

Stefanie Beier, Britta Leineweber

**Der Arbeitsmarkt für Wirtschaftsgeographen**  
**Ergebnisse der Verbleibsanalyse 2000**

Geographisches Institut der Universität Hannover

- Abteilung Wirtschaftsgeographie -

- Schneiderberg 50, 30167 Hannover -

- Tel.: 0511/762-4496 und Fax: 0511/762-3051 -

E-Mail: [schaetzl@mbox.wigeo.uni-hannover.de](mailto:schaetzl@mbox.wigeo.uni-hannover.de)

## Vorwort

Die Arbeitsmarktlage für Absolventen einiger regional-, geistes- und sozialwissenschaftlicher Disziplinen wird gemeinhin als schwierig eingeschätzt. Vor diesem Hintergrund verwundert auch die oftmals skeptische Beurteilung der Berufschancen von Wirtschaftsgeographen nicht.

Die vorliegende Untersuchung zeigt, dass die Fakten gegen diese landläufigen Vorurteile sprechen: Wirtschaftsgeographen aus Hannover behaupten sich in einer Vielzahl von Berufen gegenüber Konkurrenten anderer Fachbereiche, erzielen angemessene Einkommen und weisen sehr niedrige Arbeitslosigkeit auf. Dabei erweist sich der Arbeitsmarkt für Wirtschaftsgeographen aufgrund seiner Heterogenität als unanfällig gegenüber konjunkturellen Schwankungen.

Die vorliegende Untersuchung wurde zum 3. "Tag der Wirtschaftsgeographie" im Juni 2000 in Hannover erstellt. Sie basiert auf einer Befragung aller Absolventen der Wirtschaftsgeographie aus Hannover. Ziel der Untersuchung und der Diskussion am "Tag der Wirtschaftsgeographie" ist die Stärkung des Kontakts zwischen Hochschulausbildung und Berufspraxis. Die Erfahrungen der Absolventen dienen als Meßlatte, um die Lehre im Hinblick auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes zu optimieren.

Die vorliegenden Ergebnisse verdeutlichen, dass der bisher beschrittene Weg des Studiums der Wirtschaftsgeographie in Hannover Erfolge zeigt. Vorhandene Defizite, Details zur Berufsfindung und Berufswahl sowie zur Relevanz der Studieninhalte werden hiermit zur Diskussion gestellt.



Ludwig Schätzl

**Hinweis**

Aus Gründen der sprachlichen Vereinfachung wurden im Text i. a. die männlichen Personenbezeichnungen verwendet. Selbstverständlich beziehen sich die Aussagen immer sowohl auf weibliche als auch auf männliche Absolventen.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>4</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>6</b>
1.1 Ziel und Ablauf der Verbleibsanalyse .....	7
1.2 Entwicklung der beruflichen Situation.....	8
1.3 Regionaler Verbleib der Absolventen .....	9
1.4 Absolventenzahlen und Studiendauer .....	10
<b>2. Die Suche nach der ersten Beschäftigung</b> .....	<b>13</b>
2.1 Faktoren für die erste Einstellung.....	14
2.2 Möglichkeiten der Stellensuche und deren Erfolg .....	16
2.3 Weiterbildung von Wirtschaftsgeographen.....	17
<b>3. Tätigkeitsmerkmale von Wirtschaftsgeographen</b> .....	<b>19</b>
3.1 Arbeitsbereiche und Inhalte von Wirtschaftsgeographen .....	19
3.2 Art der Beschäftigungsverhältnisse.....	23
3.3 Der akademische Arbeitsmarkt für Wirtschaftsgeographen .....	26
<b>4. Einschätzung der Arbeitsmarktrelevanz von Lehre und Studieninhalten</b> .....	<b>28</b>
4.1 Geographen und ihre Nebenfächer.....	28
4.2 Weiterentwicklung des Faches unter Arbeitsmarktgesichtspunkten .....	29
<b>5. Verbleibsanalyse von promovierten Wirtschaftsgeographen</b>	<b>34</b>
<b>Resümee</b> .....	<b>35</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1.1: Diplomabschlüsse 1980 bis 1999 in der Abteilung Wirtschaftsgeographie.....	8
Abbildung 1.2: Regionaler Verbleib der hannoverschen Wirtschaftsgeographen .....	10
Abbildung 1.3: Durchschnittliche Studiendauer 1980 bis 1999 .....	11
Abbildung 2.1: Gründe für die erste Einstellung .....	15
Abbildung 2.2: Die Suche nach der ersten Beschäftigung.....	17
Abbildung 3.1: Arbeitgeber von Wirtschaftsgeographen zum Befragungszeitpunkt 1996 und 1999.....	20
Abbildung 3.2: Inhaltliche Nähe zwischen Studium und Beruf.....	21
Abbildung 3.3: Inhaltliche Schwerpunkte der Wirtschaftsgeographen zum Befragungszeitpunkt .....	22
Abbildung 3.4: Art der Beschäftigungsverhältnisse .....	24
Abbildung 3.5: Monatliches Bruttoeinkommen in der Beschäftigung zum Befragungszeitpunkt .....	26
Abbildung 4.1: Einschätzung der Arbeitsmarktrelevanz der Studieninhalte .....	31

## 1. Einleitung

### *Was macht ein Wirtschaftsgeograph nach seinem Studium?*

Eine sehr oft gestellte Frage für Studierende des Faches Diplom-Geographie. Thema genug, es auch im Lehrangebot zu berücksichtigen. Im Wintersemester 1999/2000 haben Geographiestudierende des Hauptstudiums im Rahmen eines Hauptpraktikums eine schriftliche Befragung der hannoverschen Absolventen vorbereitet und ausgewertet. Sie bildete die Fortsetzung der Verbleibsanalyse von 1996 der Abteilung Wirtschaftsgeographie des Geographischen Instituts der Universität Hannover. Die folgende Kurzauswertung orientiert sich, um eine Vergleichbarkeit herzustellen, in ihren Inhalten an der Analyse von 1996. Einige Schwerpunkte, wie z.B. die Bedeutung der Promotion, wurden erstmals untersucht.

Das traditionelle Arbeitsfeld von Geographen lag (seit der Einführung von Diplom-Studiengängen in den 60er Jahren) im Bereich der öffentlichen Verwaltung und privater Planungsbüros, z.B. Flächennutzungsplanung, Landschafts- und Grünflächenplanung, Stadt- und Regionalplanung. Inzwischen hat sich der Schwerpunkt des Arbeitsmarktes verlagert: Zum einen sind Geographen, ausgehend von der räumlichen Planung als Querschnittsressort der öffentlichen Hand, in politikbezogene Bereiche vorgedrungen, wie z. B. Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Abfall- und Umweltberatung, Verkehrsplanung und Entwicklungshilfe. Zum anderen haben sich in der freien Wirtschaft neue Arbeitsmöglichkeiten eröffnet. Geographen arbeiten in der Standortplanung, Marktforschung, Immobilienwirtschaft, im Verlagswesen oder in der Unternehmens- und Politikberatung. Für Geographen gilt ähnlich wie für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler: Eine enge Bindung zwischen universitärer Ausbildung und beruflichem Einsatz besteht heute kaum noch. Es hängt daher ent-

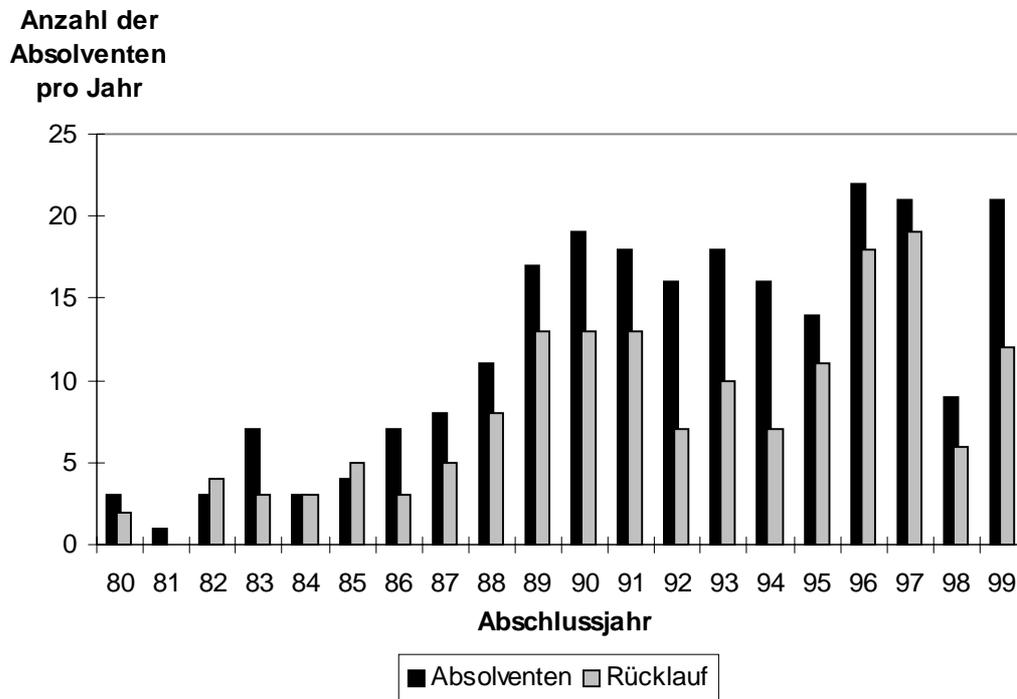
scheidend von der individuellen Spezialisierung der Studierenden ab, für welchen Arbeitsmarktbereich sie sich entscheiden.

## 1.1 Ziel und Ablauf der Verbleibsanalyse

*Welche beruflichen Wege schlagen Wirtschaftsgeographen ein? Was hebt ihr Profil von anderen, stärker spezialisierten Studiengängen ab? Welche Inhalte in der Lehre sollen für einen erfolgreichen Start am Arbeitsmarkt ausgebaut werden? Und auch dies: Mit wem konkurrieren Wirtschaftsgeographen am Arbeitsmarkt? Welche Perspektiven und Wege ergeben sich durch eine Promotion?*

Eine ähnliche Verbleibsanalyse wurde bereits 1996 durchgeführt, um eine Vergleichbarkeit herzustellen, wurden die Absolventen gebeten, auch im aktuellen Fragebogen erneut sämtliche Daten anzugeben. Als Basis für die schriftliche Befragung sollten alle hannoverschen Absolventen mit einbezogen werden, die von 1978, dem Amtsantritt von Prof. Dr. Ludwig Schätzl, bis zum Jahresende 1999 ihr Studium an der Abteilung Wirtschaftsgeographie mit dem Diplom beendet haben. Von diesen 246 Personen konnten die Adressen von 236 ermittelt werden. Es wurden 162 beantwortete Fragebögen an das Institut zurückgeschickt, was einem Rücklauf von 69 % entspricht. Damit liegen die ausgefüllten Fragebögen von 66 % der Absolventen vor. Von den bereits schon einmal befragten Teilnehmern antworteten 64 %, dagegen füllten 75 % der Erstbefragten den Fragebogen aus.

**Abbildung 1.1: Diplomabschlüsse 1980 bis 1999 in der Abteilung Wirtschaftsgeographie**



Quelle: Absolventenbefragung 2000

## 1.2 Entwicklung der beruflichen Situation

*Was kommt nach dem Diplom?*

Die berufliche Situation zum Zeitpunkt der Befragung stellte sich wie folgt dar:

**162 ausgefüllte Fragebögen**, davon

bei 3 Personen keine Beschäftigungsaufnahme nach dem Studium aus persönlichen Gründen

bei 1 Person seit dem Studienende andauernde Arbeitslosigkeit / Jobben

bei 2 Personen Umschulung nach Studienende/Aufbaustudium oder Weiterbildungsmaßnahme

**156 Personen**, die bereits eine Berufstätigkeit als Geograph aufgenommen haben, davon

- ist 1 Person wieder arbeitslos
- bei 41 Personen dauert die erste Beschäftigung an
- 75 Personen hatten bereits ein oder mehrere Stellenwechsel
- 3 Personen sind nicht mehr erwerbstätig aus persönlichen Gründen
- 1 Person befindet sich nun in einer Umschulung bzw. Weiterbildungsmaßnahme oder Aufbaustudium
- 5 Personen sind im Erziehungsurlaub
- 10 im Promotionsverfahren
- 3 im Promotionsverfahren, die vorher berufstätig waren
- 14, die ihre Promotion abgeschlossen haben und berufstätig sind
- 4 Personen ohne Angaben

In der Verbleibsanalyse machen die Arbeitslosen mit den Umschülern eine Quote von 3 % (von den beantworteten Fragebögen) aus, die ungefähr der Arbeitslosenquote von Akademikern entspricht.

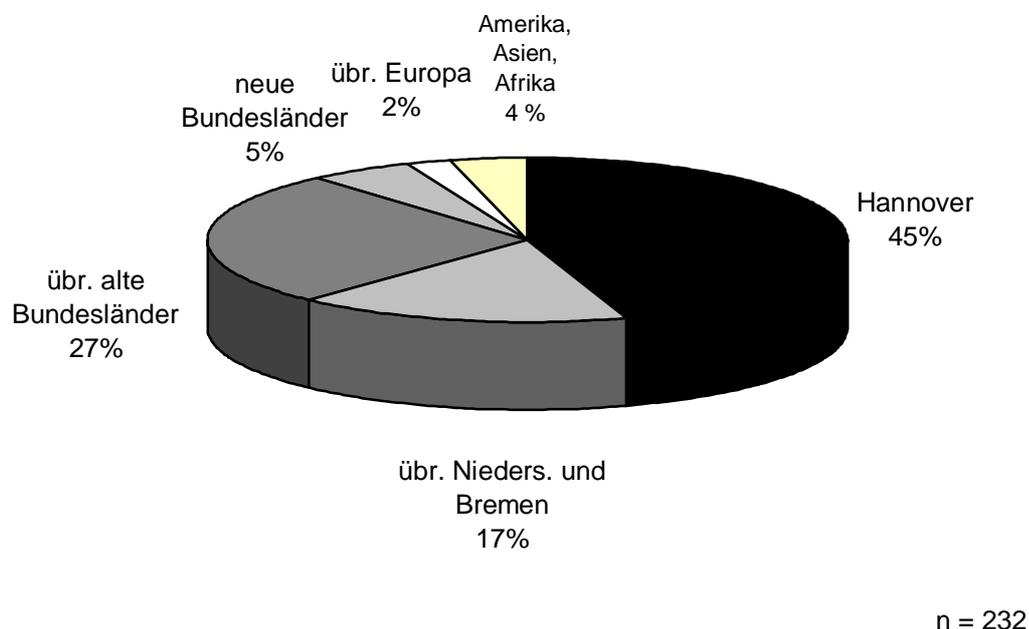
### **1.3 Regionaler Verbleib der Absolventen**

*Wohin gehen Wirtschaftsgeographen der Universität Hannover nach ihrem Abschluss?*

Wie bei der ersten Verbleibsanalyse wurden Angaben über den regionalen Verbleib der Absolventen aus der erhobenen Privat- und Dienstadresse ermittelt. Ein hoher Prozentsatz der Diplomgeographen bleibt in der

Region oder dem Landkreis Hannover. Informelle Kontakte, die durch Jobs oder Praktika entstanden sind, können eine Hilfe sein zu einem späteren Berufseinstieg in der Region. Auf diesen Zusammenhang zwischen Jobs, Praktika und dem späteren Arbeitsplatz wird in Abschnitt 2 näher eingegangen.

**Abbildung 1.2: Regionaler Verbleib der hannoverschen Wirtschaftsgeographen**



Quelle: Absolventenverzeichnis der Abteilung Wirtschaftsgeographie

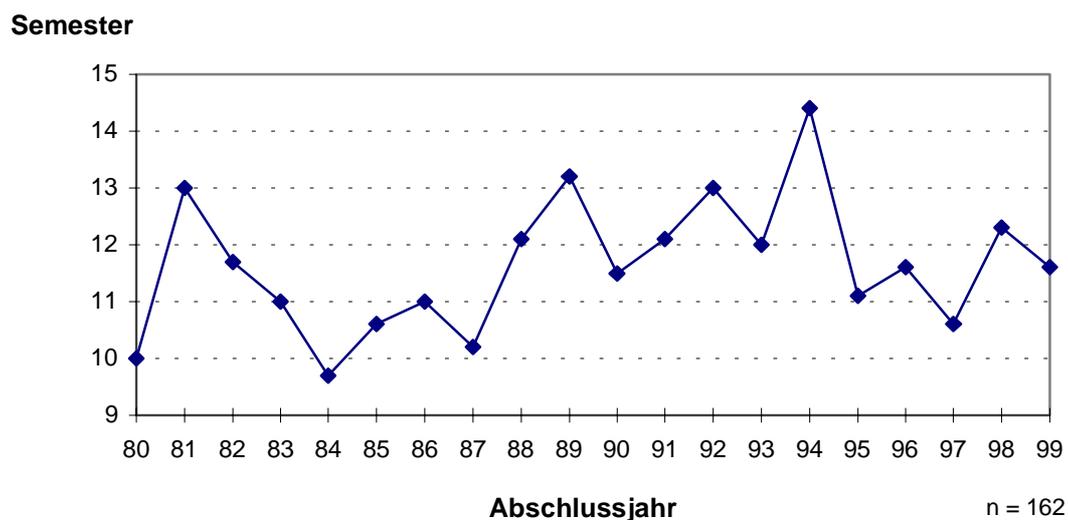
## 1.4 Absolventenzahlen und Studiendauer

*Wie lange haben die Wirtschaftsgeographen studiert? Wie ist ihr Studium gestaltet?*

Die Absolventenzahlen stiegen nach Beginn des Befragungszeitraumes an. Ende der 80er Jahre war ein erhöhtes Niveau von ca. 15 Abschlüssen

pro Jahr zu verzeichnen. Mit den Abschlussjahren 96, 97 und 99 sind Maxima von 21 bzw. 22 Diplomabschlüssen vorhanden. Die Studienzeiten liegen im Durchschnitt bei 11,7 Semester, damit ist die in der ersten Befragung angedeutete Trendwende zu kürzeren Studienzeiten eingetreten. In der Verbleibsanalyse von 1996 lag die durchschnittliche Studiendauer eines Diplomgeographen in Wirtschaftsgeographie noch bei 12,3 Semestern. Dies bestätigt auch ein Blick auf die jüngsten Absolventenjahrgänge. In den Abschlussjahren 1995 bis 1999 lag die durchschnittliche Studiendauer nur noch bei 11,3 Semestern. Nach 12 Semestern konnten 75 % ihr Studium beenden.

**Abbildung 1.3: Durchschnittliche Studiendauer 1980 bis 1999**



Quelle: Absolventenbefragung 2000

Parallel zur Verringerung der Studienzeiten hat die Zahl der Auslandsaufenthalte der Studierenden zugenommen. In der ersten Hälfte der 80er Jahre haben noch kaum Studierende einen Auslandsaufenthalt absolviert. Ab 1995 nahm ihre Anzahl deutlich zu. Von den 162 Antwortenden haben 59 Kandidaten einen Auslandsaufenthalt zu verzeichnen, davon 38 ein Studium, 26 ein Auslandspraktikum und 3 einen Job im Ausland, wobei

einige Absolventen mehrere, verschiedene Formen von Auslandsaufenthalten durchgeführt haben. 14 Absolventen haben ein Semester im Ausland studiert, 23 haben zwei, einer hat vier Auslandssemester absolviert. Von den Studierenden, die ihr Studium zwischen 1995 und 1999 abgeschlossen haben, konnten 53 % einen Auslandsaufenthalt verzeichnen.

Die Entwicklung der Auslandsaufenthalte lässt sich mit dem Engagement der Abteilung in Verbindung bringen, mehr Kooperationen zu ausländischen Universitäten herzustellen. Jeweils 15 Studierende waren an der Wirtschaftsuniversität Wien und an der London School of Economics. Die Beziehung zur University of Bristol startete erst im Oktober 1998, aber auch dort waren bereits zwei Absolventen. In der Regel führen die Studierenden ihren Auslandsaufenthalt zwischen dem 5. und 10. Semester durch. Die gewählten Orte für ein Auslandspraktikum sind über die ganze Erde verstreut. Hierbei wurde im Durchschnitt fünf Monate in einem anderen Land gearbeitet.

## 2. Die Suche nach der ersten Beschäftigung

*Wie viel Zeit benötigt ein Wirtschaftsgeograph, die erste Beschäftigung zu finden? Welche Medien der Stellensuche nutzt er?*

Der Arbeitsmarkt für Hochschulabsolventen wird zusehends schwieriger, Einsparungen in der öffentlichen Verwaltung führen zu Stellenabbau, von dem auch die Geographen betroffen sind. Trotz dieser Problematik zeigt die Befragung unter den hannoverschen Wirtschaftsgeographen keine verschlechterten Zahlen.

Um Aussagen über die Arbeitsmarktsituation zu treffen, wurden als Indikatoren die Anzahl der Bewerbungen bis zum Erfolg und die Wartezeit zwischen Diplom und Arbeitsbeginn analysiert. Während der „Durchschnittsabsolvent“ in der Verbleibsanalyse von 1996 noch 25 Bewerbungen geschrieben hat, bis sich ein Erfolg einstellte, sank die Zahl der Bewerbungen in der aktuellen Befragung auf durchschnittlich 23 Bewerbungen. Beide Werte werden stark von Extremwerten beeinflusst. In den Absolventenjahrgängen seit 1995 ist die durchschnittliche Zahl der Bewerbungen auf 18 gesunken. Zu berücksichtigen ist, dass 50 % der befragten Wirtschaftsgeographen nur bis zu acht Bewerbungen schrieben und 28 % mit einer oder gar keiner Bewerbung auskamen. Ein Wirtschaftsgeograph von der Universität Hannover hat eine durchschnittliche Wartezeit zwischen Studium und Arbeitsbeginn von sechs Monaten. Innerhalb diesen halben Jahres steigen 70 % der Absolventen ins Berufsleben ein. Nach einem Jahr haben 90 % der Absolventen einen Arbeitsplatz angetreten. Ein Viertel hat keine oder nur einen Monat Wartezeit angegeben.

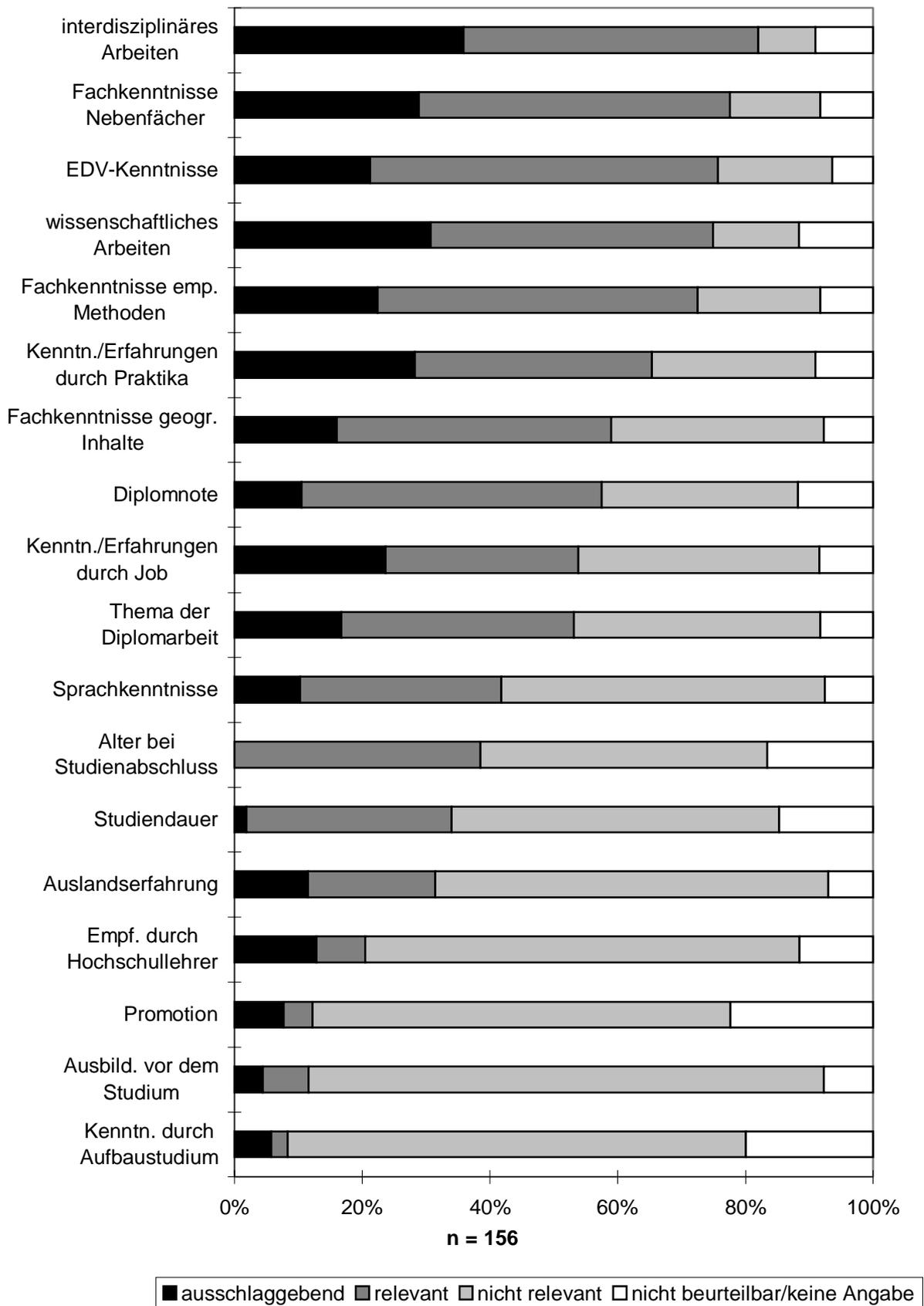
## 2.1 Faktoren für die erste Einstellung

### *Was ist entscheidend für eine Einstellung?*

Die Befragten wurden im Fragebogen nach den Faktoren für die erste Einstellung gefragt. Die Faktoren für die erste Einstellung wurden in „relevante“ Faktoren und solche, die ein „ausschlaggebendes“ Gewicht hatten, unterteilt. Die Unsicherheit über den tatsächlichen Entscheidungsprozess berücksichtigend, lassen sich doch Trendaussagen ablesen. In einer Zeitreihenanalyse kann eine Verschiebung der Bedeutung der einzelnen Faktoren abgelesen werden.

Die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens (Fachkenntnisse im Umgang mit empirischen Methoden, EDV-Kenntnisse) sowie Fachkenntnisse aus Nebenfächern sind Aspekte, die überwiegend als relevant oder ausschlaggebend eingestuft wurden. Die Erfahrungen durch Praktika, in denen die Studierenden weitere Fähigkeiten erwerben können, werden als sehr bedeutsam eingeschätzt (69 %). Sprachkenntnisse werden von 52 % als nicht relevant angegeben und auch die Auslandserfahrung beurteilen 64 % der Befragten als vernachlässigbar. Dies gilt jedoch für alle Befragten. Betrachtet man nur diejenigen Absolventen, die über die entsprechenden Kenntnisse und Erfahrungen verfügen, so gewinnen sie erheblich an Bedeutung. Absolventen, die selbst im Ausland waren, schätzen die Bedeutung der Auslandserfahrung für die erste Stelle höher ein als diejenigen, die nicht im Ausland waren. In den Hintergrund rücken die Studiendauer und das Alter bei Studienabschluss. Erwartungsgemäß sind es nur diejenigen mit kurzer Studienzeit, die den Faktor als relevant für die erste Einstellung angeben. Die Antworten der Befragten unterscheiden sich je nach Abschlussjahr.

Abbildung 2.1: Gründe für die erste Einstellung



Quelle: Absolventenbefragung 2000

Waren die Absolventen der Jahre 1980 bis 1984 noch zu 50 % der Meinung, dass Kenntnisse in der Datenverarbeitung nicht relevant gewesen sind, so gaben dies die Absolventen der Gruppe 1995 - 1999 nur noch zu 8 % an; somit spielen diese Fertigkeiten heute bei 90 % aller Absolventen eine bedeutsame Rolle. Signifikante Bedeutungszuwächse haben sich auch bei der Frage der allgemeinen Fähigkeit zu wissenschaftlichem Arbeiten ergeben. Waren in den Jahren 1980 - 1984 nur je 50 % der Meinung, dass diese relevant bzw. ausschlaggebend gewesen sei, so wird die Relevanz von 80 % der vergangenen fünf Abschlussjahre bejaht; 35 % sehen dieses Merkmal als ausschlaggebend an. Die Bedeutung von studentischen Nebentätigkeiten als Faktor für die erste Einstellung hat deutlich zugenommen. Die Nennung von Praktika als ausschlaggebend ist von 8 % auf 38 % und die der Jobs von 8 % auf 39 % gestiegen. Die hohe Einschätzung von der Fähigkeit zum interdisziplinären Arbeiten kann aus den Daten gewonnen werden.

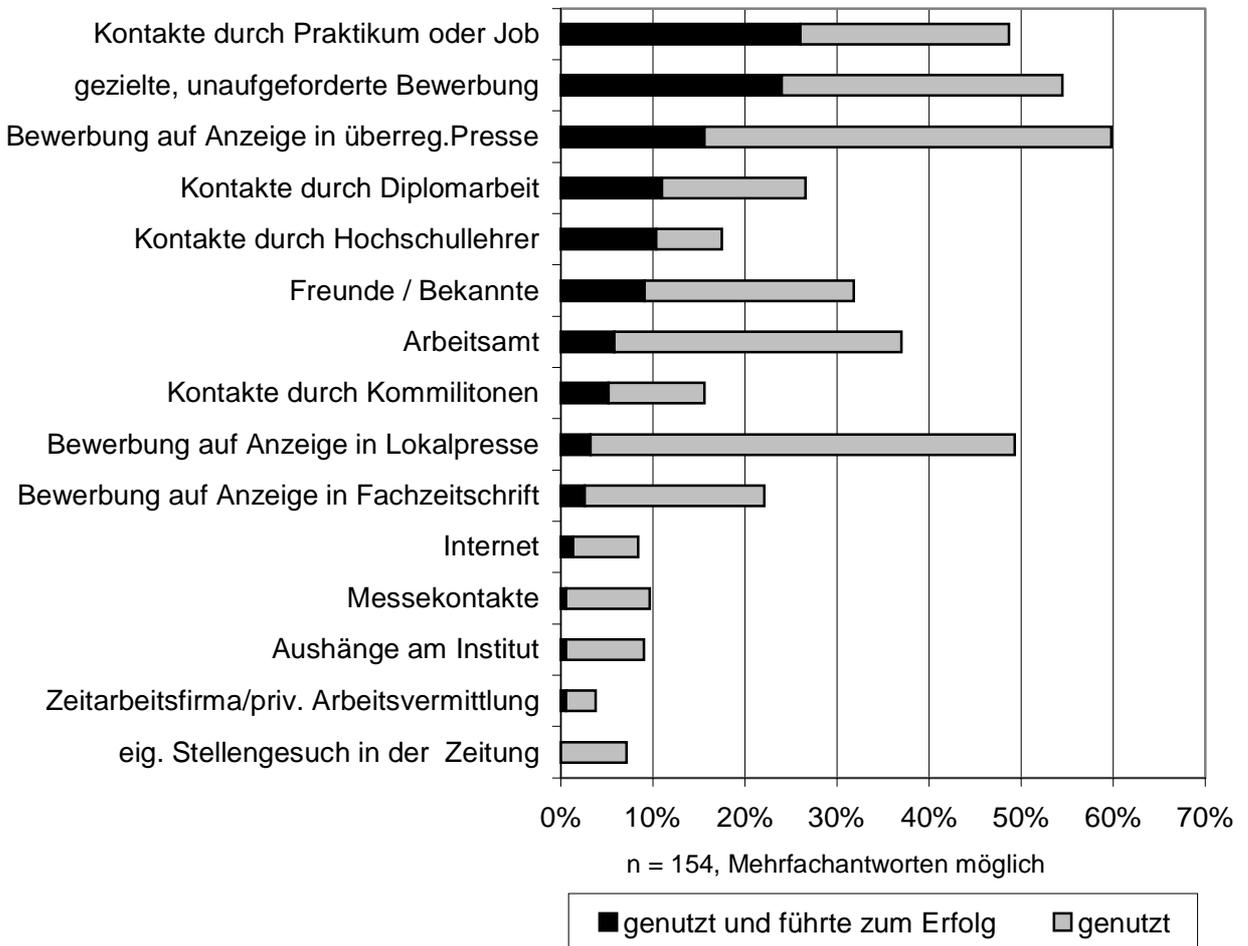
## 2.2 Möglichkeiten der Stellensuche und deren Erfolg

*Welche Medien und Netzwerke werden zur Stellensuche genutzt?*

Die Vielfalt des Faches Geographie wirft auch Schwierigkeiten in der konkreten Suche nach Arbeitsplätzen auf. Konventionelle Methoden der Arbeitssuche, wie das Arbeitsamt, die lokale und die überregionale Presse haben, gemessen an ihrer Inanspruchnahme, relativ geringe Erfolgsaussichten. Ein eigenes Stellengesuch kommt nur für sehr wenige Absolventen in Frage. Erfolgreicher sind Absolventen bei der Stellensuche über Kontakte aus Praktika oder Jobs. Auch die gezielte, unaufgeforderte Bewerbung hat gute Erfolgsaussichten. Das neue Medium des Internets zieht bisher nur ein geringer Teil der Absolventen für die Stellensuche zu Rate. Kontakte zu Hochschullehrern haben nur wenige genutzt, aber die-

se führten überdurchschnittlich häufig zum Erfolg, hierbei handelt es sich zum Großteil um Doktoranden.

**Abbildung 2.2: Die Suche nach der ersten Beschäftigung**



Quelle: Absolventenbefragung 2000

### 2.3 Weiterbildung von Wirtschaftsgeographen

#### *Was kommt nach dem Studium?*

Das Ergebnis der aktuellen Verbleibsanalyse erlaubt Aussagen über weitere Qualifikationsphasen der befragten Wirtschaftsgeographen. 39 % der Absolventen haben nach dem Studium eine weitere Qualifikationsmaßnahme begonnen, davon ca. 15 % eine Promotion. Der Berufseinstieg nach einer Promotion wird in Abschnitt 4 aufgezeigt. Die Arten der einzelnen Qualifikationsmaßnahmen lassen sich in fünf Gruppen einteilen:

Wirtschaft (z.B. Fernstudium im Bereich Betriebswirtschaft), Rechtswissenschaften (z.B. Umweltrecht), Planung (z.B. ländliche Entwicklung und Entwicklungspolitik), Medien und Informationstechnik.

### 3. Tätigkeitsmerkmale von Wirtschaftsgeographen

#### 3.1 Arbeitsbereiche und Inhalte von Wirtschaftsgeographen

##### *Wo arbeiten Wirtschaftsgeographen?*

Die Arbeitgeber der hannoverschen Wirtschaftsgeographen sind nahezu zu gleichen Teilen im privaten (41,3 %) und öffentlichen (42,7 %) Sektor zu finden. Werden die teilöffentlichen Institutionen wie Technologietransferstellen hinzugezählt, erhöht sich der öffentliche Sektor um 8,4 %. Gerade in diesem Bereich finden immer mehr Wirtschaftsgeographen ihren Arbeitgeber, verglichen mit der Verbleibsanalyse von 1996. Das Verarbeitende Gewerbe erweist sich weiterhin nicht als typischer Arbeitgeber für Absolventen. Zu Zeiten leerer Kassen bei Städten und Gemeinden sank, gegenüber der vorhergehenden Analyse, das Potenzial an Arbeitsstellen. Dagegen erschließen sich aufgrund des übergreifenden Charakters der Ausbildung zum Diplom-Geographen neue Arbeitsfelder, die in der vergangenen Analyse noch nicht in Erscheinung getreten sind. Arbeitgeber im Bereich von Immobilienentwicklung, Ingenieurwesen, Touristik und dem Computerbereich zeichnen sich in dieser Analyse ab. Bei dem Arbeitgeber ‚Hochschule‘ ist auch in dieser Verbleibsanalyse die Einschränkung zu machen, dass sich 10 Promovierende unter den 23 Arbeitnehmern befinden.

**Abbildung 3.1: Arbeitgeber von Wirtschaftsgeographen zum Befragungszeitpunkt 1996 und 1999**

	1996	1999
<b><u>öffentlicher Bereich</u></b>	<b>43,5 %</b>	<b>42,7 %</b>
Hochschule	16,4 %	16,1 %
Kommunale Behörde (incl. Versorg. / Verkehrsbetr.)	13,1 %	9,1 %
außeruniversitäre Forschungseinrichtung	6,6 %	7,0 %
Landes-/Bundesbehörde	7,4 %	6,3 %
internationale Organisationen	k.A.	2,1 %
Stiftungen	k.A.	1,4 %
kirchl. Einrichtungen	k.A.	0,7 %
<b><u>teil./öffentlich oder privat organisierte Dienstleistungen</u></b>	<b>12,3 %</b>	<b>7,7 %</b>
Verband/IHK und Handwerkskammer	7,4 %	3,5 %
Technologietransfereinrichtung	k.A.	2,8 %
Wirtschaftsförderungseinrichtung	4,9 %	1,4 %
<b><u>Bereich private Dienstleistungen</u></b>	<b>37,7 %</b>	<b>41,3 %</b>
Consulting	18,0 %	12,6 %
Handel/Banken/Versicherungen	16,4 %	11,9 %
Ingenieurbüro (Umwelt/Verkehr)	k.A.	4,9 %
Immobilienentwicklung/-handel	k.A.	4,2 %
Fortbildungseinrichtung, Medien	3,3 %	2,8 %
Hard-/Softwarehaus	k.A.	2,8 %
Reisebüro/Reiseunternehmen	k.A.	2,1 %
<b><u>Verarbeitendes Gewerbe</u></b>	<b>4,9 %</b>	<b>5,6 %</b>
<b><u>sonstiges</u></b>	<b>5,7 %</b>	<b>2,8 %</b>

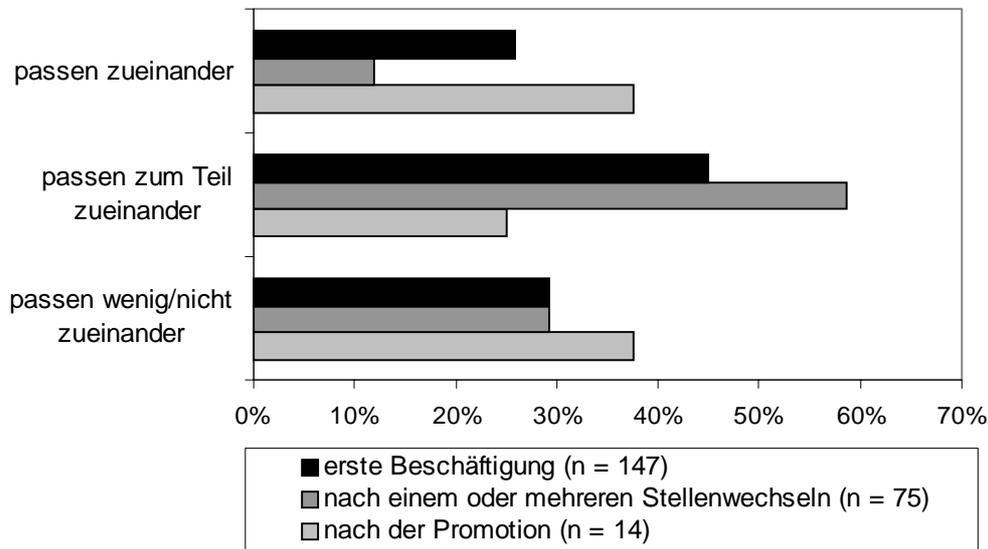
k.A. = keine Angaben vorhanden, bzw. Daten wurden in der Verbleibsanalyse 1996 anderen Bereichen zugeordnet.

Quelle: Absolventenbefragungen 1996 und 2000

Die Abbildung 3.2 zeigt, dass die Inhalte von Studium und Beruf bei den meisten Absolventen nur teilweise zusammenpassen. Während in der ersten Beschäftigung die Tätigkeitsinhalte noch relativ häufig eng mit dem

Studium übereinstimmen, nehmen die inhaltlichen Bezüge zwischen Studium und Beruf nach einem oder mehreren Stellenwechseln deutlich ab.

**Abbildung 3.2: Inhaltliche Nähe zwischen Studium und Beruf**



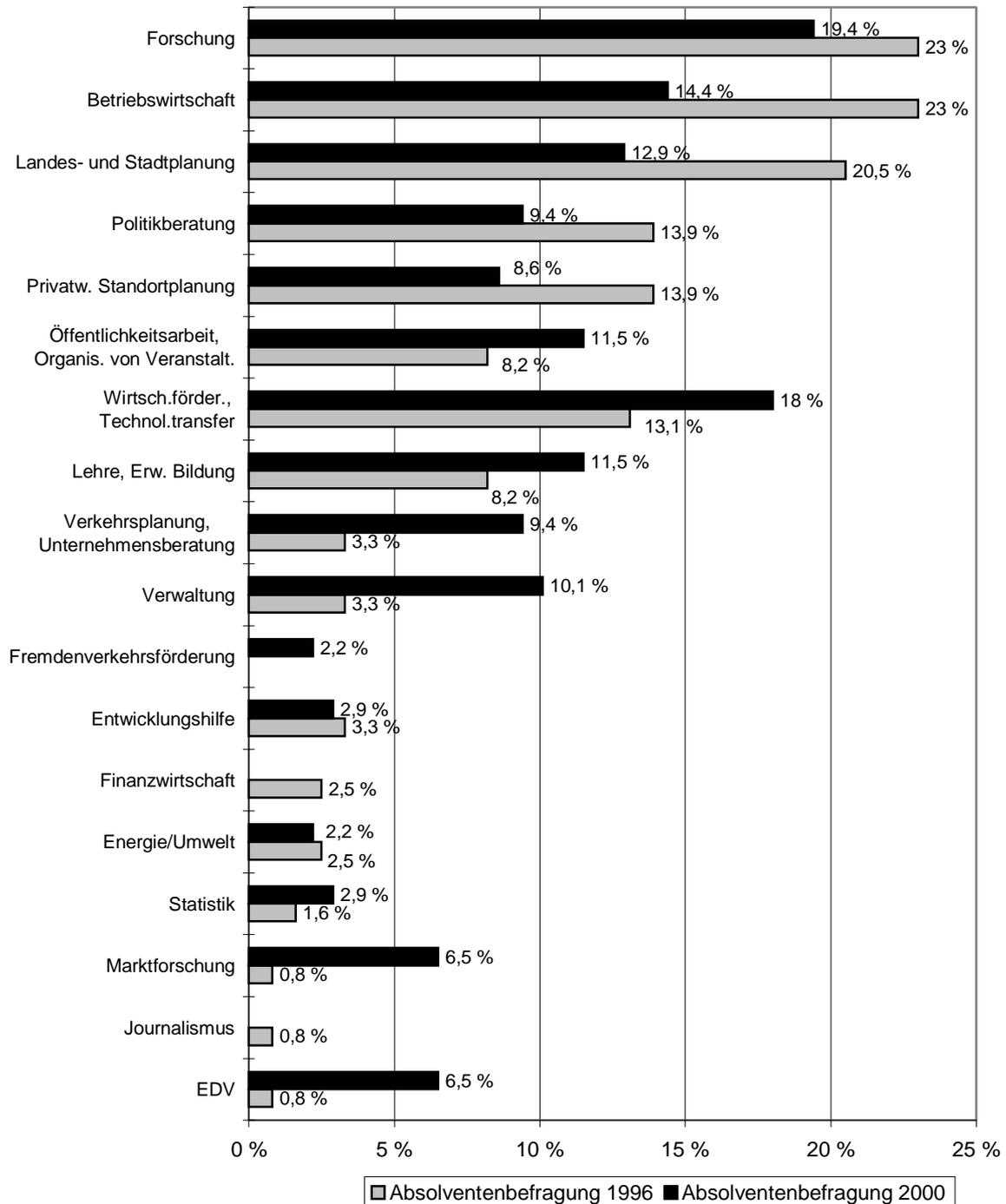
Quelle: Absolventenbefragung 2000

Die inhaltlichen Schwerpunkte spiegeln die Spannweite der beruflichen Felder für Wirtschaftsgeographen wider (Abb. 3.3). Die häufigsten Nennungen sind im Bereich der Forschung, daran schließen sich Bereiche, in denen Wirtschaftsgeographen durch ihre Studieninhalte und Nebenfächer Zugang finden. Betriebswirtschaft, Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing und planerische Bereiche wie die Öffentliche Planung so wie auch Beratungstätigkeiten.

Öffentlichkeitsarbeit, die auf den ersten Blick nicht zu den klassischen Arbeitsfeldern von Wirtschaftsgeographen zählt, ist, wie 1996, weiterhin beachtlich vertreten. Neuere Inhalte, wie die Marktforschung und EDV, sind hinzugekommen bzw. haben eine erhebliche Steigerung erfahren. Weiterhin ist jedoch der Bereich der Fremdenverkehrsförderung als ein klassisches Arbeitsfeld von Geographen von hannoverschen Wirtschaftsgeographen gering besetzt. In der aktuellen Befragung wurden neue in-

haltliche Schwerpunkte abgefragt gegenüber 1996, daher liegen für einzelne Bereiche für 1996 keine Angaben vor.

**Abbildung 3.3: Inhaltliche Schwerpunkte der Wirtschaftsgeographen zum Befragungszeitpunkt**



1996: n = 122, 2000: n = 143, max 2 Nennungen pro Fall

Quelle: Absolventenbefragungen 1996 und 2000

### 3.2 Art der Beschäftigungsverhältnisse

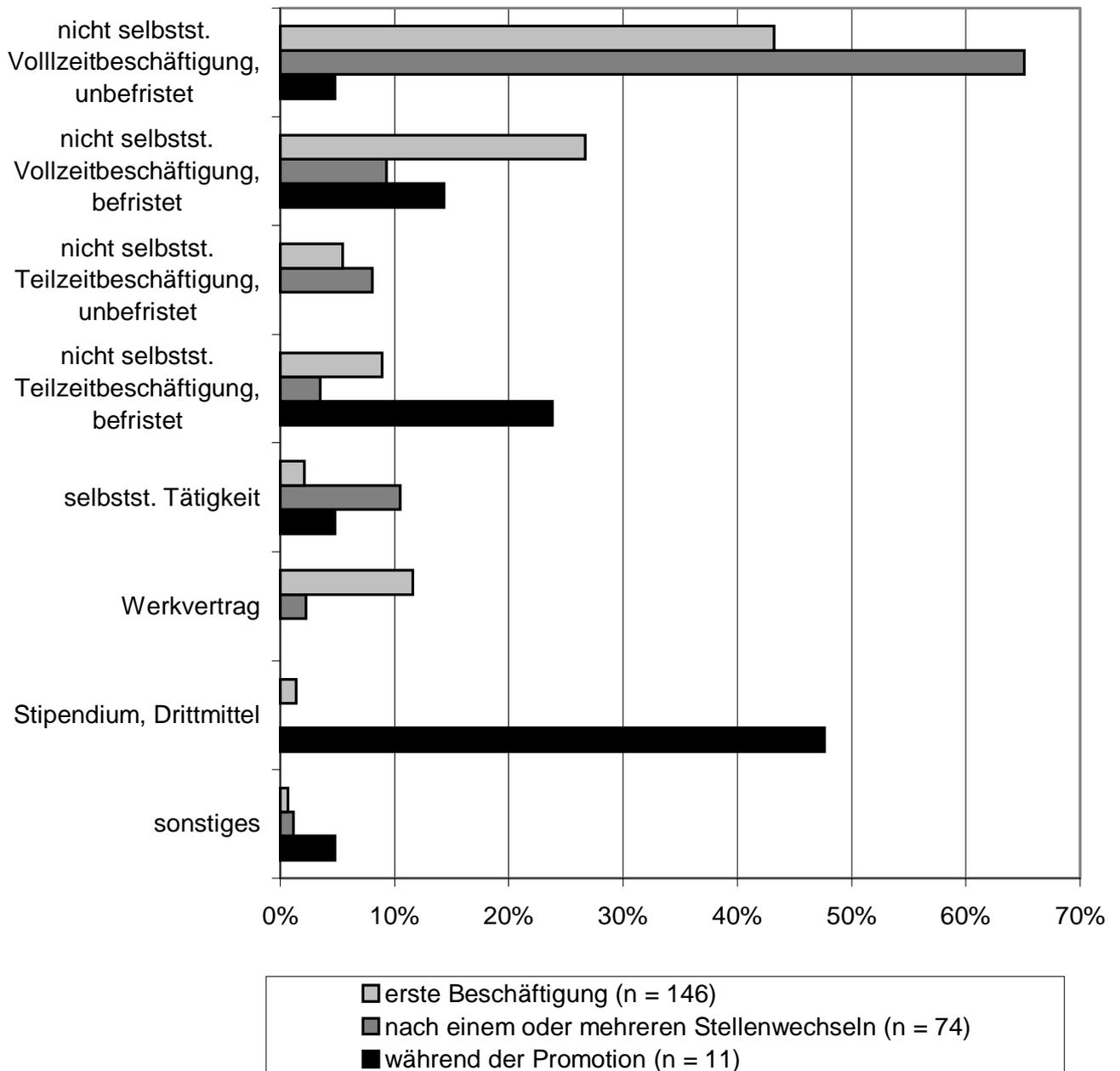
*In welchen Beschäftigungsverhältnissen werden Wirtschaftsgeographen eingestellt? Wie viele wagen den Sprung in die Selbstständigkeit?*

In der Verbleibsanalyse von 1996 deutete sich der Trend zu einer Flexibilisierung bei der Art der ersten Anstellungsverhältnisse an, dieser Trend ist weiter messbar und auffällig.

Während zu Beginn der 80er Jahren Werkverträge noch die Ausnahme sind, nimmt ihre Bedeutung zwischen 1986 und 1994 stark zu. In der ersten Beschäftigung eine unbefristete Vollzeitstelle zu besetzen, war für Diplomgeographen zu Beginn der 80er Jahre noch der Normalfall. Durchschnittlich 67 % der Absolventen konnten ihren Berufseinstieg mit einem solchen Arbeitsverhältnis beginnen. Ende der 90er Jahre ist jedoch ein gegenläufiger Trend zu beobachten. Der Prozentsatz der unbefristeten Vollzeitstellen nahm kontinuierlich ab bis auf 38 % Ende der 90er Jahre. Parallel dazu stieg die Anzahl der befristeten Vollzeitbeschäftigungen.

Stellenwechsel führen jedoch in vielen Fällen später zu einem unbefristeten Beschäftigungsverhältnis.

**Abbildung 3.4: Art der Beschäftigungsverhältnisse**



Quelle: Absolventenbefragung 2000

Eine selbständige Tätigkeit nehmen unmittelbar nach Studienende nur sehr wenige Absolventen auf. Später, nach einem oder mehreren Stellenwechseln erhöht sich der Anteil der Selbständigen auf 11 %.

Die Frage, ob Geographen angemessene Beschäftigungsmöglichkeiten finden, kann nur annähernd beantwortet werden. Die Bedeutung des

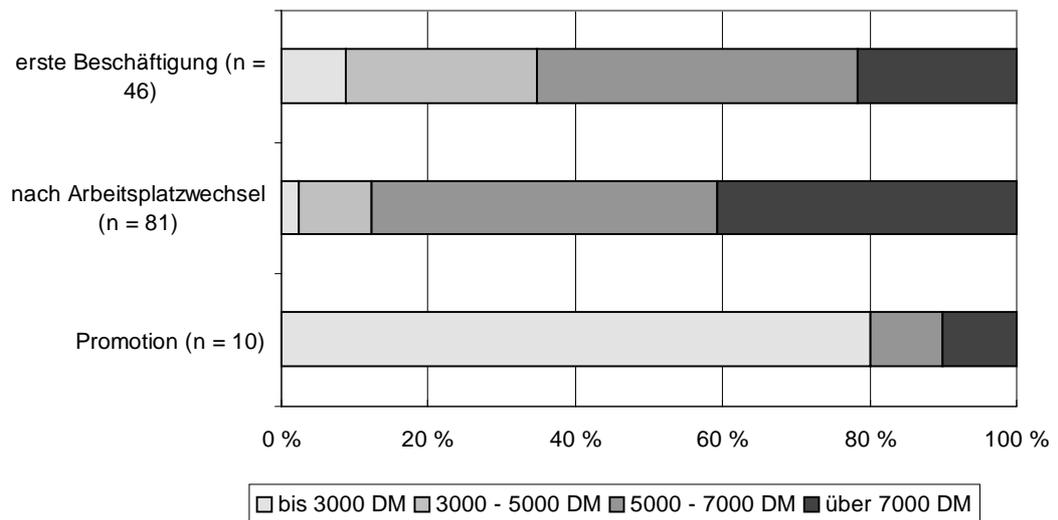
Hochschulabschlusses kann als Indikator für eine adäquate Beschäftigung herangezogen werden. Der Hochschulabschluss als formale notwendige Qualifikation wird von 85 % für die ersten Stellen und von ca. 75 % der jetzigen Stellen angegeben. Weitere 22 % profitierten bei der Einstellung in ihre jetzige Beschäftigung zumindest vom Diplomabschluss. Diese Stellen entziehen sich einer pauschalen Beurteilung. Bei den verbleibenden 3 % der Absolventen erwies sich der Hochschulabschluss als unnötig: Er war für die Einstellung ohne Bedeutung. Bei Doktoranden ist die Bedingung des Hochschulabschlusses selbst erklärend, dennoch ist es nicht zwingend, dass Inhalte des Studiums und der Tätigkeit zusammenpassen bzw. zum Teil zusammenpassen. Zwar ist dies bei der Mehrheit der Fall, jedoch in einem Fall haben die Inhalte am Arbeitsplatz keinen Bezug mehr zum Studium.

Die Ausstattung mit Kompetenzen, gemessen an Verantwortungsbereichen, zeigt eine Steigerung bei Absolventen mit Stellenwechseln. Mit der ersten Beschäftigung bekamen 13 % der Absolventen Personal- und/oder Budgetverantwortung, 34 % Projektleitung und 72 % arbeiteten in einer selbstverantwortlichen Tätigkeit. Bei der jetzigen Beschäftigung nach einem oder mehreren Stellenwechseln ist eine deutliche Steigerung der Kompetenzen feststellbar. 33 % haben nun Personalverantwortung und 42 % Budgetverantwortung, 52 % sind mit Projektleitung betraut und 16 % sind entweder angestellt oder selbstständig mit der Geschäftsführung befasst.

Ein Blick auf die aktuellen Einkommen der Absolventen zeigt, dass der Schwerpunkt der Einkommen bei denjenigen Absolventen, die sich noch in der ersten Beschäftigung befinden, in der Klasse 5000 bis 7000 DM liegt. Mit zunehmender Berufserfahrung, meist auch einhergehend mit einem höheren Lebensalter, ist eine deutliche Steigerung der Einkommen

erkennbar. Zu beachten ist jedoch, dass die Angaben nicht nach Voll- und Teilzeitbeschäftigungen differenziert sind.

**Abbildung 3.5** Monatliches Bruttoeinkommen in der Beschäftigung zum Befragungszeitpunkt



Quelle: Absolventenbefragung 2000

### 3.3 Der akademische Arbeitsmarkt für Wirtschaftsgeographen

*Welche Mitbewerber hat der Wirtschaftsgeograph? Welche Fachgebiete stehen in Konkurrenz zum Wirtschaftsgeographen?*

Die Arbeitsplätze und Branchen der hannoverschen Wirtschaftsgeographen wurden bereits vorgestellt. In dieser Absolventenbefragung wurde nun auch erstmals untersucht, welche Absolventen anderer Studienfächer die gleichen oder ähnliche Aufgaben erledigen. Die Offenheit der Geographen zu den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern bewirkt eine Konkurrenz mit Absolventen dieser Fachrichtungen. Bei Absolventen, die sich in der ersten Beschäftigung befinden, sind es zu 42 % Wirtschaftswissenschaftler und zu 34 % Geographen, die gleiche oder ähnliche Aufgaben wahrnehmen.

Bei 75 Absolventen, die bereits einen oder mehrere Stellenwechsel vollzogen haben, entwickelt sich der Trend noch deutlicher. Zu 59 % arbeiten hier Wirtschaftswissenschaftler in denselben Tätigkeitsfeldern, von der eigenen Berufsgruppe sind noch 38 % anzutreffen. Neben Ökonomen stehen die Absolventen in den verschiedenen Beschäftigungsphasen mit Planern (Landschafts- und Verkehrsplanern) und Juristen in Konkurrenz. Diese Verhältnisse korrespondieren mit der Angabe einiger Absolventen, bei der Möglichkeit einer erneuten Studienfachwahl Betriebswirtschaftslehre bzw. Wirtschaftswissenschaften zu studieren. Die Gründe sind offensichtlich, da in diesen Fächern die Inhalte der Ausbildung bekannter sind und mit ihnen ein Berufseinstieg leichter erscheint. Dennoch würden sich 75 % der Absolventen trotz der genannten Hindernisse am Arbeitsmarkt bei einer erneuten Studienwahl wieder für Geographie entscheiden.

## 4. Einschätzung der Arbeitsmarktrelevanz von Lehre und Studieninhalten

### 4.1 Geographen und ihre Nebenfächer

*Welche Studiengestaltung ist für Studierende der Wirtschaftsgeographie am Arbeitsmarkt hilfreich?*

Die Breite des Faches Geographie führt einerseits häufig zu Schwierigkeiten bei der Arbeitsplatzsuche, bietet aber andererseits durch ihren übergreifenden Charakter auch spezielle Arbeitsmarktchancen. Vorteilhaft erscheint in jedem Fall eine Spezialisierung im Geographiestudium. Durch die umfangreichen Spezialisierungsmöglichkeiten innerhalb des Faches selbst und die sehr große Vielfalt an Nebenfachkombinationen ergeben sich besonders im Diplom-Studiengang sehr individuelle Ausbildungsgänge, über die sich entsprechend unterschiedliche berufliche Tätigkeitsfelder erschließen.

Es ist deshalb ratsam, möglichst frühzeitig (spätestens jedoch mit Beginn des Hauptstudiums) die Arbeitsfelder für Geographen kennenzulernen, darauf aufbauend eigene Interessenschwerpunkte zu identifizieren und die Ausbildung gezielt daran auszurichten, z.B. durch die Wahl der Nebenfächer, einschlägige Praktika sowie ein entsprechend ausgerichtetes Diplomarbeitsthema. Daneben sind Zusatzqualifikationen für den Berufseinstieg sehr hilfreich. Konnten Geographen gegenüber anderen Disziplinen bis vor wenigen Jahren mit herausragenden Kenntnissen in der EDV sowie Englisch-Sprachkenntnissen ein Plus verbuchen, so stellen diese inzwischen Grundlagenqualifikationen dar, die in allen Wissenschaften vorausgesetzt werden. Nach wie vor bedeutend ist der Erwerb von

Zusatzqualifikationen in betriebs- oder volkswirtschaftlichen Bereichen. Konkrete Vorstellungen über das spätere Betätigungsfeld hatten bereits während des Studiums 50 % der Absolventen. Die meisten Absolventen gaben an, dass sie ihr Studium ihren Berufszielen entsprechend gestalten konnten, bspw. durch die Wahl bestimmter Lehrveranstaltungen in der Geographie, aber auch durch die Wahl der Nebenfächer. Hier dominieren Betriebswirtschafts- und Volkswirtschaftslehre, gefolgt vom Fach Städtebau, Landesplanung und Raumordnung.

## 4.2 Weiterentwicklung des Faches unter Arbeitsmarktgesichtspunkten

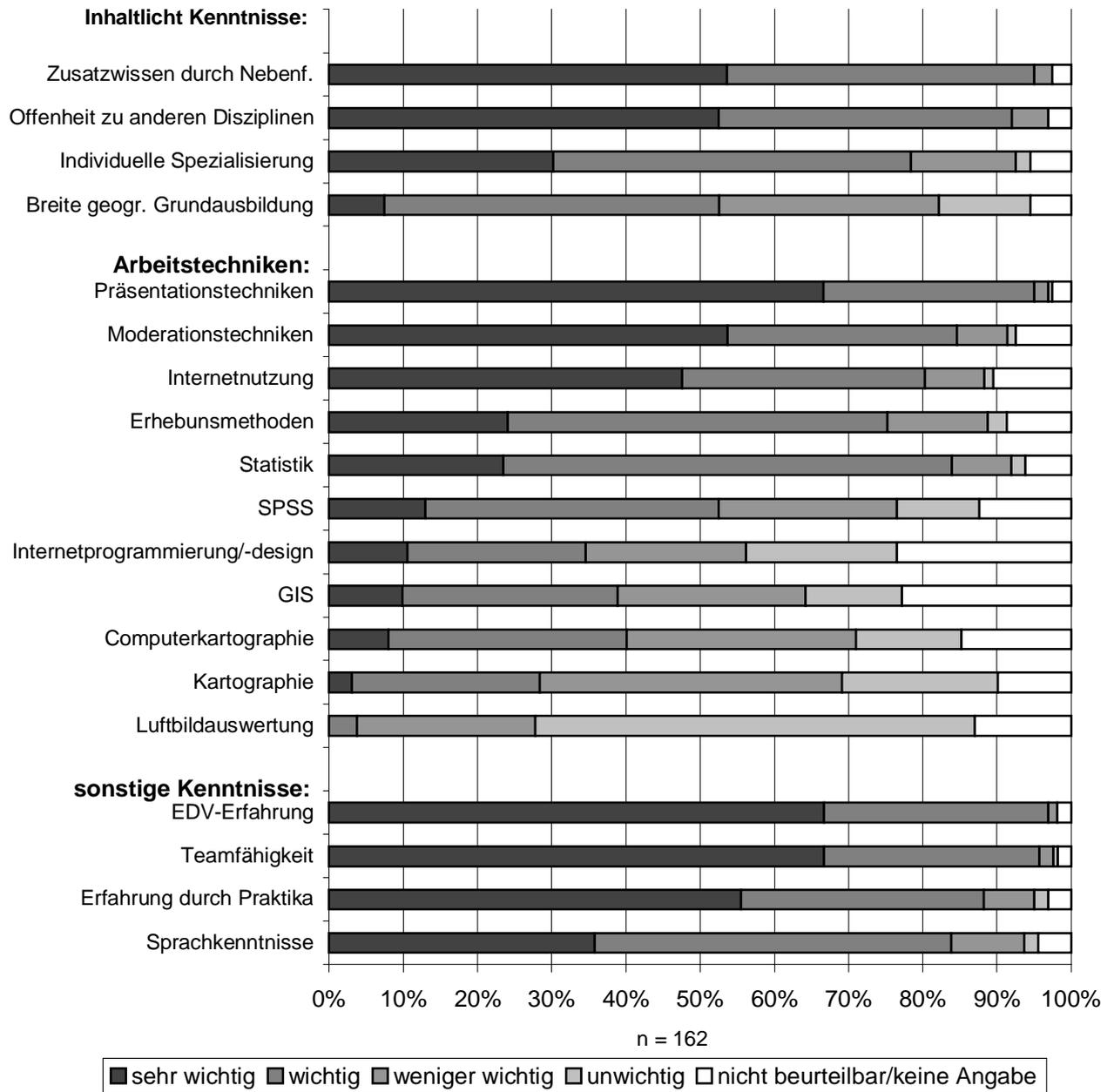
*Was ist wichtig in der Lehre für den Arbeitsmarkt?*

In einer geschlossenen und einer offenen Frage konnten die Absolventen Bereiche nennen, welchen sie besondere Bedeutung im Hinblick auf die Arbeitsmarktchancen von Wirtschaftsgeographen beimessen. Interdisziplinarität und Kenntnisse durch Nebenfächer sind die großen Bereiche, die einen Wirtschaftsgeographen für den Arbeitsmarkt interessant machen (Abb. 4.1). Die Absolventen nennen weitere Kenntnisse, die sich vornehmlich durch die eigene Gestaltung des Studiums und das Engagement außerhalb der Hochschule erlangen lassen. Gerade hier ist Nachholbedarf in der Aktualisierung der Inhalte für die geforderten Qualifikationen am Arbeitsmarkt. Für über 90 % der Befragten sind Zusatzwissen durch Nebenfächer und EDV - Erfahrungen sehr wichtig oder wichtig.

Die Offenheit zu anderen Disziplinen, Erfahrung durch Praktika, Präsentationstechniken und Teamgeist sind ebenfalls von großer Bedeutung. Die-

Die Kenntnisse und Fertigkeiten erlangen Studierende vornehmlich durch die eigene Gestaltung ihres Studiums. Dies entspricht auch den Empfehlungen der Absolventen, die Nebenfächer gezielt nach einem möglichen Berufszweig zu wählen, Praktika zu absolvieren und sich gezielt Jobs zu suchen. Hieraus ergeben sich wichtige Kontakte, und Fähigkeiten wie Teamfähigkeit werden über die Gruppenarbeit im Studium hinaus noch stärker geschult. Erst nach den genannten Kenntnissen und Fähigkeiten kommt die Bedeutung der Inhalte des Studiums (Statistikmethoden, Erhebungsmethoden, breite geographische Ausbildung, SPSS, Internetnutzung). Neuere Techniken, wie GIS, hatten die befragten Absolventen nur zu einem geringen Teil bereits im Studienplan. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Studium den Absolventen ermöglicht, sowohl in den klassischen Arbeitsgebieten des Geographen tätig zu werden als auch in fachfremde Bereiche vorzustoßen.

**Abbildung 4.1: Einschätzung der Arbeitsmarktrelevanz der Studieninhalte**



Quelle: Absolventenbefragung 2000

Für eine Verbesserung der Ausbildung der Wirtschaftsgeographen an der Universität Hannover haben die Befragten in einer offenen Frage Vorschläge gemacht. Die Einzelnennungen legen Ansatzpunkte zur Qualitätssteigerung fest:

- Herstellung einer stärkeren Verbindung zwischen Universität und Unternehmen, wobei Studieninhalte einen direkten Bezug zur Berufspraxis vermitteln sollen.
- Schaffung eines flexibleren Studienangebots, das sich an die wandelnden Anforderungen von Wirtschaftsgeographen anpassen sollte und auch neuere Bereiche, wie bspw. Immobilienwirtschaft beinhaltet.

Mit der internationalen Summer- und Winterschool kommt die Abteilung bereits dem Wunsch nach, Lehrveranstaltungen in Englisch anzubieten. Daneben besteht der von zahlreichen Befragten geäußerte Wunsch nach einer stärkeren Öffentlichkeitsarbeit der Abteilung. Studienergebnisse und Leistungen der Wirtschaftsgeographen werden nach Meinung der Absolventen kaum nach innen und zu wenig nach außen transportiert.

Bedauert wird, dass Informationen über Angebote am Institut, wie z.B. die Summer- und Winterschool, den Absolventen und anderen Interessierten nicht zugänglich gemacht werden, obwohl dies dazu beitragen könnte, ein klareres Profil der Wirtschaftsgeographie zu vermitteln. Bei der späteren Arbeitsplatzsuche bereitet die mangelnde Klarheit häufig Probleme, so dass einige Absolventen bei einer erneuten Studienwahl Fächer mit einem klaren Profil, wie z.B. Wirtschaftswissenschaften, bevorzugen würden.

Weiter gehen die Ratschläge, die Absolventen den Studierenden geben. Sie bewerten die Praktika und die Kontakte zu Unternehmen als die bedeutenden Aspekte, die sich Studierende bei ihrer Planung bewusst ma-

ichen sollten. Flexibilität, Schwerpunkte in der Diplomarbeit, Auslandserfahrung und Sprachkenntnisse erleichtern den Berufseinstieg. Netzwerke müssen gepflegt werden. Eigeninitiative und Eigenengagement helfen nicht nur hierbei. Die fehlende Öffentlichkeitsarbeit sollten Studierende selbst übernehmen und ihre Fähigkeiten, die sie von Wirtschaftswissenschaftlern abheben, herausstellen.

## 5. Verbleibsanalyse von promovierten Wirtschaftsgeographen

### *Promotion - lohnt es sich?*

In der Verbleibsanalyse von 1996 wurde keine spezielle Untersuchung von Promovierten und deren Verbleib vorgenommen. 22 Absolventen haben in dem gesamten Befragungszeitraum promoviert, 14 von ihnen nahmen an der Befragung teil. In der vorliegenden Verbleibsanalyse 2000 wurde eine besondere Erhebung über diese 14 Absolventen angestrebt. Sechs von den 14 sind noch in ihrer ersten Beschäftigung nach der Promotion, 8 hatten bisher schon einen oder mehrere Stellenwechsel vollzogen. Der inhaltliche Zusammenhang zwischen Studium und Beruf war in der ersten Beschäftigung deutlich stärker vorhanden als bei den weiteren Arbeitsverhältnissen.

Bei 50 % der Promovierten war die Promotion formale Voraussetzung für ihre erste Einstellung. Bei weiteren Stellenwechseln der 8 Absolventen war die Promotion nur noch bei 14 % formale Voraussetzung, bei 21 % immerhin noch von Vorteil. In den Kompetenzen und Verantwortungsbereichen unterscheiden sich Promovierte von Absolventen mit Diplom in der ersten Beschäftigung durch eine höhere Personalverantwortung und Projektleitung. Dieses Bild ändert sich mit Stellenwechsel, hier sind es die selbstverantwortlichen Tätigkeiten, in denen die Promovierten mehr vertreten sind, in allen anderen Kompetenzbereichen stehen sie nach. Promovierte erhalten in erster und nachfolgenden Beschäftigungsverhältnissen signifikant mehr Einkommen als Nicht-Promovierte.

## Resümee

Die Verbleibsanalysen von 1996 und 2000 zeigen, dass die Arbeitsmarktsituation der hannoverschen Wirtschaftsgeographen relativ günstig zu beurteilen ist. Gekennzeichnet sind die Berufswege durch Engagement, Flexibilität, Kontakte durch Praktika und Berufsorientierung im Studium und nicht zuletzt die Kreativität, Nischen im Arbeitsmarkt zu entdecken. Durch die Interdisziplinarität des Studiums bieten sich breite Einsatzmöglichkeiten, die die Absolventen nutzen können. Erfolgreiche Einstiege können durch die Kombination einer intensiven methodischen und praxisnahen Ausbildung und dem Engagement der Studierenden während Berufspraktika und studienbegleitenden Jobs vorbereitet werden.

In der Öffentlichkeitsarbeit liegt noch wichtiges Potenzial, um dem unscharfen Bild der Wirtschaftsgeographie bei potenziellen Arbeitgebern zu begegnen. Der Frage im Vorstellungsgespräch: *„Was ist eigentlich Wirtschaftsgeographie?“* können Studierende dann mit einem eigenen positiven Selbstwertgefühl entgentreten und sagen, was Wirtschaftsgeographen aus Hannover können. Hier ist die Abteilung Wirtschaftsgeographie der Universität Hannover gefordert nach innen und außen Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben.