



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences



KARRIEREWEGE

der Absolventinnen und Absolventen der
HS Augsburg 2018

Prof. Dr. Erika Regnet (Hrsg.)

INHALT

| | |
|---|-----------|
| Teil I: Karrierewege der HR-AbsolventInnen | Seite |
| Executive Summary | 03 |
| Einleitung | 04 |
| Zentrale Ergebnisse | 04 |
| 1. Starke Heimatverbundenheit der AbsolventInnen | 04 |
| 2. Berufseinstieg | 06 |
| 3. Großunternehmen als Favorit der AbsolventInnen | 06 |
| 4. Verschiedene Einstiegspositionen bei Bachelor- und Masteranden | 07 |
| 5. Gute Karriereaussichten für AbsolventInnen | 07 |
| Fazit | 08 |
| Teil II: Karrierewege der Marketing-AbsolventInnen | |
| Executive Summary | 11 |
| Einleitung | 12 |
| Zentrale Ergebnisse | 12 |
| 1. Verteilung der Stichprobe | 12 |
| 2. Standort des ersten Arbeitgebers | 12 |
| 3. Arbeiten IM StudentenInnen mehr in internationalen Konzernen? | 13 |
| 4. Unternehmensbezug bei Berufseinstieg | 13 |
| 5. Dauer bis zum ersten Job | 14 |

| | |
|---|-----------|
| 5.1 BW oder IM? | 14 |
| 5.2 Frauen vs. Männer | 14 |
| 6. Jobhopping | 14 |
| 7. These: „Männer arbeiten in größeren Unternehmen“ | 15 |
| 8. Sonstige Erkenntnisse | 15 |
| <hr/> | |
| Empfehlungen | 16 |

DOI: 10.23779/0004

Fotonachweis

Foto Deckblatt: Martin Duckek

Foto Rückseite: Prof. Dr. Regnet

TEIL I: KARRIEREWEGE DER HR-ABSOLVENTINNEN

EXECUTIVE SUMMARY

Insbesondere junge Frauen interessieren sich für das Vertiefungsmodul Personalmanagement und den Masterstudiengang Personal, der Frauenanteil liegt bei über verschiedene Jahre hinweg bei rund 80 Prozent.

Junge Menschen, die sich für einen Masterstudiengang in HR entscheiden, haben schon ihren Bachelorabschluss schneller erreicht. Sie brauchten dafür nur 7,4 Semester im Vergleich zu 7,9 Semester bei denjenigen, die nur einen Bachelorabschluss angestrebt haben. Da HR-Masteranden mit durchschnittlich 2,1 Monaten halb so lange für den Berufseinstieg brauchen wie Bacheloranden mit 4 Monaten, haben Studierende mit Masterabschluss rund ein Drittel der längeren Studienzeit durch konsequenteres Agieren schon wettgemacht.

Berufseinstieg im HR-Bereich

Die AbsolventInnen des Masterstudiengangs Personal starten fast alle auch in HR-Funktionen. Doch auch zwei Drittel der BachelorabsolventInnen mit Vertiefungsmodul Personal gelingt der Berufseinstieg im HR-Bereich, insbesondere als SachbearbeiterIn oder ReferentIn. Die meisten blieben dem HR-Bereich auch nach einem Unternehmenswechsel treu (68,5 Prozent).

Schneller Jobwechsel wird die Regel, Unternehmenstreue nimmt ab

Bacheloranden verbleiben durchschnittlich 2 Jahre in der ersten beruflichen Position. Masteranden verlassen die erste Aufgabe bereits nach nur 1,5 Jahren – entweder weil sie befördert werden oder weil sie den Arbeitgeber wechseln.

Von 133 AbsolventInnen, die bereits in mindestens zwei Positionen tätig waren, hat die Mehrzahl (59 Prozent) das Unternehmen gewechselt. Jedoch hat dieser Wechsel nicht immer zu einer Beförderung geführt.

Masterabschluss ist karriereförderlich

Ein Masterabschluss im Bereich Human Resources ermöglicht im Vergleich zu einem Bachelorabschluss mit Schwerpunkt Personalmanagement einen schnelleren und höheren Berufseinstieg in einem Großunternehmen oder Konzern.

Einmal München – immer München

Der Großraum München ist als Standort sehr attraktiv, 49 Prozent der AbsolventInnen arbeiten hier. Ist man z.B. während des Masterstudiums bereits nach München gezogen, so blieben sogar 61 Prozent der AbsolventInnen in der Metropolregion München. Dagegen wechseln „nur“ 37 Prozent der Augsburger BachelorabsolventInnen nach München.

Prof. Dr. Erika Regnet

Professorin für Personalmanagement an der Hochschule Augsburg



Julia Buchmann, Julia Koch, Karin Schmidt

EINLEITUNG

Die folgenden Auswertungen beziehen sich auf die Daten der AbsolventInnen der Hochschule Augsburg, die das Vertiefungsmodul Personalmanagement belegt oder den Masterstudiengang Personalmanagement der Hochschulen Augsburg, Landshut und München besucht haben.

Insgesamt wurden 243 Datensätze ausschließlich mit Hilfe der Socialmedia-plattform „XING“ erhoben. Davon beträgt der Frauenanteil 77,8 Prozent und der Männeranteil 22,2 Prozent. Die Mehrzahl (77,8 Prozent) der AbsolventInnen hat den Studiengang Betriebswirtschaft besucht. Die restlichen 22,2 Prozent verteilen sich auf andere, meist wirtschaftliche Studiengänge wie beispielsweise International Management. Zusammengesetzt hat sich die Stichprobe aus 55,6 Prozent Masteranden, 31,8 Prozent Bacheloranden und 18,5 Prozent Diplomanden.

Untersucht wurden beispielsweise Daten wie Geschlecht, beruflicher Werdegang, Anzahl der Unternehmenswechsel sowie besondere Qualifikationen.

Weitere Daten wie das Alter, Gehalt oder der Familienstatus konnten nicht erhoben werden, da sie auf XING üblicherweise nicht eingestellt werden.

77,8 %
der Analysierten sind weiblich

77,8 %
der Analysierten haben den Studiengang Betriebswirtschaft besucht

ZENTRALE ERGEBNISSE

1. Starke Heimatverbundenheit der AbsolventInnen

Welche Region bevorzugen die HochschulabsolventInnen bei ihrem Berufseinstieg?

48 Prozent der AbsolventInnen präferieren den Großraum München als Arbeitsort. Lediglich 23 Prozent der AbsolventInnen bleiben im Raum Augsburg. Die übrigen 29 Prozent entscheiden sich auf die verschiedenen Bundesländer Deutschlands sowie die Europäische Union.

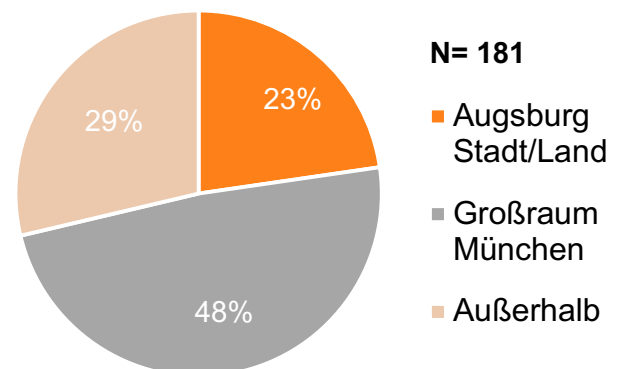
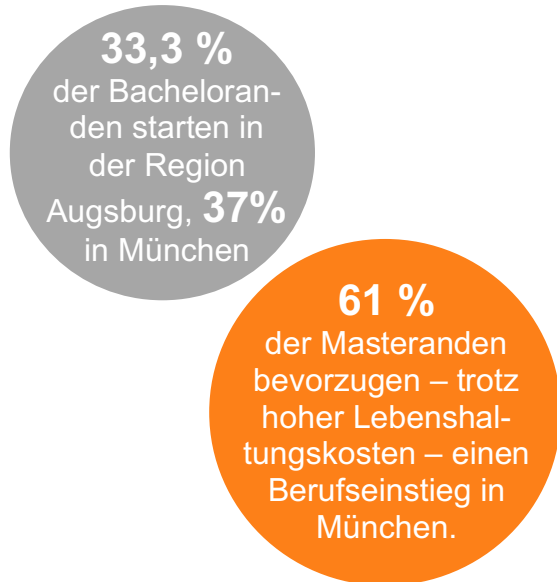


Abbildung 1: Region Berufseinstieg

Bleiben die AbsolventInnen an dem Ort, an dem sie den Großteil ihres Studiums verbringen?

Die Bacheloranden steigen in das Berufsleben bevorzugt (37 Prozent) in München ein. Jedoch bleiben auch 33 Prozent der AbsolventInnen am Standort ihrer Hochschule. Die übrigen 30 Prozent sind an anderen Orten beziehungsweise Regionen beschäftigt.

Besonders auffällig bei den Masteranden ist, dass mehr als die Hälfte (61 Prozent) München für den Berufseinstieg bevorzugt. Diese starke Diskrepanz lässt sich darauf zurückführen, dass in München ein großes Arbeitsangebot vorhanden ist.



Des Weiteren wird der Großteil der Master-Vorlesungen in München angeboten, dies führt dazu, dass die meisten Studierenden – trotz der hohen Kosten – lieber nach München ziehen.

Nur 11 Prozent der AbsolventInnen mit Masterabschluss arbeiten nach ihrem Studium im Raum Augsburg, während 28 Prozent sich auf die verschiedenen Bundesländer Deutschlands sowie die Europäische Union verteilen. Diese starke Diskrepanz lässt sich darauf zurückführen, dass in München ein großes Arbeitsangebot vorhanden ist.

Zudem entstehen während des Masterstudiums bereits erste Kontakte durch Werkstudentenstellen oder Hochschulprojekte mit den in München ansässigen Unternehmen.

Anhand dieser Zahlen wird deutlich, dass viele AbsolventInnen, die durch ihr Studium nach München kommen, auch für die Arbeit in der Landeshauptstadt bleiben. Insgesamt ist bei den HochschulabsolventInnen eine starke Heimatverbundenheit mit dem südlichen Bayern zu erkennen, da lediglich eine geringe Anzahl von AbsolventInnen außerhalb dieser Region in das Berufsleben einsteigt.

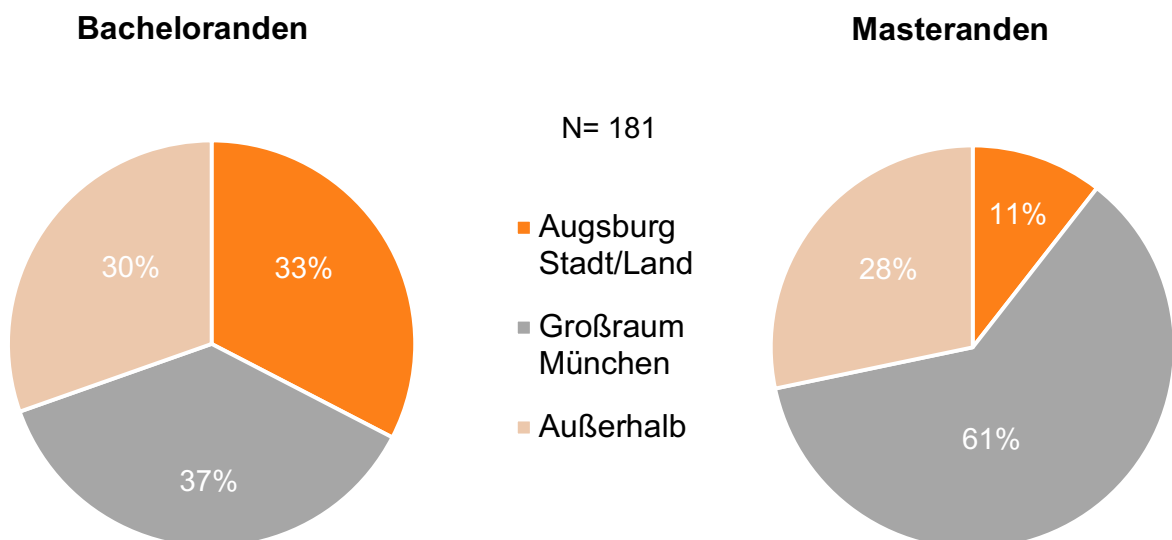


Abbildung 2: Region Berufseinstieg (Bachelor vs. Master)

2. Berufseinstieg

Gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern?

Für den Bachelorabschluss studieren Frauen im Durchschnitt 7,5 Semester, während die Männer 7,6 Semester brauchen, was keine signifikante Differenz darstellt. Auch bezüglich der Zeit, die die AbsolventInnen in ihrer ersten Stelle verbringen, ist der Unterschied gering. Durchschnittlich arbeiten Männer 2,2 Jahre in ihrer ersten Position und Frauen 2 Jahre. Eine Werkstudententätigkeit üben beide Geschlechter für rund 21 Monate aus.

Überraschenderweise brauchen Männer mit durchschnittlich 5,1 Monaten deutlich länger als Frauen mit 2,4 Monaten, bis sie in das Berufsleben einsteigen. Daraus lässt sich folgern, dass Frauen engagierter beim Bewerben sind. Das erweckt den Anschein, dass Frauen eine sichere berufliche Zukunft wichtiger ist als Männern. Abgesehen davon lassen sich jedoch anhand dieser Stichprobe keine weiteren signifikanten Unterschiede zwischen den Geschlechtern feststellen.

Ist der Unterschied zwischen Personen mit Bachelor- bzw. Masterabschluss genauso gering?

Bei der Anzahl der Semester, die für den Bachelorabschluss benötigt werden, liegen die Masteranden mit 7,4 Semestern deutlich vor den Bacheloranden, welche im Durchschnitt 7,9 Semester lang studieren. Hinweis: die vorgesehene Regelstudienzeit beträgt an den bayerischen Hochschulen für angewandte Wissenschaften 7 Semester. Die AbsolventInnen, welche ein Masterstudium absolvieren möchten, lernen entweder

leichter oder sind ambitionierter, die Regelstudienzeit von 7 Semestern einzuhalten.

Die durchschnittliche Zeit, die ein Bachelorand in der ersten Position verbringt, beträgt 2 Jahre. Masteranden verlassen nach nur 1,5 Jahren ihre Einstiegsposition, entweder da sie früher befördert werden, worauf bei der Position des Berufseinstiegs näher eingegangen wird, oder weil sie – bei Unzufriedenheit – weniger kompromissbereit sind und schneller eine berufliche Alternative suchen und finden.

Erstaunlich ist, dass Masteranden mit durchschnittlich 2,1 Monaten halb so lange für den Berufseinstieg brauchen wie Bacheloranden mit 4 Monaten.

3. Großunternehmen als Favorit der AbsolventInnen

Wie groß sind die Unternehmen, in denen die AbsolventInnen der Hochschule Augsburg in das Berufsleben einsteigen?

Dabei wird unter einem Kleinunternehmen ein Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern verstanden. Ein mittelständischer Arbeitgeber beschäftigt zwischen 50 und 500 Mitarbeiter, während in einem Großunternehmen 500 bis 20.000 Menschen angestellt sind. Konzerne sind alle Unternehmen mit noch mehr Mitarbeitern. Es wurde jedoch nicht nach Internationalität der Firmen unterschieden, da alle Unternehmen, unabhängig der Mitarbeiteranzahl, global agieren können.

Die Stichprobe hat ergeben, dass von 51 Bacheloranden 62,7 Prozent zu Beginn ihrer Karriere in Großunternehmen tätig sind. Lediglich ein kleiner Teil (je

weils 9,8 Prozent) arbeiten in Konzernen sowie Kleinunternehmen. Die verbleibenden AbsolventInnen (17,6 Prozent) steigen in mittelständische Unternehmen ein.

Masterabsolventen starten ihre Karriere häufiger in Großkonzernen als Bacheloranden.

62,7 %
der Bacheloranden sind zu Beginn ihrer Karriere in Großunternehmen tätig.

Im Gegensatz dazu verdreifacht sich die Anzahl von AbsolventInnen (33,3 Prozent) in Konzernen, wenn man die Masteranden betrachtet. Dennoch arbeitet weiterhin die größte Gruppe (44,7 Prozent) der AbsolventInnen mit Masterabschluss in Großunternehmen. Der Anteil an den verbliebenen Unternehmensgrößen hat sich nicht nennenswert verändert.

4. Verschiedene Einstiegspositionen bei Bachelor- und Masteranden

Haben Masteranden höhere Einstiegspositionen als Bacheloranden?

Zu erwarten ist, dass Masteranden aufgrund ihres höher qualifizierten Abschlusses auch höhere Einstiegspositionen erhalten als Bacheloranden. Bei ihrer ersten Berufsposition konnten wir keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern feststellen. Die AbsolventInnen mit Bachelorabschluss steigen zum Großteil als SachbearbeiterInnen und als ReferentInnen

(jeweils 22,2 Prozent) in das Berufsleben ein. Im Vergleich dazu beginnen Masteranden zwar auch als ReferentInnen (23,3 Prozent), aber auch als Consultant bzw. ManagerInnen (16,6 Prozent).

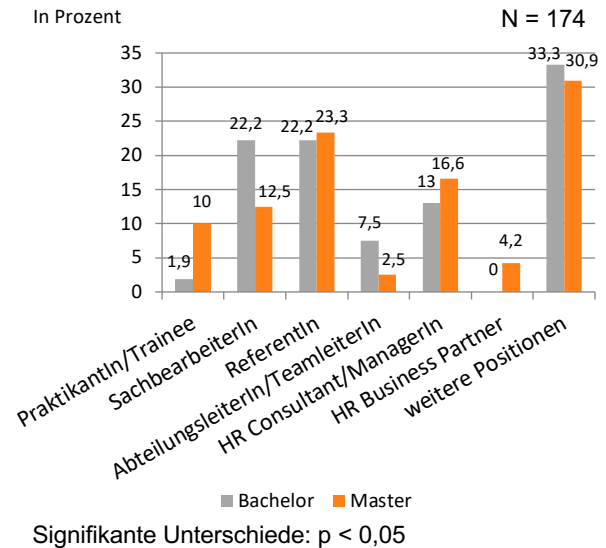


Abbildung 3: Position Berufseinstieg (Bachelor vs. Master)

Immerhin 10 Prozent der MasterabsolventInnen starten mit einem Traineeprogramm ins Berufsleben.

5. Gute Karriereaussichten für AbsolventInnen

Ist es notwendig, für HochschulabgängerInnen das Unternehmen zu wechseln, um eine höhere Position zu erreichen?

Von 133 AbsolventInnen, die bereits in mindestens zwei Positionen tätig waren, haben insgesamt 59 Prozent das Unternehmen gewechselt. Jedoch hat dieser Wechsel nicht zwangsweise zu einer Beförderung geführt.

Als SachbearbeiterIn sind 34 AbsolventInnen in das Berufsleben eingestiegen. 19 von ihnen sind seitdem aufgestiegen, wobei davon gut die Hälfte (10 Personen) das Unternehmen gewechselt hat.

In der Position der ReferentInnen sind von 45 beschäftigten AbsolventInnen lediglich 5 in eine höhere Position aufgestiegen. Dies liegt jedoch daran, dass eine Stelle als Referent bereits eine höhere Position darstellt. Von diesen 5 Beförderten haben 3 ihr erstes Unternehmen verlassen.

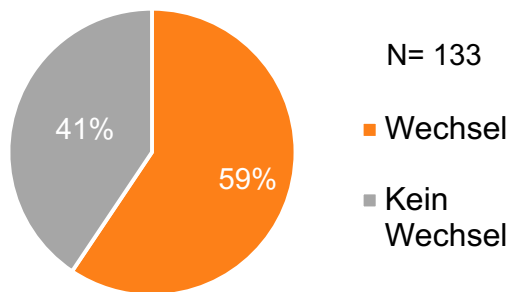


Abbildung 4: Unternehmenswechsel

Diese Ergebnisse bedeuten, dass ein Unternehmenswechsel für die HochschulabsolventInnen nicht zwingend notwendig ist, um Karriere zu machen, es kann jedoch durchaus förderlich sein.

Welche Aufstiegsmöglichkeiten gibt es für AbsolventInnen der Hochschule Augsburg?

Etwas mehr als 15 Prozent der AkademikerInnen beginnen als SachbearbeiterIn mit ihrer Karriere. Die Anzahl sinkt jedoch mit dem ersten Unternehmenswechsel deutlich ab auf 4,6 Prozent. Zur selben Zeit steigt die Zahl der ReferentInnen von 21,2 Prozent auf 35,9 Prozent an, da viele SachbearbeiterInnen in der Zwischenzeit befördert wurden. Im Verlauf der Zeit sinkt die Anzahl der ReferentInnen wieder ab auf 31,7 Prozent, da einige AbsolventInnen zum ManagerIn oder AbteilungsleiterIn befördert werden. Vereinzelt steigen AbsolventInnen bis zum HR Business Partner auf (9,5 Prozent).

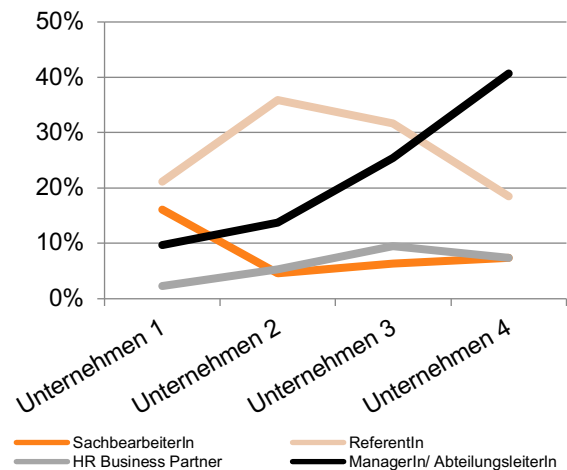


Abbildung 5: Positionen nach Stellenwechseln

Auffallend ist, dass die Anzahl der Sachbearbeiter wieder von 4,6 Prozent auf 7,4 Prozent ansteigt, möglicherweise da vor allem Frauen nach der Elternzeit wieder als Sachbearbeiterin anfangen zu arbeiten.

FAZIT

In dieser Stichprobe haben sich kaum Diskrepanzen zwischen den Geschlechtern feststellen lassen.

Deutlich zeigen sich die besseren Karriereaussichten der Masteranden im HR-Bereich. Ein Masterabschluss im Bereich Human Resources ermöglicht im Vergleich zu einem Bachelorabschluss mit Schwerpunkt Personalmanagement einen schnelleren und höheren Berufseinstieg in einem Großunternehmen oder Konzern.

Bacheloranden sowie Masteranden steigen bevorzugt in Großunternehmen ein, wobei auch viele Masteranden in Konzernen ihren Berufseinstieg haben. Großkonzerne, die auch in Zeiten eines Fachkräftemangels noch ausreichend Bewerbungen erhalten, entscheiden sich offensichtlich bevorzugt für BewerberInnen mit Masterabschluss im Personalbereich.

Außerdem hat sich gezeigt, dass ein Unternehmenswechsel einen Karriereaufstieg fördern kann, jedoch nicht obligat ist.

Bei ihrem Berufsstart entscheiden sich 67,6 Prozent der HR-AbsolventInnen für den Bereich Human Resources und bleiben diesem auch nach einem Unternehmenswechsel treu (68,5 Prozent).

TEIL II: KARRIEREWEGE DER MARKETING-ABSOLVENTINNEN

EXECUTIVE SUMMARY

Für Marketing interessieren sich Männer und Frauen etwa gleichermaßen. Rund 60 Prozent der AbsolventInnen mit Vertiefung bzw. Masterabschluss im Bereich Marketing arbeiten danach im Bereich Vertrieb und Marketing.

Die Sprachkompetenz ist insbesondere bei Studierenden des Studiengangs International Management sehr hoch.

Arbeitgeber werden regional gesucht
Augsburg und vor allem München sind die beliebtesten Standorte für den Berufseinstieg. Kaum jemand arbeitet im Ausland – dies gilt für Betriebswirtschaftsstudierende ebenso wie International Management AbsolventInnen.

Frauen schließen ihr Studium schneller ab, benötigen dann aber trotzdem tendenziell länger für die Stellensuche.

Jobhopping

45 Prozent der Frauen und 33 Prozent der Männer wechseln den Job in den ersten zwei Jahren. Die Wirtschaft ist generell schnelllebig geworden. In unserer Studie lässt sich feststellen, dass Frauen tendenziell häufiger den Job wechseln als Männer.

Dies könnte aber auch auf eine höhere Anzahl an befristeten Verträgen für Frauen zurückzuführen sein

Augsburg und München sind die beliebtesten Standorte für den Berufseinstieg.

Betriebswirtschaftsstudierende ebenso wie International Management AbsolventInnen haben selten eine Arbeitsstelle im Ausland.

32% starten bei einem Unternehmen das sie schon kennen.

Schnelles Jobhopping nimmt zu.

Schneller Berufsstart innerhalb von zwei Monaten nach Studienabschluss.

Die Mehrzahl der AbsolventInnen startet bereits innerhalb von zwei Monaten nach Studienabschluss in den Beruf. Ein knappes Drittel unterschreibt bei einem Unternehmen, zu dem vorher bereits als PraktikantIn, WerkstudentIn oder bei der Abschlussarbeit Kontakt bestand.

**Stephanie Scheitz, Fabian Pecher,
Tim Würthner**

EINLEITUNG

Im Rahmen des Projektes Karrierewege bei Frau Prof. Dr. Regnet haben wir in unserer Gruppe die öffentlichen, d.h. selbst eingestellten Profile derer AbsolventInnen der Hochschule Augsburg untersucht, die das Fach Marketing vertieft haben. Insgesamt wurden 181 Personen mithilfe von Xing und LinkedIn analysiert.

Insgesamt wurden 181 Personen mithilfe von Xing und LinkedIn analysiert.

Variablen wie Alter, Familienstand, Kinder, Gehalt und Staatsangehörigkeit konnten dabei nicht erhoben werden.

Hauptsächlich wurde von uns die „Erweiterte Suche“ von Xing zum Auffinden der AbsolventInnen angewendet. Dabei griffen wir oft auf die Suchkriterien „Hochschule Augsburg“ und „Marketing“ zurück, um so unsere gewünschten Lebensläufe ausgeworfen zu bekommen. Hierbei muss bemerkt werden, dass nicht alle Xing-Profilen gleich gut gepflegt sind. Variablen wie Alter, Familienstatus, Kinder, Gehalt und Staatsangehörigkeit blieben uns meist verborgen, da diese Daten von den AbsolventInnen verschwiegen bzw. nicht aufgelistet wurden.

Angaben zum Karriereweg, zum Abschluss, zu Praktika, zur Vertiefung und zu Sprachkenntnissen wurden jedoch sehr oft angegeben. Vor allem mit den

Sprachkenntnissen wollten und konnten die International Management StudentInnen (im Folgenden „IM-StudentInnen“ genannt) punkten.

ZENTRALE ERGEBNISSE

1. Verteilung der Stichprobe

Die Stichprobe umfasst 181 Personen, von denen 43,6 Prozent männlich und 56,4 Prozent weiblich sind. Erfasst wurden 54,6 Prozent IM-StudentInnen und 45,4 Prozent Betriebswirtschaft-StudentInnen (im Folgenden „BW-StudentInnen“ genannt). 74 Prozent der analysierten AbsolventInnen haben einen Bachelorabschluss, 26 Prozent haben einen Master gemacht.

2. Standort des ersten Arbeitgebers

Zuallererst hat uns interessiert, wohin die Marketing-AbsolventInnen der Hochschule Augsburg nach ihrem Abschluss gehen. Bleiben sie für ihre erste Arbeitsstelle in Augsburg oder wählen sie einen anderen Ort? Tabelle 1 veranschaulicht die Ergebnisse.

Tabelle 1: Standort des ersten Arbeitgebers

| | Bachelor BW | Bachelor IM |
|---------------------|-------------|-------------|
| Augsburg | 12,8% | 9,6% |
| München | 13,6% | 20% |
| Übriges Bayern | 8,8% | 11,2% |
| Baden Württemberg | 0% | 3,2% |
| Übriges Deutschland | 7,2% | 8% |
| Österreich, Schweiz | 0,8% | 1,6% |
| Sonstiges Ausland | 1,6% | 1,6% |

Die beliebteste Anlaufstelle unserer Stichprobe (berücksichtigt werden konnten bei dieser Frage die Antworten von 125 AbsolventInnen) ist München. 13,6 Prozent der BW-StudentInnen und sogar 20 Prozent der IM-StudentInnen zieht es in die Landeshauptstadt. Gründe hierfür könnten die Job-Vielfalt in München oder auch die Attraktivität der Stadt sein. Außerdem ist es möglich, dass die AbsolventInnen vor ihrem Studium bereits in München gelebt haben und im Anschluss wieder den Weg in die Heimat antreten.

Weiterhin zeigt sich, dass IM-StudentInnen nicht häufiger ins Ausland gehen als BW-StudentInnen. Aufgrund des deutlich internationaler ausgelegten Studiengangs der IM-StudentInnen (Vorlesungen auf Englisch, Erlernen einer weiteren Fremdsprache) könnte man meinen, dass es diese StudentInnen auch häufiger ins Ausland zieht. Dies wurde aber widerlegt, da die prozentuale Verteilung von BW- und IM-StudentInnen, die für ihren ersten Job ins Ausland gehen, gleichbleibend bei 1,6 Prozent liegt.

3. Wo arbeiten die AbsolventInnen

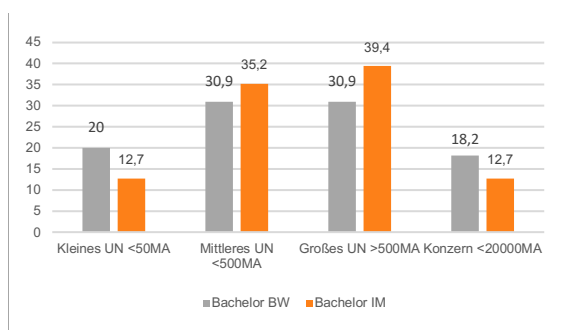


Abbildung 1: Verteilung Studiengang – Unternehmensgröße

Nur 12,7 Prozent der IM-StudentInnen und 18,2 Prozent der BW-StudentInnen arbeiten in einem Großkonzern. Ein Konzern wurde dabei mit „größer 20.000 Mitarbeiter“ definiert.

IM-StudentInnen arbeiten gemäß unserer Auswertung häufiger in mittleren (<500 MA) und großen Unternehmen (>500 MA). Allerdings muss bedacht werden, dass auch diese Art von Unternehmen international tätig sein können und IM-StudentInnen deshalb auch derartige Unternehmen wählen könnten. Das hier ansässige Beauty-Unternehmen „Dr. Grandel“ beispielsweise hat „nur“ 230 Mitarbeiter, weist aber Auslandsvertretungen in mehr als 40 Ländern der Welt auf.

4. These: Männer arbeiten in größeren Unternehmen

Tabelle 2 veranschaulicht, dass mit 35,1 Prozent knapp mehr als ein Drittel der Männer in einem mittelgroßen Unternehmen arbeiten. Mit 35,4 Prozent weicht der Wert der Frauen nur unwesentlich von dem der Männer ab. Gleiches gilt für die Anzahl der Frauen und Männer, die in einem Großkonzern tätig sind.

Nur **3%** der IM-AbsolventInnen arbeiten im Ausland

Während **23,4%** der Männer in kleinen Unternehmen, sind es bei den Frauen nur **13,1%**.

Deutliche Verteilungsunterschiede lassen sich bei den kleinen und großen Unternehmen erkennen. Knapp zehn Prozent mehr Männer als Frauen verdienen ihr Geld in kleinen Unternehmen (23,4 Prozent männlich zu 13,1 Prozent weiblich). Der Grund hierfür könnte darin liegen, dass sich Männer vermehrt selbst-

ständig machen. Im Gegensatz dazu arbeiten dafür knapp zehn Prozent mehr Frauen in großen Unternehmen. Die anfänglich aufgestellte These „Männer arbeiten in größeren Unternehmen“, kann somit nicht bestätigt werden.

Tabelle 2: Vergleich Männer/ Frauen und Größe des Unternehmens

| | Männlich | Weiblich |
|-------------------------|----------|----------|
| Kleines UN | 23,4% | 13,1% |
| Mittleres UN | 35,1% | 35,4% |
| Großes UN | 28,6% | 38,4% |
| Internationaler Konzern | 13% | 13,1% |

5. Berufseinstieg durch persönliche Kontakte

Sowohl im BW- als auch im IM-Studiengang ist ein Praxissemester Pflicht. Viele StudentInnen sind zudem als WerkstudentInnen tätig. Zusätzlicher Unternehmensbezug entsteht auch über Abschlussarbeiten, die in Kooperation mit Unternehmen geschrieben werden. Aufgrund dessen ist es interessant herauszufinden, ob die Marketing-AbsolventInnen der Hochschule Augsburg von diesen Kontaktpunkten mit Unternehmen profitieren konnten und zum Zeitpunkt des Berufseinstiegs bei eben diesen Firmen einsteigen.

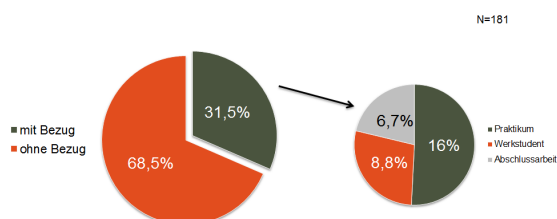


Abbildung 2: Vorerfahrung beim Unternehmen des Berufseinstiegs

Gelingt es umgekehrt den Unternehmen, gute NachwuchskandidatInnen zu erkennen und den Nachwuchs schon frühzeitig an sich zu binden?

Die Mehrzahl, d.h. 68,5 Prozent der AbsolventInnen, hat beim Berufseinstieg keinen Bezug zum Einstiegsunternehmen. Möglicherweise wurden bei Praktikums- oder Werkstudententätigkeiten schlechte Erfahrungen gemacht, weswegen man sich im Berufsleben für ein anderes Unternehmen entscheidet (und umgekehrt).

Folglich steigen 31,5 Prozent der AbsolventInnen bei einem Unternehmen ein, zu dem sie bereits Kontakt hatten. Diese 31,5 Prozent teilen sich auf in 16 Prozent, die über eine Praktikums-tätigkeit bereits Kontakt zum Unternehmen hatten, 8,8 Prozent waren als WerkstudentIn tätig und 6,7 Prozent haben eine Abschlussarbeit im jeweiligen Unternehmen geschrieben.

6. Dauer bis zum ersten Job

Eine häufig gestellte Frage ist, ob es Unterschiede bei den Studiengängen bzw. der Geschlechterverteilung in Beziehung auf die Dauer vom Studienabschluss bis zum ersten Job gibt. Um dies zu analysieren, wurden zwei Auswertungen gemacht. Zum einen wurden Unterschiede zwischen den Studiengängen BW und IM analysiert und zum anderen zwischen den männlichen und weiblichen Probanden.

Von allen untersuchten Probanden fanden 41,3 Prozent der BW-StudentInnen und 43,8 Prozent der IM-StudentInnen in den ersten zwei Monaten nach Studienabschluss einen Job.

Die These, dass International Management StudentInnen aufgrund des internationalen Studiums schneller einen Job finden, kann nicht bestätigt werden.

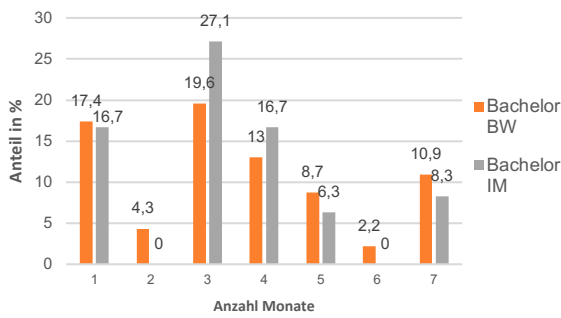


Abbildung 3: Studienabschluss bis Jobbeginn bei BW- und IM-StudentInnen

Allein im ersten Monat finden 46,8 Prozent der männlichen Probanden einen Job.

Bei den weiblichen Probanden waren es hingegen 36,6 Prozent. Knapp 10 Prozentpunkte weniger Frauen finden demnach im ersten Monat nach Studienabschluss einen Job. Dies könnte daran liegen, dass Männer sich tendenziell häufiger selbstständig machen als Frauen oder dass sie generell bessere Berufschancen haben.

Die These, dass Männer schneller einen Job finden, kann somit bestätigt werden.

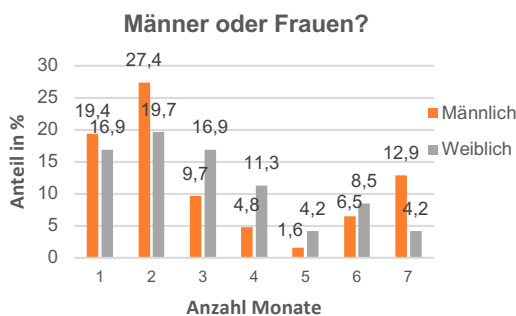


Abbildung 4: Dauer Studienabschluss bis Jobbeginn bei Männern und Frauen

7. Jobhopping

Unter Jobhopping versteht man einen häufigen Wechsel des Arbeitgebers bzw. des Unternehmens in einem geringen Zeitraum. Im Allgemeinen lässt sich sagen, dass Jobhopping ein Phänomen ist, welches sich die letzten Jahre verstärkt hat.

Nach dem Studienabschluss 30 Jahre in einem Unternehmen zu arbeiten, ist heutzutage nicht mehr üblich. Dennoch ist es sinnvoll, mindestens zwei Jahre in einem Job zu arbeiten, bevor man diesen wechselt, um den anschließenden Jobwechsel logisch begründen zu können. Ob Jobhopping als positiv oder negativ angesehen wird, liegt im Auge des Betrachters.

Interessant ist zu analysieren, ob eher Männer oder Frauen Jobhopper sind. Legt man den Fokus auf die ersten zwei Jahre, so fällt auf, dass rund 45 Prozent der Frauen und 33 Prozent der Männer den Job in den ersten zwei Jahren wechseln. In unserer Studie lässt sich demnach feststellen, dass Frauen tendenziell häufiger den Job wechseln als Männer. Die zu Beginn aufgestellte These, dass Männer tendenziell eher Jobhopper sind, lässt sich nicht bestätigen. Dies könnte aber auch auf eine höhere Anzahl an befristeten Verträgen für Frauen zurückzuführen sein.

Männer finden den Berufseinstieg schneller als Frauen.

45 % der Frauen und 33% der Männer wechseln den ersten Job innerhalb von 2 Jahren.

8. Sonstige Ergebnisse

Immer wieder hört man von Quereinsteigern im Beruf, die aufgrund von wechselnden Interessen aus einer anderen Fachrichtung in eine neue Position mit

anderen Inhalten wechseln. Dementsprechend wurde die These „Wer Marketing vertieft, arbeitet auch im Marketing“ überprüft. 60 Prozent der ausgewerteten Personen geben an, nach ihrem Abschluss im Bereich Vertrieb und Marketing zu arbeiten. Diese Prozentzahl ist niedriger als erwartet. Auch im Vergleich zu anderen Fachrichtungen, wie beispielsweise dem Personalbereich, ist dieser Wert relativ gering. Folglich kann die These in diesem Fall weder vollends verworfen, noch bestätigt werden.

Sprachkompetenz

Im Bereich Sprachen zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen IM- und BW-StudentInnen. Ausnahmslos alle IM-StudentInnen geben an, mindestens fließend Englisch sprechen. Selbstverständlich ist dies unter anderem auf die Voraussetzungen des Studiengangs zurückzuführen, dennoch ist diese Ausprägung bemerkenswert. Drei Mal mehr IM-StudentInnen sprechen Spanisch oder Französisch als BW-StudentInnen.

Knapp ein Drittel (30 Prozent) hat sich vor dem Studium für eine Berufsausbildung entschieden. In unserer Analyse war die Ausbildung im kaufmännischen Bereich – wenig überraschend – am häufigsten vertreten.

Bei den Marketing-AbsolventInnen zeigte sich außerdem ein deutlicher geschlechtsspezifischer Unterschied bei der Studiendauer. 71,4 Prozent der Frauen und nur 55 Prozent der Männer schließen ihr Bachelorstudium in acht Semestern oder weniger ab. Eine ähnliche Verteilung lässt sich für das Masterstudium feststellen. Umso erstaunlicher, respektive erschreckender ist es daher, dass obwohl Frauen ihr Studium in kürzerer Zeit abschließen, Männer tendenziell schneller einen Arbeitsplatz finden. Sofort nach Studienabschluss starten

mit 46,8 Prozent knapp zehn Prozent mehr Männer als Frauen (36,6 Prozent) in den Beruf.

EMPFEHLUNGEN

Es lassen sich einige Empfehlungen aus den Auswertungen ableiten. Zum einen sollten angehende StudentInnen das Studium wählen, an dem sie voraussichtlich die meiste Freude haben. Mit Hinblick auf eine internationale Ausrichtung bietet der Studiengang IM zwar sprachliche Vorteile, der Weg in ein internationales Unternehmen oder ins Ausland ist mit Wahl des BW-Studiengangs jedoch keineswegs ausgeschlossen. Ähnliches gilt für die Wahl der Vertiefung. Es macht zwar durchaus Sinn, sich für eine Marketing-Vertiefung zu entscheiden, wenn man plant später in diesem Unternehmensbereich zu arbeiten, allerdings gibt es auch hier später noch ausreichend Möglichkeiten, sich eventuell fehlende Kenntnisse selbstanzueignen oder eine entsprechende Fortbildung zu belegen.

30% haben vor dem Studium eine Berufsausbildung absolviert.

71 % der Frauen und nur 55 % der Männer schaffen den Bachelorabschluss in maximal 8 Semestern.



Die Studierenden der Projektgruppe bei ihrer Ergebnispräsentation am 28.06.2018



Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences