

Empfehlung der 11.
Mitgliederversammlung der
HRK am 22.11.2011

Career Services

HRK Hochschulrektorenkonferenz

Die Stimme der Hochschulen

Ahrstraße 39 Tel.: 0228/887-0 post@hrk.de
D-53175 Bonn Fax: 0228/887-110 www.hrk.de

I. Empfehlung

Career Services bezeichnen Hochschulinstitutionen, die als Schnittstelle zwischen Hochschule und Beschäftigungssystem fungieren. Sie sind ein weiterer organisatorischer Bestandteil jeder Hochschule zur Stärkung des Praxisbezuges der Fachbereiche und Fakultäten. Diese Aufgabe kann durch Career Services kompetent ergänzt werden. Voraussetzung hierfür ist es, dass Rektorate und Präsidien diese Einrichtungen in ihrer strategischen Ausrichtung der Hochschulen berücksichtigen und sie materiell und personell entsprechend ausstatten.

II. Hintergrund

Career Services unterstützen Fachbereiche und Fakultäten darin, deren Studierende durch verschiedenste Maßnahmen auf den Übergang in die Berufstätigkeit vorzubereiten, und dienen Unternehmen als Anlaufstelle. Mit dem Start des Bologna-Prozesses haben immer mehr Hochschulen Career Center gegründet, um Studenten bei ihrer beruflichen Orientierung zu unterstützen; mittlerweile gibt es etwa 100 Einrichtungen an den Hochschulen.

Die von den Hochschulen angestrebte Arbeitsmarktbefähigung der Absolventinnen und Absolventen und das politische Ziel, 40 % eines Jahrganges an deutschen Hochschulen ausbilden zu lassen, nimmt die Hochschulen noch stärker als bisher in eine Mitverantwortung für den erfolgreiche Berufseinstieg ihrer Absolventinnen und Absolventen. Dies erfordert eine intensivierte Auseinandersetzung mit der Entwicklung, Vermittlung und dem Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit. Auch vor dem Hintergrund des mit der Bologna-Reform verbundenen Ausbildungsziels „Berufsfähigkeit“ wird sich der erfolgreiche Berufseinstieg von Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt zu einem wesentlichen Beurteilungsfaktor für die Qualitätsbewertung von Hochschulen entwickeln. Insofern ist ein institutionalisiertes Beratungs- und Serviceangebot in Form von „Career Services“ (Career Centern o.ä.) in Ergänzung praxisnaher Lehrveranstaltungen als eine genuine Aufgabe von Hochschulen zu sehen.

Die Existenz und Ausgestaltung von Career Services sind als Qualitätsmerkmale einer Hochschule anzusehen und zu optimieren. Für die Hochschulen eröffnet sich hier die Möglichkeit, ihren Career Service durch entsprechende Angebote in Abgrenzung zu anderen Hochschulen zu einem besonderen Merkmal zu entwickeln. Voraussetzungen sind die Anerkennung der Potenziale einer Career Service Einrichtung, die entsprechende strukturelle Einbindung an der Hochschule und die adäquate Ausstattung mit personellen und finanziellen Ressourcen.

III. Inhaltliche Aufgaben

Die Säulen einer institutionalisierten berufsbezogenen Studien- und Karriereberatung sind die Stärkung des Praxisbezugs, die Vermittlung arbeitsmarktrelevanter Kompetenzen und die Unterstützung der Studierenden beim Übergang in den Beruf, auch im Hinblick auf wissenschaftliche Karrieren. Diese drei Säulen haben im Zuge des Bologna-Prozesses noch einmal an Bedeutung gewonnen und wurden in vielen unterschiedlichen Modellen von Career Services etc. modifiziert und / oder ausgebaut. Der Wandel der Arbeitswelt macht es darüber hinaus erforderlich, dass berufsrelevante Kompetenzen im Zuge des lebenslangen Lernens jeweils auf den neuesten Stand gebracht werden. Career Services kommt daher perspektivisch auch eine Rolle im Rahmen der Weiterbildungsangebote der Hochschulen zu. Es muss ferner berücksichtigt werden, dass Absolventinnen und Absolventen ihre berufliche Zukunft zunehmend im europäischen und außereuropäischen Ausland planen. Hier müssen Career Services konkrete Hilfestellung in Bezug auf international übliche Verfahren des Testens und Rekrutierens bieten. Auch erwarten internationale Studierende an deutschen Hochschulen verstärkt Beratung in Bezug auf Karriereperspektiven in Deutschland. Diese Zielgruppe sollten Career Services in ihrem Angebot ebenfalls berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Aufgabenfelder sichtbar:

1) Information und Beratung

Career Services arbeiten an der Schnittstelle zwischen Studium und Beruf. Studierenden sollen Orientierungshilfen bei der Planung des beruflichen, auch eines wissenschaftlichen Werdeganges bekommen. Die Unterstützung bei der Zielfindung kann vielfältig sein und sowohl durch Einzelberatung / -Coaching als auch durch kooperative Projekte vor allem Fakultäten bzw. Fachbereichen, aber auch Einrichtungen der Beratung und der Personalentwicklung angeboten werden. Als besonders erfolgreich haben sich Mentoring-Angebote in Tandems mit Alumni erwiesen. Um auf die Interessen der Zielgruppen einzugehen, wird auch eine aktive Unterstützung studentischer Initiativen empfohlen.

In der Studienabschlussphase ist ein besonderes Beratungsangebot gefragt, um die Absolventinnen und Absolventen auf den Übergang vorzubereiten. Diese Unterstützung sollte sowohl generelle Angebote beinhalten (Veranstaltungen zum Bewerbungstraining, Checklisten für Bewerbungen, optimale Gestaltung des Lebenslaufes etc) als auch individuelle Hilfe bieten (persönliche Beratung, Bewerbungsmappen-Check, Coaching). Im Hinblick auf Absolventinnen und Absolventen aus Weiterbildungsprogrammen sind weitergehende Angebote – wie z.B. Tipps für Karriereplanung und Gehaltsverhandlungen – denkbar.

2) Verbesserung des Austauschs zwischen Lehre und Arbeitswelt

Career Services sollen den gelebten Kontakt zwischen Lehre und Arbeitswelt ausbauen und den Praxisbezug der Studienprogramme

stärken. Darüber hinaus kann die Bildung von Beiräten sinnvoll sein, die mit Personen aus Unternehmen, kooperierenden Institutionen, Verbänden und der Arbeitsverwaltung /-vermittlung besetzt sein könnten.

Als Ergänzung zu diesen integrativen Elementen können Career Services zu den Angeboten der Fächer in eigenen Lehrveranstaltungen studienbegleitende Zusatzqualifikationen / Sozial- und Methodenkompetenz (Schlüsselkompetenzen) und soft skills vermitteln (bspw. Rhetorik, Präsentationstechniken, Zeitmanagement, Bewerbungstrainings). Es erscheint sinnvoll, einzelne Angebote auch im Kontext von General Studies (o.ä.) im Rahmen von Studienprogrammen anrechnen zu lassen.

3) Kontaktmanagement und Vermittlung

Auch die dritte Säule soll beim Übergang in den Beruf konkrete Hilfe bieten, und zwar als eine Kontaktstelle zwischen Hochschulen und Unternehmen, zwischen Absolventinnen und Absolventen und Arbeitgebern auf Augenhöhe. Sie stellen sicher, dass es Plattformen und Formate für die Begegnung und den Austausch gibt, beispielsweise in Form von Schwarzen Brettern (virtuell oder real), Praktikums- und Stellenbörsen, Career Books mit Porträts der Absolventinnen und Absolventen, aber auch Kontakt-Veranstaltungen mit Unternehmen wie Firmenkontaktmessen, Präsentationen, Workshops, Interviews, Kamingesprächen, etc.

An dieser Stelle gibt es zugleich Abgrenzungsbedarf, denn der Career Service soll in erster Linie die Interessen der Studierenden im Blick haben. Aus Sicht der HRK ist es eindeutig, dass Career Services ein Instrument zur Steigerung der Ausbildungsqualität und ein Serviceangebot an die Studierenden sind. Der Auftrag aus dem HRG und den Landeshochschulgesetzen, arbeitsmarktbefähigend auszubilden, ist das gesetzliche Ziel. CS sollten daher die Interessen externer Partner unter dieser Prämisse aufgreifen, um eine win-win-win-Situation für Hochschule, Studierende und Arbeitgeber zu erreichen

IV. Strukturen

Bei aller Unterschiedlichkeit der inhaltlichen Ausrichtung und Organisationsstrukturen an Hochschulen ist immer zu berücksichtigen, dass eine zentrale, für die Außenwahrnehmung der Hochschule entscheidende Einrichtung auch ihrer Bedeutung entsprechend positioniert und ausgestattet sein muss. Für ein erfolgreiches Arbeiten braucht der Career Service eine angemessene, der Situation der Hochschule entsprechende finanzielle und personelle Ausstattung. Die Arbeit des Career Service sollte so durch allgemeine Haushaltsmittel der Hochschule gesichert sein, dass der Career Service für die Wahrnehmung seiner Aufgaben nicht auf möglicherweise zu erwartende Erlöse aus einzelnen seiner Tätigkeitsfelder, wie etwa Jobbörsen und -messen, oder auf Sponsoringgelder angewiesen ist.

Nur so kann eine dauerhafte, von externen Interessen unabhängige, inhaltlich an den Interessen der Studierenden und ihrer Hochschule ausgerichtete Career Service Arbeit gewährleistet sein. Fundraising kann je nach inhaltlicher Ausrichtung und Struktur zum Aufgabenbereich des Career Service gehören, eine enge Vernetzung zwischen beiden Aufgaben ist jedoch unerlässlich.

Eine solide finanzielle Ausstattung des Career Service ist auch die Voraussetzung für erfolgreiche Kooperation mit Dritten. Nur ein starker, gut ausgestatteter und strukturell fest in die Hochschule eingebundener Career Service kann mit Partnern außerhalb der Hochschule so kooperieren, dass die Interessen der Hochschule und ihrer Studierenden angemessen berücksichtigt werden.

Kooperationen des Career Service mit externen Partnern sollten immer unter der Maxime des Nutzens für die erfolgreiche Gestaltung des Berufseinstiegs ihrer Studierenden stehen. Unternehmen sind immer dann Partner für den Career Service, wenn sie mit dem Interesse, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen, an die Hochschule herantreten. Nicht mit dem Serviceauftrag des Career Services vereinbar sind Kooperationen, in die lediglich das Interesse von Unternehmen einfließt, Studierende als Kunden für Produkte und Dienstleistungen zu gewinnen. Eine solche Zusammenarbeit sollte frei von Werbung und unabhängig vom Gesellschaftszweck des beteiligten Unternehmens sein.

Das Angebot des Career Service ist ein Serviceangebot der Hochschulen für ihre Studierenden. Es sollte in dieser Weise und mit hoher Priorität innerhalb der Hochschule kommuniziert werden.

Ein umfassendes, leicht zugängliches Informationsangebot im Internet, in Broschüren, Plakaten und Flyern ist die Voraussetzung dafür, dass das Angebot des Career Service von Studierenden wahr- und angenommen wird. Aber auch Unternehmen finden bei der Suche nach hervorragenden Absolventinnen und Absolventen an der Hochschule im Career Service den richtigen Ansprechpartner.

Die Sicherstellung der Qualität der Career Service Arbeit ist Aufgabe der Hochschulleitung. Sie stellt dies durch die Auswahl qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sicher. Externe Referenten sind als Gäste ein wichtiger Bestandteil des Career Service Angebotes. Die Referentinnen und Referenten müssen die von der Hochschule gesetzten Qualitätskriterien erfüllen. Sie sollten ausgewiesene Fachleute auf ihrem Gebiet sein. Unter der Perspektive des Praxistransfers werden in der Regel eine langjährige Berufserfahrung in dem zu vermittelnden Bereich und Unabhängigkeit von Interessen Dritter Qualitätskriterien sein.

V. Potenziale

Die Reputation der Hochschule wird sich in Zukunft verstärkt auch aus dem Berufserfolg ihrer Absolventinnen und Absolventen speisen. Der erfolgreiche Berufseinstieg der Absolventinnen und Absolventen führt nicht nur zu höheren Bewerberzahlen im Wettbewerb um die besten

Studierenden, er ist auch Grundlage für eine gute Beziehung der ehemaligen Studentinnen/Studenten zu ihrer Hochschule. Absolventinnen und Absolventen, die während ihrer Studienzeit Beratung und Unterstützung erfahren haben, engagieren sich verstärkt in Alumnivereinigungen und fördern auf verschiedene Art und Weise die ehemalige Hochschule. Diese Alumninetzwerke können wie ausgeführt die Arbeit der CS entscheidend bereichern. Die Aneignung von Schlüsselkompetenzen, aktuelle Arbeitsmarktinformationen und gute Kontakte zu potenziellen Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern erleichtern den späteren Absolventinnen und Absolventen den Übergang in die Berufstätigkeit. Um von Seiten der Hochschule diese Services anbieten zu können, müssen sie über die Anforderungen der Unternehmen an die Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger informiert sein. Dazu bedarf es einer strategischen Kommunikation zwischen Hochschule und Wirtschaft. Durch derartiges professionelles Kontaktmanagement entstehen auch Impulse zur Reform der Lehre und der Studienstruktur. Die Career Services sollten ein fester Bestandteil dieses Kontaktmanagements werden, um hierüber auch die Fachbereiche und Fakultäten ihrer Hochschulen bei der Gestaltung und Reformierung der Studiengänge, z.B. durch fächerübergreifend relevante Praxisanteile unterstützen.