

DUZ

WISSENSCHAFT & MANAGEMENT

AUSGABE 2.2019 // 8. MÄRZ



auf Wiedersehen

ABGÄNGER

Qualitätsmanagement:
Was Hochschulen aus dem Urteil
ihrer Absolventen lernen können.

ANREIZE

Eine Tagung fragte, wie Studierende
zu einem Auslandsaufenthalt
motiviert werden können.

NETZWERKE

Der Forschungsmanagerin
Anneke Meyer ist es wichtig, ihr
Wissen an Kollegen weiterzugeben.

„Fachhochschulen punkten mit Praxiserfahrung“

Wie Personalmanager Abschlüsse bewerten, hat **Christian Ernst** zusammen mit seiner Kollegin Lorena Durst von der Technischen Hochschule Köln im Rahmen einer Befragung von 101 Unternehmen untersucht. | Interview: Tina Bauer

Foto: privat



Prof. Dr. Christian Ernst

hat eine Professur für Personalmanagement und Berufsbildung an der Technischen Hochschule Köln inne. | christian.ernst@th-koeln.de

Mit was punkten Absolventen als Berufseinsteiger am meisten?

Die empirischen Ergebnisse zeigen, dass der inhaltliche Studienschwerpunkt auf Platz eins steht – das ist nicht überraschend. Die Relevanz von Praktika auf Platz zwei hat mich selbst zwar nicht überrascht, ist aber nicht für jedermann direkt ersichtlich. Personalmanager bewerten eben die Praxiserfahrung sehr hoch. Dabei sollten die Praktika einschlägig sein, also in dem Bereich, in dem man später arbeiten möchte.

Warum ist die hohe Praxisrelevanz für andere überraschend?

Ich weiß nicht, ob Studierenden das immer so klar ist. Ich berate an der Technischen Hochschule (TH) Köln Studierende und die legen sehr viel Wert auf den Abschluss, die Semesteranzahl, die Abschlussnote. Dabei rangiert zum Beispiel die Abschlussnote nur an Platz sechs im Personalmanager-Ranking.

Was können Hochschulmanager und Hochschulleitungen daraus schließen, was können sie diesbezüglich verändern?

Es ist sehr wichtig, in einer beratenden Funktion mitzudenken und zu reflektieren, was letztendlich die Endabnehmer der Absolventen – also die Personalmanager und Unternehmen – suchen und sich wünschen. Somit sind die Studienergebnisse für eine Beratungsfunktion an Hochschulen bedeutsam.

Was ist für Personalmanager weniger wichtig?

Ein bisschen überraschend für mich ist, dass die Auslandserfahrung weniger wichtig erscheint. Aber das mag auch an der Stichprobe liegen. Wenn man im Bereich der großen Konzerne so eine Befragung durchführt, wird eine Auslandserfahrung wesentlich wichtiger. Und: Das Ranking einer Hochschule steht an letzter Stelle der Kriterien. Die Erkenntnis für Hochschulen: dass Personalmanager sich nicht von Rankings blenden lassen.

Wie werden die unterschiedlichen Absolvententypen eingeschätzt?

Die klassischen Annahmen werden sehr deutlich bestätigt. Ich hätte es nicht so markant erwartet, doch in der Tendenz ist es nicht überraschend: 73 Prozent der befragten Unternehmen sehen bei Fachhochschulabsolventen vor allem die Praxisorientierung, bei den Universitätsabsolventen sind es nur 5 Prozent.

Ebenso auffällig: 60 Prozent der Befragten sehen Teamfähigkeit sehr stark bei den Fachhochschulabsolventen ausgeprägt und nur 30 Prozent bei den Universitätsabsolventen. Umgekehrt fällt besonders ins Auge, dass man den Universitätsabsolventen besondere Stärken in strukturierten Arbeiten, logischem Denken und fundiertem Fachwissen bescheinigt.



Muss es also an Fachhochschulen künftig Promotionen geben?

Sicherlich stützen diese Ergebnisse eine koordinierte Arbeitsteilung der Fachhochschulen und der Universitäten, also angewandte Forschung und Ausbildung für die Praxis an den Fachhochschulen und Ausbildung für die Forschung und Forschungsschwerpunkte an den Universitäten. Doch man muss die Schiefelage der Zahlen sehen: Es müsste ja viel mehr Studierende an Fachhochschulen geben, weil nur ein sehr geringer Teil der Absolventen insgesamt in der Forschung landet. Insofern ist dieses Thema derzeit zurecht in der bildungspolitischen Diskussion. Wir müssten die Anteile eigentlich umdrehen.

Was vermuten Sie, warum das so ist?

Die Aufgabenteilung ist aus meiner Sicht durchaus richtig und gut. Aber wir bilden insgesamt eben zu viel theoretisch aus und zu wenig praktisch. Das reine Zahlengerüst stimmt nicht.

Sie haben auch die Abschlüsse beleuchtet, Bachelor und Master, in Bezug auf die Fächer. Gab es da für Sie Überraschungen?

Auf mich kommen oft Studierende zu und fragen nach dem Sinn eines Masters. Hier ist durch unsere Studie etwas Licht ins Dunkel gekommen, da wir sehr schön herausarbeiten können, dass in den Sprach- und Kulturwissenschaften, in den Gesellschafts- und Sozialwissenschaften, im Gesundheitsbereich und in der IT das Abschlussniveau offenbar nicht besonders wichtig ist. Ein Masterabschluss wird dagegen in den Rechtswissenschaften, der Mathematik, den Natur-, Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften präferiert. Wenn ich Studierende berate, frage ich immer nach ihrem Konzept, warum sie den Master erreichen wollen. Wenn jemand sagt, er möchte promovieren, im Öffentlichen Dienst arbeiten oder in einem großen, namhaften Konzern später in einer bestimmten Fachrichtung beschäftigt sein, erkenne ich ein Konzept dahinter und dann ist auch der Master

letztendlich etwas wert. Ansonsten kann der Master auch verschenkte Zeit sein, in der man besser Berufserfahrung aufbauen sollte.

Wie sehen Sie die Hochschulen da in der Pflicht?

Ich halte es für sehr wichtig, dass wir uns auch daran orientieren, was in Unternehmen und Organisationen entschieden wird. Es war der Zweck dieser Studie, dass wir ein bisschen mehr verstehen, wo und wie ausgewählt wird. Beispiel Einstiegsgehälter: Die unterscheiden sich kaum bei Fachhochschul- und Universitätsabsolventen. Doch diesbezüglich bestehen sowohl bei den Studierenden als auch beim Hochschulpersonal oft falsche Bilder: Man denkt, der Master lohnt sich auf jeden Fall. Ja, er kann sich oft rechnen; auf lange Sicht führt er durchaus zu Karriereerfolgen. Aber beim Berufseinstieg und bei einer eher kurzfristigen Betrachtung lohnt sich der Master nicht unbedingt. 80 Prozent der Unternehmen sagen, sie hätten keine unterschiedlichen Einstiegsgehälter für Fachhochschulabsolventen und Universitätsabsolventen. Dasselbe bei Master und Bachelor: Vergleicht man den Masterabsolventen, der zwei Jahre in seinen Master investiert hat, und einen Bachelorabsolventen, der in dieser Zeit zwei Jahre Berufserfahrung gesammelt hat, ist es sehr eindeutig, dass die Mehrzahl der Unternehmen im Zweifelsfall doch eher denjenigen mit zwei Jahren Berufserfahrung bevorzugen. Das ist theoretisch, weil wir natürlich nicht direkt über den konkreten Absolventen sprechen. Trotzdem ist es interessant, das miteinander in Beziehung zu setzen.

Wie lautet Ihr Fazit aus der Vorstudie?

Für mich, im Kontext meiner täglichen Arbeit an der Technischen Hochschule Köln, ist das Bild der

Personaler nicht überraschend, dass Fachhochschulabsolventen eine hohe Praxisorientierung und eine ausgeprägte Team- und Kommunikationsfähigkeit zugeschrieben wird. Das sind Dinge, an denen wir sehr intensiv arbeiten. Das heißt, wir prägen Verhaltensskills aus. Universitätsabsolventen haben ihre Stärken im strukturierten, analytischen und logischen Denken sowie in einem tief gehenden Fachwissen. Diese Aufgabenteilung der Hochschultypen wird sehr deutlich bestätigt. Die hohe Bedeutung der Praxiskenntnisse und die Relevanz von Praktika zeigt aber auch, dass Fachhochschulen ein Profil haben, das für viele Berufe gebraucht wird.

Wo sehen Sie aus Sicht der Hochschulen Stellschrauben, die gedreht werden könnten, um für die Absolventen den Berufseinstieg zu erleichtern?

Ich denke, dass sowohl Fachhochschulen als auch Universitäten, wenn sie sich diese Profilierung anschauen, überlegen müssen, wie sie die jeweils andere Seite noch stärken. Es wäre aus meiner Sicht durchaus ein Auftrag, dass sich bei den Unterschieden, die jetzt in der Studie noch so deutlich erkennbar sind – eklatante 73 Prozent gegen fünf Prozent bei der Praxisrelevanz für Personaler – eine Nivellierung ergibt, ohne dass es eine Gleichmacherei wird. Das heißt, dass Universitäten deutlich praxisnäher werden und Fachhochschulen schauen, dass sie ihr wissenschaftliches Profil stärken können. Bildungspolitisch ist aus meiner Sicht durchaus die Relation zwischen Fachhochschulen und Universitäten zu überdenken.

Forschen Sie weiter zu diesem Thema?

Die Vorstudie war dazu gedacht, das Frageninstrumentarium zu konsolidieren. Das möchte ich in der Hauptstudie 2019 auf eine breitere Basis stellen. Ich würde gerne auch den Bereich des Öffentlichen Dienstes einbeziehen. Und ich denke, wenn man etwas untersucht, das sicherlich immer auch einem gewissen Wandel unterliegt, dann ist es wertvoll, das im Längsschnitt zu betrachten. Meine Zielsetzung ist mittelfristig, die Befragung gelegentlich zu wiederholen, um Veränderungen zu erkennen. //

Tina Bauer ist freie Journalistin in Stuttgart und Mitarbeiterin der DUZ-Redaktion.

Quellen

Die Studie: www.prof-ernst.de/downloads/absolventenstudie/

Christian Ernst erstellt die Studie unter Mitwirkung von Lorena Durst, Absolventin des Masterstudiengangs Marktorientierte Unternehmensführung.

Herausgeber:

Dr. Wolfgang Heuser, Tel.: 030 212987-29,
w.heuser@duz-medienhaus.de

Beirat:

Andrea Frank, Leiterin des Programmbereichs „Forschung, Transfer und Wissenschaftsdialog“, Stifterverband;
Prof. Dr. Monika Jungbauer-Gans, Wissenschaftliche Geschäftsführung, Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW);
Dr.-Ing. Thomas Kathöfer, Hauptgeschäftsführer, Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen „Otto von Guericke“ e.V. (AiF);
Dr. Claudia Kleinwächter, Geschäftsführerin, Zentrum für Wissenschaftsmanagement e.V. (ZWM);
Roland Koch, Pressesprecher/Teamleiter Pressearbeit, Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren;
Dr. Ludwig Kronthaler, Vizepräsident für Haushalt, Personal und Technik, Humboldt-Universität zu Berlin;
Prof. Dr. Ute von Lojewski, Präsidentin, Fachhochschule Münster;
Dr. Anke Righers, Stiftungsvorstand, evalag – Evaluationsagentur Baden-Württemberg;
Ralf Tegtmeier, Geschäftsführender Vorstand, HIS-Institut für Hochschulentwicklung e.V.;
Dr. Meike Vogel, stellvertretende Leiterin, Zentrum für Lehren und Lernen (ZLL), Universität Bielefeld;
Dr. Paul Winkler, Geschäftsführer, Netzwerk Forschungs- und Transfermanagement e.V. (FORTRAMA);
Dr. Vera Ziegeldorf, Mitglied des geschäftsführenden Vorstandes, Netzwerk Wissenschaftsmanagement;
Prof. Dr. Frank Ziegele, Geschäftsführer, CHE Zentrum für Hochschulentwicklung

Redaktion:

Angelika Fritsche (afri), Redaktionsleitung
Tel.: 030 212987-37, a.fritsche@duz-medienhaus.de
Dr. Franz Himpsl (hif), Tel.: 030 212987-35,
f.himpsl@duz-medienhaus.de
Marion Koch (mko), Tel.: 030 212987-36,
m.koch@duz-medienhaus.de
Gudrun Sonnenberg (gs), Tel.: 030 212987-34,
g.sonnenberg@duz-medienhaus.de
Anne-Katrin Jung (akj), Redaktionsassistentin, Bildredaktion
Tel.: 030 212987-39, a.jung@duz-medienhaus.de

Adresse der Redaktion: Kaiser-Friedrich-Straße 90, 10585 Berlin
duz-redaktion@duz-medienhaus.de
www.duz.de, www.wissenschaft-und-management.de

Layout: Barbara Colloseus, Dr. Franz Himpsl

Titelbild: Andor Bujdoso/123rf.com

Ständige Autoren und Mitarbeiter:

Tina Bauer (tb), Benita von Behr (bvb), Johannes Fritsche (jo), Dr. Elisabeth Holuscha, Andrea Puppe (apu), Veronika Renkes (kes), Dr. Ute Symanski, Ingrid Weidner (iw), Prof. Dr. Frank Ziegele

Verantwortlich gemäß Pressegesetz:

Angelika Fritsche, Berlin (für den redaktionellen Inhalt)

Anzeigen:

Stefanie Kollenberg (Leitung), Dr. Markus Verweyst,
Tel.: 030 212987-31, Fax: -30, anzeigen@duz-medienhaus.de
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 56 vom 01.01.2018.
Für Inhalte von Stellenangeboten und Werbeanzeigen sind die jeweiligen Inserenten verantwortlich.

Marketing:

Niklas Heuser, Tel.: 030 212987-21,
n.heuser@duz-medienhaus.de

Corporate Publishing und DUZ Special:

Stefanie Kollenberg, Tel.: 030 212987-12, Fax: -30,
s.kollenberg@duz-medienhaus.de

Kundenservice:

Simone Ullmann (Leitung), Tel.: 030 212987-51, Fax: -30,
Aleksandra Merz, Tel.: 030 212987-52, Fax: -30,
kundenservice@duz-medienhaus.de

Verlag, Unternehmenssitz und Geschäftsführung:

DUZ Verlags- und Medienhaus GmbH
Kaiser-Friedrich-Straße 90, 10585 Berlin
Tel.: 030 212987-0; Fax: 030 212987-20
www.duz-medienhaus.de
Geschäftsführer: Dr. Wolfgang Heuser
Berlin-Charlottenburg HRB 168239
Umsatzsteuer-ID-Nr.: DE301227734

Bezugsbedingungen: Abonnement mit 10 Ausgaben Wissenschaft & Management; Print + E-Journal: 124 Euro; E-Journal: 78 Euro. Alle Preise pro Jahr inkl. 7% MwSt. bzw. 19% MwSt. für die elektronischen Bestandteile des Abonnements und Versandkosten, Inland. Weitere Abonnement-Angebote wie z. B. DUZ plus (DUZ Magazin plus Wissenschaft & Management) oder Kennenlern-Abos finden Sie unter www.duz.de/abo. Ermäßigte Abonnements für Studierende und Promovenden können nur direkt beim Verlag bestellt werden. Bei Lieferungsausfall durch Streik oder höhere Gewalt erfolgt keine Rückvergütung. Die Abo-Kündigung für alle Abonnement-Varianten muss 6 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums beim Verlag eingegangen sein. Ansonsten verlängert sich das Abonnement automatisch um ein weiteres Bezugsjahr.

© Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion oder des Verlages dar. Für unverlangt eingesandte Manuskripte sowie Meinungsbeiträge von Autoren, die nicht der Redaktion angehören, kann keine Haftung übernommen werden. Der Verlag behält sich vor, Beiträge lediglich insoweit zu kürzen, als das Recht zur freien Meinungsäußerung nicht betroffen ist. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte von Links, auf die wir verweisen. Für den Inhalt dieser Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Herausgeber und Redaktion übernehmen keinerlei Haftung für die dort angebotenen Informationen.

ISSN (Print): 2626-1901 // ISSN (Online): 2627-0994

