

ZWISCHEN HOCHSCHULE UND ARBEITSMARKT

**Eine Umfrage unter Absolventinnen und Absolventen der
Hochschule der Medien**

aus dem Prüfungszeitraum Januar 1995 bis Februar 2004

Prof. Dr. Alexander Roos
Dr. Luz-Maria Linder

Fachhochschule Stuttgart
Hochschule der Medien
Nobelstraße 10
70569 Stuttgart

www.hdm-stuttgart.de

Stand: 22.04.2004

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einführung	2
2	Ergebnisse.....	7
2.1	Zwischen Hochschule und Arbeitsmarkt.....	7
2.1.1	Erwerbstätigkeit.....	7
2.1.2	Form der Erwerbstätigkeit.....	10
2.1.3	Zeitraum bis zur Erwerbstätigkeit	12
2.1.4	Bewerbungskanäle.....	14
2.1.5	Einstellungsaspekte der Arbeitgeber	27
2.2	Der erste Arbeitsplatz.....	39
2.2.1	Studiengangsbezug des Arbeitsplatzes.....	39
2.2.2	Branche	41
2.2.3	Führungsposition	53
2.2.4	Personalverantwortung.....	55
2.2.5	Brutto-Monatseinkommen	57
3	Ergebnisse mit eingeschränkter Aussagekraft.....	60
4	Zusammenfassung	63
5	Fragebogen	65

1 Einführung

Zielsetzung

Vom 9. Oktober 2003 bis 29. Februar 2004 führte die Hochschule der Medien Stuttgart (HdM) die Befragung „Zwischen Hochschule und Arbeitsmarkt“ unter ehemaligen Studierenden durch. Zur Beteiligung an dieser Online-Umfrage zur Arbeitsmarkterfahrung nach Abschluss des Studiums wurden Absolventen aufgefordert, die ihr Studium zwischen Januar 1995 und Februar 2004 an der HdM oder einer ihrer Vorgängereinrichtungen - der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen, der Fachhochschule für Druck oder der Hochschule für Druck und Medien - abgeschlossen hatten.

Diese erstmals unter Absolventen der HdM durchgeführte Umfrage strebt an, den arbeitsmarktspezifischen Wert eines Studiums an der HdM zu hinterfragen. Aus den Erfahrungen der Hochschulabsolventen beim Einstieg in die Erwerbstätigkeit kann abgeleitet werden, wie Arbeitgeber die Qualität der Ausbildung an der Stuttgarter Medienshochschule einschätzen.

Die Ergebnisse der Umfrage kommen der Hochschule vielfältig zugute: Sie tragen dazu bei, sowohl offene wie verdeckte Anforderungen des Arbeitsmarktes besser zu definieren, beleuchten die aus Arbeitgeberperspektive relevanten Stärken und Schwächen des gegenwärtigen Curriculums, fordern dazu auf, auf Veränderungen des Arbeitsmarktes - etwa verstärkte Selbständigkeit oder zunehmende Internationalisierung - mit entsprechenden Reformen zu reagieren. Neben interner und externer Evaluation stellt die Umfrage eine Maßnahme zur Qualitätssicherung in der Lehre dar.

Die Befragung wurde vor dem Hintergrund einer angespannten Situation auf dem Arbeits- und Medienmarkt durchgeführt. Nach Abflauen des um 2000 boomenden neuen Medienmarktes verläuft der Berufseinstieg für Absolventen entsprechender Studiengänge weniger reibungslos. Wirtschaftliche Anspannung lässt sich auch bei den Herstellern von Druckmaschinen, den Verlagen wie den Kommunen feststellen.

Positiv auf die Situation der Hochschulabsolventen können sich dagegen der prognostizierte Bedarfsanstieg an Akademikern sowie an Medienexperten für Branchen außerhalb der Medienindustrie auswirken.

Meldungen des Arbeitsamts Stuttgart

Das Arbeitsamt Stuttgart verzeichnete am 4. März 2004 sieben als arbeitssuchend gemeldete Absolventen der Studiengänge Druck- und Medientechnologie sowie Print-Media-Management, zwei Absolventen des Studiengangs Medieninformatik, zwei Absolventen des Studiengangs Verpackungstechnik, drei Absolventen des Studiengangs Medienwirtschaft, 22 Absolventen des Studiengangs Bibliotheks- und Medienmanagement, einen Informationsdesigner, sieben Absolventen des Studiengangs Informationswirtschaft, sieben Kommunikationsdesigner und sechs Mediendesigner.

Methode

Vom 9. Oktober 2003 bis 29. Februar 2004 wurde ein elektronischer Fragebogen auf der Homepage der HdM installiert (siehe Kapitel 5).

Der Fragebogen setzte sich aus zwei Teilen zusammen: Teil 1 („Arbeitsmarkterfahrung nach dem Studium“) umfasste elf Fragen, Teil 2 („Persönliche Angaben“) zwei Fragen zum Studiengang und zum Abschlussjahrgang der Teilnehmer.

Allen Teilnehmern wurde absolute Anonymität zugesichert.

Beteiligung

Im Rahmen der Befragung wurden rund 1.200 Mitglieder aus dem Adressbestand des zentralen Absolventen-Netzwerkes der HdM angeschrieben.

Absolventen des Wintersemesters 2003/2004 sowie ehemalige Studierende, die in studien-gangsspezifischen Kreisen organisiert sind, wurden von Professoren und Mitarbeitern des Hauses direkt angesprochen.

Zeitgleich mit der Freischaltung der Umfrage auf der Webseite der Hochschule wurde eine Online-Pressemitteilung installiert und von der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an rund 55 einschlägige Adressen aus dem Medienbereich versandt.

Als Reaktion erschienen Meldungen in den Branchenblättern „Der Druckspiegel“ (Ausgabe 03/11), „Film & TV Kameramann“ (20.11.03), Password (Ausgabe 03/11) sowie im Internetportal „World of Print“ (15.10.03), unter Umständen auch in weiteren Organen. Allerdings werden nicht alle Blätter von dem Medienauswertungsdienst erfasst, der die HdM beliefert, insbesondere kleinere Organe nicht.

Bis zum 29. Februar 2004 nahmen insgesamt 501 Absolventen an der Umfrage teil.

Auf die Fachbereiche und Studiengänge der Hochschule der Medien verteilen sich die an der Umfrage Beteiligten wie folgt:

Beteiligte aus Studiengängen des Fachbereiches Druck und Medien

Druck- und Medientechnologie (DT)	61
Print-Media-Management (WD)	44
Mediapublishing und Verlagswirtschaft (VV)	24
Verpackungstechnik (VT)	19
Medieninformatik (MI)	11

Beteiligte aus Studiengängen des Fachbereiches Electronic Media

Audiovisuelle Medien (AM)	61
Medienwirtschaft (MW)	18
Werbung und Marktkommunikation (WW)	23
Medienautor (MA)	2

Beteiligte aus Studiengängen des Fachbereiches Information und Kommunikation

Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom (BMD)	114
Bibliotheks- und Medienmanagement Bachelor (BMB)	5
Bibliotheks- und Medienmanagement Master (BMM)	4
Informationswirtschaft Diplom (IWD)	108
Informationswirtschaft Master (IWM)	7

Summe	501
--------------	------------

Die aktuellen Studiengänge Deutsch-chinesischer Studiengang Drucktechnik, Packaging Design and Marketing und Informationsdesign haben bislang keine (deutschen) Studierende verabschiedet. Absolventen früherer Studiengänge wurden ihren Studiengangs-Nachfolgern zugerechnet.

Eine nähere Betrachtung der Zahlen offenbart, dass sich unter den Beteiligten außergewöhnlich viele Absolventen der Jahrgänge 2002, 2003 und 2004 (Abschluss zum Wintersemester 2003/2004 im Februar 2004) finden, insgesamt 195 Personen. Dies legt nahe, eine spezifische Beteiligungsquote für die Abschlussjahre 2002, 2003 und 2004 zu berechnen.

Studiengang	Absolventen der Jahre 2002 bis 2004	An der Umfrage beteiligte Absolventen der Jahre 2002 bis 2004	Prozentuale Beteiligung
Druck- und Medientechnologie (DT)	80	19	24 %
Print-Media-Management (WD)	106	12	11 %
Mediapublishing und Verlagswirtschaft (VV)	55	5	9 %
Verpackungstechnik (VT)	72	4	6 %
Medieninformatik (MI)	57	8	14 %
Audiovisuelle Medien (AM)	166	26	16 %
Medienwirtschaft (MW)	64	14	22 %
Werbung und Marktkommunikation (WW)	111	8	7 %
Medienautor (MA)*	7	2	29 %
Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom (BMD)	195	36	18 %
Bibliotheks- und Medienmanagement Bachelor (BMB)*	10	1	10 %
Bibliotheks- und Medienmanagement Master (BMM) *	5	1	20 %
Informationswirtschaft Diplom (IWD)	217	59	27 %
Informationswirtschaft Master (IWM)*	18	2	11 %
Summe	1163	197	17 %

Mit einer Beteiligung von 17 Prozent aller Studierenden, die ihr Studium zwischen Januar 2002 und Februar 2004 an der HdM absolviert haben, kann die Umfrage für diesen Zeitraum durchaus besondere Aussagekraft einfordern.

Die niedrige Stimmzahl in den Studiengängen Medienautor (2 Stimmen), Bibliotheks- und Medienmanagement Bachelor (1 Stimme), Bibliotheks- und Medienmanagement Master (1 Stimme) und Informationswirtschaft Master (2 Stimmen) erklärt sich aus ihren bislang geringen Absolventenzahlen – es handelt sich durchweg um junge Studiengänge. Prozentual betrachtet ist die Beteiligung ihrer Absolventen teils überdurchschnittlich (bei Medienautor mit

29 Prozent und Bibliotheks- und Medienmanagement Master mit 5 Prozent), teils unterdurchschnittlich (bei Bibliotheks- und Medienmanagement Bachelor mit 10 Prozent und Informationswirtschaft Master mit 11 Prozent).

Aufgrund begrenzter Aussagekraft werden die Ergebnisse aus den Studiengängen Medienautor, Bibliotheks- und Medienmanagement Bachelor, Bibliotheks- und Medienmanagement Master und Informationswirtschaft Master in einem eigenständigen Kapitel nach Auswertung der anderen Studiengänge vorgestellt.

Zu Beginn jedes Unterkapitels wird zunächst die Fragestellung aus dem Fragebogen wiedergegeben. Danach werden die Ergebnisse in ihrer Gesamtheit sowie in studiengangbezogener Aufschlüsselung vorgestellt.

2 Ergebnisse

2.1 Zwischen Hochschule und Arbeitsmarkt

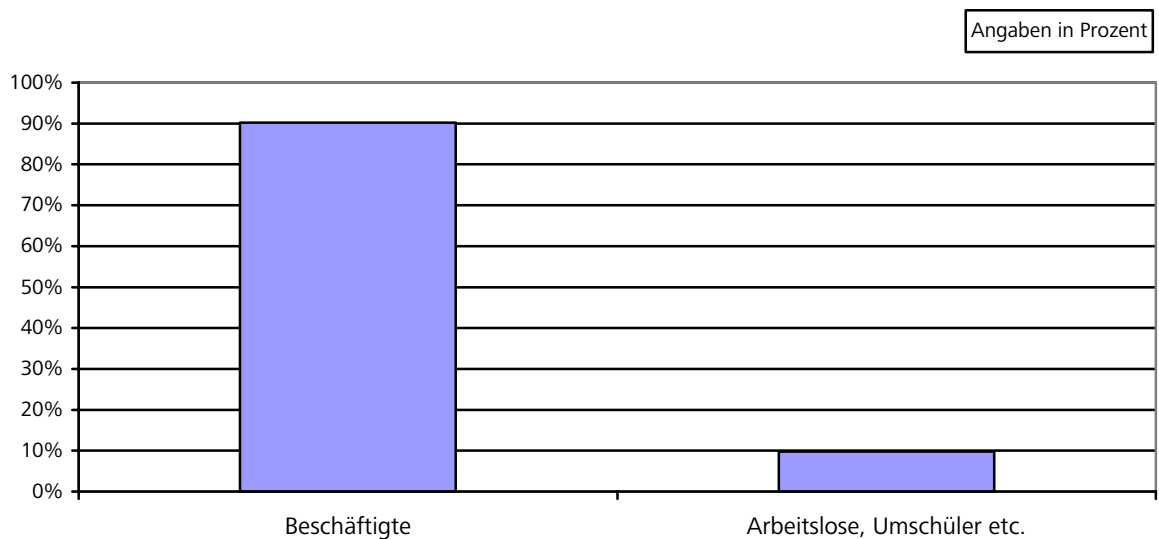
2.1.1 Erwerbstätigkeit

Die Einstiegsfrage des Fragebogens ging dem Beschäftigungsverhältnis der Absolventen nach. Teilnehmer konnten angeben, ob sie

- im Anschluss an das Studium eine Beschäftigung gefunden,
- (noch) keine Beschäftigung gefunden,
- ein weiterführendes Studium / eine Weiterbildung
- eine Umschulung aufgenommen hatten.

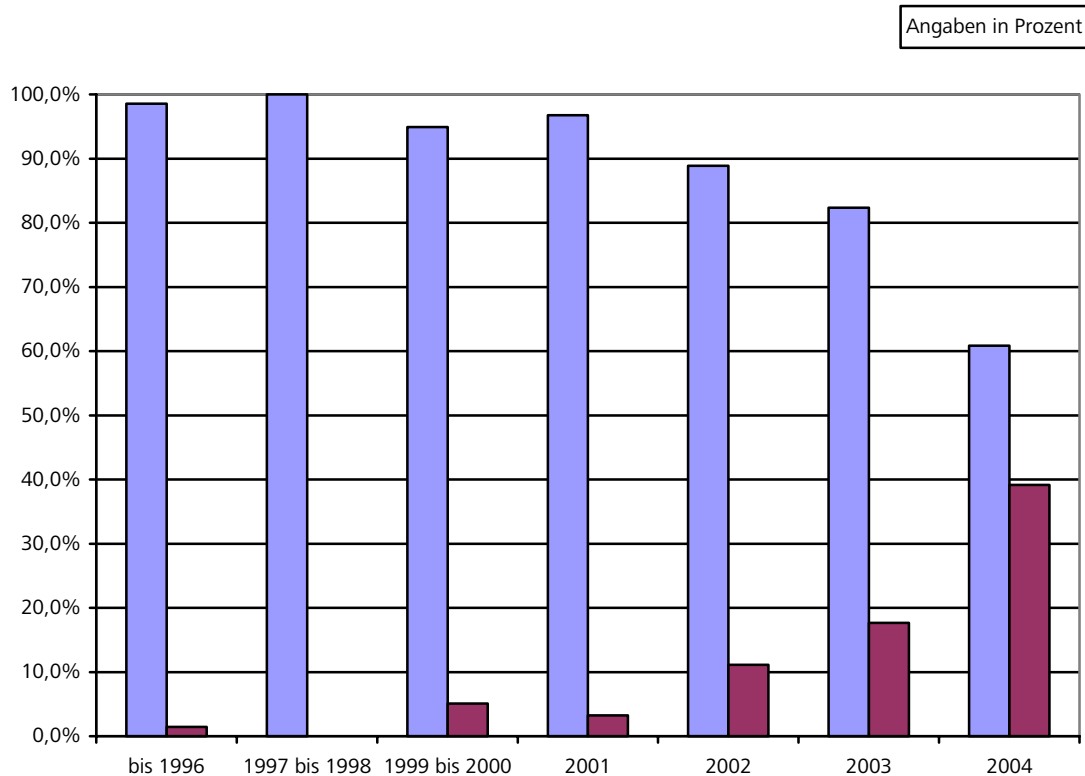
Falls der Teilnehmer noch keine Beschäftigung gefunden hatte, wurde er - unter Umgehung der folgenden Fragen - direkt auf den zweiten Teil der Umfrage („Persönliche Angaben“ zu Studiengang und Abschlussjahrgang) verwiesen.

Gesamtergebnis



Von den 501 an der Umfrage beteiligten HdM-Absolventen waren 452 erwerbstätig. Dies entspricht einem Wert von 90,2 Prozent. 49 ehemalige Studierende, ein Anteil von 9,8 Prozent, fanden nach Studienabschluss (noch) keine Beschäftigung, nahmen ein weiterführendes Studium / eine Weiterbildung oder eine Umschulung auf.

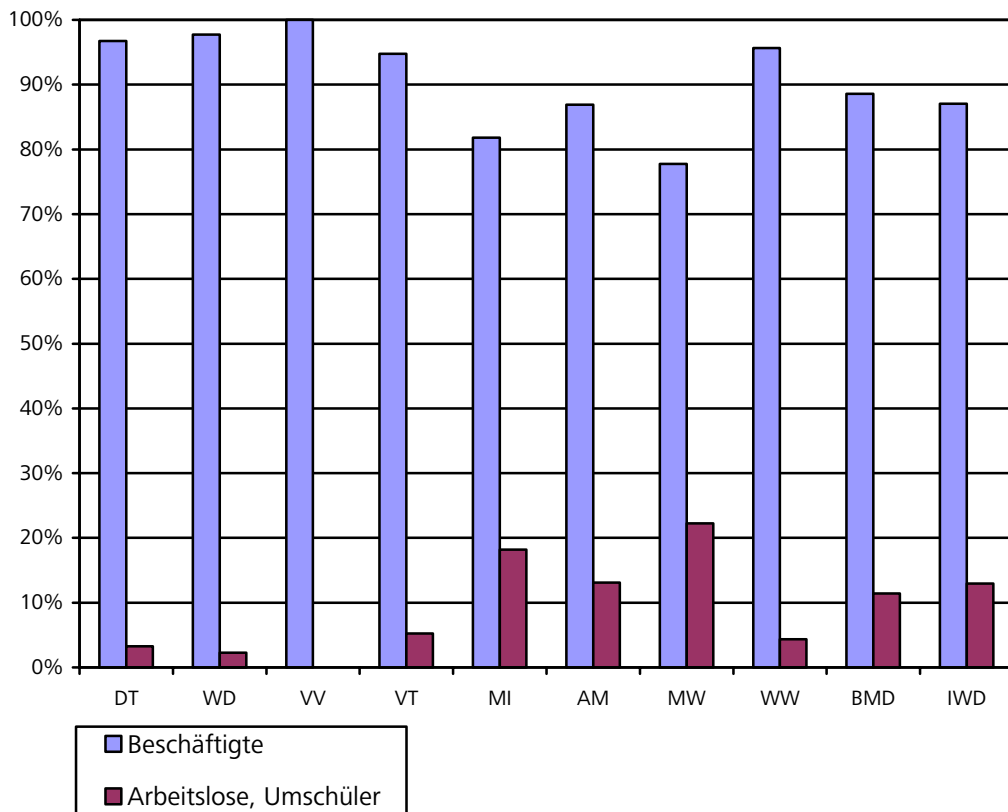
Aufschlüsselung nach Prüfungsjahr



Eine Aufschlüsselung nach Prüfungsjahr ergibt, dass insbesondere Absolventen der Jahre 2002, 2003 und 2004 offenbar nicht reibungslos in die Erwerbstätigkeit übergehen. Die Beschäftigtenquote für das Jahr 2002 liegt bei 88,9 Prozent (gegenüber 11,1 Prozent Erwerbslosen), für 2003 bei 82,4 Prozent (gegenüber 17,6 Prozent Erwerbslosen), für 2004 bei 60,9 Prozent (gegenüber 39,1 Prozent Erwerbslosen). Bis 2001 führten die Bewerbungen nahezu aller Absolventen dagegen innerhalb eines kurzen Zeitraumes (unter sechs Monaten) zu einem Arbeitsplatz. Diese Entwicklung kann auf die angespannte Wirtschaftslage seit 2002 zurückzuführen sein.

Dass der Anteil der nicht Erwerbstätigen aus dem Jahr 2004 so hoch ausfällt, steht vermutlich in Zusammenhang mit Methode und Zeitpunkt der Befragung. Zur Teilnahme aufgerufen waren Absolventen der Jahrgänge 1995 bis 2004 inklusive der Abgänger des Wintersemesters 2003/2004. Die Umfrage schloss am 29. Februar 2004. Beteiligte Absolventen des Wintersemesters 2003/2004 (an der HdM wird ein rotierendes Abschlussverfahren praktiziert) hatten ihre Abschlussurkunde zu diesem Zeitpunkt unter Umständen erst kurz zuvor erhalten. Das Ergebnis des Jahres 2004 ist daher mit großer Wahrscheinlichkeit auf Sucharbeitslosigkeit zurückzuführen. Gleiches kann zum Teil auch für das Ergebnis des Jahres 2003 vermutet werden.

Aufschlüsselung nach Studiengängen



Von der zeitlichen Komponente abgesehen lassen sich die folgenden studiengangsbezogenen Beschäftigungsquoten feststellen.

90 bis 100 Prozent der Absolventen folgender Studiengänge waren erwerbstätig:

- Mediapublishing und Verlagswirtschaft 100,0 Prozent
- Print-Media-Management 97,7 Prozent
- Druck- und Medientechnologie 96,7 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 95,7 Prozent
- Verpackungstechnik 94,7 Prozent

80 bis 90 Prozent der Absolventen folgender Studiengänge waren erwerbstätig:

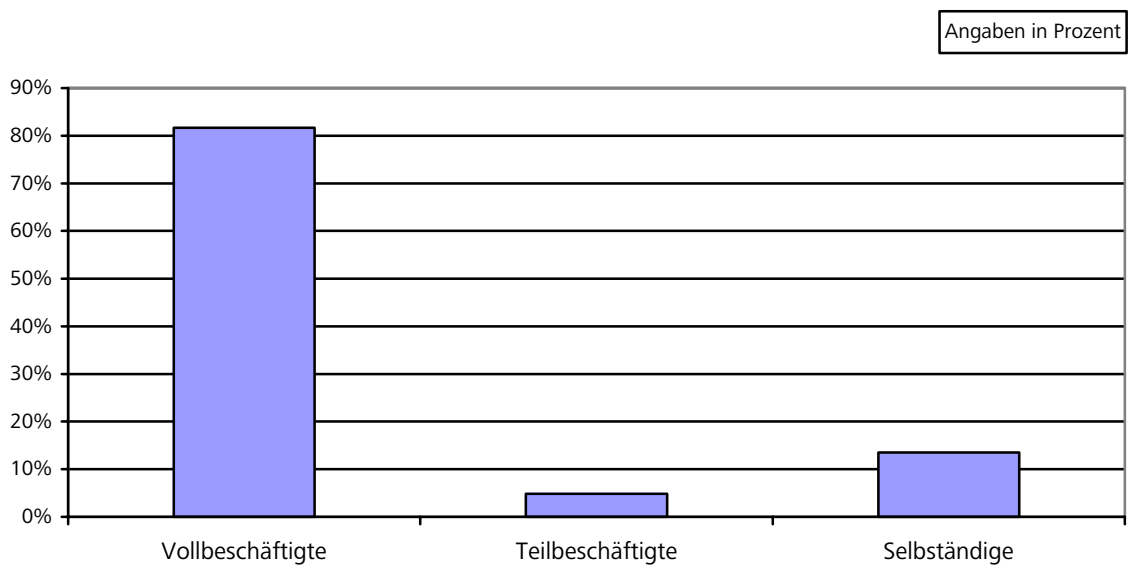
- Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom 88,6 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom 87 Prozent
- Audiovisuelle Medien 86,9 Prozent
- Medieninformatik 81,8 Prozent

Unter 80 Prozent lag die Beschäftigungsquote bei Absolventen des Studiengangs Medienwirtschaft (77,8 Prozent).

2.1.2 Form der Erwerbstätigkeit

Im Folgenden wurden die Teilnehmer nach ihrem Beschäftigungsverhältnis gefragt. Zur Auswahl standen die Kategorien „Vollbeschäftigung“, „Teilbeschäftigung“ und „Selbständigkeit“.¹

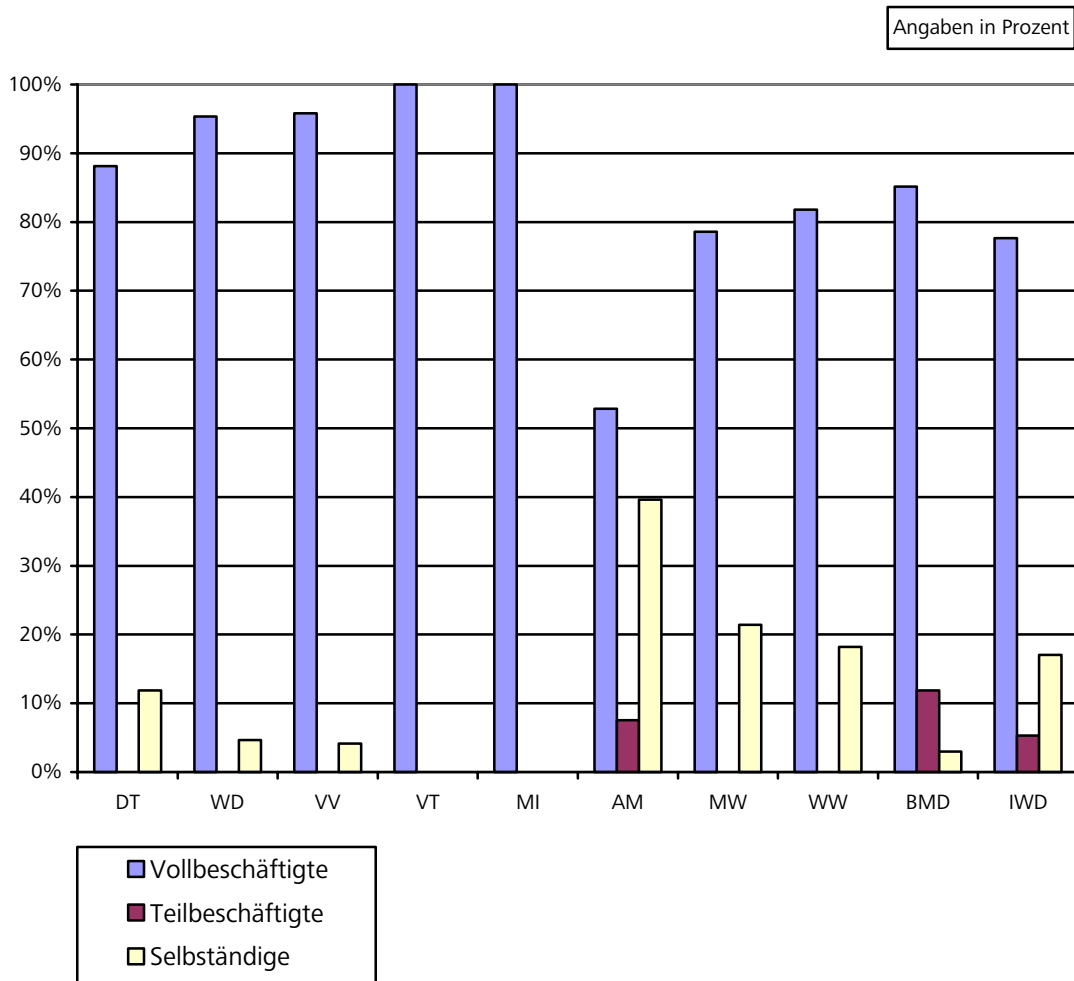
Gesamtergebnis



Von den 452 erwerbstätigen Teilnehmern waren 369 Personen vollbeschäftigt (81,6 Prozent), 22 Personen teilbeschäftigt (4,9 Prozent) und 61 Personen selbständig (13,5 Prozent).

¹ Als Kalkulationsbasis für diese sowie alle späteren Berechnungen wird ausschließlich die Zahl der Absolventen in einem Beschäftigungsverhältnis herangezogen (452 Personen). Nicht erwerbstätige Teilnehmer (49 Personen) sind für alle weiteren Berechnungen nicht mehr relevant.

Aufschlüsselung nach Studiengängen



Teilbeschäftigungen nahmen Absolventen folgender Studiengänge auf:

- Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom 11,9 Prozent
- Audiovisuelle Medien 7,5 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom 5,3 Prozent

Die Teilbeschäftigungsverhältnisse im kommunalen Bibliotheks- und Informationsbereich können aus der Einstellung von Vertretungen für Mitarbeiterinnen im Mutterschutz herrühren.

Über den Durchschnitt von 13,5 Prozent lagen die Selbständigenquoten bei Absolventen folgender Studiengänge:

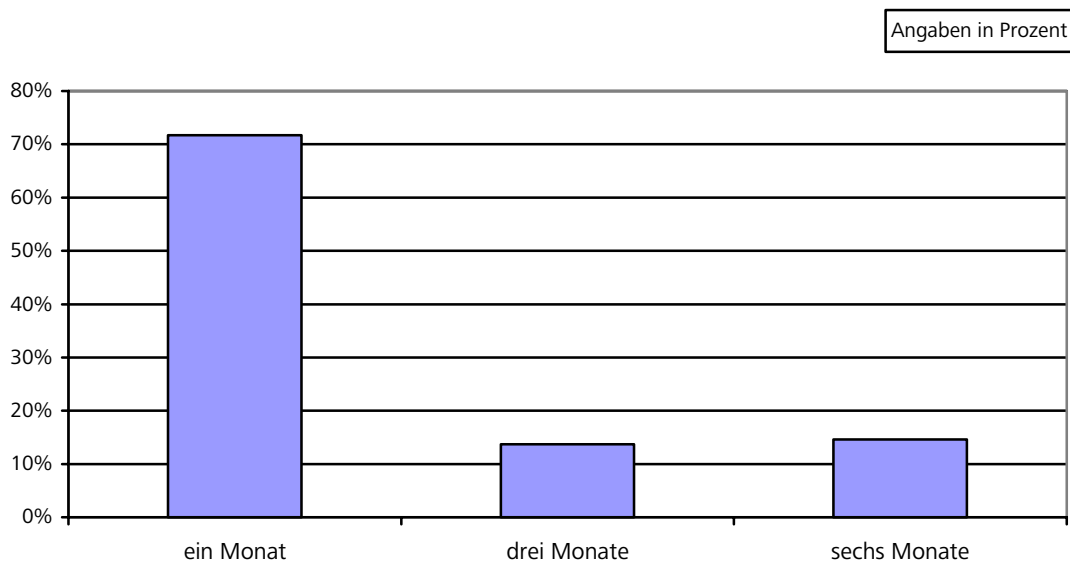
- Audiovisuelle Medien 39,6 Prozent

- Medienwirtschaft 21,4 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 18,2 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom 17,0 Prozent

2.1.3 Zeitraum bis zur Erwerbstätigkeit

Im Folgenden wurden die Absolventen nach dem Zeitraum zwischen Studienabschluss und Eintritt in die Erwerbstätigkeit gefragt. Zur Auswahl standen die Kategorien „direkt nach Studienabschluss“, „ein Monat“, „drei Monate“ und „sechs Monate“. Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden die Kategorien „direkt nach Studienabschluss“ und „ein Monat“ zusammengefasst.

Gesamtergebnis



Von 452 Teilnehmern waren nach Studienabschluss

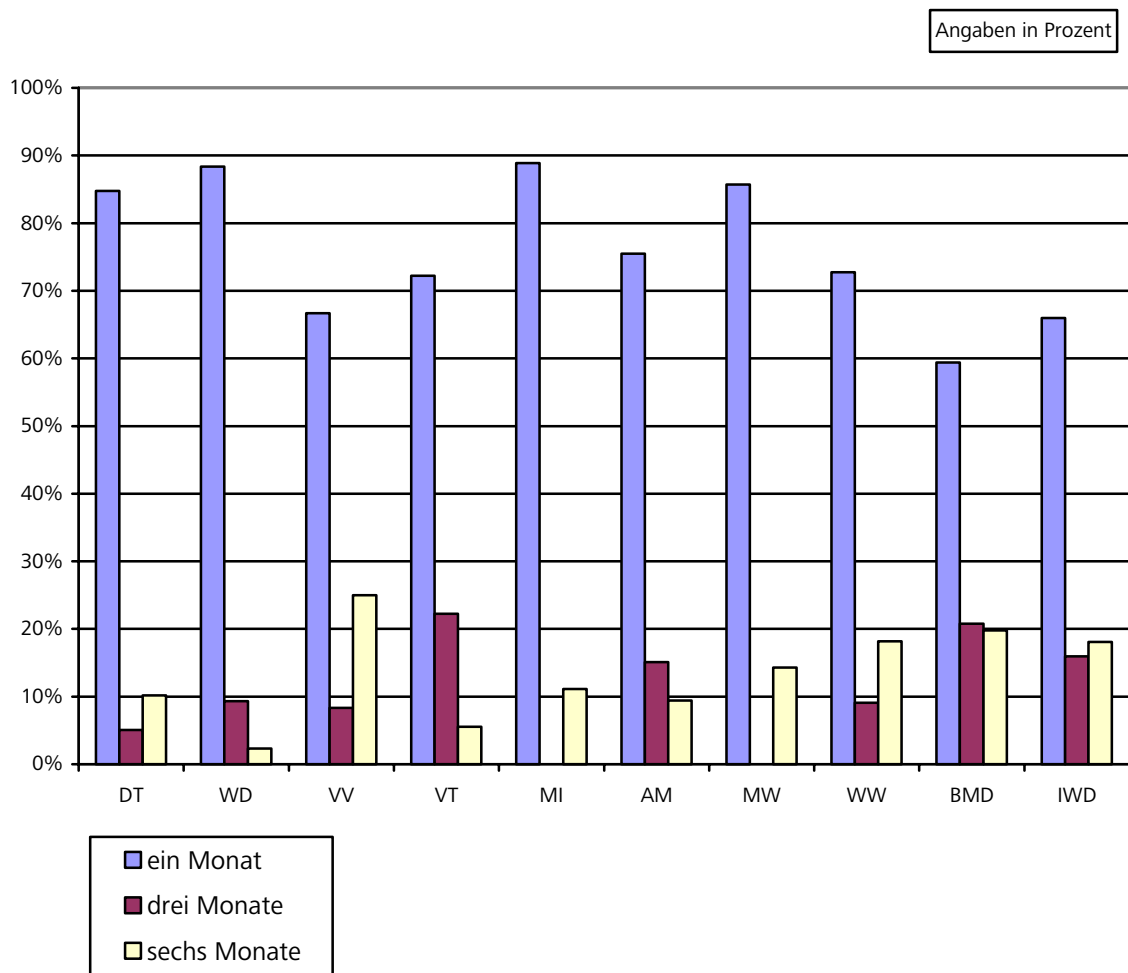
- 324 in (bis zu) einem Monat erwerbstätig 71,7 Prozent
- 62 in (bis zu) drei Monaten erwerbstätig 13,7 Prozent
- 66 in (bis zu) sechs Monaten erwerbstätig 14,6 Prozent

Annähernd drei Viertel aller Hochschulabsolventen verbuchten nach einmonatiger Stellensuche Erfolg. Danach fielen die Werte stark ab. Diese Verteilung legt nahe, dass Absolventen, die nach einem Monat noch nicht erwerbstätig waren, mit längeren Stellensuchen bis zum Berufseinstieg zu rechnen hatten. Über die Gründe kann nur spekuliert werden.

Eine Aufschlüsselung nach Studiengängen (siehe nächstes Diagramm) legt die Vermutung nahe, dass sich hinter dem Posten „sechs Monate“ auch längere Stellensuchen verbergen.

Auf dem Fragebogen konnten die Absolventen in solchen Fällen nämlich keine entsprechende Option („länger als sechs Monate“) wählen. Dass die Werte bei sechs Monaten wieder steigen, könnte sich durch einen Kumulationseffekt erklären lassen.

Aufschlüsselung nach Studiengängen



Nach einem Monat waren Absolventen dieser Studiengänge mit folgenden Anteilswerten erwerbstätig:

- Medieninformatik 88,9 Prozent
- Print-Media-Management 88,4 Prozent
- Medienwirtschaft 85,7 Prozent
- Druck- und Medientechnologie 84,7 Prozent
- Audiovisuellen Medien 75,5 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 72,7 Prozent

- Verpackungstechnik	72,2 Prozent
- Mediapublishing und der Verlagswirtschaft	66,7 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom	66,0 Prozent
- Bibliotheks- und Medienmanagements Diplom	59,4 Prozent

Nach sechs Monaten waren Absolventen dieser Studiengänge mit folgenden Anteilswerten erwerbstätig:

- Mediapublishing und der Verlagswirtschaft	25,0 Prozent*
- Bibliotheks- und Medienmanagements Diplom	19,8 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation	18,2 Prozent*
- Informationswirtschaft Diplom	18,1 Prozent*
- Medienwirtschaft	14,3 Prozent*
- Medieninformatik	11,1 Prozent*
- Druck- und Medientechnologie	10,2 Prozent*
- Audiovisuellen Medien	9,4 Prozent
- Verpackungstechnik	5,6 Prozent
- Print-Media-Managements	2,3 Prozent

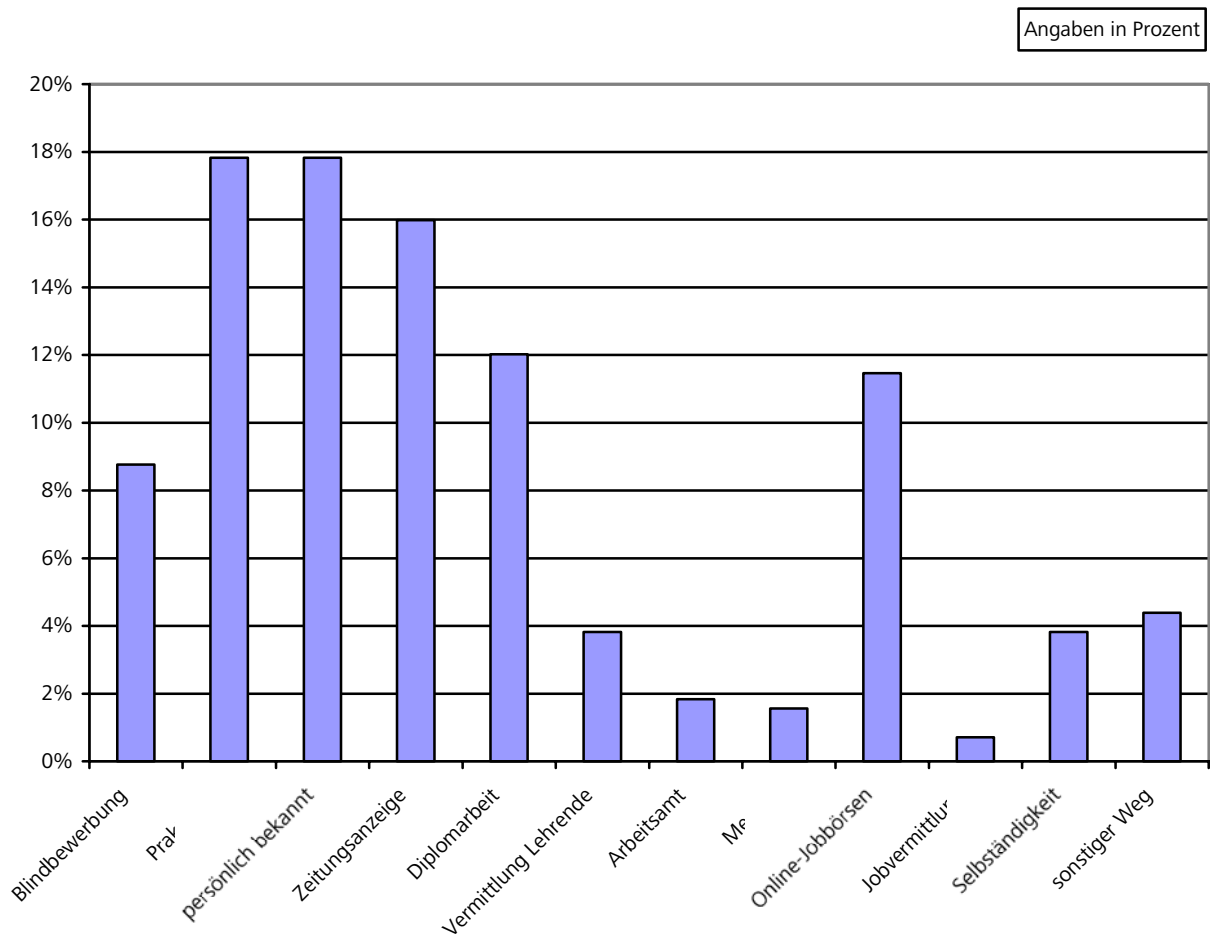
Die mit Sternchen (*) gekennzeichneten Prozentsätze (nach sechsmonatiger Stellensuche) fallen höher aus als diejenigen nach dreimonatiger Stellensuche. Aus diesem Phänomen ließe sich auf den beschriebenen Kumulationseffekt schließen. Über sechs Monate andauernde Stellensuchen waren für Absolventen der gekennzeichneten Studiengänge somit wahrscheinlich.

2.1.4 Bewerbungskanäle

Im Folgenden wurden die Teilnehmer nach dem für sie erfolgreichen Bewerbungsweg gefragt. Mehrfachnennungen waren möglich.

Aufgrund der Option zu Mehrfachnennungen lagen insgesamt 705 Stimmen vor.

Gesamtergebnis



Folgende Kanäle bahnten den Hochschulabsolventen mit hoher Erfolgsquote den Weg in die Erwerbstätigkeit:

- das Praktikum 17,9 Prozent
- die persönliche Bekanntschaft 17,9 Prozent
- die Zeitungsanzeige 16,0 Prozent
- die Diplomarbeit 12,1 Prozent
- die Online-Jobbörse 11,5 Prozent
- die Blindbewerbung 8,8 Prozent

Die Nennung „persönliche Bekanntschaft“ bildet aller Wahrscheinlichkeit nach eine Schnittmenge mit den Nennungen „Praktikum“ und „Diplomarbeit“, woraus sich ihr hoher Anteilswert erklären ließe. Auch die Nennungen „Praktikum“ und „Diplomarbeit“ können miteinander verzahnt sein, sofern der Studierende beides im gleichen Unternehmen absolviert hat.

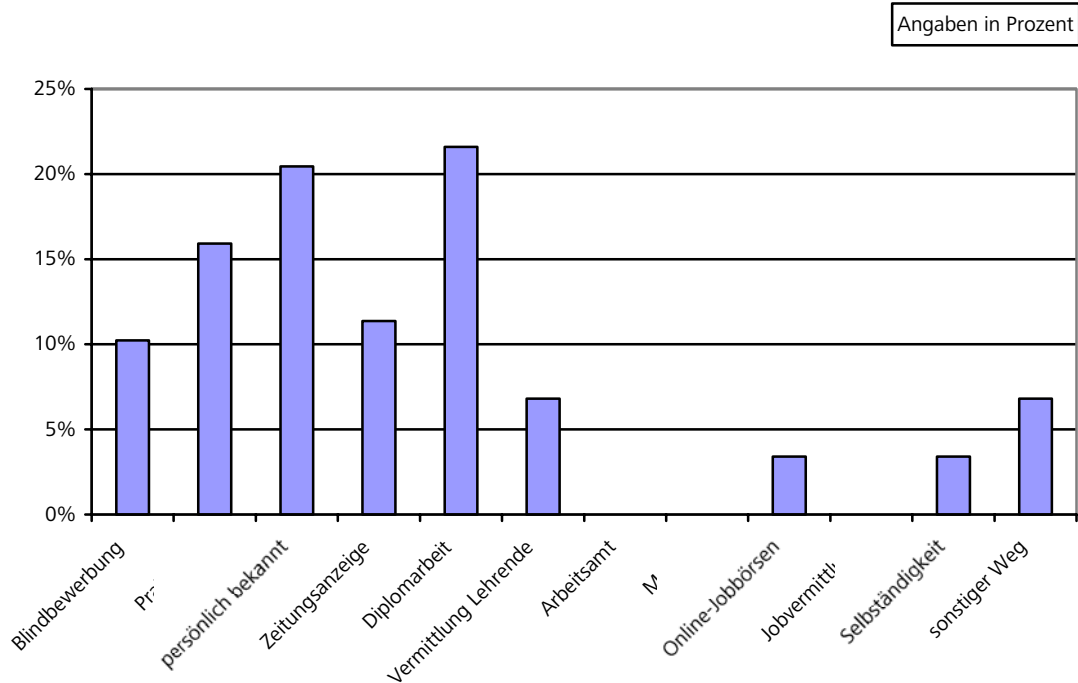
In die von persönlichen Kontakten geprägte bzw. für die Organisationsform von Fachhochschulen typische Gruppe der Einstiegsmöglichkeiten über das Praktikum, die Diplomarbeit und die persönliche Bekanntschaft ragt der konservative Bewerbungsweg über die Zeitungsanzeige als „anonymer“ Kanal hinein.

Nicht unerheblich, vor allem im Vergleich zu den abgeschlagenen Optionen (die Vermittlung von Lehrenden, das Arbeitsamt, Messen, die Jobvermittlung, die Selbständigkeit) ist der Prozentsatz derjenigen, die „anonym“ über eine Blindbewerbung in die Erwerbstätigkeit eintreten.

Unter „Online-Jobbörsen“ können Befragte reine Internetportale ebenso wie Stellenangebote von Unternehmen im Web, Online-Dienste von Zeitungen oder Zeitschriften (mit parallelem Stellenmarkt in der Print-Ausgabe) oder Online-Datenbanken eines Vermittlers (Arbeitsamt, private Jobvermittlung) verstanden haben. Dieser „moderne“ Vermittlungskanal ist nicht eindeutig identifizierbar.

Aufschlüsselung nach Studiengängen

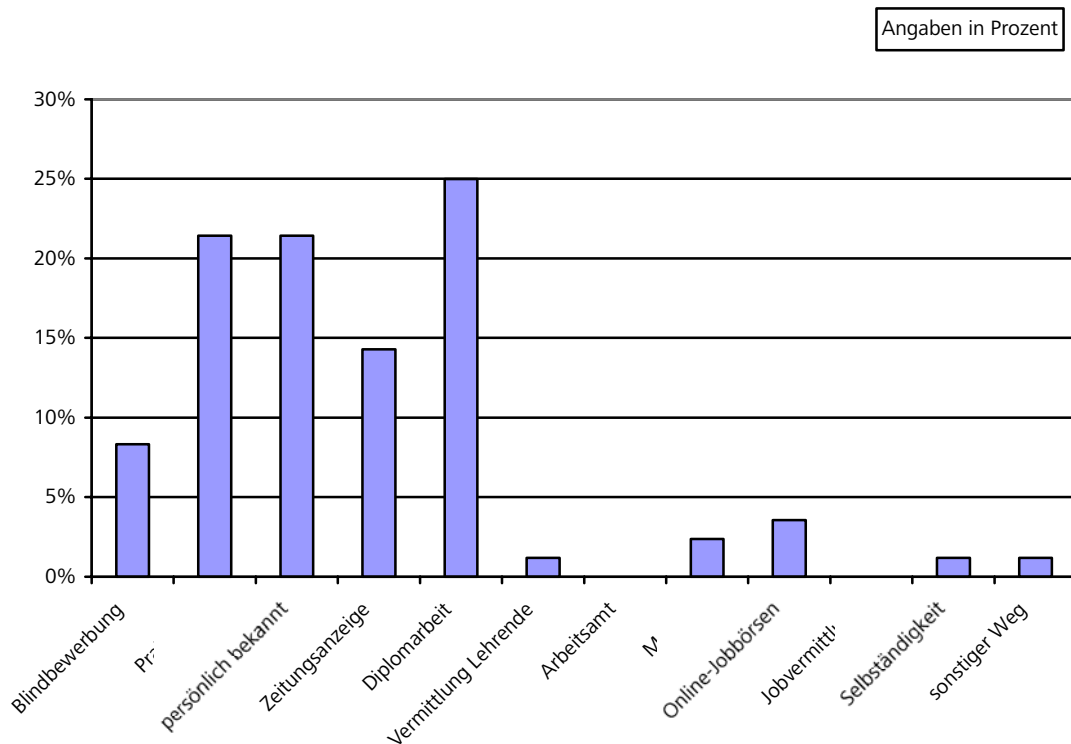
Druck- und Medientechnologie (DT)



Mit 21,6 Prozent (19 Nennungen) war die Diplomarbeit der erfolgreichste Bewerbungsweg für Absolventen der Druck- und Medientechnologie. Auch die Zahl der über persönliche Bekanntschaften angebahnten Beschäftigungsverhältnisse lag mit 20,5 Prozent (18 Nennungen) über dem Durchschnitt. Gleiches galt mit 6,8 Prozent (6 Nennungen) für den Berufseinstieg über die Vermittlung von Lehrenden. Geringer fiel hingegen die erfolgreiche Stellensuche über Zeitungsanzeigen (11,4 Prozent bzw. 10 Nennungen), sehr viel geringer der Jobeinstieg über Online-Jobbörsen (3,4 Prozent bzw. 3 Nennungen) aus.

Für Hochschulabsolventen des Studiengangs Druck- und Medientechnologie sind vor allem die konservativen, persönlich angebahnten Vermittlungswege „Diplomarbeit“, „persönliche Bekanntschaft“, „Vermittlung von Lehrenden“ ausschlaggebend.

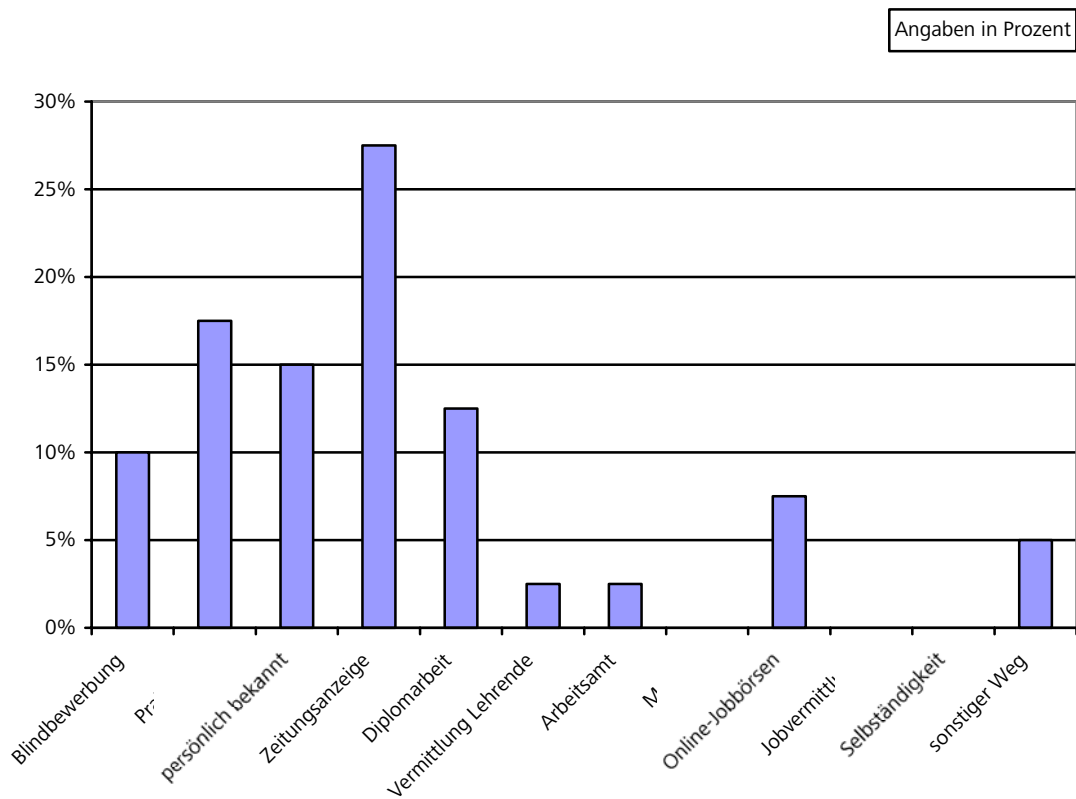
Print-Media-Management (WD)



Mit 25,0 Prozent (21 Nennungen) erwies sich die Diplomarbeit für Absolventen des Studiengangs Print-Media-Management als führendes Einfallstor in die Berufswelt. An zweite Stelle rückten Praktikum und persönliche Bekanntschaft mit jeweils 21,4 Prozent (18 Nennungen). Berufseinstiege über Zeitungsanzeigen lagen etwas unter dem Durchschnitt (14,3 Prozent bzw. 12 Nennungen). Weit abgeschlagen fand sich die Stellensuche über Online-Jobbörsen (3,6 Prozent bzw. 3 Nennungen).

Für Absolventen des Studiengangs Print-Media-Management dominierten in noch stärkerem Maße als für Abgänger der Druck- und Medientechnologie die konservativen, persönlich angebahnten Methoden der Stellensuche („Diplomarbeit“, „Praktikum“, „persönliche Bekanntschaft“).

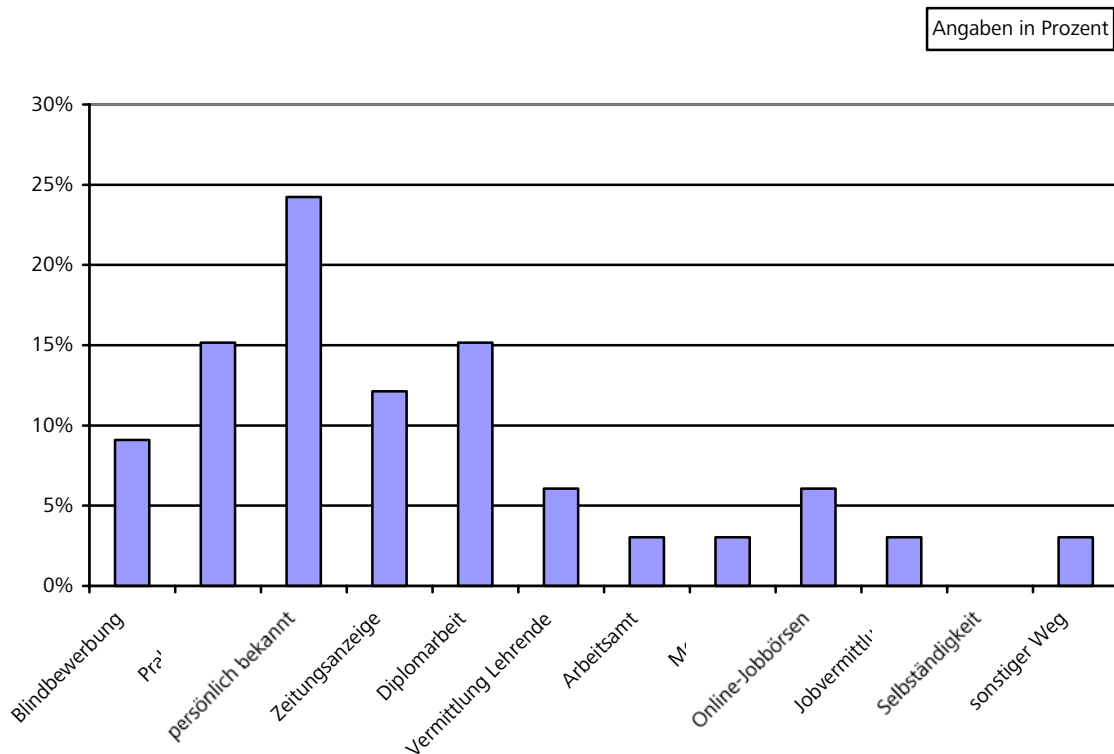
Mediapublishing und Verlagswirtschaft (VV)



27,5 Prozent (11 Nennungen) aller Absolventen des Studiengangs Mediapublishing und Verlagswirtschaft kontaktieren ihren ersten Arbeitgeber über eine Zeitungsanzeige. Damit verbuchte Mediapublishing und Verlagswirtschaft unter allen Studiengängen in dieser Kategorie den höchsten Wert. Die Werte für „Praktikum“, „Diplomarbeit“, „persönliche Bekanntschaft“ und „Blindbewerbung“ entsprachen dem Durchschnitt. Online-Jobbörsen führten seltener zum Erfolg, lagen mit 7,5 Prozent (3 Nennungen) aber durchaus im mittleren Bereich.

Die deutliche Mehrzahl der Mediapublishing und Verlagswirtschaft-Absolventen fand über Zeitungsanzeigen in die Erwerbstätigkeit. Die übrigen Wege führten mit durchschnittlicher Häufigkeit ans Ziel.

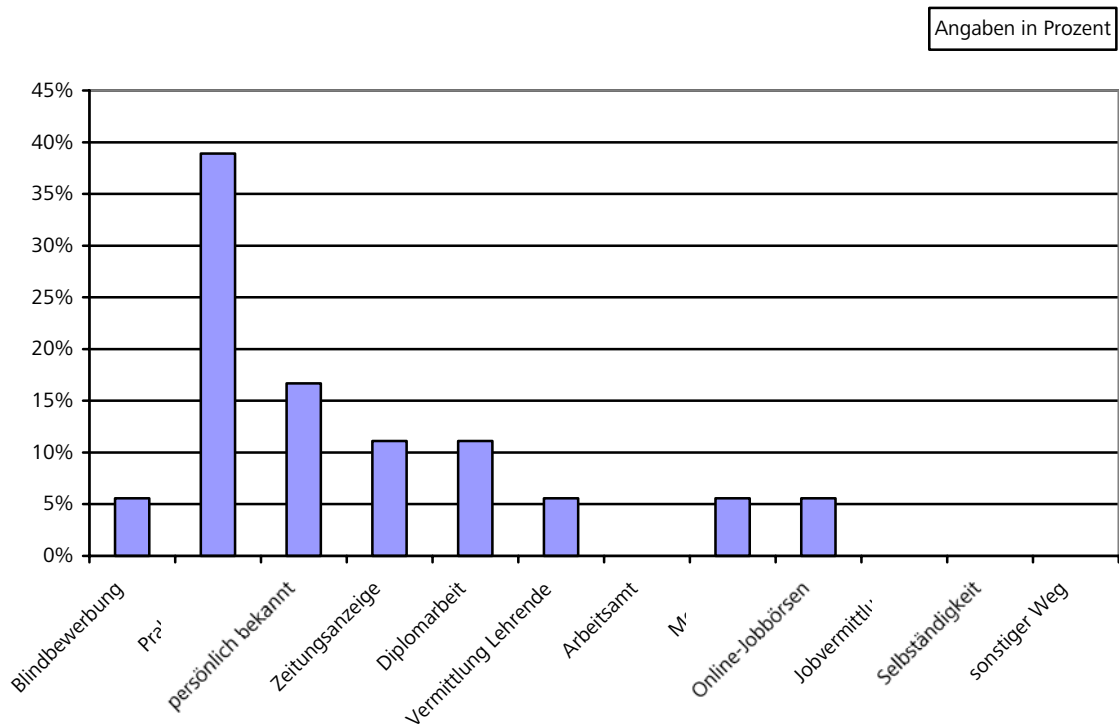
Verpackungstechnik (VT)



Absolventen der Verpackungstechnik stiegen in der Mehrzahl über persönliche Kontakte in die Berufswelt ein (24,2 Prozent, 8 Nennungen, zugleich höchster Prozentsatz unter den Studiengängen). Damit korrespondierten die höheren Vermittlungsraten über die Diplomarbeit (15,2 Prozent bzw. 5 Nennungen) sowie durch Lehrende (6,1 Prozent bzw. 2 Nennungen). Entsprechend niedrig fiel die Einstiegsquote über Zeitungsanzeigen aus (12,1 Prozent bzw. 4 Nennungen). Der Wert der Stellensuche über Online-Jobbörsen lag bei mittleren 6,1 Prozent (2 Nennungen).

In der Gesamtsicht überstieg „persönliche Bekanntschaft“ alle anderen beruflichen Einstiegswege. Die ebenfalls genannten Kategorien „Diplomarbeit“ und „Vermittlung durch Lehrende“ entsprachen dem Fokus auf konservative, persönlich angebahte Einstiegswege.

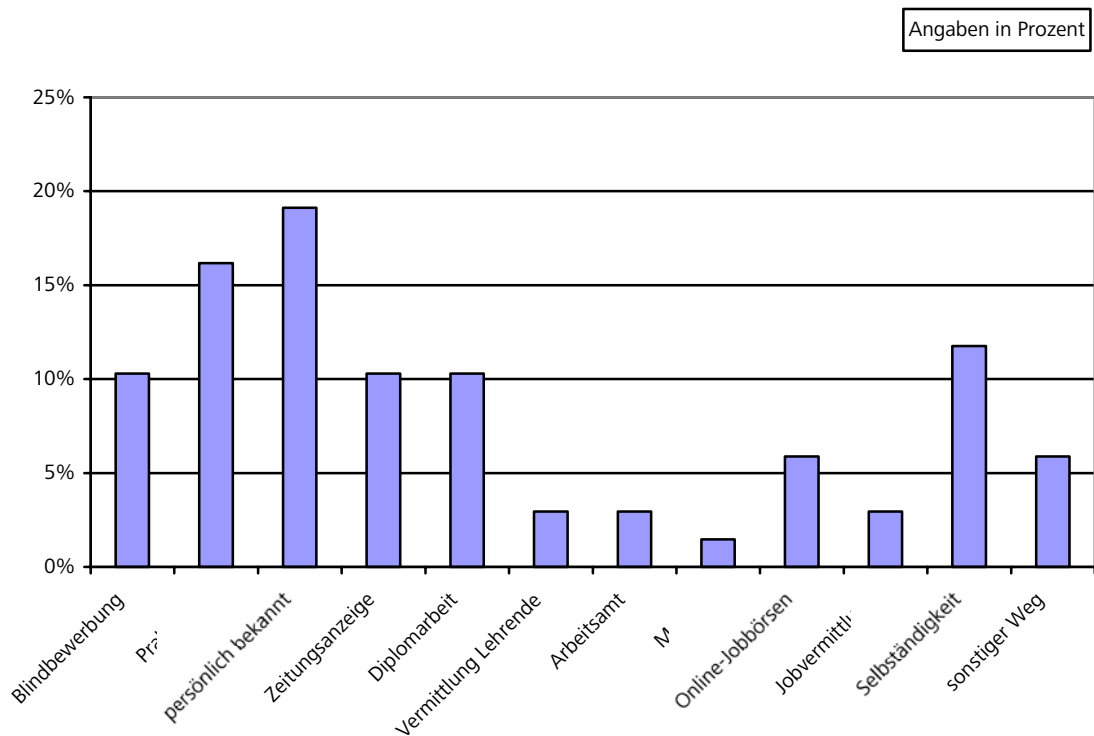
Medieninformatik (MI)



Das Praktikum verhalf annähernd zwei Fünfteln der Medieninformatik-Absolventen (38,9 Prozent, 7 Nennungen, zugleich höchster Prozentsatz unter den Studiengängen) zum ersten Job. Einstellungen über Diplomarbeiten (11,1 Prozent bzw. 2 Nennungen) und persönliche Bekanntschaften (16,7 Prozent bzw. 3 Nennungen) fielen niedriger, Einstellungen über Zeitungsanzeigen (11,1 Prozent bzw. 2 Nennungen) deutlich niedriger aus. Vergleichsweise mittleren Erfolg zeitigten Bewerbungen über Online-Stellenbörsen (5,6 Prozent bzw. 1 Nennung). Über Messen fanden immerhin überdurchschnittliche 5,6 Prozent (1 Nennung) in Lohn und Brot.

In der Mehrzahl akquirierten Absolventen der Medieninformatik ihre erste Stelle über das Praktikum. Auffällig ist allerdings, dass die Zahl der Nennungen in den affinen Kategorien „Diplomarbeit“ und „persönliche Bekanntschaft“ niedriger ausfiel.

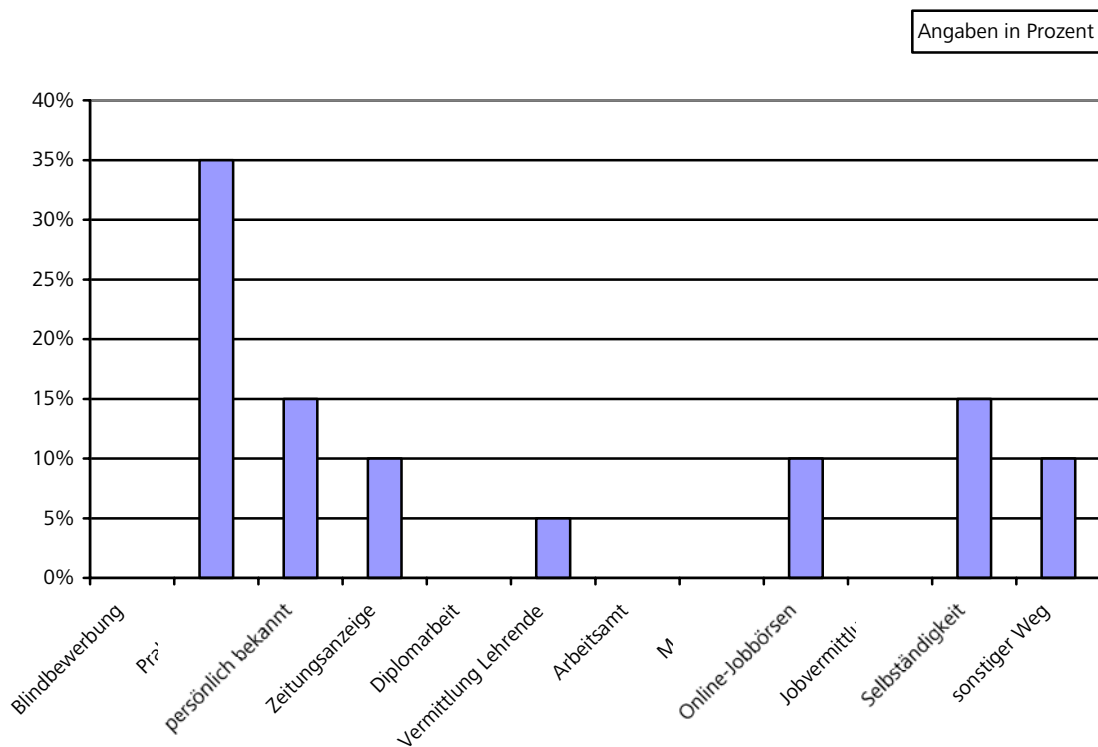
Audiovisuelle Medien (AM)



Absolventen der Audiovisuellen Medien wählten mit überdurchschnittlicher Häufigkeit den Weg in die Selbständigkeit (11,8 Prozent bzw. 8 Nennungen). Leicht überdurchschnittliche Erfolgsquoten verbuchte der Weg in die Erwerbstätigkeit über persönliche Bekanntschaften (19,1 Prozent bzw. 13 Nennungen) und Blindbewerbungen (10,3 Prozent bzw. 7 Nennungen). Online-Jobbörsen verhalfen mit mittleren 5,9 Prozent (4 Nennungen) zu einem Job. Demgegenüber verzeichneten die konservativen Bewerbungskanäle „Zeitung“ (10,3 Prozent bzw. 7 Nennungen), „Diplomarbeit“ (10,3 Prozent bzw. 7 Nennungen) und „Praktikum“ (16,2 bzw. 11 Nennungen) geringere Erfolgschancen.

Die hohe Selbständigenquote lässt ein sehr eigenes Bild entstehen. Auffällig ist die relativ hohe Häufigkeit, mit der „anonyme“ Blindbewerbungen zum Ziel führen.

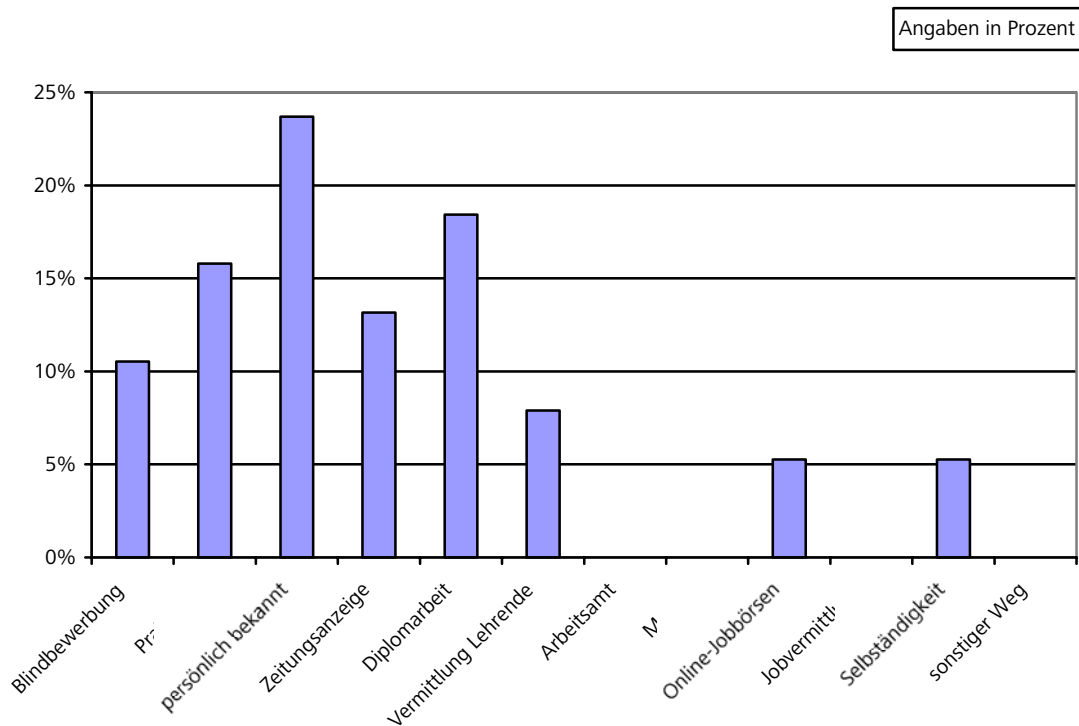
Medienwirtschaft (MW)



Auffällig viele Absolventen des Studiengangs Medienwirtschaft nahmen über das Praktikum (35,0 Prozent bzw. 7 Nennungen) Kontakt zu ihrem zukünftigen Arbeitgeber auf. Dass die ebenfalls personenbezogenen Kategorien „persönliche Bekanntschaft“ (15,0 Prozent bzw. 3 Nennungen) und „Diplomarbeit“ (0,0 Prozent bzw. 0 Nennungen) seltener bzw. gar nicht genannt wurden, ist etwas ungewöhnlich. Ein vergleichbares Bild hatte sich bei den Absolventen der Medieninformatik ergeben. Stark ins Gewicht fielen dagegen Einstellungen über Online-Jobbörsen (10,0 Prozent bzw. 2 Nennungen) sowie Existenzgründungen (15,00 Prozent bzw. 3 Nennungen). Darin zeichneten sich Gemeinsamkeiten zwischen den Absolventen der Medienwirtschaft und der Audiovisuellen Medien aus.

In der Gesamtheit ergibt sich ein heterogenes Bild: Zum einen finden Absolventen der Medienwirtschaft über das Praktikum, einem konservativen, personenbezogenen Weg in die Erwerbstätigkeit, zum anderen verbuchen sie über den innovativen, „anonymen“ Kanal der Online-Jobbörse Erfolge, zum dritten entscheiden sie sich für die Selbständigkeit.

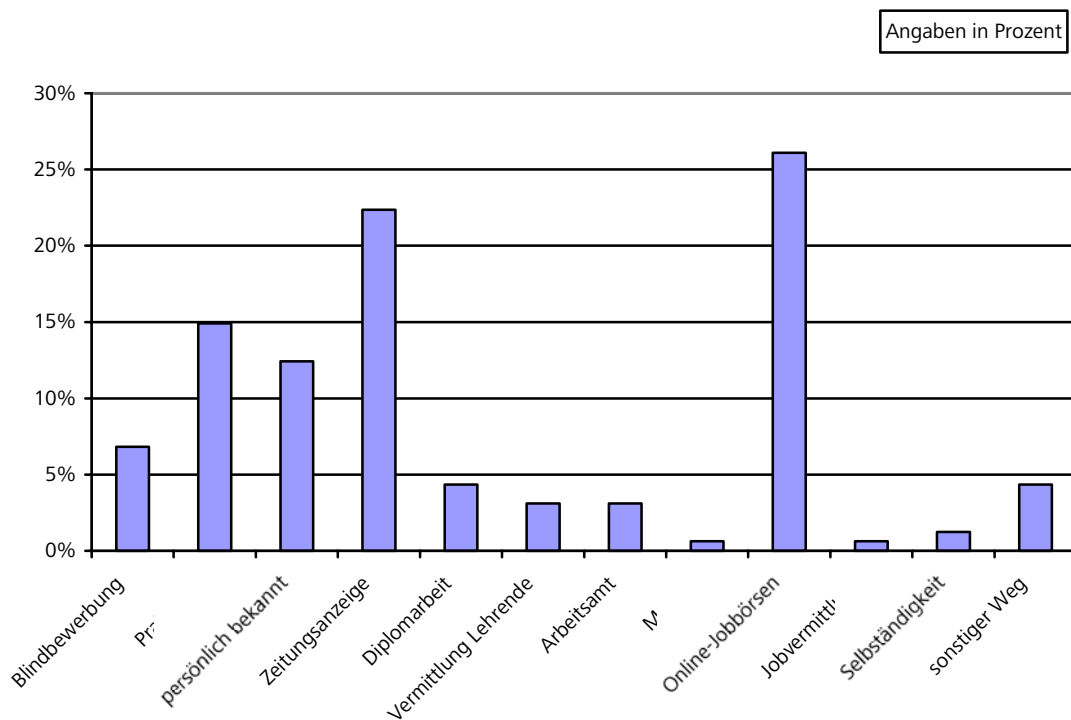
Werbung und Marktkommunikation (WW)



Am stärksten traten die konservativen, auf persönlicher Anbahnung fixierten Bewerbungswege „persönliche Bekanntschaft“ (23,7 Prozent bzw. 9 Absolventen) und „Diplomarbeit“ (18,4 Prozent bzw. 7 Nennungen) in den Vordergrund. Doch auch der konservativ „anonyme“ Bewerbungsweg „Blindbewerbung“ (10,5 Prozent bzw. 4 Nennungen) lag über den Durchschnitt. Leicht abgeschlagen blieben „Zeitungsanzeige“ (13,2 Prozent bzw. 5 Nennungen) und „Praktikum“ (15,8 Prozent bzw. 6 Nennungen). Die Online-Bewerbung lag mit 5,3 Prozent (2 Nennungen) im mittleren Feld.

Mit dem Schwerpunkt auf den konservativ personenbezogenen Kategorien „persönliche Bekanntschaft“ und „Diplomarbeit“ lässt Werbung und Marktkommunikation im Gesamtbild Parallelen zu Druck- und Medientechnologie, Print-Media-Management und Verpackungstechnik erkennen.

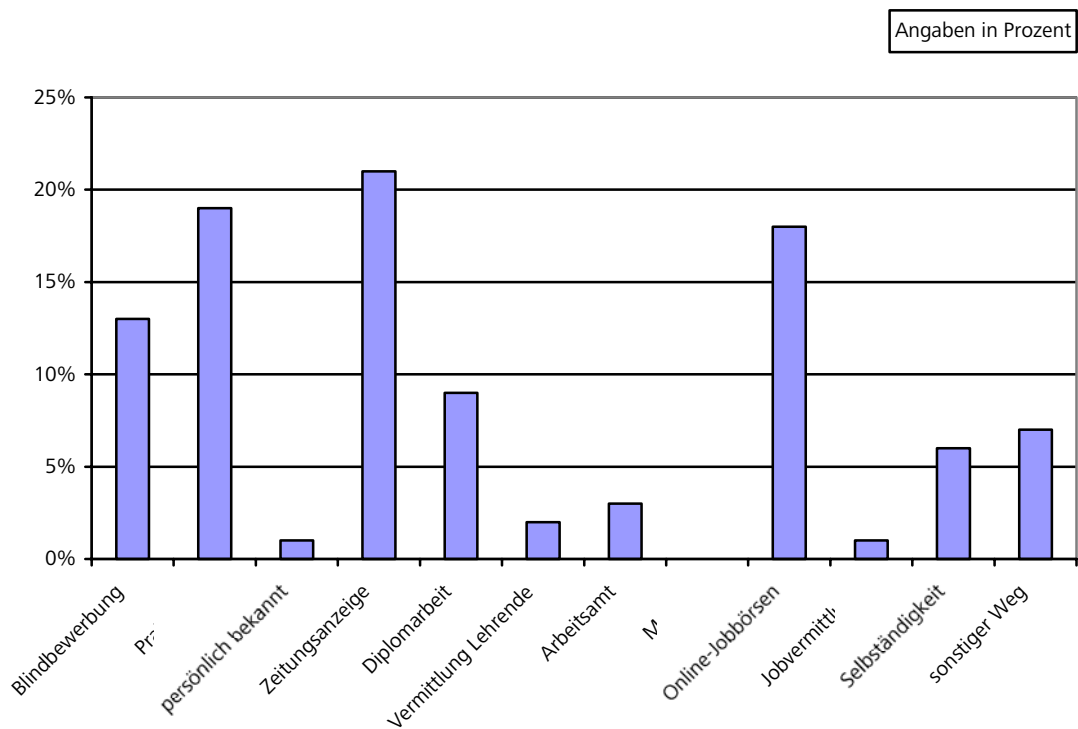
Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom (BMD)



Sehr hohe Erfolgsquoten verzeichneten die Absolventen des Diplom-Studiengangs Bibliotheks- und Medienmanagement über die konservativ „anonyme“ Zeitungsanzeige (22,4 Prozent bzw. 36 Nennungen) und die innovativ „anonyme“ Online-Jobbörse (26,1 Prozent bzw. 42 Nennungen). Die personenbezogenen Kanäle „Diplomarbeit“ (4,3 Prozent bzw. 7 Nennungen), „Praktikum“ (14,9 Prozent bzw. 24 Nennungen) und „persönliche Bekanntschaft“ (12,4 Prozent bzw. 20 Nennungen) offenbarten dagegen zum Teil deutlich unterdurchschnittliche Relevanz.

Den Schwerpunkt auf „anonymen“ Bewerbungskanälen haben die Diplom-Studiengänge Bibliotheks- und Medienmanagement sowie Informationswirtschaft (siehe Seite 26) des Fachbereiches Information und Kommunikation gemeinsam. Hierin unterscheiden sie sich deutlich von den Studiengängen der Fachbereiche Druck und Medien und Electronic Media.

Informationswirtschaft Diplom (IWD)



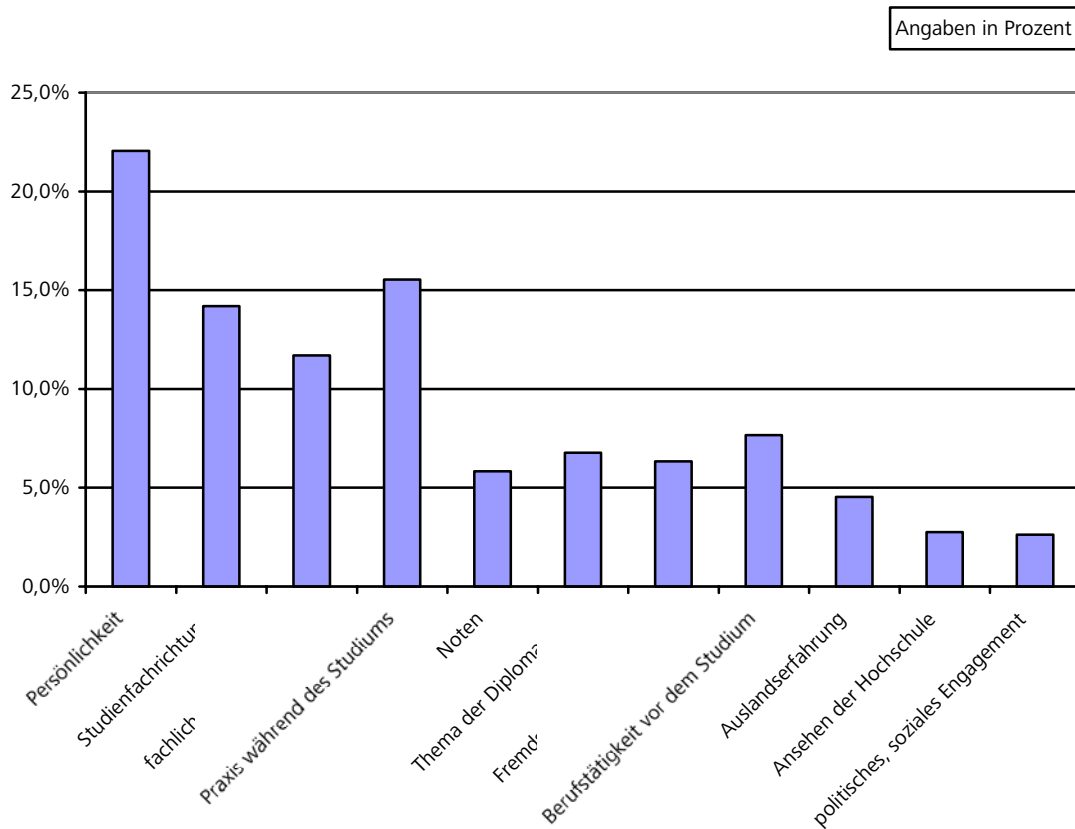
Großenteils fanden die Abgänger des Diplom-Studiengangs Informationswirtschaft wie die Absolventen des Diplom-Studiengangs Bibliotheks- und Medienmanagements über Zeitungsanzeigen (21,0 Prozent bzw. 21 Nennungen) und Online-Jobbörsen (18,0 Prozent bzw. 18 Nennungen) in die Erwerbstätigkeit. Doch auch das Praktikum (19,0 Prozent bzw. 18 Nennungen) und Blindbewerbungen (13,0 Prozent bzw. 13 Nennungen) führten mit überdurchschnittlicher Häufigkeit zum Erfolg. Deutlich zurück fielen Berufseinstiege über die Diplomarbeit (9,0 Prozent bzw. 9 Nennungen), sehr deutlich zurück über persönliche Bekanntschaften (1,0 Prozent bzw. 1 Nennung). Existenzgründungen lagen mit 6,0 Prozent (6 Nennungen) im mittleren Feld.

Auch hier dominieren „anonyme“ Formen des Berufseinstiegs, seien sie konservativ („Zeitungsanzeige“, „Blindbewerbung“) oder innovativ („Online-Jobbörse“). Dennoch ist das Gesamtbild weniger homogen als für den Diplom-Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement: Dass Berufseinstiege auch über persönliche Anbahnungen stattfinden, verdeutlicht die Erfolgsrate der Kategorie „Praktikum“.

2.1.5 Einstellungsaspekte der Arbeitgeber

Es wurden alle Beteiligten gefragt, welche Faktoren aus ihrer Sicht ausschlaggebend für den erfolgreichen Berufseinstieg gewesen waren. Mehrfachnennungen waren möglich.

Gesamtergebnis



Mit über zehnpromzentigen Werten wurden folgende Kategorien genannt:

- Persönlichkeit 22,2 Prozent
- Praxis während des Studiums 15,7 Prozent
- Studienfachrichtung 14,3 Prozent
- fachliche Schwerpunkte 11,8 Prozent

Werte zwischen 5 und 10 Prozent erzielten folgende Kriterien:

- Berufstätigkeit vor dem Studium 7,7 Prozent
- Thema der Diplomarbeit 6,8 Prozent
- Fremdsprachenkenntnisse 6,4 Prozent
- Noten 5,9 Prozent

Unter 5 Prozent der Befragten schätzten die nachfolgenden Faktoren als ausschlaggebende Größen ein:

- Auslandserfahrung 4,6 Prozent
- Ansehen der Hochschule 2,8 Prozent
- Politisches oder soziales Engagement 2,6 Prozent

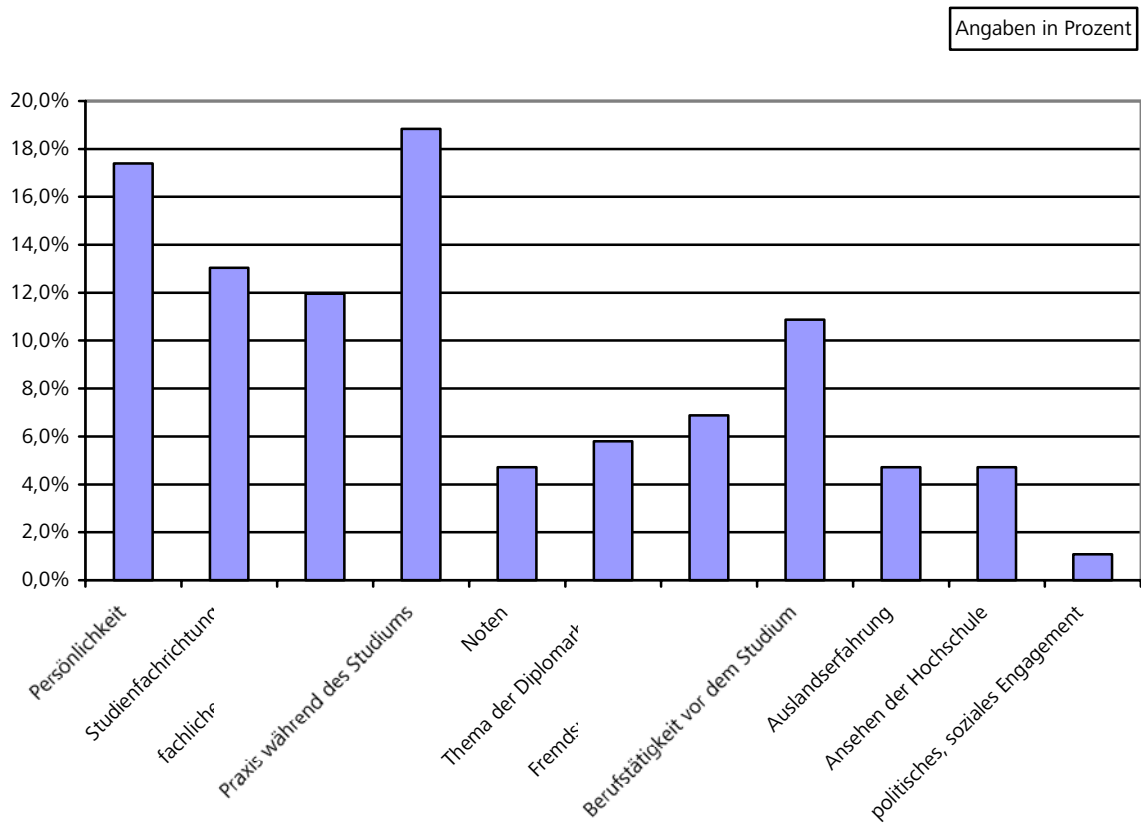
Die genannten Kriterien lassen sich zu Gruppen bündeln, von denen drei ins Gewicht fallen: die für sich stehende Kategorie „Persönlichkeit“, die Gruppe der Kategorien mit starkem Praxisbezug („Praxis während des Studiums“ und „Berufstätigkeit vor dem Studium“) und die Gruppe der Kategorien mit starkem Studieninhaltsbezug („Studienfachrichtung“, „fachliche Schwerpunkte“, „Thema der Diplomarbeit“, „Noten“).

In der Gesamtdarstellung dominiert die Kategorie „Persönlichkeit“ vor den Positionen rund um Praxisbezug und Studieninhalte.

Mit hoher Wahrscheinlichkeit treten Kombinationen bei Mehrfachnennungen vor allem innerhalb dieser Gruppen auf.

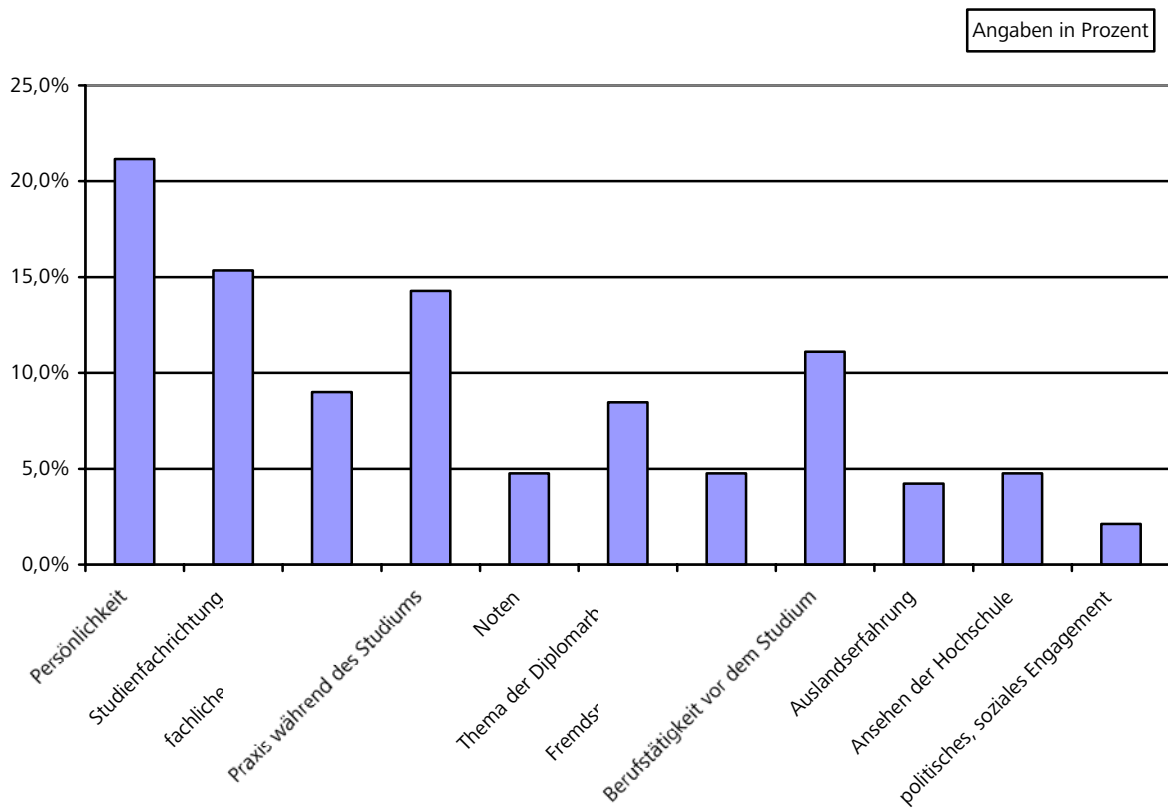
Aufschlüsselung nach Studiengängen

Druck- und Medientechnologie (DT)



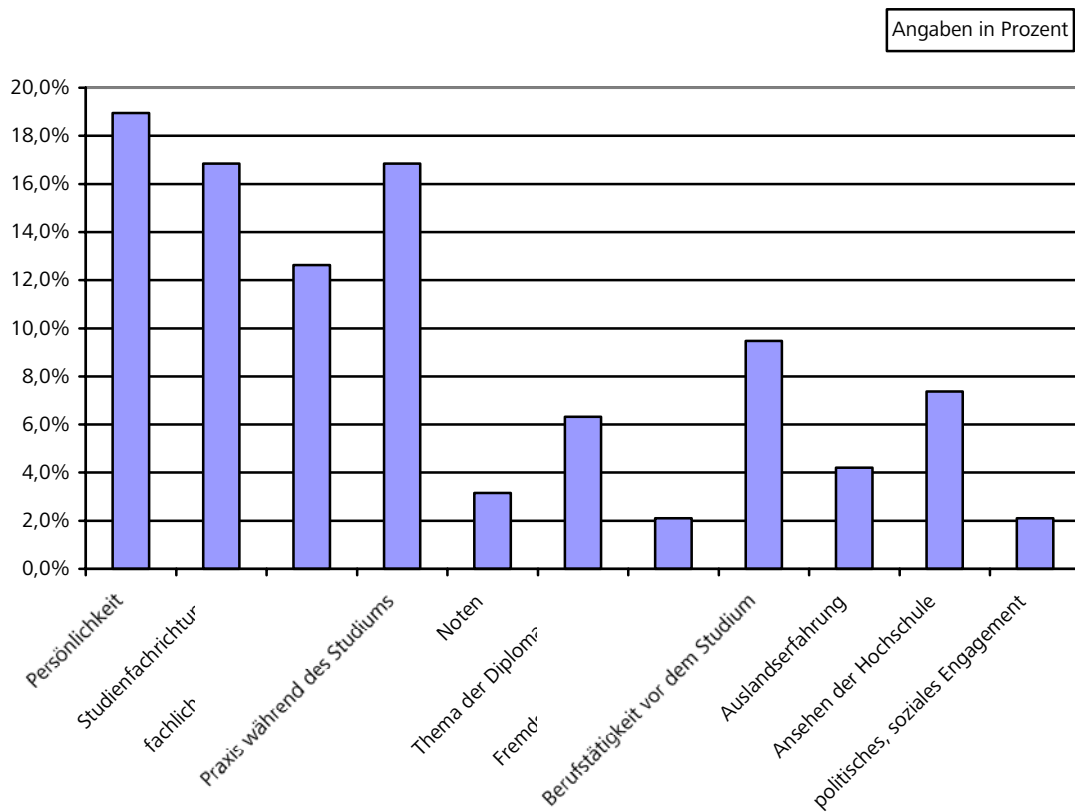
Absolventen der Druck- und Medientechnologie schätzten den Faktor Persönlichkeit niedriger ein als der Durchschnitt (17,4 Prozent bzw. 48 Nennungen). Stärkere Bedeutung maßen sie dagegen den praxisbezogenen Kriterien „Praxis während des Studiums“ (18,8 Prozent bzw. 52 Nennungen) und „Berufstätigkeit vor dem Studium“ (10,9 Prozent bzw. 30 Nennungen) bei.

Print-Media-Management (WD)



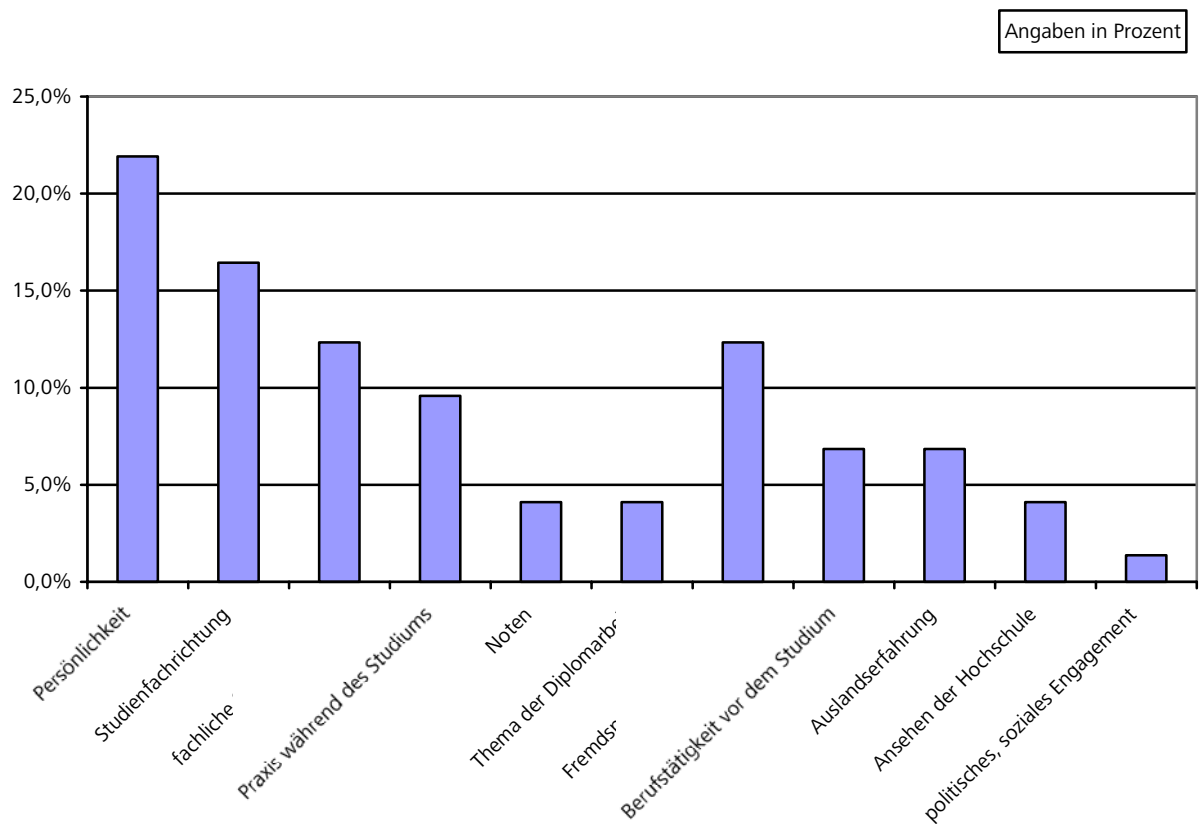
Auch die Absolventen des Studiengangs Print-Media-Management maßen dem Kriterium Berufspraxis mehr Bedeutung als im HdM-Durchschnitt zu. Sie nannten den Faktor „Berufstätigkeit vor dem Studium“ mit 11,1 Prozent (21 Nennungen). Die studieninhaltsbezogene Kategorie „fachliche Schwerpunkte“ fiel deutlich auf 9,0 Prozent (17 Nennungen) zurück.

Mediapublishing und Verlagswirtschaft (VV)



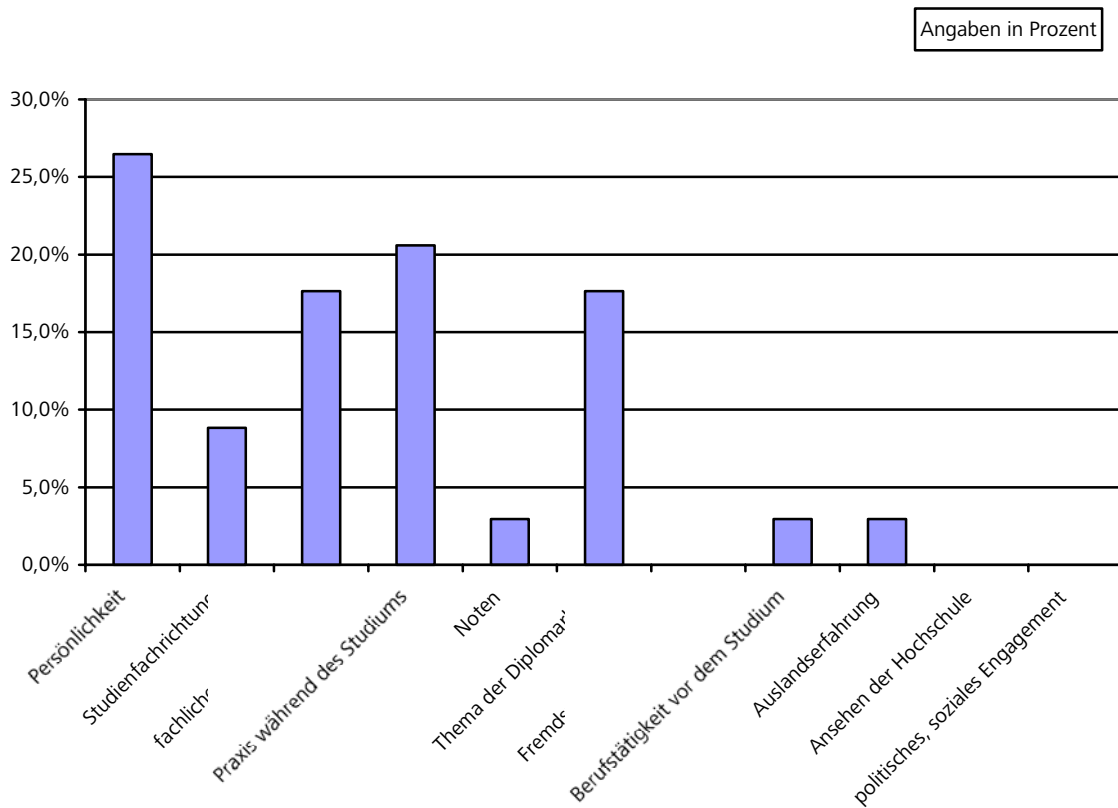
Weniger Nennungen als im Durchschnitt erhielten die Kategorien „Persönlichkeit“ (18,9 Prozent bzw. 18 Nennungen) und „Fremdsprachenkenntnisse“ (2,1 Prozent bzw. 2 Nennungen). Absolventen des Studiengangs Mediapublishing und Verlagswirtschaft nannten hingegen das „Ansehen der Hochschule“ mit deutlich stärkeren Anteilen (7,4 Prozent bzw. 7 Nennungen) als bedeutenden Faktor.

Verpackungstechnik (VT)



Absolventen der Verpackungstechnik schätzten das Kriterium „Praxis während des Studiums“ im Unterschied zu ihren Kommilitonen aus den Studiengängen Druck- und Medientechnologie, Print-Media-Management und Mediapublishing und Verlagswirtschaft weit unbedeutender ein (9,6 Prozent bzw. 7 Nennungen). Stärker als im Durchschnitt nannten sie hingegen die Kategorie Fremdsprachenkenntnisse (12,3 Prozent bzw. 9 Nennungen). Dies korrespondiert mit einer etwas höheren Anteilsquote bei „Auslandserfahrung“ (6,8 Prozent bzw. 5 Nennungen).

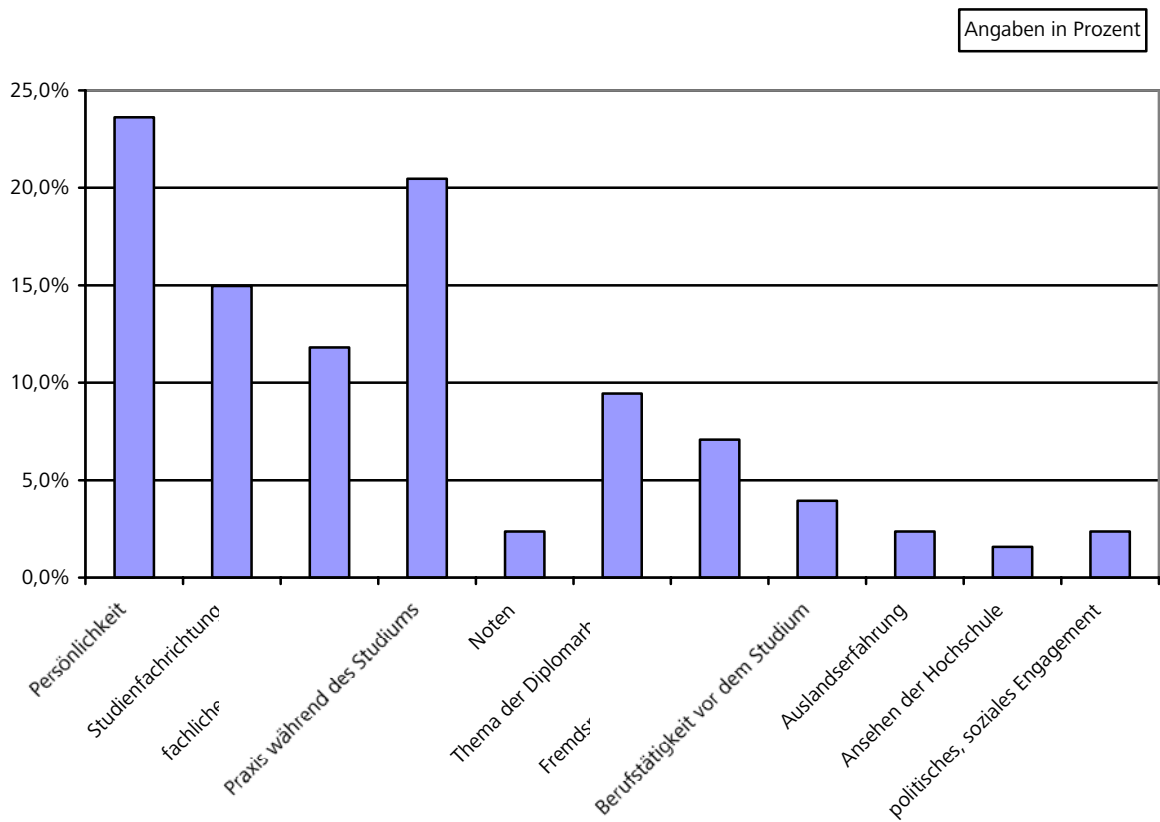
Medieninformatik (MI)



Das Meinungsbild des Studiengangs Medieninformatik weist deutliche Differenzen zu den Darstellungen der übrigen Studiengänge auf. Weit mehr Nennungen als im HdM-Durchschnitt erhielten die Kriterien „Persönlichkeit“ (26,5 Prozent bzw. 9 Nennungen) sowie die studieninhaltsbezogenen Größen „fachliche Schwerpunkte“ (17,6 Prozent bzw. 6 Nennungen), „Thema der Diplomarbeit“ (17,6 Prozent bzw. 6 Nennungen) und „Studienfachrichtung“ (8,8 Prozent bzw. 3 Nennungen). Allerdings sprachen sich nur sehr wenige Absolventen für das Kriterium „Noten“ (2,9 Prozent bzw. 1 Nennung) aus.

Innerhalb der Gruppe praxisbezogener Kriterien fielen ebenfalls Divergenzen auf: Mit 20,6 Prozent (7 Nennungen) empfanden sehr viele Absolventen „Praxis während des Studiums“ als einen bedeutsamen Einstellungsfaktor. Kaum ins Gewicht fiel dagegen die Kategorie „Berufstätigkeit vor dem Studium“ (2,9 Prozent bzw. 1 Nennung).

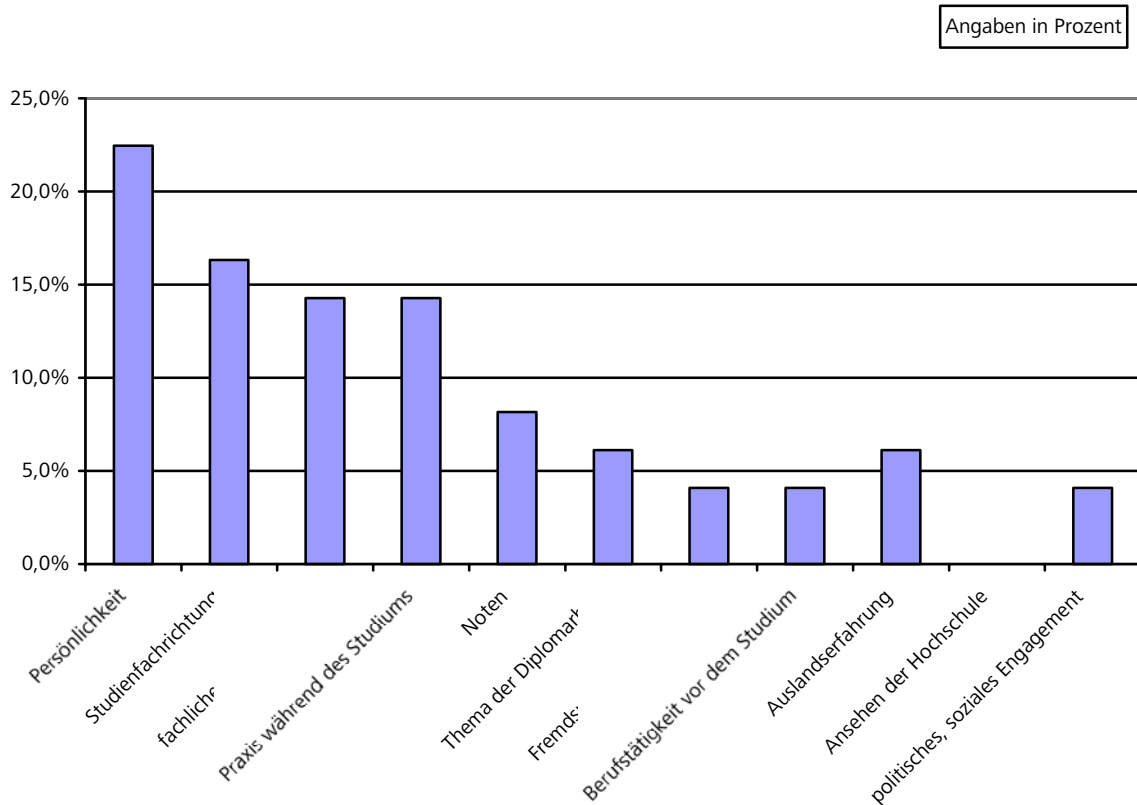
Audiovisuelle Medien (AM)



Auch im Meinungsbild des Studiengangs Audiovisuelle Medien dominierte die Kategorie „Praxis während des Studiums“ mit 20,5 Prozent (26 Nennungen). Überdurchschnittlich repräsentiert war ebenfalls das „Thema der Diplomarbeit“ (9,4 Prozent bzw. 12 Nennungen). Das praxisbezogene Kriterium „Berufstätigkeit vor dem Studium“ (3,9 Prozent bzw. 5 Nennungen) fiel hingegen zurück, ebenfalls die studieninhaltsbezogene Größe „Noten“ (2,4 Prozent bzw. 3 Nennungen).

Im Vergleich zu den anderen Studiengängen gibt Audiovisuelle Medien ein uneinheitliches Meinungsbild ab.

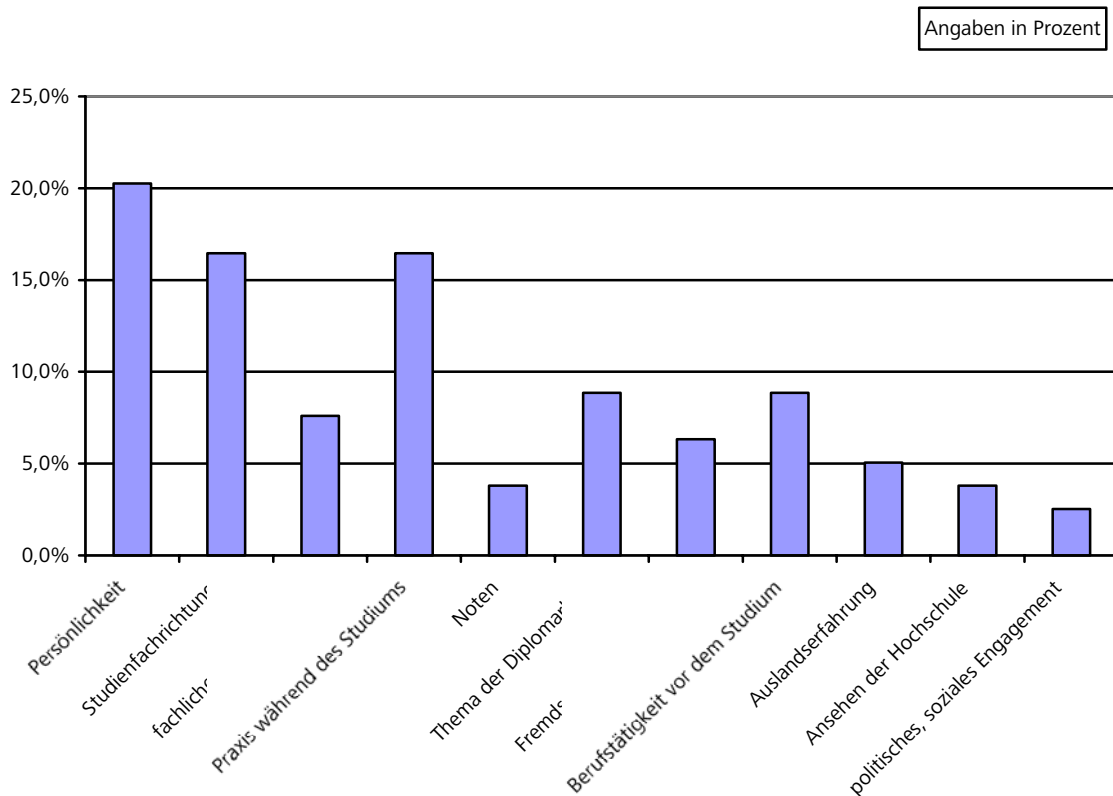
Medienwirtschaft (MW)



Absolventen des Studiengangs Medienwirtschaft betonten die Relevanz studienbezogener Einstellungskriterien: Überdurchschnittliche 14,3 Prozent (7 Nennungen) bezeichneten die Kategorie „fachliche Schwerpunkte“ als wichtige Qualifikation, 8,2 Prozent (4 Nennungen) die Noten. Von leicht geringerer Bedeutung war nach Ansicht der Absolventen das praxisbezogene Kriterium „Praxis während des Studiums“ (4,3 Prozent bzw. 7 Nennungen), von deutlich geringerer Bedeutung das Kriterium „Berufstätigkeit vor dem Studium“ (4,1 Prozent bzw. 2 Nennungen).

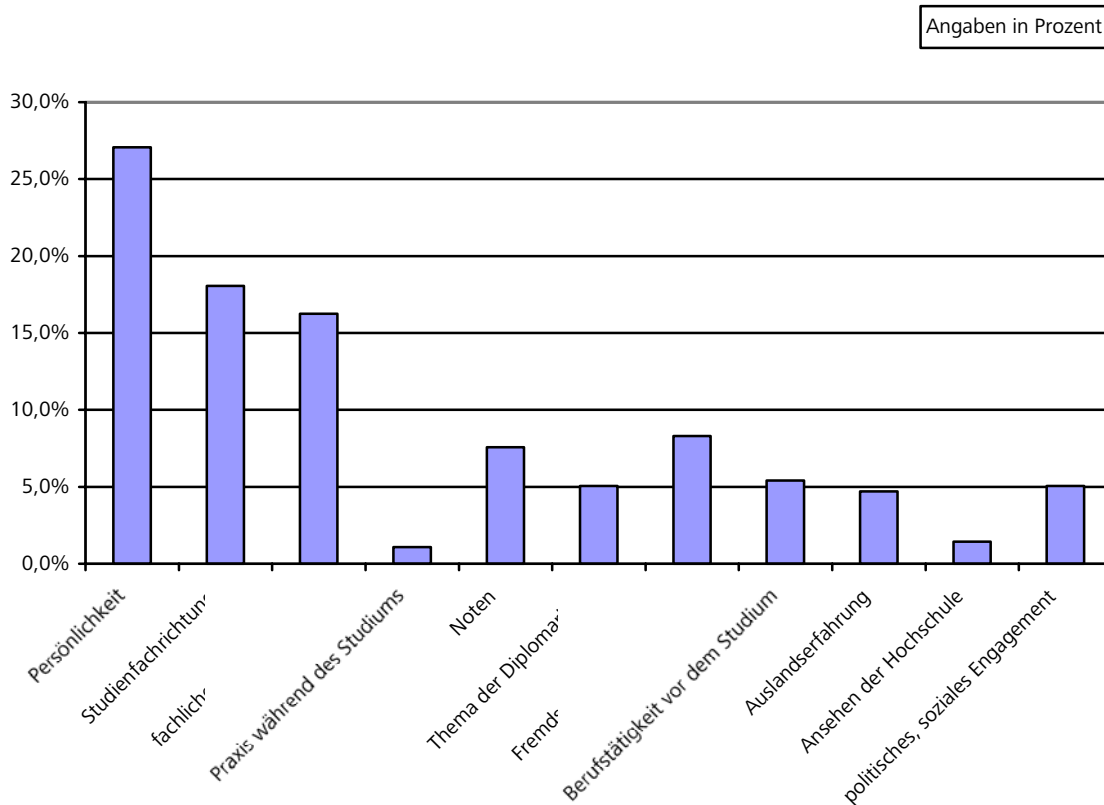
Auffällig ist die stärkere Gewichtung des Faktors „politisches oder soziales Engagement“ als Kriterium für den Einstieg in die Erwerbstätigkeit (4,1 Prozent bzw. 2 Nennungen).

Werbung und Marktkommunikation (WW)



Hinsichtlich der studieninhaltsbezogenen Größen ergibt sich für den Studiengang Werbung und Marktkommunikation ein recht individuelles Meinungsbild: Eine etwas stärkere Gewichtung erfuhren die Kategorien „Studienfachrichtung“ (16,5 Prozent bzw. 8 Nennungen) und „Thema der Diplomarbeit“ (8,9 Prozent bzw. 7 Nennungen), eine schwächere Gewichtung „fachlichen Schwerpunkte“ (7,6 Prozent bzw. 6 Nennungen) und „Noten“ (3,8 Prozent bzw. 3 Nennungen). Die Werte der praxisbezogenen Kategorien entsprachen dem HdM-Durchschnitt.

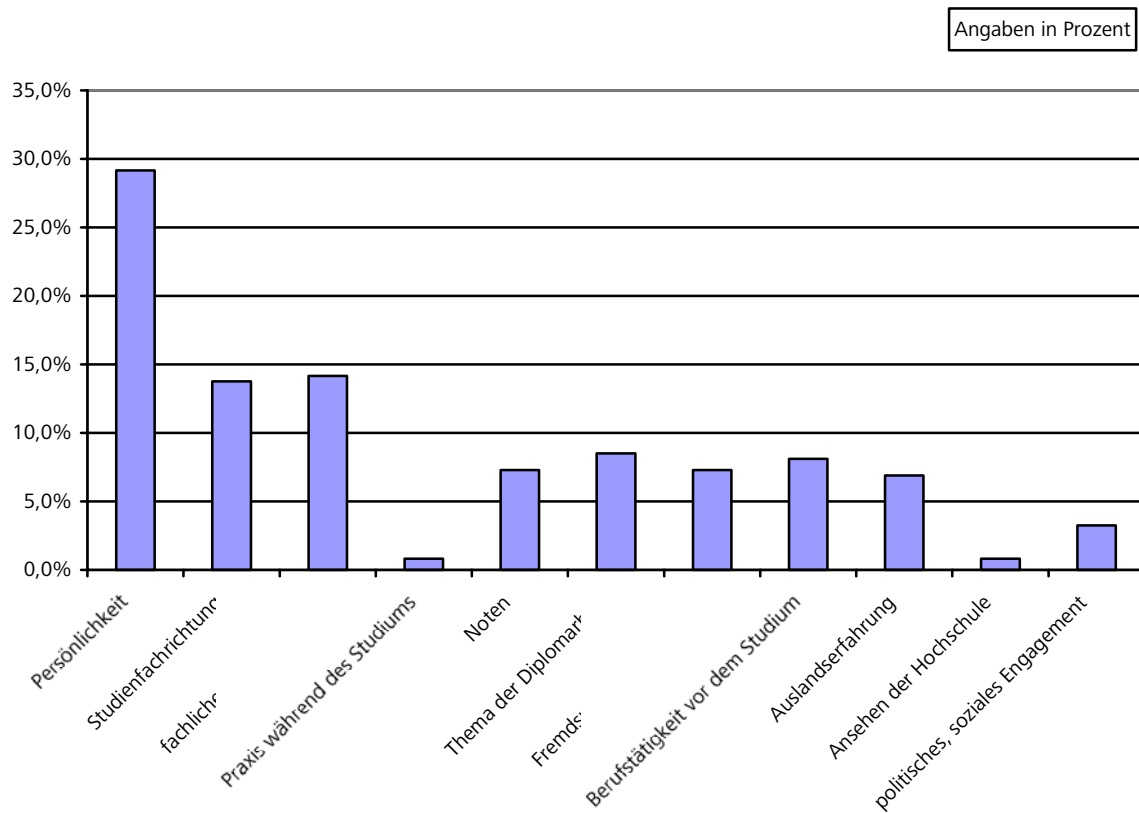
Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom (BMD)



Stark von den Meinungsbildern aus den Fachbereichen Druck und Medien sowie Electronic Media weichen diejenigen aus dem Fachbereich Information und Kommunikation ab.

Absolventen des Diplom-Studiengangs Bibliotheks- und Medienmanagement schätzten „Persönlichkeit“ (27,1 Prozent, 75 Nennungen) mit großem Abstand als wichtigstes Einstellungskriterium ein. Auch studieninhaltsbezogene Kategorien spielten ihrer Ansicht nach eine wichtige Rolle: Überdurchschnittlich viele Nennungen erhielten „Studienfachrichtung“ (18,1 Prozent bzw. 50 Nennungen), „fachliche Schwerpunkte“ (16,2 Prozent bzw. 50 Nennungen), „Noten“ (7,6 Prozent, 21 Nennungen). Auffällig ist weiterhin die Bedeutung, die Absolventen den Fremdsprachenkenntnissen (8,3 Prozent bzw. 23 Nennungen) und dem politischen oder sozialen Engagement (5,1 Prozent, 14 Nennungen) beimaßen. Praxisbezogene Einstellungskriterien spielten hingegen eine untergeordnete Rolle: Bei einem HdM-Durchschnitt von 15,7 Prozent führten nur 1,1 Prozent der Bibliotheks- und Medienmanager (3 Nennungen) „Praxis während des Studiums“ als ausschlaggebendes Einstellungskriterium an, 5,4 Prozent (15 Nennungen) „Berufstätigkeit vor dem Studium“.

Informationswirtschaft Diplom (IWD)



Das Gesamtbild des Diplom-Studiengangs Informationswirtschaft differiert in noch stärkerem Maße als dasjenige des Diplom-Studiengangs Bibliotheks- und Medienmanagement von den Ergebnissen aus den Fachbereichen Druck und Medien und Electronic Media.

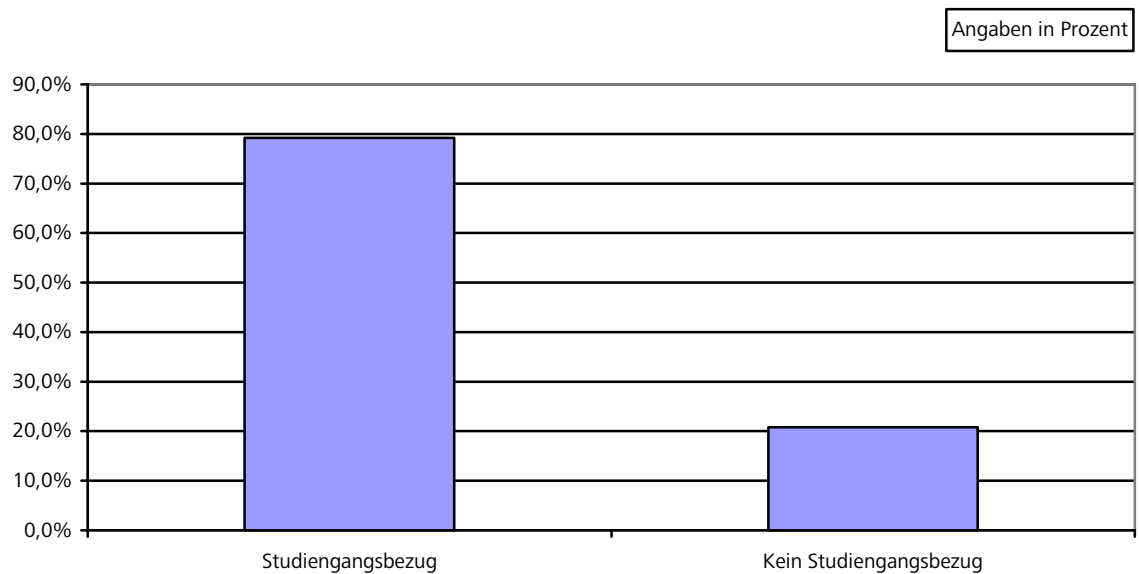
Mit 29,1 Prozent (72 Nennungen) wiesen Absolventen der Informationswirtschaft dem Kriterium „Persönlichkeit“ einen überragenden ersten Platz zu. Leichte Anstiege gegenüber dem HdM-Durchschnitt ließen sich bei den studieninhaltsbezogenen Kategorien „fachliche Schwerpunkte“ (14,2 Prozent bzw. 35 Nennungen), „Noten“ (7,3 Prozent bzw. 18 Nennungen) und „Thema der Diplomarbeit“ (8,5 Prozent, 21 Nennungen) erkennen. Dagegen schätzten Absolventen die Relevanz des Kriteriums „Praxis während des Studiums“ minimal ein: mit 0,8 Prozent (2 Nennungen) lag der Wert annähernd 15 Prozent unter dem HdM-Durchschnitt.

2.2 Der erste Arbeitsplatz

2.2.1 Studiengangsbezug des Arbeitsplatzes

Die an der Umfrage Beteiligten wurden gefragt, ob sie an ihrem ersten Arbeitsplatz in einem studiengangsbezogenen Beruf gearbeitet hätten.

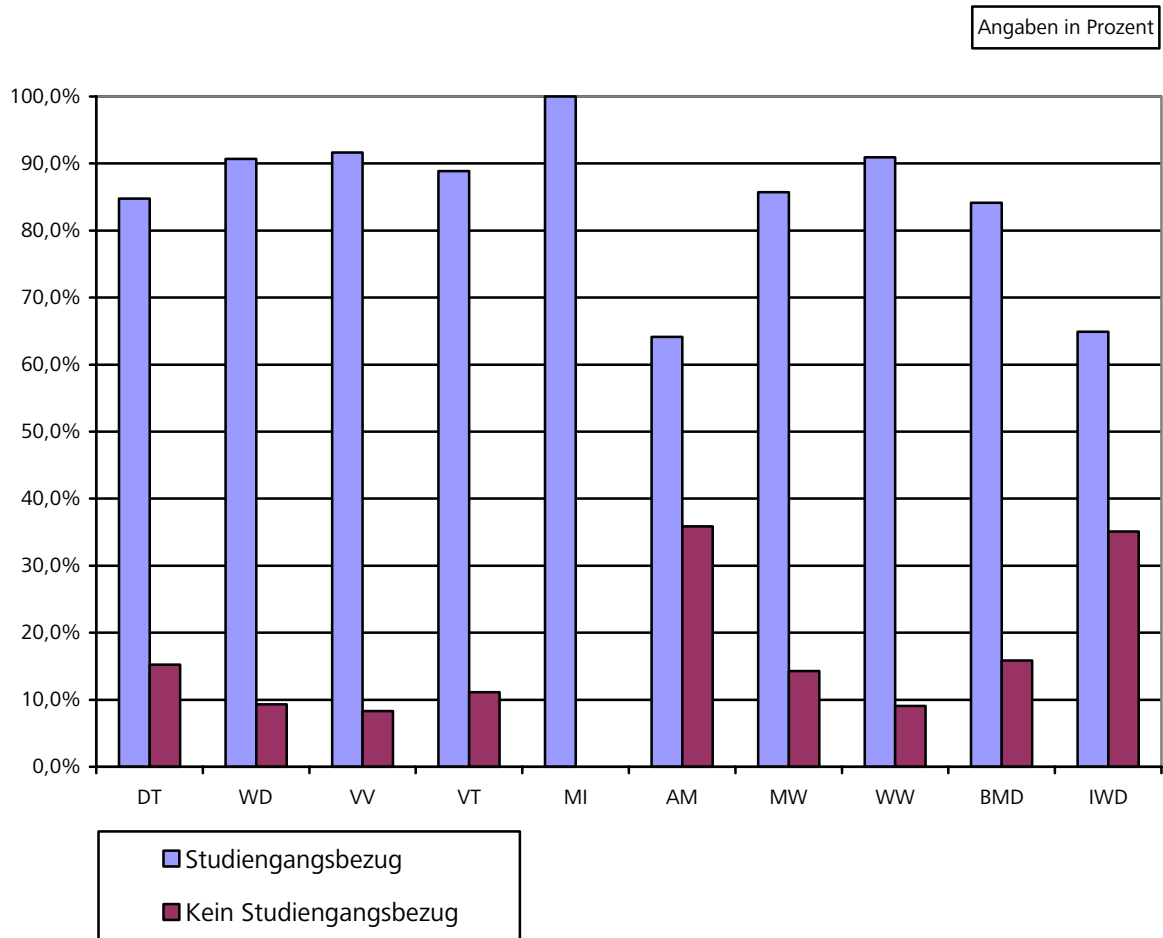
Gesamtergebnis



Einen direkten Bezug zwischen Studiengang und erster Beschäftigung bestätigten 358 Befragte (79,2 Prozent).

94 Teilnehmer (20,8 Prozent) verneinten einen Nexus.

Aufschlüsselung nach Studiengängen



Einen Bezug zwischen Studiengang und erster Tätigkeit bestätigten Absolventen folgender Studiengänge mit über 90-prozentigen Werten:

- Medieninformatik 100,0 Prozent
- Mediapublishing und Verlagswirtschaft 91,7 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 90,9 Prozent
- Print-Media-Management 90,7 Prozent

Mit 80- bis 90-prozentigen Werten bejahen Hochschulabgänger folgender Studiengänge einen studiengangsspezifischen Nexus:

- Verpackungstechnik 88,9 Prozent
- Medienwirtschaft 85,7 Prozent
- Druck- und Medientechnologie 84,7 Prozent
- Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom 84,2 Prozent

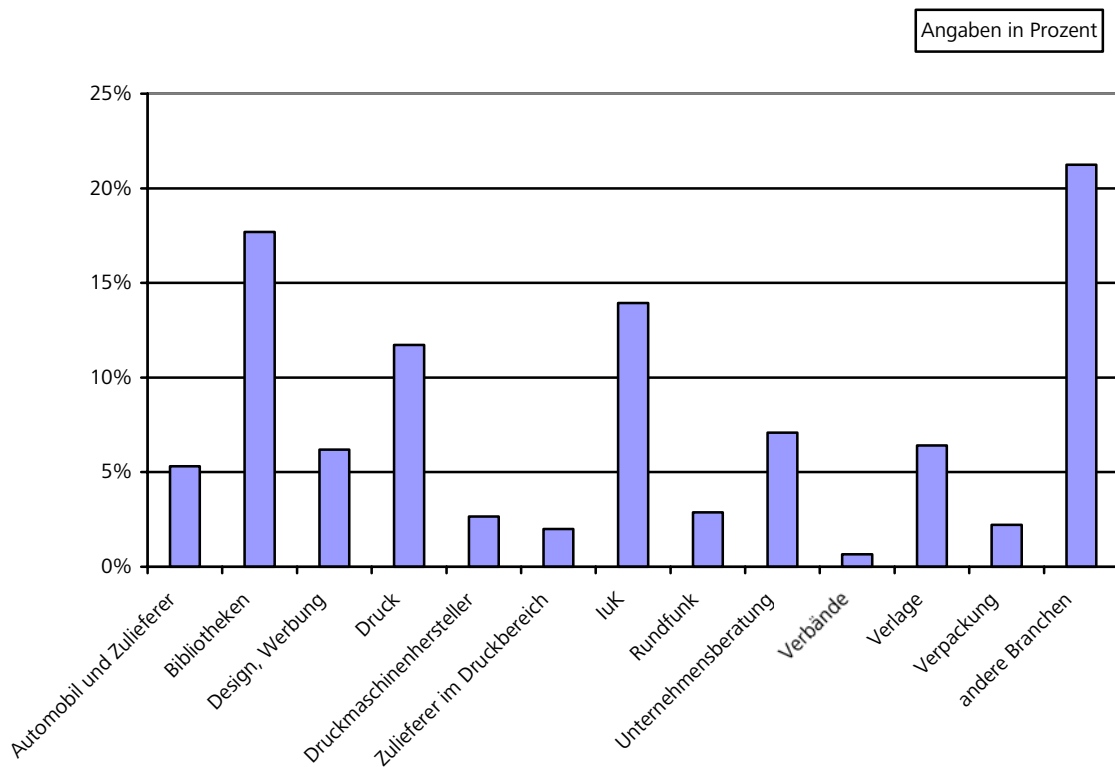
Unter 80 Prozent der Absolventen folgender Studiengänge erkannten einen Studiengangsbezug:

- Informationswirtschaft Diplom 64,9 Prozent
- Audiovisuelle Medien 64,2 Prozent

2.2.2 Branche

Die HdM-Absolventen wurden gefragt, in welche Branche sie nach Studienabschluss eingestiegen seien.

Gesamtergebnis



Eine Unterscheidung in klassische und neue Geschäftsfelder ergibt interessante Aufschlüsse. Insgesamt 65,7 Prozent der Absolventen fanden in klassischen Medienbereichen eine Beschäftigung:

- Bibliotheken	17,7 Prozent
- Geschäftsbereich Druck	16,4 Prozent
bestehend aus den Kategorien	
- Druck	11,7 Prozent
- Druckmaschinenhersteller	2,7 Prozent
- Zulieferer im Druckbereich	2,0 Prozent
- IuK	13,9 Prozent
- Verlage	6,4 Prozent
- Design und Werbung	6,2 Prozent
- Rundfunk	2,9 Prozent
- Verpackung (inklusive Verpackungsmaschinenherstellern und Zulieferern)	2,2 Prozent

In neuen Geschäftsbereichen kamen insgesamt 13,1 Prozent der Absolventen unter:

- Unternehmensberatung	7,1 Prozent
- Automobil und Zulieferer	5,3 Prozent
- Verbände	0,7 Prozent

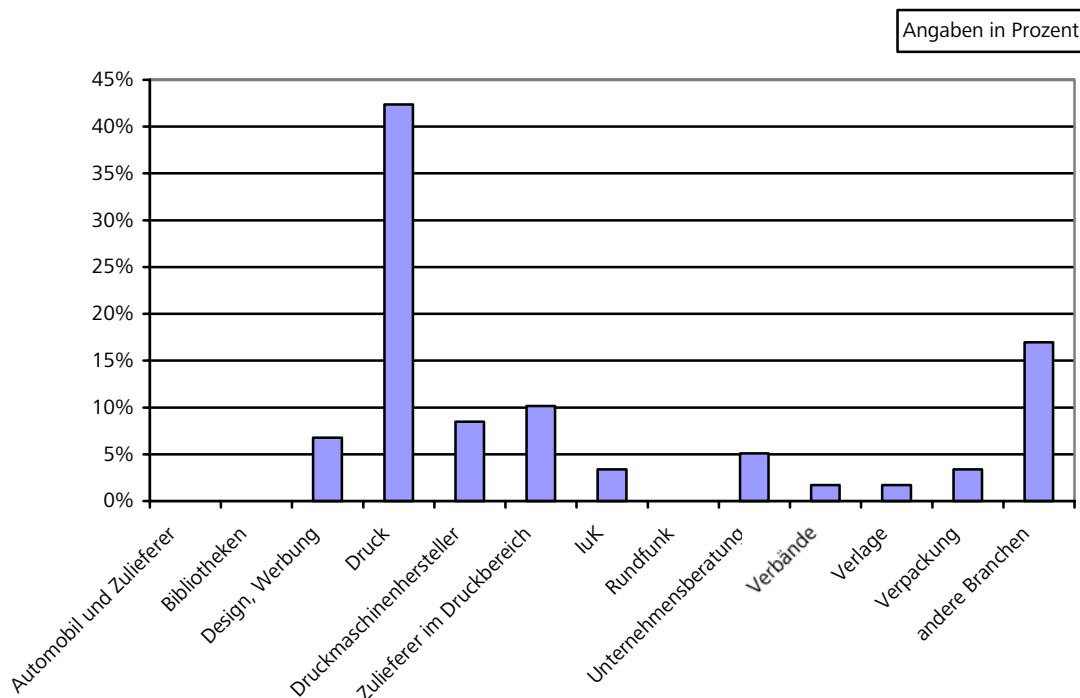
21,2 Prozent, das heißt nahezu ein Viertel der Beteiligten, gab an, in namentlich nicht genannten Branchen beschäftigt zu sein.

Summarisch betrachtet standen den rund zwei Dritteln (65,7 Prozent) der in klassischen Medienbereichen beschäftigten Hochschulabgänger ein Drittel (34,3 Prozent) an Absolventen gegenüber, die in neuen bzw. anderen als den auf dem Fragebogen angeführten Branchen unterkamen.

Zu den Ergebnissen der Frage nach dem Studiengangsbezug der Tätigkeit stehen die nachfolgenden Beurteilungen in einem interessanten Spannungsverhältnis.

Aufschlüsselung nach Studiengängen

Druck- und Medientechnologie (DT)



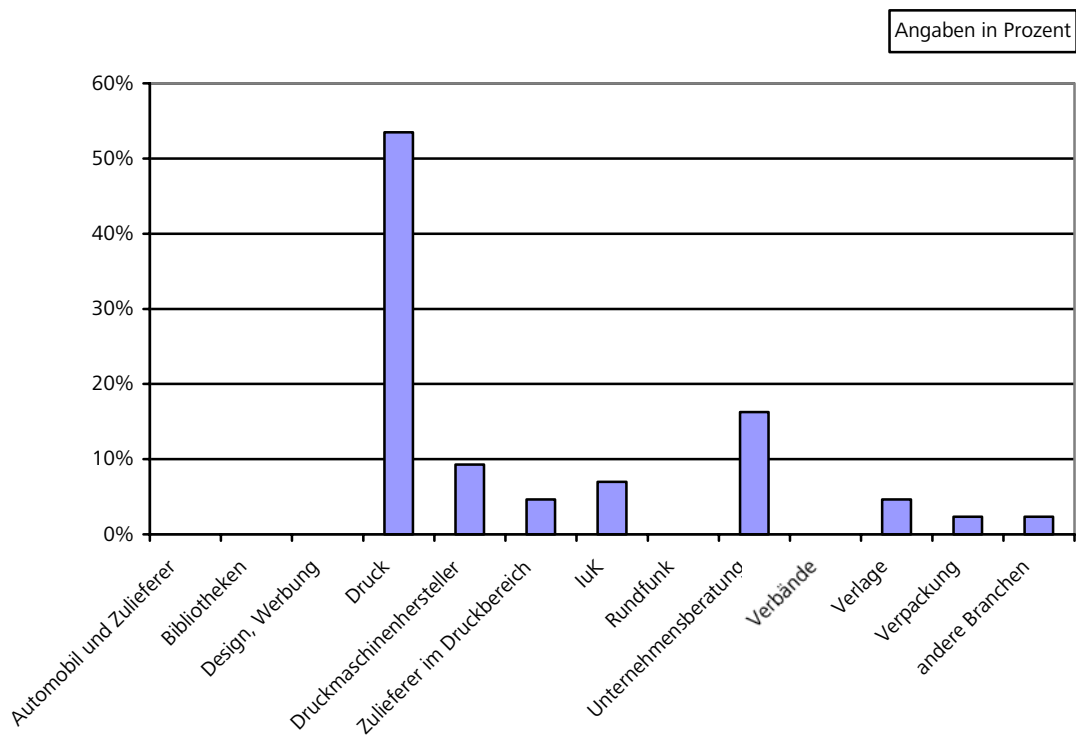
Summiert man die Kategorien „Druck“ (42,4 Prozent bzw. 25 Nennungen), „Druckmaschinenhersteller“ (8,5 Prozent bzw. 5 Nennungen) und „Zulieferer im Druckbereich“ (10,2 Prozent bzw. 6 Nennungen), so fanden insgesamt 61,1 Prozent der beteiligten Absolventen des Studiengangs Druck- und Medientechnologie eine Beschäftigung im klassischen Geschäftsbereich Druck.

Junge Druck- und Medienexperten kamen ebenfalls in den Medienbranchen Design und Werbung (6,8 Prozent bzw. 4 Nennungen), IuK (3,4 Prozent bzw. 2 Nennungen) und Verpackung (3,4 Prozent bzw. 3 Nennungen) sowie medienfern in Unternehmensberatungen (5,1 Prozent bzw. 3 Nennungen) und Verbänden (1,7 Prozent bzw. 1 Nennung) unter.

16,9 Prozent (10 Nennungen) waren in anderen Branchen beschäftigt.

Die Beschäftigungsquote von Berufseinsteigern im klassischen Geschäftsbereich Druck entspricht dem HdM-Durchschnitt für Anstellungen auf traditionellen Arbeitsfeldern.

Print-Media-Management (WD)



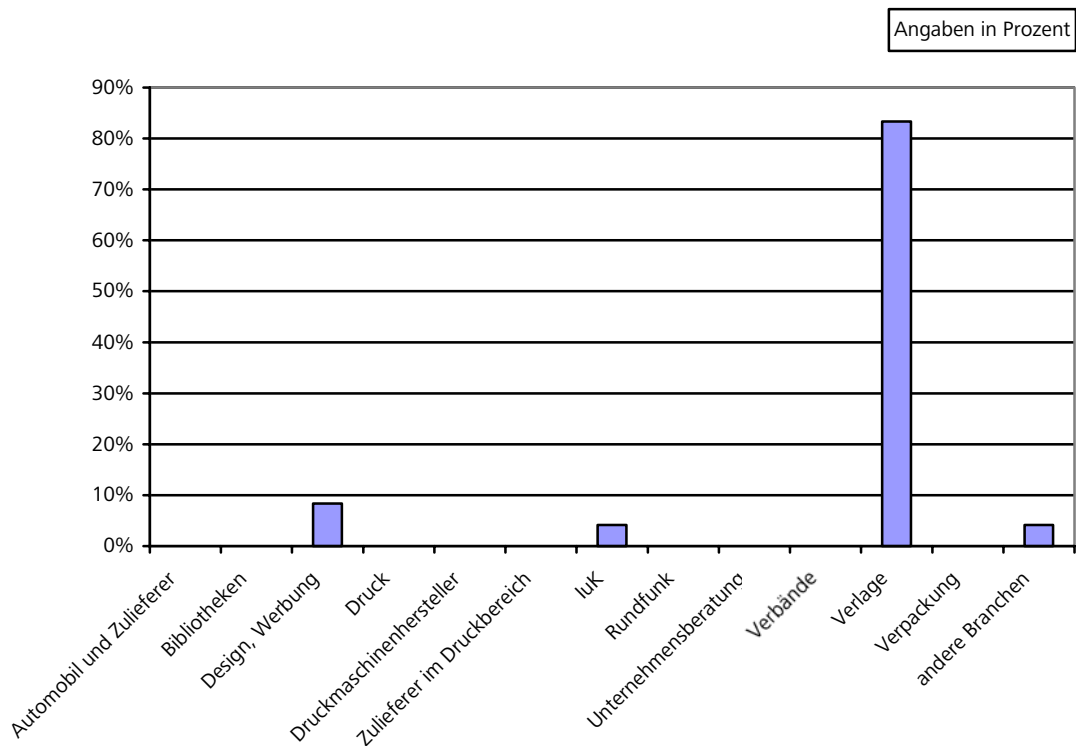
Insgesamt 67,3 Prozent der Absolventen des Studiengangs Print-Media-Management stiegen in den Geschäftsbereich Druck ein. Diese Zahl setzt sich aus Anstellungen im engeren Drucksektor (53,3 Prozent bzw. 23 Nennungen), bei Druckmaschinenherstellern (9,3 Prozent bzw. 4 Nennungen) und bei Zulieferern im Druckbereich (4,7 Prozent bzw. 2 Nennungen) zusammen.

Zahlreiche Absolventen wurden von Unternehmensberatungen eingestellt (16,3 Prozent bzw. 7 Nennungen).

In alle anderen Branchen fanden Absolventen nur selten: Die IuK-Branche beschäftigte 7,0 Prozent (3 Nennungen) der Berufseinsteiger, das Verlagswesen 4,7 Prozent (2 Nennungen), die Verpackungsbranche 2,3 Prozent (1 Nennung), andere Branchen ebenfalls 2,3 Prozent (1 Nennung).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sich Absolventen des Studiengangs Print-Media-Management zwischen klassischen und neuen Arbeitsfeldern annähernd mit der gleichen Verteilung wie der HdM-Durchschnitt entschieden.

Mediapublishing und Verlagswirtschaft

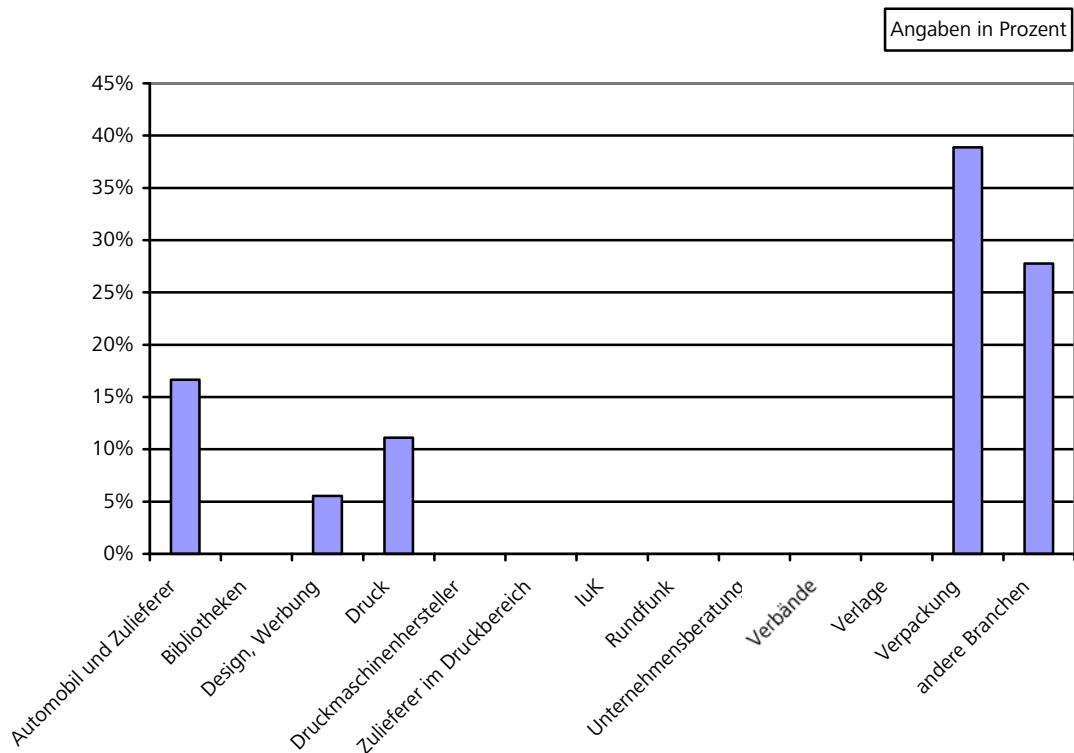


Zu 83,3 Prozent (20 Nennungen), das heißt zu annähernd vier Fünfteln, wurden Absolventen des Studiengangs Mediapublishing und Verlagswirtschaft von Verlagen eingestellt.

Einige Abgänger stiegen in die Design- und Werbebranche ein (8,3 Prozent bzw. 2 Nennungen), sehr wenige in die Bereiche IuK (4,2 Prozent bzw. 1 Nennung) oder in andere Branchen (4,2 Prozent bzw. 1 Nennung).

Aus der Befragung resultiert, dass die Abgänger des Studiengangs Mediapublishing und Verlagswirtschaft fast ausschließlich von der klassischen Medienbranche Verlag absorbiert werden.

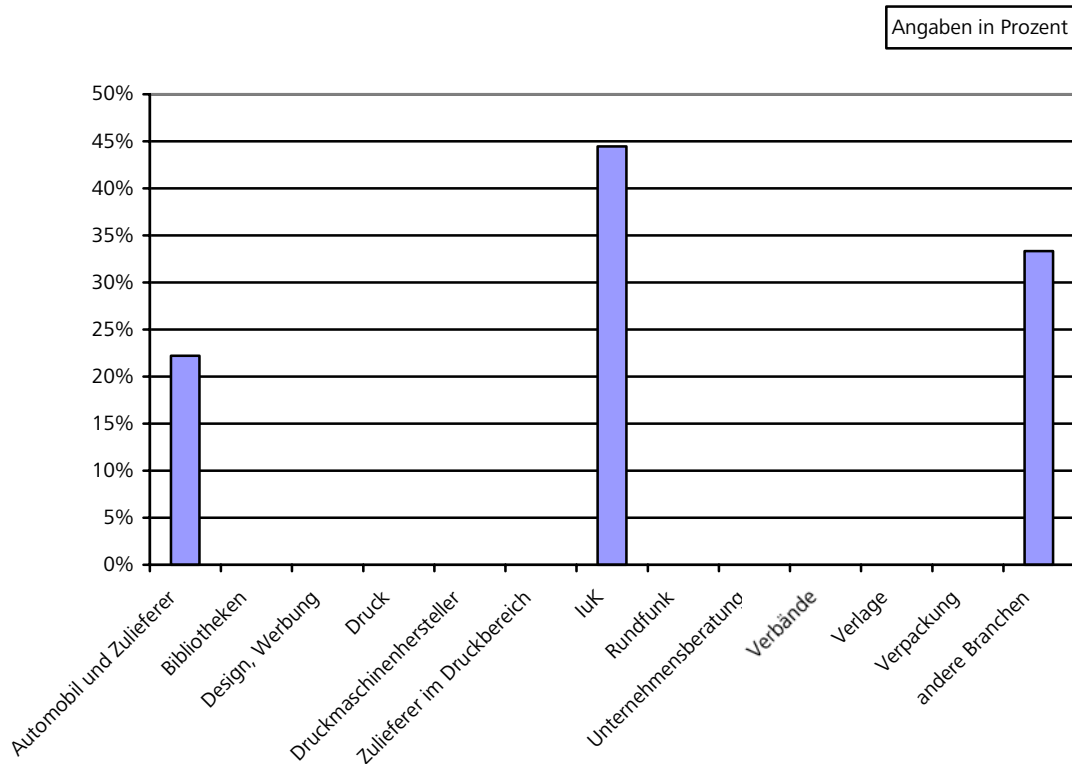
Verpackungstechnik (VT)



Absolventen des Studiengangs Verpackungstechnik stiegen zu 38,9 Prozent (7 Nennungen) in die Verpackungsindustrie ein. Im klassischen Medienbereich Druck fanden 11,1 Prozent (2 Nennungen) Arbeit, bei Werbung und Design 5,6 Prozent (1 Nennung). In der Summe kamen 55,6 Prozent der Abgänger bei Verpackungs- bzw. klassischen Medienunternehmen unter.

Eine Beschäftigung bei Automobilherstellern und deren Zulieferern fanden 16,7 Prozent (3 Nennungen) der Absolventen, in anderen Branchen 27,8 Prozent (5 Nennungen). Für neue bzw. nicht näher spezifizierte Arbeitsfelder entschieden sich demnach insgesamt 44,5 Prozent der Berufseinsteiger.

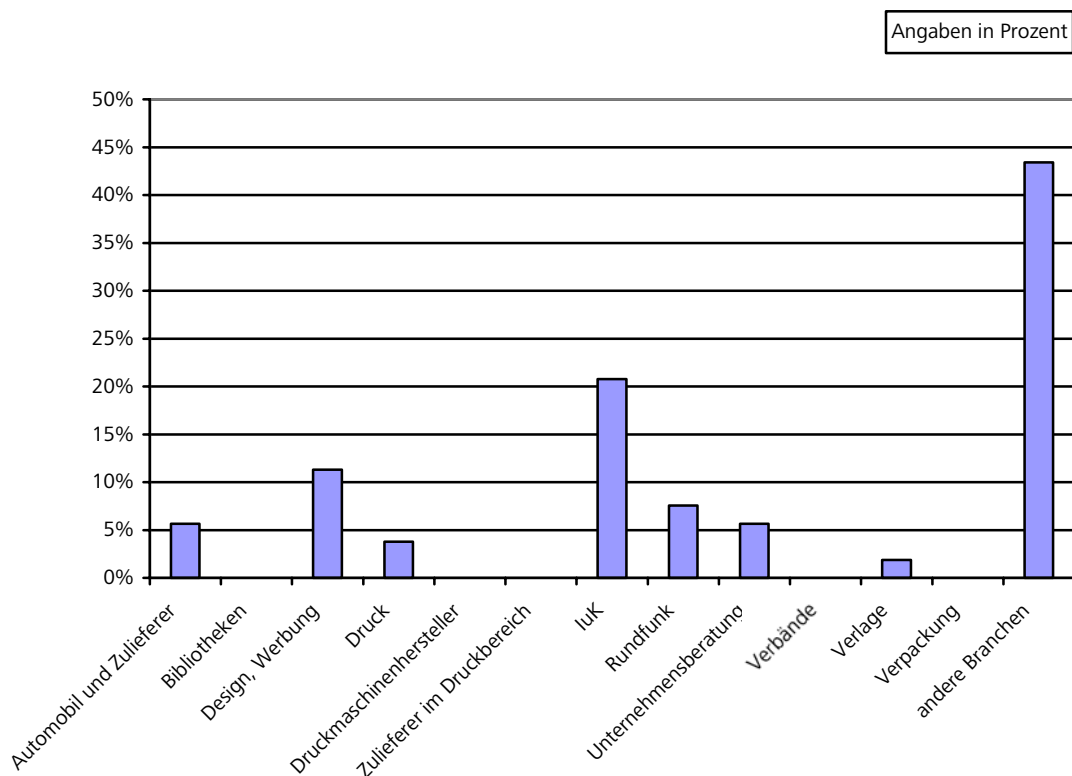
Medieninformatik (MI)



Unter den Absolventen des Studiengangs Medieninformatik rekrutierte die luK-Branche 44,4 Prozent (4 Nennungen) als Nachwuchskräfte.

Bei Automobilherstellern und deren Zulieferern fanden 22,2 Prozent (2 Nennungen) der Absolventen eine Beschäftigung, bei anderen Branchen 33,3 Prozent (3 Nennungen). In der Summe fanden 55,5 Prozent der jungen Medieninformatiker in neuen bzw. nicht weiter präzisierten Berufsfeldern Arbeit.

Audiovisuelle Medien (AM)



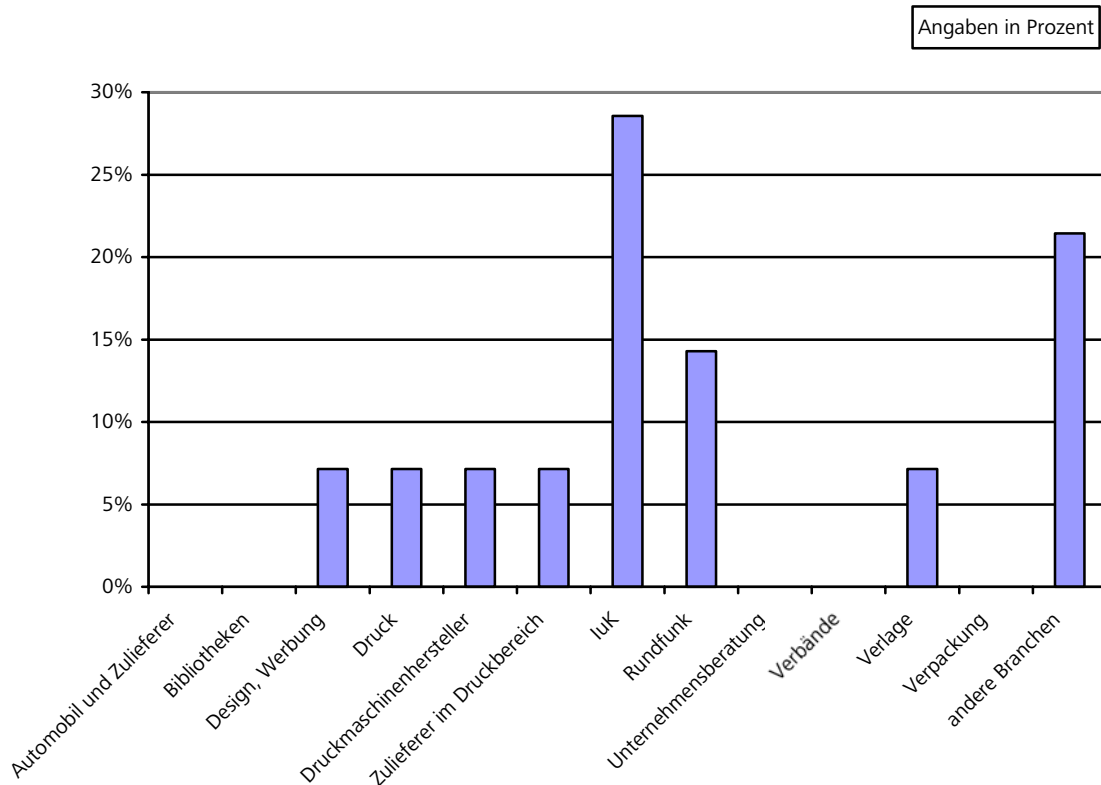
Für den Studiengang Audiovisuelle Medien ergibt sich ein heterogenes Bild. Mit 20,8 Prozent (11 Nennungen) entschied sich die Mehrzahl der Berufseinsteiger für eine Tätigkeit in der IuK-Branche. Hohe Attraktivität als Beschäftigungsfeld bewiesen ebenfalls die klassischen Medienbranchen Design und Werbung (11,3 Prozent bzw. 6 Nennungen), Rundfunk (7,5 Prozent bzw. 4 Nennungen), Druck (3,8 Prozent bzw. 2 Nennungen) und Verlage (1,9 Prozent bzw. 1 Nennung).

In neuen Berufsfeldern fanden 11,4 Prozent der Absolventen eine Anstellung: jeweils 5,7 Prozent (3 Nennungen) in der Automobilbranche und in der Unternehmensberatung.

43,4 Prozent (23 Nennungen) der Befragten kamen bei anderen Branchen unter.

Summarisch betrachtet fanden insgesamt 45,2 Prozent der Absolventen eine Beschäftigung in der klassischen Medienindustrie, 54,8 Prozent in neuen bzw. nicht definierten Branchen.

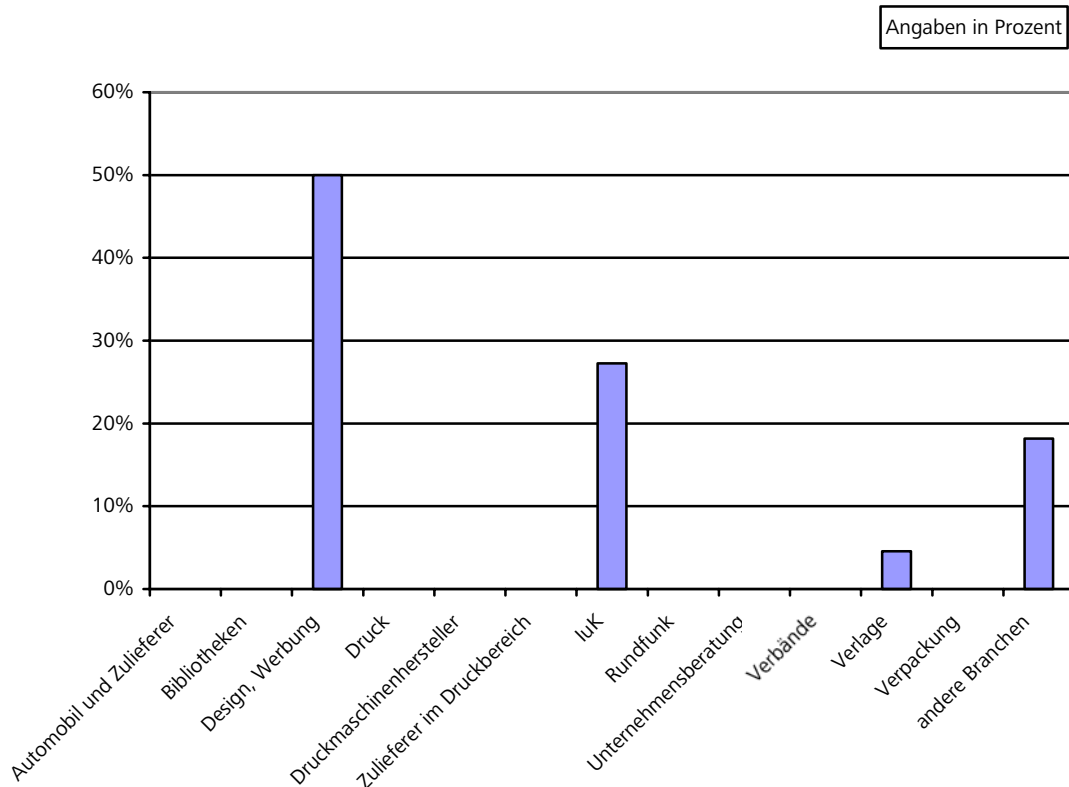
Medienwirtschaft (MW)



Der Studiengang Medienwirtschaft bildet ebenfalls Nachwuchskräfte für sehr verschiedene Branchen aus. Als Abnehmerin rangiert die luK-Branche mit einer Beschäftigungsquote von 28,6 Prozent (4 Nennungen) an erster Position. Unter den klassischen Beschäftigungsfeldern folgt der Rundfunk mit 14,3 Prozent (2 Nennungen) an zweiter Stelle. Ihm schließen sich die Bereiche Design und Werbung, Druck, Druckmaschinenhersteller, Zulieferer im Druckbereich und Verlagswesen zu jeweils 7,1 Prozent (1 Nennung) als Abnehmer an.

Insgesamt entschieden sich 78,6 Prozent der Befragten für eine Tätigkeit im klassischen Medienbereich, 21,4 Prozent der Absolventen (3 Nennungen) kamen in anderen Branchen unter.

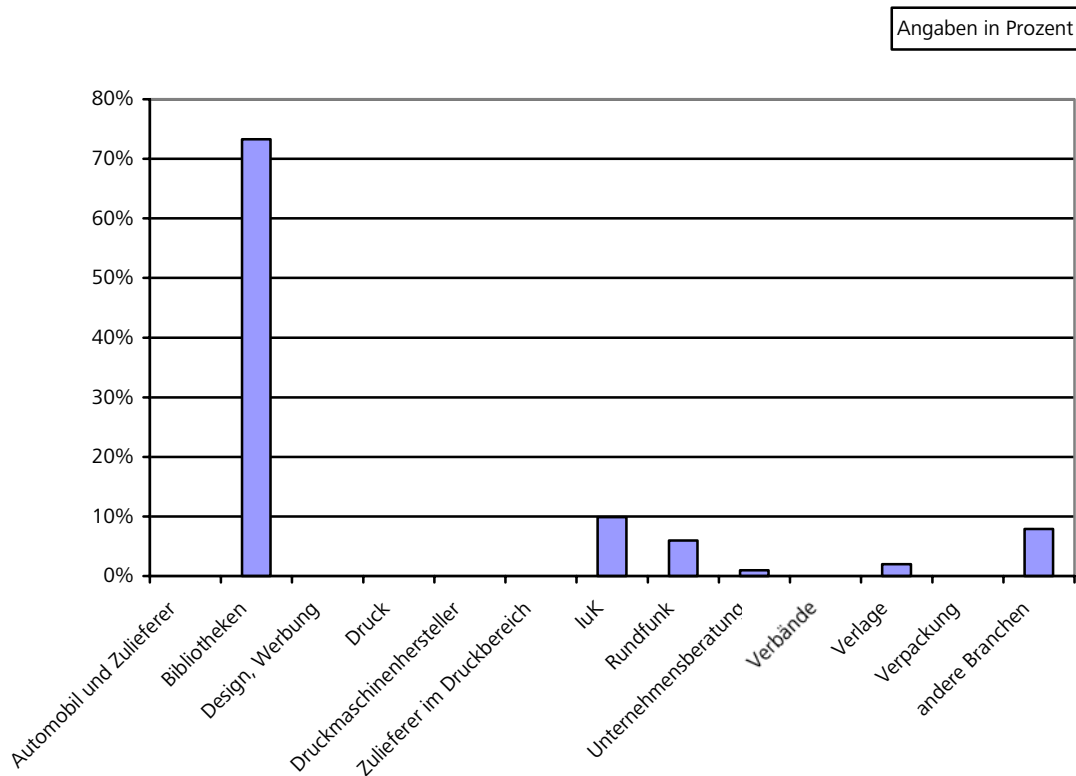
Werbung und Marktkommunikation (WW)



Mit 50,0 Prozent (11 Nennungen) fand die Mehrzahl der Befragten in der klassischen Design- und Werbebranche ein Auskommen. 27,3 Prozent (6 Nennungen) stiegen in den IuK-Bereich ein, 4,5 Prozent (1 Nennung) in das Verlagswesen.

Gemäß dieser Umfrage beschäftigten klassische Medienunternehmen insgesamt 81,8 Prozent der Absolventen des Studiengangs. Andere Branchen übernahmen die jungen Werbespezialisten zu 18,2 Prozent (4 Nennungen).

Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom (BMD)

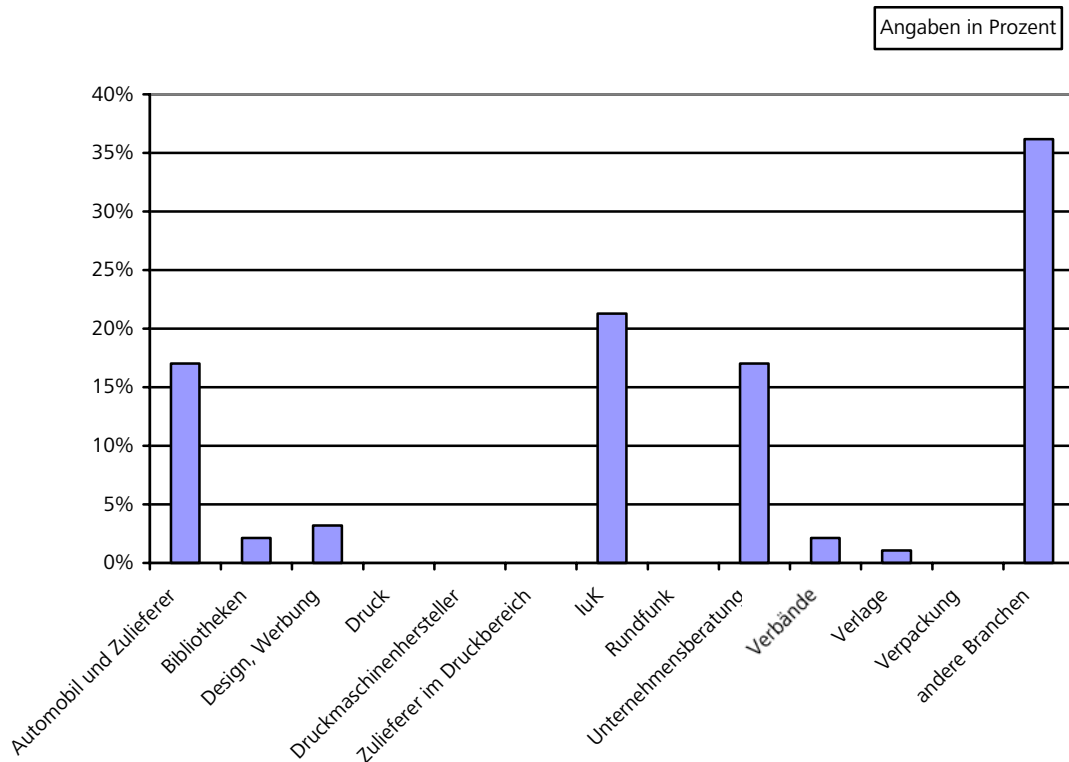


Eine deutliche Mehrheit von 73,3 Prozent (74 Nennungen) der Absolventen des Diplom-Studiengangs Bibliotheks- und Medienmanagement wurde von Bibliotheken übernommen.

Mit deutlicher Distanz folgten Einstellungen in den klassischen Beschäftigungsfeldern IuK-Branche (9,9 Prozent bzw. 10 Nennungen), Rundfunk (5,9 Prozent bzw. 6 Nennungen), Verlage (2,0 Prozent bzw. 2 Nennungen) sowie im neuen Tätigkeitsfeld Unternehmensberatung (5,9 Prozent bzw. 6 Nennungen) und in anderen Branchen (7,9 Prozent bzw. 8 Nennungen).

Summarisch betrachtet stellten klassische Medienunternehmen insgesamt 86,2 Prozent der Abgänger ein, neue bzw. nicht spezifizierte Branchen 13,8 Prozent.

Informationswirtschaft Diplom (IWD)



Absolventen des Diplom-Studiengangs Informationswirtschaft fanden in sehr unterschiedliche Branchen eine Beschäftigung. Im klassischen IuK-Bereich nahmen 21,3 Prozent (20 Nennungen) der Befragten eine Arbeit auf. Mit deutlichem Abstand entschieden sich Absolventen für eine Anstellung in anderen klassischen Medienbereichen: Design und Werbung (3,2 Prozent bzw. 3 Nennungen), Bibliotheken (2,1 Prozent bzw. 2 Nennungen), Verlage (1,1 Prozent bzw. 1 Nennung).

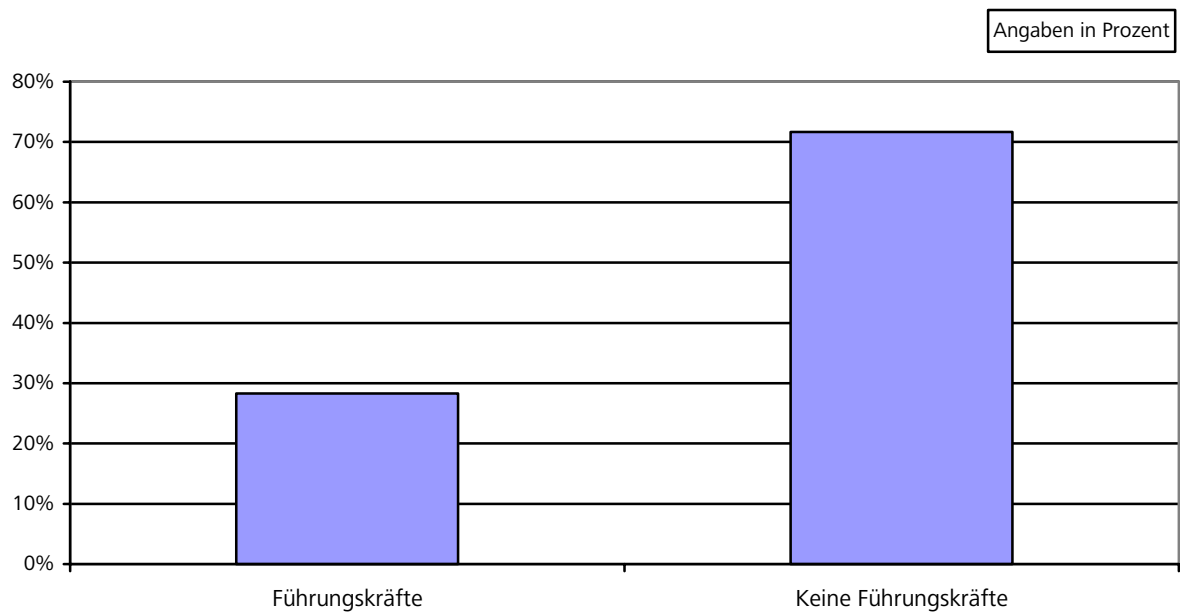
Zu den neuen Berufsfeldern für junge Informationswirte zählen Automobilhersteller und Unternehmensberatungen. Dort fanden Absolventen mit jeweils 17,0 Prozent (16 Nennungen) eine Tätigkeit. 2,1 Prozent (2 Nennungen) kamen in Verbänden unter. Mit 36,2 Prozent (34 Nennungen) überstiegen nicht definierte Branchen sogar die IuK-Branche an berufsspezifischer Relevanz.

In der Gesamtheit nahmen 27,7 Prozent der beteiligten Absolventen eine Tätigkeit in der klassischen Medienindustrie auf. 72,3 Prozent starteten ihre Karriere auf einem neuen bzw. namentlich nicht näher definierten Geschäftsfeld.

2.2.3 Führungsposition

Weiterhin wurden die Teilnehmer der Umfrage gefragt, ob sie an ihrer ersten Beschäftigungsstelle eine Führungsposition eingenommen hätten.

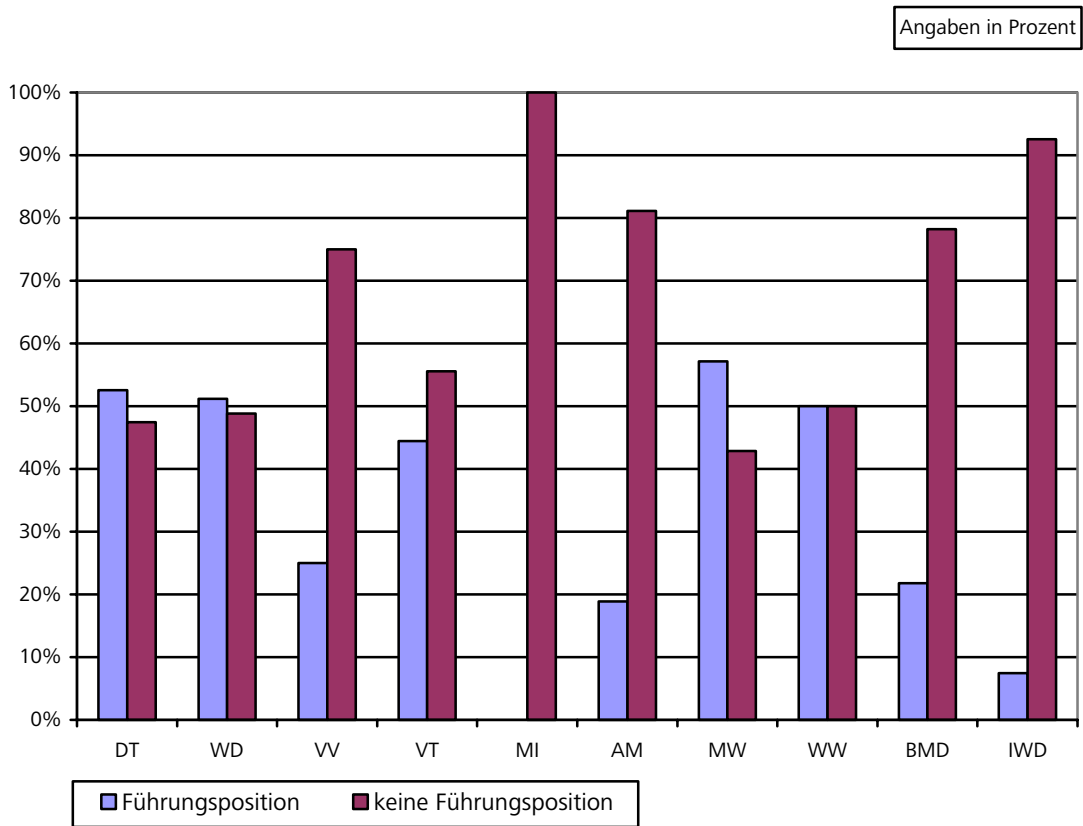
Gesamtergebnis



Von den 452 Befragten hatten nach eigenen Aussagen 128 Absolventen eine Führungsposition inne. Dies entspricht einem Anteil von 28,3 Prozent.

324 Hochschulabgänger bezeichneten sich nicht als Führungskräfte. Der Wert lag damit bei 71,7 Prozent.

Aufschlüsselung nach Studiengängen



Über 50 Prozent aus folgenden Studiengängen bezeichneten sich als Führungskraft:

- Medienwirtschaft 57 Prozent
- Druck- und Medientechnologie 53 Prozent
- Print-Media-Management 51 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 50 Prozent

Zwischen 25 und 50 Prozent der Absolventen folgender Studiengänge gelangten direkt nach der Hochschule in einer Führungsposition:

- Verpackungstechnik 44 Prozent
- Mediapublishing und Verlagswirtschaft 25 Prozent

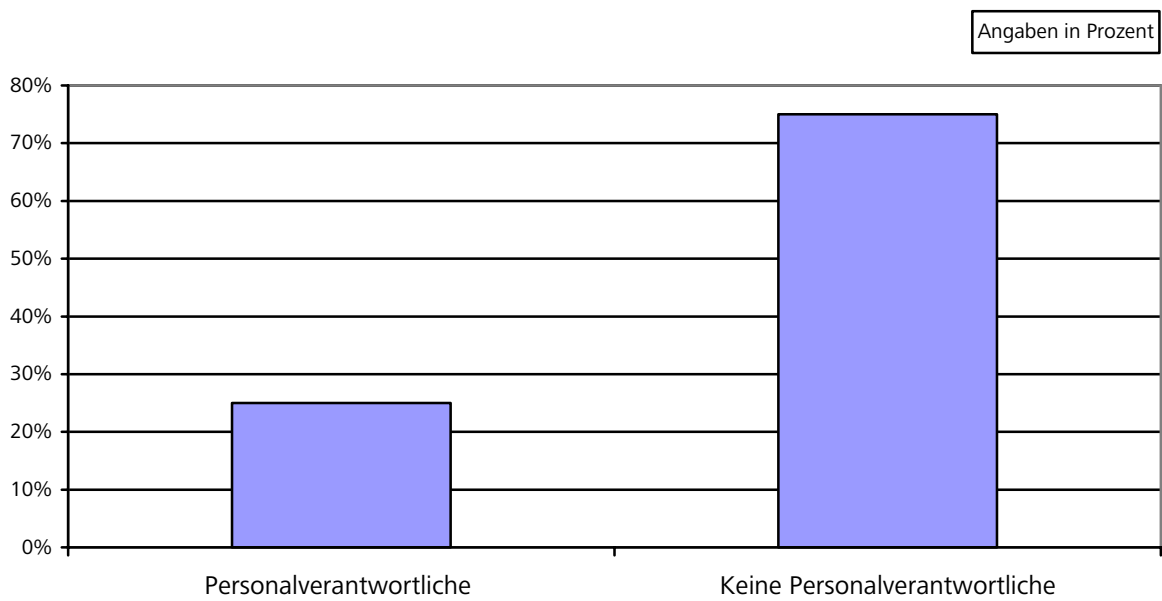
Dies gelang unter 25 Prozent der Absolventen folgender Studiengänge:

- Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom 22 Prozent
- Audiovisuelle Medien 19 Prozent

2.2.4 Personalverantwortung

Die Befragung sprach auch das Thema Personalverantwortung an. Die Teilnehmer wurden gefragt, ob sie bereits an ihrer ersten Stelle Verantwortung über Mitarbeiter übernommen hätten.

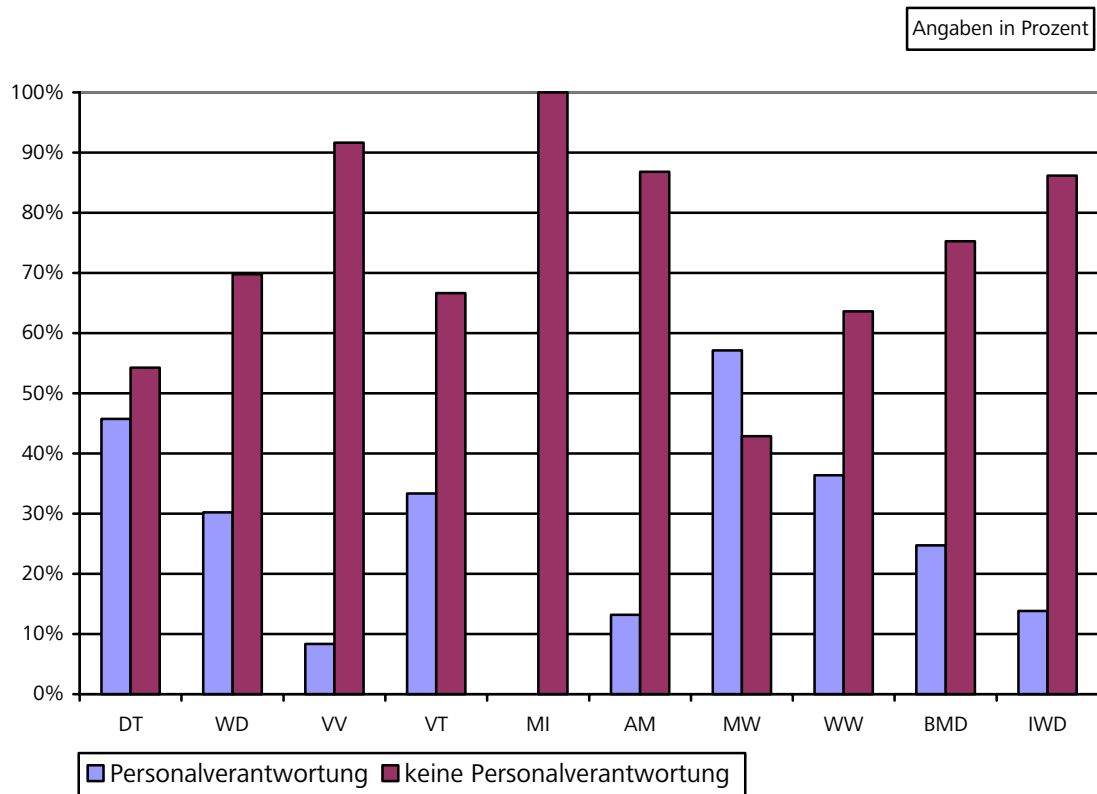
Gesamtergebnis



Von den 452 Teilnehmern hatten nach eigenen Angaben 113 Personen bereits in ihrer ersten Position Personalverantwortung übernommen. Dies entspricht einer Quote von 25 Prozent.

339 Absolventen gaben an, keine Personalverantwortung zu haben. Damit betrug der Anteil 75 Prozent.

Aufschlüsselung nach Studiengängen



57 Prozent der Absolventen des Studiengangs Medienwirtschaft gaben an, bereits beim Einstieg in die Erwerbstätigkeit Personalverantwortung übernommen zu haben.

Dies bestätigten gleichermaßen 25 bis 50 Prozent der Absolventen folgender Studiengänge:

- Druck- und Medientechnologie 46 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 36 Prozent
- Verpackungstechnik 33 Prozent
- Print-Media-Management 30 Prozent
- Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom 25 Prozent

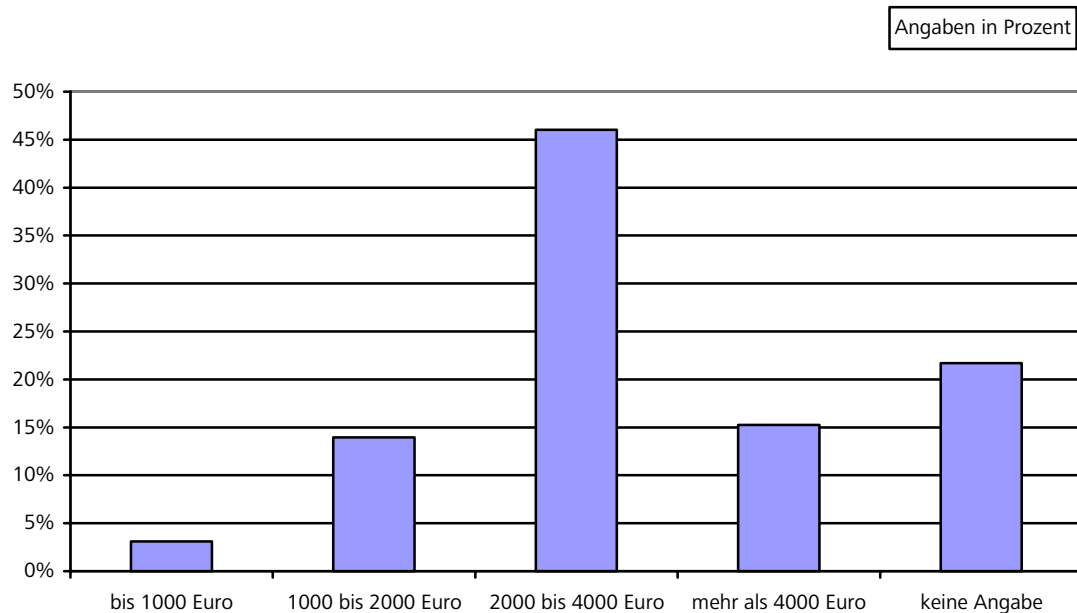
Unter 25 Prozent lagen die Quoten bei nachfolgenden Studiengängen:

- Audiovisuelle Medien 13 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom 14 Prozent
- Mediapublishing und Verlagswirtschaft 8,3 Prozent

2.2.5 Brutto-Monatseinkommen

Zum Schluss wurden die an der Umfrage Beteiligten nach ihrem Brutto-Monatseinkommen an ihrem ersten Arbeitsplatz gefragt.

Gesamtergebnis

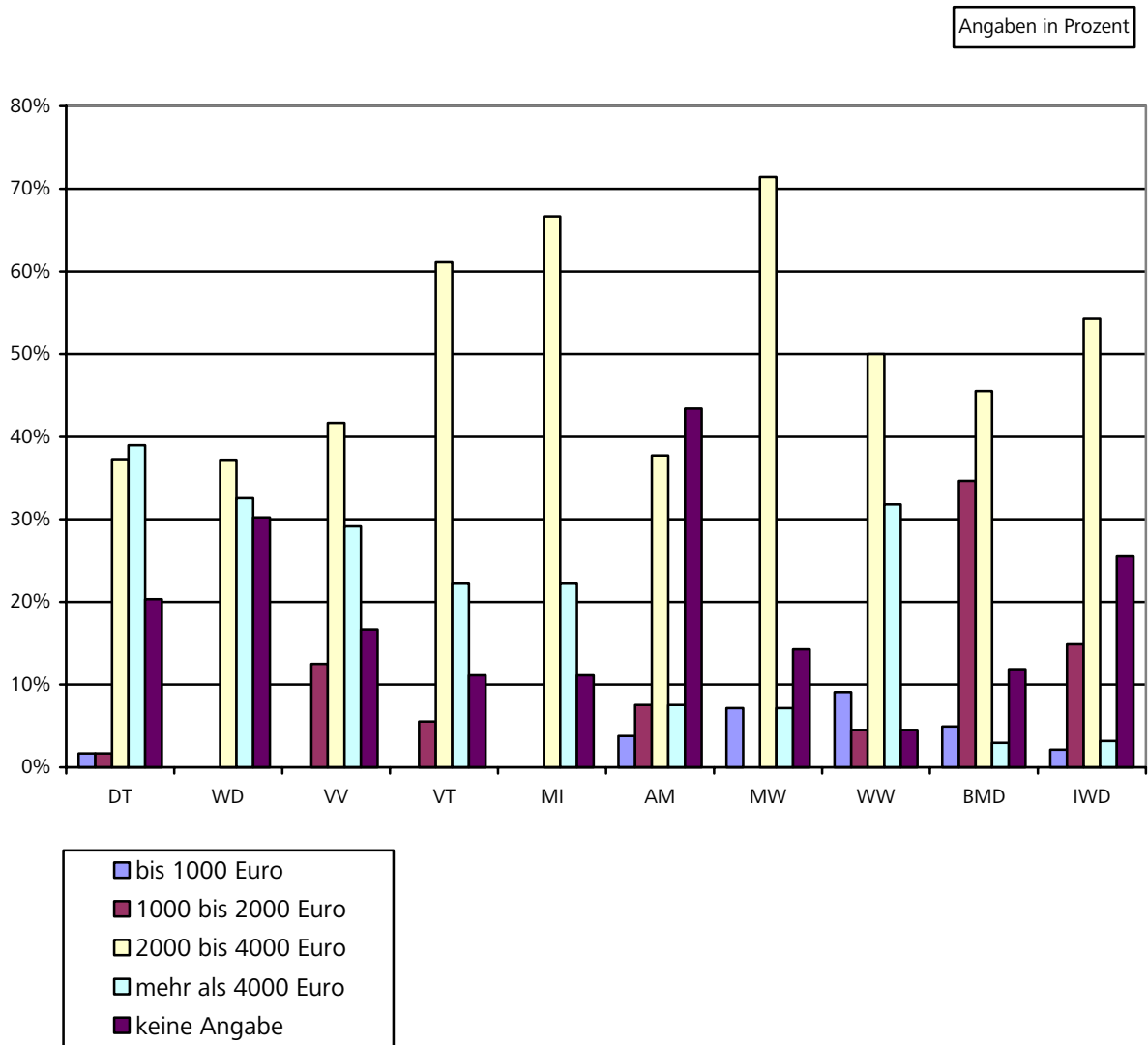


Absolventen der Hochschule bezogen an ihrem ersten Arbeitsplatz ein Brutto-Monatseinkommen in Höhe von

- bis zu 1000 Euro 3,1 Prozent
- zwischen 1000 und 2000 Euro 13,9 Prozent
- zwischen 2000 und 4000 Euro 46,0 Prozent
- mehr als 4000 Euro 15,3 Prozent

Keine Angabe machten 21,7 Prozent der Befragten.

Aufschlüsselung nach Studiengängen



Brutto-Monatseinkommen in Höhe von über 4000 Euro bezogen Absolventen der nachfolgenden Studiengänge mit folgenden Anteilswerten:

- Druck- und Medientechnologie 39,0 Prozent
- Print-Media-Management 32,6 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 31,8 Prozent
- Mediapublishing und Verlagswirtschaft 29,2 Prozent
- Verpackungstechnik 22,2 Prozent
- Medieninformatik 22,2 Prozent
- Audiovisuelle Medien 7,5 Prozent
- Medienwirtschaft 7,1 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom 3,2 Prozent

- Bibliotheks- und Medienmanagement 3,0 Prozent

Brutto-Monatseinkommen in Höhe von 2000 bis 4000 Euro bezogen Absolventen der nachfolgenden Studiengänge mit folgenden Anteilswerten:

- Medienwirtschaft 71,4 Prozent
- Medieninformatik 66,7 Prozent
- Verpackungstechnik 61,1 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom 54,3 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 50,0 Prozent
- Bibliotheks- und Medienmanagement 45,5 Prozent
- Mediapublishing und Verlagswirtschaft 41,7 Prozent
- Audiovisuelle Medien 37,7 Prozent
- Druck- und Medientechnologie 37,3 Prozent
- Print-Media-Management 37,2 Prozent

Brutto-Monatseinkommen in Höhe von 1000 bis 2000 Euro bezogen Absolventen der nachfolgenden Studiengänge mit folgenden Anteilswerten:

- Bibliotheks- und Medienmanagement 34,7 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom 14,9 Prozent
- Mediapublishing und Verlagswirtschaft 12,5 Prozent
- Audiovisuelle Medien 7,5 Prozent
- Verpackungstechnik 5,6 Prozent
- Werbung und Marktkommunikation 4,5 Prozent
- Druck- und Medientechnologie 1,7 Prozent

Brutto-Monatseinkommen in Höhe von bis zu 1000 Euro bezogen Absolventen der nachfolgenden Studiengänge mit folgenden Anteilswerten:

- Werbung und Marktkommunikation 9,1 Prozent
- Medienwirtschaft 7,1 Prozent
- Bibliotheks- und Medienmanagement 5,0 Prozent
- Audiovisuelle Medien 3,8 Prozent
- Informationswirtschaft Diplom 2,1 Prozent
- Druck- und Medientechnologie 1,7 Prozent

3 Ergebnisse mit eingeschränkter Aussagekraft

Wie einfühend bereits erläutert, beteiligten sich nur wenige Absolventen der Studiengänge Medienautor (MA), Bibliotheks- und Medienmanagement Bachelor (BMB), Bibliotheks- und Medienmanagement Master (BMM) und Informationswirtschaft Master (IWM) an der Umfrage. Dieses Faktum überrascht nicht: Es rührt von der Überschaubarkeit dieser überwiegend noch jungen Studienangebote her.

Aufgrund mangelnder Repräsentativität flossen die ermittelten Werte aus diesen Studiengängen nicht in die vorherigen Auswertungen ein. Sie sollen daher an dieser Stelle als absolute Zahlen in tabellarischer Form vorgestellt werden.

ERWERBSTÄTIGKEIT

	MA	BMB	BMM	IWM
Erwerbstätige	2	2	4	7
Nicht Erwerbstätige				

FORM DER ERWERBSTÄTIGKEIT

	MA	BMB	BMM	IWM
Vollbeschäftigung		2	3	5
Teilbeschäftigung				1
Selbständigkeit	2		1	1

ZEITRAUM BIS ZUR ERWERBSTÄTIGKEIT

	MA	BMB	BMM	IWM
Ein Monat	2	2	2	3
Drei Monate			1	2
Sechs Monate			1	2

BEWERBUNGSKANÄLE

	MA	BMB	BMM	IWM
Blindbewerbung		1	1	1
Praktikum		2	2	4
persönlich bekannt		1	22	4
Zeitungsanzeige			1	2
Diplomarbeit				3
Vermittlung durch Lehrende			2	1
Arbeitsamt				1
Messen			4	1

Online- Jobbörsen			1	
Jobvermittlung				
Selbständigkeit				
Anderer Weg				1

EINSTELLUNGSASPEKTE DER ARBEITGEBER

	MA	BMB	BMM	IWM
Persönlichkeit		2	3	5
Studienfachrichtung			1	1
Fachliche Schwerpunkte			2	2
Praxis während des Studiums		56	25	2
Noten				1
Thema der Diplomarbeit		1		1
Fremdsprachenkenntnisse		1	1	1
Berufstätigkeit vor dem Studium		2		3
Auslandserfahrung				
Ansehen der Hochschule		1		
Politisches und soziales Engagement				1

STUDIENGANGSBEZUG DES ARBEITSPLATZES

	MA	BMB	BMM	IWM
Studiengangsbezug	2	1	4	3
Kein Studiengangsbezug		1		4

BRANCHE

	MA	BMB	BMM	IWM
Automobil und Zulieferer				
Bibliotheken			2	2
Design und Werbung				
Druck				
Druckmaschinenhersteller	2			
Zulieferer im Druckbereich				
IuK		2		
Rundfunk			1	
Unternehmensberatung				2
Verbände				
Verlage				
Verpackung				
andere Branchen			1	3

FÜHRUNGSPPOSITION

	MA	BMB	BMM	IWM
Führungskraft		1	1	1
Keine Führungskraft	2	1	3	6

PERSONALVERANTWORTUNG

	MA	BMB	BMM	IWM
Personalverantwortlicher		1	1	2
Kein Personalverantwortlicher	2	1	3	5

BRUTTO-MONATSEINKOMMEN

	MA	BMB	BMM	IWM
bis 1000 Euro				1
1000 bis 2000 Euro				4
2000 bis 4000 Euro		1	2	2
über 4000 Euro			1	
Keine Angabe	2	1	1	

4 Zusammenfassung

Ein Einbruch der bis 2001 nahezu 100-prozentigen Beschäftigungsquote von HdM-Absolventen ist ab 2002 zu beobachten. Diese Tendenz kann auf die angespannte Situation auf dem Arbeitsmarkt wie auf Sucharbeitslosigkeit zurückzuführen sein. Über 90-prozentige Beschäftigungsquoten weisen im Gesamtdurchschnitt die Studiengänge Mediapublishing und Verlagswirtschaft, Print-Media-Management, Druck- und Medientechnologie, Werbung und Marktkommunikation sowie Verpackungstechnik auf.

Von den erwerbstätigen Umfrage-Teilnehmern stehen über 80 Prozent in einem Vollbeschäftigungsverhältnis. Annähernd 5 Prozent sind teilbeschäftigt, etwa 15 Prozent selbständig. Teilbeschäftigungen nehmen insbesondere Absolventen der Studiengänge Bibliotheks- und Medienmanagement Diplom, Audiovisuelle Medien und Informationswirtschaft Diplom auf. Selbständigenquoten von über 20 Prozent sind bei Absolventen der Studiengänge Audiovisuelle Medien und Medienwirtschaft zu verzeichnen.

Über 70 Prozent der HdM-Absolventen treten schon nach einmonatiger Stellensuche in die Erwerbstätigkeit ein. Innerhalb dieses Zeitraums nicht erfolgreiche Hochschulabgänger müssen mit längeren Stellensuchen rechnen (über sechs Monate). Absolventen der Studiengänge Medieninformatik, Print-Media-Management, Medienwirtschaft und Druck- und Medientechnologie waren mit Anteilswerten von über 80 Prozent bereits nach einem Monat beschäftigt.

Die Absolventen der Fachbereiche Druck und Medien sowie Electronic Media bewältigen den Berufseinstieg mit großer Mehrheit über persönlich angebaute Vermittlungswege („persönliche Bekanntschaft“, „Praktikum“, „Diplomarbeit“). „Anonyme“ Bewerbungskanäle („Zeitungsanzeige“, „Online-Jobbörse“) fielen etwas zurück. Für die Absolventen des Fachbereiches Information und Kommunikation rangierten die „anonymen“ Bewerbungskanäle „Zeitungsanzeige“ und „Online-Jobbörse“ an erster Stelle, erst danach erwiesen sich persönlich angebaute Vermittlungswege als relevant.

Hinsichtlich der Einstellungsaspekte von Arbeitgebern aus Sicht der Bewerber nannten sämtliche Teilnehmer die Kategorie „Persönlichkeit“ an erster Stelle. Absolventen der Fachbereiche Druck und Medien sowie Electronic Media ließen diesem Kriterium zuerst praxisbezogene Einstellungsaspekte („Praxis während des Studiums“, „Berufstätigkeit vor dem Studium“) folgen, dann studieninhaltsbezogene Aspekte („Studienfachrichtung“, „fachliche Schwer-

punkte“, „Thema der Diplomarbeit“, „Noten“). Für Absolventen des Fachbereichs Information und Kommunikation ergab sich ein gegenteiliges Bild: Studieninhaltsbezogene Aspekte spielten ihrer Ansicht nach eine ausschlaggebendere Rolle als praxisbezogene Faktoren.

In Hinblick auf die erste Beschäftigungsstelle bestätigten annähernd 80 Prozent der Absolventen einen direkten Bezug zwischen Studiengang und beruflicher Tätigkeit. Etwa 20 Prozent aller Beteiligten negierten diesen Nexus. Absolventen der Studiengänge Medieninformatik, Mediapublishing und Verlagswirtschaft, Werbung und Marktkommunikation und Print-Media-Management bestätigten diese Relation sogar mit über 90-prozentigen Werten.

Summarisch betrachtet standen den rund zwei Dritteln der in klassischen Medienbereichen („Bibliothek“, „Druck“, „JuK“, „Verlage“, „Design und Werbung“, „Rundfunk“, „Verpackung“) beschäftigten Hochschulabgänger ein Drittel an Absolventen gegenüber, die in neuen Geschäftsbereichen („Unternehmensberatung“, „Automobil und Zulieferer“, „Verbände“) bzw. in anderen (d.h. in der Umfrage nicht namentlich genannten) Branchen unterkamen. Absolventen der Studiengänge Medieninformatik, Audiovisuelle Medien und Informationswirtschaft Diplom nahmen mit über 50-prozentigen Anteilen eine Beschäftigung in neuen bzw. nicht präzisierten Berufsfeldern auf.

Als Führungskräfte bezeichneten sich annähernd 30 Prozent aller an der Umfrage Beteiligten. Über die Hälfte der Absolventen aus den Studiengängen Medienwirtschaft, Druck- und Medientechnologie, Print-Media-Management und Werbung und Marktkommunikation nahm nach eigenen Angaben direkt nach Studienabschluss eine Führungsposition ein.

Personalverantwortung besaßen dieser Umfrage gemäß insgesamt 25 Prozent aller HdM-Befragten. Der Studiengang Medienwirtschaft verzeichnete hierbei einen Anteilswert von mehr als 50 Prozent.

Nahezu die Hälfte aller HdM-Absolventen bezog ein Brutto-Monatseinkommen zwischen 2000 und 4000 Euro. An die 15 Prozent erhielten Bezüge zwischen 1000 und 2000 Euro bzw. über 4000 Euro. Einstiegsgehälter von über 4000 Euro konnten Absolventen der Studiengänge Druck- und Medientechnologie, Print-Media-Management und Werbung und Marktkommunikation mit Quoten von über 30 Prozent verzeichnen.

5 Fragebogen

Teil 1: Arbeitsmarkterfahrung nach dem Studium

Sie haben im Anschluss an das Studium

- eine Beschäftigung gefunden
- (noch) keine Beschäftigung gefunden. Bitte gehen Sie weiter zu Teil 2 (Persönliche Angaben).
- ein weiterführendes Studium / Weiterbildung aufgenommen. Bitte gehen Sie weiter zu Teil 2 (Persönliche Angaben).
- eine Umschulung aufgenommen. Bitte gehen Sie weiter zu Teil 2 (Persönliche Angaben).

Wann haben Sie Ihre erste Stelle gefunden?

- direkt bei Studienabschluss
- nach 1 Monat
- nach 3 Monaten
- nach 6 Monaten

Welcher Bewerbungsweg war erfolgreich? Mehrfachnennungen sind möglich.

- Blindbewerbung
- Praktikumsstelle / Nebentätigkeit während des Studiums
- persönlich bekannt
- Zeitungsanzeige
- Diplomarbeit / Masterarbeit
- Vermittlung durch Lehrende
- durch das Arbeitsamt
- durch Messen/Hochschulkontaktbörsen
- Online-Jobbörsen
- durch Jobvermittlung/Zeitarbeit
- selbständige/freiberufliche Existenz aufgebaut
- anderer Bewerbungsweg

In welcher Branche sind Sie tätig?

- Automobil und Zulieferer
- Bibliotheken
- Design, Werbung
- Druck

- Druckmaschinenhersteller
- Zulieferer im Druckbereich
- Informations- und Kommunikationsbranche
- Rundfunk
- Unternehmensberatung
- Verbände
- Verlage
- Verpackung
- Verpackungsmaschinenhersteller und Zulieferer
- andere

Arbeiten Sie in einem studiengangsbezogenen Beruf?

- ja/nein

Einstellungsaspekte der Arbeitgeber: Was war aus Ihrer Sicht ausschlaggebend für Ihren erfolgreichen Berufseinstieg? Mehrfachnennungen sind möglich.

- Persönlichkeit
- Studienfachrichtung
- fachliche Schwerpunkte
- Praxis während des Studiums
- Noten
- Thema der Diplomarbeit
- Fremdsprachenkenntnisse
- Berufstätigkeit vor dem Studium
- Auslandserfahrung
- Ansehen der Hochschule
- Politisches, soziales, gesellschaftliches Engagement

Wie ist ihr Beschäftigungsverhältnis?

- Vollzeit
- Teilzeit
- Selbständig

Haben Sie eine Führungsposition inne?

- ja/nein

Haben Sie Personalverantwortung?

- ja/nein

Verraten Sie uns Ihr Brutto-Monatseinkommen?

- bis 1000 Euro
- 1000 bis 2000 Euro
- 2000 bis 4000 Euro
- mehr als 4000 Euro
- keine Angabe

Teil 2: Persönliche Angaben

Ihr Studiengang

Ihr Abschlussjahrgang