIEHE 2009).

Kategorisierung von Bewerbern

Auch zu diesem Thema hat die Auswertung der Studien bisher kein Ergebnis erbracht.

Unternehmenspolitisch basierte Richtlinien

Gründe, warum Unternehmen Bachelor- und Masterabsolventen einstellen sollten, sind unter anderem das junge Alter, ein schnelles und zielgerichtetes Studium sowie die Möglichkeit einer internen Weiterbildung und Qualifizierung (vgl. KIMLER/KRÜCKEN 2007).

Ausschlaggebender Faktor

Die Qualifikation der Bewerber wird oft als wichtiger angesehen als die Art des Studienabschlusses (vgl. BRIEDIS u. a. 2011).

4 Marktsegmentierung

In der ersten Phase des Projekts *Mind the Gap* wurde eine Marktanalyse der Hamburger Medienlandschaft durchgeführt. In der Betriebswirtschaftslehre wird eine Marktanalyse als eine »Systematisch methodische Untersuchung der Stellung einzelner Unternehmungen im Marktgeschehen, die neben der Marktbeobachtung zur Schaffung der Markttransparenz beiträgt und die Geschäftspolitik des Unternehmens fundiert« (GABLER 2012) charakterisiert.

Für die Marktanalyse der Hamburger Medienlandschaft wurde eine ähnliche Vorgehensweise verwendet. Ziele der Analyse sind zum einen, eine klare Übersicht und Aufteilung der verschiedenen Bereiche in die entsprechenden Segmente zu ermöglichen. Zum anderen soll den Interviewteams die Kontaktsuche und die anschließende Auswahl der Unternehmen erleichtert werden. Der Marktanalyse lag dazu die Beschreibung des Tätigkeitsfeldes für Absolventen des Masterstudienganges Informationswissenschaft und -management zugrunde, um geeignete Unternehmen identifizieren zu können:

»Im Masterstudiengang Informationswissenschaft und -management werden Führungskompetenzen vermittelt, um Managementaufgaben in Informations-, Bibliotheks- und Medienorganisationen, in Kultureinrichtungen sowie in Agenturen der Kommunikationsbranche professionell und verantwortungsbewusst bewältigen zu können. Als Medien-Informationsmanager und -managerinnen verfügen die Absolventinnen und Absolventen über informations- und kommunikationswissenschaftliche, betriebswirtschaftliche, informationstechnische und kreative Fähigkeiten. Die umfassende Informations- und Medienkompetenz wird in Bibliotheks- und Informationseinrichtungen, in Medienunternehmen, in der Medien- und Marktforschung, in Marketing- und Öffentlichkeitsabteilungen mittelständischer und großer Unternehmen nachgefragt.« (HAW HAMBURG 2012)

4.1 Marktanalyse zum Medien- und Informationssektor der Metropolregion Hamburg

In diesem Abschnitt wird zunächst das Vorgehen bei der Erstellung des Marktüberblicks erläutert. Daraufhin werden die Ergebnisse der Recherche abgebildet und dokumentiert.

4.1.1 Vorgehensweise

Aus der zuvor beschriebenen Recherche ergaben sich folgende Kernkategorien:

- Bibliotheken
- Kultur
- Medienwirtschaft
- Informationswirtschaft
- Kommunikation, Public Relations, Werbung
- Technische Dienstleistungen
- Internetdienstleistungen
- Forschung
- Non-Governmental Organizations

Im weiteren Verlauf der Recherche wurden darauf folgend Beispiele für die jeweiligen Kategorien gesammelt (vgl. Tab. 1).

Bibliothek	Kultur	Medienwirtschaft	Informationswirtschaft	Kommunikation/PR/Werbung
Staatsbibliothek Öffentliche Bücherhallen Desy, Bibliothek (Forschungseinrichtung) ZBW	Museen Galerien Kunstvereine Theater Musical (Stage)	Fernsehen (NDR, RTL, Sat1) Verlage Rundfunk Bildagenturen Nachrichtenagenturen	Datenbankanbieter (Wer-liefert-was) FOM	Werbeagenturen Eventagenturen (Jung von Matt, SinnerSchrader, European Film Promotion)
Technische Dienstleistungen	Internetdienstleistung	Forschung	NGO	
Usability SEO Google E-professionell	Immonet Xing Günstiger.de / Idealo Musikplattformen Künstlerorganisationen	Marktforschung Forschungsabteilungen (Philips) Sciderm	Greenpeace NABU WWF Friedrich-Ebert-Stiftung	

Tab. 1: Beispielorganisationen und -unternehmen für die identifizierten Segmente der Hamburger Medien- und Informationswirtschaft

Durch das Erarbeiten der Beispiele wurde festgelegt, welche Art von Unternehmen oder Organisationen betroffen sind. Anhand dieser Differenzierung wurde dann detaillierter nach einzelnen Anlaufpunkten recherchiert. Die Ergebnisse, die mit Hilfe von Branchenverzeichnissen der Handelskammer und der Stadt Hamburg, oder auch unter Anwendung von Online-Suchmaschinen ermittelt wurden, werden im weiteren Verlauf vorgestellt.

4.1.2 Marktüberblick

Der Informations- und Mediensektor der Metropolregion Hamburg wurde in die im vorhergehenden Abschnitt definierten Segmente unterteilt. Anschließend wurden diesen Segmenten verschiedene Unternehmen und Institutionen zugeordnet, um aus möglichst vielen unterschiedlichen Segmenten Interviewpartner befragen und ein Meinungsbild wiedergeben zu können.

Eine detaillierte Übersicht des Informations- und Mediensektors in Hamburg bieten die Statistiken der Handelskammer Hamburg, die zu informativen Graphiken aufbereitet wurden. Die von der Handelskammer vorgenommenen Segmentierungen stimmen nicht komplett mit der im Projekt vorgenommenen Einteilung überein, die Graphiken sind dennoch relevant für die Marktsegmentierung. Sie ermöglichen eine genaue Einschätzung der Anzahl der Unternehmen in den einzelnen Bereichen.

So bildet *Bild 12* die Branchenstruktur der Medienunternehmen in Hamburg zum 1. Januar 2012 ab. Für die *Mind the Gap*-Segmentierung sind mehrere Bereiche von Bedeutung. Zunächst lässt sich der Bereich Werbewirtschaft auf das vom Team definierte Segment Kommunikation/PR/Werbung übertragen. Die Bereiche Verlagsgewerbe, Musikwirtschaft, Filmwirtschaft und Rundfunk lassen sich im *Mind the Gap*-Segment Medienwirtschaft bündeln. Der im Projekt definierte Bereich Kultur kann auf das Segment Kulturwirtschaft übertragen werden.

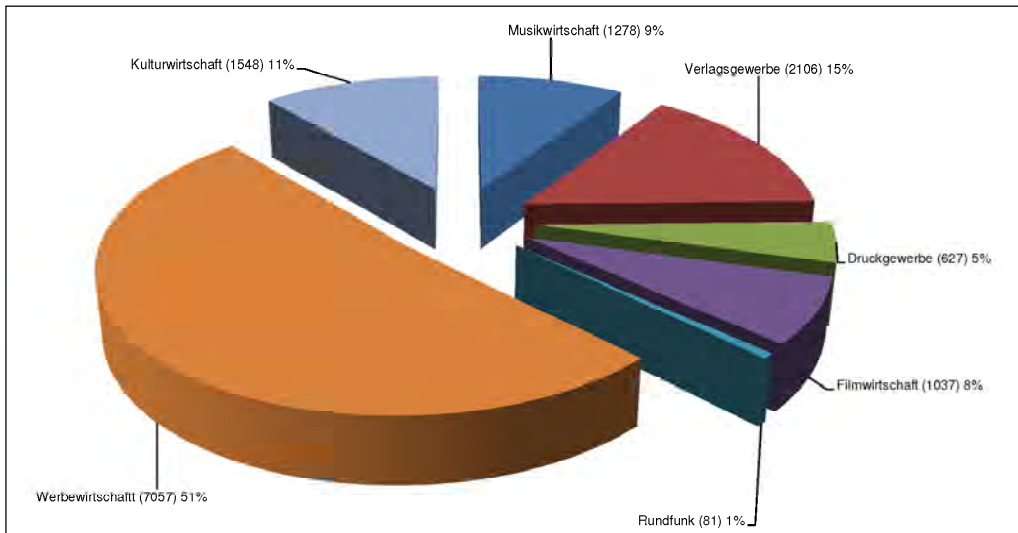


Bild 12: Branchenstruktur der 13 734 Hamburger Medienunternehmen zum 1. Januar 2012 nach Anzahl der Unternehmen (aus: HANDELSKAMMER HAMBURG 2012a)

Bild 12 veranschaulicht den großen Anteil des Bereiches Werbewirtschaft am Hamburger Medienmarkt, die anderen Bereiche sind deutlich kleiner. Die für das *Mind the Gap*-Team ebenso relevanten Bereiche Kultur (11 %), Musik (9 %)- und Verlagswirtschaft (15 %) weisen lediglich geringe Unterschiede bezüglich ihrer Größe auf.

Bild 13 zeigt die Branchenstruktur der Hamburger IT-Unternehmen zum 1. Januar 2012. Für die *Mind the Gap*-Segmentierung von Bedeutung ist einerseits der Bereich IT-Services und IT-Beratung mit 4834 Unternehmen. Hierzu gehören auch Unternehmen des im Projekt definierten Bereichs technische Dienstleistungen. Der Bereich Internetdienstleistungen steht in Zusammenhang mit dem Segment Webhosting der Handelskammer. Diesem Bereich gehören 1447 Unternehmen in Hamburg an.

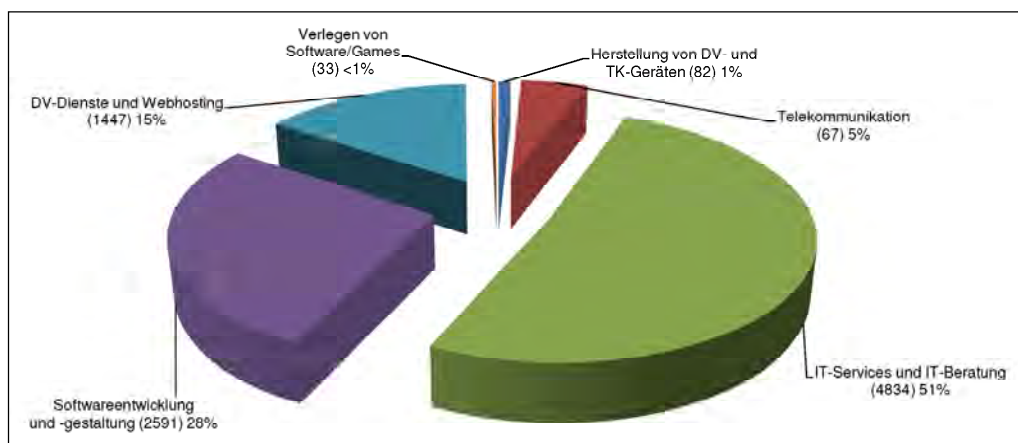


Bild 13: Branchenstruktur der 9 454 Hamburger IT-Unternehmen zum 1. Juli 2011 nach Anzahl der Unternehmen (aus: HANDELSKAMMER HAMBURG 2012b)

Bild 14 führt unter anderem die in Hamburg ansässigen Markt- und Meinungsforschungsunternehmen auf. Diese sind für das Segment Forschung relevant. Die Handelskammer zählt 1049 Unternehmen in diesem Bereich. Die Firmendaten der Handelskammer bieten also wichtige Anhaltspunkte für die Segmentierung des Marktes.

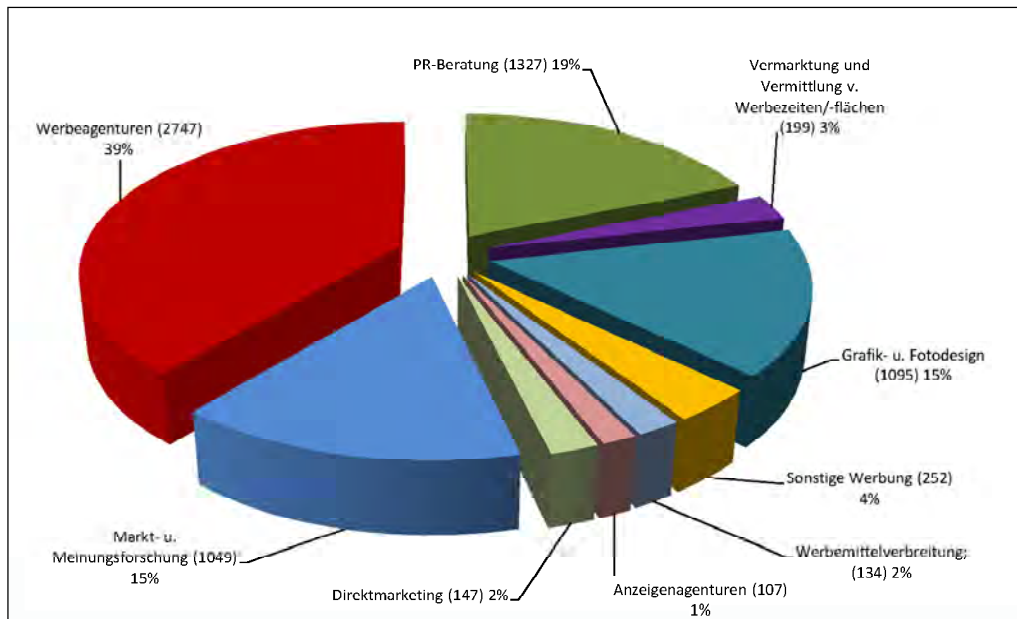


Bild 14: Zusammensetzung der 7107 Firmen der Hamburger Werbewirtschaft zum 1. Januar 2012 nach Anzahl der Unternehmen (aus: HANDELSKAMMER HAMBURG 2012c)

Im Fall der Segmente, für die die Statistiken der HK keine weiterführenden Daten boten, wurde im Branchenverzeichnis recherchiert. Dies betraf die Segmente Informationswirtschaft und auch Forschung, da sich die Handelskammer hierbei auf Markt- und Meinungsforschung bezieht, die *Mind the Gap*-Segmentierung jedoch auch firmeninternen Forschungsabteilungen mit einbezieht und somit weiter gefasst ist. Für den Bereich Theater und Bibliotheken erwies sich Wikipedia als geeignete Quelle, die eine annähernd vollständige Auflistung der Hamburger Bibliotheken und Kultureinrichtungen bot.

4.1.3 Marktsegmente

Im folgenden Abschnitt werden nun die einzelnen Segmente vorgestellt und Beispielkontakte genannt.

4.1.3.1 Bibliotheken

In Hamburg gibt es über 260 Bibliotheken mit ungefähr 25 Millionen Medieneinheiten. Die Hamburger Bibliothekslandschaft ist durch viele Wissenschaftliche Bibliotheken und viele Spezialbibliotheken geprägt. Dadurch ergeben sich als mögliche Interviewpartner:

- Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky
- Deutsche Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften
- Bücherhallen Hamburg
- Desy-Bibliothek
- Bibliothek der Hamburg Media School
- Ärztliche Zentralbibliothek (ÄZB) des Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf
- Bibliothek der Forschungsstelle für Zeitgeschichte in Hamburg (FZH)
- Bibliothek des Hamburgischen Verfassungsgerichts und Hanseatischen Oberlandesgerichts

4.1.3.2 Kultur

Die Bewohner der Metropolregion Hamburg haben Zugang zu vielfältigen kulturellen Angeboten. Für alle Altersgruppen und Geschmacksrichtungen gibt es kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen. Von einer Vielzahl an Museen, beispielsweise dem Speicherstadtmuseum, über unterschiedliche Theater, Kabarett, Oper und Ballett bis hin zu einer großen Auswahl an Musicals und Festivals. In Hamburg gibt es 1548 Unternehmen, die im Bereich der Kulturwirtschaft agieren (HANDELSKAMMER HAMBURG 2012a). Als mögliche Interviewpartner wurden gesehen:

- Deichtorhallen
- Hafencitymuseum
- Kunsthaus an der Alster
- Hamburgische Staatsoper
- Deutsches Schauspielhaus
- Kunstclub Hamburg
- Ohnsorg-Theater
- Museum für Hamburgische Geschichte

4.1.3.3 Medienwirtschaft

In der Metropolregion Hamburg sind zahlreiche Medienunternehmen angesiedelt. Hierzu gehören Rundfunkunternehmen, Fernsehen, Zeitschriften- und Buchverlage und Musikproduktionen. Der größte Anteil entfällt auf das Verlagsgewerbe mit 2106 Unternehmen (HANDELSKAMMER HAMBURG 2012a). Die Musikwirtschaft ist mit 1278 Unternehmen in der Region Hamburg vertreten (HANDELSKAMMER HAMBURG 2012a). Mögliche Interviewpartner sind:

- Rowohlt Verlag
- Carlsen Verlag
- Spiegel-Verlag
- Deutsche Presse-Agentur
- Roba Musikverlage
- Peer Musikverlage
- Radio Hamburg
- NDR

4.1.3.4 Informationswirtschaft

Die Recherche im Branchenverzeichnis der Stadt Hamburg ergab 102 Unternehmen, die im Bereich der Informationsvermittlung tätig sind. Daraus wären mögliche Interviewpartner:

- Bilderschaft Medien GmbH
- DMIT Deutsche Medien und IT GmbH
- DPA Deutsche Presseagentur
- Hamburg data GbR
- Recherche Akademie e.K.
- Sightseeker Medien GmbH
- Portalis Deutschland AG
- Online FORENSIC GmbH

4.1.3.5 Kommunikation, Public Relations, Werbung

Die Werbewirtschaft macht den größten Teil der Hamburger Medienlandschaft aus. Insgesamt sind laut Hamburger Handelskammer 7067 Unternehmen in diesem Segment tätig, was 51 Prozent der gesamten Medienunternehmen entspricht (HANDELSKAMMER HAMBURG 2012a). Als mögliche Interviewpartner ergeben sich:

- Scholz & Friends
- Jung von Matt
- Springer & Jacoby
- Fischer Appelt
- Zum Goldenen Hirschen
- Philipp und Keuntje
- Kolle Rebbe
- Nordpol + Hamburg

4.1.3.6 Technische Dienstleistungen

Zum Segment »Technische Dienstleistungen« gehören unter anderem Unternehmen, die sich mit den Bereichen Usability oder Suchmaschinen-Optimierung beschäftigen. In Hamburg gibt es laut der Branchenstruktur der Handelskammer 4835 Unternehmen, die im Bereich IT-Services und IT-Beratung arbeiten (HANDELSKAMMER HAMBURG 2012a). Mögliche Interviewpartner sind:

- AP Media Hamburg
- Homepage Helden
- Semseolab
- Nordmarketing
- Human Interface Design
- Cuth+roth GbR
- Port Digital GmbH
- MANIKO Usability & Information Management

4.1.3.7 Internetdienstleistungen

Zusätzlich gibt es in Hamburg viele Unternehmen, die Internetdienstleistungen anbieten. In der ersten Jahreshälfte 2012 wurden 1142 Firmen gezählt, die im Bereich Datenverarbeitungs-Dienste und Webhosting tätig sind (HANDELSKAMMER HAMBURG 2012a). Daraus ergeben sich als mögliche Interviewpartner:

- GESODATA Gesellschaft für Organisation
- Alstertech oHG IT-Dienstleistungen
- Sieslack Datentechnik
- Attend It-Service
- Bechtle GmbH
- Benchmarc IT solutions GmbH
- Clarity IT solutions GmbH
- Digitales Datenmanagement, Lauer

4.1.3.8 Forschung

Um die Anzahl der Forschungsinstitute zu ermitteln, wurde im Branchenverzeichnis recherchiert. So konnten 75 eigenständig forschende Forschungsinstitute herausgefiltert werden. Allerdings ist anzunehmen, dass zusätzlich viele firmeninterne Forschungsabteilungen existieren, die in diese Auswertung nicht einbezogen wurden. Zusätzlich gehören Markt- und Meinungsunternehmen zum Segment Forschung. Hier konnten im Branchenverzeichnis 276 Unternehmen ermittelt werden (BRANCHENBUCH HAMBURG 2012). Mögliche Interviewpartner:

- Best Result Marktforschung
- Brand Science Institute e.K.
- Stiftung für Zukunftsfragen
- theMa Marktforschungs GmbH
- GfK Teststudio
- UNESCO Institute for Lifelong Learning
- GIGA German Institute of global and Area Studies
- Bernhard-Nocht-Institut für Tropenmedizin

4.1.3.9 Non-Governmental Organizations

Nichtregierungsorganisationen sind nichtstaatliche Organisationen oder Interessensverbände, die sich sozialpolitisch, umweltpolitisch oder gesellschaftlich engagieren. Als mögliche Interviewpartner:

- BUND Landesverband Hamburg e.V.
- Verbraucherzentrale Hamburg e.V.
- Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung Landesverband Hamburg e.V.

4.2 Sammlung und Bearbeitung der Daten

Während der Anfangsphase des Projekt konnten die Projektteams mögliche Interviewpartner aus der Kontaktliste auswählen oder aber selbst nach geeigneten Unternehmen recherchieren. Um einen Überblick über die angeschriebenen Kontaktpersonen, den Interviewtermin sowie die möglichst ausgeglichene Segmentverteilung der Unternehmen zu erhalten, hat das zuständige Team eine Excel-Tabelle erstellt, die regelmäßig von den Kursteilnehmer aktualisiert wurde. Die Tabelle besteht aus den folgenden Punkten:

- | | | |
|---------------------|-------------------------------|-------------------|
| • Unternehmen | • Telefonnummer | • Kontaktverlauf |
| • Segment | • E-Mail-Kontakt | • Absage/Zusage |
| • Abteilung/Bereich | • Homepage | • Anmerkungen |
| • Ansprechpartner | • verantw. Projektmitarbeiter | • Interviewtermin |

Von den fünf ausgewählten Unternehmen wurden zuerst die drei präferierten Kontakte angeschrieben, während die zwei weiteren Kontakte als Alternative festgelegt wurden und nur bei einer Absage kontaktiert wurden. Dieses ergab eine Gesamtzahl von 18 Interviews mit Personalern oder anderen zuständigen Personen, sowie sechs Experten-Interviews.

4.3 Fazit

Die Segmentierung des Marktes war zu Beginn des Projektes erforderlich, um die Dimensionen des Hamburger Medien- und Informationssektors zu erfassen sowie einen ersten Überblick zu gewinnen und somit erfassen zu können, in welcher Art von Unternehmen Befragungen möglich und erforderlich sind.

Es wird deutlich, welche Anteile die unterschiedlichen Segmente einnehmen, was auch für die berufliche Orientierung der einzelnen Projektmitarbeiter von Bedeutung sein könnte und somit einen Zusatznutzen bietet. Außerdem boten die vorgeschlagenen Interviewpartner den Interviewern, die nicht über eigene Kontakte verfügen, die Möglichkeit, sich aus einem Segment ihres Interesses eine Unternehmen beziehungsweise eine Organisation auszuwählen und diese zu kontaktieren.

5 Interviewleitfaden Organisationen

Dem Stand der Forschung zufolge werden Bachelor- und Masterabsolventen oft nicht aufgrund ihres Abschlusses, sondern aufgrund von Qualifikationen (zum Beispiel praktische Erfahrung, sonstige Kenntnisse und Fähigkeiten) eingestellt. Sofern fachliches Wissen fehlt, werden sie entsprechend weitergebildet (vgl. BRIEDIS u. a. 2011). An anderer Stelle wird deutlich, dass besonders im Dienstleistungssektor kein großer Unterschied zwischen Bachelor- und Masterabschlüssen gesehen wird, während zum Beispiel in den Naturwissenschaften immer noch große Unterschiede gemacht werden und die Masterabschlüsse eher mit den vorherigen Abschlüssen wie Magister gleichgesetzt werden (vgl. MAASS/KAY 2011).

5.1 Funktionen des Leitfadens

Dieser Leitfaden dient als Grundlage für die eigenen Erhebungen. Mit seiner Hilfe soll in Erfahrung gebracht werden, wie Unternehmen und Experten der Hamburgischen Informations- und Medienwirtschaft zu den Bachelor- und Masterabschlüssen hier relevanter Studiengänge stehen, welche Erfahrungen sie mit Absolventen haben und worin generelle Einstellungskriterien und Motive bei der Personalentscheidung bestehen. Für den Arbeitsmarkt der Medien- und Informationswirtschaft in der Metropolregion Hamburg sollen das Image, die Akzeptanz und der Erfolg der beiden Studienabschlüsse vergleichend evaluiert werden.

Ein einheitlicher Leitfaden für die Befragungen der Organisationen erhöht die Vergleichbarkeit der Ergebnisse. Wie die Bezeichnung »Leitfaden« impliziert, dienen die hier festgehaltenen Fragen der Orientierung. Sie bilden keinen starren Fragerahmen, sondern können von jedem Interviewerteam entsprechend der Interviewsituationen angepasst werden. Der Leitfaden sollte übersichtlich, verständlich und leicht anwendbar sein. Die enthaltene kurze Ergebnisdokumentation soll die Auswertung der Ergebnisse erleichtern.

5.2 Methodisches Vorgehen

Nachdem in der Fachliteratur sowie in Leitfäden, die bereits im Rahmen anderer Erhebungen erstellt worden waren, nach Best-Practice-Beispielen und Anregungen recherchiert wurde, wurden eigene Ideen bzgl. Aufbau, Fragetechniken und Inhalt konzipiert. Anschließend sammelten wir zu behandelnde Aspekte und konkrete Fragen, formulierten sie leitfadengerecht, brachten sie in eine logische Reihenfolge und den unterschiedlichen Fragetechniken entsprechend in ein übersichtliches Layout.

Nach Fertigstellung eines ersten Entwurfs für den Leitfaden, führten wir mit sieben Personen einen Pretest bezüglich der Verständlichkeit der Fragen, Logik des Aufbaus, Anwendbarkeit beziehungsweise Handhabbarkeit des Leitfadens sowie Ergebnisnutzen durch (vgl. Kap. 5.5). *Bild 15* visualisiert das methodische Vorgehen bei der Erstellung des Leitfadens.

Als weitere Instrumente beziehungsweise Quellen, die als Grundlage dienten, sind Beispielleitfäden (zum Beispiel aus vorherigen Projekten), die eigene Kreativität sowie Anregungen aus dem Projektteam für Befragungsaspekte zu nennen.

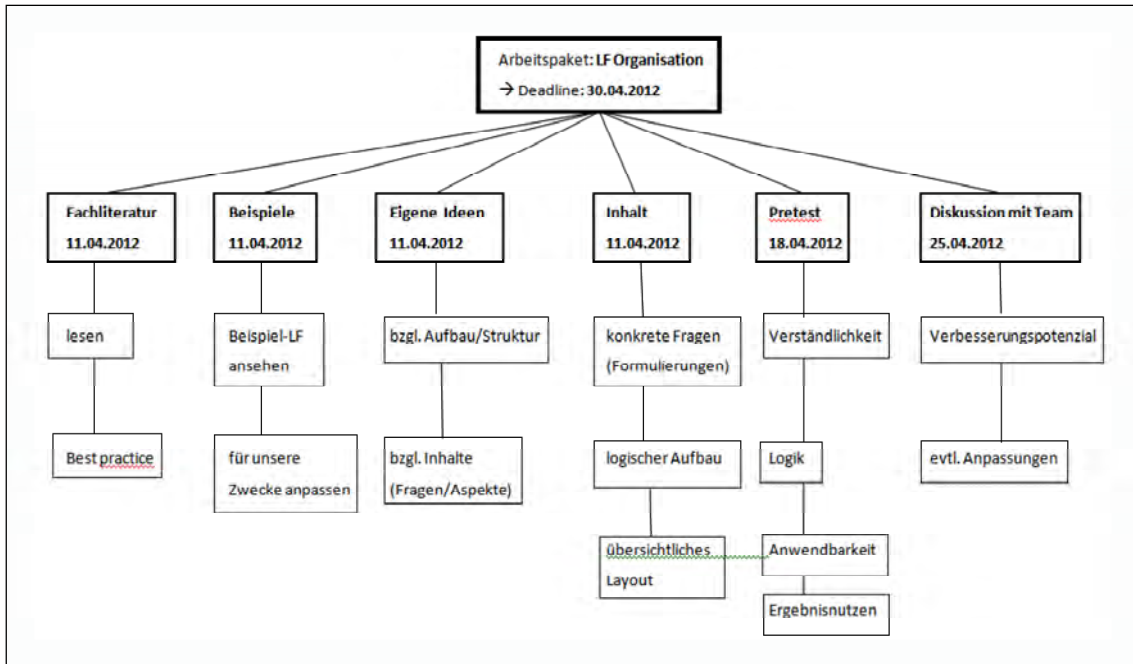


Bild 15: Vorgehen und Zeitplanung für das Arbeitspaket »Leitfaden für Organisationen«

5.3 Zeitplanung

Um die Zeitplanung während der Interviews im Überblick behalten zu können, ist sie in Tab. 2 zusammengefasst.

Aktivität	Maximale Dauer (in Minuten)
A. Begrüßung und Vorstellung	10
B. Blitzlicht	15
C. Erforschung des Kenntnisstands zu Bachelorn und Mastern und deren beruflichen Chancen	15
Gesamt	40 (max. 45)

Tab. 2: Zeitplanung während der Interviews

5.4 Fragenkatalog und Funktion der Fragen

Der Leitfaden für die zu befragenden Organisationen und die darin enthaltenen Ausführungen bieten einen roten Faden für die Interviewdurchführung. Es ist wichtig zu beachten, dass die Fragen in der Interviewsituation nicht vorgelesen, sondern je nach Gesprächsverlauf formuliert und angepasst werden sollen. Sie dienen lediglich der inhaltlichen Orientierung und sollen Spielräume lassen. Entscheidungen über spontane Änderungen wie genaueres Nachhaken bei unklaren oder besonders interessanten Äußerungen oder Auslassungen bereits behandelter Aspekte müssen während des Interviewverlaufs möglich sein.

HELFFERICH 2011 gibt einen umfassenden Überblick, welche Anforderung bei der Erstellung eines Interviewleitfadens zu beachten sind. Als Instrument qualitativer Forschungsmethoden muss der Leitfaden den Grundprinzipien der qualitativen Forschung gerecht werden und Offenheit ermöglichen. Außerdem darf er nicht aus zu vielen Einzelfragen bestehen, damit

Zeitdruck und damit eine oberflächliche und zu knappe Beantwortung der Fragen vermieden werden. Auch auf die formale Übersichtlichkeit und einfache Handhabung ist zu achten, damit die Interviewenden sich auf das Interviewgeschehen und die Interviewpartner konzentrieren können. Auch ist ein logischer Aufbau der Fragen wichtig.

Die Interviewfragen sollten nicht abgelesen werden, da dies Unsicherheit seitens des Interviewenden suggerieren kann. Es ist wichtig, dass weiter greifende Ausführungen der Personaler nicht von vornherein abgeblockt werden, da sie wichtige Anhaltspunkte enthalten können, die der Leitfaden nicht vorsieht (vgl. HELFFERICH 2011, S. 180).

Im Leitfaden werden die vorbereitenden Vorkehrungen, eine mögliche Einleitung des Interviews, die Begrüßung und Vorstellung des Interviewpartners, ein sogenanntes »Blitzlicht«, Fragen zur Erforschung des Kenntnisstands zu Bachelor und Master und deren berufliche Chancen, Einschätzungsfragen und zuletzt die Verabschiedung behandelt.

Sowohl in dem einführenden Informationstext als auch durch die Art der Frageformulierungen sollen die Teilnehmer zur Äußerung ihrer eigenen Sichtweise ermuntert und in ein Gespräch verwickelt werden. Im Leitfaden sind sogenannte »Aufrechterhaltungsfragen« grau gekennzeichnet, die je nach Gesprächsverlauf konkreteres Nachfragen ermöglichen und spezifischere Informationen erbringen können. Welche von ihnen wie gestellt werden, kann stark variieren. Sie dienen in jedem Fall dazu, das Gespräch in Gang zu halten und eine Orientierung zu bieten.

5.4.1 Bevor das Interview beginnt

Es sollte eine »entspannte und vertrauensvolle Atmosphäre« (BORTZ/DÖRING 2006, S. 298) geschaffen werden, damit sich die Interviewpersonen wohl fühlen und gern bereit sind, offen und viel zu erzählen. Der Anfang einer solchen Sitzung kann von entscheidender Bedeutung sein, da hier die Grundlage für den gesamten Verlauf geschaffen wird. Störenden Nebengeräuschen, wie zum Beispiel durch möglicherweise klingelnde Handys, sollte schon vorab durch entsprechende Vorkehrungen entgegengewirkt werden. Die Datenschutzerklärung sollte griffbereit sein. Sie muss im Anschluss an das Gespräch unterschrieben werden, sodass das gesammelte Material zur Auswertung verwendet werden kann.

Zur Audioaufnahme des Interviews ist es notwendig, dass das Diktiergerät funktioniert. Es ist folglich darauf zu achten, dass es aufgeladen ist und ausreichend Speicherplatz zur Verfügung steht. Nach einer Prüfung der Funktionsfähigkeit des Diktiergeräts werden die Interviewpersonen über die Audioaufnahme informiert und um ihr mündliches Einverständnis gebeten. Anschließend wird die Aufnahme gestartet.

Es folgt ein Einführungstext, der kurz skizziert, in welchem Rahmen die Forschungsstudie stattfindet und wie dabei vorgegangen werden soll. Außerdem wird darauf hingewiesen, dass unter anderem offene Fragen gestellt werden, deren Zentrum die Relevanzkonzepte, das heißt die Sichtweisen und Wertigkeiten, der Interviewteilnehmer bilden. Es ist wichtig, zu versichern, dass es kein Richtig oder Falsch gibt, sondern dass sie erzählen sollen, was für sie bzgl. der Fragen von Bedeutung ist. Es geht um die Einschätzung und Meinung der Interviewpartner. Die Interviewenden werten das Gesagte nicht (vgl. KRUSE 2009).

Der Einführungstext enthält die wesentlichen Informationen, welche die Interviewpartner benötigen. Er soll Sicherheit schaffen und die Teilnehmer sollen sich entspannt und nicht unter Druck gesetzt fühlen. Mit dem Hinweis auf das Protokollführen wird die Anwesenheit der zweiten Person erklärt. Die Einleitung soll ermutigend wirken (vgl. LAHNINGER 2000, S. 161).

Außerdem wird ihnen versichert, dass ihre Daten im Anschluss auf Wunsch anonymisiert werden und somit nicht mehr mit ihnen in Verbindung gebracht werden können. Weitere Hintergrundinformationen zu dem Forschungsprojekt werden gegebenenfalls erst im Anschluss gegeben, da andernfalls die Gefahr besteht, dass die Befragten sich den Erwartungen anpassen und nicht aus ihrem Relevanzsystem heraus antworten.

Im Anschluss ist zu klären, ob die Interviewpartner noch Fragen haben, bevor es zur eigentlichen Studie übergeht. Hiermit sollen eventuell noch bestehende Unklarheiten beseitigt werden.

5.4.2 Begrüßung und Vorstellung

Zu Beginn des Interviews werden Fragen gestellt, die der Interviewpartner ohne Weiteres beantworten können sollte, da es um Erfahrungen mit den verschiedenen Studienabschlüssen sowie den Einsatz von Informationswissenschaftlern im Unternehmen geht. Diese Erfahrungsfragen sollen das Eis brechen, eine angenehme Atmosphäre schaffen und die Personaler auf die Interviewthematik einstimmen. Sie sollen locker in ein Gespräch verwickelt werden. Anschließend wird sich nach evtl. Veränderungen des Bewerbungsverfahrens seit dem Bologna-Prozess erkundigt. Über Fragen zu Kriterien und Prinzipien für die Entscheidungsfindung bei der Einstellung soll der Bogen zum eigentlichen Thema der Studie gespannt werden. Auch hier kann der Interviewpartner zunächst frei erklären, wie die Organisation im Allgemeinen vorgeht und welche Kriterien relevant sind. Beispiele wären die Persönlichkeit eines Bewerbers, seine Praxiserfahrung oder seine Fremdsprachenkenntnisse. Es ist möglich, dass aus der Behandlung dieser Frage hervorgeht, dass der Abschluss eines Bewerbers eher eine untergeordnete Rolle spielt. Es wird eine Smalltalk-Atmosphäre aufgebaut und der Interviewpartner kann frei erzählen, was ihm an dieser Stelle wichtig erscheint.

5.4.3 Blitzlicht

Inspiration für das anschließende, sogenannte »Blitzlicht« hat ein Fernsehinterview mit dem deutschen Biathleten Andreas Birnbacher vom 29.02.2012 im ZDF geboten. Unter dem Titel »Auf ein Wort – mit Andreas Birnbacher« kann das Video in der ZDF-Mediathek eingesehen werden (vgl. ZDF 2012). Die ungewöhnliche Interviewtechnik bietet viele Vorteile:

- Sie sorgt für eine lockere Atmosphäre. Sowohl Interviewer als auch Interviewpartner haben Spaß an den knapp formulierten Auswahlmöglichkeiten und der Aufgabe unbedingt eine Wahl zu treffen beziehungsweise zumindest eine Tendenz anzudeuten.
- Es können sowohl quantitative als auch qualitative Daten gewonnen werden. Um die Auswertung zu erleichtern und auch allgemein gültige Ableitungen treffen zu können, bietet sich die Erhebung von quantitativen Daten an. Bei der Durchführung von Interviews, in dem lediglich offene Fragen gestellt werden, ist dies nicht ohne Weiteres möglich. Das Blitzlicht bietet durch die geschlossene Fragetechnik und das Setzen von Kreuzen jedoch die Möglichkeit statistische Werte zu ermitteln, die sich im Anschluss leicht auswerten lassen.
- Es resultieren spontane ehrliche Antworten.
- In kurzer Zeit können viele Ergebnisse gewonnen werden. Dadurch dass viele kurze Fragen schnell hintereinander gestellt und beantwortet werden, können in kurzer Zeit viele Informationen beziehungsweise persönliche Eindrücke ermittelt werden. Die Interviewperson hat nicht viel Zeit darüber nachzudenken, welche Antwort der Interviewer vielleicht »gerne hören möchte« und antwortet spontan »aus dem Bauch heraus«.

Für die Darstellung diesen Teils der Befragung wurde eine Tabelle eingesetzt, die die beiden Gegenpole beinhaltet und in jeder Zeile zusätzlich das Wort »eher« in Klammern enthält. Sofern ein Interviewpartner eine Äußerung wie »Auf jeden Fall...«, »Ohne Zweifel...« oder Ähnliches verwendet, wird das eingeklammerte »eher« durchgestrichen, um die Gewichtung der Antwort deutlich zu machen. Sofern die Aussage lediglich eine Tendenz widerspiegelt, bleibt das »eher« bestehen. Sofern gar keine Tendenz anzugeben ist, da die Antwort stark von der jeweiligen Situation abhängt, besteht auch die Möglichkeit, ein externes Kästchen mit »Unentschieden« anzukreuzen.

Die Darstellung basiert auf einer fünfstufigen Likert-Skala. Als Items stehen also fünf Aussagen mit verbaler Skalenbezeichnung zur Verfügung (vgl. RAAB-STEINER/BENESCH 2010, S. 56). Da den Befragten mehr als zwei abgestufte Antwortkategorien zur Auswahl stehen, spricht man auch von Ratingskalen, da die Items eine Rangordnung bilden (vgl. RAAB-STEINER/BENESCH 2010, S. 54).

Das Beispielvideo des Sportlers hat eher einen Unterhaltungshintergrund, zeigt aber, dass der Informationsgehalt dieses Interviews durchaus hoch ist. Wir gestalteten das Blitzlicht mit der gewählten Variante allerdings seriöser. Um tiefer gehende Begründungen für die gewählten Optionen zu erfahren und uns nicht auf einfache Entscheidungsfragen zu beschränken, werden im Anschluss an das Blitzlicht die einzelnen Antworten hinterfragt (qualitative Fragen). So bekommt der Interviewpartner die Möglichkeit seine Position nachträglich frei zu erläutern und detailliertere Informationen zu seinen Spontanantworten zu geben.

Eine Möglichkeit stellt hier die Formulierung eines Ergebnisses als Hypothese dar, zu welcher der Interviewpartner anschließend Stellung nehmen soll. Ein Beispiel wäre: »Praxiserfahrung ist in Ihrem Unternehmen also wichtiger als Auslandserfahrung ...?«. Insgesamt soll das »Blitzlicht« keinen Verhörcharakter haben, sondern eine Tendenz der Prioritäten feststellen.

5.4.4 Erforschung des Kenntnisstands zu Bachelor und Master

Dieser Teil ist wie ein typisches Interview aufgebaut: Es werden wenige aber spezifische offene Fragen gestellt, die den Kenntnisstands des Interviewpartners (stellvertretend für die Organisation) zu Bachelor- und Masterabschlüssen beleuchten sollen. Auch die möglichen beruflichen Chancen, die sich einem Absolventen des jeweiligen Abschlusses bieten, sollen in Erfahrung gebracht werden. So können sowohl der Stellenwert als auch die Perspektiven eines Bachelor- beziehungsweise Masterabschlusses erforscht werden. Die Unterschiede zwischen Bachelor- und Masterabsolventen werden behandelt, welche Einstiegspositionen jeweils vergeben werden und wie sich die Karrieren entwickeln. Außerdem wird auf die Gehälter eingegangen. Zuletzt wird erkundet, ob die Personaler (selbst) Bachelorabschlüsse für ausreichend halten oder einen Master für erforderlich erachten. Es ist dem Interviewten freigestellt, wie knapp oder ausführlich er oder sie auf die gestellte Frage antworten möchte. Der Interviewer kann je nach Situation, Antwort und tiefer gehendem Erkenntnisinteresse weitere Zwischenfragen stellen, wenn es ihm/ihr im Sinne der Studie sinnvoll erscheint.

Förderlich für die Erhebung von relevanten Informationen ist in jedem Fall, wenn es dem Interviewer gelingt, ein Gespräch zu entwickeln. Das bloße »Abarbeiten« der Fragen auf dem Leitfaden sollte vermieden werden, da sich so schnell eine eintönige Frage-Antwort-Situation entwickelt. Ein Gespräch mit weiteren Zwischen- und Nachfragen wirkt lebendiger, natürlicher, und bringt den Interviewpartner womöglich dazu mehr von sich aus zu erzählen, was über die Frage hinaus gehen könnte.

5.4.5 Einschätzungsfragen

Zuletzt werden einige Einschätzungsfragen gestellt. Der erneute Wechsel zu einer anderen Interviewtechnik soll die Befragung spannender gestalten. Es wird darauf abgezielt, dass der Interviewte die Datenerhebung als abwechslungsreich und kurzweilig empfindet.

Bei den Einschätzungsfragen wird der Interviewpartner aufgefordert, verschiedene Hochschulabschlüsse auf einer Skala von 1 (=negativ, skeptisch) bis 10 (=positiv, optimistisch) einzuschätzen beziehungsweise zu bewerten. So kann ein Stimmungsbild eingefangen werden. Auf diese Art und Weise können an dieser Stelle außerdem erneut quantitative Daten erhoben werden. In der Auswertung der gesamten Studie lässt sich auch ein arithmetisches Mittel der gewählten Zahlen errechnen, um eine rechnerisch ermittelte Gesamteinschätzung zu erhalten. Es ist zu beachten, dass lediglich die Abschlussformen bewertet werden, nicht die Absolventen selbst.

Zur Erläuterung der Einschätzung wird dem Interviewten im Anschluss an jede Frage ausreichend Zeit geboten. Auch der Interviewer hat die Gelegenheit erneut nachzuhaken, um die Hintergründe für die Einschätzung in Erfahrung zu bringen.

5.4.6 Nach dem Interview

Am Ende der Sitzung werden die Interviewpartner durch eine sogenannte »insurance question« (KRUEGER/CASEY 2009, S. 41) gefragt, ob sie noch etwas zum Thema ergänzen möchten; ob ihnen noch etwas wichtig ist, das bisher kaum oder gar nicht zur Sprache kam. Nach dem Hinweis auf das Ende der Sitzung wird das Diktiergerät ausgeschaltet und die Aufnahme damit beendet.

Die Teilnehmer sollen jeweils eine Datenschutzerklärung unterschreiben, sofern sie der Nutzung des gewonnenen Materials zustimmen. Mit einem Dank können sich die Interviewer von ihren Interviewpartnern verabschieden.

5.5 Pretest

Die Durchführung eines Pretests war wichtig, um den Leitfaden-Entwurf auf dessen Verständlichkeit, Logik, Anwendbarkeit und Ergebnisnutzen zu testen. Aufgrund der zeitlichen Organisation des Projekts und der bereits eingegrenzten Zielgruppe, konnte der Pretest leider nur mit Laien durchgeführt werden. So wurden insgesamt sieben Personen aus dem privaten Umfeld von Projektmitarbeitern ausgewählt und anhand des Entwurfs des Interviewleitfadens befragt.

Anhand der Nachfragen und auch Rückmeldungen der Befragten, konnten die Fragestellung angepasst werden: Es gab nur wenige Umformulierungen beziehungsweise Wörter zu ergänzen, um die Verständlichkeit zu optimieren. Hinsichtlich des logischen Aufbaus des Leitfadens gab es keine Kritik durch die Pretest-Teilnehmer und so mussten daran auch keine Veränderungen vorgenommen werden.

Die Anwendbarkeit wurde durch die erfolgreiche Durchführung des Pretests bewiesen. Der Wechsel zwischen verschiedenen Fragetechniken wurde als angenehm empfunden. Einzig der Ergebnisnutzen ließ sich nicht vollkommen überprüfen, da die Interviewten keine Fachkenntnis hatten und die Antworten so eher »erfunden« werden mussten.

5.6 Nutzung des Interviewleitfadens

Der Interviewleitfaden, also das Produkt dieses Arbeitspakets, ist als grobe Handlungsanleitung für die Durchführung der Interviews zu betrachten. Der Zweck liegt vorrangig darin, die von den Forschungsteams durchgeführten Interviews zu vereinheitlichen: Alle Gruppen können sich in ihren Interviews auf diese Art an demselben roten Faden orientieren.

Nach Übereinkunft des gesamten Projektteams sollen die Fragen im Leitfaden buchstäblich nur »leitenden« Charakter besitzen (Stand: 2012-04-25). Sie sollen keinesfalls wortwörtlich gestellt werden und dienen lediglich als Erinnerungsstütze für die Entwicklung eines Fachgesprächs. Ziel sollte sein, den Interviewpartner in ein Gespräch oder – wenn möglich – eine Diskussion zu verwickeln, bei dem beziehungsweise der eine natürliche Unterhaltungsatmosphäre entsteht. Ein Frage-Antwort-Rhythmus sollte vermieden werden. Aus diesem Grund können Fragen auch weggelassen, durch Ergänzungs- und Aufrechterhaltungsfragen erweitert oder – je nach Situation – in einer anderen, zufälligen Reihenfolge gestellt werden.

5.7 Finalisierung des Leitfadens

Die Diskussion des Leitfadens im Projektteam ergab, dass einige Frageformulierungen angepasst, das heißt anschaulicher und präziser gestaltet werden sollten. Außerdem wurden die Linien für Ergebnisnotizen entfernt, um den Interviewenden mehr Freiraum für die Gestaltung ihrer Notizen zu lassen.

Außerdem wurden die Projektergebnisse zum Stand der Forschung auf Studien überprüft, die interessante Statements beinhalteten, die sich für Stellungnahmen durch Personalere eignen. Diese haben wir an passenden Stellen im Leitfaden integriert. Außerdem verzichteten wir darauf, die Fragen zu nummerieren, um deutlich zu machen, dass der Leitfaden keine starre Struktur sondern eine Orientierungshilfe ist, die flexibel gehandhabt werden kann. Aufrechterhaltungsfragen und mögliche Präzisionsfragen wurden in grau unter die Hauptfragen gelistet. Auf sie wird je nach Bedarf zurückgegriffen.

5.8 Fazit

Das Ergebnis der Entwicklungsarbeit ist ein Leitfaden für die Durchführung von Interviews mit ausgewählten Personalverantwortlichen Hamburgischer Unternehmen der Medien- und Informationsbranche. Der Leitfaden hat eine Basisfunktion innerhalb der Projektdurchführung: Denn nur mithilfe eines einheitlichen und zuvor gut vorbereiteten Gesprächsfadens, können alle Interviews im Rahmen der Forschungsstudie strukturiert und vergleichbar umgesetzt werden. So ergeben sich besonders zwei wesentliche Vorteile, die der Leitfaden für das Projekt bietet:

- Zum einen bietet der Leitfaden den Interviewenden eine Orientierung, welche Fragen es zu stellen gilt, sprich welche Informationen für die Studie relevant sind und gewonnen werden sollten. Der Leitfaden ist dem Interviewer also eine entscheidende Stütze, um keine wesentlichen Aspekte während des Interviews zu vergessen und das Gespräch in Gang zu halten. Als Handlungsempfehlung ist an dieser Stelle noch einmal festzuhalten, dass der Leitfaden lediglich als eine Art Handwerkszeug für die Untersuchungsteams zu verstehen ist, mit dem sie arbeiten und das sie nicht einfach abarbeiten sollen.

- Zum anderen ist der Leitfaden wichtig, um die gewonnen Ergebnisse vergleichbar zu machen. Die quantitativ erhobenen Daten lassen sich dabei besonders einfach auswerten, doch auch die Antworten auf offen gestellte Fragen lassen sich – sofern die Interviewer diese ins Gespräch einbringen – gut vergleichen.

Infolgedessen ist der Leitfaden ein entscheidender Einflussfaktor auf das Ergebnis und den Erfolg des Gesamtprojekts.

Leitfaden für die Befragung von Organisationen

Checkliste vor dem Gespräch

- Diktiergerät funktioniert
- Handys sind ausgeschaltet
- Datenschutzerklärung vorhanden
- über Audioaufnahme informieren, mündliches Einverständnis einholen

Einleitung und Einstiegsinformationen

»Dieses Interview findet im Rahmen einer Erhebung statt, die Aufschluss darüber geben soll, wie Unternehmen der Informations- und Medienwirtschaft im Raum Hamburg zu den Studienabschlüssen Bachelor und Master stehen. Im Anschluss an das Interview geben wir Ihnen gern weitere Hintergrundinformationen zu dem Forschungsprojekt.

Im Verlauf unseres Gesprächs werden wir Fragen stellen, bei denen wir Sie bitten, das zu erzählen, was Ihnen dazu einfällt. Dabei gibt es kein Richtig oder Falsch, es geht um Ihre Einschätzung und Meinung.

Die Sitzung wird circa 30 bis 45 Minuten dauern und von uns aufgezeichnet, um uns die Auswertung zu erleichtern. Außerdem wird ein Beobachtungsprotokoll geführt.

Im Anschluss an das Interview benötigen wir Ihr schriftliches Einverständnis, um das gesammelte Material nutzen zu dürfen. Wir bitten Sie, die Datenschutzerklärung im Anschluss an das Interview zu unterschreiben. (*Vorlegen der Datenschutzerklärung*)

Haben Sie noch Fragen, bevor wir mit dem Interview beginnen?«

A Begrüßung und Vorstellung (max. 10 Minuten)

Welche Erfahrungen haben Sie bereits bei der Einstellung von Bachelor- und Masterabsolventen in Ihrem Unternehmen gemacht?

- wenige / viele / kaum / keine
- positive / negative
- Unterschied zu Diplomabsolventen?
- Qualifizierungsgrad

In welchen Bereichen in Ihrem Unternehmen arbeiten Informationswissenschaftler?

- Wie sind die Abschlüsse Bachelor, Master und Diplom schätzungsweise anteilmäßig in diesen Bereichen vertreten?

Inwiefern hat sich das Bewerbungsverfahren in Ihrem Unternehmen seit dem Bologna-Prozess verändert?

- Ausschreibungen
- Schritte beim Verfahren
- Anforderungen an Bewerber
- Eine Studie des IFM Bonn hat ergeben, dass ein Masterabschluss mit den alten Abschlüssen (zum Beispiel Diplom) gleichgesetzt wird. Unterstützen Sie diese These oder widersprechen Sie ihr eher? Aus welchen Gründen?

Welche Kriterien/Prinzipien sind für die Entscheidungsfindung bei der Einstellung in Ihrem Unternehmen relevant?

- Welche Rolle spielt die Persönlichkeit eines Bewerbers?
- Praxiserfahrung
- Auslandserfahrung
- Fremdsprachenkenntnisse
- Abschluss

B Blitzlicht (max. 15 Minuten)

Im Folgenden geben wir Ihnen ein Szenario vor, in welchem Sie möglichst spontan Ihre Tendenz äußern sollen. Im Nachhinein haben Sie die Möglichkeit, Ihre gewählten Optionen zu erläutern: Sie haben in einem Bewerbungsverfahren die Wahl zwischen zwei Bewerbern mit unterschiedlichen Eigenschaften. Für welche Eigenschaft würden Sie sich im direkten Vergleich spontan eher entscheiden?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> (eher) Bachelor bzw. Master | <input type="checkbox"/> (eher) Diplom | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) Bachelorabschluss | <input type="checkbox"/> (eher) Masterabschluss | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) Berufsausbildung und Bachelorabschluss | <input type="checkbox"/> (eher) Masterabschluss | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) motivierter Berufseinsteiger | <input type="checkbox"/> (eher) langjährig Erfahrener | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) berufliche Bildung (Praxisbezug) | <input type="checkbox"/> (eher) akademische Bildung | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) Abschluss an einer Universität | <input type="checkbox"/> (eher) Abschluss an einer Fachhochschule | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) Praxiserfahrung | <input type="checkbox"/> (eher) Auslandserfahrung | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) interner Bewerber | <input type="checkbox"/> (eher) Externer Bewerber | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) interner Bewerber aus einem anderen Unternehmensbereich | <input type="checkbox"/> (eher) externer Bewerber aus fachgleichem Bereich | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) Praxiserfahrung | <input type="checkbox"/> (eher) guter Notendurchschnitt | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) bestimmte Einzelnoten | <input type="checkbox"/> (eher) Notendurchschnitt | <input type="checkbox"/> unentschieden |

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> (eher) Notenentwickl. (Abi – Studium) | <input type="checkbox"/> (eher) Noten im Studium | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) neue, externe Einflüsse | <input type="checkbox"/> (eher) Unternehmensbindung | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) Angaben in Bewerbungsmappe | <input type="checkbox"/> (eher) Eindruck und Wirken im Bewerbungsgespräch | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) Technikenkenntnisse | <input type="checkbox"/> (eher) Fremdsprachenkenntn. | <input type="checkbox"/> unentschieden |
| <input type="checkbox"/> (eher) Langzeitstudent | <input type="checkbox"/> (eher) Einhaltung der Regelstudienzeit | <input type="checkbox"/> unentschieden |

→ Die jeweilige Angabe kann im Anschluss an die Schnellabfrage mit »Warum?/Worin begründet sich dies?« weiter hinterfragt werden.

Auch die Formulierung der Angaben als Hypothese, zu der sich der Interviewpartner noch einmal äußern soll, ist möglich; zum Beispiel »Praxiserfahrung ist in Ihrem Unternehmen also wichtiger als Auslandserfahrung«.

So kann der Befragte allmählich in ein Gespräch verwickelt werden und seine Meinung/Antwort ausführlich und zugleich frei begründen. Er nimmt Stellung zu einer in gewisser Weise selbstaufgestellten These.

(Ausführungen und detaillierte Notizen auf einem gesonderten Zettel, zusätzlich Audioaufnahme per Diktiergerät)

C. Erforschung des Kenntnisstands zu Bachelorn und Mastern und deren beruflichen Chancen (max. 15 Minuten)

Wo sehen Sie die wesentlichen Unterschiede zwischen einem Bachelor- und einem Masterabsolventen?

→ Welche Eigenschaften und Einsatzgebiete erwarten Sie bei einem Bachelor und welche bei einem Master?

- Sachbearbeitung
- Projektaufgaben
- Praxiserfahrung
- methodische Kompetenz
- fachwissenschaftliche Spezialisierung, Fachwissen
- Sozialkompetenz, Kommunikationskompetenz, Konfliktfähigkeit
- Forschungsorientierung
- Verantwortungsbewusstsein
- Einsatzbereitschaft
- Leistungswille
- Belastbarkeit
- Analyse- und Entscheidungsfähigkeit
- Lernkompetenz
- Führungskompetenz
- Strategieentwicklung
- Ideenreichtum/Kreativität
- Gründlichkeit
- etwas Anderes

Welche Einstiegspositionen haben Sie in Ihrem Unternehmen für Bachelor- beziehungsweise Masterabsolventen?

- Wie sieht der Berufseinstieg eines Bachelors/Masters/Diplomanden aus?
- befristete Stelle?
- wie lange?
- Trainee?

Inwiefern spielt es eine Rolle, an welcher Universität oder FH der Studienabschluss erworben wurde?

- Inwiefern sehen Sie Unterschiede zwischen Universitäts- und Hochschulabsolventen?

Welche Position kann ein Bachelor- im Vergleich zu einem Masterabsolventen in Ihrem Unternehmen maximal erreichen?

- Projektleiter
- Bereichsleiter
- Abteilungsleiter
- mit/ohne Personalverantwortung
- etwas Anderes
- Wie entwickeln sich die Karrieren für Bachelor und Master im Vergleich?
- Wie sieht es in Ihrem Unternehmen mit internen Weiterbildungsmaßnahmen aus?

Mit welcher Gehaltsvorstellung sollte ein Bachelor beziehungsweise Master in ein Bewerbungsgespräch gehen?

- Worin begründet sich dies?

Gibt es Gehaltsunterschiede bei der Einstellung

- 1) eines Bachelor- beziehungsweise Masterabsolventen?
 - Eine Studie des IW Köln hat ergeben, dass in 2/3 der Fälle das gleiche Einstiegsgehalt gewährt wird. Können Sie diese These unterstützen? Warum (nicht)?
 - Welche? Wie sind diese zu begründen?
- 2) eines Universitäts- beziehungsweise FH-Absolventen?
 - Welche? Wie sind diese zu begründen?
- 3) wenn der Bewerber Praxiserfahrung hat?
 - Welche? Wie sind diese zu begründen?
- 4) eines Masterabsolventen beziehungsweise Diplomanden?
 - Welche? Wie sind diese zu begründen?

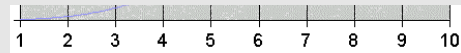
Wären Sie derzeit Student/in, der/die gerade sein/ihr Bachelorstudium beendet, würden Sie weiterstudieren und den Master machen oder sich eher mit dem Bachelor bewerben?

- Worauf gründet sich dies?
- Eine Studie des IW Köln hat ergeben, dass knapp 70 Prozent der Befragten ein Masterstudium in Anschluss an den Bachelorabschluss als »eher beziehungsweise völlig unwichtig« einschätzen. Wie nehmen Sie zu diesem Ergebnis Stellung?
- Ist ein Bachelorabschluss ein ausreichend qualifizierender Hochschulabschluss? Reicht er für den Einstieg in das Berufsleben aus oder sollte der Masterabschluss als Regelabschluss etabliert werden? Wie begründen Sie Ihre Meinung?

D Einschätzungsfragen (max. 8 Minuten)

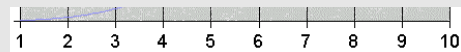
Auf einer Skala von 1 (=negativ, skeptisch) bis 10 (=positiv, optimistisch)...

1. Wie stehen Sie zu Bachelorabschlüssen?



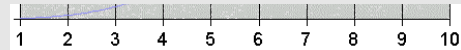
- Worin begründet sich dies?

2. Wie stehen Sie Masterabschlüssen gegenüber?



- Worin begründet sich dies?

3. Wie stehen Sie Diplomabschlüssen gegenüber?



- Worin begründet sich dies?

3. Wie stehen Sie der Umstellung auf Bachelor/Master gegenüber?



Wie bewerten Sie den Bologna-Prozess?

- Worin begründet sich dies?

E Nach dem Interview

- »Wir haben viel herausgefunden. Möchten Sie noch etwas ergänzen, was Ihnen zu der Thematik wichtig ist?
- Wir sind am Ende unseres Interviews angelangt. Ich würde die Aufnahme dann jetzt stoppen. Ok?«
- Aufnahmegerät ausschalten.
- **»Vielen Dank, dass Sie sich Zeit genommen und an dem Interview teilgenommen haben.**
- Bitte füllen Sie die Datenschutzerklärung aus. Danke schön.
- Auf Wiedersehen und vielen Dank nochmal.«

6 Interviewleitfaden Experten

Für die Experteninterviews dient ein Leitfaden als Grundlage für die Interviewstruktur. Der Leitfaden ist ein unterstützendes Tool bei der Interviewdurchführung, das keine strikten Vorgaben macht, sondern Anregungen liefert. Außerdem wird ein Auswertungsraster entworfen, das beim Analysieren der durchgeführten Interviews die Projektmitglieder unterstützen soll.

6.1 Die Methode

Im Projekt wurden Experten hinsichtlich des Verständnisses und der Akzeptanz der Bachelor- und Masterabschlüsse befragt. In Rahmen dieses Projekts wird als Experte jemand verstanden, der sich mit der derzeitigen Situation auf dem Arbeitsmarkt in der Medien- und Informationsbranche auskennt oder auch eine Person, die sich mit Personalentscheidungen in den entsprechenden Unternehmen dieser Branche beschäftigt. Außerdem muss beachtet werden, dass der Experte sich im Großraum Hamburg befindet, da die Forschungsfrage sich speziell mit der Medien- und Informationsbranche in Hamburg beschäftigt (vgl. BELAMI 2007, S. 213).

Insgesamt soll das Interview dazu dienen, verbale Daten zu erfassen, um die daraus gewonnenen Informationen weitzernutzen zu können (vgl. MAYER 2009, S. 39). Grundlage für das Interview ist ein Leitfaden, der nur bestimmte Themenbereiche, zumeist aber überwiegend offene Fragen beinhalten kann. Durch offene Fragen wird eine bessere Vergleichbarkeit ermöglicht, als nur mit der Vorgabe von Themen. Insgesamt soll durch einen Leitfaden eine Struktur im Interview hergestellt werden (vgl. MAYER 2009, S. 39). Innerhalb des Leitfadens hat der Interviewer immer die Möglichkeit, weitere Nachfragen zu stellen oder bei zu umfangreichen Antworten zu unterbrechen (vgl. SCHNELL u. a. 1995, S. 353).

Auch wenn es keine umfassende Theorie der Fragenformulierung gibt, sollten ein paar Regeln bei der Fragenentwicklung beachtet werden (vgl. ATTESLANDER 2010, S. 146):

- die Fragen sollten nur einfache Wörter enthalten, das heißt es sollten nur gebräuchliche Fachausdrücke genutzt werden,
- die Fragen sollten so kurz wie möglich und neutral formulieren sein,
- das Nutzen von zu abstrakten Begriffen sollte vermieden werden,
- die Fragen sollten keine bestimmte Antwort heraufbeschwören,
- die Fragen sollten nicht hypothetisch formuliert sein,
- die Fragen sollten sich nur auf sachliche Inhalte beziehen,
- die Fragen sollten keine doppelte Verneinung enthalten,
- und die Fragen sollten inhaltlich nicht zu viel Nachdenken erfordern.

6.2 Die Entwicklung des Leitfadens für die Experteninterviews

Nach der Einleitung und der allgemeinen Erläuterung der Methode und Qualitätskriterien eines Expertenleitfadens erfolgt nun die konkrete Anwendung der Methode für unser Projekt. Unterteilt ist dieses Kapitel in die Bereiche Forschungsfragen, Struktur des Leitfadens, Frageformulierung und Pretest.

6.2.1 Forschungsfragen

Die entwickelten Forschungsfragen basieren auf den Zielformulierungen des Projektes:

- Wie ist der Wissensstand über die Bachelor- und Masterabschlüsse in der Informations- und Medienwirtschaft in Hamburg?
- Wie anerkannt sind die Bachelor- und Masterabschlüsse in der Informations- und Medienwirtschaft in Hamburg?
- Wie entwickeln sich die Karrieren von Bachelor- und Masterabsolventen im Vergleich?
- Welche Beurteilungskriterien spielen bei einer Bewerbung eine Rolle und wie sind sie gewichtet?

6.2.2 Struktur des Leitfadens

Formal gliedert sich der entstandene Leitfaden in die Rubriken Einstieg, Hauptteil und Abschluss. Im Einstieg brechen leichte Fragen das Eis zwischen Interviewer und Interviewtem und führen ins Thema ein. Im Hauptteil werden die meisten Forschungsfragen beantwortet. Im Abschluss stehen Fragen, die das Interview abrunden und dem Interviewpartner Raum geben für Ergänzungen, die ihm noch spontan einfallen. Für den Einstieg in das Interview hielten wir die Themenbereiche »Position/Aufgabenbereich des Interviewpartners« und »Unterschied Bachelor/Master« für geeignet, um einen persönlichen Eindruck von dem Interviewpartner zu bekommen. Im Hauptteil sehen wir die Themenbereiche »Karriere« sowie »Hochschulqualifikation«. Es erfolgt eine kurze Erläuterung der Themenbereiche:

- *Position/Aufgabenbereich des Interviewpartners*: Dient als Eisbrecher, stellt persönliche Beziehung her, informiert uns über die Erfahrung des Experten
- *Unterschied Bachelor/Master*: Legt das Wissen des Experten zu diesen Abschlüssen offen, sowie seine Erfahrung für die Branche
→ Beantwortet die Forschungsfragen nach Wissen & Anerkennung der neuen Abschlüsse
- *Karriere*: Behandelt die Unterthemen Karriere und Karriereentwicklung, Einstiegsposition und Einstiegsgehalt sowie erwünschte Bewerbereigenschaften
→ Beantwortet die Forschungsfragen nach der Anerkennung, Einstellungskriterien & der Karriere der neuen Abschlüsse
- *Hochschulqualifikation*: Die Qualifikation der vorhandenen Hochschulbildung für die Medien-/Informationsbranche
→ Beantwortet die Forschungsfragen nach der Anerkennung & den Einstellungskriterien der neuen Abschlüsse
- *Abschluss*: Dient zur Abrundung des Interviews, gibt noch einmal die Möglichkeit für Ergänzungen und enthält eine letzte kritische Kontrollfrage zur persönlichen Meinung des Interviewpartners bezüglich der Bachelor-/Masterabschlüsse
→ Beantwortet die Forschungsfragen nach der Anerkennung & den Bewertungskriterien der neuen Abschlüsse

6.2.3 Frageformulierung

Bei der Frageformulierung wurde gemäß der theoretischen Grundlagen zur Erstellung eines Interviewleitfadens darauf geachtet, offene, sachliche und gut verständliche Fragen zu stellen. »Vor Beginn der eigentlichen Befragung ist es wichtig, den Leitfaden in Probeinterviews zu testen« (MAYER 2009, S. 45). Somit können Verständnisprobleme und zu komplexe Fragen eliminiert werden oder aber Bereiche erkannt werden, die noch nicht ausreichend behandelt wurden (vgl. MAYER 2009, S. 45f.). Daher wurde vor Beginn der Befragung ein Pretest hinsichtlich der Verständlichkeit der Fragen durchgeführt.

6.2.4 Pretest

Durch den Pretest wurde der Fragebogen auf seine Funktionstüchtigkeit hin geprüft, um Probleme bei der Frageformulierung oder Beantwortung zu erkennen und Anpassungen vorzunehmen (vgl. WÜBBENHORST/ESCH 2012). Der Pretest fand mit vier Personen aus dem Bekanntenkreis statt. Von den Befragten waren zwei im Alter zwischen 50 und 60 und zwei im Alter zwischen 25 und 35. Beide Geschlechter waren vertreten, sowie unterschiedliche Bildungsabschlüsse (zwei Hochschulabschlüsse, ein Student, ein Realschulabschluss). Zwei der Befragten sind berufstätig in leitenden Positionen und eine ist Rentnerin. Die Ergebnisse des Pretests ergaben ein paar Ergänzungsfragen und Formulierungsänderungen, bestätigten aber die Funktionstüchtigkeit und die Verständlichkeit des Fragebogens.

6.3 Vorstellung des Leitfadens für die Experteninterviews

Am Anfang stehen zwei unterschiedliche Einstiegsmöglichkeiten in das Interview, die je nach Situation und Interviewpartner gewählt werden können. Zum einen wird auf der Basis des Stands der Forschung nach den Erfahrungen des Experten gefragt, zum anderen dient die Frage nach dem Berufsalltag als Auflockerung und zur besseren Einschätzung der Expertenerfahrung. Danach erfragen wir den wahrgenommenen Unterschied zwischen Bachelor und Masterabschlüssen, auch im Vergleich zum Diplom. Um zu erfahren, wie anerkannt die Abschlüsse sind, wird nach Vor- und Nachteilen gefragt. Im Teil »Karriere« werden die Karriereentwicklungen und Einstiegsmöglichkeiten der unterschiedlichen Abschlüsse erforscht. Anschließend gehen wir den Beurteilungskriterien für Bewerber auf den Grund. Die Beurteilung der »Hochschulqualifikation« dient der Überprüfung der tatsächlich geforderten Bewerberqualifikationen zur Kontrolle der behandelten Beurteilungskriterien. Auch die hypothetische Frage am Ende dient der Überprüfung der Meinung des Experten zu den Abschlüssen Bachelor und Master.

Leitfaden für die Befragung von Experten

Einstieg

1. Position / Aufgabenbereich des Interviewpartners

- Studien zeigen, dass mehrere Unternehmen in der Medien- und Informationswelt der Meinung sind, dass die Praxiserfahrung sowohl bei den Bachelorstudenten als auch bei den Masterstudenten nicht ausreichend ist. Wie ist Ihre Erfahrung dazu?
- OPTIONAL: Können Sie uns etwas über Ihren Berufsalltag erzählen?

2. Bachelor/Master Unterschied

- Was ist Ihrer persönlichen Meinung nach der Unterschied zwischen
 - Bachelor und Master?
 - Bachelor und Diplom?
 - Master und Diplom?
- Aus Ihrer Erfahrung als Experte: Wie sehen Personaler im Bereich [...] die Bachelor/Masterabschlüsse?
 - Beispiele?
 - Vor- und Nachteile der neuen Abschlüsse?
 - Vergleich zum Diplom?
 - Unterschied zwischen Bachelor/Master?

Hauptteil

3. Karriere

- Wie entwickeln sich die Karrieren für Bachelor und Master im Vergleich?
- ...im Vergleich zu Diplomierten?
- Welche Einstiegspositionen gibt es für Bachelor und Master?
 - Welcher Konkurrenz müssen sich Bachelor/Master stellen?
- Welche Position kann ein Bachelor beziehungsweise ein Master in seiner beruflichen Laufbahn maximal erreichen?
 - Welche Rolle spielt der Studienabschluss bei Beförderungen?
- Mit welcher Gehaltsvorstellung sollte ein Bachelor im Bereich [...] in ein Bewerbungsgespräch gehen?
- Mit welcher Gehaltsvorstellung sollte ein Master im Bereich [...] in ein Bewerbungsgespräch gehen?
- Wie sähe ein optimaler Bewerber im Bereich [...] Ihrer Erfahrung nach aus? (Eigenschaften/Bildung)
- Wenn zwei Bewerber ähnliche Voraussetzungen mitbringen, welche Kriterien sind ausschlaggebend für die Einstellung?
- Wie würden Sie die Karrierechancen/-entwicklung in der Medien- und Informationswirtschaft für Bachelor/Master im Vergleich zu anderen Branchen beschreiben?

4. Hochschulqualifikation

- Für wie geeignet halten Sie die Ausbildung an den Hochschulen für den Bereich [...]?
- Welche Qualifikationen braucht ein Bewerber im Bereich [...]?

Abschluss

- Wenn Sie derzeit ein Student wären, der gerade sein Bachelorstudium beendet, würden Sie weiterstudieren und den Master machen oder sich eher mit dem Bachelor bewerben?
- Möchten Sie noch etwas hinzufügen, das bislang noch nicht angesprochen wurde, jedoch erwähnt werden sollte?

6.4 Hilfe zur Auswertung

Für die Auswertung der Interviews wurde ein Notizenraster entworfen, das die schnelle Einordnung einer Aussage zu einem bestimmten Themenfeld und Erkenntnisziel ermöglicht. Eine Zuordnung der Unterpunkte zu den Zielformulierungen des Projektes, sowie eine Abdeckung aller Antwortmöglichkeiten wurden bei der Erstellung berücksichtigt, um die Auswertung so weit wie möglich zu erleichtern.

Auswertungshilfe für die Experteninterviews

Interviewpartner	Interviewtermin, Interviewdauer
Name, Vorname, Organisation	Datum, Dauer

Background/Erfahrung des Experten

Position	Berufsalltag/Aufgaben

Wissen/Erfahrung über Bachelor/Masterabschlüsse + Erfolg Bologna

Persönliche Meinung: Unterschiede	Pers. Meinung: Vergleich zum Diplom
Branchenerfahrung: Unterschiede	Branchenerfahrung: Vergleich z. Diplom
Konkrete Beispiele aus der Branche	

Akzeptanz/Bewertung/Vertrauen in Bachelor/Masterabschlüsse

Vorteile Bachelor	Vorteile Master
Nachteile Bachelor	Nachteile Bachelor

Karriereentwicklung Bachelor	Karriereentwicklung Bachelor
<i>Einstiegsposition Bachelor</i>	<i>Einstiegsposition Bachelor</i>
<i>Endposition Bachelor</i>	<i>Endposition Bachelor</i>
(branchenspezifische) Besonderheiten Informations- und Medienwirtschaft	

Einstellungskriterien/Kategorisierung von Bewerbern

Der optimale Bewerber	
Konkurrenz für Bachelor/Master	
Gehaltsvorstellung Bachelor	Gehaltsvorstellung Master
Ausschlaggebende Kriterien für Einstellung	
Hochschulqualifikation	
any other stuff	

6.5 Fazit

Der Leitfaden für die Experteninterviews und die Auswertungshilfe unterstützen das Projektteam während und nach der Interviewsituation. Beide Dokumente sind als Tools zu verstehen, die der Ermittlung unserer Erkenntnisziele dienen und die Interviewsituation, beziehungsweise die Nachbereitung strukturieren. Die Leitfragen dienen als Gesprächsanregung und Impulse und können dementsprechend den Gegebenheiten der jeweiligen Interviewsituation angepasst werden.

7 Interviews mit Organisationen

7.1 *Alter Wein in neuen Schläuchen*

Interview bei der Kommunikationsagentur *achtung!*

Interview:: Sybille Gast, Leiterin Bereich Personal
Ort: achtung!, Straßenbahnring 3, 20251 Hambur
Datum: 2012-06-30, 15:00 Uhr bis 15:35 Uhr

Die Hamburger Agentur Achtung arbeitet in den Disziplinen PR, Werbung, Direktmarketing, Online und Social Media und beschäftigt beispielsweise Geisteswissenschaftler aus den Bereichen Medien oder Kommunikation. Unsere Gesprächspartnerin Sybille Gast leitet den Personalbereich der Agentur, die in Hamburg momentan 85 Mitarbeiter beschäftigt.

Erfahrung mit der Einstellung von BA-/MA-Absolventen

Bisher gab es keine negativen Erfahrungen bei der Einstellung von Bachelor- oder Masterabsolventen, berichtete unsere Gesprächspartnerin Sybille Gast von Achtung. Auch Unterschiede zu den früheren Diplomstudiengängen konnte unsere Gesprächspartnerin seit der Bologna-Reform in keinerlei Hinsicht feststellen.

Absolventen können nach Beendigung ihres Studiums in der Agentur als Junior-Berater einsteigen. Anschließend kann der Aufstieg zum Berater, zum Senior-Berater und zum Teamleiter erfolgen. Erfahrungsgemäß beginnen aber viele Bachelor- und Masterabsolventen mit einem Volontariat, das eineinhalb Jahre dauert.

Laut Sybille Gast sind praktische Erfahrungen sehr wichtig, weshalb viele Absolventen mit Volontariaten beginnen, um das theoretische Wissen aus dem Studium in der Praxis anzuwenden und Erfahrungen zu sammeln. Neben praktischen Erfahrungen spielt das Vorhandensein eines Abschlusses und die Persönlichkeit bei der Einstellung eine wichtige Rolle.

»Man will gut ausgebildete junge Menschen und Persönlichkeiten, die motiviert sind!«

Soft Skills, überzeugendes Auftreten, Selbstständigkeit und Motivation sind gefordert und werden von Sybille Gast für die Einstellung bei Achtung vorausgesetzt. Grundsätzlich gibt unsere Gesprächspartnerin Bewerbern mit Auslandserfahrung nicht unbedingt Vorrang, meint aber, dass solche Erfahrungen viel über die Persönlichkeit des Bewerbers verraten können. Abgesehen von Englisch, was als Mindestanforderung gilt, sind weitere Fremdsprachen weniger relevant, da besonders in der Branche vorrangig Englisch als Fremdsprache benötigt wird.

Der Abschluss ist nicht ausschlaggebend, praktische Erfahrung zählt

Ein abgeschlossenes Studium sollte bei Bewerbern vorhanden sein, allerdings ist es für Sybille Gast unwichtig, ob Bachelor-, Master- oder Diplomabschluss. Aus diesem Grund gibt es bei Achtung auch keine Anpassungen oder Änderungen im Bewerbungsverfahren seit dem Wandel von Diplom zu Bachelor und Master. In diesem Zusammenhang macht unsere Gesprächspartnerin auch deutlich, dass es für sie unwichtig ist, ob der Bewerber einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss hat und an welcher Hochschule er sein Studium absolvierte.

Auf Nachfragen nach der Vergleichbarkeit der Abschlüsse stellte sich heraus, dass Sybille Gast den Masterabschluss ungefähr mit dem Diplomabschluss gleichsetzt und den Bachelorabschluss als eine Stufe dazwischen sieht. Trotzdem würde sie nach dem Bachelorabschluss versuchen beruflich einzusteigen und praktische Erfahrungen zu sammeln.

Für die Einstellung ist die Höhe des Abschlusses nicht so relevant wie praktische Erfahrungen. Da diese so maßgebend sind, sieht Sybille Gast von Achtung die Umstellung durch Bologna kritisch, da Regelstudienzeiten verkürzt wurden, das Studium sehr komprimiert abläuft und dadurch wenig Zeit für Praktika lässt. Zusätzlich sind viele Bachelorabsolventen noch sehr jung, weshalb oftmals Reife und Erfahrungen fehlen.

Positionen und Aufstiegsmöglichkeiten

Aufstiegsmöglichkeiten bei Achtung sind nicht durch die Höhe des Abschlusses beeinflussbar. Die Dauer, um die Karriereleiter bei Achtung zu erklimmen, ist sehr unterschiedlich und hängt definitiv nicht vom Studienabschluss ab, sondern von der persönlichen Eignung. Durchschnittlich bleiben Mitarbeiter zwei bis zweieinhalb Jahre auf einer Position.

Die Verdienstmöglichkeiten hängen sehr stark von der jeweiligen Position, dem Bereich, der Verhandlungsstärke des Bewerbers und dem verfügbaren Budget ab. Volontäre erhalten zu Beginn 1400 Euro, nach sechs Monaten 1600 Euro und abschließend 1800 Euro. Sind bereits praktische Erfahrungen, durch Praxissemester, Volontariate, einjährige Berufserfahrung oder ähnliches vorhanden, können Bewerber in der klassischen Werbebranche mit ungefähr 2300 bis 2500 Euro einsteigen.

Essentials

- Ein abgeschlossenes Studium ist zwar Voraussetzung für die Einstellung, die Höhe des Abschlusses spielt allerdings keine Rolle.
- Praktische Erfahrungen und die Persönlichkeit des Bewerbers sind ausschlaggebend.
- Aufstiegsmöglichkeiten im Unternehmen hängen nicht von der Art des Hochschulabschlusses ab.

7.2 *Persönlichkeit, Talent und Engagement*

Interview bei der Werbeagentur *Jung von Matt*

Interview: Frau Nickel / Frau Wolf

Ort: Jung von Matt / basis GmbH, Glashüttenstraße 79, 20357 Hamburg

Datum: 2012-06-30

In unserem Interview berichteten zwei Mitarbeiterinnen aus der Personalabteilung der Werbeagentur Jung von Matt von ihren Erfahrungen und Einschätzungen zum Thema »Bachelor- oder Masterabschluss«

»Tägliches Hands-on und Praxisbezug sind wichtiger als akademische Titel«

Direkt zu Beginn des Interviews, gibt eine der zwei Interviewpartnerinnen eine bedeutende Antwort: Masterabsolventen sind ihrer Meinung nach definitiv »reifer und weiter« als Bachelorabsolventen, was logisch auf die Dauer ihres Studiums zurück zu führen ist. Weiterhin sind Absolventen eines Masterstudiums spezialisiert auf ausgewählte Bereiche und wissen daher genauer, was und wohin sie wollen.

»Wissenschaftliches Denken« kann man von Masterstudenten in Bereichen wie »Strategische Planung« eher voraussetzen, als bei einem Bachelorstudenten. Ausschlaggebend ist weiterhin die Praxiserfahrung, die ein Großteil der Masterabsolventen bereits vorzuweisen hat.

» Wir gucken aufs Talent und auf Ambition«

Die Branche Kommunikation ist eher locker mit Themen wie »Muss ich einen Abschluss haben?« Außerdem weist die Mitarbeiterin der Agentur deutlich darauf hin, dass gerade in der kreativen Branche viele Quereinsteiger zu finden sind, die nicht mit akademischen Titeln, sondern mit ihrem Talent, ihrer Kreativität und ihrer Zielstrebigkeit überzeugen konnten.

»Der Bewerber muss Persönlichkeit haben!« sagt eine der beiden Interviewten weiter. Insofern besteht der einzig entscheidende Unterschied zwischen Bachelor und Master für sie in den gesammelten Erfahrungen in der kreativen Arbeitswelt. Die Umstellung auf das Bachelor-/Master-System ist somit praktisch irrelevant für ihre Einstellungsverfahren und -entscheidungen.

Bewerber steigen grundsätzlich mit einem Praktikum ein

Bewerber können sich auf die ausgeschriebenen Stellen der verschiedenen Einrichtungen von Jung von Matt bewerben. Hierzu reichen sie eine herkömmliche Bewerbung ein und bearbeiten zusätzlich einen Planer- oder Copytest. Überzeugen die Unterlagen des Bewerbers, wird er zu einem persönlichen Gespräch eingeladen. Werden die zuvor beschriebenen Erwartungen erfüllt und der Bewerber und passt ins Team, startet er mit einem sechmonatigen Praktikum, in dem er zeigen kann was er leisten kann und wohin er will.

Kreativität und Disziplin sind unabdingbar. Beweist sich der Bewerber auch im Rahmen des Praktikums, kann er theoretisch sofort als Junior einsteigen. Jung von Matt arbeitet bisher ausschließlich national, weswegen Auslandserfahrung und Fremdsprachenkenntnisse nebensächlich sind.

FH's und private Institute sind eher auf Kommunikation & Werbung ausgerichtet

Enger Kontakt zur Zielgruppe ist für Jung von Matt wichtig; daher geht die Agentur gerne Kooperationsprojekte ein. Auch um potentielle Talente kennen zu lernen. Ideen und Vorschläge für Kooperationsprojekte kommen häufig von der »Miami Ad School« oder der »Texterschmiede«. Große Universitäten sind an solchen Kooperationen eher selten beteiligt. Bevorzugte Ausbildungsstätten gibt es jedoch nicht.

Aufstiegschancen sind talentgetrieben!

Die Aufstiegschancen richten sich nicht nach Abschlüssen oder akademischen Titeln, sondern ganz klar nach Talent und Können, betont die »Recruiterin« weiter. Auch das Einstiegsgehalt orientiert sich am Talent. Mehr als 2500 monatlich seien jedoch unwahrscheinlich.

Auf unsere abschließende Frage, ob sie sich selber für einen Master entscheiden würden, antworteten beide mit einem klaren Ja und betonen nochmals die Möglichkeit, während des Studiums Praxiserfahrung zu sammeln. Im Großen und Ganzen stehen die beiden Mitarbeiterinnen Masterabschlüssen positiver gegenüber als Bachelorabschlüssen.

Essentials

- Entscheidend sind Talent, Kreativität und Eigeninitiative, NICHT Noten und Abschlüsse
- Masterabsolventen haben mehr Erfahrung mit wissenschaftlichen Methoden und sind reifer / weiter in ihrer Entwicklung
- Praxiserfahrung zählt in dieser Branche weitaus mehr als ein Abschluss oder Titel

7.3 Die Ausbildungsqualität sollte steigen

Interview bei der Online-Marketing-Agentur *uniquedigital*

Interview: Dennis Landau

Ort: uniquedigital, Neuer Wall 10, 20354 Hamburg

Datum: 2012-06-23

In unserem Interview mit Dennis Landau von der Online-Marketing Agentur Uniquedigital berichtet er von den Erfahrungen seines Unternehmens mit der Einstellung von Absolventen der Bachelor- und Masterstudiengänge.

Dennis Landau kommt bereits bei seiner ersten Antwort auf eine der essentiellen Aussagen unseres Interviews zu sprechen. Aus seiner Sicht mangelt es den heutigen Absolventen von Universitäten oder Fachhochschulen in erster Linie an Selbstorganisation und Eigenständigkeit. Er wirft die Frage auf, warum es gerade Bachelorabsolventen in einem hohen Maß an der Fähigkeit mangelt, sich selbst zu organisieren. »Auch die Kollegen mit einem Diplomabschluss sind der Meinung, dass diese Eigenschaft bei den heutigen Bewerbern, die acht bis zehn Jahre jünger sind, abhanden gekommen ist.«

Allerdings reflektiert Landau, dass bei diesen Aussagen durchaus die Problematik des unterschiedlichen Selbst- und Fremdbildes mit hineinspielen könnte: Der eigene Abschluss ist naturgemäß positiv besetzt, während ein neu eingeführter zunächst Überzeugungsarbeit leisten muss.

Mangel an Eigenständigkeit bei den Absolventen den neuen Abschlüssen geschuldet?

Dennoch fragt sich Landau, der selber einen Masterabschluss gemacht hat, ob dieser zunehmende Mangel an Eigenständigkeit der Umstellung auf das Bachelor-/Master-System geschuldet ist. Seiner Meinung nach war ein Studium vor der Reform so angelegt, dass insbesondere die Selbstorganisationsfähigkeiten der Studenten gefördert wurden. Sei es durch das Zusammenstellen des eigenen Stundenplans oder durch die eigenständige Beschaffung von benötigten Informationen.

Wie sieht das Einstellungsverfahren bei Uniquedigital aus?

Uniquedigital stellt sowohl Bachelor- als auch Masterabsolventen ein, denn aufgrund des komplexen Aufgabengebiets im Unternehmen sind Mitarbeiter mit einem hohen Level an Formalbildung gefragt. Da die Onlinewirtschaft eine relative junge Wirtschaftsdisziplin ist und Bewerber deshalb zumeist geringe Vorkenntnisse zu diesem speziellen Fachgebiet mitbringen, ist das Unternehmen darauf angewiesen, seine Neueinsteiger zunächst ein Trainee-Programm durchlaufen zu lassen. Das bedeutet im Einstellungsverfahren gibt es keinerlei Differenzierungen zwischen Bachelor- und Masterabsolventen. Auch öffnet ein Universitätszeugnis nicht mehr Türen als das einer Fachhochschule.

Die Frage ob gewisse Hochschulen einen besonders guten Ruf genießen, verneint Landau. »Ob wir wissen, welche Universitäten eine besondere Qualität besitzen oder eine Bildungssicherheit bieten? Nein!« Doch was sind dann die entscheidenden Kriterien bei der Bewerberauswahl?

Das Auswahlverfahren bei Uniquedigital beginnt mit einem Check der Schulnoten des Bewerbers, wobei ein besonderes Augenmerk auf den Noten im Fach Mathematik liegt. Eine hohe Zahlenaffinität und ein großes Verständnis für Zusammenhänge sind Voraussetzung für eine Einstellung. Die Mitarbeiter arbeiten im Account-Management und betreuen verschiedene Onlinemarketingkanäle: eher technisch versierte Absolventen arbeiten in den Bereichen Suchmaschinenoptimierung und Affiliatemarketing, während Absolventen geistes- oder sozialwissenschaftlicher Studiengänge eher in den Gebieten Suchmaschinenwerbung oder Displaymarketing beschäftigt werden. Für die Einstellung von Absolventen aus dem interdisziplinären Fachgebiet der Informationswissenschaften, hat das zur Folge, dass persönlichen Fähigkeiten und Fächerschwerpunkte entscheidend sind.

Während des Bewerbungsverfahrens wird besonderer Wert auf das korrekte Lösen von Testaufgaben aus den Bereichen Mathematik und Logik gelegt. Dies sei insbesondere deshalb wichtig, weil der Mangel an Einheitlichkeit an den Hochschulen sowie die Vielzahl der Fächer die Vergleichbarkeit der Bewerber erschwere, so Landau. Daher wird bei Uniquedigital auf ein unternehmensinternes Auswahlprozedere zurückgegriffen. Die Noten an der Uni sagen einfach nicht genug über einen Kandidaten aus, ein durchweg guter Notenspiegel hinterlässt selbstverständlich dennoch einen guten Eindruck und erhöht die Chancen auf ein Bewerbungsgespräch.

Vergleicht man unterschiedliche potentielle neue Mitarbeiter, die eine Einladung zu einem Bewerbungsgespräch erhalten haben, würde Landau Bewerber mit einem Diplom im Vergleich zu Bewerbern, die einen Bachelor oder Master haben, bevorzugen. Ebenso würde er im direkten Vergleich nur dieser beiden Kriterien eher einen Bachelorabsolventen einstellen, als einen Masterabsolventen. Weitere wichtige Kriterien bei der Bewerberauswahl sind Praxiserfahrung und Technikenkenntnisse. Den größten Unterschied zwischen Bachelor- und Masterabsolventen sieht Landau in der geringeren Selbstständigkeit der Bachelorstudenten. Zudem stellt er an Kandidaten mit einem Masterzeugnis den Anspruch, dass sie über ein spezielleres Wissen verfügen.

Die Karriere bei Uniquedigital beginnt für Absolventen mit einem einjährigen Traineeprogramm. Dies ist abschlussunabhängig, ebenso auch der weitere Karriereweg im Unternehmen. Jeder der Potenzial dazu hat, könne in eine Abteilungsleiterposition aufsteigen, erklärt Landau.

»Den Master würde ich nach drei bis vier Jahren praktischer Arbeitserfahrung anhängen«

Abschließend erläutert er seine persönliche Einstellung zum Thema: Seiner Meinung nach würde es am meisten Sinn machen, nach dem Bachelor zunächst Erfahrungen auf dem Arbeitsmarkt zu sammeln, um dann nach zwei oder drei Jahren den Master anzuschließen. »Der

Bachelor ist eine ausreichende Qualifikation für den Arbeitsmarkt, den Master würde ich nach drei bis vier Jahren praktischer Arbeitserfahrung anhängen.« Weiterhin hält er es für wichtig, dass die gesamte Ausbildungsqualität an Hochschulen steigt. Das heißt weg vom Frontalunterricht, der Wissen in die Studenten »hineinkippt«, was anschließend lediglich auswendig gelernt wird, hin zu mehr Förderung von einem tiefer gehenden Verständnis von Zusammenhängen und einer aktiven Zusammenarbeit mit Unternehmen.

Essentials

- Den Absolventen fehlt es an Selbstorganisation und Eigenständigkeit. Das trifft insbesondere auf den Bachelorabschluss zu.
- Es macht keinen Unterschied, ob Studenten eine Universität oder Fachhochschule besucht haben, sondern es kommt auf den Aufbau der einzelnen Hochschulen an und darauf, wie diese ihre Studenten »erziehen«.
- Die Qualität der Ausbildung muss insgesamt gesteigert werden.

7.4 Bachelor und Master wirkungslos?

Interview in der Online-Marketing-Agentur *wirkungsvoll GmbH*

Interview: Patrick Klingberg, Geschäftsführer
 Ort: wirkungsvoll GmbH, Eilbektal 20a, 22089 Hamburg
 Datum: 2012-06-21, 11:00 bis 11:45 Uhr

Im Dschungel der Bologna-Strukturierung tragen Bachelor- und Masterabsolventen erbitterte Konkurrenzkämpfe um begehrte Positionen in der Hamburger Medien- und Informationsbranche aus. Die scheinbar wichtigste Waffe: Ihre Abschlüsse. Doch welche Macht besitzen diese tatsächlich? Patrick Klingberg, Geschäftsführer der Wirkungsvoll GmbH, gewährt einen interessanten Einblick aus Arbeitgeberperspektive.

Junger Erfolg

»Für mich ist Bachelor oder Master kein Kriterium.« Die kraftvollen und prägnanten Worte scheinen wie ein Echo der Erleuchtung durch den Konferenzraum der Wirkungsvoll GmbH zu hallen. Patrick Klingberg, Geschäftsführer der Firma, lehnt sich entspannt aber konzentriert zurück und beobachtet den Effekt seiner Worte. Der heute erst 25-jährige startete im Jahre 2007 mit einer kreativen Idee sein eigenes Unternehmen im Bereich Suchmaschinenoptimierung und etablierte sich so mit Erfolg in der hart umkämpften E-Commerce-Branche. Durch das starke Wachstumspotenzial seiner Firma besitzt er mittlerweile die Verantwortung über 35 Mitarbeiter und weiß diese im Sinne ökonomischer Ziele zu fordern, fördern und zu führen.

Frühe Integration

Trotz seiner vergleichsweise jungen und beeindruckenden Karriere weist Klingberg dabei eine Vielzahl von Erfahrungen bezüglich der Einstellung und der Einschätzung neuer Mitarbeiter auf. Zum Thema Bachelor-Master-Vergleich hat er also eine Menge zu berichten. Besonders interessant ist dabei, dass die Wirkungsvoll GmbH mit einem festen Pool an Werksstudenten

arbeitet; das Unternehmen versteht sich also auch als aktiver Begleiter von Bachelor- und Masterstudenten bei Ihrem Weg zum Abschluss bis hinein ins Berufsleben. Viele der Mitarbeiter nutzen dies, um ihre Abschlussarbeiten in Kooperation mit dem Unternehmen zu schreiben, darüber hinaus stehen die Chancen einer anschließenden Übernahme nicht schlecht. Patrick Klingberg betont dabei die Bedeutsamkeit der Einhaltung fester Strukturen bei diesem Prozess, in jedem Falle müsse die Einstellung des Absolventen einen begründeten Mehrwert für das Unternehmen darstellen. Seine Erfahrungen diesbezüglich seien bislang aber überwiegend positiv: die Stärken und Potenziale der einzelnen, langjährig bekannten und eingearbeiteten Leute konnten meist immer sinnvoll und fallspezifisch optimal im Unternehmen eingesetzt werden.

Doch worin liegt letztlich dieser mysteriöse Mehrwert eines Bewerbers für das Unternehmen tatsächlich begründet? Ist es die Qualität des Abschlusses? Hat die hochgelobte Bologna-Reformierung diesbezüglich tatsächlich zu besseren Chancen auf dem Arbeitsmarkt geführt? Oder sind letztlich vielleicht doch ganz andere Dinge für die Ausübung des Traumjobs relevant...?

Alt oder neu?

Bei der Wirkungsvoll GmbH verfügt die Mehrheit der Mitarbeiter über einen Bachelorabschluss. Klingberg äußert sich demgegenüber positiv. Im Vergleich zum früheren Diplom liege der primäre Vorteil eines Bachelors in der Kürze und Dichte der Ausbildung und der dennoch qualitativ hochwertigen und anforderungsintensiven Abschlussarbeit. Die Studenten seien letztlich für das Unternehmen schneller verfügbar, der Bewerbungsprozess setze dadurch auch viel früher an, gestalte sich aber insgesamt als langwieriger. Dies verschaffe dem Unternehmen eine Genauigkeit bei der Betreuung und Filterung möglicher Bewerber, die in dem Maße bei früheren Diplomabsolventen nicht der Fall war.

Bachelor oder Master?

Beim Versuch eines direkten, einordnenden Vergleichs der neuen Abschlüsse zögert Patrick Klingberg kurz, spricht sich dann jedoch sehr bestimmt und eindeutig für den Bachelorabschluss als qualitativ ausreichend aus. Der Master sei eventuell zwar bildungsbezogen hochwertiger als der Bachelorabschluss und auch als das frühere Diplom, aber dessen Relevanz für den tatsächlichen Berufseinstieg sei letzten Endes wieder ein ganz anderes Thema. Der direkte Sprung ins Arbeitsleben nach dem Bachelorabschluss sei aus Arbeitgebersicht oftmals die interessante Variante, ein anschließender Master sei nicht immer sinnvoll oder ausschlaggebend bei der Jobsuche. Dies sei letztlich aber auch stark branchenbedingt. Gerade der Bereich Online Marketing, E-Commerce, und speziell Suchmaschinenoptimierung sei extrem praxisorientiert, zudem seien spezifische, erforderte Inhalte oft nicht unbedingt Teil des Studiums und es gäbe keine konservativen, hierarchischen Strukturen, so dass der konkrete Abschluss letztlich wenig Relevanz besitzen würde. »Da bringt uns der schönste Master nichts.«

Eine überraschende Tendenz kristallisiert sich heraus, es scheint, dass die Wirtschaft den Abschlüssen eine eher untergeordnete Bedeutung oder sogar wenig generelle Aussagekraft beizumessen scheint. Angesichts dieser aufrüttelnden Erkenntnis stellt sich die Frage, was denn dann überhaupt der relevante Kern einer aussagekräftigen Bewerbung darstellt und welche Kriterien im Bewerbungsprozess für Unternehmen ausschlaggebend sind.

Abschluss oder Persönlichkeit?

Patrick Klingberg hat hierzu eine klare Meinung: »Die wenigsten Personaler schauen sich heutzutage noch die Zeugnisse an!« Die Überzeugungskraft der eigenen Identität ist letzten

Endes das stärkste Argument. Ausdrücken tut sich dies jedoch nicht durch die Bezeichnung des Abschlusses oder die Institutionsform und den Ort des Studiums, sondern durch die individuelle Vita und die Prägnanz der Persönlichkeit. Selbstverständlich sind jedem Personaler dabei bestimmte Nuancen besonders wichtig, Klingberg beispielsweise achtet vor Allem auf eine schnelle Auffassungsgabe für Prozesse und deren selbstständige Anwendung und Weiterentwicklung; allesamt Kompetenzen, die sich nicht adäquat durch ein Zeugnis widerspiegeln lassen. Eine positive Korrelation zwischen dem eigenen Lebenslauf, einer authentischen Persönlichkeit und der angestrebten Position im Unternehmen sei der Schlüssel zum Bewerbungserfolg. Insbesondere ein starker Praxisbezug durch Praktika und Auslandsaufenthalte würde zum Pflichtattribut jeder Bewerbung werden. Eine hohe, begleitende Eigenständigkeit und Motivation runde das Gesamtbild ab. »Der individuelle Auftritt ist ausschlaggebend.«

Auf dieser Grundlage ergibt sich auch eine starke Unabhängigkeit des Abschlusses vom Einstiegsgehalt oder von den zu erreichenden Positionen im Unternehmen. Zu straffe, regulierende Hierarchien sieht Klingberg, speziell für sein Unternehmen, als stark erfolgsmindernd an. Generell gelte: Je konservativer das Unternehmen, auch im Bewerbungsprozess, desto wichtiger der Abschluss. Die Auseinandersetzung mit den individuellen Ansprüchen an mögliche Wunschunternehmen und die eigene Karriere wird somit zur wichtigsten Voraussetzung in der Planung seiner Zukunft; eine strategische Entscheidung, die jeder Student frühzeitig treffen sollte!

Bologna als willkommener Nebeneffekt

Aber war dann der Bologna-Prozess überhaupt nötig, geschweige denn sinnvoll und erfolgreich, wenn der Abschluss letztlich doch sowieso nicht wirklich ausschlaggebend bei der Bewerbung ist? Klingberg bejaht dies nachdrücklich. Auch wenn der Bologna-Prozess für die Wirkungsvoll GmbH branchenbedingt eher zweitrangig bei der Bewerberselektion ist, so werden die effektiven Veränderungen durch Bologna dennoch positiv wahrgenommen, da das Niveau vom Studium allgemein erhöht wurde.

Auf die abschließende Frage, wie er selbst heute reagieren würde, stände er vor der Entscheidung für den Master oder den Berufseinstieg, reagiert er klar und bestimmt: Nach dem Bachelor auf jeden Fall direkt einsteigen, aber ein Unternehmen wählen, das die aktive Weiterbildung seiner Mitarbeiter fördert und den späteren, begleitenden Master unterstützt. »Das ist das Beste, was einem passieren kann.«

Essentials

- Eine frühe Integration von Absolventen in die Berufswelt gestaltet sich als sinnvoll aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmerperspektive.
- Ein Master macht nicht in allen Branchen Sinn, vielfach ist der Berufseinstieg nach dem Bachelor die sinnvollere Wahl.
- Der individuelle Lebenslauf, Praxisorientierung, Autonomie und die Überzeugungskraft der eigenen Identität sind die zentralen Argumente im Bewerbungsgespräch.
- Durch inhaltliche Qualitätsverbesserungen des Studiums wird der Bologna-Prozess grundsätzlich als positiv bewertet, auch wenn die Abschlüsse selbst nicht im Fokus bei der Bewerberauswahl stehen.

7.5 Bologna-Verwirrung

Interview bei der Beratungsagentur TRG, The Reach Group

Interview: Melanie Schnittkus, Marketing; Martina Mattersberger, Personal

Ort: TRG, The Reach Group, Große Elbstraße 45, 22767 Hamburg

Datum: 2012-06-25, 11:00 bis 11.45 Uhr

Die Bereiche E-Commerce und Online Marketing erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Immer mehr junge Absolventen entscheiden sich für eine Zukunft in diesem spannenden Geschäftsfeld, in dem das strategische Beherrschen und Beeinflussen neuer Medien im Zentrum aller Aktivitäten steht. The Reach Group, ein erfolgreiches Unternehmen im Zentrum der Hamburger Medienlandschaft, stellt sich diesem Ansturm und erläutert, inwiefern der Bologna-Prozess dabei zu Verwirrung führt.

Irgendwas mit Medien

Der Blick ist schön in den Geschäftsräumen der TRG. Die Elbe und der dahinter liegende Hafen geben ein imposantes Bild in idyllischer Kombination mit dem so typischen und rauen, nordischen Wetter. Doch wie steht es mit der Aussicht auf potenzielle Bewerber? Melanie Schnittkus, verantwortlich für Marketing und Public Relations und Martina Mattersberger, zuständig für Human Resources, haben da im Zuge der Bologna-Reformierung aus Arbeitgebersicht bereits so ihre Erfahrungen gemacht. Das relativ junge Unternehmen TRG agiert im Bereich des strategischen Online-Marketings; dazu zählt vor Allem Strategieentwicklung, sowie konkrete Beratung im Kontext von Suchmaschinenoptimierung, Usability, Business Intelligence, Web Analytics, etc. Dabei betreut TRG sowohl junge Startups, als auch Großkonzerne; ein typischer Mitarbeiter bei The Reach Group konzentriert sich also primär darauf, Kunden aller Art dabei zu beraten, ihre Reichweite im Bereich Online zu erweitern, zu vertiefen und letztlich auch zu monetarisieren.

Perfektionierung des Quereinstiegs

Melanie Schnittkus erklärt, dass es für das Unternehmen gängige Praxis sei, Kooperationen mit Studenten einzugehen und diese aktiv im Rahmen eines Praktikums oder bei ihren Abschlussarbeiten zu unterstützen. Dabei lasse sich allerdings keine Konzentration einer bestimmten Abschlussart der Studenten feststellen, vielmehr sei diese Form der Zusammenarbeit in den letzten Jahren nahezu zu gleichen Teilen auf Bachelor, Master und Diplom aufgeteilt gewesen.

Dies spiegle sich letztlich auch in der Zusammensetzung des Stammpersonals wider: eine bunte Mischung verschiedener Abschluss- und Studienarten sorge erfolgreich dafür, dass das Unternehmen effektiv vorangetrieben wird. Dies sei letztlich darauf zurückzuführen, dass noch kein Studiengang in Deutschland das konkrete Geschäftsfeld adäquat in der Tiefe abzudecken verstehe, sondern wichtige Themenfelder nur am Rande berühre. So entsteht eine bildungsspezifische bunte Mischung aus eigentlichen Absolventen der BWL, Jura, Marketing oder Informationswissenschaft, die jedoch durch eine starke, ergänzende Affinität zum Thema Onlinetechnik und strategischer Marketingberatung vereint werden und gemeinsam äußerst erfolgreich zu überzeugen wissen, obwohl ihre ursprünglichen Ausbildungsinhalte teilweise signifikant voneinander abweichen.

Bologna fördert Unübersichtlichkeit

Dieser professionalisierte Quereinstieg als Grundlage des Unternehmenserfolgs sorgt somit zugleich dafür, dass der Bologna-Prozess bislang keine signifikanten, bemerkbaren Auswirkungen auf Ablauf und Wirkung des TRG-Bewerbungsverfahrens besitzt. Der konkrete Kernprozess habe sich nicht verändert, betont Martina Mattersberger; ob Bachelor, Master oder Diplom sei für die Branche und unternehmensspezifische Bedürfnisse tatsächlich eher irrelevant. Eines sei jedoch auffällig; durch eine wachsende Vielfalt sich inhaltlich oder rein namentlich differenzierender Studiengänge sei die Einschätzung der Qualität der verschiedenen Abschlüsse letztlich eher schwieriger geworden. Der Bewerbermarkt gestalte sich schlicht unübersichtlicher als noch vor einigen Jahren. Eine interessante Erfahrung, wenn man bedenkt, dass Bologna doch eigentlich zu mehr Vergleichbarkeit führen sollte.

Mattersberger ergänzt aber beschwichtigend, dass dies wohl schlicht in der Aktualität der Reformierung begründet liege. Der Prozess brauche Zeit, um in den Universitäten und schließlich beim Arbeitgeber anzukommen; in dem Zuge wachse dann auch die Möglichkeit, eine generelle, vergleichbare Qualität der unterschiedlichen Abschlüsse definieren und bewerten zu können.

Mattersberger und Schnittkus stellen weiterhin eindeutig klar: Der angesprochene Effekt der Unübersichtlichkeit hat keine negativen Konsequenzen für Bewerber zur Folge. Es gestalte sich lediglich eine tiefer gehende Befragung im Bewerberinterview zu den Inhalten des Studiums. Außerdem sei der bildungsinstitutionelle Hintergrund oder eine stark wissenschaftsbasierter Orientierung gar nicht primär relevant. Vielmehr stelle sich die Frage nach den individuellen Anwendungskompetenzen des Bewerbers und wie diese durch die unterschiedlichen Studiengänge angemessen und zufriedenstellend abgedeckt worden seien.

Fachwissen und Persönlichkeit überzeugt

Welche Kriterien sind weiterhin relevant im Bewerbungsprozess? Mattersberger nennt Fachwissen, Methodik, Berufserfahrung, vor Allem aber eine starke intrinsische Motivation. Der Bewerber soll für das Thema »brennen«, sich emotional und eigenverantwortlich für branchen- und themenspezifische Zusammenhänge begeistern können. Dies würde oft als ausschlaggebender Indikator für eine potenzielle Eignung eines Bewerbers gewertet, gerade im Kontext der aktuell schwachen Aussagekraft von Studieninhalten. Melanie Schnittkus fügt hinzu, die Abschlussart sei also definitiv kein K.-o.-Kriterium, auch nicht bezüglich der unternehmensinternen Karriereentwicklung. Aus Unternehmenssicht sei einfach keine klare, relevante Trennung möglich und nötig, beziehungsweise schlicht nicht angestrebt. Dies äußere sich ebenfalls in einer kompletten Unabhängigkeit des absolvierten Abschlusses von Position und Gehalt. Vielmehr würden gerade die bisherige, persönliche Entwicklung und fachspezifische Kenntnisse als Grundlage zur Bewertung herangezogen werden.

Was denn nun, Anschlussstudium oder Berufseinstieg?

Müsste man sich tatsächlich auf einen direkten Vergleich der Abschlussarten einlassen, so sind sich Schnittkus und Mattersberger einig, dass ein Masterstudium eventuell leistungsbezogener und spezifischer sei; aber auch ohne Masterabschluss gäbe es viele, die sich statt dessen parallel zum Beruf weiterbilden würden, dazu kommen aktive, interne Fördermaßnahmen durch das Unternehmen selbst. Eventuelle Unterschiede zwischen Bachelor und Master würden sich aber meist ohnehin spätestens nach einigen Jahren im Berufsleben ausgleichen, auch wenn dies natürlich stets vom individuellen Potenzial des Einzelnen abhängen.

Im weiteren Vergleich Universität versus Fachhochschule lassen beide erkennen, dass eine Ausbildung an einer Fachhochschule unter Umständen berufsbezogener und praxisnäher erfolgen würde, so dass ein Studium hier je nach angestrebter Branche mehr Sinn machen könne. Dies sei aber auch wiederum stets in jedem Einzelfall verschieden und dürfe so auf keinen Fall pauschalisiert werden.

Praxiserfahrung sei grundsätzlich extrem wichtig in der Beratungsbranche, dementsprechend starten die meisten Neueinsteiger bei TRG mit einem einjährigen, mentor-gestützten Traineeship, um die Leute und ihre Erfahrungen im Bereich Beratung und Online-Technik bestmöglich zusätzlich zu unterstützen; auch um eventuelle Defizite durch fehlende Inhalte im Studium auszugleichen. Generell sei die nicht ausreichende Abdeckung von branchenspezifischen Inhalten und Anforderungen seitens allgemeiner Studieninhalte ein Problem, mit dem das Unternehmen umzugehen gelernt habe. »Nur mit einer theoretischen Ausbildung kann man niemandem einen Mehrwert bieten.«

Sowohl Schnittkus als auch Mattersberger raten letztlich einstimmig und nachdrücklich zum Masterstudium, das auch direkt im Anschluss an den Bachelor absolviert werden sollte. Der Schritt zurück in die Uni sei oft sehr schwer und würde vielfach trotz vorheriger Planung schlicht nicht realisiert, da man bereits fest im Berufsleben integriert sei und sich ein gewisser Wohlfühlfaktor etabliert habe. Die Abschlussart sei zwar wenig relevant für die Chancen beim Berufseinstieg, führe aber letztlich immer zu einer persönlichen Weiterentwicklung, die sich in jedem Fall lohne. Es gehe bei der Wahl eines aufbauenden Studiums also vielmehr um die innere Einstellung und die eigenen, persönlichen Ansprüche und Ziele und weniger darum, im Anschluss ein besser bezahltes Arbeitsverhältnis zu starten, denn dies sei in der Online-Marketing- und E-Commerce-Branche allein über den Abschluss nicht zu rechtfertigen.

Essentials

- Bologna führt zu mehr Unübersichtlichkeit bzgl. der Studieninhalte seitens Arbeitgebern.
- Bologna ist ein Prozess und sollte auch so verstanden werden.
- Die Abschlussart entscheidet nicht über Einstiegsposition, Gehalt, Karriere oder Jobchance.
- Ein Master ist definitiv die richtige Entscheidung, die Motivation für das Studium sollte jedoch die inhaltliche Verdichtung im Sinne einer persönlichen Weiterentwicklung sein.

7.6 Mehr mitbringen als nur universitäre Theorie

Interview bei der *artaxo AG*, Agentur für Suchmaschinenoptimierung

Interview: Sabine Schmeling, Personalmanagement
 Ort: artaxo AG, Am Neumarkt 30, 22041 Hamburg
 Datum: 2012-07-04

Sabine Schmeling, eine junge sympathische Frau, die für Artaxo AG, ein führendes Hamburger SEO-Unternehmen arbeitet, biete uns gleich das Du an und wir beginnen mit einem entspannten Interview. Frau Schmeling hat einen Magisterabschluss und ist seit 2007 für das gesamte

Personalmanagement und unter anderem das Recruiting im Unternehmen zuständig. So hat sie bereits viel Erfahrung mit Bachelor- und Masterabsolventen als Bewerber, sowie auch mit Kollegen, die diese Abschlüsse tragen. Sie erzählt uns, dass es viele Bewerber aus »dem Bereich« gibt und einige davon bereits bei ihr im Unternehmen arbeiten. In den letzten zwei bis drei Jahren haben sich hauptsächlich Bachelor- und Masterabsolventen beworben. Sie merkt an, dass es kaum noch Bewerber gibt, die auf Diplom studieren.

Dem Bachelor fehlen die »Social Skills«

Wenn sie eine Rangfolge aufstellen soll, dann ist der Bachelor definitiv weniger wert als das Diplom. Das Diplom steht mit dem Master auf einer Stufe. Bewerber, die mit einem Bachelorabschluss ins Unternehmen kommen haben ganz klar weniger Lebenserfahrung und Menschenkenntnis, »Social Skills«, wie sie es nennt. Bewerber, die etwas länger studiert und mehr Praktika gemacht haben bringen im Vergleich einfach mehr Erfahrung mit.

Seit dem Bologna-Prozess hat sich das Bewerbungsverfahren jedoch nicht geändert. In Stellenausschreibungen wird nicht nach einem Bachelor-/Masterabschluss oder Diplom gefragt, es wird ein Hochschulabschluss verlangt. Relevant bei der Entscheidungsfindung, welcher Bewerber eingestellt wird, ist, ob er ins Team passt und motiviert ist. Natürlich auch, ob die geforderten Fachkenntnisse vorhanden sind, was allerdings schwierig in einem Vorstellungsgespräch nachzuweisen ist. Ihrer Meinung nach ist es aber auch wichtig, dass der Bewerber in die Onlinebranche passt, die sie selbst als ein sehr dynamisches Business beschreibt, für das man ein ganz spezieller Typ sein muss.

Englisch ist ein Muss

Da ein Teil der Dienstleistungen bei Artaxo AG »internationalisiert« wurde, spielt Auslandserfahrung in einigen, aber nicht allen Bereichen eine wichtige Rolle. Englisch ist in dem Unternehmen ein Muss, unabhängig davon in welchem Bereich man arbeitet. Denn gerade durch den Fachkräftemangel, besonders im IT Bereich, arbeiten viele Fachkräfte aus dem europäischen Ausland in den Teams mit.

Masterabschluss ist höherwertig

Es kommt auf das Stellenprofil an, ob ein Bachelor oder Master notwendig ist. Als Beispiel führt Frau Schmeling an, dass im IT Bereich ein erfahrener Entwickler auf jeden Fall ein Diplom oder einen Masterabschluss haben muss. Aber gerade Trainee-Stellen sind optimal für Bachelorabsolventen. Statt einen Master zu machen bietet sich ein Traineeship an, sagt sie. Dabei sammelt man ein Jahr lang Praxiserfahrung, bekommt ein Zertifikat und steigt damit gleich ins Unternehmen ein. Frau Schmeling macht kein Geheimnis daraus, dass Praxiserfahrung eine wirklich sehr große Rolle spielt. In ihren Augen muss ein Student nicht unbedingt in der Regelstudienzeit sein Studium beenden, wenn er die Zeit sinnvoll nutzt. Sie findet es sogar sehr gut, wenn ein Student seine Studienzeit verlängert um Praktika und Auslandsaufenthalte einzuschieben.

Wesentliche Unterschiede zwischen dem Bachelor und Master erklärt Frau Schmeling folgendermaßen: Der Master bringt mehr Qualifikationen und einen weiteren Abschluss mit, in der Regel auch mehr Praxiserfahrung. Ein Masterabschluss ist in jedem Fall höherwertig als ein Bachelorabschluss; das schlägt sich natürlich auch auf Faktoren wie das Gehalt nieder.

Auch in der Persönlichkeit sieht Frau Schmeling Unterschiede zwischen Bachelor- und Masterabsolventen. Als Beispiel nennt sie einen exemplarischen Bewerber, der nach zwölf Jahren Abi-

tur gemacht hat, im Anschluss studiert und seinen Bachelor in der Regelstudienzeit absolviert, keine praktische Erfahrung und Teamarbeit vorweisen kann und mit 22 Jahren und einen Job mit einem Jahresgehalt von 42000 Euro im Jahr haben will. Dieser ist in ihren Augen nicht so gut geeignet wie ein Masterabsolvent, der zwar länger studiert hat bis er in den Beruf einsteigen kann, aber dadurch Erfahrung sammeln konnte.

Motivation erhöht Aufstiegschancen

Die Einstiegspositionen bei Artaxo AG sind ganz unterschiedlich. Es gibt Festanstellungen auch an Berufseinsteiger zu vergeben, aber auch Traineeships, speziell für Hochschulabsolventen, wobei es egal ist, ob sie einen Bachelor- oder Masterabschluss haben. Im Traineeship werden diese ein Jahr lang in der Praxis ausgebildet.

Als Einstiegsgehalt für einen Bachelor findet Frau Schmeling alles zwischen 2500 und 2700 Euro angemessen. Ein Master kann auch gerne 3000 Euro fordern, dafür sollte man aber mehr mitbringen als nur die »universitäre Theorie«. Und wieder hören wir, dass Praxiserfahrung auch zu einem höheren Einstiegsgehalt verhilft. Zwischen den Abschlüssen an der Universität und Fachhochschule macht sie keine Unterschiede. »Das ist gleichwertig was auch Konditionen und so weiter angeht.« Und auch den Master und das Diplom setzt sie gleich und kennt viele andere Personaler, die das genauso sehen.

Für die Aufstiegschancen spielen bei Artaxo AG die Abschlüsse keine Rolle. Sie erklärt uns, dass die Hierarchien in der Onlinebranche flach sind und dass jeder, der sich »reinhängt« und Einsatz zeigt, auch Teamleiter werden und Personalverantwortung übernehmen kann.

Wenn sie selbst noch mal studieren könnte, würde sie nach ihrem Bachelor gleich in den Beruf einsteigen, da ihr die Praxis wichtiger ist als »nur« Theorie. Den Master könne man nach zwei Jahren Berufserfahrung noch dranhängen oder vielleicht auch neben dem Beruf machen.

Das ganze Bachelor-/Mastersystem findet sie allerdings nicht »so toll«. Ein Problem sieht sie darin, dass nach drei Jahren Schluss ist und man sich neu bewerben muss um den Master zu machen. Damals war sie selbst gegen den Bologna-Prozess und hat dagegen protestiert. Mittlerweile findet sie die neuen Abschlüsse in Ordnung. »Was bleibt mir denn anderes übrig als damit zu leben«, lacht sie. Allerdings findet sie es schade, dass sich die neuen Abschlüsse nicht weltweit wie das Diplom etablieren konnten und noch immer nicht überall anerkannt werden. Das Diplom kennt man, es gibt es seit Jahren und hat weltweit einen guten Ruf, weshalb sie es sehr schätzt.

Das war ihr Schlusswort. Wir bedanken uns für das überaus nette und schon fast freundschaftliche Gespräch und verlassen den Raum mit der Erkenntnis, dass Praxiserfahrung und »Social Skills« den Ausschlag geben und Bewerber sich eher durch Praktika und Erfahrungen auszeichnen, als durch ihre Abschlüsse.

Essentials

- Zwischen den Abschlüssen an der Universität und Fachhochschule werden genauso wenige Unterschiede gemacht, wie zwischen Diplom und Master.
- Höhere Positionen sind in diesem Unternehmen für alle erreichbar, die Engagement und Leistungen zeigen.
- Ein abgeschlossenes Studium wird vorausgesetzt, den Ausschlag zur Einstellung geben jedoch die Praxiserfahrung und Social Skills.

7.7 Der Bachelor reicht fürs Berufsleben aus

Interview bei dem Suchmaschinendienstleister *Portalis Group*

Interview: Christoph Hillermann, Human Resources Manager
 Ort: Portalis Group, Gertrudenstraße 3, 20095 Hamburg
 Datum: 2012-06-05, 14:30 bis 15.30 Uhr

Christoph Hillermann, Human Resources Manager bei der Portalis Group, stellt im Interview klar heraus, dass für ihn der Abschluss bei der Besetzung einer Stelle nicht ausschlaggebend ist. Der individuelle Bewerber steht ganz klar im Vordergrund – auch nach dem viel beachteten Bolognaprozess. Bei der Portalis Group haben nur ein Viertel der Belegschaft einen der neuen Abschlüsse Bachelor oder Master; also eindeutig eine Minderheit. Grund hierfür: Die Abschlüsse werden erst seit kurzer Zeit angeboten und der Markt bringt noch immer mehr auslaufende Diplomabschlüsse hervor.

»Die gewünschten Ziele des Bolognaprozesses haben letztlich nicht gegriffen!«

Die Wertigkeit der neuen Abschlüsse Bachelor und Master können bei Portalis noch nicht richtig erkannt werden. Eine »endgültige Antwort« wird dazu aber noch nicht gegeben. Es besteht weiterhin die Hoffnung, dass Universitäten und Hochschulen an der Abwicklung der neuen Studiengänge Anpassungen vornehmen, damit die Absolventen mehr Freiheiten innerhalb des Studiums bekommen. Dadurch wird eine bessere Spezialisierung gewährleistet.

Der Bolognaprozess hat keine relevante Beeinflussung des Bewerbungsprozesses erreicht. Größere Anpassungen mussten daher auch nicht vorgenommen werden. Der Abschluss Diplom wird in seiner Wertigkeit zwischen die Abschlüsse Bachelor und Master gestellt, mit der Tendenz eher hin zu Masterabschluss.

Portalis steht »neutral« zu dem Bolognaprozess, da sich die kommunizierten Vorteile der neuen Abschlüsse noch nicht in der Realität durchgesetzt haben. Ein erworbener akademischer Grad, egal ob Bachelor, Diplom, Master, oder Doktor, reicht auf dem Papier aus und ist nur innerhalb des Bewerbungsverfahrens relevant. So kann Portalis erkennen, dass gewisse grundlegende Kompetenzen bei den Bewerbern vorhanden sind.

»Auslandspraktika dienen der Formung von jungen Menschen!«

Wie sieht es in der Realität bei einer Stellenbesetzung aus? Zwischen Master und Bachelor ist kein eindeutiger Unterschied erkennbar, meint Hillermann. Die gewonnenen Sprachkenntnisse aus einem Auslandsaufenthalt haben einen sehr viel höheren Stellenwert als der reine Abschluss.

Der wesentliche Unterschied zwischen Master und Bachelor ist nur die zusätzliche Praxiserfahrung. Eine weitere Spezialisierung und zusätzliche methodische Kompetenzen sieht Hillermann ebenfalls beim Master. Alle ändern Soft Skills wie »Leistungsbereitschaft, Belastbarkeit und Lernkompetenz haben nichts mit der zusätzlichen Ausbildung zu tun«.

»Absolventen steigen bei uns in Junior-Positionen ein.«

Hillermann legt sich fest: »Ein Masterabsolvent würde die gleiche Stelle bekommen, wie ein Bachelorabsolvent. Der Bachelorabschluss ist als akademische Ausbildung für das Berufsleben eine gute und ausreichende Grundlage.« Durch die Übernahme von Projekten kann ein Hoch-

schulabsolvent schnell in der Gehaltsklasse und der Hierarchie innerhalb von Portalis hoch gestuft werden. Möchten Mitarbeiter ihren persönlichen Horizont neben der täglichen Arbeit erweitern, so sind »zielgebundene Weiterbildungsmaßnahmen erwünscht und werden auch vom Unternehmen finanziell unterstützt.«

Wo sollen die Bewerber aber denn nun herkommen? Die besuchte Hochschule, die der Bewerber besucht hat, ist zweitrangig. Der Fokus richtet sich hauptsächlich auf die Studieninhalte. Ob ein Universitätsabschluss einem Fachhochschulabschluss vorgezogen wird, hängt von der Stelle ab und kann abschließend nicht eindeutig beantwortet werden.

Eine Befristung ist von Unternehmensseite nicht zwingend vorgesehen und kann bei entsprechenden Voraussetzungen schon zu Beginn in einer unbefristeten Stelle münden. Die langfristigen Planungen des Unternehmens sind hier ganz klar in den Fokus zu setzen. Bei Portalis sind, im Gegensatz zu Großunternehmen mit eindeutigen Hierarchiestufen und Tätigkeitsvoraussetzungen, spezielle Einstellungsvoraussetzungen für eine bestimmte Stelle nicht vorhanden. Auch hier zählt einzig und allein der persönliche Eindruck des Bewerbers beim Vorstellungsgespräch.

»Master ist für das Ego eine ganz gute Sache«

Die wichtigste und spannendste Sache für Bewerber – das Gehalt. Dieses ist für einen Hochschulabsolventen direkt nach dem Studium »stellenabhängig und weniger abschlussabhängig und liegt in einem Bereich von circa 28000 bis circa 45000 Euro brutto«. Je mehr Praxiserfahrung vorhanden ist, desto extremer kann sich dies auf das Gehalt auswirken. Es kann vorkommen, dass ein Bewerber mit Bachelorabschluss und einem Jahr Berufserfahrung mehr verdient wie ein Masterabsolvent direkt nach der Hochschule.

Zeitlicher Druck innerhalb der Bachelorausbildung ist sehr groß, deshalb plädiert Hillermann für mehr Freiheit. Eine Verlängerung des Bachelorstudienganges auf sieben Semester ergeben »mehr Freiräume, mehr praktische Erfahrungen und weniger Druck.« Mehr Auslandserfahrung kann gesammelt werden, zudem könne außeruniversitäres Engagement, das Nachgehen von persönlichen Interessen und Weiterbildung so zeitlich besser realisiert werden. Positiver Nebeneffekt: eine bessere, intensivere Spezialisierung und Ausbildung der eigenen Identität!

Ein Ausbauendes Masterstudium? Klare Antwort Hillermanns: »Nein!«

Essentials

- Die Portalis Group sieht keinen wesentlichen Vorteil der neuen Abschlüsse Bachelor und Master gegenüber den herkömmlichen Diplom-Abschlüssen.
- Bachelor- und Masterabsolventen haben nicht zwingend unterschiedliche Einstiegspositionen.
- Der individuelle Bewerber steht im Vordergrund, nicht der akademische Abschluss.

7.8 Branchenspezifische Qualifikationen gewünscht

Interview bei der European Film Promotion

Interview: Frau Renate Rose, Geschäftsführerin
 Ort: European Film Promotion, Hamburg (telefonisch)
 Datum: 2012-06-30, 14:00 Uhr

Die europäische Filmindustrie hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einer milliardenschweren Branche gemausert, in der auch mittlerweile viele Medien- und Informationsspezialisten ihren Beitrag dafür leisten, dass die Unterhaltungsbranche in Zeiten von Filmstreams und illegalen Downloads rentabel bleibt und im Sinne des Queen-Klassikers die Show weitergeht.

Interessante Menschen sind aber leider oft schwer zu erreichen, vor allem wenn zur selben Zeit in Südfranzösischen Badeort Cannes, an der Côte d'Azur die internationalen Filmfestspiele stattfinden, die zu den wichtigsten internationalen Filmfestivals und Branchentreffen zählen und somit auch zu den wichtigsten Pflichtterminen der Filmbranche in Europa.

Einen Versuch war es trotzdem wert und nach mehrmaligen Kontakt- und Erklärungsversuchen kam doch schließlich ein Interview mit der frisch von den Filmfestspielen heimgekehrten Geschäftsführerin der European Film Promotion, Frau Renate Rose, zustande, wenn auch unter erschwerten Bedingungen. Frau Rose konnte nach dem ersten persönlichen Telefongespräch in Ihrem vollen Terminkalender keinen konkreten Termin für ein Interview finden und schlug vor, doch das Interview doch einfach direkt am Telefon zu geben, da Sie noch sehr viel zu tun hätte und es anders nicht zu machen sei. Nach zehn 10 Minuten Vorbereitungszeit konnte das Interview dann schließlich stattfinden.

Frau Rose gab bereits am Anfang des Interviews an, noch nicht ausreichend mit den neuen Abschlüssen zu tun zu haben, jedoch sind in Ihrem Unternehmen nicht die einzelnen Abschlüsse ausschlaggebend. Daher, dass die meisten Bewerber einen Hochschulabschluss vorweisen, führt zur Einstellung letztlich das Interesse und die Praxiserfahrung, die dann im persönlichen Gespräch Bewerber ermittelt und näher erörtert werden. Ein abgeschlossenes Studium wird daher vorausgesetzt, ganz gleich welcher Abschluss erzielt worden ist.

Generell sei die Debatte um die neuen Abschlüsse in Ihrem Betrieb noch kein größeres Thema, da die European Film Promotion vielleicht alle zwei bis drei Jahre eine neue Stelle zu besetzen hat. Allerdings werden natürlich branchenspezifische Fachqualifikationen gewünscht, die nicht unbedingt mit einem Hochschulabschluss erworben sein müssen.

Diese Qualifikationen bilden gemeinsam mit Interesse und Affinität an der Branche und Europa die Hauptschwerpunkte. Als Beispiel nennt Frau Rose bestimmte Fremdsprachen, die in Ihrem Unternehmen im Grunde viel wichtiger in der Praxis sind als bestimmte Abschlüsse. Bei Bewerbern aus dem Ausland mit anderen Abschlüssen gilt das gleiche, diese sollten jedoch zudem auch die deutsche Sprache beherrschen, da viel Korrespondenz auf Deutsch anläuft.

Ferner macht Frau Rose ebenso keine Unterschiede zwischen Universität oder Fachhochschule; bei ihr stehen die individuellen Lebenswege der Bewerber im Vordergrund. Höhere Positionen sind in Ihrem Unternehmen jedoch nur Bewerbern mit längerer Berufserfahrung vorbehalten, die dann entsprechend auch mehr verdienen als Berufseinsteiger. Für Berufseinsteiger sieht Frau Rose je nach Aufgabenbereich ein Bruttogehalt von 2000 bis 3000 Euro vor, jedoch mit der Anmerkung dass im Kulturbereich keine exorbitant hohen Löhne bezahlt werden können.

Auch wenn ihr Unternehmen keinen größeren Unterschied zwischen den Abschlüssen macht, würde Frau Rose sich persönlich jedoch für das Studium des Masters entscheiden. Durch ihre Kinder hat Frau Rose die Erfahrung gemacht dass die neuen Abschlüsse nicht den erhofften Zweck erzielt haben und die Abschlüsse früher klarer und besser angesehen waren.

Ihrer persönlichen Meinung nach werden die neuen Abschlüsse überschätzt, da in der Praxis auch die Praxiserfahrung den Ausschlag gibt und Bewerber sich eher durch Praktika und Erfahrungen auszeichnen, als durch höhere Abschlüsse.

Essentials

- Ein abgeschlossenes Studium wird vorausgesetzt, den Ausschlag zur Einstellung geben jedoch die Berufserfahrung und das Interesse an die Branche.
- Es werden branchenspezifische Fachqualifikationen gewünscht, die nicht unbedingt mit einem Hochschulabschluss erworben sein müssen.
- Höhere Positionen sind in Ihrem Unternehmen jedoch nur Bewerbern mit längerer Berufserfahrung vorbehalten, die dann entsprechend mehr verdienen als Berufseinsteiger.

7.9 Keine Erfahrung mit Bachelor oder Master

Interview bei einem filmproduzierenden Unternehmen

Interview: Assistentin des Geschäftsführers / Personalerin

Ort: Filmproduzierendes Unternehmen

Datum: 2012-05-30, 12:00 Uhr bis 12:40 Uhr

Im Gespräch mit der Assistentin des Geschäftsführers eines filmproduzierenden Unternehmens in Hamburg stellte sich heraus, dass Bachelor- und Masterabsolventen hier bisher noch gar nicht zu finden sind. Absolventen mit Diplomabschlüssen sind noch präsenter und auch die Kenntnisse über die neuen Abschlüsse sind äußerst gering. Aufgrund fehlender beruflicher Erfahrung mit den neuen Abschlüssen gründen sich die im Interview geäußerten Einschätzungen auf die Presse und die öffentliche Diskussion zum Bologna-Prozess.

Die neuen Abschlussformen sind noch nicht durchgedrungen

»Wir haben noch überhaupt gar keinen Bachelor- oder Masterabsolventen eingestellt«, gab die Assistentin der Geschäftsführung gleich zu Anfang des Interviews zu. Es ist hier so, dass potenzielle Mitarbeiter auf das Unternehmen zukommen; Stellen werden nicht ausgeschrieben. »Bisher traten einfach keine Bewerber mit einem Bachelor- oder Masterabschluss an das Unternehmen heran.« Die meisten Mitarbeiter sind Diplomanden oder haben eine unternehmensinterne Ausbildung absolviert. Angestellte beziehungsweise Freiberufler mit den sogenannten neuen Abschlüssen werden für die Zukunft aber keineswegs ausgeschlossen.

Im Verlauf des Gesprächs wurde jedoch deutlich, dass der Kenntnisstand über die verschiedenen Abschlussformen im Unternehmen insgesamt gering ist. Beispielsweise bilden die Bachelor- und Masterabschlüsse für die Assistentin der Geschäftsführung einen Gegensatz zu einem Universitätsabschluss: »Wir haben keinen einzigen Mitarbeiter mit einem Bachelorab-

schluss und keinen mit einem Master, aber natürlich einige mit einem Universitätsabschluss«. Außerdem verglich sie den Bachelorabschluss mit der Zwischenprüfung eines Universitätsstudiums. Dass im Zuge des Bologna-Prozesses nach und nach alle Studiengänge auf Bachelor und Master umgestellt werden, unabhängig von der Hochschulform, war ihr nicht bewusst.

Sie brachte zum Ausdruck, dass ihres Wissens nach jeder entscheiden kann, ob er in seinem Fach lieber den Bachelor-/Master- oder lieber den Diplomzweig für seine Ausbildung wählt. In anderen Studienfächern hingegen sei es festgelegt, welchen Abschluss man machen müsse: BWL zum Beispiel sei ein Master-, Jura ein Diplomstudiengang. Mit dem Blick in die auf ihrem Schreibtisch liegende Mappe eines gerade neu Eingestellten von der Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe konstatierte sie: »Das ist für mich eine Hochschule und kein Master«; letztlich hatte auch dieser Bewerber ein Diplom absolviert. Das neue System und seine Funktionsweise scheinen demnach noch nicht ganz im Unternehmen durchgedrungen zu sein; hier werden Äpfel und Birnen miteinander verglichen: Bachelor/Master scheinen mit einer Fachhochschule gleichgesetzt zu werden, während Diplomanden demnach nur an Universitäten abgeschlossen haben können.

Das Bachelor-Master-System ist zu verschult

Aus der persönlichen Sicht der Assistentin ist ein Diplom je nach Studiengang etwas höherwertiger als ein Masterabschluss und wird uneingeschränkt gut bewertet. Sie übte Kritik an der Verschulung des neuen Studiengangsystems, die »geradezu gruselig« sei. Ein Bachelorstudium sei insgesamt zu kurz; die Studierenden würden hier kaum wissenschaftliches Arbeiten erlernen. Außerdem sei es zu stringent organisiert, sodass eigenständiges Arbeiten, was für sie zum Studieren dazugehört, nicht möglich sei. Das Ziel des Bologna-Prozesses, eine Vergleichsposition zu schaffen, ist in den Augen der Interviewpartnerin sinnvoll. Doch die Umsetzung beziehungsweise das Ergebnis sei eine »Anpassung nach unten«. Sie ist der Meinung, »die Ausbildung hat ein bisschen gelitten« und bedauert, den »Niveauperlust in Deutschland«. Ein Bachelorabschluss sei für den Berufseinstieg zwar ausreichend, sie empfiehlt aber, immer einen Master anzuschließen, vor allem, wenn im Beruf wissenschaftliches Arbeiten gefordert wird. »Wenn man ein richtiges Studium, wenn ich es mal so nennen darf, haben möchte, ist natürlich ein Master immer besser als ein Bachelor«. Noch besser sei allerdings das Diplom.

Es ist zu beachten, dass diese Einschätzungen der persönlichen gesamtpolitischen Sicht der Interviewpartnerin entsprechen, die auf der Grundlage von viel diskutierten Meinungen aus der Presse gebildet wurde. Berufliche Erfahrungen hat sie mit den neuen Abschlüssen nicht, weshalb die Äußerungen zur Akzeptanz der Bachelor- und Masterabschlüsse mit Vorsicht zu beurteilen sind. Insgesamt empfiehlt sie, das Studentenleben auch als Student zu leben und es zu genießen. Es sei wichtig, nicht mit Scheuklappen durch die Welt zu gehen »und auch mal etwas anderes zu machen«.

Das Potenzial und die Persönlichkeit sind entscheidend

Unter den entscheidenden Kriterien für eine Einstellung in dem filmproduzierenden Unternehmen wurde die Abschlussform gar nicht genannt. Ein abgeschlossenes Hochschulstudium ist in den meisten Fällen zwar eine Voraussetzung, wurde hier jedoch eher zweitrangig behandelt. Neben der fachlichen Kompetenz und dem Beherrschen der neuesten Techniken (zum Beispiel bei den Cuttern) spielt vor allem die Persönlichkeit eines Mitarbeiters eine große Rolle. In das Gesamtteam hinein zu passen, ist ausschlaggebend. Praxiserfahrung, die eigene Person und gute Referenzen sind hier für den Berufseinstieg viel entscheidender als die Abschluss- oder die Hochschulform, an welcher der Abschluss erworben wurde.

Das Potenzial eines Mitarbeiters kann durch einen Aufstieg honoriert werden. Höhere Positionen werden durchaus aus den eigenen Reihen besetzt, auch wenn externe Einflüsse der Interviewpartnerin zufolge einem Unternehmen gut tun. Dabei haben alle die gleichen Aufstiegschancen. Diese hängen von der jeweiligen Entwicklung der Person und nicht von einem Studienabschluss ab. In die Redaktion führt der Weg nach einem abgeschlossenen Germanistikstudium über ein Volontariat. Hier könne dann beurteilt werden, ob die Person von ihrem Wesen wie auch von ihrem fachlichen Können wirklich in das Unternehmen passt.

Abschließend räumt die Geschäftsführungsassistentin ein, sie hoffe, dass sie die Thematik nicht zu einseitig betrachtet habe. Sie schließe keinesfalls aus, dass im Laufe der Zeit auch Bachelor- und Masterabsolventen an das Unternehmen herantreten. Diese werden dann die gleichen Einstellungschancen haben wie die bisherigen Diplomanden.

Essentials

- Die neuen Abschlussformen sind noch nicht zu dem filmproduzierenden Unternehmen durchgedrungen. Es hat keine Erfahrungen mit den neuen Abschlussformen und beschäftigt vorwiegend Diplomanden.
- Das Bachelor-Master-System ist aus persönlicher Sicht der Geschäftsführungsassistentin zu verschult und insgesamt zu kurz. Sie bewertet die Umsetzung der Bologna-Reform negativ, wirkt jedoch trotz ihrer Personalfunktion im Medienunternehmen inkompetent, was die unterschiedlichen Abschlussmöglichkeiten und Hochschulformen angeht.
- Das Potenzial und die Persönlichkeit sind für die Einstellung entscheidend. Ein Bewerber wird hauptsächlich nach seinen Referenzen beurteilt und danach, ob er in das Team passt.

7.10 Das Potenzial des Kandidaten

Interview bei der RTL Nord GmbH

Interview: Assistentin des Geschäftsführers / Personalwesen
 Ort: RTL Nord GmbH, RTL-Landesstudio in Hamburg
 Datum: 2012-05-15, 15:00 Uhr bis 15:45 Uhr

Im Gespräch mit der Assistentin des Geschäftsführers stellt sich die RTL Nord GmbH als junges Unternehmen mit flachen Hierarchien dar. Im Laufe der Konversation kristallisierte sich eines klar heraus: Praxis wird hier großgeschrieben.

Praxis als Schlüssel zur Praxis

»Wir rekrutieren unsere Volontäre fast ausschließlich über ehemalige Praktikanten« berichtet die Assistentin der Geschäftsführung. Meist verläuft der typische Weg im selbsternannten »Ausbildungsbetrieb« von einem abgeschlossenen Hochschulstudium über ein Praktikum hin zu einem Volontariat – manchmal mit der anschließenden Möglichkeit auf eine zunächst auf zwei Jahre befristete Stelle. Der Vorteil interner Bewerber: Innerhalb des Praktikums beziehungsweise Volontariatzeitraums bietet sich ausreichend Zeit, um die Person und ihre individuellen Stärken eingehend kennenzulernen, einen Eindruck von ihren Kompetenzen zu erhalten und

ihr Potenzial besser beurteilen zu können. Dabei wird einfach auch der »Talentfaktor« deutlich, der von zentraler Bedeutung für eine Festanstellung ist. Interessant sei vor allem zu erfahren, wie der Bewerber mit Stresssituationen im Redaktionsalltag umgeht, welche Auffassungsgabe er besitzt und wie gut er Gelerntes in die Praxis umsetzen kann. Gerade von den Informationswissenschaftlern, die in der Mediendokumentation der RTL Nord GmbH arbeiten, erwarte man auch strukturiertes Arbeiten. Zudem setze man hier eine technische Affinität voraus, »sodass man mit der spezifischen Software umgehen kann«.

Zuletzt »steht und fällt das einfach auch damit, wer ins Team passt«. Auch wenn dieses Kriterium schwer »messbar« und »greifbar« ist, wie seitens der Assistentin eingeräumt wird, zeigt es doch, wie wenig der eigentliche Studienabschluss für die Einstellung bedeutet. Praxiserfahrung und die Persönlichkeit sind für den Berufseinstieg viel entscheidender.

Bachelor = Master = Diplom

Ob Bachelor, Master oder doch noch ein Diplomabschluss, das spielt für eine Bewerbung bei der RTL Nord GmbH kaum eine Rolle. Vielmehr sei »das Potenzial des jeweiligen Kandidaten« ausschlaggebend für dessen Erfolg im Bewerbungsprozess.« Rein fachlich ist [das fundiertere Wissensgerüst eines Masters] für uns nicht so relevant – das ist eher zweitrangig. Wir merken eher, dass Masterabsolventen schon älter sind und mehr erlebt haben, vielleicht in mehreren Redaktionen schon ein Praktikum gemacht haben.« Masterabsolventen werden also vor allem wegen ihrer Praxiserfahrung und ihren konkreteren Zielvorstellungen beziehungsweise Spezialisierungen geschätzt: Praxiswissen ist der Schlüssel. So bietet RTL Nord motivierten Berufseinsteigern, die mehr mit Praxiserfahrung als mit theoretischem, akademischem Fachwissen glänzen können, gern eine Chance.

In Hinblick auf die Noten in der Ausbildungszeit wird deutlich, dass gute Einzelnoten in einschlägigen Fächern für die Tätigkeit bei RTL von Vorteil sind. Ebenso wird aus einem guten Gesamtdurchschnitt herausgelesen, dass der Bewerber »auch in Fächern, die ihm nicht so liegen, Ehrgeiz entwickeln konnte«. Der Assistentin des Geschäftsführers ist wichtig, dass die Stärken eines jeden Bewerbers individuell betrachtet werden. Beim Bewerbungsgespräch »kann die Stimmung kippen« und der persönliche Eindruck ist für die Einstellung ausschlaggebend, da ein Bewerber erst anhand eines persönlichen Zusammentreffens wirklich beurteilt werden könne.

Bei der Einstellung hat der Hochschulabschluss auf die Höhe von Gehältern oder auf die Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb von RTL Nord kaum einen Einfluss. Vom Abteilungsleiter bis hin zum Redaktionsleiter bieten sich sowohl Bachelor- als auch Masterabsolventen »absolut gleiche Aufstiegschancen«. »Da entscheiden nachher auch einfach so Punkte wie: Hat derjenige Führungspotenzial, hat er ein gewisses Charisma, Motivationsfähigkeit usw. Da muss ein Masterabsolvent nicht zwangsläufig besser sein als ein Bachelor.«

Ein Masterstudium macht man vor allem für sich selbst

Die Beurteilung, ob ein Master- im Anschluss an ein Bachelorstudium als sinnvoll erachtet wird, fällt der Assistentin des Geschäftsführers schwer: »Dass es von uns aus Sinn machen würde, den Leuten zu einem Master zu raten: eher nicht. Das wäre eher eine individuelle Entscheidung.« Insgesamt sei das Aufbaustudium natürlich vor allem zur persönlichen Bereicherung empfehlenswert; Gehaltsforderungen oder Karriereerwartungen könne man daraus aber nicht ableiten. RTL Nord schließt aber nicht aus, dass andere, größere Medienunternehmen anders entscheiden 4 anders damit umgehen. Persönlich abzuwägen sind auch der zeitliche und finanzielle Aufwand eines Masterstudiengangs: »Wann amortisiert sich diese Investition, und ist es das wert?«.

Alles in allem bewertet die Personalerin den Bologna-Prozess positiv – gerade was die Internationalisierung des Studiums angeht. Unsicherheit herrscht ihrer Meinung nach immer noch in vielen Unternehmen bei der Abgrenzung der Anforderungen an Bachelor- und Masterabsolventen. Auch über Qualität der neuen Abschlüsse im Vergleich zum Diplom und die Relevanz des Weiterbildungsstudiums bestehe weiterhin Uneinigkeit in der Medien- und Informationsbranche – vieles werde sich wohl erst mit der Zeit herausstellen, vermutet die Personalerin der RTL Nord GmbH mit einem zuversichtlichen Lächeln.

Essentials

- Die Praxiserfahrung eines Bewerbers ist ausschlaggebender für die Stellenbesetzung als der erworbene Hochschulabschluss.
- Bachelor, Master und Diplom werden gleichgesetzt; sie haben die gleichen Chancen.

7.11 Berufschancen sind unabhängig vom Abschluss

Interview mit einem großen Medienunternehmen

Interview: Personalreferent eines Medienunternehmens

Ort: schriftlich

Datum: 2012-06-05

Ein Personalreferent eines Medienunternehmens stand für eine schriftliche Beantwortung unserer Forschungsfragen zur Verfügung.

Gleiche Chancen und Rechte für alle

Bei der Besetzung von Stellen im befragten Unternehmen arbeiten Personalabteilung und Fachabteilungsleiter zusammen: »[Als Personaler] würde ich bei einer Stellenausschreibung die Anforderungen des Fachbereichs benennen; deren Erfüllungsgrad durch die vorhandenen Abschlüsse können die Personalverantwortlichen [des jeweiligen Fachbereichs] am ehesten beurteilen.« Die Beurteilung der fachlichen Kompetenzen eines Bewerbers liegt schlussendlich also bei den jeweiligen Bereichsleitern. Favorisiert werden häufig auch langjährig Berufsbeziehungsweise Praxiserfahrene – gern auch aus dem eigenen Unternehmen.

Unabhängig vom Hochschulabschluss gestalten sich dann auch die Einstiegsmöglichkeiten in das Medienunternehmen. »Es gibt kein spezielles Einstiegsprogramm, kein Traineeprogramm oder Ähnliches für diese Berufsgruppen«, so der Personalreferent. Wird eine Stelle verfügbar und neu besetzt, läuft die Einarbeitung getreu dem Motto »training on the job«.

Zudem ergeben sich im Hinblick auf den Hochschulabschluss Bachelor, Master oder Diplom auch keine Gehaltsunterschiede. Der Personaler hält fest: »Die Wertigkeit der Stelle bestimmt das Gehalt, nicht die Qualifikation des Bewerbers«. Praxiserfahrung kann bei den Gehaltsverhandlungen hingegen berücksichtigt werden. Durch den »gesparten Einarbeitungsaufwand und das sinkende Risiko« bei der Einstellung kann die Arbeit eines neuen Mitarbeiters innerhalb einer Vergütungsgruppe nach höheren Stufen honoriert werden.

Überdies haben Bachelor- und Masterabsolventen die gleichen Karrierechancen: »Alle Stellenränge sind für beide Abschlüsse erreichbar. Die Unterschiede verlieren im Verlauf des Berufs-

lebens ohnehin die Bedeutung. Die Karriere hat nach dem Einstieg nur noch wenig mit dem akademischen Abschluss zu tun.«

Unsicherheit, Erwartung, Empirie

... oder auch: Bachelor, Master, Diplom. Ein Bachelorabschluss ist ein hinreichend qualifizierender Hochschulabschluss, wenngleich bei der Einschätzung noch »Unsicherheit« vorherrsche. Bei den Masterabschlüssen befände man sich noch in einer »Erwartungshaltung«, da die neuen Abschlüsse noch nicht vollkommen in die Praxis durchgedrungen seien, und »Empirie« beziehungsweise Erfahrungswissen hätte man nach wie vor nur bei den altbekannten Diplomabschlüssen. »Unsere Vergütungsordnung kennt eh nur den Diplom-Dokumentar. Vergütungsmäßig setze ich die Bachelor denen gleich.« Dennoch stimmt der Personaler zu, dass ein Master- mit einem Diplom-Abschluss »schon anhand des Studienzeitbedarfs als erstes Plausibilitätsargument« gleichgesetzt werden kann.

Ob nun eher ein Bachelor oder ein Master dem ehemaligen Diplomabschluss entspricht und wie sich die Abschlüsse generell unterscheiden, scheint in der Praxis noch unklar zu sein. Auch die Einschätzung, ob der Master ein lohnenswertes Aufbaustudium ist, bleibt offen. »Die Entscheidung [ein Masterstudium anzuhängen] hätte zu tun mit dem bisherigen Studienerfolg, meinem akademischen Potenzial, meinen Lebens- und Berufszielen, meinen materiellen Möglichkeiten, Stellenangeboten und so weiter«, äußert sich der Personaler.

Insgesamt sei die Umstellung des Studiensystems seit dem Bologna-Prozess irritierend. Die Bewertung der Reform durch den Personalreferenten fällt daher eher skeptisch aus.

Essentials

- Ein Bachelor ist ein hinreichend qualifizierender Hochschulabschluss, bei der Einschätzung herrscht aber noch Unsicherheit vor. Erwartungen an Masterabsolventen sind schwierig zu formulieren, da die neuen Abschlussformen noch nicht ganz in der Praxis angekommen sind. Konkrete Erfahrungswerte können daher bisher nur bei Diplomabschlüssen geäußert werden.
- Alle Abschlüsse haben die gleichen Aufstiegschancen. Der Karriereverlauf basiert nach dem Berufseinstieg nicht mehr auf der Abschlussform.
- Vergütungsmäßig wird das Diplom mit dem Bachelor gleichgesetzt. Von der Studienzeit her ist allerdings der Master eher mit dem Diplom gleichzusetzen.

7.12 Regelstudienzeit ist zweitrangig

Interview im Segment Event- und Entertainment

Interview: anonym, Personalerin

Ort: Unternehmen aus dem Event- und Entertainment-Segment

Datum: 2012-05-30, 15:00 bis 15.35 Uhr

Beim Gespräch mit einer Personalerin im Hamburger Medienunternehmen stellte sich heraus, dass unsere Gesprächspartnerin bereits Erfahrungen mit Bachelor- und Masterabschlüssen gesammelt hat. Das Unternehmen bietet Absolventen aus dem Medien- und Informationssektor Stellen in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Presse, Online-Marketing und Sales. Kürzlich stellte das Medienunternehmen zwei Bachelorabsolventen ein, wobei bei diesen allerdings wenig Praxiserfahrung während des Studiums negativ aufgefallen war. Frau x erzählte uns aber, dass das in diesen speziellen Fällen durch vorangegangene Berufsausbildungen wett gemacht werden konnte.

Unsere Gesprächspartnerin kritisiert, dass bei den Bachelorstudiengängen Praktika zu kurz kommen und den Absolventen Erfahrungen durch Praxissemester fehlen. Die Studiengänge sind »zu straff durchorganisiert, zu schnell«. Bei Masterabsolventen sei es unterschiedlich und abhängig davon wie beispielsweise die Zeit zwischen den beiden Studienabschlüssen genutzt wurde. Optimal ist es wenn Bewerber mindestens ein Praxissemester absolviert haben und dadurch ein halbes Jahr Vollzeit in einem Unternehmensbereich Arbeitserfahrung gesammelt haben. Allerdings sollte generell jede Chance praktische Erfahrungen zu sammeln, beispielsweise als Werkstudent oder auch mit Nebenjobs genutzt werden.

»Man muss öfters mal das falsche probiert haben, um zu wissen was richtig ist (...), vor allem wenn die Studiengänge irgendetwas mit Medien zu tun haben und es kein eigenes Berufsbild gibt (...)\«, so unsere Interviewpartnerin.

Änderungen durch Bologna und Einstellungskriterien für Bewerber

Die Bologna-Reform hatte keine Auswirkungen auf die Bewerberauswahl und den Bewerbungsprozess des besuchten Unternehmens und wird von der Interviewpartnerin als »Schnellschuss vorbei an den Bedürfnissen der Wirtschaft« bewertet. Unsere Gesprächspartnerin setzt Masterabschlüsse ungefähr mit Magister- oder Diplomabschlüssen gleich. Den Bachelor sieht sie dazwischen, allerdings gleicht eine Berufsausbildung vor dem Studium dies aus. In meinen Augen ist der Bachelorabschluss ein erster Schritt, aber kein grundsätzlich vollständiger Hochschulabschluss.« Als nicht sehr relevant betrachtet die Interviewte bei der Bewerberauswahl allerdings die Hochschule, an der ein Bewerber sein Studium durchgeführt hat.

Eingestellt werden im Unternehmen Absolventen, deren Studienabschluss zur ausgeschriebenen Position passt. Neben praktischen Erfahrungen sind besonders Soft Skills und die Persönlichkeit des Bewerbers für unsere Gesprächspartnerin sehr wichtig. »Die soziale Komponente und die Soft-Skill-Seite sind extrem wichtig, da wir ein schnelllebiges Unternehmen sind, das schnell denkende, flexible Mitarbeiter braucht, die motiviert sind.«

Auslandserfahrung hingegen sieht unsere Interviewpartnerin nicht als ausschlaggebendes Einstellungskriterium, ist aber der Meinung, dass solche Erfahrungen die Aufgeschlossenheit und kurze Eingewöhnungszeit in neue Situationen des Bewerbers zeigen. Auch Fremdsprachenkenntnisse werden, abgesehen von Englisch, nicht unbedingt erwartet und benötigt, da das Tagesgeschäft auf Deutsch abgewickelt wird.

Unterschiede zwischen Bachelor- und Masterabsolventen

Bachelorabsolventen sind oftmals noch sehr jung und bringen nur geringe berufliche Erfahrung mit, was laut Frau x viele ins Stolpern bringen kann, da im Berufsalltag die fachliche und persönliche Entwicklung höher sein muss.

Das geringe Alter gepaart mit der geringen beruflichen Erfahrung der Bachelorabsolventen sieht die Interviewpartnerin als deutlichen Nachteil von Einsteigern mit einem Bachelorabschluss. Masterabsolventen dagegen sind älter und haben durch Wartezeiten o.ä. oftmals praktische Erfahrungen zwischen beiden Studienabschlüssen gesammelt und haben dadurch im Durchschnitt bereits eine bessere berufliche Entscheidungsgrundlage als Bachelorabsolventen. Wenn die Interviewgeberin momentan studieren würde, würde sie auf jeden Fall einen Masterabschluss folgen lassen, da man ihrer Meinung nach alle Möglichkeiten ausschöpfen sollte, die einem gegeben werden, um einen möglichst hohen Bildungsabschluss zu erreichen.

Unterschiede zwischen Bachelorn und Mastern gibt es im besuchten Unternehmen nur beim Einstieg, ein schnellerer oder weiterer Aufstieg ist durch einen höheren Bildungsabschluss nicht garantiert. Es wird betont, dass »der Abschluss als solcher, kein Garant für Karriere A oder B ist«. Als Einstiegspositionen bietet das Unternehmen Junior-Manager-Positionen in verschiedenen Bereichen an. Diese sind für unter 30-jährige mit keiner bis drei Jahren Berufserfahrung gedacht. Zusätzlich gibt es Volontariate, beispielsweise für Bachelorabsolventen. Für die Einstellung im Unternehmen ist es optimal dort vorher ein Volontariat oder Praktikum absolviert zu haben, es wird aber nicht vorausgesetzt. Auch das Einstiegsgehalt ist nicht vom Abschlussgrad des Bewerbers abhängig, sondern von seiner praktischen Erfahrung. Generell liegt es in diesem Unternehmen bei 30000 bis 36000 Euro Brutto-Jahreslohn.

Essentials

- Während des Studiums möglichst viele praktische Erfahrungen durch Praktika und Nebenjobs sammeln, Regelstudienzeit ist für Personaler eher zweitrangig
- Es ist ein möglichst hoher akademischer Bildungsabschluss anzustreben.
- Für die Einstellung sind, neben praktischen Erfahrungen, Soft Skills und die Motivation der Bewerber ausschlaggebend.

7.13 Der Bachelor ist renovierungsbedürftig

Interview bei einer Forschungsinstitution

Ort: anonym

Datum: 2012-06-06, 14:30 bis 15:00 Uhr

Die auf eigenen Wunsch ungenannt bleibende Institution beschäftigt circa 20 Mitarbeiter und ist sowohl im Segment »Bibliothek« als auch im Segment »Forschung« einzuordnen. Festzuhalten ist, dass unser Gesprächspartner sehr leidenschaftlich über sein Unternehmen und seine Arbeit berichtete.

»Zwischen Bachelor- und Masterabsolventen gibt es deutliche Unterschiede«

In der Institution wurden bis zum Zeitpunkt des Interviews noch keine Erfahrungen bei der Einstellung von Bachelor- oder Masterabsolventen gesammelt, da noch keine Stelle mit einem entsprechenden Absolventen besetzt wurde. Der Interviewpartner wies darauf hin, dass das Unternehmen mit 20 Mitarbeitern aber auch recht klein ist. Die aktuell Beschäftigten absolvierten vorwiegend noch einen klassischen Magister-, Diplom- oder ein Lehramtsstudium im entsprechenden Bereich. Eine Vielzahl dieser Personen arbeitet zurzeit an ihren Dissertationen.

Allerdings werden immer wieder Bachelor- beziehungsweise Masterstudenten als Praktikanten für einen längeren Zeitraum eingestellt. Die Studenten durchlaufen in ihrer Praktikumszeit eine gewisse Zeit in jedem Bereich des Unternehmens, um möglichst viele Eindrücke sammeln zu können. Außerdem arbeiten sie immer wieder an wissenschaftlichen Projekten im Unternehmen mit, unter anderem auch im Informationsbereich. Die gesammelten Erfahrungen bei dieser Art der Einstellung von angehenden Absolventen waren sehr eindeutig für unseren Gesprächspartner; er sehe »sehr deutliche Unterschiede« zwischen beiden Studentengruppen.

Besonders bei den Praktikanten, die im Rahmen ihres Studiums ihre Praxiszeit im Unternehmen verbringen, seien die Erfahrungen »beinahe als problematisch« zu bezeichnen. »Es fehlt ihnen an Erfahrungen, gerade im Bereich der wissenschaftlichen Forschung«. Die Masterstudenten präsentieren sich laut Aussage des Interviewpartners »deutlich besser, eben ganz anders«. Die Gründe hierfür sieht er allerdings nicht nur bei den Universitäten beziehungsweise Fachhochschulen, sondern schon in der Schulzeit werden für angehende Studenten nicht die richtigen Grundlagen für ein erfolgreiches Studium gelegt. Sehr kritisch merkte er an, dass »bereits in der Schulzeit mehr Grundlagen bei den Schülern für Bildung gelegt werden muss und Inhalte besser vermittelt werden sollten«. Auf die Frage, ob unser Interviewpartner eher zur Lehre an Universitäten oder zur Lehre an Fachhochschulen tendiert, antwortete er: »Eher Universitäten, da die Lehre dort umfassender und universeller« scheint und so eine »breite Erfahrung« gesammelt werden könne. Dennoch merkte er sofort an, dass er allerdings mit dieser Aussage die Lehre an Fachhochschulen nicht herunter stufen wolle.

»Flexibilität und die Fähigkeit sich selbst zu helfen, sind wichtig«

Unser Interviewpartner erklärt uns, dass beim Bewerbungsverfahren ein »breites Board an Bewerbungen« aufweist, auf Grund der unterschiedlichen Bereiche im Unternehmen. Eine Veränderung seitdem Bologna-Prozess in den Ausschreibungen oder im Bewerbungsverfahren sein jedoch nicht zu erkennen. Bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern, gäbe es keine festen Stellen mehr zu besetzen, sondern nur noch befristete. Wichtig ist ihm dabei, dass der Bewerber im entsprechenden Bereich ein Studium absolviert hat und auf das Forschungsdesign der Stelle zugeschnitten ist. Neben der wissenschaftlichen Qualifikation für den Beruf, sei außerdem ausschlaggebend, die Fähigkeit zu kommunizieren, besonders mit externen Unternehmen und Personen. Außerdem spiele die Flexibilität des Bewerbers eine wichtige Rolle, da der Absolvent oder die Absolventin immer wieder auch in anderen Bereichen eingesetzt wird. Hinzu kommt außerdem die Bereitschaft zur Initiative »bei Problemen sich selbst helfen zu können«. Fremdsprachenkenntnisse und Auslandsaufenthalte sind dagegen für diesen Bereich eher unwichtig und bei der Einstellung nicht entscheidend.

»Es ist ein Gerücht, dass ein Diplom höher einzuschätzen ist, als ein Master«

Für ihn steht fest, dass die klassischen Abschlüsse, wie ein Magister oder Diplom Studium zwar im Durchschnitt aus 12 bis 13 Semester bestanden, die Absolventen jedoch vorbereiteter in das Arbeitsleben starten konnten. Diese Abschlüsse waren zwar während der Studienzeit nicht so

strukturiert, wie heute die Bachelor- und Masterstudiengänge, dennoch wurde »aber inhaltlich mehr vermittelt«. Dennoch fügt er auch an, dass er jedoch nicht das »Gerücht« vertrete, dass »Diplom- und Magisterabschlüsse höher einzuschätzen sind«. Mit einem Schmunzeln sagt er weiter, dass Bachelorstudiengänge zwar »renovierungsbedürftig« seien, da sie »zu unausgewogen, zu einseitig, zu speziell und zu stark reglementiert« seien, aber spätestens nach einem Masterstudium die Absolventen dann die »erforderliche Wissenskompetenz und ein möglichst umfassendes Bildungsvolumen« im Normalfall aufweisen.

Essentials

- Der Bachelor ist keine gelungene Konstruktion für ein Studium. Dieses doch sehr »verschulte« Studium ist »stark renovierungsbedürftig«.
- Bachelorabsolventen fehlt es häufig an Praxiserfahrungen
- Masterabsolventen und Diplom-/Magisterabsolventen sind im Endeffekt gleich zu setzen

7.14 Nur gute Noten? Das reicht nicht!

Interview bei der Stiftung Historische Museen

Interview: Herr Karl-Heinz Peik, Stiftung Historische Museen

Ort: Altonaer Museum, Verwaltungsgebäude, Museumsstraße 23, 22765 Hamburg

Datum: 2012-05-30, Uhrzeit von 10.00 bis 10.30

»Ich rate jedem jungen Menschen, sich vielseitig zu beschäftigen und zu engagieren.«, sagt Karl-Heinz Peik, der Personalleiter der Stiftung Historische Museen Hamburg. Ob Sport, Sprache, Praktika oder soziales Engagement, das spielt keine Rolle. Wichtig ist, dass man auch in andere Bereiche reingeschnuppert hat. Das gilt nicht nur für den Arbeitgeber Museum; es ist allgemein hilfreich, mehr als nur einen guten Notendurchschnitt vorweisen zu können. Viele Bewerber haben im Grunde denselben Lebenslauf und dieselben Noten – da schaut man eben nach, was derjenige noch so getan hat, berichtet Herr Peik.

Die Konkurrenz für Arbeitsplätze in Museen ist sehr hoch. Schon für ein Volontariat bekommt man 200 bis 300 Bewerbungen. Teilweise bewerben sich sogar Wissenschaftler, die schon einmal als Professoren in befristeter Stellung tätig waren. Für Personalleiter ein wahres Schlaraffenland; aber Herr Peik bemerkt auch kritisch, dass die Stellensituation für Wissenschaftler sehr frustrierend ist. In den letzten Jahren hat die Stiftung Historische Museen Hamburg bis auf ein paar befristet tätige Projektmitarbeiter keine Akademiker mehr eingestellt – denn aus Geldmangel konnten auch frei gewordene Stellen nicht nachbesetzt werden.

Stellenausschreibungen in Museen werden als öffentliche Ausschreibungen über verschiedene Plattformen online gestellt. Aus hunderten Bewerbungsmappen sucht Herr Peik dann dem Anforderungsprofil nach Kandidaten für ein Gespräch aus. Wegen der hohen Konkurrenz muss im Vorfeld sehr genau überlegt werden, welche Qualifikationen der neue Mitarbeiter haben soll.

Wer sich als Wissenschaftler bei Herrn Peik bewirbt, sollte vor allem das richtige Fachwissen und einen hohen akademischen Grad vorweisen können. »Ich kenne viele, die sagen, ohne eine

sehr gute Promotion fange ich gar nicht erst an, mich zu bewerben.«, verdeutlicht Herr Peik den Konkurrenzdruck um unbefristete Stellen. Der Bachelorabschluss hätte also in diesem Bereich keine Chance; die Promotion ist im Grunde Voraussetzung, möglichst im entsprechenden Fachbereich. Wissenschaftler werden immer für ein bestimmtes Sammel- oder Fachgebiet eingestellt, in dem sie dann selbstständig forschen und ihre Ergebnisse verfügbar machen. Wer im Bewerbungsgespräch überzeugt, kann sich auf ein Einstellungsgehalt von 3217,84 Euro (TVÖD E13) freuen. Es sei denn, jemand hat schon Erfahrung gesammelt oder in einem anderen Institut gearbeitet und wechselt nur die Stadt – dann wird er in der Regel höher eingestuft.

Und wo ist das Ende der Fahnenstange? In der Regel bleibt ein Wissenschaftler auf seiner Position bis zur Pension. Nur wenige arbeiten sich noch weiter hoch in der Rangordnung eines Museums – und am seltensten passiert das im eigenen Haus. »Im eigenen Haus ist man eher selten der Prophet«, erklärt Herr Peik.

Auch wenn der Personaler bei der Stiftung Historische Museen nur geringe Erfahrungen mit Bachelor- und Masterabsolventen hatte, steht er den Abschlüssen positiv gegenüber. Der Bachelor ist gerade für Technikbereiche eine sehr gute Möglichkeit, früh an junge Fachkräfte zu kommen, meint Herr Peik. In solchen Bereichen würde Herr Peik immer junge Akademiker vorziehen, die er dann noch im Unternehmen weiter ausbilden kann. In Museen braucht man in Zukunft aber Masterstudenten mit Promotion. Problematisch kann das neue, verschulte System für junge Menschen sein, die sich frei entfalten möchten. Den Vergleich zum Diplom will Herr Peik nicht ziehen. Man kann Äpfel nicht mit Birnen vergleichen. Auch sein eigenes Diplom war noch anders organisiert als das zuletzt abgeschaffte Diplom, meint Herr Peik.

Problematisch sieht der Personaler den demographischen Wandel. Wenn junge Fachkräfte fehlen, wird man froh sein über den frühen Bachelorabschluss, aber gelöst ist das Problem damit auch noch nicht. Den kommenden Fachkräftemangel kann man nicht allein mit Ausländern ausgleichen, denn gute Qualifikationen werden überall auf der Welt gebraucht. Da wird man sich zur fachlichen Qualifizierung noch zusätzliche flexiblere Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten überlegen müssen.

Essentials

- Wegen des hohen Konkurrenzdrucks ist in Museen eine gute Promotion in der Regel Einstellungsvoraussetzung.
- Als Museumswissenschaftler hat man einen sicheren Job bis zur Pensionierung.
- Bewerbungstipp: Mehr nachweisen können, als nur gute Noten.

7.15 Völlig unberührt vom Bologna-Prozess

Interview im Staatsarchiv Hamburg, Fachbereich Bibliothek

Interview: Dr. Michael Klein, Leiter Fachbereich Bibliothek
Ort: Staatsarchiv Hamburg, Kattunbleiche 19, 22041 Hamburg
Datum: 2012-05-21, 14:00 Uhr

Herr Dr. Michael Klein hat bis jetzt noch keine Erfahrungen bezüglich der Einstellung von Bachelor- und Masterabsolventen im Staatsarchiv Hamburg gemacht. Das Staatsarchiv, was der öffentlichen Verwaltung der Freien und Hansestadt Hamburg angehört, bezieht seine Arbeitskräfte nicht nur aus dem internen Stellenmarkt, sondern auch einerseits von der Fachhochschule Potsdam, wo es auch Bachelor- und Masterabschlüsse im Bibliotheks- und Archivwesen gibt und andererseits von der Archivschule in Marburg, wo die Absolventen jedoch keine Bachelor- beziehungsweise Masterabschlüsse erlangen, sondern die normale Staatsprüfung beziehungsweise das klassische Referendariat, was sie anschließend befähigt, als Archivar zu arbeiten.

Zurzeit arbeiten im Staatsarchiv noch keine Bachelor- beziehungsweise Masterabsolventen, sondern ausschließlich ausgebildete Archivare. Zur These, dass die Masterabschlüsse mit den alten Diplomabschlüssen gleichgesetzt werden sollen, konnte Herr Klein keine weiteren Angaben machen, da er sich mit diesem Thema noch nicht weiter näher beschäftigt hat.

Das Bewerbungsverfahren innerhalb des Staatsarchivs ist bis jetzt völlig unberührt und unabhängig vom Bologna-Prozess. Es gilt weiterhin das »klassische Bewerbungsverfahren« nach der festgelegten Stellenausschreibung, die für jeden Beruf beziehungsweise jede Tätigkeit innerhalb der öffentlichen Verwaltung sozusagen »genormt« beziehungsweise festgelegt und vorgeschrieben ist, das bedeutet: Jede Aufgabe wird, anhand der Stellenbeschreibung, genau einer Stelle zugeordnet.

Aus dieser im Vorfeld definierten Stellenausschreibung ergeben sich auch die jeweiligen Kriterien und Prinzipien, die für die Entscheidungsfindung bei der Einstellung von neuen Mitarbeitern im Staatsarchiv Hamburg von Bedeutung sind. Die jeweiligen Stellenausschreibungen enthalten genau die fachlichen Kriterien, die ein Bewerber erfüllen muss, um die jeweilige freie Stelle zu besetzen. Diese Kriterien sowie die sozialen Kriterien, die sogenannten »Soft Skills«, werden jedoch auch noch mal gezielt in den jeweiligen Bewerbungsgesprächen geprüft beziehungsweise nachgefragt.

Herr Klein sieht die wesentlichen Unterschiede zwischen Bachelor- und Masterabsolventen darin, dass im Grunde Bachelorabsolventen für den gehobenen Dienst und Masterabsolventen für den höheren Dienst in Frage kommen, jedoch auch in diesem Fall hängt es wieder von der jeweiligen Stellenbeschreibung ab. Im Staatsarchiv Hamburg richten sich die Einstiegspositionen für Bachelor- und Masterabsolventen wiederum danach, wie die ausgeschriebene Stelle beschaffen ist und welche Stellen gerade frei beziehungsweise nach zu besetzen sind.

In der letzten Zeit wurden vermehrt unbefristete Stellen ausgeschrieben. Außerdem ist es vollkommen egal, an welcher Fachhochschule oder Universität der Bewerber seinen Studienabschluss erworben hat, solange die Anforderungen der jeweiligen Stellenausschreibung erfüllt werden. Herr Klein sieht auch persönlich keine Unterschiede zwischen Hochschul- und Universitätsabsolventen. Abteilungs- und Bereichsleiter, das sind die Positionen, die ein Bachelorabsolvent im Staatsarchiv Hamburg erreichen kann. Ein Masterabsolvent hat dazu noch die

Möglichkeit, zum Archivleiter aufzusteigen, ansonsten kommen für ihn auch die Positionen als Abteilungs- oder Bereichsleiter in Frage.

Folgende interne Weiterbildungsmaßnahmen bieten sich für die Mitarbeiter im Staatsarchiv: Einerseits werden jährlich von der Freien und Hansestadt Hamburg, in Form des Zentrums für Aus- und Fortbildung (ZAF), interne Fortbildungsmaßnahmen angeboten; andererseits werden die Mitarbeiter des Staatsarchivs zu Fortbildungsmaßnahmen der Archivschule in Marburg entsandt.

Die Gehälter, sowohl für Bachelor- als auch für Masterabsolventen, für Fachhochschul- beziehungsweise Universitätsabsolventen oder auch für Diplomanden ergeben sich aus dem geltenden Besoldungs- beziehungsweise Tarifrecht der öffentlichen Verwaltung für die Freie und Hansestadt Hamburg.

Zu dem Ergebnis der Studie des IW Köln, die ergeben hat, dass knapp 70 Prozent der Befragten ein Masterstudium im Anschluss an den Bachelorabschluss als »eher beziehungsweise völlig unwichtig« halten, wollte Herr Klein keine weiteren Angaben machen, da er nicht mit der Thematik vertraut ist. Zur Frage, ob der Bachelorabschluss ein ausreichend qualifizierender Hochschulabschluss ist und ob er für den Einstieg in das Berufsleben ausreicht oder eher der Masterabschluss als Regelabschluss etabliert werden sollte, wollte Herr Klein keine weiteren Angaben machen, da er sich noch nicht mit diesem Thema näher auseinandergesetzt und beschäftigt hat. Auch die Einschätzungsfragen wollte und konnte er nicht beantworten, da ihm auch hier die Erfahrungen und Kenntnisse fehlen.

Essentials

- Die Abschlüsse Bachelor und Master werden bislang in der öffentlichen Verwaltung der Freien und Hansestadt Hamburg, in diesem Fall bezogen auf das Staatsarchiv, bei der Einstellung von Mitarbeitern noch nicht berücksichtigt.
- Es wird sich ausschließlich an den Inhalten und Vorgaben der jeweiligen Stellenausschreibungen orientiert, nicht nach Abschluss oder Qualifikation des Bewerbers.
- Die gesamte Thematik der Bachelor- und Masterabschlüsse ist in dieser Branche noch ein unbeschriebenes Blatt, da bislang noch keine näheren Erkenntnisse und Erfahrungen zu diesem Thema vorliegen.

7.16 BA oder MA: in kleinen Unternehmen kein Unterschied

Interview mit einer Personalverantwortlichen in einer Wissenschaftlichen Spezialbibliothek

Interview: anonym

Ort: Wissenschaftlichen Spezialbibliothek in Hamburg

Datum: 2012-06-19

Auch, wenn es in dieser Wissenschaftlichen Spezialbibliothek seit Beginn des Bologna-Prozesses keinen Bedarf an Neueinstellungen gab, sind doch klare Vorstellungen bezüglich der benötigten Fähigkeiten von Bachelor- und Masterabsolventen vorhanden. Der perfekte Bewerber

muss gute fachliche Grundkenntnisse besitzen und vor Gruppen sprechen und präsentieren können – auf Deutsch und auf Englisch. Praxiserfahrung und Technikenkenntnisse sind ebenfalls von Vorteil. Bei Bewerbungen wird darauf geachtet, dass die Wahl der Ausbildung nicht nur ein Notnagel war. Was zählt sind Praktika, auch aus der Schulzeit, der Nebenjob während des Studiums und ehrenamtliches Engagement oder andere freiwillige Aktivitäten. Kurz gesagt: Einfach einen Blick über den Tellerrand werfen.

Doch wo ist der Unterschied zwischen Bachelor und Master? In der relativ kleinen Bibliothek mit fünf fest angestellten Mitarbeitern heißt es, dass der Bachelorabsolvent gute Grundkenntnisse besitzt und der Masterabsolvent durch Projekte mehr Praxiserfahrung und ein tieferes Wissen vorweisen kann. Der Master ist somit »das Sahnehäubchen«. Eine Spezialisierung hält die interviewte Personalverantwortliche dabei keineswegs für vorteilhaft, vielmehr ist sie ihrer Meinung nach für den Absolventen hinderlich. Denn mit einer Spezialisierung ist es noch problematischer, eine Anstellung im Bibliotheksbereich zu bekommen. Wenn man sich als Master in einer kleinen Bibliothek bewirbt, darf man nicht zu viel erwarten. Sowohl bei der Einstiegsposition als auch bei der maximalen Endposition herrscht kein Unterschied zwischen einem Bachelor- oder Master-Bibliothekar.

Aber was bringt mir dann ein Masterstudiengang? Die interviewte Person würde jetzt nach Abschluss des Bachelors erst einmal in die Arbeitswelt einsteigen, froh, das Studium beendet zu haben und richtig Geld zu verdienen. Theoretisch würde sie jedoch später den Master nachholen – hoffentlich mit Unterstützung des Arbeitgebers –, doch eben nur theoretisch. Ansporn wäre allerdings ein höheres Gehalt, was laut Interviewpartnerin die Motivation für die meisten Studenten sei, einen Masterabschluss zu erwerben. Außerdem ist die Personalverantwortliche der Meinung, dass nicht mehr lange das Diplom das Image des »besseren Abschlusses« innehaben wird, vielmehr werden die neuen Abschlüsse an Ansehen gewinnen.

Ob man nun an der Fachhochschule studiert hat oder an der Uni? Aus Erfahrung kennt sie nur das schulische, strengere System der FH, was sie als sehr positiv empfindet. Welche weiteren Aspekte im Bewerbungsprozess eine Rolle spielen? Die Chemie muss einfach stimmen! Da man mehr Zeit mit seinen Arbeitskollegen als mit seiner Familie verbringt, muss der Bewerber einfach auch auf der persönlichen Ebene ins Team passen. Fehlende Spezialisierungen können in der Institution nachgeholt werden. Ein No-go ist allerdings eine Bewerbungsmappe mit Fehlern oder abgetippte Musterbewerbungen. Individualität und die Kenntnis der eigenen Fähigkeiten, das ist ein Muss.

Fazit? Bringt der Bewerber den Wunsch »Ich möchte Bibliothekar/in werden«, gepaart mit fachlicher und sozialer Kompetenz auf Englisch und Deutsch mit, hat er sehr gute Chancen. Doch zu beachten ist, dieses gilt nur für kleine Bibliotheken.

Essentials

- In einer kleinen Bibliothek besteht kein Unterschied zwischen Einstiegs- und Endpositionen für Bachelor- und Masterabsolventen. Je kleiner ein Unternehmen, desto geringer ist der Unterschied bei den Einstiegs- und Endpositionen für Bachelor- und Masterabsolventen.
- Die soziale Komponente muss beim Bewerbungsgespräch stimmen. Im Bewerbungsgespräch zählt vor allem der persönliche Eindruck und ob man ins bestehende Team passt.
- Die Bewerbungsmappe muss stimmen, formale Fehler sind ein No-go.

7.17 *Praxiserfahrung: ein entscheidendes Kriterium*

Interview in der Bibliothek der Hochschule für bildende Künste, HFBK

Interview: Ines Rabe, HFBK-Bibliothek

Ort: Hochschule für bildende Künste, HFBK, Lerchenfeld 2, 22085 Hamburg

Datum: 2012-06-19

Im Interview schildert unsere Gesprächspartnerin Ines Rabe ihre Erfahrungen mit Absolventen der Bachelor- und Masterstudiengänge in der Bibliothek der Hochschule für bildende Künste.

Welche Erfahrungen die HFBK-Bibliothek bei der Einstellung von Bachelor- oder Masterabsolventen bereits gesammelt hat, ist unsere erste Frage an Ines Rabe. Sie habe keinen Unterschied zwischen Diplomabsolventen und Bachelorabsolventen feststellen können, berichtet uns Rabe daraufhin – weder in Bezug auf Fachkenntnisse noch auf Eigenschaften wie eine selbstständige Arbeitsweise.

Vorhandene Berufserfahrung erleichtert den Einstieg sehr

Als eines der wichtigsten Einstellungskriterien nennt sie Praxiserfahrung. In der Bibliothek der HFBK habe man zudem festgestellt, dass ältere Bewerber häufig schon selbständiger arbeiten, weil sie bereits über Arbeitserfahrung in einer Bibliothek verfügen. So benötigen sie weniger Anleitung und die Einführung in den neuen Job verläuft reibungsloser. Aus diesen Erfahrungen heraus würde sich Ines Rabe bei der Einstellung im direkten Vergleich eher für einen Kandidaten entscheiden, der eine Berufsausbildung abgeschlossen hat und danach den Bachelor gemacht hat, als für jemanden, der seinen Bachelor und direkt im Anschluss den Master gemacht hat.

Auch die Fremdsprachenkenntnisse eines Bewerbers spielen eine große Rolle bei der Einstellung, da die Bibliothek von vielen Erasmus-Studenten genutzt wird, die hauptsächlich Englisch sprechen. Allerdings spielen die Sprachkenntnisse eine weitaus geringere Rolle als die Praxiserfahrung. Weiterhin ist auch der Abschluss von geringer Bedeutung: Ob ein Bewerber einen Bachelor, Master oder ein Diplom hat, ist nicht entscheidend, da die Bibliothek der HFBK eine sehr kleine wissenschaftliche Spezialbibliothek ist. Zudem hat man hier noch recht wenig Erfahrung mit der Einstellung von Absolventen machen können.

Es lässt sich aber sagen, dass Bewerber, die an einer Fachhochschule abgeschlossen haben, einen guten Ruf genießen und im Bewerbungsgespräch gute Chancen hätten.

Der Master bereitet auf Führungsaufgaben vor

Frau Rabe persönlich hält es für eine gute Entscheidung, nach dem Bachelorstudium den Master anzuhängen. Ihrer Meinung nach werden im Masterstudium wichtige Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt, die bei der täglichen Arbeit von Bedeutung sind. Hierzu zählen etwa Personalcontrolling und -entwicklung, die Etatverteilung oder das Bestandsmanagement. Frau Rabe hält den Bachelor für eine ausreichende Qualifikation für den Einstieg ins Berufsleben, der Master bereitet die Studenten im Gegensatz dazu auf Führungsaufgaben vor. So steht Ines Rabe den neuen Abschlüssen durchaus positiv gegenüber.

Essentials

- In der Bibliothek wurden in der Praxis kaum Unterschiede zwischen Bachelor- und Masterabsolventen festgestellt.
- Praxiserfahrung ist ein entscheidendes Einstellungskriterium.
- Der erworbene Abschluss hingegen ist weniger entscheidend bei der Einstellung.

7.18 Keine Gehaltsunterschiede

Interview in der Fachbibliothek Life Sciences der HAW Hamburg

Interview: Reiner Martens, Leiter Fachbibliothek Life Sciences (LS)

Ort: Fachbibliothek Life Sciences (LS) der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Lohbrügger Kirchstraße 65, 21033 Hamburg Bergedorf

Datum: 2012-05-15, 15:00 Uhr

Bis zum Zeitpunkt des Interviews hatte Herr Martens noch keine Erfahrungen mit der Einstellung von Bachelor- oder Masterabsolventen in der Fachbibliothek Life Sciences gemacht, da bis dahin nur Diplomabsolventen und eine Mitarbeiterin mit der Ausbildung zur Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste in der Bibliothek arbeiteten.

Insgesamt besteht das Team aus vier Mitarbeitern. Beim Bewerbungsverfahren hat sich durch den Bolognaprozess nichts geändert, die Mitarbeiter werden nach ihren Abschlüssen beziehungsweise ihrer jeweiligen Qualifikation eingestellt. Sollte ein Bewerber überqualifiziert beziehungsweise höher qualifiziert sein, als das es die Stellenausschreibung verlangt, wird er nicht für die betroffene Stelle berücksichtigt. Zur Frage, ob der Masterabschluss dem alten Diplomabschluss gleichgesetzt werden soll, konnte Herr Martens keine weiteren Angaben machen, da er sich bis jetzt noch nicht näher und intensiver mit der gesamten Problematik auseinandergesetzt hat.

Folgende Kriterien spielen bei der Entscheidungsfindung bezüglich einer Einstellung eine Rolle: Praxiserfahrung, der Abschluss beziehungsweise die Qualifikation (sollten hier mehrere Bewerber gleichwertige Abschlüsse aufweisen, wird derjenige bevorzugt, der auch schon über Praxiserfahrung verfügt), Fremdsprachenkenntnisse und Auslandserfahrung. Am wichtigsten sind jedoch die Praxiserfahrung und der jeweilige Abschluss bei den einzelnen Bewerbern.

Die wesentlichen Unterschiede zwischen einem Bachelor- und einem Masterabsolventen liegen für Herrn Martens in folgenden Punkten: Ein Bachelorabsolvent muss in folgenden Bereichen Erfahrungen und Kenntnisse haben: Sachbearbeitung, Praxiserfahrung, Sozialkompetenz, Kommunikationskompetenz und Konfliktfähigkeit.

Ein Masterabsolvent muss in folgenden Bereichen Erfahrungen und Kenntnisse haben: Projektaufgaben, methodische Kompetenz, fachwissenschaftliche Spezialisierung, Fachwissen, Forschungsorientierung, Analyse- und Entscheidungsfähigkeit, Führungskompetenz und Strategieentwicklung.

Sowohl Bachelor- als auch Masterabsolventen müssen in folgenden Bereichen Erfahrungen und Kenntnisse haben: Verantwortungsbewusstsein, Einsatzbereitschaft, Leistungswille, Belastbarkeit, Lernkompetenz, Ideenreichtum/Kreativität und Gründlichkeit.

Momentan sind keine Einstellungen bei der Fachbibliothek möglich beziehungsweise geplant, doch wenn die Möglichkeit besteht, dann würden sowohl Bachelor- als auch Masterabsolventen eine unbefristete Stelle erhalten. Dabei spielt es auch keine Rolle, an welcher Fachhochschule oder Universität der Bewerber seinen Studienabschluss erworben hat. Persönlich sieht Herr Martens auch keine Unterschiede zwischen Hochschul- und Universitätsabsolventen. Sowohl Bachelor- als auch Masterabsolventen können in der Bibliothek die Position des Abteilungsleiters mit Personalverantwortung einnehmen beziehungsweise erreichen.

Folgende interne Weiterbildungsmaßnahmen werden für die Mitarbeiter der Bibliothek angeboten: Einerseits das sogenannte »HIBS-intern« (HIBS steht für Hochschulinformations- und Bibliotheksservice); hier werden neue Programme für die Bibliothek hinsichtlich Ausleihe, Katalogisierung oder Rechnungsbearbeitung näher vorgestellt. Andererseits erscheint jedes Jahr der Fortbildungskatalog des Zentrums für Aus- und Fortbildung (ZAF). Die Vorgesetzten machen den Mitarbeitern hierzu Vorschläge, an welchen Fortbildungsmaßnahmen sie teilnehmen können und sollten, die Entscheidung und Teilnahme bleibt jedoch freiwillig, es wird kein Mitarbeiter gezwungen, an diesen Veranstaltungen teilzunehmen.

Bachelor- und Masterabsolventen sollen und müssen sich selbst über die tariflich festgelegten Gehälter für diesen Beruf in der jeweiligen Besoldungs- beziehungsweise Entgeltgruppe informieren und auseinandersetzen, wenn sie sich für eine solche ausgeschriebene Stelle bewerben. Sowohl zwischen Bachelor- und Masterabsolventen als auch zwischen Fachhochschul- und Universitätsabsolventen und auch Diplom- und Masterabsolventen werden keine Gehaltsunterschiede gemacht, jeder Abschluss wird gleichwertig bezahlt. Herr Martens findet es gut und hält es für richtig, dass laut einer Studie des IW Köln knapp 70 Prozent der Befragten ein Masterstudium im Anschluss an den Bachelorabschluss als »eher beziehungsweise völlig unwichtig« einschätzen.

Die Meinung von Herrn Martens auf die Frage, ob der Bachelorabschluss ein ausreichend qualifizierender Hochschulabschluss ist, ob er für den Einstieg in das Berufsleben reicht und ob der Masterabschluss als Regelabschluss etabliert werden sollte, ist die, dass der Bachelorabschluss vollkommen ausreicht, da das vermittelte Spektrum und Wissen während des Bachelorstudiums ausreichend und genügend ist.

Essentials

- Die Abschlüsse Bachelor und Master werden bislang bei der Fachbibliothek Life Sciences bezüglich der Einstellung von Mitarbeitern noch nicht berücksichtigt.
- Hinsichtlich der Wertigkeit und der Bezahlung werden zwischen den beiden Abschlüssen Bachelor und Master in der Bibliothek keine Unterschiede gemacht.
- Die gesamte Thematik der Bachelor- und Masterabschlüsse ist in dieser Branche noch ein unbeschriebenes Blatt, da bislang noch keine näheren Erkenntnisse und Erfahrungen zu diesem Thema vorliegen.

8 Interviews mit Experten

8.1 Einmal die reife Frucht vom Baum, bitte!

Experteninterview mit Dierk Ladendorff von der KWB

Interview: Dierk Ladendorff, Koordinierungsstelle Weiterbildung und Beschäftigung e.V.

Ort: CityNord, KWB, Service Digitale Arbeit

Datum: 2012-05-10, 15:00 bis 15:40 Uhr

Unternehmen wünschen sich den perfekten Berufseinsteiger, von der Hochschule fertig serviert, meint Dierk Ladendorff. Er ist der Leiter des mit öffentlichen Mitteln geförderten Projektes »Service Digitale Arbeit« bei der KWB Koordinierungsstelle Weiterbildung und Beschäftigung e.V. In seinem Berufsalltag steht Herr Ladendorff in ständigem Kontakt mit Arbeitgebern und Arbeitnehmern der Medienbranche, Berufsanfängern, Beschäftigten, die sich weiterbilden möchten, aber auch mit Arbeitssuchenden, die sich umorientieren wollen. Neben zahlreichen Informationsveranstaltungen im Bereich Berufsorientierung und Personalentwicklung betreibt sein Projekt außerdem die Website www.it-medien-hamburg.de, die etwa 280 Berufsprofile aus der Medien & IT Branche in Hamburg vorstellt und eine unentgeltliche Datenbank mit zahlreichen Weiterbildungsangeboten umfasst.

In der Medien und IT-Branche brauchen Unternehmen zunächst einmal Bachelorstudenten, die gute fachliche Grundkenntnisse und Soft Skills haben. Am liebsten würden Unternehmen die Berufseinsteiger gleich perfekt ausgebildet für die jeweilige Position von der Hochschule übernehmen. Deswegen ist auch der Praxisbezug im Studium so enorm wichtig. Im Vergleich zum früheren Diplomabschluss ist der Praxisbezug zwar besser geworden, aber er wird von vielen Arbeitgebern im Bereich Medien immer noch als nicht ausreichend empfunden. Duale Studiengänge sind hier von großem Vorteil, weil sie Praxis und Theorie sehr gut vereinen, werden aber noch zu selten angeboten, insbesondere von staatlichen Hochschulen. Hier besteht deutlicher Nachholbedarf.

Mind the Gap! Wo ist er nun, der Unterschied? Herr Ladendorff macht deutlich: Im Bachelor geht es um fachliche Grundkenntnisse, um Praxis; im Master geht es mehr um Theorie, Forschung und wirtschaftliche Grundkenntnisse, wie Finanzierung und Personal, die man für leitende Positionen braucht. Deswegen lautet seine Empfehlung: Erst einmal den Bachelor machen und dann ins Berufsleben einsteigen, bevor man gleich den Master anschließt. Der Master lässt sich nämlich gut nachholen, wenn man direkt im Beruf ist – oft auch mitfinanziert von den Unternehmen.

Als ausschlaggebendes Kriterium für die Einstellung eines Bewerbers sieht Herr Ladendorff dessen Motivation und Begeisterung für seinen Bereich. Gerade in der Medienbranche, dem »Markt der Eitelkeiten«, muss man sich vor allem gut verkaufen können. Der Karriereverlauf wird in der Medienbranche allerdings nicht nur durch den Abschluss bestimmt. Vielmehr kommt es darauf an, wie man sich im Unternehmen entwickelt. Bachelor können durchaus schon im unteren Management starten und dann, wie Master auch, im oberen Management landen. Die Medienlandschaft in Hamburg ist geprägt von vielen kleinen Agenturen und

Unternehmen, in denen Hierarchieebenen ohnehin nicht so ausgeprägt sind. Da es keine Tarifabkommen gibt, sind Einstiegsgehälter schwer einzuschätzen, aber Herr Ladendorff wagt eine grobe Aussage: Bachelor können mit ungefähr 1800 Euro Netto rechnen, Master dürfen etwas höher pokern mit 2300 bis 2400 Euro Netto.

Der optimale Bewerber weist neben Soft Skills und Praxiserfahrung auch Anpassungsfähigkeit auf. Gerade in der schnelllebigen Medienwelt ist das ein Muss: Beispiel Social Media. Die Persönlichkeit ist wichtig, Innovationsfähigkeit, Offenheit und Selbstvermarktung sind gern genannte Schlagworte. Außerdem muss der Bewerber im Internet zuhause sein – wer sich da nicht auskennt, hat schon verloren. Das wichtigste ist jedoch, dass man für sein Fach »brennt«. Wer hochmotiviert und mit Leidenschaft dabei ist, hat sehr gute Chancen.

Die Umstellung auf Bachelor und Master sieht Herr Ladendorff insgesamt eher positiv – mit großem Nachbesserungsbedarf. Frustriert bemerkt er, dass der große Wunsch nach mehr Mobilität sowohl national als auch international durch den Bologna-Prozess erschwert und nicht, wie anfangs postuliert, erleichtert wurde. Grund dafür ist, laut Herrn Ladendorff, die zu hohe Anzahl an sehr spezialisierten Bachelorstudiengängen, die den Wechsel von einer Hochschule zur anderen eher erschwert als erleichtert. Die eigentliche Spezialisierung sollte im Beruf erfolgen, über kurze Seminare, Workshops oder im Eigenstudium. Einen kompletten Bachelorstudiengang »Social Media« braucht keiner, so der Experte.

Auch die Verschulung des Systems hat nicht unbedingt positive Effekte – denn »spielend lernt man am besten«, lautet Herrn Ladendorffs Devise. Wenn man nach sechs Semestern ausgepowert ist und erst einmal ein Jahr Urlaub braucht, kann das nicht der Sinn der Sache sein. Ein weiteres Problem: Das Zulassungssystem. Jede Hochschule brüht da ihren eigenen Kaffee, da sollte man sich doch einigen können, ob der Notendurchschnitt zählt, oder ob es einen Eignungstest geben soll. Kritisch sieht Herr Ladendorff auch die Tatsache, dass der Master nicht mehr durch BAföG unterstützt wird. Das benachteiligt genau an der falschen Stelle.

Auf die Frage, was er persönlich machen würde, wenn er jetzt Student wäre, der gerade seinen Bachelor im Medienbereich abschließt, antwortet Herr Ladendorff lächelnd: »Ich würd erst einmal eine Weltreise machen!«

Essentials

- Nach dem Bachelor Berufserfahrung sammeln – und den Master eventuell aus dem Beruf heraus nachholen.
- In der Medienbranche zählt der Abschluss nicht so viel bei Beförderungen – man muss sich gut verkaufen können.
- Soft Skills und Leidenschaft sind ausschlaggebend für die Einstellung.

8.2 Hochschule wird überbewertet

Experteninterview mit Frauke Narjes vom Career Service der Universität Hamburg

Interview: Frauke Narjes, Coach und Trainerin, Women's Career Center
 Ort: Career Service der Universität Hamburg
 Datum: 2012-05-15, 15:00 Uhr bis 15:30 Uhr

Es ist ein regnerischer Tag in Hamburg, als wir das Gebäude des Career Service der Uni Hamburg betreten. Das Interview scheint unter keinem guten Stern zu stehen. Erst war kein Diktiergerät für die Aufnahmen vorhanden, dann dieses Wetter. Zu guter Letzt ist im Career Service dank eines Assessment-Center-Trainings kein Raum frei und wir müssen eine kleine, dunkle Kellertreppe hinab und in einem mit Neonlicht beleuchteten Raum Platz nehmen. Unser Licht am Horizont ist heute unsere Interviewpartnerin Frauke Narjes. Wir treffen eine Frau, die kein Blatt vor den Mund nimmt und ihre Meinung selbstbewusst vertritt, auch wenn sie damit jemandem auf die Füße treten sollte.

Bachelor wird schlechter gemacht, als er tatsächlich ist

Frau Narjes, Coach und Trainerin im Career Service der Universität Hamburg, ist besonders auf die Bereiche »berufliche Veränderungssituationen« und »Umgang mit Schicksalsschlägen« spezialisiert. Aus ihrer täglichen Erfahrung mit Studierenden, Absolventen und Absolventinnen und Unternehmen weiß sie einiges zum Thema »Bachelor und Master« zu sagen.

»Ich finde, der Bachelor wird schlechter gemacht, als er ist«, eröffnet Frau Narjes das Gespräch. Der Unterschied zwischen dem, was verändert wurde und dem, was in den Medien kommuniziert wird, ist ihrer Meinung nach sehr groß. Besonders die negative Berichterstattung über die neuen Studiengänge und die daraus resultierende allgemeine Meinung kritisiert sie. »Ich finde die Medien spielen da eine sehr unheilvolle Rolle. Was passiert ist, ist eine eindeutige Verklärung der Vergangenheit. Es wird so getan, als wenn mit Diplom und Magister alles super gewesen wäre.« Sie fügt außerdem hinzu: »Was ich in Deutschland bemerkenswert finde, ist, dass immer so hysterisch über etwas geredet wird. Es wird immer sofort der Untergang des Abendlandes propagiert«.

Dabei solle man Deutschland einfach etwas Zeit lassen, um das neue System zu akzeptieren und sich daran zu gewöhnen. Das Problem mit der Umstellung auf Bachelor und Master in Deutschland sieht Frau Narjes in dem Fakt, dass das vorherige System in Deutschland im internationalen Vergleich am weitesten vom neuen System entfernt war. »Es wird ja auch wieder nachjustiert«, bemerkt Frau Narjes. Denn auch sie sieht Bedarf einer Nachjustierung: Insbesondere die Diplomstudiengänge an den Fachhochschulen hätte man als Vorbild nehmen können. »Ich finde, die Fachhochschulen hat es wirklich tragisch getroffen«, erklärt sie. Die stattgefundene Verkürzung der Studienzeit auf drei Jahre (beziehungsweise dreieinhalb Jahre) hält sie für falsch. Man hätte, wie viele andere Länder auch, einfach bei einer Regelstudienzeit von vier Jahren im Bachelor bleiben können und stattdessen den Master auf ein Jahr verkürzen. So wäre im Bachelorstudium mehr Platz für Praxisphasen und man müsste für den Master nur noch ein Jahr aus dem Beruf aussteigen anstelle von zwei Jahren.

Engländer haben das Gefühl, wir haben nicht alle Tassen im Schrank

Frau Narjes erzählt, dass in England 90 Prozent der Studierenden die Hochschule mit dem Bachelor verlassen, was dort völlig normal ist. »Die Engländer haben das Gefühl, wir haben nicht alle Tassen im Schrank, dass 100 Prozent den Master machen müssen«, sagt sie lachend. Es wäre etwas »sehr Deutsches«, davon auszugehen, dass jeder Bachelorabsolvent noch einen Master machen soll. In der Berufswelt sei vor allem der Inhalt des Studiums wichtig, nicht der Grad des Abschlusses. Als Beispiel nennt sie uns die Studiengänge »Maschinenbau« und »Geschichte«. Während man auch als hochgradig begabter Geschichtsabsolvent nur schwer einen Arbeitsplatz bekommt, sind Maschinenbauer gerade sehr gesucht. »Da können Sie auch mit einem Bachelor mit einer 2,5 oder drei die Uni verlassen und da können Sie auch teilweise Flecken auf die Bewerbungsunterlage machen«, fügt Frau Narjes mit einem Augenzwinkern hinzu.

Meine Kinder dürfen alle den Master machen – wenn sie wollen

Den Master findet sie dann wichtig, wenn man Forschung und Entwicklung betreiben möchte. »Ich glaube, man ist noch mehr im wissenschaftlichen Arbeiten ausgebildet, wenn man den Master macht«. Man hätte innerhalb von fünf Jahren deutlich mehr Möglichkeiten, wissenschaftlich arbeiten zu üben, als in drei Jahren. Zumindest theoretisch. Lachend fügt sie hinzu: »Ob das besser ist als Ergebnis, das weiß man nicht.«

Wenn man vor der Entscheidung steht, einen Master zu machen, sollte man sich laut Frau Narjes Folgendes fragen: Was ist grade hilfreich für das, was ich anstrebe? Was will ich erreichen? Was wäre dafür hilfreich? Und besonders: Wie gerne lerne ich?

»Ich habe drei Kinder und die dürfen alle den Master machen – wenn sie wollen.« Da ihre Kinder sich derzeit alle im Studium befinden, hat sich die Frage in ihrer Familie auch schon oft gestellt. »Und das finde ich gut an dem neuen System: dass sie es nicht mit Mitte Zwanzig entscheiden müssen.« Wenn man merkt, »das reicht mir erstmal«, kann man erstmal etwas anderes machen. Das stellt für sie einen deutlichen Vorteil zum alten System dar. »Manchmal muss man einfach Pause machen und neu überdenken.« Und wenn man sich im Arbeitsleben befindet und merkt, man möchte eine neue Richtung finden, kann man immer noch ein Masterstudium beginnen, wie Frau Narjes findet.

»Die Master sind ja in der Regel spezialisierter als die Bachelorstudiengänge«, und das findet sie auch gut. Wenn man möchte, kann man für sich interessante Themenbereiche noch einmal vertiefen. Sie betont: Es ist die eigene, freie Entscheidung, welche Qualifikationen man noch zusätzlich erwerben möchte.

»Es kommt nicht drauf an, was real ist, sondern was im Kopf wichtig und bedeutsam ist.«

Auf die Frage, wie die Karrierechancen bei Bachelor- und Masterabsolventen aussehen, denkt Frau Narjes erst einmal nach. Problematisch findet sie, dass es zu wenige Erfahrungswerte von den Masterabsolventen gibt, da der Abschluss noch sehr neu ist und erst in diesem Jahr der letzte Studiengang auf den Master umgestellt wurde. Sie erklärt, dass Bachelorabsolventen durchaus eine hohe Position erreichen können. Man lernt schließlich auch noch nach der Universität weiter.

Sie kann sich allerdings vorstellen, dass in Deutschland Personaler, die selbst einen Master oder ein Diplom haben, bei Bachelorabsolventen denken werden, dass diese den Aufgaben nicht gewachsen sind. Es könnte zu den »Spielregeln« gehören, dass man einen Master braucht, um

überhaupt in Führungspositionen zu gelangen. »Querdenker werden ja nicht aufgenommen. Sie dürfen ja auch nicht einen schäbigen Golf fahren, wenn Sie in der Führungsetage sind. Obwohl man sich fragt, warum das so ist, aber es ist so.« Lange war eine Promotion wichtig, um eine Führungsposition erreichen zu können. Dabei qualifiziert dies überhaupt nicht dafür, ob man mit Menschen arbeiten oder Projekte leiten kann, sondern nur, dass man wissenschaftlich alleine forschen kann, wie Frau Narjes bemängelt.

Bachelor ist in den Unternehmen angekommen

Insgesamt steht sie den neuen Studiengängen positiv gegenüber. Die Wirtschaft hätte die Bachelorstudiengänge insgesamt sehr gut angenommen. Bei der Frage nach dem Vergleich zwischen den alten und neuen Abschlüssen (»Mit was setzt man das Diplom gleich? Bachelor oder Master?«) schlägt sie den Unternehmen lachend vor, ihre Angestellten zu beobachten und das selbst herauszubekommen. »Ich kann nachvollziehen, dass Menschen so gern einen Richtwert hätten, wie Menschen funktionieren. Aber die größte Herausforderung ist ja, dass Menschen keine Maschinen sind. Und das werden sie niemals werden.«

Dass die Praxisphase im Bachelor nur noch ein halbes Jahr beträgt, während sie im Diplom noch ein Jahr betrug, empfindet Frau Narjes als Verschlechterung. Allerdings ist es den Studierenden selbst überlassen, mehr Praktika zu machen. Niemand zwingt die Studierenden dazu, nur drei Jahre statt vier Jahre den Bachelor zu studieren, auch wenn dies in der Öffentlichkeit behauptet wird und nach Frau Narjes Erfahrung viele Studierenden im ersten Semester noch davon ausgehen, dass sie nach der Regelstudienzeit exmatrikuliert werden.

Frau Narjes ärgert, dass oft so getan wird, als hätte es vorher keine Debatten über Verbesserungen der alten Studiengänge gegeben. Es gab vorher unzählige Medienberichte, dass im internationalen Vergleich die deutschen Hochschulabsolventen zu alt sind. Daher wurden in Deutschland die Einschulung mit fünf Jahren, das Abitur nach 12 Jahren sowie der kurze Bachelor und der kurze Master eingeführt. Nun kommen die Bachelorabsolventen jünger in den Beruf und können oft durch ihre fehlende Lebenserfahrung nicht so schnell Verantwortung übernehmen, wie es bei den Diplomanden war. Daher empfiehlt sie Unternehmen, die jungen Absolventen mit Trainee- und Entwicklungsprogrammen weiterzubilden.

Welche Fertigkeiten braucht ein Mensch, um eingestellt zu werden?

Frau Narjes betont, dass eine Hochschulausbildung im Allgemeinen auch »nur« ein Bestandteil der Bildung ist »Es ist ein arrogantes Denken der Universität, dass Menschen nur arbeitsfähig wären, weil sie einen Hochschulabschluss gemacht haben«, erklärt sie. Gerade die »weichen Faktoren« oder »Soft Skills« hält sie für den ausschlaggebenden Faktor bei der Einstellung von Bewerbern. Bei identischem fachlichen Profil und etwa gleicher Berufserfahrungen würde sie besonders auf soziale Kompetenzen und die Persönlichkeit des Bewerbers achten. Wichtige »Soft Skills« sind ihrer Meinung nach Flexibilität, Kooperationsfähigkeit, die Bereitschaft, Wissen zu teilen und die Fähigkeit zum »Um-die-Ecke-Denken«. Zudem muss in jedem Unternehmen entschieden werden, inwieweit eine Person mit ihrem Habitus und ihrer persönlichen Kultur ins Team passt.

Auch interkulturelle Kompetenz hält Frau Narjes für wichtig. Allerdings bemängelt sie, dass interkulturelle Kompetenz oft mit Auslandserfahrung gleichgesetzt wird. Das ist falsch, wie sie findet. »Ich kenne viele Leute, die haben eine Schrebergartenmentalität, obwohl sie ein Leben lang im Ausland waren.« Oft wird ein Auslandsaufenthalt vorausgesetzt. »Wenn sie bei Gruner+Jahr zum Beispiel eine Führungsposition haben wollen, dann müssen sie im Ausland gewesen sein. Das ist eine Bedingung, die das Unternehmen festlegt.« Dabei geht es Frau Narjes

bei der interkulturellen Kompetenz um andere Dinge: »Man muss lernen, aus verschiedenen Perspektiven blicken zu können.«

Bildung ist ein Privileg

Die entspannte Sichtweise von Frau Narjes steckt an, macht Mut und Lust auf mehr Bildung. Sie erinnert uns daran, dass Bildung ein Privileg ist. Sogar ein sehr schönes Privileg, wie sie betont, für das sie jederzeit Geld ausgeben würde. »Das finde ich wichtiger als Häuser oder Autos oder sonst irgendetwas. Wenn man Geld für Bildung ausgibt, gibt es immer einen »Return on Investment«. Es ist immer ein Gewinn.« Es sei doch etwas Schönes, fünf Jahre studieren zu können, wenn man Lust darauf hat. Es sollte nur kein Zwang sein.

Essentials

- Der Master ist wichtig, wenn man in die Forschung gehen möchte.
- Bei der Einstellung haben »Soft Skills« einen sehr hohen Stellenwert.
- Es ist den Studierenden selbst überlassen, ob sie noch mehr Qualifikationen im Studium erwerben. Der Abschluss sagt nicht viel darüber aus.

8.3 Master notwendig?

Interview mit Melanie Grell vom *e-fellows.net*-Karrierenetzwerk

Interview: Melanie Grell, Betreuung von Hochschulmarketing, Partnerunternehmen, Stipendien-Datenbank und Redaktion bei *e-fellows.net*

Ort: Telefoninterview

Datum: 2012-06-19, 15:30 U bis 15:45 Uhr

Braucht man zwingend einen Masterabschluss? Und wenn ja, wann sollte man diesen in seiner Laufbahn unterbringen? Wir führen ein nettes Telefoninterview mit einer jungen und aufgeschlossenen Frau Grell aus München, die sich in dem deutschlandweit agierenden Karrierenetzwerk E-fellows.net engagiert.

Zu Beginn wollen wir von Frau Grell wissen, ob sie der Aussage zustimmt, dass den Absolventen der neuen Studiengänge Bachelor und Master oftmals die Praxiserfahrung fehlt. »Also was ich so mitkriege, ist es einfach schwieriger für Bachelorstudenten, wirklich viel Praxiserfahrung zu sammeln, weil das Studium so gestrafft wurde.« In vielen Studiengängen seien zudem durch Projekte in den Semesterferien keine Zeit mehr für Praktika.

Allerdings fügt Frau Grell hinzu, dass sie in ihrer Firma auch schon Bachelorabsolventen eingestellt haben, bei welchen sie sich nicht über mangelnde Praxiserfahrung beschweren kann. Dies liegt aus ihrer Sicht auch am Studiengang, da bei *E-fellows.net* vor allem Absolventen aus den Geisteswissenschaften eingestellt werden. Insgesamt habe sie aber das Gefühl, dass es schwieriger geworden ist, im Studium Praxiserfahrung zu sammeln.

Unterschied: Bachelor – Master – Diplom

Den Unterschied zwischen Bachelor- und Masterabsolventen sieht Frau Grell vor allem darin, dass Masterabsolventen oft schon im Beruf waren oder ein »gap year« zwischen Bachelor und Master eingelegt haben und sich dadurch schon auf etwas spezialisiert haben. Allerdings findet sie gerade die »ungeformten« Bachelor interessant. »Also sagen wir mal so: So ein Bachelorabsolvent ist dadurch, dass er jünger ist und weniger Erfahrung hat, wahrscheinlich leichter formbar für das Unternehmen.« Doch auch diejenigen, die weiter studiert haben, haben laut Frau Grell ihre Vorzüge: »Allerdings sind Masterabsolventen natürlich auch reifer als Bachelorabsolventen«.

Ähnlich sieht sie den Vergleich zwischen Bachelorabsolventen und Diplomanden. Das Diplom und den Master setzt Frau Grell trotzdem nicht gleich. »Ich glaube, es gibt auch noch mal einen Unterschied zwischen Diplom und Master, weil Master ja doch noch mal spezialisierter sind. Da machen sich die Studenten schon viel mehr Gedanken ›Was mache ich eigentlich für einen Master? Wo will ich mal hin?« Im Diplomstudiengang sieht sie nicht so viele Spezialisierungsmöglichkeiten wie im Master. Gleichzeitig kritisiert sie aber die kurze Dauer und die hohe Dichte des Unterrichtsstoffes der neuen Studiengänge: »Beim Diplom ist man von Anfang bis Ende in gleichen Studiengang, und das wahrscheinlich noch viel entzerrter als bei Bachelor und Master zusammen.«

Karriereentwicklungen

Die Frage, ob Angestellte mit Master oder Diplom bessere Karrierechancen haben als Bachelorabsolventen, verneint Frau Grell. »Wenn man mit dem Bachelor einsteigt, steigt man vielleicht auf einem anderen Niveau ein als ein Masterabsolvent, aber das ist ja eigentlich auch so gewollt. Als Bachelorabsolvent hat man halt die Vorteile, dass man später noch einen Master machen und sich wirklich spezialisieren kann. Und dann kann man ja immer noch höher oder woanders einsteigen.« Aber auch ohne Master kann man ihrer Meinung nach Karriere machen. »Ich würde jetzt einem Bachelorabsolventen nicht grundsätzlich absprechen, dass er so weit kommt, wie ein Masterabsolvent.« Auf langfristige Sicht rät sie aber dazu, im späteren Berufsleben den Master nachzuholen: »Es kommt natürlich darauf an, welche Abschlüsse er noch nachholt. Wenn man bei dem Bachelor bleibt, wird man sicher nicht so weit kommen, wie durchschnittlich mit dem Master oder einer Promotion«.

Neue Einstiegspositionen für Bachelor und Master

Soweit schon verschiedene Einstiegspositionen für Bachelor und Master vorhanden sind, steigen die Master schon höher in den Beruf ein, berichtet Frau Grell. »Obwohl ich glaube, dass viele Unternehmen da auch noch nicht wirklich verschiedene Einstiegspositionen geschaffen haben.« Die Unternehmen sollten sich ihrer Meinung nach bei jeder neu ausgeschriebenen Stelle je nach dort geforderten Aufgaben überlegen: »Passt die Aufgabe eher auf einen Bachelor oder auf einen Master?« Laut Frau Grell sollte man natürlich aber auch danach gehen, welches Fachwissen die Bewerber mitbringen und nicht nur danach schauen, ob die Person einen Bachelor oder einen Master hat. »Obwohl viele Unternehmen bestimmt auch ganz stark auf die Abschlüsse achten«, fügt Frau Grell hinzu. »Das ist halt relativ schwierig zu sagen.«

Insgesamt bewertet sie die Entwicklung zu speziell auf die Abschlüsse angepassten Einstiegspositionen aber als positiv. »Man merkt, dass immer mehr Unternehmen Einstiegspositionen schaffen, die speziell für Bachelorstudenten gedacht sind und wo die Aufgaben noch nicht ganz so umfangreich und eigenverantwortlich sind und wo es auch noch viele »Soft Skill-Schu-

lungen« und Weiterbildungen gibt. Es kommt halt immer darauf an, was ein Unternehmen braucht, ob sie jetzt einen Bachelor- oder Masterabsolventen nehmen.«

Weil der Bachelorabschluss mittlerweile in (fast) allen Studiengängen Einzug erhalten hat, rät Frau Grell den Unternehmen, sich auf die Bachelorabsolventen einzustellen: »Die kommen an den Bachelorabsolventen eh nicht vorbei, weil es bald gar keine anderen mehr gibt«.

Fachhochschule vs. Universität

Wir fragen Frau Grell, ob sie Unterschiede zwischen den Abschlüssen von Fachhochschulen und Universitäten sieht. »Ich will mir nicht anmaßen, das umfassend zu bewerten. Ein Universitätsabschluss hat einfach eine andere Ausrichtung als ein Fachhochschulabschluss.« Allerdings fügt sie hinzu, dass sicherlich bei der Fachhochschule ein größerer Praxisanteil und bei der Universität ein größerer Theorieteil zu erwarten ist. Welchen Abschluss die Unternehmen vorziehen, müssen diese aufgrund ihrer Anforderungen entscheiden. Allerdings meint Frau Grell, dass es dort noch immer unterschiedliche Meinungen gibt: »Viele Unternehmen sehen den Universitätsabschluss immer noch als höherwertig an. Das muss man definitiv sagen«.

Bachelor oder Master, oder doch erst einmal Berufserfahrung sammeln?

Das Interview mit Frau Grell zeigt auf, wie schwierig die Entscheidung ist, wann und ob man ein Masterstudium machen sollte. Sicherlich hängt es im Einzelfall von vielen Faktoren ab und es fehlen immer noch Erfahrungswerte, um einen guten Rat für jedes Studiengebiet geben zu können. Auf die Frage, ob sie selbst einen Masterabschluss machen oder sich mit dem Bachelorzeugnis bewerben würde, antwortet Frau Grell: »Also wenn ich das gleiche Studium noch einmal studiert hätte, würde ich mich mit dem Bachelor bewerben. Aber wahrscheinlich mit dem Hintergedanken, in zwei bis drei Jahren den Master zu machen. Oder vielleicht sogar schon nach einem Jahr.« Vielen Dank für den Tipp!

Essentials

- Bachelorabsolventen sind aus Unternehmenssicht noch besser formbar als Masterabsolventen.
- Als Bachelorabsolvent sollte man in seiner späteren Karriere auf jeden Fall noch einen Master machen.
- Immer mehr Unternehmen schaffen Arbeitsplätze, die speziell auf Bachelor- oder Masterabsolventen zugeschnitten sind.

8.4 Überqualifiziert ist man nie

Experteninterview mit Ines Wanke, Vorsitzende der BIB-Landesgruppe

Interview: Ines Wanke, Vorsitzende der Berufsverbands Information Bibliothek e. V. – Landesgruppe Hamburg
 Ort: Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften, Hamburg
 Datum: 2012-05-09, 14.30 bis 15.30 Uhr

Ines Wanke, Vorsitzende der BIB-Landesgruppe Hamburg und Direktionsassistentin in der Deutschen Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften im Gespräch über die Akzeptanz von Bachelor- und Masterabschlüssen im Bibliotheksbereich, Trends und Veränderungen in Bibliotheken und lebenslanges Lernen.

Über die Frage, worin Frau Wanke Differenzen zwischen Bachelor- und Masterabschlüssen sieht, musste sie erst einmal kurz nachdenken und gibt dann zu, dass sie einen genauen Unterschied zwischen dem Universitäts- und FH Bachelor/Masterabschluss nicht kennt. Für sie ist der Bachelorabschluss eher mit einem Diplom-Fachhochschulabschluss gleichzusetzen, während der Masterabschluss einem Diplom-Universitätsabschluss gleichkommt. Ihrer Meinung nach besetzen Kollegen, die einen Universitätsabschluss haben, Leitungspositionen, während die alltägliche Arbeit in der Bibliothek von Kollegen mit einem Bachelor/FH-Abschluss erledigt wird.

Diplom hat immer noch hohen Stellenwert

Der Diplomabschluss besitzt auch in der ZBW einen hohen Stellenwert, denn dort arbeiten noch vermehrt Diplomabsolventen. Die ZBW sucht, wie andere Personaler im Bibliotheksbereich auch, in Stellenanzeigen auch nicht nach Bachelor- oder Masterabsolventen, sondern nach Diplomanden oder vergleichbaren Abschlüssen. Für die Personaler besteht Frau Wankes Meinung nach noch keine Klarheit über die Unterschiede der Abschlüsse, sie orientieren sich an den bereits bekannten und »man lässt sich überraschen, was da sonst noch kommt«. So sind die Einstiegspositionen für Bachelor oder Master die gleichen wie für Diplomanden.

Karriere ist nicht von Abschlüssen abhängig

Arbeitsaufgaben beziehungsweise Tätigkeitsbereiche sind dabei entscheidender als die Art des Abschlusses, denn bei der Einstellung zählt im Grunde genommen ein abgeschlossenes Studium jeglicher Art. Master beziehungsweise Universitätsabsolventen finden sich aber eher in Leitungspositionen wieder, während Bachelor- beziehungsweise FH-Absolventen eher Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung bleiben. Jedoch ist der Werdegang sehr unterschiedlich, da neben dem Studienabschluss die persönliche Leistung am wichtigsten ist. Bei der Beförderung spielt weniger der Abschluss sondern eher persönliches Engagement und Leistungsbereitschaft eine Rolle.

Starre Gehaltsklassen

Im öffentlichen Dienst sind die Gehaltsgruppen klar definiert und die BIB-Landesvorsitzende betont, dass kein Absolvent hohe Gehaltsvorstellungen mitbringen sollte, da es festgelegte Tarifverträge gibt. In diesen Verträgen sind alle Tätigkeiten und die Höhe des jeweiligen

Gehalts eingruppiert. Bachelorabsolventen steigen grundsätzlich bei TVöD/E 9 ein, können jedoch nicht höher eingruppiert werden und haben damit keine Aussicht auf Gehaltserhöhungen. Bei Masterabsolventen hängt die Eingruppierung von der Tätigkeit ab und kann höher als E 9 sein. Höhere Positionen werden jedoch meist intern vergeben und selten mit Berufsanfängern besetzt, da dabei Berufserfahrung und ein gewisser Spezialisierungsgrad eine entscheidende Rolle spielt.

Spezialisierung und Berufserfahrung von besonderer Bedeutung

Der optimale Bewerber hat laut Wanke einen allgemeinen Überblick über die Aufgabenfelder und den Beruf von der Pike auf gelernt. Besonders wichtig sind jedoch auch Spezialisierungen. Besonders diejenigen, die sich auf neue Trends, wie zum Beispiel New Media, Metadaten Management oder Social Media Marketing spezialisiert haben, haben gute Chancen, da es in den Bibliotheken viele alteingesessene Mitarbeiter gibt, die die neuen Trends nicht kennen beziehungsweise sich nicht darauf einlassen wollen.

Berufserfahrung ist natürlich immer von Vorteil, ob Praktika jedoch relevant sind, hängt von der jeweiligen Bibliothek sowie vom Inhalt des Praktikums ab. Allgemeine Praktika, in denen der Praktikant nur einen Überblick über den Praktikumsbetrieb erhält, werden nicht unbedingt als Berufserfahrung eingestuft. Wichtiger sind projektbezogene Praktika, bei dem der Praktikant Projekte betreut und aktiv mitarbeitet. Diese Art der Praktika wird von Bibliotheken sehr positiv bewertet, besonders wenn das absolvierte Praktikum dem ähnelt, das die Bibliothek, in dem sich der Absolvent bewirbt, selbst anbietet.

Die Internationalisierung ist in Bibliotheken noch nicht angekommen. Fremdsprachen, insbesondere Englisch, sind von Vorteil, aber nicht unbedingt notwendig für den Arbeitsalltag in der Bibliothek. Auslandserfahrungen werden in Leitungsebenen natürlich positiv aufgenommen, da der Absolvent neben der Sprach- auch Erfahrungen mitbringt, wie an anderen Orten der Welt gearbeitet wird, es wird jedoch nicht vorausgesetzt.

Vorstellungsgespräche entscheiden

Bei Bewerbungen ist es besonders wichtig, dass möglichst alle Praxis- und Lernerfahrungen angegeben werden. Jeder der in der Ausschreibung geforderten Kriterien muss abgedeckt werden; darüber hinaus genannte Kriterien sind Pluspunkte. Der Umfang der Bewerbung ist im öffentlichen Dienst nicht ausschlaggebend und kann auch mehr als drei Seiten betragen, da »die Personaler das ja eh lesen müssen«. Entscheidend ist jedoch das Vorstellungsgespräch, in dem festgestellt wird, ob der Bewerber auch in das Team beziehungsweise zur Bibliothek passt. Für die Überprüfung der Arbeitsleistung gibt es schließlich die Probezeit. Nur für spezielle Bereiche wie die Indexierung gibt es einen Einstellungstest, da diese Tätigkeit nicht bei einem einfachen Gespräch abgefragt werden kann.

Tiefgreifende Änderungen des Bibliotheksberufs

Die Bibliothekslandschaft befindet sich aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung im Wandel und es werden immer mehr IT-Fachkräfte und weniger gelernte Bibliothekare eingestellt. Außerdem entstehen neue Marketing- und Forschungsabteilungen. Die Hamburger Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften zum Beispiel verfügt über einen ganzen Marketingstab, der auch das Social Media Marketing betreut. Damals bestand die Marketingabteilung aus einem einzelnen Bibliothekar, der sich alleine nach besten Wissen und Gewissen um das Bibliotheksmarketing kümmerte. Dennoch genießt laut Ines Wanke der Beruf des Bibliothekars nach wie vor ein hohes Ansehen. Kleinere Bibliotheksstellen »gibt es zwar nicht mehr, da viel

weggebrochen ist«, dennoch sind die Berufschancen gut, da mindestens eine Stelle für Bibliothekare in der Woche ausgeschrieben wird und momentan ein Generationswechsel stattfindet.

Hochschulqualifikationen ausreichend

Die Direktionsassistentin Wanke hat mit Hochschulabsolventen aus dem Bibliotheksbereich durchweg positive Erfahrungen gemacht. Die Ausbildung ist ihrer Meinung nach in Ordnung und auch die neuen Bereiche werden abgedeckt. Allerdings besteht noch Bedarf bei speziellen Arbeiten wie die Katalogisierung, da es für diese Bereiche zu wenig Bewerber qualifizierte Bewerber gibt. Die meisten Universitätsabsolventen haben keine bibliothekarische Ausbildung, sondern haben etwas anderes studiert und eine bibliothekarische Zusatzausbildung aufgesammelt. Die Qualifikation ist vom Tätigkeitsbereich in der Bibliothek abhängig.

Weiterbildungen sind immer von Vorteil

Wanke empfiehlt jedem Hochschulstudenten, den Master direkt im Anschluss an das Bachelorstudium zu machen, denn wenn man bereits in der Arbeitswelt ist, ist es sehr schwer den Job aufzugeben um wieder studieren zu gehen. Auch wenn der Einstieg für Masterabsolventen wahrscheinlich erst mal der gleiche wie für Bachelorabsolventen ist, sind in Zukunft die Aufstiegschancen besser. Wanke betonte, wie wichtig es ihr ist, dass man sich nach dem Studium weiterentwickelt und nie aufhört zu lernen, da das im Berufsleben oft viel zu kurz kommt. Auch bereits im Studium sollte man neugierig bleiben und sich fortbilden, Weiterbildungen machen und an Workshops teilnehmen. »In Bibliotheken wird man mit Kussband genommen, wenn man über gute Qualifikationen verfügt, überqualifiziert kann man nicht sein.«

Essentials

- Der Unterschied zwischen den Abschlüssen Bachelor und Master ist nicht genau bekannt und das Diplom ist als Abschluss immer noch hoch angesehen
- Fachliche Spezialisierung erleichtert den Berufseinstieg im Bibliothekssektor.
- Weiterbildung ist sowohl für Bachelor- als auch für Masterabsolventen immens wichtig.
- Neue Aufgabenfelder wie IT und Marketing gewinnen in der Bibliotheksarbeit an Bedeutung; das Berufsbild Bibliothekar wandelt sich deutlich.

9 Interviewanfragen

Nach so einem umfangreichen Projekt stellt sich natürlich immer die Frage, wie denn letztlich das Projekt verlaufen ist. Sowohl was die Durchführung und die Ergebnisse angeht, lohnt es sich anschließend Untersuchungen anzustellen, um eventuell wichtige Informationen zu Verbesserungspotenzialen für künftige Projekte und Unternehmungen zu erlangen. In diesem Sinne wurden die Projektmitarbeiter zu ihren Eindrücken und Erlebnissen während der Interviewpartnerakquise befragt.

Der anfänglichen Euphorie bei den Vorbereitungen des Projektes sollte im weiteren Projektverlauf eine ebenso produktive wie erfolgreiche Durchführungsphase folgen. Alle Projektteilnehmer waren zuversichtlich und entschlossen die geplanten Interviews durchzuführen. Durch die Erstellung einer Kontaktliste sollte sichergestellt werden, dass auch genügend Interviewpartner für die Auswertung zusammenkamen und durch bewusst gewählte Unternehmensvielfalt auch möglichst viele Aspekte der Hamburger Medienwirtschaft berücksichtigt werden konnten.

Die Akquise verlief zunächst erfolgreich, da die meisten Projektmitarbeiter schon während ihrer Ferienjobs, Praktika oder Praxissemester im Bachelorstudium erste Kontakte in der Medienbranche gesammelt hatten und sich zunächst um diese Interviewpartner bemühten. Im Nachhinein wurden diese Interviews als die am einfachsten zu akquirierenden während der Anfragephase bezeichnet, da die Projektmitglieder durch ihre vorherige Bekanntschaft mit diesen auch leichter an die Personalchefs herantreten und für ein Interview gewinnen konnten, in diesem Zusammenhang fiel auch der Begriff Vitamin B, was sich auch hier als hilfreich erweisen sollte.

Bei den anderen Unternehmen mussten die Teams teilweise energischer vorgehen, da die meisten Wunschpartner ein Interview aus verschiedenen Gründen verweigerten. Oft sahen die angefragten Personen nicht den Handlungsbedarf, auf Anfragen überhaupt zu antworten, oder es konnte teilweise auch auf mehrfaches Nachfragen hin kein Ansprechpartner im Unternehmen benannt werden, der hätte befragt werden können.

Bei Unternehmen wie beispielsweise guentiger.de oder dem deutschen Journalistenverband war der Ansprechpartner gerade im Urlaub oder der Termin würde den zeitlichen Rahmen des Projektes überziehen. Auch bei einigen Instituten wie der Agentur für Arbeit und der Handelskammer fühlte sich niemand zuständig, und die Bemühungen mussten eingestellt werden.

Die Interviewpartner begründeten Ihre Ablehnung meistens mit Zeitmangel oder mangelnder Fachkenntnis über die neuen Abschlüsse. Seltener kam es vor, dass die Ansprechpartner offen aussprachen, was man sich schon denken konnte: »Wir sehen in diesem Projekt keinen Nutzen für unser Unternehmen«, oder »wir möchten an ihrem Projekt einfach nicht teilnehmen«.

Erfreulicherweise gab es aber auch erfolgreiche Bemühungen, die wirklich hilfreiche und interessante Informationen zutage förderten. Einige Personalchefs zeigten sich von unserem Projekt überzeugt und haben lange und offen Auskunft über ihre Meinung zu dem Thema gegeben, anderen ließen sich einfach zu einem Interview überreden und zeigten sich im Anschluss ebenfalls interessiert an dem Projekt.

Daher freuen wir uns, trotz der entstandenen Probleme mit dem Akquirieren der Interviewpartner, letztlich doch ein aussagekräftiges Ergebnis erzielt haben.

10 Analyse von Stellenanzeigen

Das Image und die Akzeptanz der Studienabschlüsse Bachelor und Master im Medien- und Informationsbereich lassen sich nicht nur durch Interviews mit Personalverantwortlichen untersuchen, denn auch durch die Stellenausschreibungen der Unternehmen in dieser Branche lässt sich ein Meinungsbild erstellen. Die Analyse von Stellenausschreibungen bietet damit die Möglichkeit eines Blickes von außen, zusätzlich zu den durchgeführten Interviews.

In diesem Kapitel wird untersucht, welche Anforderungen an Berufseinsteiger bei der Bewerbung gestellt werden. Ein Aspekt der Untersuchung ist es zu erforschen, ob wie bisher nur ein Diplomabschluss gefordert wird, oder ob sich die Medien- und Informationsbranche soweit angepasst hat, dass auch oder ausschließlich Bachelor- und Masterabschlüsse gefordert werden. Außerdem wird untersucht, welche weiteren Kenntnisse und Fähigkeiten der Bewerber vorweisen muss, um sich für das Arbeitsangebot zu qualifizieren. Hinzu kommt der Aspekt der Berufserfahrung, die insbesondere für Berufseinsteiger schwer zu erfüllen ist und mit welchen Gehaltsvorstellungen ein Anfänger in die Arbeitswelt einsteigen kann.

In den folgenden Kapiteln sollen zuerst die angesprochenen Kriterien, deren Herleitung, und die genaue Vorgehensweise bezüglich der Auswertung der Stellenanzeigen erläutert werden. Im Anschluss erfolgen eine Auswertung der Anzeigen sowie ein Fazit bezüglich der Anforderungen, die derzeit an Berufseinsteiger gestellt werden.

10.1 Die Vorgehensweise

Zwanzig ausgewählte Stellenanzeigen wurden genauer untersucht, wobei festzuhalten ist, dass diese Auswahl keineswegs als repräsentativ angesehen werden kann und somit rein explorativen Charakter hat. Die Stellenanzeigen wurden nach bestimmten Kriterien ausgewählt. Zum einen sollten sie so aktuell wie möglich sein, weshalb keine Anzeigen zugelassen wurden, die zum derzeitigen Zeitpunkt älter als drei Monate waren. Außerdem mussten sie aus dem Bereich Medien, Information, Marketing oder IT stammen. Ein weiteres Suchkriterium war, dass die Stellenanzeigen auch Berufseinsteiger ansprechen, um für diese Gruppe relevante Aussagen treffen zu können. Insgesamt wurde bei der Auswahl der Stellenanzeigen versucht, ein Gleichgewicht aller Berufssegmente herzustellen. Dieses ist jedoch nicht vollständig möglich, da beispielsweise im Bereich der Bibliotheken derzeit keinerlei Stellengesuche im Großraum Hamburg zu finden waren.

Als Quellen dienten die Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit (BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2012), die Online-Jobbörse von Stepstone, die unter anderem auf Fachkräfte ausgerichtet ist (STEPSTONE 2012), sowie das Online-Karriereportal Monster (MONSTER 2012). Um vermutete Metasuchmaschinen der einzelnen Branchen zu finden und abzudecken, wurden mehrere Suchen via Google durchgeführt. Gesucht wurde dazu mit den Suchbegriffen »Stellenangebot + Hamburg + [jeweilige Branche]« (zum Beispiel Bibliothekar).

Innerhalb der jeweiligen Suchmaschinen wurde bei der erweiterten Suche wie folgt vorgegangen. Der Arbeitsort wurde auf Hamburg und die Branche oder Kategorie auf Marketing, Medien, Information und IT eingegrenzt. Außerdem wurde der Karrierestatus auf Berufseinsteiger festgelegt, damit die bereits erarbeiteten Kriterien erfüllt werden. In einzelnen Fällen

wurde auch direkt mit der Berufsbezeichnung (zum Beispiel Archivar, Bibliothekar) als Schlagwort gesucht.

Für die Auswertung der Stellenanzeigen wurden folgende Kriterien festgelegt, die den Aufbau einer typischen Stellenanzeige widerspiegeln:

- *Begriffe*: Welche Begriffe werden ggf. für ein Hochschulstudium verwendet (Bachelor, Master, Diplom, andere oder gar keine)?
- *Stelle*: Wird bei dem Stellenangebot eine leitende Position vergeben, gibt es dort Personal- oder andere Arten von Verantwortung, die auf den Bewerber zukommen?
- *Gehalt*: Mit welchem Gehalt kann der Bewerber rechnen oder muss er selbst dazu Angaben machen?
- *Qualifikation*: Welche Qualifikationen muss der Bewerber mitbringen und welche Fachkenntnisse oder Soft Skills sind Voraussetzung für die angebotene Stelle?
- *Erfahrung*: Was für Erfahrungen werden vorausgesetzt? Werden bei Berufseinsteigern Praktika oder gar Berufserfahrung vorausgesetzt?
- *Sprache*: Welche Sprachkenntnisse muss der Bewerber vorweisen können?

10.2 Die Auswertung der Stellenanzeigen

Bei der Auswahl der Stellenanzeigen fiel auf, dass in Hamburg viele Angebote für Berufseinsteiger in der Medien- und Informationsbranche aus Praktika oder Volontärstellen bestehen. Bemerkenswert viele Anzeigen stammen aus dem Bereich des Online Marketing, was auf einen Boom dieser Marketingentwicklung hindeutet. In den 20 ausgewählten und analysierten Stellenanzeigen aus Mai-Juni 2012 ergibt sich daher folgende Branchenverteilung:

- acht Praktika/Trainee/Volontärstellen, überwiegend im Redaktionsbereich;
- sechs Stellen im Bereich Online Marketing;
- sechs einzelne Stellen: Informationsarchitekt, Marketing Manager, Archivar, Research Manager, Dokumentenmanager, Kundenberater;
- keine Stellen aus dem Bibliotheksbereich.

Bild 16 verdeutlicht, wie hoch der Anteil von Stellenanzeigen aus dem Bereich Online Marketing ist, und wie viele Anzeigen Berufseinsteigern erst einmal nur eine Trainee/Praktika/Volontärstelle ermöglichen, obwohl darauf geachtet wurde, möglichst viele Festanstellungen in die Auswertung mit aufzunehmen. Nach den Kriterien für die Bewertung der Stellenanzeigen ergab sich folgender Überblick.

Begriffe

15 Anzeigen verlangen ein Hochschulstudium, vier geben keine Angaben und eine setzt eindeutig kein Studium voraus. Von den 15 Anzeigen, die ein Hochschulstudium verlangen, nennt keine Anzeige den Begriff »Diplom«, überwiegend wird der neutrale Begriff »abgeschlossenes Hochschulstudium« verwendet, nur in einzelnen Fällen werden die neuen Abschlüsse genannt. Zwei Mal werden explizit Bachelorabsolventen angesprochen, wovon einmal gleichzeitig Masterabsolventen genannt werden. Dies lässt den Schluss zu, dass der Abschluss in der Branche keine allzu große Rolle spielt und Personaler sich das Leben erleichtern, indem sie nicht »Diplom« oder »Bachelor« schreiben, sondern einfach »Hochschulstudium«.

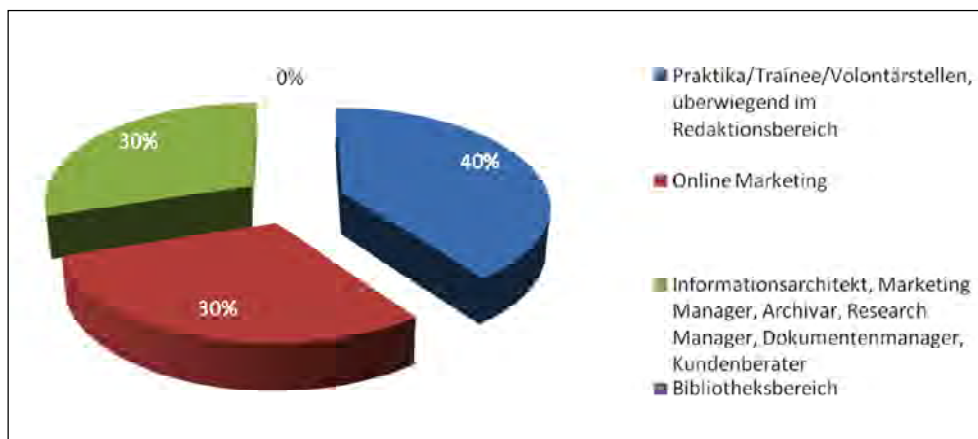


Bild 16: Branchenverteilung der Stellenausschreibungen

Stelle

Der überwiegende Teil der Stellenangebote sieht keine Führungsverantwortung vor. Am ehesten trifft man im Online Marketing auf Budget- und Projektverantwortung. Klare Führungspositionen setzen immer gleich mehrere Jahre Berufserfahrungen voraus. Der direkte Weg vom Abschluss in eine Führungsposition scheint nicht oder nur schwer möglich.

Gehalt

Bei Gehaltsangaben halten sich alle Stellenanzeigen stark zurück. Lediglich der »Archivar« erfährt, wie viel er verdienen kann, da er tariflich eingestuft wird. Vereinzelt steht bei Praktikumsstellen ein Vergütungshinweis, aber in der Regel wird in den Stellenanzeigen keine Angabe gemacht und in vier Fällen muss der Bewerber schon in der ersten Bewerbung eine Gehaltsvorstellung angeben. Daraus lässt sich schließen, dass das Gehalt in der Medien- und Informationsbranche »Verhandlungssache« ist. Der Bewerber muss wissen, wie viel Gehalt er bei welchem Job erwarten kann und sich entsprechend präsentieren.

Qualifikation

Die Anforderungen an die Qualifikation der jeweiligen Bewerber ähneln sich überraschend stark. Je nach Stelle werden natürlich spezielle Fachkenntnisse verlangt, wie zum Beispiel für den Marketing Manager Kenntnisse über Kampagnensteuerungen, oder Wissen über Usability und Szenario-Technik für den Informationsarchitekten. Ansonsten nennen alle Stellenanzeigen Soft Skills als wichtige Voraussetzung. Die am häufigsten genannten Soft Skills sind Kommunikationsfähigkeit, Eigenständigkeit, Leidenschaft/Engagement, Teamfähigkeit und Kreativität. Oft ist die Liste der erwarteten Soft Skills länger als die Liste der erforderlichen Fachkenntnisse.

Grundlegende Computerkenntnisse wie Microsoft Office, Internetkompetenz etc. werden vorausgesetzt. Der Schluss liegt nahe, dass Fachkenntnisse zwar wichtig sind, aber der Ausschlag im Bewerbungsgespräch bei den Soft Skills liegen kann, was auch Erkenntnisse aus dem »Stand der Forschung« unterstützen. In der Medien- und Informationsbranche geht es den am häufigsten genannten Soft Skills zufolge vor allem darum, sehr kommunikativ zu sein, sich präsentieren zu können und mit Leidenschaft zu arbeiten. Die Soft Skills spiegeln sehr deutlich die Kreativität der Branche wieder und die Bedeutung, die der Arbeit in Teams zukommt.

Erfahrung

Erfahrungen sind grundlegend von Vorteil und stehen in fast allen Anzeigen als Voraussetzung beziehungsweise stark betontes Wunschkriterium, was auch die Erkenntnisse zum Stand der Forschung bestätigen. Vor allem für Führungspositionen wird mehrjährige Berufserfahrung erwünscht, bei Einstiegspositionen scheinen die Personaler allerdings zu wissen, dass sie kaum Absolventen ansprechen und gleichzeitig drei Jahre Berufserfahrung verlangen können. Doch auch bei Einstiegspositionen zählen erste Erfahrungen – am besten branchenspezifische. Gerade bei Redaktionen und im Rundfunk sind Praktika und Volontariate laut den Stellenausschreibungen ein wichtiges Auswahlkriterium.

Sprache

Etwas mehr als 50 Prozent der Anzeigen machen Angaben zu erforderlichen Sprachkenntnissen. In all diesen Fällen sind sowohl gute Deutsch- als auch Englischkenntnisse erforderlich. Bei den übrigen Anzeigen spielen Sprachkenntnisse keine Rolle, deswegen hängt vermutlich die Bedeutung dieses Kriteriums stark von der jeweiligen Position ab und kann nicht allgemein für die Medien- und Informationsbranche festgelegt werden.

Zusammenfassend lassen sich folgende Ergebnisse bei der explorativen Analyse von 20 ausgewählten Stellenausschreibungen aus der Medien- und Informationsbranche in Hamburg festhalten:

- Bachelor & Master sind aus Stellenausschreibungen nicht ausgeschlossen, werden aber grundsätzlich sehr selten explizit genannt. Es werden eher neutrale Formulierungen benutzt.
- In der Hamburger Medien- und Informationsbranche gibt es unendlich viele Praktika/Volontärstellen, aber wenige Festanstellungen und noch weniger Angebote für Studienabsolventen mit Führungsverantwortung.
- Gehälter müssen ausgehandelt werden, Branchenkenntnisse helfen bei der Angabe einer Gehaltsvorstellung.
- Fachkenntnisse sind Grundvoraussetzung, ausschlaggebend sind Soft Skills wie Kommunikationsfähigkeit, Eigenständigkeit, Leidenschaft/Engagement, Teamfähigkeit und Kreativität.
- Praxiserfahrungen aus der Branche sind ein Muss und können den Ausschlag geben.
- Sprachkenntnisse sind grundsätzlich von Vorteil, aber nicht unbedingt erforderlich.

10.3 Fazit

Eine Analyse von Stellenausschreibungen aus der Hamburger Medien- und Informationsbranche unterstützt grundsätzlich Ergebnisse aus dem Stand der Forschung, was die Bedeutung von Erfahrungen und Soft Skills angeht. In Bezug auf die Forschungsziele ergeben sich folgende Aussagen:

- Die neuen Abschlüsse sind als Option in Stellenausschreibungen angekommen.
- Es wird tendenziell nicht zwischen Bachelor- und Masterabsolventen in Stellenausschreibungen unterschieden.
- Ausschlaggebende Kriterien für Bewerber sind vor allem Soft Skills und Praxiserfahrungen.

Diese Erkenntnisse untermauern die aus den Interviews gewonnenen Eindrücke. Bachelor und Master haben in der Hamburger Medien- und Informationsbranche auch unseren Interviews zufolge sehr ähnliche Einstiegs- und Aufstiegschancen. Außerdem betonen Personaler und Experten die Bedeutung von Praxiserfahrungen und Soft Skills in der Berufswelt.

11 Quantitative Auswertung

Die quantitative Auswertung der Forschungsstudie bezieht ihre Daten aus dem Element Blitzlicht (Teil B) und den Einschätzungsfragen (Teil D) des Leitfadens für die Befragung für Unternehmen. Ziel dieses Projektmoduls ist es, die in den Interviews quantitativ gewonnenen Informationen zu erfassen, statistisch auszuwerten und für die Gesamtauswertung der Studie veranschaulichend darzustellen.

Das folgende Kapitel fasst die Erkenntnisse der quantitativen Auswertungen aus 16 Interviews mit Personalern aus Hamburger Medienunternehmen zusammen und bereitet sie grafisch auf. Da nicht alle Personalern auf alle Aspekte eingegangen sind, variiert die Grundgesamtheit der Antworten zum Teil (vgl. Tab. 3, letzte Spalte »Zählende Meinungen«). Die Abweichungen wurden in den Diagrammerstellungen berücksichtigt.

11.1 Erkenntnisse der quantitativen Auswertungen

Zunächst werden die Erkenntnisse der Blitzlicht-Befragungen dargestellt. Ihnen folgen die Ergebnisse der Einschätzungsfragen.

11.1.1 Blitzlichter

Table 3 zeigt die Auswertungstabelle der Blitzlicht-Befragungen, welche die quantitativen Daten jeweils als absolute und relative Zahlen für jedes Vergleichspaar enthält.

	definitiv absolute Zahl	definitiv relative Zahl	tendenziell eher absolute Zahl	tendenziell eher relative Zahl	eher + definitiv	Unentschieden / Beides / Egal absolute Zahl	Unentschieden / Beides / Egal	eher + definitiv	tendenziell eher absolute Zahl	tendenziell eher relative Zahl	definitiv absolute Zahl	definitiv relative Zahl	
Bachelor/Master	2	15,38%	0	0,00%	15,38%	5	35,71%	50,00%	3	21,43%	4	28,57%	Diplom
Bachelor	1	6,25%	1	6,25%	12,50%	7	43,75%	43,75%	2	12,50%	5	31,25%	Master
Berufsausb. u. Bachelor	8	57,14%	2	14,29%	71,43%	1	7,14%	21,43%	1	7,14%	2	14,29%	Master
motivierter Berufseinsteiger	2	12,50%	3	18,75%	31,25%	9	56,25%	12,50%	1	6,25%	1	6,25%	langjähriger Erfahrener
berufliche Bildung (Praxis)	6	37,50%	6	37,50%	75,00%	2	12,50%	12,50%	0	0,00%	2	12,50%	akademische Bildung
Abschluss an einer Uni	3	21,43%	2	14,29%	35,71%	6	42,86%	21,43%	1	7,14%	2	14,29%	Abschluss an einer FH
Praxiserfahrung	10	62,50%	3	18,75%	81,25%	1	6,25%	12,50%	0	0,00%	2	12,50%	Auslandserfahrung
interner Bewerber	3	20,00%	5	33,33%	53,33%	3	20,00%	26,67%	3	20,00%	1	6,67%	externer Bewerber
interner Bewerber aus and. Bereich	2	18,18%	1	9,09%	27,27%	4	36,36%	36,36%	1	9,09%	3	27,27%	externer Bewerber aus fachlichem Bereich
Praxiserfahrung	12	75,00%	1	6,25%	81,25%	2	12,50%	6,25%	1	6,25%	0	0,00%	guter Notendurchschnitt
bestimmte Einzelnoten	4	28,57%	3	21,43%	50,00%	4	28,57%	21,43%	2	14,29%	1	7,14%	Notendurchschnitt
Notenentwicklung (Abi bis Studium)	1	7,69%	4	30,77%	38,46%	3	23,08%	38,46%	2	15,38%	3	23,08%	Noten im Studium
neue, externe Einflüsse	3	25,00%	1	8,33%	33,33%	5	41,67%	25,00%	1	8,33%	2	16,67%	Unternehmensbindung
Angaben in der Bewerbungsmappe	1	6,25%	1	6,25%	12,50%	5	31,25%	56,25%	3	18,75%	6	37,50%	Eindruck und Wirken im Bewerbungsgespräch
Technikkenntnisse	3	18,75%	5	31,25%	50,00%	5	31,25%	18,75%	2	12,50%	1	6,25%	Fremdsprachenkenntnisse
Langzeitstudent	0	0,00%	2	13,33%	13,33%	3	20,00%	66,67%	2	13,33%	8	53,33%	Einhaltung der Regelstudienzeit

Tab. 3: Auswertungstabelle der Blitzlicht-Befragungen – zu gewichtende Aspekte, absolute und relative Werte der Nennungen pro Kategorie, zählende Meinungen (jeweilige Grundgesamtheit = N)

Im Folgenden veranschaulichen einige Kreisdiagramme die Verteilung der quantitativen Angaben zu bestimmten Vergleichspaaren. Dabei werden lediglich die Datenpaare visualisiert, deren Ergebnis besonders eindeutig ausgefallen oder studienrelevant ist. Tendenziell eher sowie definitiv gemachte Aussagen wurden für die Aufbereitung im Kreisdiagramm zusammengefasst, sodass die Visualisierungen an Aussagekraft gewinnen. Zugrunde liegend sind die Daten aus den beiden orange-farbenen sowie die blaue Unentschieden-Spalte aus *Bild 17*.

Besonders auffällig ist, dass Praxiserfahrung mit 75 Prozent (12 von 16 Interviews) nicht nur deutlich mehr Gewicht hat als ein guter Notendurchschnitt, sondern auch die größte Einigkeit der Befragten zeigt. Besonderes Gewicht hat diese Zahl, da es sich um eine definitive Präferenz handelt. Die Tendenz zur Praxiserfahrung ist mit 81,25 Prozent insgesamt deutlich zu erkennen (vgl. *Bild 2*). Diese Erkenntnis zeichnete sich bereits in den qualitativen Befragungsteilen ab und kann mit dem quantitativen Ergebnis belegt werden.

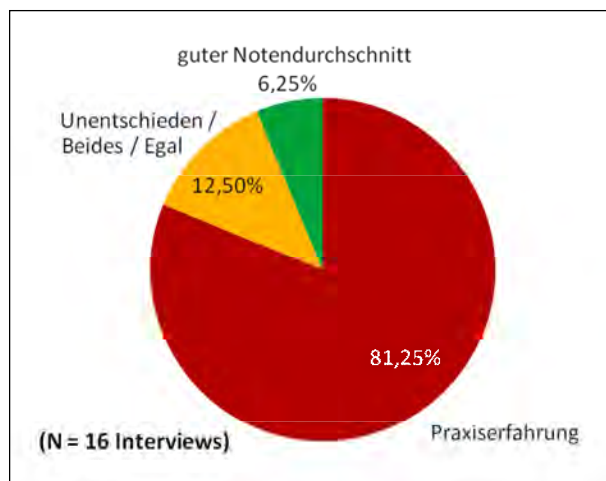


Bild 17: Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Praxiserfahrung und gutem Notendurchschnitt

Auch im Vergleich zur akademischen Bildung wird Praxiserfahrung offensichtlich bevorzugt (vgl. *Bild 18*).

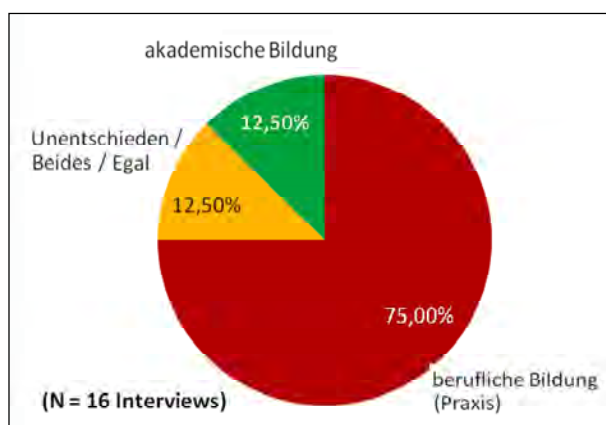


Bild 18: Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Praxiserfahrung und akademischer Bildung

Die Hälfte der Befragten bevorzugt den ehemaligen Diplomabschluss. Nur 15,38 Prozent der Interviewpartner würden einen Bachelor- beziehungsweise Masterabsolventen und damit eine neue Abschlussform vorziehen (vgl. *Bild 19*). Auch dieses quantitative Ergebnis deckt sich mit den qualitativen Ergebnissen der Interviews. Die Hamburger Medienunternehmen stehen den neuen Abschlüssen noch skeptisch gegenüber und haben bisher wenig Erfahrung mit ihnen. Das Diplom ist bei den Personalern nach wie vor prägender.

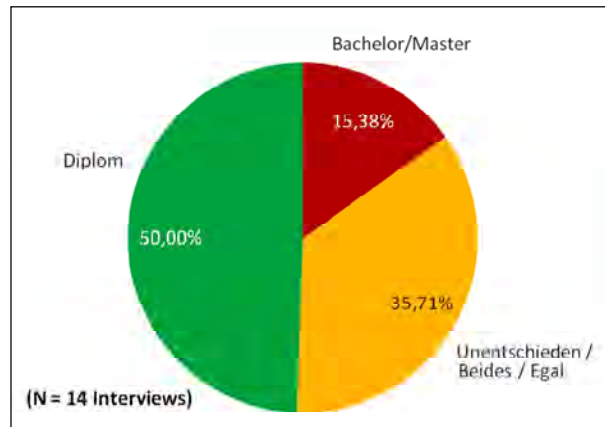


Bild 19: Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Bachelor-/Masterabschlüssen und Diplomabschlüssen

Sofern die Wahl zwischen einer der neuen Abschlussformen getroffen werden muss, können sich 43,75 Prozent der Befragten nicht entscheiden beziehungsweise spielt der Abschluss für 43,75 Prozent eher keine Rolle. Ebenso viele Personalern bevorzugen im direkten Vergleich mit den kürzeren Bachelorabschlüssen die darauf aufbauenden Masterabschlüsse. Somit schneiden die Bachelorabschlüsse mit 12,5 Prozent am schlechtesten ab (vgl. *Bild 20*).

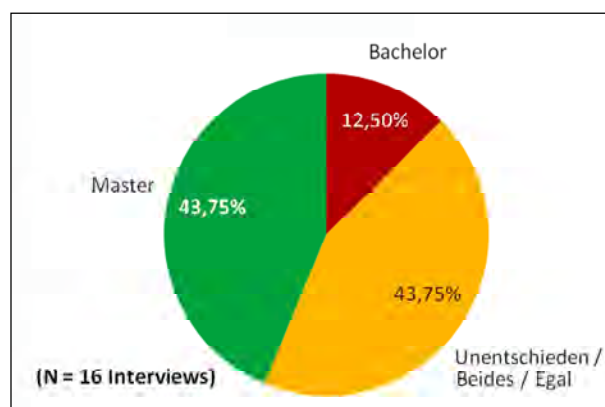


Bild 20: Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Bachelorabschlüssen und Masterabschlüssen

Sofern ein Bewerber aber einen Bachelorabschluss inklusive einer Berufsausbildung mitbringt, bevorzugen 71,43 Prozent der Unternehmen dies vor einem Masterabschluss (21,43 Prozent). Hier nahmen nur 7,14 Prozent den Mittelweg (vgl. *Bild 21*). Dieses Ergebnis ist damit zu begründen, dass Praxiserfahrung offensichtlich ein zentrales Einstellungskriterium ist und von den Personalern sehr hoch gewichtet wird.

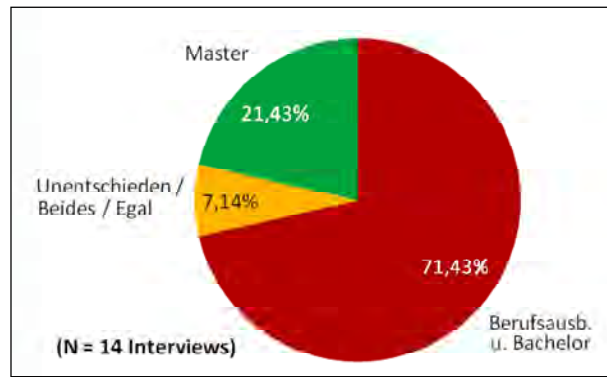


Bild 21: Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. Bachelorabschlüssen inkl. einer Berufsausbildung und Masterabschlüssen

Unabhängig vom Abschluss stellen 53,33 Prozent der Befragten lieber interne als externe Bewerber ein. Hier kommt vermutlich vor allem zum Tragen, dass die Qualifikationen und Kompetenzen der Bewerber dem Unternehmen bereits bekannt sind und der Bewerber gleichzeitig mit den Abläufen im Unternehmen vertraut ist. Bild 22 visualisiert die Verteilung in Bezug auf diesen Vergleichsaspekt.

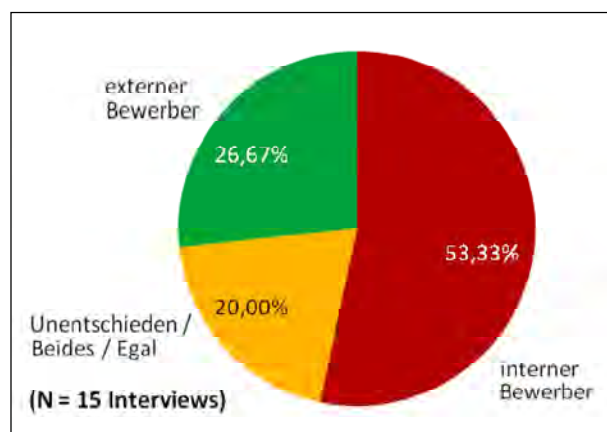


Bild 22: Häufigkeitsverteilung der Präferenzen bzgl. interner und externer Bewerber

Eine weitere Auffälligkeit ist, dass die Personaler häufig keine eindeutige Tendenz angeben konnten. Entweder ist die Wahl der Option Unentschieden/Beides/Egal darauf zurückzuführen, dass beide einander gegenübergestellte Aspekte keine Bedeutung für die Personalauswahl haben beziehungsweise gleichwertig sind, oder darauf, dass die Entscheidung für eine Seite stark situationsabhängig ist und damit nicht allgemein geäußert werden kann.

11.1.2 Einschätzungsfragen

Auch in den Ergebnissen der Einschätzungsfragen, das heißt bei den Bewertungen der drei Abschlussformen Bachelor, Master und Diplom und des Bolognaprozesses, spiegelt sich die Gesamttendenz aller Interviews wieder. Diplomabschlüsse werden mit durchschnittlich 8,4 von 10 Punkten am besten bewertet. Die Unternehmen stehen Diplomabschlüssen also am

positivsten gegenüber und haben demnach zum derzeitigen Stand am meisten Vertrauen in den abgeschafften Diplomabschluss. Ihm folgt der Masterabschluss, der im Durchschnitt mit 7,8 von 10 Punkten bewertet wurde. Im Vergleich zu den beiden genannten Abschlüssen werden die kürzeren Bachelorstudiengänge mit 6,6 von 10 Punkten am schlechtesten bewertet. Dieser Abschlussform stehen die Unternehmen noch ein wenig skeptisch gegenüber. Dennoch liegt auch hier die allgemeine Beurteilung eher im positiven, optimistischen Bereich (> 5). Bild 23 visualisiert diese Verteilung.

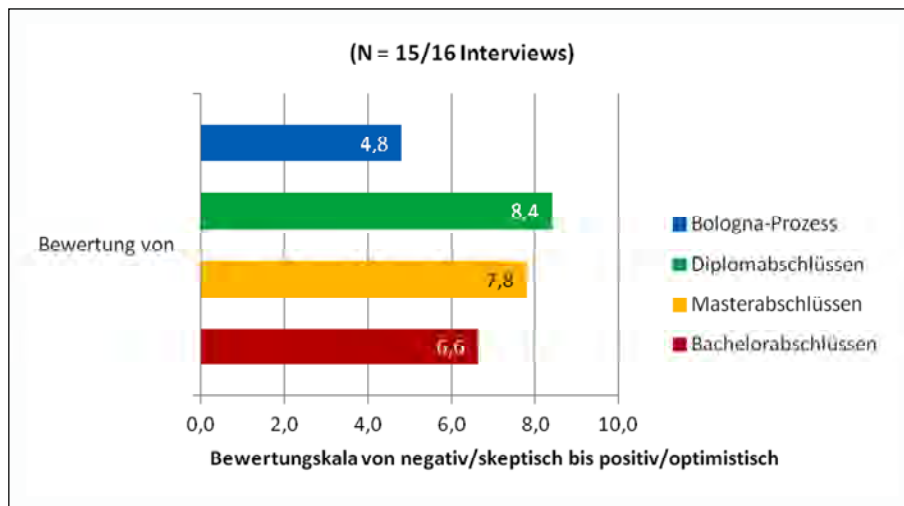


Bild 23: Durchschnittliche Bewertungen von Bachelor, Master- und Diplomabschlüssen sowie des Bolognaprozesses

Tabelle 4 zeigt die konkrete Punktevergabe der 16 Interviewpartner inkl. der Durchschnittsbewertung bei den Einschätzungsfragen. Aus Datenschutzgründen ist bewusst darauf geachtet worden, dass nicht ersichtlich ist, welches Unternehmen welche Beurteilung abgegeben hat.

Bewertung von	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Summe	Durchschnittsbewertung
1. Bachelorabschlüssen	8	3	4	5	9	6	7	8	5	8	106	6,6
2. Masterabschlüssen	9	7	7	8	9	8	8	5	8	8	125	7,8
3. Diplomabschlüssen	9	7	9	8	9	10	9	7	8	8	126	8,4
4. Bologna-Prozess	2	2	2	7	7	3	3	8	3	7	77	4,8

Tab. 4: Punktevergabe der 16 Interviewpartner in Bezug auf Bachelor, Master- und Diplomabschlüsse sowie den Bolognaprozess

Der Bolognaprozess wird insgesamt eher negativ bewertet; ihm stehen die befragten Unternehmen (noch) skeptisch gegenüber. In den qualitativen Interviewteilen zeichnete sich ab, dass sich dies vor allem auf die Umsetzung der Reform bezieht. Insgesamt fallen die Bewertungen der 16 Unternehmen pro Aspekt sehr unterschiedlich aus.

11.2 Fazit

Die quantitativen Daten unterstützen die Erkenntnisse der qualitativen Interviewteile. Die Hamburger Medienunternehmen beschäftigen nach wie vor gern Bewerber mit dem bereits langjährig bekannten und vertrauten Diplomabschluss. Die Erfahrung mit Bachelor- oder

Masterabsolventen ist größtenteils noch sehr gering. Sofern jedoch die Wahl zwischen den beiden neuen Abschlussformen getroffen werden muss, werden Masterabschlüsse präferiert. Praxiserfahrung ist ein entscheidendes Einstellungskriterium. Aus diesem Grund können Bewerber mit einer Berufsausbildung und einem zusätzlichen Bachelorstudium punkten und werden wiederum einem Masterabsolventen ohne vorherige Berufsausbildung vorgezogen. Bei der Besetzung freier Stellen wird vermehrt auch auf interne Bewerber zurückgegriffen, die bereits mit dem Unternehmen, den Abläufen und Aufgaben vertraut sind.

Dieses Projektmodul macht die allgemein gewonnenen Erkenntnisse der Forschungsstudie messbar und stellt sie quantitativ in Form von Diagrammen dar. Mithilfe der grafischen Elemente reichert die quantitative Auswertung die qualitativ gewonnenen Informationen aus den Interviews an.

12 Diskussion der Ergebnisse

12.1 Erwartungen und Kenntnisse der befragten Unternehmen

Bereits der Stand der Forschung hat gezeigt, dass bei Einführung der Bolognaform die Unternehmen nur sehr wenig über die Einsatzmöglichkeiten von Bachelor- und Masterstudenten wussten. Auch die Befragungen in den Unternehmen haben gezeigt, dass vor allem im Bibliotheksbereich der Unterschied zwischen Bachelor- und Masterabschlüssen häufig nicht genau bekannt und das Diplom als Abschluss weiterhin hoch angesehen ist. Daher kann in vielen Fällen auch kein Vergleich zwischen den neuen Abschlüssen und dem Diplomabschluss hergestellt werden.

12.1.1 Wissen

In vielen Unternehmen herrscht noch eine große Unsicherheit über die Einschätzung der neuen Abschlüsse. Auch dieser Aspekt deckt sich mit den Ergebnissen aus dem Stand der Forschung. Grundsätzlich bemängelt ein Großteil der befragten Unternehmen, dass zu wenig Transparenz vorhanden ist, um den tatsächlichen Qualifikationsstand der Absolventen erkennen zu können (vgl. FRIEDRICHSEN 2004). Die durchgeführten Befragungen zeigten, dass in einigen Fällen ein Bachelorabsolvent bereits als hinreichend qualifiziert eingestuft wird. Mit Masterabsolventen konnten viele Unternehmen aufgrund der Aktualität der Hochschulreform noch keine Erfahrungen sammeln. Nur bei einem Diplomanden ist daher der Einsatz von Erfahrungswissen möglich. Diese Aussagen zeigen, dass viele Unternehmen noch keinerlei Erfahrungen mit Bachelor- und Masterabsolventen gesammelt haben. Dies führt gleichzeitig dazu, dass sie sich nur wenig mit den neuen Abschlüssen auseinandersetzen und somit auch kaum über Wissen verfügen.

Viele Unternehmen sind sich daher unsicher, wie die Anforderungen an Bachelor- und Masterabsolventen abgegrenzt werden. Auch über die Qualität der neuen Abschlüsse im Vergleich zum Diplom können die meisten Unternehmen noch keine Aussage treffen.

Die Reform der Abschlüsse führt zu mehr Unübersichtlichkeit bezüglich der Studieninhalte seitens der Arbeitgeber. Grundsätzlich ist die Umstellung des Studiensystems daher für viele Unternehmen irritierend.

Die Befragungen zeigen aber auch, dass immer mehr Unternehmen Absolventen mit den neuen Abschlüssen einstellen. Somit wird sich auch das Wissen über die neuen Abschlüsse im Laufe der Zeit erweitern.

12.1.2 Akzeptanz

In Hinsicht auf die Akzeptanz und Aufgeschlossenheit gegenüber der Hochschulreform zeigt sich bei den durchgeführten Interviews das gleiche Ergebnis, wie es schon bei dem Stand der Forschung beschrieben wurde: Oft wird ein Bachelorabschluss als nicht hinreichend angesehen, sodass die befragten Unternehmen einen Masterabschluss fordern, da dieser mit den »alten« Abschlüssen gleichgesetzt wird. Nach Meinung der befragten Experten muss Deutsch-

land sich Zeit lassen, damit die neuen Abschlüsse in den Unternehmen akzeptiert werden und Unternehmen Erfahrungen mit den neuen Abschlüssen sammeln können.

Die Akzeptanz der Unternehmen gegenüber den neuen Abschlüssen ist letztlich unvermeidlich, da es in naher Zukunft keine anderen Absolventen mehr geben wird. Dies wurde bereits von vielen Unternehmen erkannt und führt dazu, dass sie bereits Arbeitsplätze schaffen, die speziell auf Bachelor- oder Masterabsolventen zugeschnitten sind.

Einige Ergebnisse aus den Befragungen widersprechen allerdings auch den Erkenntnissen, die aus dem Stand der Forschung gewonnen wurden. Denn viele Unternehmen machen zwischen den alten und neuen Abschlüssen keinen Unterschied bei der Besetzung einer Stelle. Somit hat sich am Bewerbungsprozess durch den Bolognaprozess nichts geändert. Dieser Aspekt lässt sich allerdings auch durch das mangelnde Wissen über die Hochschulreform und die neuen Abschlüsse erklären. Diplomabschlüsse sind in den meisten Unternehmen einfach noch präsenter, sodass bisher nur wenige Bachelor- und Masterabsolventen eingestellt wurden. Unternehmen, die bereits Absolventen der neuen Abschlüsse eingestellt haben, zeigen dagegen eine hohe Akzeptanz der Hochschulreform, weil sie grundsätzlich keine negativen Erfahrungen mit den neuen Abschlüssen gemacht haben. Dadurch können einige Unternehmen auch keine Unterschiede zu den früheren Diplomstudiengängen erkennen. Aus Sicht der Unternehmen ist eine klare, relevante Trennung der Abschlussarten nicht möglich beziehungsweise nötig und wird auch nicht angestrebt. Dies wird dadurch erkennbar, dass keine Unterschiede zwischen Position und Gehalt gemacht werden.

Abschließend lässt sich in Hinsicht auf die Akzeptanz und Aufgeschlossenheit gegenüber der Hochschulreform festhalten, dass es sich noch um einen laufenden Prozess handelt, sodass das Ergebnis momentan einfach noch nicht abgesehen werden kann.

12.1.3 Qualitative Bewertung

Studien, die im Stand der Forschung beschrieben wurden, fanden heraus, dass Bachelorabsolventen Fach- und Führungskarrieren zugetraut werden. Im direkten Vergleich würden sich Personalmanager aber eher für einen Masterstudenten entscheiden (vgl. DGFP 2009, S. 12). Dies deckt sich mit den Ergebnissen aus den Befragungen. Ein Master- wird grundsätzlich besser als ein Bachelorabschluss eingeschätzt. Durch das eigene Erfahrungswissen der Unternehmen werden aber häufig Diplomanden bevorzugt.

Ein Vorteil des Bachelorabschlusses wird vor allem in der Kürze und Dichte der Ausbildung gesehen. Zusätzlich sind Bachelorabsolventen durch die nichtvorhandene Spezialisierung auch leichter formbar für die Unternehmen. Die durchgeführten Befragungen in den Unternehmen ergaben aber auch, dass sie die Meinung vertreten, dass ein Bachelorstudium zu kurz ist und es daher nicht möglich sei, wissenschaftliches Arbeiten zu erlernen. Diese Ansicht führt dazu, dass der Bachelorabschluss in einigen Unternehmen grundsätzlich nicht als vollwertiger Hochschulabschluss wahrgenommen wird.

Der Masterabschluss wird dagegen in Hinsicht auf die Bildung als hochwertiger angesehen, da eine Spezialisierung möglich ist. Masterabsolventen haben mehr Erfahrung und persönliche reife. So könnte es sich nach Meinung der Experten in den Unternehmen durchsetzen, dass nur Masterabsolventen Führungspositionen erlangen können. Dies deckt sich auch mit Aussagen aus den Befragungen im Bibliotheksbereich. Dort werden Leistungspositionen häufig von Mitarbeitern mit Universitätsabschluss besetzt. Die alltägliche Arbeit wird dagegen von Mitarbeitern mit einem Bachelor/FH-Abschluss erledigt.

Die meisten befragten Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit Bachelor und Master gesammelt haben, gaben dagegen an, dass Bachelor- und Masterabsolventen die gleichen Karrierechancen haben. Diese Aussage widerspricht somit den Erkenntnissen aus dem Stand der Forschung. Dort wurde bei einer Studie herausgefunden, dass viele Unternehmen dem Masterabsolvent ein höheres Einstiegsgehalt oder eine höhere Einstiegsposition gewähren als einem Bachelorabsolvent.

Nach Meinung der Experten ist der Master vor allem wichtig, wenn man Forschung und Entwicklung betreiben möchten. Generell empfiehlt es sich nach dem Bachelorabschluss erst Berufserfahrungen zu sammeln. Eine optimale Lösung wäre auch ein berufsbegleitender Master. Im direkten Vergleich zwischen einem Universitäts- und Fachhochschulabschluss wurde bei den Interviews häufig die Aussage getroffen, dass der Unterschied in der Ausrichtung der Abschlüsse liegt. Grundsätzlich wird ein Universitätsabschluss höherwertig angesehen. Einige Unternehmen setzen daher den Bachelorabschluss mit einem Diplom-Fachhochschulabschluss gleich und den Master mit einem Diplom-Universitätsabschluss.

In anderen Unternehmen wird dagegen kein Unterschied zwischen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss gemacht. Im Bibliotheksbereich lässt sich allerdings feststellen, dass Bewerber, die ein Studium an einer Fachhochschule absolviert haben, einen guten Ruf genießen und daher bessere Chance bei der Einstellung haben. In Medienunternehmen werden Universitätsabschlüsse bevorzugt, da dort die Lehre als umfassender und universeller angesehen wird. Nach Meinung der Experten zählt letztlich der Inhalt eines Studiums und nicht der Grad des Abschlusses. Auch der fehlende Praxisbezug in den neuen Studienabschlüssen und mangelnde soziale Kompetenzen der Absolventen werden von den Unternehmen kritisiert (vgl. STIFTERVERBAND 2012). Das Studium läuft komprimiert ab und lässt daher weniger Raum für das Sammeln von Praxiserfahrung.

Deshalb müssen vor allem die Bachelorstudiengänge noch einmal überarbeitet werden, da sie nach Ansicht der Unternehmen zu unausgewogen, zu einseitig, zu speziell und zu stark reglementiert sind. Die befragten Experten fordern eine grundsätzliche Nachjustierung der neuen Abschlüsse. Vor allem die Verkürzung der Studienzeit auf drei (beziehungsweise dreieinhalb) Jahre wird als fehlerhaft eingeschätzt. Allerdings betonen viele Experten, dass es auch bei den alten Abschlüssen hinreichende Probleme gab. Ein wesentlicher Vorteil der neuen Abschlüsse gegenüber den herkömmlichen Abschlüssen wird also nicht gesehen.

12.1.4 Vertrauen

Über das Vertrauen der Unternehmen in die Qualifikation und Authentizität der Ausbildung konnten aus dem Stand der Forschung keine Erkenntnisse gewonnen werden. Auch die Befragungen der Experten und der einzelnen Unternehmen erbrachten keine spezifischen Aussagen zu diesem Aspekt. Es lässt sich grundsätzlich festhalten, dass einige Unternehmen den neuen Abschlüssen noch nicht sehr aufgeschlossen gegenüberstehen und vor allem eine fehlende Qualifikation kritisieren, sodass das Diplom als Abschluss weiterhin hoch angesehen wird.

Andere Unternehmen konnten einfach noch keine Erfahrungen mit Bachelor- und Masterabsolventen sammeln. Bei einigen Unternehmen ist das Vertrauen in die neuen Abschlüsse dennoch groß genug, sodass die Einstiegspositionen für Bachelor oder Master die gleichen, wie für Diplomanden sind. Es mangelt einfach an Wissen über die Hochschulreform und den Unterschieden zwischen den einzelnen Abschlüssen.

12.2 Erfahrungen und Wahrnehmungen der befragten Unternehmen

12.2.1 Erfahrungen

In der Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften (ZBW) hat man gute Erfahrungen mit Absolventen aus dem Bibliotheksbereich gemacht. Ines Wanke, Vorsitzende der BIB-Landesgruppe Hamburg und Direktionsassistentin der ZBW, sieht die bibliothekarische Ausbildung an den Hochschulen positiv, ihrer Meinung nach werden auch aktuelle Aspekte (wie etwa Online-Marketing) abgedeckt. Es arbeiten dennoch zurzeit viele Mitarbeiter mit einem Diplom in der ZBW, demzufolge genießt dieser Abschluss dort ein gutes Ansehen.

Leitungspositionen werden eher von Bewerbern mit einem Uniabschluss besetzt, während Bachelor- oder FH-Absolventen meist alltägliche Arbeiten erledigen. Dennoch besteht noch keine Klarheit über die Unterschiede zwischen den Abschlüssen, aus diesem Grund sind Einstiegspositionen gleichermaßen ausgeschrieben für BA-, MA- oder Diplomabsolventen.

Allerdings herrscht beim Verdienst eine starre Eingruppierung nach TVöD: Absolventen mit einem Bachelor steigen bei TVöD E9 ein, bei Masterabsolventen hängt die Eingruppierung von der Tätigkeit ab und kann höher als E9 sein. Bei Beförderungen zählt eher das persönliche Engagement eines Mitarbeiters, zudem werden höhere Positionen meist intern vergeben und somit selten an Berufsanfänger, denn Erfahrung und der Spezialisierungsgrad sind entscheidend.

Frauke Najes, vom Career Service der Uni Hamburg, hält den Inhalt des Studiums in der Berufswelt für wichtiger als den Abschluss. Allerdings gäbe es zu wenige Erfahrungen mit dem recht jungen Masterabschluss, um die Karrierechancen der Absolventen genauer beurteilen zu können. Najes Meinung nach können auch Bachelorabsolventen eine hohe Position im Unternehmen erreichen, da man ja auch nach der Uni weiterlerne. Allerdings könnten Personaler, die selbst einen Master oder ein Diplom besitzen, den Bachelor als zu geringe Qualifikation ansehen. Es könnte deshalb dazu kommen, dass es zu den »Spielregeln« gehört, einen Master zu haben, um Führungspositionen erreichen zu können. Außerdem seien die heutigen Bachelorabsolventen im Gegensatz zu den Diplomabsolventen sehr jung und häufig nicht in der Lage direkt beim Start ins Berufsleben Verantwortung zu übernehmen. Daher empfiehlt Najes den Unternehmen Traineeprogramme, um Absolventen weiterzubilden.

Melanie Grell vom »e-fellows.net«-Karrierenetzwerk hält es für eine schwierige Aufgabe, bereits während des Studiums genügend Praxiserfahrung zu sammeln. Allerdings berichtet sie auch davon, bereits Absolventen eingestellt zu haben, bei denen man sich nicht über mangelnde Praxiserfahrung beschweren konnte. Sie hält Masterabsolventen für reifer und spezialisierter, etwa durch ein »Gap Year« nach dem Bachelor, in dem schon Berufserfahrung gesammelt werden konnte. Bachelorabsolventen hingegen wären noch formbar, was auch einige Unternehmen ansprechen würde.

Bei der TRG – The Reach Group, die in den Bereichen E-Commerce und Online-Marketing agiert, sind keine entscheidenden Unterschiede zwischen Diplom, Bachelor und Master zu verzeichnen. Die Umstellung der Studiaausprägungen sorgt jedoch für eine gewisse Verwirrungen und Unübersichtlichkeit in der Einordnung und Bewertung der Abschlüsse.

Dennis Landau von der Online-Marketing Agentur Uniquedigital hat die Erfahrung gemacht, dass es den Absolventen der neuen Studiengänge, insbesondere dem Bachelor, an Selbstorganisation und Eigenständigkeit fehlt. Aus diesem Grund steigen Bachelor- aber auch Masterabsolventen mit einem Traineeprogramm ins Unternehmen ein.

Herr Patrick Klingberg, Geschäftsführer der Wirkungsvoll GmbH steht der Ausprägung des modernen Bachelors hingegen sehr positiv gegenüber. Die kürzere Studiendauer bewertet er sehr positiv und denkt weiterhin, dass die im Bachelorstudium erlernten Inhalte als Grundlage für einen Start ins Berufsleben innerhalb seiner Branche ausreichen.

Auch in der Werbeagentur Jung von Matt wird die Meinung vertreten, dass Masterabsolventen im Gegensatz zu Bachelorabsolventen reifer seien. Zudem hätten sie meist auch mehr Praxiserfahrung sammeln können. Entscheidende Auswahlkriterien sind Abschlüsse und akademische Titel in der kreativen Branche aber dennoch nicht. Ausschlaggebend sind hier Talent, Erfahrung und Persönlichkeit.

Frau Rose von der European Film Promotion gibt an, bis jetzt recht wenig Erfahrung mit den neuen Abschlüssen gesammelt zu haben. Dieses sei auch kein großes Thema im Haus, da nur alle zwei bis drei Jahre eine Stelle ausgeschrieben werde. Bei der Einstellung sei aber nicht der Abschluss das ausschlaggebende Kriterium. Weiterhin gibt auch die Assistentin eines filmproduzierenden Unternehmens an, noch keine Erfahrung mit Bachelor- oder Masterabsolventen gemacht zu haben.

Auch in der Fachbibliothek Life Sciences (LS) der HAW Hamburg in Bergedorf konnten bis jetzt keine Erfahrungen mit der Einstellung von Bachelor- oder Masterabsolventen gemacht werden. Hier arbeiten nur Mitarbeiter, die einen Diplomabschluss besitzen sowie eine Auszubildende im Bereich Fachangestellte für Medien und Information. Dies trifft auch auf das Staatsarchiv Hamburg zu, hier arbeiten bis jetzt nur ausgebildete Archivare. Es lässt sich festhalten, dass es gerade kleinen wissenschaftlichen (Spezial) Bibliotheken an Erfahrungen mit den neuen Abschlüssen mangelt.

12.2.2 Branchenspezifische Besonderheiten

In diesem Abschnitt werden die branchentypischen Besonderheiten des Medien- und Informationssektors in der Hansestadt Hamburg in Bezug auf die Einstellung von Bachelor- beziehungsweise Masterabsolventen dargestellt. Um eine bessere Übersicht zu ermöglichen, wurden die Interviewpartner den vom Mind-the-Gap-Team definierten Segmenten (Bibliothek, Kultur, Medienwirtschaft, Informationswirtschaft, Kommunikation/Werbung/PR, technische Dienstleistungen, Internetdienstleistungen, Forschung und NGO) zugeordnet.

12.2.2.1 Bibliotheken

Expertenmeinung Ines Wanke: Der für eine Mitarbeit in der ZBW ideale Bewerber hat seinen Beruf von der Pike auf gelernt. Wichtig sind zudem Spezialisierungen; insbesondere Kenntnisse in den Bereichen New Media, Metadaten-Management und Social-Media-Marketing sind von Bedeutung. Bewerber, die über Know-how auf diesen Gebieten verfügen, haben gute Chancen. Viele alteingesessene Mitarbeiter kennen sich mit diesen Trends weniger aus und wollen sich auf diese nicht (mehr) einlassen.

Berufserfahrung erhöht die Chancen einer Einstellung, ob ein Praktikum als Berufserfahrung zählt, hängt jedoch von dessen Inhalt ab. Wichtig ist an dieser Stelle besonders Projektarbeit. Fremdsprachenkenntnisse eines Bewerbers hingegen sind in der ZBW zwar vorteilhaft, aber nicht entscheidend. Ähnlich sieht es mit der Auslandserfahrung aus: Im Ausland gewesen zu sein, wirkt sich zwar gerade bei Bewerbungen auf Leitungsebene positiv aus, es wird aber nicht vorausgesetzt.

Da sich die Bibliothekslandschaft im Wandel befindet, werden vermehrt IT-Fachkräfte eingestellt und es entstehen neue Abteilungen im Bereich Marketing oder Forschung. Hierfür werden nicht nur Bibliothekare benötigt. Im Gegensatz dazu fehlt es an qualifizierten Bewerbern mit einer bibliothekarischen Ausbildung, etwa für die Katalogisierung.

12.2.2.2 Kommunikation/Werbung/PR

Bei der European Film Promotion sind die entscheidenden Kriterien für eine Einstellung nicht die Studienabschlüsse, sondern das Interesse des Bewerbers und eine Affinität zur Branche. Auch das Beherrschen bestimmter Fremdsprachen spielt eine wichtige Rolle.

Die Interviewpartner der Werbeagentur Jung von Matt betonten in ihren Antworten sehr deutlich, dass in der kreativen Branche nicht etwa vorbildliche Noten und Abschlüsse die ausschlaggebenden Kriterien für eine Bewerberauswahl darstellen, sondern das Talent, das Engagement, die Praxiserfahrung und die Persönlichkeit des Bewerbers. Somit besteht der Unterschied zwischen Bachelor- und Masterabschlüssen in erster Linie darin, dass die Masterabsolventen mehr Zeit hatten sich zu spezialisieren, Erfahrungen in der Praxis zu sammeln und zu reifen.

Eine sehr ähnliche Meinung teilt Sibylle Gast von der PR- & Werbeagentur Achtung. Ein abgeschlossenes Studium ist wünschenswert, entscheidende Faktoren sind jedoch dieselben wie auch bei Jung von Matt (Erfahrung, Persönlichkeit, Talent und Engagement).

12.2.2.3 Kultur

Karl-Heinz Peik von der Stiftung Historische Museen erklärt, dass bei der Einstellung von Wissenschaftlern in Museen eine Promotion gefragt ist, ein Bachelor sei hier nicht ausreichend. So brauche man für die Zukunft Masterstudenten mit Promotion in Museen.

12.2.2.4 Medienwirtschaft

Im Online-Marketingbereich kommt es weniger auf den Abschluss an, als auf bestimmte Fähigkeiten, die im Unternehmen gewünscht werden. Dennis Landau von Uniquedigital berichtet, dass die Onlinewirtschaft eine relative junge Wirtschaftsdisziplin ist und Bewerber deshalb zumeist geringe Vorkenntnisse zu diesem speziellen Fachgebiet mitbringen. Daher ist das Unternehmen darauf angewiesen, seine Neueinsteiger zunächst ein Trainee-Programm durchlaufen zu lassen.

Die Assistenz der Geschäftsführung der RTL Nord GmbH betitelt die »Praxis als Schlüssel zur Praxis« – Praxiserfahrung ist der Schlüssel zum Erfolg und zuallererst einmal zur Einstellung. Abschlüsse sind wenig entscheidend.

12.2.2.5 Internetdienstleistungen

Christoph Hillermann, Human Resources Manager bei der Portalis Group sieht einen wertvollen Vorteil für Bewerber in Auslandserfahrungen, da diese den Reisenden »formen«. Als logische Schlussfolgerung zieht er daraus aber auch die Tatsache, dass Studierende die Freiheit und somit auch die Zeit brauchen, um solche Erfahrungen sammeln zu können.

12.2.2.6 Technische Dienstleistungen

In der Wirkungsvoll GmbH wird ein Bachelorabschluss als völlig ausreichend angesehen, so Patrick Klingberg, Geschäftsführer des jungen Unternehmens

12.2.2.7 Forschung

Der von uns befragte Interviewpartner im Segment der Forschung gab an, dass in seinem Unternehmen ein deutlicher Unterschied zwischen Bachelor- und Masterabsolventen zu erkennen sein. Die Masterstudenten seien im Feld des wissenschaftlichen Arbeitens deutlich fähiger. Diese Tatsache könne andernfalls aber auch auf die Schulzeit zurückzuführen sein. Der Interviewte betont zudem, dass er »mehr von Universitäten halte als von Fachhochschulen«. Die Lehre sei dort »umfassender und individueller«.

12.2.2.8 Non-Governmental Organizations

In diesem Segment kam leider kein Interview zustande.

12.2.3 Erfolgseinschätzung des Bolognaprozesses

Frauke Najes vom Career Service der Uni Hamburg, steht den neuen Studiengängen insgesamt positiv gegenüber. Ihrer Meinung nach hat die Wirtschaft die neuen Abschlüsse gut angenommen. Allerdings stünde die Berichterstattung der Medien im Gegensatz zu den tatsächlichen Veränderungen: »Der Bachelor wird von den Medien schlechter gemacht, als er ist«. Man müsse aufhören, das alte System zu verklären und sich Zeit geben, das neue zu akzeptieren. Gut am neuen System findet Najes die Wahlfreiheit: Niemand muss sich mit Mitte 20 festlegen, sondern Absolventen können erst eine Weile arbeiten nach dem Bachelor und dann immer noch den Master dranhängen. Ebenso positiv sieht sie die verstärkte Spezialisierung, die Masterstudiengänge bieten.

Negativ an der Umstellung findet Najes die Verkürzung der Studienzeit, die besonders an den Fachhochschulen weniger Zeit für Praxissemester bedeutet. Es wäre besser gewesen, bei einer Regelstudienzeit von vier Jahren für den Bachelor zu bleiben und den Master auf ein Jahr zu verkürzen. So wäre mehr Raum für Praxisphasen während des Bachelors gegeben und für den Master müsste man nur ein Jahr aus dem Beruf aussteigen.

Auch Dierk Ladendorff von der Koordinierungsstelle Weiterbildung und Beschäftigung e. V. sieht die Umstellung der Studiengänge auf Bachelor und Master eher positiv. Dennoch gibt es seiner Meinung nach einen großen Nachbesserungsbedarf. Zum einen sei eine größere Mobilität durch die Umstellung eher erschwert worden. Zum anderen seien viele Bachelorstudiengänge viel zu spezialisiert. Als Beispiel führt er den Bachelor »Social Media« an – so etwas brauche keiner. Eine solche Spezialisierung solle eher über Weiterbildungen und Seminare im Beruf erfolgen. Zudem hält er das neue System für zu verschult. Es sei nicht Sinn der Sache, dass Studenten sich sechs Semester lang auspowern, um dann zunächst ein Jahr Urlaub zu brauchen. Ladendorff ist der Meinung, spielend lerne man immer noch am Besten. Er hält auch das aktuelle Zulassungssystem der Hochschulen für problematisch: Jede Hochschule habe ihre eigenen Methoden, mit denen entschieden wird, wer einen Studienplatz erhält und wer nicht.

Durch eine wachsende Vielfalt sich inhaltlich oder rein namentlich differenzierender Studiengänge sei die Einschätzung der Qualität der verschiedenen Abschlüsse letztlich eher schwieriger geworden, erzählten Melanie Schnittkus und Martina Mattersberger von The Reach Group, die sich mit Online-Marketing und E-Commerce beschäftigt. Der Bolognaprozess hat ihren

Schilderungen nach vor allem zu großer Verwirrung geführt. Der angesprochene Effekt der Unübersichtlichkeit hat jedoch keine negativen Konsequenzen für Bewerber zur Folge.

Melanie Grell vom E-fellows.net-Karrierenetzwerk glaubt, die starke Straffung der reformierten Studiengänge erschwere das Sammeln von Praxiserfahrung während des Studiums. Auch in den Semesterferien fehle häufig der Raum, um während eines Praktikums Arbeitserfahrung sammeln zu können, da in dieser Zeit an vielen Unis oder Fachhochschulen studentische Projekte stattfinden.

Konträrer Meinung ist Patrick Klingberg, Geschäftsführer der Wirkungsvoll GmbH, die sich unter anderem mit Suchmaschinenoptimierung beschäftigt. Er sieht die Bündelung von Informationen in einer kürzeren Zeit (im Rahmen eines Bachelorstudiums) als sehr positiv. Somit sind die Absolventen schneller für Unternehmen verfügbar.

Herr Peik von der Stiftung Historische Museen sieht die Problematik des Bolognaprozesses in den geringen Entfaltungsmöglichkeiten für Freigeister.

Ob die Reformierung der Studiengänge zu einem Mangel an Selbstständigkeit der Absolventen geführt haben könnte, fragt sich Dennis Landau von der Online-Marketing-Agentur Uniquedigital. Seiner Meinung nach war ein Studium vor der Reform so angelegt, dass insbesondere die Selbstorganisationsfähigkeiten der Studenten gefördert wurden. Sei es durch das Zusammenstellen des eigenen Stundenplans oder durch die eigenständige Beschaffung von benötigten Informationen.

Da Abschlüsse und Titel in der kreativen Branche keine große Rolle spielen, konnten unsere Interviewpartner von Jung von Matt keine schwerwiegenden Auswirkungen des Bolognaprozesses auf ihre Einstellungs-Prozesse benennen. Jedoch kann sich ihrer Meinung nach durch die Form des Bachelorstudiums (und -Abschlusses) »heutzutage fast jeder Student nennen«, was selbstverständlich auf die Qualität solcher Abschlüsse schließen lässt.

Auch Sibylle Gast, Mitarbeiterin der PR- und Werbeagentur Achtung hält die neuen Abschlüsse für »alten Wein in neuen Schläuchen« – einen Unterschied zu der Zeit vor dem Bolognaprozess sieht sie nicht.

Dieser Meinung schließt sich auch Christoph Hillermann, Human Resources Manager bei der Portalis Group, an. Unterschiede zwischen Bachelor, Master und Diplom sind für ihn nicht zu erkennen. Eine Tendenz geht während der Einstellungs-Entscheidungen jedoch zu einem Masterabsolventen.

Im Rahmen des Interviews mit der RTL Nord GmbH wird besonders die Unsicherheit betont, die bei vielen Unternehmen herrscht. Wo liegen die Unterschiede zwischen Diplom, Bachelor und Master wirklich? Gibt es Abstufungen und Veränderungen in puncto Qualität? Zu viele Fragen wirken noch ungeklärt.

12.3 Entscheidungsverhalten bei Neueinstellungen

12.3.1 Einstellungskriterien

Ein abgeschlossenes Studium ist zwar eine Grundvoraussetzung für die befragten Personalmanager, die Art des Abschlusses spielt bei den meisten aber nur eine untergeordnete Rolle. Sowohl ob der Bewerber Diplom-, Bachelor- oder Masterabsolvent ist als auch ob an einer Fachhochschule oder Universität studiert wurde ist nicht unbedingt das ausschlaggebende Kriterium für die Einstellung.

Die Persönlichkeit des Bewerbers ist allen Personalverantwortlichen am wichtigsten. Einigkeit herrscht vor allem darin, dass der Bewerber in das Team passen muss. Zu dem jeweiligen Fachgebiet sollten solide Grundkenntnisse vorhanden sein. Als weiteres wichtiges Kriterium wurden Soft Skills genannt. Flexibilität, Kooperationsfähigkeit, Motivation, Eigeninitiative, Disziplin, Anpassungsfähigkeit und die Fähigkeit zu Kommunizieren wurden in den Interviews immer wieder als Eigenschaften der Bewerber gewünscht. In einigen Branchen zählen außerdem Kreativität oder Affinität zur Technik zu den Einstellungskriterien.

Praxiserfahrung ist von großem Vorteil. Bei ansonsten gleichen Bedingungen wird eher ein Bewerber eingestellt, der bereits Erfahrungen gesammelt hat und gute Referenzen vorweisen kann. Am besten sollte ein Berufseinsteiger Praktika absolvieren, die projektbezogen sind und in denen aktiv mitgearbeitet werden kann. Von großem Vorteil ist es, wenn der Bewerber im eigenen Unternehmen ein Praktikum absolviert hat. Auch ehrenamtliches Engagement oder andere freiwillige Aktivitäten werden positiv bewertet.

Bei dem Thema Auslandserfahrung sind die Meinungen der Personalverantwortlichen geteilt. Für viele der Befragten ist Auslandserfahrung zwar positiv, aber kein Kriterium bei der Einstellung. Für einen Teil ist ein Auslandsaufenthalt aber unbedingt notwendig.

12.3.2 Kategorisierung von Bewerbern

Ein weiterer zentraler Punkt in der Befragung ist die Kategorisierung von Bewerbern bezüglich späterer Positionen, Gehalt und genereller Aufstiegschancen innerhalb der Unternehmen. Dabei stellt sich die Frage, auf welcher Grundlage diese erfolgt und inwieweit dabei auf existierende Muster zurückgegriffen wird. Der Stand der Forschung sowie die Auswertung der Studien konnten diesbezüglich keine nennenswerten Ergebnisse erbringen.

Abschlüsse wie Bachelor oder Master stellen noch eindeutig eine Minderheit dar, so ist es nicht verwunderlich, dass viele Unternehmen angeben, kaum etwas mit den neuen Abschlüssen anfangen zu können, da sie selbst noch nicht in der Situation waren, einen Bewerber mit Bachelor- oder Masterabschluss einstellen zu müssen. So sind sich die Unternehmen noch unsicher wie sie die Bewerber zu kategorisieren haben, da die Abschlüsse erst seit kurzer Zeit angeboten werden und der Markt noch immer die auslaufenden Diplomabschlüsse bedient.

Darüber hinaus vertreten Unternehmen sehr unterschiedliche Ansichten, was die Abschlüsse Bachelor und Master angeht. Viele Unternehmen erachten bei der Bewerberauswahl die Hochschule, an der der Bewerber sein Studium durchgeführt hat als nicht sehr relevant und machen auch das Einstiegsgehalt nicht vom Abschlussgrad des Bewerbers abhängig, sondern von seiner praktischen Erfahrung.

In anderen Unternehmen werden Unterschiede zwischen Bewerber mit Bachelor- oder Masterabschluss nur beim Einstieg gemacht, ein schnellerer oder weiterer Aufstieg ist durch einen höheren Bildungsabschluss jedoch nicht garantiert. Teilweise werden bei der bei der Einstiegsposition als auch bei der maximalen Endposition keine Unterschiede zwischen einem Bachelor- oder Masterabsolventen gemacht. Sodass der Abschluss als solcher, kein Garant für Karriere A oder B ist.

Aus den Befragungen geht hervor, dass die meisten Unternehmen keine Unterschiede zwischen der Art des Abschlusses der Bewerber machen. Sie bieten grundsätzlich nur Einstiegspositionen, wie Trainee, Junior, Volontär oder Praktikant, also keine Positionen in denen der Bewerber von vornherein eine sehr verantwortungstragende oder gar Führungsposition belegt.

Der Master wird von den Unternehmen als bildungsbezogener und hochwertiger Abschluss anerkannt, höher als der Bachelorabschluss und auch als das frühere Diplom, jedoch ist dessen Relevanz für den tatsächlichen Berufseinstieg sowie das Gehalt letztlich wieder ein ganz anderes Thema.

12.3.3 Unternehmensrichtlinien zu Einstellungen

Ziel dieser Zielformulierung war, herauszufinden ob es standardisierte Einstellungsverfahren beziehungsweise Richtlinien gibt und ob diese für Bewerber einsehbar sind. Die Auswertung der Studien erbrachte dazu keine nennenswerten Ergebnisse. Viele Unternehmen haben einen standardisierten Bewerbungsprozess, bei dem die Bewerber zunächst dahin gehend ausgesucht werden, ob ihre Qualifikationen den Kernanforderungen entsprechen.

Viele Unternehmen gaben an, dass der Bolognaprozess keinen relevanten Einfluss auf den Bewerbungsprozess hat, weshalb keine größeren Anpassungen vorgenommen werden mussten. Es können keine Angaben dazu gemacht werden, ob Bewerber die Möglichkeit haben, unternehmenspolitische Richtlinien einzusehen und sich vorab zu informieren. Eine Berücksichtigung höher qualifizierte Bewerber, als in der Stellenanzeige angegeben, wird bei einigen Unternehmen nicht berücksichtigt. Dazu gibt es jedoch unterschiedliche Meinungen.

Die Richtlinien sind immer individuell vom Unternehmen oder der Organisation abhängig. Vier beliebte und mögliche Einstiegswege bei Medienunternehmen, die immer wieder genannt wurden, sind Trainee, Junior-Berater, Volontär oder Praktikant. Da es insbesondere bei Onlineagenturen viele schnelle Veränderungen und eine nicht ausreichende Ausbildung gibt, muss der Bewerber ein meist einjähriges Trainee-Programm durchlaufen, wobei die Art des Abschlusses oft keine Rolle spielt.

Bei Agenturen, die sich auf Suchmaschinenoptimierung spezialisiert haben, wird speziell auf die Mathematik-Note geachtet, da eine hohe Zahlenaffinität, logisches Denken und technisches Verständnis vorausgesetzt wird. Da dies schwer zu beurteilen ist, wird oft auf interne Auswahltests zurückgegriffen.

Bei Werbeagenturen, beispielsweise Jung von Matt, bearbeitet der Bewerber zusätzlich zur normalen Bewerbung einen Planer- oder Copytest. Ist dies erfolgreich, wird der Bewerber zu einem Gespräch eingeladen und bekommt im besten Fall die Chance ein sechsmonatiges Praktikum zu absolvieren, in dem Chancen und Stärken herausgearbeitet werden. Im Anschluss kann eine Junior-Stelle angestrebt werden.

Andere Medienunternehmen stellen zunächst neue Mitarbeiter als Volontäre an, die teilweise vorher bei dem Unternehmen Praktika absolviert haben. Bei der RTL Nord GmbH läuft der interne Ausbildungsweg beispielsweise von einem abgeschlossenen Hochschulstudium über ein Praktikum hin zu einem Volontariat. Das Volontariat dauert meist eineinhalb Jahre. Im Anschluss besteht eventuell die Möglichkeit auf eine befristete Zweijahresstelle.

Bei der Verlag Gruner+Jahr besagt eine Richtlinie, dass man einen Auslandsaufenthalt absolviert hat, bevor man eine Führungsposition erreicht. In Museen werden Stellenausschreibungen als öffentliche Ausschreibungen auf verschiedenen Online-Plattformen veröffentlicht.

13 Kurzgefasst

Das Projekt Mind-the-Gap wurde von einem Forschungsteam der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW) im Auftrag des VfM – dem Verein für Medieninformation und -dokumentation e.V. durchgeführt. Grundlage des Projektes ist die Analyse von Wahrnehmung, Akzeptanz und Effektivität der Reformierung deutscher Hochschulabschlüsse aus Unternehmensperspektive in der Hamburger Medien- und Informationswirtschaft. Das vorrangige Erkenntnisinteresse liegt dabei in der Bewertung der konkreten, heutigen Aussagekraft von Bachelor- und Masterabschlüssen nach der Neu- und Umstrukturierung des deutschen Hochschulwesens durch den Bolognaprozess. Das Projekt soll dazu dienen, einen Zusammenhang zwischen der Qualität und Vergleichbarkeit aktueller Studienabschlüsse und relevanten Kriterien im Einstellungsprozess zu definieren und dessen tatsächliche Relevanz zu bewerten.

Als primäres Analyseinstrument wurde dazu die mündliche Befragung von personalverantwortlichen Entscheidungsträgern und Experten in Interviewform gewählt. Dabei wurden primär qualitativ verwertbare Aussagen angestrebt, zusätzlich aber auch quantitative Erhebungsformen einbezogen. Es wurden insgesamt 22 Interviews durchgeführt. 18 davon fanden mit konkreten, arbeitsplatzschaffenden Unternehmen und Organisationen statt und in vier Fällen wurden spezifische Experten zur Thematik befragt.

Die Projektergebnisse lassen sich auf Grundlage der Hauptaussagen (Essentials) der geführten Interviews im Hinblick auf das Forschungsziel wie folgt verdichten und zusammenfassen:

- Viele Unternehmen unterscheiden nicht zwischen Bachelor, Master und Diplom da die Abschlüsse zu neu sind und keine ausreichende Erfahrung existiert.
- Die Auswirkungen der Reform oder auch die neuen Abschlüsse selbst sind somit noch nicht gänzlich in den Unternehmen angekommen; teilweise existieren Unsicherheiten in deren Einschätzung und Bewertung.
- Einige Personaler messen dem Diplom als etabliertem Abschluss dementsprechend noch einen relativ hohen Wert bei, der sich darüber hinaus aber nicht negativ auf die neuen Abschlüsse Bachelor und Master auswirkt.
- Generell ist festzustellen, dass Unternehmen der Bologna-Strukturierung eher positiv gegenüber stehen, dessen Relevanz für den eigenen Einstellungsprozess aber dennoch relativ niedrig einschätzen.
- Praxiserfahrung, das individuelle Profil, sowie konkrete Soft Skills spielen eine grundsätzliche Rolle bei der Bewerberselektion und werden vielfach höher bewertet als die Ausbildung oder die Abschlussart.
- Der Wille zum Qualifikationserwerb zählt; der Titel selbst ist dafür aber wenig aussagekräftig.
- Persönlichkeit, Kreativität, Verantwortung, Eigeninitiative und Begeisterungsfähigkeit für die Branche stehen im Fokus der Personaler.
- Die Karriereentwicklung, sowie Einstiegsposition und -gehalt werden als unabhängig vom konkreten Abschluss angesehen; relevant ist allein die zu besetzende Position und der vorhandene Erfahrungsschatz des Bewerbers.

- Der Bachelorabschluss reicht vielfach für eine erfolgreiche Bewerbung aus; ein späteres Masterstudium kann die eigene Laufbahn im Sinne persönlicher Ziele aber bereichern.
- Daneben sehen viele Unternehmen beim Bachelor jedoch eine mangelnde Qualität im Bereich Praxiserfahrung; den Studenten bleibe oft nicht genug Zeit, um dies innerhalb des Studiums umzusetzen. Hier wird Verbesserungsbedarf im Sinne von Freiraumschaffung und Praxisannäherung bemängelt.
- Von vielen Unternehmen wird darüber hinaus eine grundlegende Überarbeitung und Erweiterung des Bolognaprozesses vorgeschlagen, da ihrer Meinung nach der Student und seine individuellen Fähigkeiten wieder mehr im Mittelpunkt des Studiums stehen sollten.
- Masterabsolventen wird im direkten Vergleich unter Umständen mehr Verantwortungsbewusstsein und eine stärker definierte Persönlichkeitsentwicklung zugesprochen; in diesem Kontext kann ein Masterstudium als Möglichkeit zur eigenen Identitätsprägung sinnvoll sein, sollte aber keinesfalls als voraussetzende Forderung der Wirtschaft verstanden werden.
- Das grundsätzliche Interesse an der kontinuierlichen, eigenen Förderung und Weiterbildung wird allgemein als äußerst positiv wahrgenommen und kann ein entscheidendes Kriterium bei der Bewerbung darstellen.

Literatur

ATTESLANDER 2010

Atteslander, Peter ; Cromm, Jürgen (Mitarb.): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 13., neu bearb. und erw. Aufl. – Berlin : Erich Schmidt, 2010

BDA 2012

Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände (BDA): Bachelor kommt in den Unternehmen an [online]. In: *BDA argumente* (2012), Februar. – URL: [http://www.bda-online.de/www/arbeitgeber.nsf/res/B955EAE7864DAFF9C12578D400340080/\\$file/Bachelor_kommt_in_Unternehmen_an.pdf](http://www.bda-online.de/www/arbeitgeber.nsf/res/B955EAE7864DAFF9C12578D400340080/$file/Bachelor_kommt_in_Unternehmen_an.pdf) (Abruf: 2012-05-05)

BELAMI 2007

Projektteam BelAMI ; Schmidt, Ralph (Hrsg.): *Das Leben danach : Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information*. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Dept. Information, 2007 (Hamburger Materialien zur Medien-Information ; 40)

BORTZ/DÖRING 2006

Bortz, Jürgen ; Döring, Nicola: *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. 4., überarb. Aufl. Heidelberg : Springer, 2006

BRANCHENBUCH HAMBURG 2012

Branchenbuch Hamburg [online]. Hamburg : hamburg.de, 2012. – URL: <http://www.hamburg.de/branchenbuch/> (Abruf: 2012-04-20)

BRIEDIS u. a. 2011

Briedis, Kolja ; Heine, Christoph ; Konegen-Grenier, Christiane ; Schröder, Ann-Katrin : *Mit dem Bachelor in den Beruf : Arbeitsmarktbefähigung und -akzeptanz von Bachelorstudierenden und -absolventen* [online]. Essen : Ed. Stifterverb., 2011. – URL: http://stifterverband.info/publikationen_und_podcasts/positionen_dokumentationen/mit_dem_bachelor_in_den_beruf/mit_dem_bachelor_in_den_beruf.pdf (Abruf: 2012-05-05)

BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2012

Bundesagentur für Arbeit (Hrsg.): *Jobbörse* [online]. Nürnberg : Bundesagentur für Arbeit, 2012. – URL: <http://jobboerse.arbeitsagentur.de/> (Abruf: 2012-06-17)

DAAD 2007

Deutscher Akademischer Austausch-Dienst (Hrsg.): *Bachelor, Master und Auslandserfahrungen : Erwartungen und Erfahrungen deutscher Unternehmen ; eine Unternehmensbefragung* [online]. Bonn : DAAD, 2007. – URL: http://www.iwconsult.de/imperia/md/images/iwconsult/pdf/download/akzeptanz_bachelor_master.pdf (Abruf: 2012-04-22)

DGFP 2009

Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (Hrsg.): Personalblitzlicht: Bachelor welcome!? 2009 : Befragungsergebnisse [online]. In: *DGPF Praxis Papiere 1* (2009). – URL: <http://www.dgfp.de/wissen/personalwissen-direkt/dokument/81721/herunterladen> (Abruf: 2012-04-22)

DIHK 2002

DIHK (Hrsg.): *Bachelor- und Masterstudiengänge : Erhebung des DIHK bei Mitgliedsunternehmen von Industrie- und Handelskammern über die Akzeptanz von Bachelor- beziehungsweise Master-Studiengängen beziehungsweise Beschäftigungsaussichten der Absolventen dieser Studiengänge in der Wirtschaft* [online]. Berlin : DIHK, 2002. – URL: http://www.dihk.de/ressourcen/downloads/bachelorumfrage.doc/at_download/file?mdate=1291825551430 (Abruf: 2012-04-25)

FRIEDRICHSEN 2004

Friedrichsen, Heike: Was Bachelor und Master wirklich wert sind [online]. In: *Spiegel online* (2004-08-02). – URL: <http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/0,1518,311302,00.html> (Abruf: 2012-05-15)

GABLER 2012

Stichwort Marktanalyse [online]. In: Gabler Verlag (Hrsg.): *Gabler Wirtschaftslexikon*. Wiesbaden : Springer Gabler, 2012. – URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marktanalyse.html> (Abruf: 2012-03-20)

HANDELSKAMMER HAMBURG 2012a

Handelskammer Hamburg: *Branchenstruktur der 13.734 der Hamburger Medienunternehmen zum 1. Januar 2012 (nach Anzahl der Unternehmen)* [online]. Hamburg : Handelskammer, 2012. – URL: http://www.hk24.de/linkableblob/1741740/.5./data/Firmenzaehlung_der_Medienbranche_zum_1_Januar_2012-data.pdf (Abruf: 2012-04-25)

HANDELSKAMMER HAMBURG 2012b

Handelskammer Hamburg: *Branchenstruktur der 9.454 Hamburger IT-Unternehmen zum 1. Juli 2011 (nach Anzahl der Unternehmen)* [online]. Hamburg : Handelskammer, 2012. – URL: http://www.hk24.de/linkableblob/1495014/.5./data/IT_Branchenstruktur_Beginn_2_Halbjahr_2011-data.pdf (Abruf: 2012-04-25)

HANDELSKAMMER HAMBURG 2012c

Handelskammer Hamburg: *Zusammensetzung der 7.107 Firmen der Hamburger Werbewirtschaft zum 1. Januar 2012 (nach Anzahl der Unternehmen)* [online]. Hamburg : Handelskammer, 2012. – URL: http://www.hk24.de/linkableblob/1741746/.3./data/Firmenzaehlung_der_Werbebranche_zum_1_Januar_2012-data.pdf (Abruf: 2012-04-25)

HAW HAMBURG 2011

Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW): *Informationswissenschaften und -management (Master)* [online]. Hamburg : HAW, Stand: 2011-10-27. – URL: <http://www.haw-hamburg.de/studium/studiengaenge/dmi/master/informationswissenschaften-und-management.html> (Abruf: 2012-03-20)

HEIDENREICH 2011

Heidenreich, Kevin: *Erwartungen der Wirtschaft an Hochschulabsolventen* [online]. Berlin : DIHK, 2011. – URL: http://www.dihk.de/ressourcen/downloads/hochschulumfrage-2011/at_download/file?mdate=1295599747088/http://www.dihk.de/themenfelder/aus-und-weiterbildung/schule-hochschule/hochschule/umfragen-und-prognosen/hochschulen-muessen-die-anforderungen-des-arbeitsmarktes-ernst-nehmen (Abruf: 2012-04-25)

HELFFERICH 2011

Helfferrich, Cornelia: *Die Qualität qualitativer Daten : Manual für die Durchführung qualitativer Interviews*. 4. Aufl. Wiesbaden : VS Verl. für Sozialwissenschaften, 2011

KIMLER/KRÜCKEN 2007

Kimler, Johanna ; Krücken, Georg: *Die Akzeptanz von Bachelorabschlüssen bei deutschen Großunternehmen : Theoretische Überlegungen und empirische Befunde* [online]. Vortrag: 2. Jahrestagung der Gesellschaft für Hochschulforschung, München 2007 / Präsentationsfolien. – URL: http://www.uni-kassel.de/incher/gfhf/tagung2007/kruecken_kimler_gfhf_2007.pdf (Abruf: 2012-04-25)

KONEGEN-GRENIER 2011

Konegen-Grenier, Christiane: Bachelor und Master auf dem Arbeitsmarkt : Ergebnisse aus zwei Unternehmensbefragungen. In: *Wirtschaftsdienst* 91 (2011), Sonderheft, S. 20–26

KORFMANN 2009

Korfmann, Matthias: Bachelor oder Master – der Industrie ist das egal [online]. In: *Der Westen* (2009-04-15). – URL: <http://www.derwesten.de/politik/campus-karriere/bachelor-oder-master-der-industrie-ist-das-egal-id246860.html> (Abruf: 2012-04-22)

KOSFELD 2012

Kosfeld, Peter: Bachelor und Master sind jetzt die Regel [online]. In: *Frankfurter Rundschau* (2012-02-25). – URL: <http://www.fr-online.de/master---bachelor/arbeitsmarkt-bachelor-und-master-sind-jetzt-die-regel,10831300,11696998.html> (Abruf: 2012-04-17)

KRUEGER/CASEY 2009

Krueger, Richard A. ; Casey, Mary A.: *Focus groups : a practical guide for applied research*. 4. Aufl. Los Angeles, Calif. : Sage, 2009

KRUSE 2009

Kruse, Jan: Qualitative Sozialforschung – interkulturell gelesen : die Reflexion der Selbstausslegung im Akt des Fremdverstehens [online]. In: *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum Qualitative Social Research* 10 (2009) Nr. 1 / Art. 16. – URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1209/2639> (Abruf: 2011-06-20)

LAHNINGER 2000

Lahninger, Paul: *Leiten, präsentieren, moderieren : Arbeits- und Methodenbuch für Teamentwicklung und qualifizierte Aus- & Weiterbildung*. 3. Aufl., Münster : Ökotopia-Verl., 2000

MAASS/KAY 2011

Maass, Frank ; Kay, Rosemarie: *Erfahrung mittelständischer Unternehmen mit den neuen Abschlüssen Bachelor und Master* [online]. Bonn : Inst. f. Mittelstandsforsch., 2011 (IfM-Materialien ; 207). – URL: <http://www.ifm-bonn.org/assets/documents/IfM-Materialien-207.pdf> (Abruf: 2012-04-25)

MAYER 2009

Mayer, Horst: *Interview und schriftliche Befragung : Entwicklung, Durchführung und Auswertung*. 5., überarb. Aufl. München : Oldenbourg, 2009. – E-Book

MINSK/BRIEDIS 2005

Minsk, Karl-Heinz ; Briedis, Kolja: *Der Bachelor als Sprungbrett? : Ergebnisse der ersten bundesweiten Befragung von Bachelorabsolventinnen und Bachelorabsolventen*. Tl. 2: Der Verbleib nach dem Bachelorstudium. Hannover : HIS, 2005

MONSTER 2012

Monster Worldwide Deutschland GmbH: *monster.de* [online]. Eschborn : Monster Worldwide Deutschland GmbH, 2012. – URL: <http://www.monster.de> (Abruf: 2012-06-17)

PERSONALWIRTSCHAFT 2012

Personalwirtschaft: Master bei Unternehmen beliebter als Bachelor [online]. In: *Personalwirtschaft* (2012-03-07). – URL: <http://www.personalwirtschaft.de/de/html/news/details/1726/Master-bei-Unternehmen-beliebter-als-Bachelor/> (Abruf: 2012-04-15)

SCHNELL u. a. 1995

Schnell, Rainer ; Hill, Paul, B. ; Esser, Elke: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 5., völlig überarb. und erw. Aufl. München : Oldenbourg, 1995

SCHOLZ/BUCHEIT 2010

Scholz, Christian ; Bucheit, Stephan: *Chancen für Bachelor : eine Momentaufnahme* [online]. Saarbrücken : Univ. des Saarlandes, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, 2010. – URL: <http://www.orga.uni-sb.de/files/94.pdf> (Abruf: 2012-04-25)

SCHRAEPER/BRIEDIS 2003

Schraeper, Hilde ; Briedis, Kolja: *Kompetenzen von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen, berufliche Anforderungen und Folgerungen für die Hochschulreform*. Hannover : HIS 2003 (HIS Kurzinformation A 2004,6)

STEPSTONE 2012

StepStone Deutschland GmbH: *Stepstone.de* [online]. – Düsseldorf : StepStone Deutschland GmbH, 2012. – URL: <http://www.stepstone.de> (Abruf: 2012-06-17)

STIFTERVERBAND 2012

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft: *Bachelor Welcome! : Bachelor Welcome! : Personalvorstände führender Unternehmen begrüßen die gestuften Studiengänge in Deutschland* [online]. Essen : Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, 2012. – URL: http://www.stifterverband.info/wissenschaft_und_hochschule/hochschule_und_wirtschaft/bachelor_welcome/index.html (Abruf: 2012-04-25)

PILGRAM 2011

Pilgram, Jutta: Bachelors haben's fast so gut wie Masterabsolventen [online]. In: *Süddeutsche.de* (2011-09-24). – URL: <http://www.sueddeutsche.de/karriere/studienabschluss-bachelors-habens-fast-genauso-gut-wie-Masterabsolventen-1.1147678> (Abruf: 2012-04-15)

WAGNER 2011

Wagner, Sarah: Bachelorabsolventen am Arbeitsmarkt : die Arbeitslosigkeit droht den wenigsten [online]. In: *Focus Online* (2011-11-19). – URL: http://www.focus.de/wissen/mensch/campus/tid-24030/Bachelorabsolventen-am-arbeitsmarkt-die-arbeitslosigkeit-droht-den-wenigsten_aid_678809.html (Abruf: 2012-04-15)

WEITZEL u. a. 2012

Weitzel, Tim ; Eckhardt, Andreas ; von Stetten, Alexander ; Laumer, Sven ; Maier, Christian ; Guhl, Elkre: *Recruiting Trends 2012 : eine empirische Untersuchung mit den Top-1.000-Unternehmen aus Deutschland sowie den Top-300-Unternehmen aus den Branchen Health Care, IT sowie Umwelt & Recycling* (Management-Zusammenfassung) [online]. Bamberg : Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS), 2012. – URL: <http://media.newjobs.com/dege/redaktion/RecruitingTrendsZusammenfassung.pdf> (Abruf: 2012-04-29)

WÜBBENHORST/ESCH 2012

Wübbenhorst, Klaus ; Esch, Franz-Rudolf: Stichwort: *Pretest* [online]. In: Gabler Verlag (Hrsg.): *Gabler Wirtschaftslexikon*. Wiesbaden : Springer Gabler, 2012. – URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/57508/pretest-v6.html> (Abruf 2012-04-25)

ZDF 2012

Zweites deutsches Fernsehen: »Auf ein Wort« mit Andreas Birnbacher [online]. ZDF, 2012-02-29 08:00 Uhr. – Fernsehsendung. – URL: <http://www.zdf.de/ZDFmediathek#/beitrag/video/1580628/Auf-ein-Wort-mit-Andreas-Birnbacher> (Abruf: 2012-05-02)

ZIEHE u. a. 2009

Ziehe, Nikola u. a. : *Arbeitsmarkt für Masterabsolventen : eine explorative Studie von Prof. Dr. Nikola Ziehe und Studierenden der Fachhochschule Düsseldorf im Master-Studiengang Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement*. Düsseldorf : FH Düsseldorf, 2009. – unveröff. Forschungsbericht

Übersicht der Arbeitspapiere im Projekt *Mind the Gap*

Konzeptpapiere

DP 01	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Milena Franck, Ricarda Hage</i>	2012-03-25
DP 02	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Josefine Bäßler, Britta Steffen</i>	2012-03-25
DP 03	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Hanna Rehm, Eva Steinert</i>	2012-03-26
DP 04	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Marcus Kupka</i>	2012-03-26
DP 05	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Alexandra Gather, Isabelle Jählig</i>	2012-03-27
DP 06	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Johanna Wöhler, Dorothee Böhringer</i>	2012-03-27
DP 07	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Jana Paul, Verena Kapfer</i>	2012-03-27
DP 08	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Martin Appenzeller, Maximilian Frömbling</i>	2012-03-27
DP 09	Vorschlag Forschungsdesign Mind the Gap <i>Joanna Boruch, Nicole Hügel</i>	2012-03-27
DP 10	Arbeitsplan Interviewleitfaden Organisationen <i>Milena Franck, Ricarda Hage</i>	2012-04-02
DP 11	Leitfaden Experten <i>Alexandra Gather, Isabelle Jählig</i>	2012-04-02
DP 12	Arbeitsplan Recherche, Stand der Forschung <i>Jana Paul, Verena Kapfer, Josefine Bäßler, Britta Steffen</i>	2012-04-03
DP 13	Arbeitsplan Marktanalyse <i>Dorothee Böhringer, Johanna Wöhler, Hanna Rehm, Eva Steinert</i>	2012-04-03
DP 14	Arbeitsplan Kontaktstrategien <i>Nima Haghighi, Marcus Kupka</i>	2012-04-03
DP 15	Arbeitsplan Zielformulierung <i>Martin Appenzeller, Maximilian Frömbling</i>	2012-04-03
DP 16	Marktanalyse – Marktsegmentierung <i>Dorothee Böhringer, Eva Steinert, Hanna Rehm, Johanna Wöhler</i>	2012-04-12

Arbeitspapiere

AP 01	Beispiele für Interview-Anfragen und Psychologie der Interviewführung inklusive Checkliste <i>Marcus Kupka, Nima Haghighi</i>	2012-05-06
AP 02	Formulierung von Projektzielen <i>Martin Appenzeller, Maximilian Frömbling</i>	2012-04-18
AP 03	Leitfaden für Experteninterviews <i>Alexandra Gather, Isabelle Jährig</i>	2012-05-01
AP 04	Dokumentation zur Erstellung des Leitfadens für die Befragung von Organisationen <i>Milena Franck, Ricarda Hage</i>	2012-05-02
AP 05	Stand der Forschung zum Thema »Meinungsbild in Deutschland über Bachelor- und Masterabschlüsse« <i>Josefine Bäßler, Joanna Boruch, Verena Kapfer, Jana Paul, Britta Steffen</i>	2012-05-06
AP 06	Marktüberblick über den Medien- und Informationssektor der Metropolregion Hamburg <i>Dorothee Böhringer, Eva Steinert, Hanna Rehm, Johanna Wöhler</i>	2012-05-07
AP 07	Interview mit einer Personalerin eines filmproduzierenden Unternehmens <i>Milena Franck, Ricarda Hage</i>	2012-06-16
AP 08	Interview mit einer Personalerin der RTL Nord GmbH <i>Milena Franck, Ricarda Hage</i>	2012-06-16
AP 09	Experteninterview mit Frauke Narjes vom Career Service Uni Hamburg <i>Verena Kapfer, Jana Paul</i>	2012-06-18
AP 10	Interview Jung von Matt <i>Hanna Rehm, Eva Steinert</i>	2012-06-18
AP 11	Interview mit einem Personaler eines Medienunternehmens <i>Milena Franck, Ricarda Hage</i>	2012-06-19
AP 12	Interview mit der Wirkungsvoll GmbH <i>Martin Appenzeller, Maximilian Frömbling</i>	2012-06-19
AP 13	Interview mit der Portalis Group <i>Martin Appenzeller, Maximilian Frömbling</i>	2012-06-19
AP 14	Interview mit einer Personalverantwortlichen aus einer Wissenschaftlichen Spezialbibliothek <i>Alexandra Gather, Isabelle Jährig</i>	2012-06-23
AP 15	Interview mit European Film Promotion <i>Nima Haghighi, Marcus Kupka</i>	2012-06-20
AP 16	Interview aus dem Staatsarchiv Hamburg (Fachbereich Bibliothek) <i>Nima Haghighi, Marcus Kupka</i>	2012-06-20
AP 17	Interview mit dem Leiter der Fachbibliothek Life Sciences (LS) der HAW Hamburg in Bergedorf <i>Nima Haghighi, Marcus Kupka</i>	2012-06-20
AP 18	Interview Koordinierungsstelle Weiterbildung und Beschäftigung e.V. <i>Alexandra Gather, Isabelle Jährig</i>	2012-06-22

AP 19	Interview Stiftung Historische Museen <i>Alexandra Gather, Isabelle Jährig</i>	2012-06-22
AP 20	Interview unique digital <i>Hanna Rehm, Eva Steinert</i>	2012-06-23
AP 21	Interview HFBK – Bibliothek <i>Hanna Rehm, Eva Steinert</i>	2012-06-26
AP 22	Interview mit Sybille Gast von achtung! <i>Dorothee Böhringer, Johanna Wöhler</i>	2012-06-26
AP 23	Interview mit einem Hamburger Medienunternehmen <i>Dorothee Böhringer, Johanna Wöhler</i>	2012-06-26
AP 24	Experteninterview mit Ines Wanke, Vorsitzende BIB-Landesgruppe <i>Josefine Bäßler, Joanna Boruch, Britta Steffen</i>	2012-06-26
AP 25	Experteninterview mit Melanie Grell vom E-Fellows.Net“-Karriere- netzwerk <i>Verena Kapfer, Jana Paul</i>	2012-06-26
AP 26	Interview mit der TRG – The Reach Group <i>Martin Appenzeller, Maximilian Frömbling</i>	2012-06-26
AP 27	Interview Forschungseinrichtung <i>Dorothee Böhringer, Johanna Wöhler</i>	2012-06-27
AP 28	Im Gespräch mit artaxo AG <i>Josefine Bäßler, Britta Steffen, Joanna Boruch</i>	2012-07-06
AP 29	Wie ist es gelaufen? – ein Erfahrungsbericht zur Interviewpartner- akquise <i>Nima Haghighi, Marcus Kupka</i>	2012-06-26
AP 30	Eine Untersuchung von Stellenanzeigen zur Informations- und Medienbranche in Hamburg <i>Alexandra Gather, Isabelle Jährig</i>	2012-06-27
AP 31	Ergebnisse der quantitativen Auswertungen <i>Milena Franck, Ricarda Hage</i>	2012-06-28
AP 32	Diskussion der Ergebnisse – Erwartungen und Kenntnisse bei den befragten Unternehmen <i>Verena Kapfer, Jana Paul</i>	2012-06-28
AP 33	Erfahrung und Wahrnehmung branchenspezifischer Besonderheiten und Bewertung des Bologna-Prozesses durch die befragten Unternehmen und Experten <i>Hanna Rehm, Eva Steinert</i>	2012-06-28
AP 34	Diskussion Ergebnisse – Entscheidungen im Einstellungsverhalten <i>Josefine Bäßler, Britta Steffen, Joanna Boruch</i>	2012-06-28
AP 35	Projektüberblick und -zusammenfassung / Endredaktion <i>Martin Appenzeller, Maximilian Frömbling</i>	2012-07-05
AP 36	Erstellung der Endpräsentation der Projektergebnisse beim Auftraggeber <i>Dorothee Böhringer, Johanna Wöhler</i>	2012-07-10

Hamburger Materialien zur Medien-Information

Schriftenreihe zur Theorie, Methodik und Praxis im Medien-Informationsmanagement

Hrsg.: Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A. • Forschungsagentur : rais • Kurt-Schill-Weg 2 • 22455 Hamburg • 0 40 / 44 66 71 • rais.schmidt@t-online.de

- Nr. 1 Projektteam Mediendokumentation: Modelle und Konzepte der Beitragsdokumentation und Filmarchivierung im Lokalfernsehsender Hamburg 1 / Endbericht. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, Juli 1996. – 150 S., 31 Abb., 15 Tab., Bibliogr., Register, DM 55,-
- Nr. 2 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ANNETTE NIEMANN (Mitarb.): »I did it my way« – 1995 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, November 1996. – 234 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen – Nur für FH-internen Gebrauch!
- Nr. 3 ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIENDOKUMENTATION ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; SABINE WERTHER (Mitarb.): Aufgaben und Praxis der Mediendokumentation : Vorträge – Exkursionen – Interviews. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, voraussichtlich September 1999. – *in Vorbereitung*
- Nr. 4 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ANNETTE NIEMANN (Mitarb.): »I did it my way« – 1996 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, April 1997. – 276 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen – Nur für FH-internen Gebrauch!
- Nr. 5 PROJEKTEAM MEDIENDOKUMENTATION: Dokumentarische Kompetenz in der Multimedia-Branche : eine Hamburger Delphi-Studie / Endbericht. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, Juli 1997. – 186 S., 6 Abb., 6 Tab., Bibliogr., Register, DM 65,-
- Nr. 6.1 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; SANDRA MIESKE (Mitarb.): »I did it my way« – 1997 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. Bd. 1: Text & Bild / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, April 1998. – 276 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen – Nur für FH-internen Gebrauch!
- Nr. 6.2 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; SANDRA MIESKE (Mitarb.): »I did it my way« – 1997 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. Bd. 2: Funk, Info & PR / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, April 1997. – 276 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen – Nur für FH-internen Gebrauch!
- Nr. 7 PROJEKTEAM MEDIENDOKUMENTATION: Videoarchivierung am digitalen Schnittplatz : Entwicklung und Implementierung eines multimedialen Dokumentationssystems für die Videoproduktion an Bord des Redaktionsschiffes ALDEBARAN ; ALDOK Handbuch : Logging, Datenbank, Systematik. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, Juli 1998. – 52 S., 16 S., 26 S., 17 S., div. Abb., DM 45,-
- Nr. 8 IMKE HENKEL (Hrsg.) ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Projektmanagement : Relaunch einer Tageszeitung / Reader (Materialien für die Managementakademie der Studienstiftung des deutschen Volkes in Chorin vom 16. bis 22. August 1998). Hamburg : Forschungsagentur : rais, Juli 1998. – 214 S. – begrenzte Aufl.
- Nr. 9 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; LAPPE, KATHRIN (Mitarb.): »I did it my way« – 1998 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 1999. – 244 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 10 PROJEKTEAM MEDIENDOKUMENTATION: Schnittstellenkompetenz in der New Media-Branche : Informationsorganisation und Wissensmanagement als Arbeitsfeld.. Hamburg : FH Hamburg, FB Bibliothek und Information, 1999 (Hamburger Materialien zur Medien-Information ; 10). – 197 S., 32 Abb., 10 Tab., Register
- Nr. 11 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 1999 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2000. – Nur für FH-internen Gebrauch!
- Nr. 12 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen : Tendenzen des Knowledge Management ; Berufsbilder der New Media Ära / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 1999. – ivx S. + 128 S. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 13 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Medien-Informationsmanagement : Praxis – Projekte – Präsentationen. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2000. – 306 S., zahlr. Abb., zahlr. Tab., Register
- Nr. 14 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (Hrsg.) ; Projektteam Mediendokumentation: Web-gestütztes Customer- und Opinion-Management in der Zeit-Online-Redaktion : Abschlussbericht. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, Juli 2000. – 98 S., zahlr. Abb., Tab.
- Nr. 15 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen : Tendenzen des Knowledge Management ; Berufsbilder der New Media Ära / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2000. – 264 S., zahlr. Abb., zahlr. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 16 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2000 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2001. – 200 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 17.1 PROJEKTEAM MEDIEN-INFORMATIONSMANAGEMENT: Knowledge & Information Management in der New Media-Branche als innerbetriebliche Qualifizierung. Bd. 1: Abschlussbericht. Hamburg : FH Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2001. – 111 S.
- Nr. 17.2 PROJEKTEAM MEDIEN-INFORMATIONSMANAGEMENT: Knowledge & Information Management in der New Media-Branche als innerbetriebliche Qualifizierung. Bd. 2: Materialienband mit CD. ROM »Online-Recherche-Handbuch«. Hamburg : FH Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2001. – 90 S.
- Nr. 18 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2001 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2001. – 264 S., zahlr. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 19 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2001 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2002. – 198 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 20 PROJEKTEAM MEDIEN-INFORMATIONSMANAGEMENT: Gender und Lebenslauf in der New Economy : Analysen zu Karrieremustern, Leitbildern und Lebenskonzepten. Hamburg : HAW Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2002. – 210 S.
- Nr. 21 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2002 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2002. – 132 S., zahlr. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 22 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2002 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2003. – 274 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 23 PROJEKTEAM BIBLIOTHEK UND INFORMATION: Knowledge on Demand in der Bekleidungsindustrie : Konzeption einer digitalen Wissensplattform für das lernende Unternehmen in der Textilbranche. Hamburg : HAW Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2003. – 228 S., 62 Abb., CD-ROM
- Nr. 24 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2003 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2003. – 204 S., zahlr. Abb.. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 25 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2003 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2004. – 514 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 26 PROJEKTEAM MEDIEN-INFORMATIONSMANAGEMENT ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): HSH-Nordbank: Yellow-Pages-Entwicklung : Konzept zur Strukturierung, Indexierung, Akquisition und Recherche von Mitarbeiterdaten in Intranets der Kreditwirtschaft, Projektbericht. Hamburg : HAW Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2004. – 186 S., 81 Abb., 7 Tab., Beigabe: CD-ROM

- Nr. 27 PROJEKTEAM MEDIEN UND INFORMATION, GRUPPE ARIAL, GRUPPE BODONI: Content-Organisation in der Bilddokumentation : Ergebnisbericht zum Projekt picont. Hamburg : HAW Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2004. – 104 S., Beigabe: CD-ROM
- Nr. 28 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Medien & Information als Beruf – ein Manual / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2004. – 103 S. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 29 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Arbeitsorganisation und Präsentation – Papers 2004 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2004. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 30 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2004 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2004. – 144 S., zahlr. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 31 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2004 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2005. – 287 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 32 PROJEKTEAM AMUSE ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (Hrsg.): medienhandbuch revisited : Diagnosen und Rezepte zu Usability, Marketing und eMarket-Strategien eines Medienportals, Projektbericht. Hamburg : HAW Hamburg, Abteilung Information, 2005. – 358 S., 94 Abb., 23 Tab., Beigabe: CD-ROM
- Nr. 33 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2005 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2005. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 34 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2005 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 276 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 35 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 234 S., div. Abb.
- Nr. 36.1 PROJEKTEAM BOOKNEWS ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (Hrsg.): Nachrichten vom Buchverlag : Entwicklungsstudie für einen vertriebsunterstützenden E-Mail-Newsletter des Buchverlags »Ellert & Richter«. Bd. 1: Projektbericht. Hamburg : HAW Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 142 S., 14 Abb., 3 Tab.
- Nr. 36.2 PROJEKTEAM BOOKNEWS ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (Hrsg.): Handbuch zum Newsletter : Entwicklungsstudie für einen vertriebsunterstützenden E-Mail-Newsletter des Buchverlags »Ellert & Richter«. Bd. 2: Handbuch. Hamburg : HAW Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 82 S., 71 Abb.
- Nr. 37 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Auf den Schultern von Riesen – die eigene Diplomarbeit 2006 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2006. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 38 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2006 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2007. – 314 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 39 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2007 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2007. – 220 S., div. Abb.
- Nr. 40 PROJEKTEAM BELAMI ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Das Leben danach ... – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2007. – 282 S., 50 Abb., 9 Tab.
- Nr. 41 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Auf den Schultern von Riesen : die eigene Bachelor- oder Diplomarbeit 2007 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2007. – 107 S., div. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 42 PROJEKTEAM ALL ABOUT SCHMIDT ; FRAUKE SCHADE (HRSG.) ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): All About Schmidt – Marketingkonzeption, Image-Analyse und Kommunikationsstrategie für die Hochschulbibliothek der Helmut-Schmidt-Universität. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2008. – 230 S., 69 Abb., 38 Tab.
- Nr. 43 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2007 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2008. – 414 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 44 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2008 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2008. – 288 S., div. Abb.
- Nr. 45 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Auf den Schultern von Riesen : die eigene Bachelor- oder Diplomarbeit 2008 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2008. – 112 S., div. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 46 PROJEKTEAM MARKE CSB ; FRAUKE SCHADE (HRSG.) ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Die Marke CSB – Informationsmarketing und Markenbildung für das Center for Stroke Research Berlin. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009. – 168 S., 90 Abb., 50 Tab.
- Nr. 47 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2008 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009. – 276 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 48 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2009 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009. – 212 S., div. Abb.
- Nr. 49 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): haiss : HAW Abstracts in Information Science and Services/ Seminar-Reader 1 (2009), Nr. 1. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009. – 176 S., div. Abb.
- Nr. 50 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2009 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2010. – 514 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 51 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2010 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2010. – 167 S., div. Abb.
- Nr. 52 PROJEKTEAM EFG USER SURVEY ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (HRSG.): EFG User Survey : ein Befragungskonzept. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2011. – 240 S., 44 Abb., 43 Tab.
- Nr. 53 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2010 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2011. – 363 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 54 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2011 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2011. – 176 S., div. Abb.
- Nr. 55 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Fallbeispiele der Personalführung 2010 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2010. – 119 S., div. Abb.
- Nr. 56 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): haiss : HAW Abstracts in Information Science and Services / Seminar-Reader 2 (2012), Nr. 2. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2012. – 148 S., div. Abb.
- Nr. 57 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2011 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2012. – 369 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 58 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2012 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2012. – 212 S., div. Abb.

Hochschule für Angewandte
Wissenschaften Hamburg
(HAW Hamburg)
Fakultät Design – Medien – Information
Department Information
Finkenau 35
22081 Hamburg