

Hochschullehrerbund – Bundesvereinigung e.V.

***h**l**b***

**Sonderdruck aus:**

***Die Neue Hochschule***  
**Heft 4-5/2006**

Hochschullehrerbund *h**l**b*  
Bundesvereinigung

**Postanschrift:**

Wissenschaftszentrum  
Postfach 20 14 48  
53144 Bonn

**Besucheranschrift:**

Kennedyallee 60  
53175 Bonn

[www.hlb.de](http://www.hlb.de)

**Günter Siegel** Erprobungsklausel Berlin

**Christoph Maas** Hamburger Weg

**Hans-Wolfgang Waldeyer** Brandenburg und Baden-Württemberg

**Thomas Stelzer-Rothe** Berufungsverfahren

**Johann Janssen** Qualitätsmanagementsystem für Hochschulen

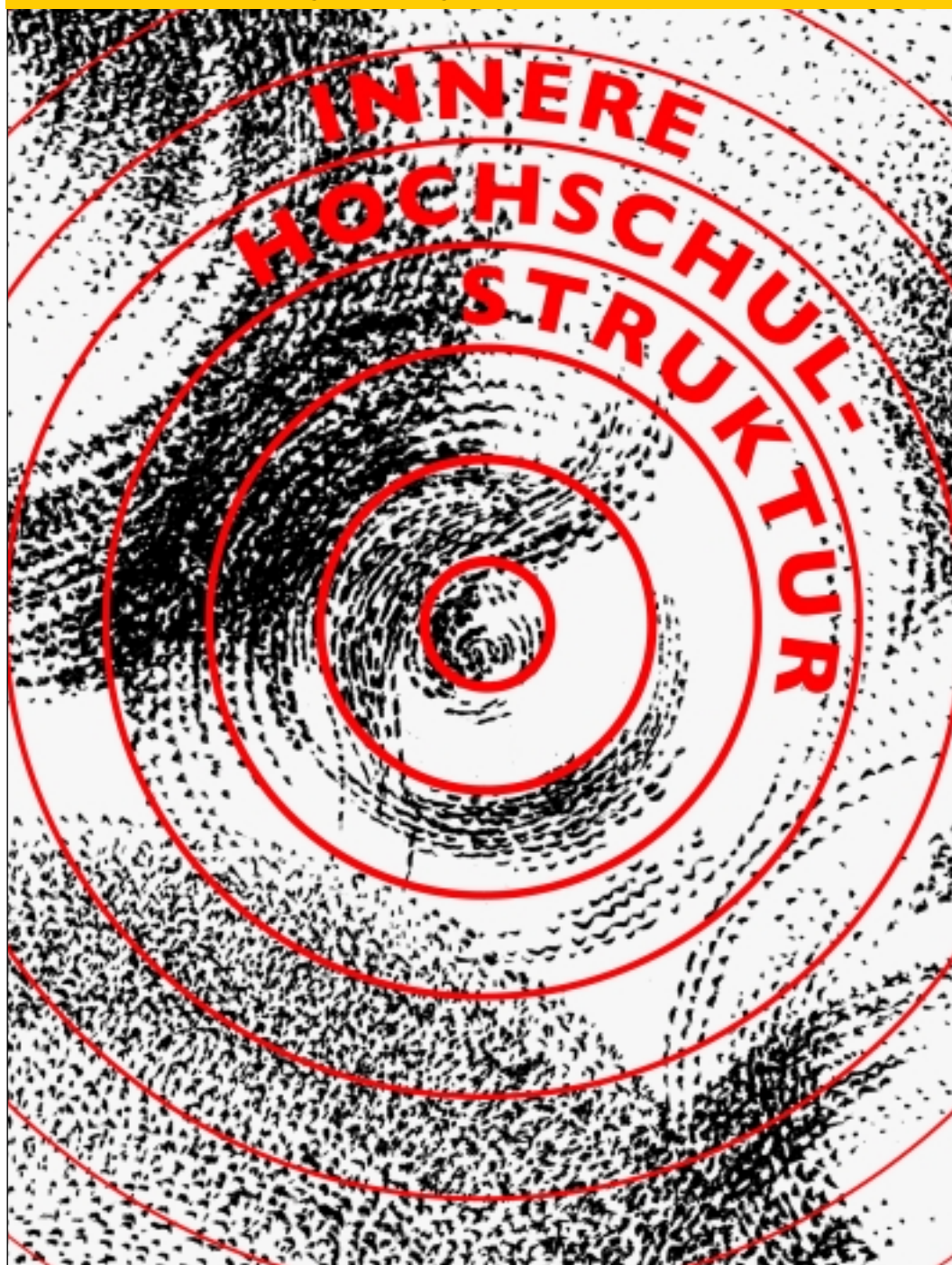
**Wilfried Jungkind und Reinhard Doleschal**  
Fachintegrierte Vermittlung von Schlüsselqualifikationen

**Matthias Schmieder** Kampf um die besten Bewerber

**Philipp Eckardt** Do-it-yourself Karriereberatung

**Volker Luebben** IT-Lehrplanung

für anwendungsbezogene Wissenschaft und Kunst



# Die Do-it-yourself Karriereberatung



Philipp Eckardt

Philipp Eckardt  
M.A. der Politischen Wissenschaft  
Dozent an der Internationalen Fachhochschule Bad Honnef • Bonn  
Lotharstr. 126  
D-53115 Bonn  
email@philipp-eckardt.de

Als Schnittstelle zwischen Hochschule und Wirtschaft übernehmen Career Services u. a. die Vermittlung solcher Qualifikationen, die zwar nicht Bestandteil eines Studiengangs sind, für einen Einstieg in den Beruf aber als nützlich oder empfehlenswert erscheinen. Dabei handelt es sich zum Beispiel um rhetorische Fähigkeiten, Kenntnisse im Projekt- und Teammanagement oder Techniken der Konfliktbewältigung und Mediation.

Während Career Services vor allem im englischsprachigen Ausland auf eine lange Erfahrung zurückblicken können, finden sich entsprechende Einrichtungen in Deutschland erst seit knapp 10 bis 15 Jahren. Gerade an Universitäten lag dies nicht zuletzt in der Überzeugung begründet, dass Hochschulen zwar für eine hohe Qualität und auch einen gewissen Berufsbezug ihrer Lehre, nicht jedoch für eine enge Verzahnung mit dem Arbeitsmarkt verantwortlich seien. Fachhochschulen setzten zu dieser Zeit mit ihrer traditionell stärker praxisorientierten Ausbildung bereits andere Schwerpunkte und konnten deshalb sehr viel entspannter in die zunehmenden Diskussionen um eine höhere Beschäftigungsfähigkeit („employability“) gehen, die spätestens mit der Bologna-Erklärung und ihren Nachfolgekongressen bzw. der Lissabon-Strategie der Europäischen Union ganz oben auf die hochschulpolitische Agenda gesetzt wurde. In der Folge kam es an deutschen Hochschulen zu einem regelrechten Gründungsboom bei Career Services, die sich seit Februar 2002 auch in einem Dachverband, dem Career Service Netzwerk Deutschland (CSND), organisieren können. Doch trotz politischer Forderungen und (wenngleich ausschließlich ideeller) Unterstützung

z. B. seitens der HRK konnten (und können) die Einrichtungen ihren Aufgaben mangels finanzieller und personeller Ausstattung in vielen Fällen nicht gerecht werden. Umfassende und mit ihren Vorbildern im Ausland vergleichbare Leistungen bieten heute höchstens ein Dutzend Karrierezentren an, z. B. die in Münster, Konstanz, Hannover oder München.

## Vorreiterrolle und Entwicklung

Die Entwicklung von Career Services blieb indes nicht nur auf die Hochschulen selbst beschränkt. Ausgehend von Projekten wie studentischen Unternehmensberatungen und Praxisnetzwerken entwickelten seit dem Jahr 2000 auch Studierende ähnliche Einrichtungen. Eine erste Initiative dieses Typs, die neben der Schaffung eines interdisziplinären geisteswissenschaftlichen Kontaktpools auch die Bereitstellung rudimentärer Career Service Leistungen umfasste, stellte das 2000 gegründete Career Service Network Berlin (CSN) dar. Noch stand hier allerdings das Networking für eine bestimmte Studierendengruppe klar im Vordergrund. Seminare nahmen eine eher untergeordnete Rolle ein und mit den stark journalistisch ausgerichteten Themen seiner Vorträge sprach das CSN eine begrenzte Interessentengruppe an.

Nichtsdestotrotz fand das Netzwerk schnell Nachahmer. In Bonn entstand 2002 durch privates Engagement im Rahmen der Allgemeinen Studierendenvertretung (AStA) eine Seminarreihe zu Soft Skills, die binnen zwei Jahren zu einem umfassenden Veranstaltungspro-

Career Services stellen eine wichtige Einrichtung in der Vorbereitung von Studierenden auf den Arbeitsmarkt dar. Darüber hinaus leisten Career Services ganz konkrete Unterstützung in der Orientierungs- und Bewerbungsphase von Absolventen, indem sie Bewerbungstrainings anbieten, eine Optimierung von Bewerbungsunterlagen vornehmen oder die Vermittlung von Bewerbern an Arbeitgeber anbieten.

gramm ausgebaut wurde. Der Career Service Bonn (CaSeBo) unterstützte mit seinen Aktivitäten das offizielle Career Center der Universität (IQU) und öffnete seine Angebote auch für Studierende der nahe gelegenen FH Rhein-Sieg. Unterstützung erfuhr die Initiative nicht zuletzt von einer Reihe Unternehmen, die in den folgenden Jahren entweder finanzielle Zuschüsse leisteten oder das Seminarangebot mit Referenzen ergänzten. 2004 zeichnete die Universitätsleitung das Projekt mit dem Alumni-Preis aus und würdigte somit die Erfolge, Studierende und Arbeitgeber durch beiderseitiges Engagement zusammen zu bringen und herausragende Leistung bei der Integration von Absolventen in den Arbeitsmarkt zu erbringen. Auch an Hochschulen in Potsdam und Magdeburg entwickelten Studierende Netzwerke, über die berufsqualifizierende Veranstaltungen angeboten und Kontakte zu potentiellen Arbeitgebern hergestellt werden sollten.

### Motivation und Inhalte

Gemein ist allen Initiativen bisher ein ehrenamtliches Engagement der Studierenden. Vergütungen werden, wenn überhaupt, in Form von Aufwandsentschädigungen oder der kostenfreien Teilnahme an Veranstaltungen gezahlt. Die Motivation für ein Engagement liegt deshalb zumeist im Aufbau von Kontakten für den späteren Berufseinstieg bzw. im Erwerb zusätzlich qualifizierender Fertigkeiten wie Organisations-, Verhandlungs- und Kommunikationskompetenzen. Begünstigt wird dies durch sehr flache Hierarchien, durch die eine wechselnde Tätigkeit in verschiedenen Bereichen (Organisation,

strategische Planung, Marketing/PR, Partnersuche, etc.) möglich wird. Dabei müssen für Außenstehende allerdings klar erkennbare Strukturen und Zuständigkeiten etabliert werden, so z. B. für die Kontaktaufnahme zu Unternehmen, die Organisation von Veranstaltungen oder auch für die Anmeldung zu Seminaren und Kursen.

Im Fall des Career Service Bonn gelang es auf diese Weise, eine hohe Akzeptanz bei den Studierenden und ein dichtes Semesterprogramm mit bis zu 50 Veranstaltungen und 1.000 Teilnehmern jährlich zu schaffen. Die Inhalte umfassten dabei zum Beispiel:

- Vorträge zu bestimmten Berufsfeldern
- Vorstellungen und Kontaktgespräche von Unternehmen
- Seminare zu Softskills (Rhetorik, Konfliktmanagement, Mediation, etc.) und Hardskills (EDV-Seminare, Projektmanagement, Marketing und PR, etc.)
- Vorträge von Experten zu bestimmten Themen (Arbeitsmarkt, Selbstständigkeit, etc.)

An anderen Hochschulen wurden zwar keine ähnlichen Teilnehmerzahlen erreicht, inhaltlich aber ähnliche Schwerpunkte gesetzt.

### Konflikte und Probleme

Probleme und Konflikte blieben bei der Entwicklung der Services indes nicht aus. Ein zentrales und für alle Initiativen drängendes Problem war und ist die technische und räumliche Ausstattung. Der Career Service in Bonn konnte zwar üblicherweise kostenfrei auf Geräte des AStA, Räumlichkeiten des Studentenwerks und Hörsäle der Universität zurückgreifen, da diese aber nur

im begrenzten Umfang zur Verfügung standen, kam es bei der Planung immer wieder zu Überschneidungen. Der Erwerb einer eigenen Ausstattung (Beamer, Overhead-Projektor, Flipchart, etc.) war auf Grund fehlender Finanzmittel zudem nicht möglich.

Auch personell ergaben sich gewisse Probleme. Die Arbeitsbelastung der Studierenden in verantwortlichen Positionen (Leitung der Initiative, Seminarplanung und -durchführung) war sehr hoch und überschritt in einigen Fällen 10 Wochenstunden. Dementsprechend litten die Studienleistungen, was eine erhöhte Fluktuation begründete und den Aufbau stabiler Strukturen erschwerte.

Schließlich kam es vor allem beim Aufbau des Services zu Konflikten mit Teilen der Universität. Da hier bereits erste Seminarreihen zu Softskills bestanden, an denen auch Studierende teilnehmen durften, befürchtete man eine Konkurrenzsituation innerhalb der Hochschule. Durch mehrmals im Semester stattfindende gemeinsame Treffen und „Runde Tische“ wurde versucht, diese Bedenken aufzugreifen und eine für alle Seiten akzeptable Lösung zu finden. Diese wurde schließlich in einer Aufteilung der Angebote nach Zielgruppen gefunden: Während sich die Universität mit ihren Angeboten in Zukunft primär auf die Weiterqualifizierung des Hochschulpersonals konzentrierte, übernahm CaSeBo die Angebote für Studierende.

Das größte Problem stellte rückblickend aber die enge Zusammenarbeit mit dem AStA dar. In dem durch extrem „linke“ politische Positionen dominierten Umfeld war der Career Service immer



wieder Angriffen ausgesetzt, in denen vor allem das „zu unternehmensfreundliche Handeln“ der Initiative und die „zu starke Orientierung am Arbeitsmarkt“ kritisiert wurden. Letztlich führte dies zu so massiven Konflikten, dass sich die Mitarbeiter des Service Anfang 2005 vom AStA abspalteten, um ihre Arbeit eigenständig fortzuführen. Eine solche Zuspitzung stellt allerdings die große Ausnahme unter den studentischen Career Services dar und ist sicherlich nicht exemplarisch.

### Potenziale und Empfehlung

Zusammenfassend kann der Versuch, durch Studierende betriebene Career Services zu schaffen, durchaus als Erfolg bewertet werden. Trotz der erwähnten Probleme und Konflikte fielen sowohl die Urteile von Studierenden als auch der Hochschulleitungen sehr positiv aus. Deutlich wurde vor allem, dass Studenten über eine hohe Bereitschaft verfügen, sich für einen besseren Übergang in den Arbeitsmarkt selbst zu engagieren. Auf dieses Potenzial sollten Hochschulen zurückgreifen, dabei aber eine Reihe von Empfehlungen beachten:

1. **Initiativen verankern.** Career Services, die ausschließlich durch Studierende betrieben werden, haben mit einer Reihe von Handikaps zu kämpfen und können durch eine Hochschule zudem nur schwer initiiert werden. Sinnvoll ist es daher, die Angebote an einer zentralen Stelle in

der Hochschule zu verankern und Unterstützung in Form von technischer Ausstattung und Räumlichkeiten zu leisten.

2. **Verantwortung übergeben, Überforderung vermeiden.** Studierende können durchaus eine große Verantwortung in der Planung und Umsetzung von Veranstaltungen übernehmen und dabei sehr gute Leistungen erbringen. Sie erkennen den Bedarf für Zusatzqualifikationen zudem meist besser als Hochschulmitarbeiter in der Verwaltung. Wichtig ist es aber darauf zu achten, einzelne Personen zeitlich nicht übermäßig zu belasten und die Arbeit auf möglichst viele Schultern zu verteilen.
3. **Anreize schaffen, Verbindlichkeit erhöhen.** Um eine höhere Verbindlichkeit im Engagement zu gewährleisten, Anreize zu setzen. Diese können finanzieller Natur sein, aber beispielsweise auch die Anrechnung von erbrachten Leistungen im Rahmen des Career Service als Credits (Erwerb von Employability-Kompetenzen) umfassen.
4. **Professionelle Referenten nutzen, Unternehmen einbeziehen.** Studierende können die Inhalte der Semesterprogramme zwar planen, durchführen sollen sie die Seminare aber natürlich nicht. Hierfür sind professionelle Referenten unverzichtbar.

Auch eine Förderung durch Unternehmen sollte gesucht werden. Diese sind im Gegenzug für eine Präsenz am Campus durchaus dazu bereit, wahlweise eigene Leistungen (Beratungen, Seminare, Vorträge) zu erbringen oder Fremdleistungen (Material, Gehälter für Referenten, technisches Equipment) zu finanzieren. Allerdings sollte für diese Unternehmen das Interesse am Personalmarketing im Vordergrund stehen und nicht der Wunsch, Produkte zu verkaufen und potenzielle Kundenadressen zu erwerben.

5. **Keine Angst vor Kompetenzverlust.** Gerade bestehende Career Services sollten in studentischen Initiativen keine Konkurrenz, sondern eine willkommene Ergänzung sehen. Durch eine Beteiligung von Studierenden können viele Probleme und Mängel in der Ausstattung entsprechender Einrichtungen kompensiert und gleichzeitig ein breiteres Publikum angesprochen werden.

Schließlich möchte ich empfehlen: Suchen Sie das Gespräch mit interessierten Studierenden und beziehen Sie diese in Ihre Planungen mit ein. Die Bereitschaft sich einzubringen ist fast immer vorhanden und das Interesse an Fragen zum Berufseinstieg üblicherweise sehr groß.

Dass dieser Artikel nur einen kleinen Bereich der relevanten Fragestellungen beleuchten konnte, versteht sich indes von selbst. Für weitere Fragen und einen Erfahrungsaustausch zum Thema steht der Autor unter den angegebenen Kontaktdaten deshalb gerne zur Verfügung. ■



Foto: Hochschule Esslingen, Archiv