

Career Service Arbeit an deutschen Universitäten – Ausgangspunkte, Bestandsaufnahmen und Entwicklungen

Abstract

Der Übergang vom Studium in die Arbeitswelt wird aus universitärer Sicht häufig durch die Etablierung von Career Services gestaltet. Die hochschulpolitischen Entwicklungslinien für die Etablierung dieser Career Services werden im folgenden Artikel aufgenommen, um darüber die Anforderungen an solche Angebote zu definieren. Im zweiten Schritt werden die Anforderungen mit Ergebnissen einer empirischen Untersuchung von Career Services an deutschen Universitäten kontrastiert, um somit Konstruktionsprinzipien für die Etablierung von Career Service Centern aufstellen zu können. Im Ergebnis stellt sich heraus, dass es weniger um eine Karriereberatung zum Ende des Studiums gehen kann, sondern der gesamte Professionalisierungsprozess von Studierenden in den Blick genommen werden sollte.

1 Hinführung zum Thema

Die Frage des Überganges vom Studium bzw. der Universität¹ in den Beruf ist seit Jahren und auch aktuell ein lebendiger und sich weiterentwickelnder Diskurs (vgl. u. a. BÜHRMANN 2008; KÜHNE 2009; VON FELDEN/ SCHIENER 2010). Schlagwörter wie ‚Generation Praktikum‘ zeigen – durchaus überhöht – auf, dass die Lage von Hochschulabsolventen während des Überganges in den Beruf mit großen Unsicherheiten behaftet ist (vgl. SCHIENER 2010, 42). Die zurückliegende Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise scheint die Unsicherheiten des Überganges zu verschärfen (vgl. SCHOLTER 2009) und die Planungshorizonte der Unternehmen beim Einstellungsverhalten zu erschweren (vgl. SCHÖNCKE/ STEINMETZ 2011, 4ff.). Relativierend hebt TEICHLER aber auch hervor, dass es in der historischen Betrachtung des Überganges vom Studium in den Beruf häufig Schlagwörter wie ‚Akademikerschwemme‘ oder ‚Taxifahrer Dr. Phil‘ u. Ä. gegeben hat (vgl. TEICHLER 2007, 12) und somit die Probleme nicht neu sind. Allerdings zeigt die Feststellung von TEICHLER auf, dass der Übergang jeweils im Kontext der gesellschaftlichen Prozesse resp. hochschulpolitischen Entwicklungen betrachtet werden sollte (vgl. dazu BROCK 1991, 9). Vor diesem Hintergrund sind zur Zeit vor allem der Bologna-Prozess und die damit verbundene Einführung von Bachelor-/Master-Studiengängen hervorzuheben. Eine Zielsetzung ist dabei u. a. Studierende im Rahmen der hochschulischen

¹ Im Folgenden steht die Bildungsorganisation Universität im Fokus der Betrachtung und nicht Hochschule allgemein, wozu auch Fachhochschulen und u. U. Berufsakademien zu zählen wären. Diese Einschränkung ist u. E. bedeutsam, da Career Service Arbeit von Fachhochschulen, welche i.d.R. im Vergleich zu Universitäten andere bildungstheoretische Konzepte verfolgen, damit auch anders auszugestalten ist.

Bildung stärker als bisher auf zukünftige berufliche Handlungssituationen vorzubereiten (vgl. u. a. GERHOLZ/ SLOANE 2008; DILGER/ GERHOLZ/ SLOANE 2008). Es geht um die Förderung von Employability – Beschäftigungsfähigkeit – damit Studierende nach dem Studium in eine Erwerbstätigkeit einmünden (vgl. SCHINDLER 2004, 6ff.; ausführlich Abschnitt 2.1).

Der Bologna-Prozess ist ein tragender hochschulpolitischer Impuls, den Übergang Universität – Arbeitswelt neu zu betrachten resp. zu justieren. Letzteres meint, dass der Übergang sowohl von der Organisation Universität als auch von der Organisation Unternehmen gestaltet werden kann. Im Folgenden soll der Fokus auf der universitären Gestaltung liegen. Ein Ansatzpunkt stellt dabei die Etablierung von s. g. Career Services Centern dar (vgl. JÖRNS 2002; JÖRNS 2008). Die Zahl dieser Centers an Universitäten ist in den letzten Jahren stetig angestiegen. Es handelt sich dabei um eine junge Entwicklung an deutschen Universitäten und ist mit den Traditionen von Career Centern im US-amerikanischen oder angelsächsischen Raum nicht zu vergleichen (vgl. MICHEL 2001, 46), weshalb es bedeutsam erscheint, die Besonderheiten und Rahmenbedingungen des deutschsprachigen Raumes aufzunehmen. Die Zielstellung des folgenden Beitrages ist es, aus dem aktuellen Kontext heraus – den hochschulpolitischen Entwicklungslinien – den Übergang Studium-Arbeitswelt zu justieren, um darüber potentielle Funktionen von und hochschuldidaktische Gestaltungsmöglichkeiten für Career Services aufzuzeigen.

Dazu werden im zweiten Abschnitt zunächst die relevanten Ausgangspunkte für die verstärkte Etablierung von Career Service Angeboten dargelegt. Im Ergebnis werden dabei die Ansprüche an solche Angebote sichtbar. In Abschnitt drei erfolgt eine Darstellung einer empirischen Untersuchung zu bereits etablierten Career Centern an deutschsprachigen Universitäten, um somit die theoretisch-konzeptionellen Stränge mit den beobachtbaren Funktionen von Career Centern zu kontrastieren. Daran anschließend sollen im Rahmen eines Ausblicks Konstruktionsprinzipien auf Basis der Ergebnisse aus Abschnitt zwei und drei für die Gestaltung von Career Service Angeboten an Universitäten gegeben werden.

2 Ausgangspunkte für die Etablierung von Career Service Centern

Verschiedene Entwicklungen forcieren die Etablierung von Career Services an deutschen Universitäten (vgl. im Überblick JÖRNS 2002, 121ff.; JÖRNS o. J., 3f.; PUHLE/ WEILER 2001, 10). Verdichtet betrachtet können u. E. drei Ausgangspunkte identifiziert werden: (1) Förderung von Employability (s. Abschnitt 2.1), (2) Wettbewerb zwischen Universitäten (s. Abschnitt 2.2) und (3) Studierendenorientierung (s. Abschnitt 2.3).

2.1 ‚Employability‘ – wissenschaftliche Handlungsfähigkeit fördern

Eine Konsequenz der Einführung konsekutiver Studiengänge ist, dass sich der Bildungsauftrag der Universitäten in Richtung Beschäftigungsfähigkeit – Employability – von Studierenden verschiebt (GERHOLZ/ SLOANE 2008, 1). Damit wird stärker als bisher eine berufliche anstatt eine fachliche Domäne fokussiert. Es handelt sich um eine Outcome-

Perspektive, in der der spätere Verwendungskontext resp. die Erfordernisse des Berufsfeldes bedeutsam werden (vgl. DILGER/ GERHOLZ/ SLOANE 2008, 94; BUSCHFELD/ DILGER/ LILIENTHAL 2010, 67f.). Employability betrachtet somit nicht eine unmittelbare Vorbereitung spezieller beruflicher Situationen, sondern eine Zielsetzung, die den Transfer von einer Erwerbsperspektive innerhalb der Hochschule zu einer Anwendungsperspektive im beruflichen Verwertungskontext fokussiert (BUSCHFELD/ DILGER/ LILIENTHAL 2010, 67 f.). Der Begriff Beschäftigungsfähigkeit darf aber nicht verkürzt auf eine Arbeitsmarkt-orientierung gesehen werden, denn es können durchaus unterschiedliche Dimensionen des Begriffes herausgestellt werden (vgl. dazu DILGER/ GERHOLZ/ SLOANE 2008, 86ff.; BUSCHFELD/ DILGER/ LILIENTHAL 2010, 66f.):

- Eine Orientierung an zukünftigen Beschäftigungsfeldern, was den Verwertungsaspekt auf dem zukünftigen Arbeitsmarkt in den Fokus rückt (vgl. dazu GEORG/ SATTEL 1995)
- Es geht um die Bewältigung der unterschiedlichen Transitions- resp. Übergangsprozesse während des Erwerbsleben (vgl. dazu HILLAGE/ POLLARD 1998)
- Die sich dynamisch verändernden Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt sollten auch eine sich ändernde Ausrichtung von Studienprogrammen implizieren (vgl. dazu KRAUS 2007a)
- Die Fähigkeiten und Bereitschaft des Individuums, in der Lage zu sein, sich an die sich ändernden Umstände anzupassen (vgl. dazu KRAUS 2007b).

Das Konstrukt Employability sollte somit nicht verkürzt in einer Dimension aufgenommen werden, sondern vielmehr umfassend verfolgt werden. Vor allem letzterer Aspekt setzt die Persönlichkeitsentwicklung in den Vordergrund. So kann die Zielsetzung des Studiums auch als die akademische – wissenschaftlich fundierte – Persönlichkeitsbildung (vgl. SPOUN/ WUNDERLICH 2005, 22ff.) verstanden werden. Anders gesagt geht es darum, bei Studierenden eine wissenschaftlich basierte Handlungsfähigkeit zu fördern, welche nicht nur auf zukünftige Berufsfelder gerichtet ist, sondern auch die Transitionen in Lebensläufen und die Persönlichkeitsentwicklung in den Blick nimmt.

Bezieht man die Zielstellung ‚Employability‘ auf die Ausgestaltung von Career Services, so kann es nicht nur um die Fokussierung auf den Arbeitsmarkt gehen, sondern ist vielmehr auch die Persönlichkeitsentwicklung zu betrachten. Die Idee eines Career Services bietet die Möglichkeit, zahlreiche und differenzierte Angebote zu etablieren, welche die Entwicklung der Studierenden unterstützen. Die Angebote sollten nicht vereinzelt, sondern stets als Entwicklungsschritte betrachtet werden. Eine Konsequenz wäre dabei, ein Career Service Center weniger nur als Unterstützungsinstrument beim Übergang Studium-Beruf zu sehen, sondern den Studienprozess als Ganzes in den Blick zu nehmen. Dies würde bedeuten, dass Career Service Angebote auch auf Übergängen in das Studium sowie innerhalb des Studiums – z.B. der Übergang vom Bachelor in den Master – installiert werden. In Anbetracht der Dimensionen des Konstruktes von Employability wird auch offensichtlich, dass es um die Förderung von s. g. überfachlichen Kompetenzen geht und Career Service Angebote weniger

als Konkurrenz zu studiengangspezifischen Modulen zu sehen sind – es sollte sich um eine Ergänzung handeln.

Vor dem Hintergrund, dass das Konstrukt Employability auch die dynamischen Entwicklungen am Arbeitsmarkt aufnimmt, sind Informationen nötig, worauf die Studierenden vorbereitet werden sollen. Studiengangsmanager bzw. -verantwortliche wissen häufig nicht, was die Erfordernisse in zukünftigen Handlungsfeldern sind (vgl. GEORG 2008, 98). Darüber hinaus ändern sich die Anforderungen in den zukünftigen Handlungsfeldern. Es ist eine steigende Dynamik in der Entwicklung von Berufsfeldern zu verzeichnen (vgl. TEICHLER 2005, 315ff.; SLOANE 1998, 90ff.). Eine daraus erwachsende Konsequenz wäre es, dass Career Service Center auch eine Forschungskomponente hinsichtlich der sich verändernden Bedingungen aufweisen. Exemplarisch könnten hier Absolventenstudien genannt werden (vgl. BUSCHFELD/ PECHUEL/ REHBOLD 2009, 35). Es geht somit nicht nur um ein reines Serviceangebot für Studierende, sondern auch um eine Forschungsperspektive, um darüber letztlich die Qualität von Career Angeboten sicherstellen zu können.

2.2 Wettbewerb – Profilierung von Universitäten

„Hochschulen im Wettbewerb“ ist ein Schlagwort, das sich häufig in der aktuellen Literatur zum Hochschuldiskurs finden lässt und eines der großen Themen der hochschulpolitischen Reformdebatte darstellt (vgl. KRÜCKEN 2004, 286). Wettbewerb meint zunächst ein konkurrierendes Bemühen. Universitäten soll durch wettbewerbliche Mechanismen die Gelegenheit gegeben werden, bei der Erfüllung ihrer Aufgaben in Forschung und Lehre miteinander zu konkurrieren, in dem Sinne die Aufgaben ‚besser‘ als andere Universitäten zu erfüllen (vgl. BRETSCHNEIDER/ PASTERNAK 2007, 442; MÜLLER-BÖLING 2000, 116f.). In den letzten Jahren wurden von Seiten des Gesetzgebers für die Schaffung eines wettbewerbsorientierten Hochschulgefüges unterschiedliche Voraussetzungen geschaffen (vgl. dazu GERHOLZ 2010, 15ff.). Ziel ist dabei nicht, eine wie in den letzten Jahrzehnten anvisierte homogene Hochschullandschaft zu schaffen, sondern einen heterogenen Hochschulraum in Deutschland zu etablieren (vgl. BRETSCHNEIDER/ PASTERNAK 2007, 442), in dem sich die einzelnen Hochschulen durch Profilbildung von anderen Hochschulen differenzieren.

Für die Universitäten kann exemplarisch das Konkurrieren um Studierende, Forschungsmittel oder Forschungsleistungen genannt werden. Damit einher geht meist eine Profilbildung, um den ‚eigenen Standort‘ gegenüber anderen Standorten abzugrenzen. Über das Angebot von Forschung und Lehre hinaus werden Zusatzangebote entwickelt, die Universitäten im Rahmen ihrer Profilierung unterstützen. Vielfach wird sich bei der Entwicklung zusätzlicher Angebote an etablierten Angeboten im angelsächsischen Raum orientiert, wie z. B. der Bereich der Alumni-Arbeit oder eben Career Service Angebote. Zwar können aufgrund zahlreicher Unterschiede im Hochschul- und Bildungsverständnis diese Angebote nicht ohne Adaption übernommen werden, doch auch im deutschsprachigen Raum wird die Etablierung von Career Service Angeboten als Möglichkeit zur erfolgreichen Profilbildung betrachtet (vgl. JÖRNS 2002, 181). Angebote wie ein Career Service erhalten durch Evaluation und

Rankings bzw. Anforderungen im Rahmen von Akkreditierungsverfahren von Studiengängen oder Zielvereinbarungen auch Einzug in die Beurteilung von Universitäten. Beispielhaft kann das aktuelle CHE-Ranking – welches durchaus auch kritisch gesehen wird (vgl. dazu HERTLE ET AL. 2008) – genannt werden, bei dem ein Indikator für die Beurteilung eines Standortes u. a. das Vorhandensein eines Career Centers für die Vorbereitung der Studierenden auf den Berufseinstieg gewesen ist (vgl. BERGHOFF ET AL. 2009, 62).

KRÜCKEN stellt die These auf, dass die Förderung des Wettbewerbs unter der Prämisse der De-Regulierung auch gleichzeitig mehr regulative Strukturen (z. B. durch Gesetze) aufbaut und dass es weniger zu einer Vervielfältigung der Hochschulstrukturen kommt, sondern zu einer Strukturangleichung (vgl. KRÜCKEN 2004, 286f.; auch GERHOLZ 2010, 18f.). Zum Teil kann KRÜCKEN zugestimmt werden, wenn – exemplarisch betrachtet – im CHE-Ranking auf Career Service Wert gelegt wird, Universitäten wahrscheinlich auch solche Angebote vermehrt etablieren werden. Eine Konsequenz für die Ausgestaltung eines Career Services wäre es somit, eine Profilbildung stärker vor dem Hintergrund der Besonderheiten des Standortes vorzunehmen, damit diese auch eine ‚wirkliche‘ Profilgebung entfalten können. In der Konsequenz würde dies auch bedeuten, stärker die Domäne der Studierenden in den Blick zu nehmen. Profilbildung meint auch den Kontext eines Studienganges aufzunehmen. Ein Student der Ingenieurwissenschaften wird zum Teil eine andere Unterstützung benötigen als ein Student der Wirtschaftswissenschaften, auch wenn es durchaus überschneidende Bereiche gibt. Dahinter steht nicht zuletzt die organisatorische Frage, wie eine Balance zwischen zentralen – universitätsweiten – und dezentralen – fakultätsspezifischen – Career Service Angeboten zu erreichen ist (vgl. beispielhaft BUSCHFELD/ PECHUEL/ REHBOLD 2009, 31; auch Abschnitt 2.3).

2.3 Studierendenorientierung – Der Student als Klient

Um im Wettbewerb um die besten Studierenden erfolgreich zu sein, ist in den vergangenen Jahren ein stärkerer Bezug zu den Interessen von Studierenden erkennbar. Dabei wird häufig von einer Dienstleistungsorientierung in der Universität gesprochen. MÜLLER-BÖLING fragt überhöht nach dem ‚Dienstleistungsunternehmen Universität‘ (vgl. MÜLLER-BÖLING 2000, 15, 24ff.; auch BOLSENKÖTTER 1977, 383). Universitäten verstehen sich – so häufig die These – als Dienstleister u. a. für die Studierenden (vgl. JÖRNS 2002, 126). In diesem Kontext wird der Student häufig als Kunde betrachtet. Wir möchten an dieser Stelle von ‚Klient‘ sprechen, da eine Universität im Sinne eines betriebswirtschaftlichen Modells nicht als eine kundenorientierte Einrichtung angesehen werden kann, sondern vielmehr einen öffentlichen Auftrag mit gesellschaftlicher Zielsetzung folgt (vgl. dazu GERHOLZ/ KLIEBER/ SLOANE 2010, 25; MÜLLER-BÖLING 1997, 604). Sicherlich wird durch diese Entwicklungen eine Studierendenorientierung sichtbar und damit einhergehend auch das Element einer Serviceorientierung bedeutsam. Die Entstehung von Career Services unterstreicht diese Entwicklung, geht es doch hierbei originär um eine Unterstützung für die Studierenden.

Diese Unterstützung seitens der Universität wird auch vom WISSENSCHAFTSRAT eingefordert. So hält dieser 2006 in seinen Empfehlungen zur künftigen Rolle der Universitäten fest, dass diese eine Verantwortung für die beruflichen Chancen ihrer Absolventen tragen (vgl. WISSENSCHAFTSRAT 2006, 10). Die Empfehlung kann dabei durchaus als Verstärkung für die Einrichtung von Career Services als Schnittstelle zwischen Studium und Arbeitsmarkt gesehen werden. Allerdings sollten – wie bereits in Abschnitt 2.1 aufgezeigt – Career Services nicht als reines Unterstützungsinstrument beim Übergang Studium – Beruf gesehen werden, sondern durchaus die Persönlichkeitsentwicklung während des gesamten Studiums in den Blick nehmen.

Dass auch Studierende vermehrt Career Service Angebote einfordern, zeigt eine empirische Untersuchung von BÜHRMANN (2008), in der unterschiedliche Studierenden- resp. Absolventengruppen zum Übergang vom Studium in die Arbeitswelt befragt wurden (vgl. BÜHRMANN 2008, 58ff.). Die Ergebnisse zeigen u. a. auf, dass bei Studierenden der Bedarf an Career Service Angeboten hoch ist. Insbesondere der Aspekt der Informationen über die Schwelle Studium-Arbeitswelt wurde aus den einzelnen Perspektiven verstärkt hervorgehoben (vgl. BÜHRMANN 2008, 112ff.). Auch gibt es Hinweise in den Ergebnissen, dass die Studierenden es bedeutsam finden, ein Vertrauensverhältnis zu derartigen Einrichtungen bereits während des Studiums aufbauen zu können. Weiterhin wünschen sich die Studierenden, dass diese Angebote stärker auf studiengangsspezifischer bzw. Fakultätsebene verankert werden (vgl. BÜHRMANN 2008, 163ff.). Es zeigt sich somit auch aus Sicht der Studierenden die Bedeutsamkeit der Installierung dezentraler Career Service Angebote und die ganzheitliche Anlage dieser, um während des Studienprozesses ein Akzeptanz- und Vertrauensverhältnis aufbauen zu können.

2.4 Zwischenfazit 1: Funktionen von Career Angeboten

Aufgrund der bisherigen Ausführungen wird deutlich, dass eine Entwicklung und Implementation von Career Services aus unterschiedlichen Perspektiven – gesellschaftlichen Entwicklungen – sinnvoll ist. Gleichzeitig zeigen die Perspektiven auf, welche Formen bzw. Funktionen Career Services aufweisen sollten.

Vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Dimensionen des Leitziels Employability ist es sinnvoll, Career Service Angebote übergreifend im Sinne einer Persönlichkeitsentwicklung zu betrachten. Es gilt nicht nur den Übergang Studium-Beruf zu fokussieren, sondern die Übergänge in die, während der und aus der universitären Bildung mit aufzunehmen. Weiterhin ist im Sinne der Sicherung der Qualität der Career Services Angebote eine Forschungsperspektive bedeutsam. Es geht um die wissenschaftliche Beschreibung der (möglichen) zukünftigen Anforderungen von Studierenden, worüber sich letztlich der Unterstützungsbedarf bestimmt. Vor dem Hintergrund der Profilierung von Universitäten ist es bedeutsam, dass sich die Besonderheiten einerseits des Universitätsstandortes und andererseits des Studienganges – der Domäne – in der Ausgestaltung des Career Service Centers widerspiegeln. Hierbei geht es auch um die Frage die Ausbalancierung von zentralen und

dezentralen Angeboten. Hierbei wären die Orientierungen der Studierenden und deren Bedürfnisse bei der Angebotsgestaltung zu berücksichtigen.

Mittlerweile haben sich zahlreiche Formen der Career Service Arbeit etabliert. Für eine Orientierung und Systematisierung ist es sinnvoll, zunächst einen Überblick über den Status Quo der Career Service Aktivitäten zu beschreiben.

3 Empirische Bestandsaufnahmen zur Career Service Arbeit an deutschen Hochschulen

3.1 Darstellung der empirischen Ergebnisse

In einer aktuellen Studie von ALESI/ SCHOMBURG/ TEICHLER (2010) wurden über 37.000 Absolventen des Abschlussjahrganges 2006/2007 im Wintersemester 2008/2009 u. a. auch zum Übergang Studium-Arbeitswelt befragt. Hierbei gibt so gut wie kein Absolvent – es sind lediglich 1 % – an, seine Position mit Hilfe der Universität resp. Hochschule gefunden zu haben (vgl. ALESI/ SCHOMBURG/ TEICHLER 2010, 37). Die Gründe müssten durchaus empirisch stärker untersucht werden und es zeigt auch den Bedarf an Untersuchungen zur Wirkung von Career Service Angeboten auf. In einem ersten Schritt sollen nun zunächst Ergebnisse einer empirischen Bestandsaufnahme des Status Quo der Career Service Angebote an deutschen Universitäten vorgenommen werden, die im Rahmen einer Diplomarbeit von HOFFMANN (2011) erhoben wurden. Für diese Untersuchung wurde ein Dokumentationsbogen konzipiert, der u. a. folgende Aspekte umfasste: Eine Angebotsperspektive des Career Services (z. B. Angaben zu den Bereichen Information und Beratung) und eine Kompetenzentwicklungsperspektive, die den Bereich der angebotenen Kurse genauer betrachtete (z. B. Angaben zu Fachkompetenz und überfachlichen Kompetenzen). Methodisch wurde eine Analyse der Internetauftritte der Career Services an Hand des Dokumentationsbogens vorgenommen. Es handelt sich um ein inhaltsanalytisches Vorgehen. Die Untersuchung betrachtet Universitäten in Deutschland, die eine wirtschaftswissenschaftliche Fakultät besitzen und mehr als 7.500 immatrikulierte Studierende aufweisen. Insgesamt wurden 57 Universitäten untersucht (vgl. HOFFMANN 2011, 25ff.). Die nachfolgenden Ergebnisse können somit zunächst als erste Annäherung an eine Beschreibung der Ist-Situation von Career Services an deutschen Universitäten verstanden werden.

HOFFMANN stellt fest, dass Career Service Angebote mittlerweile stark verbreitet sind und über 80 % der untersuchten Universitäten Angebote dieser Art bereitstellen (vgl. HOFFMANN 2011, 30). Der Umfang der Angebote und der Grad der Professionalisierung ist unterschiedlich ausgeprägt. So stellen 31 % der untersuchten Universitäten ca. 60 % des Leistungsspektrums. Das Leistungsangebot teilt sich dabei zu 49 % in Angebote zur Kompetenzentwicklung und zu 51 % in Angebote zu Information und Beratung auf (vgl. HOFFMANN 2011, 59). Bei den Informationsangeboten werden vor allem die zukünftigen Berufsbilder fokussiert (42 %), gefolgt von Informationen bezüglich Bewerbungsstrategien

(27 %) und Bewerbungsunterlagen (14 %). Der Rest verteilt sich u. a. auf Vorträge von Unternehmensvertretern. Hinsichtlich der Beratungsangebote stehen Potenzialanalysen und Karriereberatung im Vordergrund. Die Informationsdissemination – also die Frage, über welche Medien die Informationen den Studierenden zugänglich gemacht werden – zeigt auf, dass diese stark über Vorträge oder Beratungstermine organisiert wird und z. B. weniger über das Medium des Internetauftritts (vgl. HOFFMANN 2011, 36ff.).² Insgesamt kann durchaus festgehalten werden, dass der Wunsch nach Information und Beratung zum Übergang seitens der Studierenden in mehr als der Hälfte der untersuchten Career Services aufgenommen wird.

Neben der Frage der Information und Beratung stellte ein größerer Teil das Angebot von Kompetenzentwicklungsmaßnahmen bei den untersuchten Career Services dar. Dabei wurden von HOFFMANN insgesamt 542 Kurse bei den untersuchten Career Services identifiziert. Im Fokus der Kurse bzw. Angebote von Career Services steht die Förderung der s. g. überfachlichen Kompetenzen. So entfallen 78 % der Kompetenzentwicklungsangebote auf diesen Bereich. Hierbei wird vor allem die Förderung von Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten in den Blick genommen, aber auch Aspekte wie das Training von Belastbarkeit treten auf (vgl. HOFFMANN 2011, 34ff.).

Bezüglich der Frage eines zentralen und/oder dezentralen Angebotes zeigen die Ergebnisse auf – es wurden wirtschaftswissenschaftliche Fakultäten in den Blick genommen –, dass 12 % der untersuchten Universitäten auch ein dezentrales Angebot an den jeweiligen wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten verankert haben. Das Angebot dieser dezentralen Career Services ist dem Angebot zentraler Career Services meist entsprechend (vgl. HOFFMANN 2011, 42ff.).

3.2 Zwischenfazit 2: Kontrastierung Bestandsaufnahme und Funktionen

In Hinblick auf die empirische Untersuchung von HOFFMANN gibt es durchaus stärkere Hinweise, dass Career Service Angebote zunehmend zum Bild von Universitäten gehören. Dabei liegt der Fokus auf der Gestaltung des Überganges vom Studium in die Arbeitswelt, was u. a. an den Beratungs- und Informationsangeboten (z. B. Bewerbungstrainings) deutlich wird. Die Angebote quer gelesen, zeigen auch auf, dass es tendenziell um eine Förderung der Beschäftigungsfähigkeit im Sinne der Vorbereitung auf den Arbeitsmarkt geht, ohne dass auf zu bewältigende Übergänge im Studium explizit eingegangen wird. Die Idee einer ganzheitlichen Aufnahme des Studienprozesses wird bei den untersuchten Career Einrichtungen nur vereinzelt betrachtet, ist aber vor dem Hintergrund der Dimensionen von Employability (vgl. Abschnitt 2.1) bedeutsam.

In der empirischen Untersuchung gibt es keine Hinweise auf die Verbindung von Entwicklungs- und Forschungsperspektive bei den Career Services.³ Lediglich beim Professional

² Untersuchungen für die Gestaltung von universitären Veränderungsprozessen und die Verteilung von Informationen über eben diese, haben gezeigt, dass es bei der Gruppe der Studierenden eher förderlich ist, Informationen über Internetauftritte zu verteilen (vgl. GERHOLZ/KAISER 2010, 113ff.).

³ Relativierend kann aber auch festgehalten werden, dass es aufgrund des Vorgehens – Dokumentenanalyse bei den Internetauftritten – nicht unbedingt möglich ist, den Forschungsbezug zu erkennen.

Center der Universität zu Köln (vgl. BUSCHFELD/ PECHUEL/ REHBOLD 2009, 35) und in Form einer wissenschaftlichen Leitung des dezentralen Career Services an der Universität Erlangen-Nürnberg⁴ finden sich darauf Hinweise. Diese Verbindung ist erforderlich, wenn es darum geht, ein für die Studierenden qualitativ adäquates Angebot mit Career Services zu gestalten. Letztlich steht dahinter die Frage, wie ein Angebot vor dem Hintergrund der zukünftigen Handlungsfelder der Studierenden zu gestalten ist bzw. welche Kompetenzen diese benötigen. So könnte eine Vermutung für die Diskrepanz zwischen dem Vorhandensein von Career Service Angeboten (über 80 %) und dem Anteil an Absolventen, die einen Job durch die oder mit Unterstützung ihrer Universität erhalten (1%) sein, dass die Angebote nicht spezifisch genug aufgebaut sind.

Hinsichtlich der Frage zentrale versus dezentrale Career Service Einrichtungen, zeigen die Ergebnisse Hinweise, dass zurzeit die zentralen Lösungen innerhalb der deutschen Universitätslandschaft präferiert werden. Inwiefern hierbei fach- resp. domänenspezifische Besonderheiten aufgenommen werden, ist auf Basis der Ergebnisse nicht ersichtlich. Es bleibt aber vor dem Hintergrund der Wünsche der Studierenden (vgl. Abschnitt 2.3) und domänenspezifischer Anforderungen bedeutsam, Career Angebote auch stärker dezentral zu schneiden.

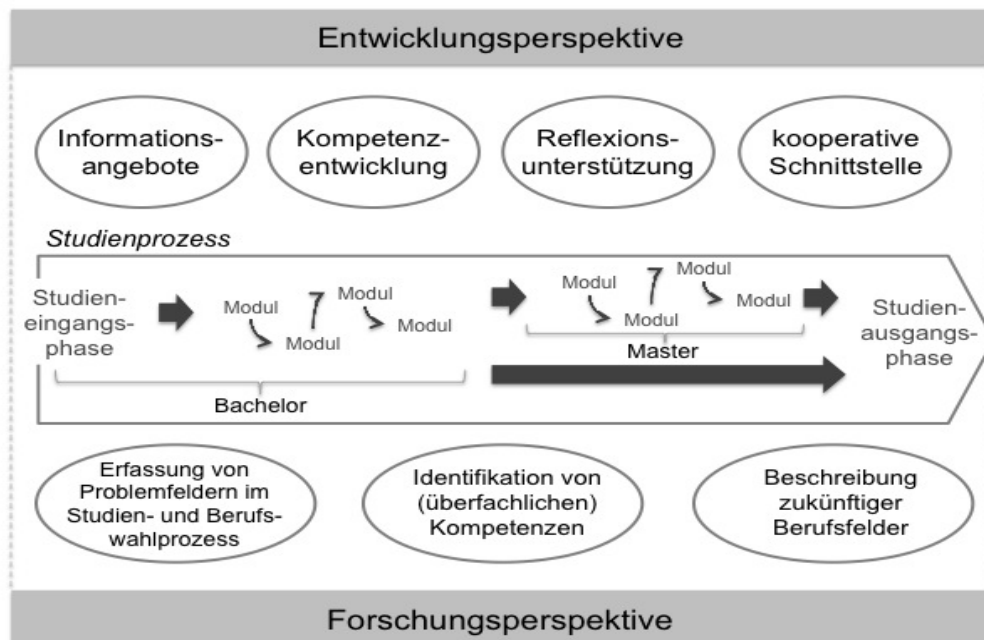
4 Ausblick

Die Ausführungen haben gezeigt, welche Potentiale Career Services bieten können und welche Aktivitäten diesbezüglich bereits unternommen werden. Ebenso gibt es Aspekte, die einer genaueren Betrachtung bedürfen. Unseres Erachtens ist es erforderlich, Career Services ganzheitlich mit Blick auf den Studienprozess anzulegen. Es geht darum, die Übergänge in und innerhalb sowie aus der Universität aufzunehmen.

Das Studium als Förderung einer wissenschaftlich basierten Handlungsfähigkeit und Persönlichkeitsentwicklung zeigt auf, dass ‚Karriereberatung‘ nicht erst am Ende des Studiums erfolgen kann, sondern bereits am Anfang des Studiums zu installieren ist. Diese Notwendigkeit ergibt sich auch dadurch, dass empirische Studien Hinweise darauf geben, dass Absolventen nach dem Berufseinstieg ihren Studienprozess reflexiv anders gestalten und bewerten würden (vgl. dazu u. a. TRAMM/ NAEVE 2007, 2). Career Services können hierbei Unterstützung bieten. So geht es auch darum, Berufs- und Studienwahlprozesse (z. B. Frage der Spezialisierung während des Studiums) zu gestalten. Ein Career Service kann Unterstützung bieten, Reflexionsprozesse zur Auseinandersetzung mit Berufswünschen und vorhandenen Kompetenzen oder Interessen bereits zu Beginn des Studiums anzustoßen. Dieses würde auch die Wahl eines Studienschwerpunktes unterstützen und im besten Falle eine höhere Passung zwischen angestrebtem Berufsbild und gewählten Kursen im Studium herstellen (vgl. dazu DILGER/ GERHOLZ/ KLIEBER/ SLOANE 2008, 12). Es geht um die kritisch-konstruktive Beleuchtung der möglichen sich anschließenden Wege und wie dafür in der aktuellen Studiensituation adäquate Entscheidungen getroffen werden können. Dafür

⁴ Vgl. <http://www.career.rw.uni-erlangen.de/index.shtml>.

bedarf es Angebote im Rahmen eines ganzheitlichen Ansatzes, der auf die verschiedenen Stadien und Übergänge im Rahmen der universitären Ausbildung eingeht. In diesem Rahmen



sind sowohl die Studieneingangs- und Studienausgangsphasen als auch die Übergänge innerhalb der Universität (z. B. vom Bachelor in den Master oder zwischen Modulen) von Interesse. Ein Career Service sollte dabei auch als kooperative Schnittstelle zwischen der Universität und der Außenwelt wie z. B. Schulen oder Unternehmen fungieren.

Abb. 1: Konstruktionsprinzipien für Career Services an Universitäten

Die aufgezeigten Funktionen bzw. Angebote von Career Services müssten durch eine Forschungsperspektive begleitet werden. Die Verbindung von Forschungs- und Entwicklungsperspektive von Seiten der Universität und ein intensiver Austausch mit potentiellen Arbeitgebern von Absolventen sind Ansatzpunkte, um die Problemfelder im Studien- und Berufswahlprozess aufzudecken und relevante (überfachliche) Kompetenzen zu identifizieren. Diese geben Aufschluss über zukünftige Berufsfelder und können so wieder in die Arbeit von Career Services zurückgespiegelt werden.

Abbildung 1 soll den skizzierten Rahmen für ein Career Service Center aufnehmen. Hierbei wird offensichtlich, dass es nicht nur um eine ‚Karriereberatung‘ (career) geht, sondern um die Begleitung des Professionalisierungsprozesses der Studierenden während des Studiums. Aus diesem Grund erscheint es passender, vielmehr von einem Professional Center – wie es z. B. an der Universität zu Köln installiert wurde – zu sprechen. Ein solches Professional

Center wird zurzeit auch an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Paderborn im Rahmen des BMBF-Projektes ‚OrgEniFa‘ installiert.⁵

Literatur

ALESI, B./ SCHOMBURG, H./ TEICHLER, U. (2010): Humankapitalpotenziale der gestuften Hochschulabschlüsse in Deutschland: Weiteres Studium, Übergang in das Beschäftigungssystem und beruflicher Erfolg von Bachelor- und Master-Absolventen. Online: http://www.e-fi.de/fileadmin/Studien/Studien_2010/13_2010_Humankapitalpotenziale_Bologna_INCHER.pdf (26-02-2011).

BERGHOFF, S./ FEDERKEIL, G./ GIEBISCH, P./ HACHMEISTER, C.-D./ HENNINGS, M./ ROESSLER, I./ ZIEGELKE, F. (2009): CHE-Hochschulranking. Vorgehensweise und Indikatoren. Online: www.che.de/downloads/CHE_AP119_Methode_Hochschulranking_2009.pdf (26-04-2011).

BOLSENKÖTTER, H. (1977): Betriebswirtschaftslehre der Hochschule. In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (zfbf), Jg. 29, H. 7, 383-398.

BRETSCHNEIDER, F./ PASTERNAK, P. (2007): Qualitätssicherung, Akkreditierung, Partizipation - ein Glossar. In: BRETSCHNEIDER, F./ WILDT, J. (Hrsg.): Handbuch Akkreditierung von Studiengängen, 2. Aufl., Bielefeld, 395-443.

BROCK, D. (1991): Übergangsforschung. In: BROCK et al. (Hrsg.): Übergänge in den Beruf. Zwischenbilanz zum Forschungsstand. Weinheim/München.

BÜHRMANN, T. (2008): Übergänge in sozialen Systemen. Wiesbaden/Basel 2008.

BUSCHFELD, D./ DILGER, B./ LILIENTHAL, J. (2010): Forschungsorientiertes Lehren und Lernen in wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-Studiengängen. In: *Zeitschrift für Hochschulentwicklung* 5, (2), 63–86.

BUSCHFELD, D./ PECHUEL, R./ REHBOLD, R. R. (2009): Das Professional Center der Universität zu Köln – Konzeption, Erfahrungen, Strukturelemente von Career Arbeit. In: *Kölner Zeitschrift für Wirtschaft und Pädagogik*, 21-49.

DILGER, B./ GERHOLZ, K.-H./ KLIEBER, S./ SLOANE, P. F. E. (2008): Studentisches Self-Assessment. Instrumente zur Unterstützung der Studienwahl. Paderborn.

DILGER, B./ GERHOLZ, K./ SLOANE, P. F. E. (2008): Aktuelles Stichwort: Employability - Eine Begriffsannäherung vor dem Hintergrund der Bachelor-Studiengänge. Eine Begriffsannäherung vor dem Hintergrund der Bachelor-Studiengänge. In: *Kölner Zeitschrift für Wirtschaft und Pädagogik* 23 (45), 83–112.

EIMER, A. (2001): Die Arbeit des Career Services. In: PUHLE, H.-J./WEILER, H. N. (Hg.): Career Centers. eine hochschulpolitische Herausforderung. Hamburg: Ed. Körber-Stiftung (Amerikanische Ideen in Deutschland, 3), 53–66.

⁵ Vgl. www.upb.de/wipaed → Forschung → Lehrstuhl Sloane.

GEORG, W. (2008): Studium und Beruf. Zum Wandel des Verhältnisses von Hochschule und Berufsausbildung. In: JÄGER, W./ SCHÜTZEICHEL, R. (Hrsg.): Universität und Lebenswelt. Wiesbaden, 84-117.

GEORG, W./ SATTEL, U. (1995): Arbeitsmarkt, Beschäftigungssystem und Berufsbildung. In: ARNOLD, R./ LIPSMEIER, A. (Hrsg.): Handbuch der Berufsbildung. Opladen, 123-141.

GERHOLZ, K.-H. (2010): Innovative Entwicklung von Bildungsorganisationen. Eine Rekonstruktionsstudie zum Interventionshandeln in universitären Veränderungsprozessen. Paderborn.

GERHOLZ, K.-H./ KAISER, V. (2010): Zur Gestaltung von Diffusionsprozessen bei E-Learning Innovationen. Eine empirische Perspektive. In: HAUENSCHILD, W./ MEISTER, D. M./ SCHÄFER, W. (Hrsg.): Hochschulentwicklung innovativ gestalten. Das Projekt Locomotion an der Universität Paderborn. Münster, 107-124.

GERHOLZ, K.-H./ KLIEBER, S./ SLOANE, P. F. E. (2010): Die prozessorientierte Gestaltung einer Hochschulstruktur – Hochschulentwicklung aus einer organisatorischen Perspektive. In: HAUENSCHILD, W./ MEISTER, D. M./ SCHÄFER, W. (Hrsg.): Hochschulentwicklung innovativ gestalten. Das Projekt Locomotion an der Universität Paderborn. Münster, 19-40.

GERHOLZ, K.-H./ SLOANE, P. F. E. (2008): Der Bolognaprozess aus curricularer und hochschuldidaktischer Perspektive - Eine Kontrastierung von beruflicher Bildung und Hochschulbildung auf der Bachelor-Stufe.

Online: http://www.bwpat.de/ausgabe14/gerholz_sloane_bwpat14.pdf (15-03-2011).

HERTLE, E. M./NORDHOFF, D./SLOANE, P. F. E./SURETH, C. (2007): CHE-Rating: Beschäftigungsfähigkeit (Employability) deutscher Bachelorabsolventen: Das Fatale daran ist das Fatale darin! In: Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik (ZBW), H. 4, Band 103, 597-611.

HILLAGE, J./ POLLARD, E. (1998): Employability: Developing a Framework for Policy analysis. DfEE Research Report RR 85, November 1998, Department for Education and Employment. London.

HOFFMANN, A. (2011): Career Centers an deutschen Hochschulen – Bestandsaufnahme und Gestaltungsempfehlungen. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Paderborn.

INTERNATIONALES ZENTRUM FÜR HOCHSCHULFORSCHUNG KASSEL (2010): Humankapitalpotenziale der gestuften Hochschulabschlüsse in Deutschland: Weiteres Studium, Übergang in das Beschäftigungssystem und beruflicher Erfolg von Bachelor- und Master-Absolventen. Unter Mitarbeit von Bettina Alesi, Harald Schomburg und Ulrich Teichler. Hrsg. v. Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI) (Studien zum deutschen Innovationssystem, 13-2010).

JÖRNS, S. (2002): Berufsvorbereitung durch Career Services im Rahmen der universitären Ausbildung – Rekonstruktion und Analyse der Institutionalisierung eines neuen Dienstleistungsangebotes an deutschen Universitäten. Dissertation.

Online: <http://webdoc.sub.gwdg.de/diss/2002/joerns/index.html> (20-05-2011).

JÖRNS, S. (2008): Career Services als Brücke zwischen Studium und Berufswelt: Ziele, Handlungsfelder und Perspektiven. In: BERENDT, B. (Hrsg.): Neues Handbuch Hochschullehre. Berlin, 1-19.

JÖRNS, S. (o. J.): Career Services als neue Dienstleistungseinrichtungen an deutschen Hochschulen. Online: www.uni-goettingen.de/en/43584.html (10-04-2011).

KÜHNE, M. (2009): Berufserfolg von Akademikerinnen und Akademikern. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. Wiesbaden.

KRAUS, K. (2007a): Employability – ein neuer Schlüsselbegriff. In: Panorama Nr. 6, 2007, Online: <http://www.panorama.ch/pdf/2007/pan076d04.pdf>, 4 – 5., (Januar 2009).

KRAUS, K. (2007b): Beruflichkeit, Employability und Kompetenz. Konzepte erwerbspädagogischer Pädagogik in der Diskussion. In: DEHNBOSTEL, P./ ELSHOLZ, U./ GILLEN, J. (Hrsg.): Kompetenzerwerb in der Arbeit. Berlin, 235-248.

KRÜCKEN, G. (2004): Hochschulen im Wettbewerb – eine organisationstheoretische Perspektive. In: BÖTTCHER, W./ TERHARDT, E. (Hrsg.): Organisationstheorie in pädagogischen Feldern: Analyse und Gestaltung. Wiesbaden 2004, 286-301.

MICHEL, M. (2001): Career Centers an deutschen Hochschulen. Geschichte, Selbstverständnis und Probleme. In: PUHLE, H.-J./ WEILER, H. N. (Hrsg.): Career Centers – Eine hochschulpolitische Herausforderung. Hamburg, 45-52.

MÜLLER-BÖLING, D. (1997): Zur Organisationsstruktur von Universitäten. In: DIE BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE, Jg. 57, Nr. 5, 603-614.

MÜLLER-BÖLING, D. (2000): Die entfesselte Hochschule. Gütersloh.

PUHLE, H.-J./ WEILER H. N. (2001): Career Centers: Schnittstellen zwischen Hochschulbildung und Berufsfähigkeit. In: PUHLE, H.-J./ WEILER, H. N. (Hg.): Career Centers – Eine hochschulpolitische Herausforderung. Hamburg, 9-13.

SCHIENER, J. (2010): Arbeitsmarkt und Berufseinstieg von Akademiker/innen: Theoretische und empirische Grundlagen. In: VON FELDEN, H./ SCHIENER (2010) (Hrsg.): Transitionen – Übergänge vom Studium in den Beruf. Zur Verbindung von qualitativer und quantitativer Forschung. Wiesbaden, 42-75.

SCHINDLER, G. (2004): Employability und Bachelor-Studiengänge – eine unpassende Verbindung. Online: http://www.ihf.bayern.de/beitraege/2004_4/4-2004%20Schindler.pdf (26.03.2011)

SCHOLTER, J. (2009): Jetzt heißt es durchhalten. Die Rezession macht Hochschulabsolventen den Berufseinstieg schwer. Experten sagen aber auch, dass sie auf lange Sicht die besten Chancen haben. In: Die Zeit (34), 57. Online: <http://www.zeit.de/2009/34/C-Absolventen> (13-01-2011)

SCHÖNCKE, M./ STEINMETZ, U. (2011): Vom Studium in den Beruf – Erfahrungsberichte aus der unternehmerischen und universitären Praxis. In: GERHOLZ, K.-H./ SLOANE, P. F. E. (Hrsg.): Übergänge in und aus Universität gestalten.

SLOANE, P. F. E. (1998): Funktionen im Wandel. Das neue Verhältnis von Arbeiten und Lernen in einer wissensstrukturierten Praxis. In: FRANKE, N.v./ BRAUN, C.-F. v. (Hrsg.): Innovationsforschung und Technologiemanagement. Konzepte, Strategien, Fallbeispiele. Gedächtnisschrift für Prof. Dr. Stephan Schrader. München, 89-104.

SPOUN, S./WUNDERLICH, W. (2005): Prolegomena zur akademischen Persönlichkeitsbildung: Die Universität als Wertevermittlerin. In: SPOUN, S./ WUNDERLICH, W. (Hrsg.): Studienziel Persönlichkeit – Beiträge zum Bildungsauftrag der Universität heute. Frankfurt, 17-32.

TEICHLER, U. (2005): Berufliche Relevanz und Bologna Prozess. In: WELBERS, U./ GAUS, O. (Hrsg.): The Shift from Teaching to Learning. Bielefeld, 314-320.

TEICHLER, U. (2007): Studium und Berufschancen: Was macht den Unterschied aus? In: Beiträge zur Hochschulforschung, 29 (4), 10-31.

TRAMM, T./ NAEVE, N. (2007): Auf dem Weg zum selbstorganisierten Lernen – Eine systematische Förderung der Selbstorganisationsfähigkeit über die curriculare Gestaltung komplexer Lehr-Lern-Arrangements. In: bwp@ Berufs- und Wirtschaftspädagogik – online, Ausgabe 13. Online: http://www.bwpat.de/ausgabe13/tramm_naeve_bwpat13.pdf (25.05.2011)

VON FELDEN, H./SCHIENER (2010) (Hrsg.): Transitionen – Übergänge vom Studium in den Beruf. Zur Verbindung von qualitativer und quantitativer Forschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

WISSENSCHAFTSRAT (2006): Empfehlungen zur künftigen Rolle der Universitäten im Wissenschaftssystem. Online: www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/7067-06.pdf (25-05-2011).

Zitieren dieses Beitrages

GERHOLZ, K.-H./ KAISER, V./ SLOANE, P. F. E. (2011): Career Service Arbeit an deutschen Universitäten – Ausgangspunkte, Bestandsaufnahmen und Entwicklungen. In: *bwp@ Spezial 5 – Hochschultage Berufliche Bildung 2011, Workshop 29*, hrsg. v. GERHOLZ, K.-H./ SLOANE, P. F. E., 1-14. Online: http://www.bwpat.de/ht2011/ws29/gerholz_etal_ws29-ht2011.pdf (26-09-2011).

Die AutorInnen:



Dr. KARL-HEINZ GERHOLZ

Lehrstuhl für Wirtschaftspädagogik I, Universität Paderborn

Warburger Straße 100, 33098 Paderborn

E-mail: gerholz@wiwi.upb.de

Homepage: <http://upb.de/wipaed>



VERENA KAISER

Lehrstuhl für Wirtschaftspädagogik I, Universität Paderborn

Warburger Straße 100, 33098 Paderborn

E-mail: verena.kaiser@wiwi.upb.de

Homepage: <http://upb.de/wipaed>



Prof. Dr. PETER F. E. SLOANE

Lehrstuhl für Wirtschaftspädagogik I, Universität Paderborn

Warburgerstraße 100, 33098 Paderborn

E-mail: psloane@notes.upb.de

Homepage: <http://upb.de/wipaed>