

**Der Arbeitsmarkt für Wirtschaftsgeographen aktuell – Verbleibsanalyse 2004**

Die Arbeitsmarktlage in Deutschland ist – auch für Akademiker – derzeit schwierig. Die universitäre Ausbildung der Studierenden muss sich diesen Herausforderungen stellen. Aus diesem Grund führt die Abteilung Wirtschaftsgeographie des Geographischen Instituts der Universität Hannover regelmäßig Befragungen der über 320 Absolventen durch, die dazu beitragen, den Erfolg der Ausbildung zu überprüfen und aktuelle Anforderungen des Arbeitsmarktes in den Lehrplan aufzunehmen.

**Einstellungsrelevante Faktoren**

Entscheidende Einstellungskriterien aus Sicht der Absolventen sind Fähigkeiten wie wissenschaftliches und interdisziplinäres Arbeiten sowie zusätzlich zum Studium erworbene Kenntnisse. Hierzu zählen Erfahrungen aus Praktika und studiumsnahe Nebenjobs. Hinzu kommen unverzichtbare fachbezogene und nicht-fachbezogene Kenntnisse wie empirische Methoden (Statistik) und EDV, Kenntnisse aus Nebenfächern, Präsentations- und Vortragstechniken. Neben den fachlichen Inhalten ist die Vermittlung dieser Methoden ein wesentlicher Bestandteil der Ausbildung. Die Befragungsergebnisse betonen einerseits die Wichtigkeit einer gezielten Wahl der Nebenfächer. Andererseits sind Fähigkeiten, die durch eigenes Engagement erworben wurden, von hoher Bedeutung.

Faktoren wie die Diplomnote oder selbst das Thema der verfassten Abschlussarbeit werden zwar von der Hälfte der Befragten als relevant eingeschätzt, jedoch nur in geringem Maße als entscheidend für eine Einstellung bewertet. Gleiches gilt sowohl für das Alter bei Studienabschluss als auch für die Studiendauer. Allerdings zeigt sich mittelfristig, dass Absolventen, die ihr Studium in der Regelstudienzeit mit einer guten Leistung abschließen, ein signifikant höheres Einkommen erzielen.

**Möglichkeiten und Erfolg der Stellensuche**

Die Nutzung persönlicher Kontakte aus Praktika/Nebenjob und die gezielte unaufgeforderte Bewerbung spielen bei der Stellensuche eine entscheidende Rolle. Neben der Nutzung von Zeitungsannoncen wird auch das Internet erfolgreich bei der Suche eingesetzt. Der Aufwand bei der Stellensuche ist mit elf Bewerbungen für eine Stellenzusage vertretbar und die Arbeitslosigkeit betrug 2003 sechs Prozent. Die Zahl der befristeten Arbeitsverhältnisse bei der ersten Beschäftigung hat sich allerdings im Vergleich zu den vorangegangenen Jahren erhöht. Unbefristete Vollzeitstellen sind jedoch nach wie vor in der Mehrzahl.

**Arbeitsbereiche**

Der überwiegende Teil (ca. 43 %) der Wirtschaftsgeographen ist derzeit im privaten Dienstleistungsbereich tätig. Weitere 30 % haben im öffentlichen Bereich einen Arbeitsplatz gefunden. Mit 11 % folgt der teilweise öffentlich oder private Dienstleistungsbereich. Im Verarbeitenden Gewerbe sind lediglich 5 % der Absolventen tätig.

**Konkurrierende Berufsfelder**

Die Vielfältigkeit und fachübergreifenden Inhalte des Studiums spiegeln sich auch in der Vielfalt der Berufsfelder wider. Insbesondere bei der ersten Beschäftigung werden gleiche Aufgaben zu 49 % von Wirtschaftswissenschaftlern und nur zu 46 % von Geographen ausgeführt. Im Verlauf des Berufslebens verschiebt sich die Konkurrenzsituation und die Absolventen können weitere Teilarbeitsmärkte erschließen. Ingenieure, Informatiker oder Städteplaner/Architekten sowie Juristen nehmen dann im Job die gleichen Aufgaben wahr wie Wirtschaftsgeographen.

**Zufriedenheit**

Mehr als 77 % der Wirtschaftsgeographie-Absolventen der Universität Hannover würden wieder das gleiche Fach studieren, wenn sie erneut vor dieser Entscheidung stünden. Von den verbleibenden 23 % würde die überwiegende Mehrheit Wirtschaftswissenschaften studieren. Verglichen mit anderen Befragungen des Hochschul-Informationssystems (HIS) spricht dieses Verhältnis für die Wirtschaftsgeographie am Standort Hannover. In anderen Studiengängen wie Jura, Architektur, Bauingenieurwesen oder Wirtschaftswissenschaften würden sich zwischen 49 % und 77 % erneut für das abgeschlossene Studium entscheiden. Bei der Zufriedenheit mit dem Studienort liegt die Wirtschaftsgeographie Hannovers bei 96 %, während sich ungefähr die Hälfte der Absolventen vieler anderer Studiengänge im Nachhinein für einen anderen Studienort entscheiden würde.

**Fazit**

Für Studienanfänger lassen sich verschiedene Hinweise formulieren, wie der schnelle Berufseinstieg effizient vorbereitet werden kann. Neben den klassischen Attributen eines kurzen Studiums, guter Studienleistungen und der bewussten und gezielten Nebenfachwahl gilt dies insbesondere für eine erhöhte Eigeninitiative bei der Studienorganisation, der gezielten Auswahl der Praktika und der Aneignung von weniger studienrelevanten Nebenqualifikationen.

Sie erwartet ein arbeitsmarktbezogenes und sehr vielseitiges Studium, das sich in Bezug auf spätere Berufschancen nicht wesentlich von anderen attraktiven Studienfächern unterscheidet.



Eine ausführliche Darstellung der Ergebnisse finden Sie auf unserer Internetseite unter Absolventenbefragung.  
<http://www.geog.uni-hannover.de/wigeo/>

**Wirtschaftsgeographen im Beruf auf einen Blick (N=185)**

Nebenfächer	BWL (65 %), VWL (59 %), Stadtplanung (43 %), Jura (12 %)	
Auslandsemester	1/3 mind. 1 Semester	
Diplomnote	1,98	
Fachsemesterzahl	11,6 (Regelstudienzeit: 9 Semester)	
Bewerbungen/Vorstellungsgespräche/Zusagen	11,3 / 2,2 / 1	
Bewerbungsdauer (Zeit zwischen Studienende und Arbeitsaufnahme)	3,7 Monate	
Arbeitslose Wigeo 2003 gesamt	6 % (weitere 4 % Weiterbildung)	
Qualifikationsprofil	Wissenschaftl. und interdisziplinäres Arbeiten, Nebenfächer, Praktika und studiumsbezogene Nebenjobs, EDV, Statistik, Präsentationstechniken	
Anforderungen im Beruf	Problemlösungsfähigkeit	(66,7%)
	Leistungsbereitschaft	(64,3%)
	Selbstständigkeit	(56,1%)
	Verantwortungsbewusstsein	(50,3%)
	Verlässlichkeit	(49,1%)
Tätigkeiten	Betriebswirtschaft	(14,3%)
	Wirtschaftsförd./Stadtmarketing	(14,3%)
	EDV	(9,5%)
	PR/Öffentlichkeitsarbeit	(9,5%)
Monatl. Bruttoverdienst	2450 Euro (erste Beschäftigung) 4145 Euro (nach mind. einem Stellenwechsel)	

Quelle: Absolventenbefragung 2004; Durchschnittswerte