

Inhalt

Ein sozialwissenschaftliches Studium eröffnet den Absolvent_innen eine riesige und bisweilen unüberschaubare Auswahl an Berufsfeldern. Studieren – und dann? Diese Frage stellen sich unzählige angehende Sozialwissenschaftler_innen. Für alle, die noch nicht genau wissen, wohin, soll dieses E-Book Impulse liefern. Studierende berichten darin unter anderem über ihre praktische Erfahrung in den Bereichen Personalwesen, Forschung oder Kommunikation. Was erlebt man in einer NGO? Wie kann man als Sozialwissenschaftler_in beratend tätig werden? Ein Blick in dieses Buch schärft Berufsprofile und hilft so bei der Planung der eigenen Zukunft.

Heike Hoppmann (Hrsg.)

Aus der Praxis

**Studentische Einblicke in sozialwissenschaftliche
Berufsfelder**

INHALT

VORWORT.....	vi
BERUFSFELD BERATUNG	8
Einführung	9
Berufsbeschreibung.....	10
Das Berufsbild des Unternehmensberaters/der Unternehmensberaterin	11
Studentische Unternehmensberatung und andere Initiativen	12
Tipps zur Praktikumssuche.....	13
Karriereleiter	14
BERUFSFELD FORSCHUNG	16
Arbeitsfelder sozialwissenschaftlicher Forschung	17
Quantitative Sozialforschung.....	18
Qualitative Sozialforschung	19
Marktforschungsinstitute.....	21
Marktforschung im Unternehmen (betriebliche Marktforschung)	24
Qualitätsmanagement	25
Universitäre Forschung.....	26
Amtliche Statistik	27
BERUFSFELD KOMMUNIKATION	30
SoWis in der Praxis – Berufsfeld Kommunikation.....	31
Lokaljournalismus.....	32
Politische Öffentlichkeitsarbeit.....	34
Wissenschaftskommunikation.....	36
Öffentlichkeitsarbeit.....	40
Fernsehjournalismus	43

Impressum

© Heike Hoppmann 2015

c/o Ruhr-Universität Bochum
Fakultät für Sozialwissenschaft

Universitätsstraße 150
Gebäude GC 03/326
D-44801 Bochum

Deutsche Erstausgabe
Juli 2015

Gestaltung, Lektorat, Layout und Format:

Nadine d'Archart
Nadine Kwelik
Sina Sitzmann
Sarah Wedler

BERUFSFELD NGOS/STIFTUNGEN.....	47
NGOs und Stiftungen	48
Ein Interview mit Senior Projektmanagerin Claudia Walther aus dem Programm Integration und Bildung der Bertelsmann Stiftung	49
Ein Interview mit dem Bildungsreferenten Jürgen Lange von ARBEIT UND LEBEN DGB/VHS e.V.	54
BERUFSFELD PERSONALWESEN.....	58
Das Personalwesen im Überblick.....	59
Arbeits-/Aufgabengebiete	59
Der Erwerb von Kompetenzen für den Personalbereich.....	62
Mögliche Einstiegsbereiche für Sozialwissenschaftler_innen im Bereich Personal	64
Einstiegsgehälter	65
Praxisberichte.....	66
LITERATURVERZEICHNIS	69

VORWORT

von Heike Hoppmann

Warum ein E-Book?

Zu den Entstehungsbedingungen

„Berufsfelder für Sozialwissenschaftler_innen“ – eine außerordentliche Vielfalt der beruflichen Möglichkeiten und stetige Veränderungen sind eine Herausforderung für die Studierenden und Lehrenden, die sich mit diesem Thema beschäftigen. Als Praktikumsbeauftragte der Fakultät für Sozialwissenschaft der Ruhr-Universität Bochum lese ich viele Praktikumsberichte, die einen guten Einblick in die jeweiligen Berufsfelder für Sozialwissenschaftler_innen vermitteln. Allerdings gibt es wenig hilfreiche und aktuelle Literatur, die sich mit den Tätigkeiten von Sozialwissenschaftler_innen in den Berufsfeldern beschäftigt – meist werden die potentiellen Arbeitgeber_innen in den Berufsfeldern vorgestellt, ohne jedoch auf die Möglichkeiten von Sozialwissenschaftler_innen konkret hinzuweisen. Ausnahmen, die sich direkt mit einem Überblick über Berufsfelder beschäftigen, sind u.a. der Berufsverband Deutscher Soziologinnen und Soziologen (vgl. Das BDS-Berufshandbuch 2007).

Damit war das Projekt geboren. Die Umsetzung erfolgte im Rahmen eines Masterseminars zur Berufsfeldorientierung an der Fakultät für Sozialwissenschaft.

Das E-Book enthält die gesammelten Praxiserfahrungen der beteiligten Studierenden. Dabei lagen die Schwerpunkte auf einzelnen Praxisfeldern: Beratung, Personalwesen, Kommunikation, Stiftungen, NGOs und Forschung. Mit Experteninterviews wurden die Erfahrungen aus den studentischen Praktika ergänzt, sofern das möglich war.

Hintergrund des Projektseminars war zudem eine Erkenntnis, die sich seit mehreren Semestern herauskristallisiert hat: dass die Studierenden des sozialwissenschaftlichen Masterstudiums – wie sicher auch anderer Studiengänge – immer heterogener in ihren Voraussetzungen werden. Durch die Bologna-Reform wurde es möglich, sich bereits nach dem Bachelor mit einem Studienabschluss in die Praxis zu begeben, was auch immer mehr genutzt oder durch vorgeschriebene Praktika ermöglicht wird. Die Studierenden, die sich bereits für ein Berufsfeld entschieden haben und über praktische Erfahrungen verfügten, die über die durch den Bologna-Prozess in der

Lehre verankerte Forderung nach employability – wörtlich: Beschäftigungsfähigkeit – bereits verfügen, sollten sich als Expert_innen darstellen. Damit sollten sie als Mentor_innen für die Bachelor- und Masterstudierenden dienen, die noch auf der Suche nach möglichen Berufsfeldern mit einem sozialwissenschaftlichen Studium sind. Wie jedoch sollte dies umgesetzt werden? Bachelormessen mit Postern wurden bereits von vorherigen Seminaren organisiert – jetzt sollte aber die Erfahrung langfristig zur Verfügung gestellt werden und auch noch in späteren Seminaren anschlussfähig sein. Aber es sollten nicht nur die Empfänger_innen etwas davon haben, sondern – dies ist ja das Ziel des Seminars für die Masterstudierenden – berufsbezogene Qualifikationen und Kompetenzen, im Sinne von employability, eingeübt werden. Was könnte da besser geeignet sein als ein eigenes Projekt, bei dem Teamarbeit, Zeitmanagement, Risikokontrolle, Organisationsmanagement, Abstimmung und Kreativität gefragt sind?

Was hier als materialisierte Erfahrung vorliegt, ist das Resultat aus dem Seminar. Neben der Erstellung des E-Books wurden zusätzlich noch niedrigschwellige Beratungsangebote von Studierenden für Studierende angeboten, die Möglichkeit, einen Newsletter zu einem Berufsfeld zu beziehen wie auch ein Vortrag zu Berufsfeldern, bei dem anhand von Moderationsmethoden die interessierten Studierenden aufgefordert wurden, ihre eigenen Erwartungen mit den geforderten Kompetenzen innerhalb des Berufsfeldes abzugleichen.

Alles in allem eine gelungene Form der Auseinandersetzung und Reflexion mit dem ‚gewählten‘ Berufsfeld für die Masterstudierenden und ein intensiver Blick in die Praxis für die Bachelorstudierenden und Interessierten.

Ich bedanke mich bei dem Praxisseminar für den 1-Fach-Master im Sommersemester 2015 ausdrücklich für die Arbeit, die sicherlich zeitlich und in der Intensivität über das Maß eines Pflichtseminars hinausging.

Namentlich waren dies: Daniel Albers, Nina Altmann, Nadine d'Arachart, Sarah Boenning, Philipp Bredel, Ines Gottschalk, Mona Graetsch, Wiebke Hansjürgen, Yannick Hobin, Moritz Kenngott, Katrin Klingschat, Julia König, Nadine Kwelik, Carina Laarmann, Steffen Letmathe, Tanja Mauelshagen, Lea Meerts, Kathrin Meyer, Bernard Niekämper, Christoph Olszewski, Karinna Penner, Jannik Schauf, Alexandra Schmidt, Sina Sitzmann, Chantal Solberg, Magdalena Suwak, Sarah Wedler, Marc Wietzke, Katharina Yaltzis und Birgit Zeyer..

Einführung

Die Berufsbezeichnung ‚Berater_in‘ wird in der Dienstleistungsbranche immer häufiger und bekannter, trotzdem erweist sich die Bestimmung der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Funktion von Berater_innen sowie deren Zuordnung zu einer spezifischen Berufsgruppe als schwierig; lassen sie sich doch weder durch ihre Funktion noch durch ihre Qualifikation klar von anderen Berufsgruppen abgrenzen (Springer, 2009, S. 19). Darüber hinaus ist Beratung nach Eberhart eine Alltagserfahrung, denn „beraten kann jede und jeder“ (Eberhart, 2006, S. 33). Mitglieder vieler verschiedener Professionen sind in ihrem Arbeitsalltag beratend tätig; sollte sich deshalb beispielsweise ein Arzt „Gesundheitsberater“ nennen?

Dennoch: Alle Berater_innen haben gemeinsam, dass sie ein ihnen eigenes, spezifisches Wissen an Kunden und Kundinnen verkaufen, die Interesse an diesem Wissen haben und sich vom Erwerb ebendieser Kenntnisse einen Nutzen versprechen. Meist ist es das Wissen über Prozessabläufe und Strukturen, das Berater_innen ihren Klienten und Klientinnen voraushaben. Das spezifische Wissen der Beratenden wird zur Ware, die Weitergabe des Wissens zur Dienstleistung (Springer, 2009, S. 20f.; Heuermann/Herrmann, 2003, S. 9ff.).

Um den von der Beratung versprochenen Nutzen zu gewährleisten, müssen die Beratenden über verschiedene Kompetenzen verfügen: zum einen über feldspezifisches Fachwissen, zum anderen über ausgeprägte analytische Problemlösungs- sowie Umsetzungskompetenzen. Jeder neue Fall muss in seinen Besonderheiten analysiert werden und das Beratungswissen muss entsprechend angepasst vermittelt werden. Durch den inzwischen ausgeprägten Wettbewerb innerhalb der Beratungsbranche müssen auch gewisse soziale Kompetenzen vorhanden sein, um Kund_innen nicht nur in ausreichender Zahl zu akquirieren, sondern sie auch zu halten (vgl. Niedereichholz 2012).

Obwohl die Position der Beratenden prestigeträchtig ist und immer mehr Berater_innen auftreten, können Beschäftigungsverhältnisse im Beratungsmarkt häufig als atypisch bezeichnet werden (Keller/Seifert, 2007, S. 12): Erstens gilt für die meisten Arbeitsverträge, dass sie nur auf befristeter Basis abgeschlossen werden. Zweitens bleibt die Definition des Beschäftigungsverhältnisses durch die Bindung zum Unternehmen einerseits und zum Kunden andererseits häufig diffus. Drittens sind Berater_innen durch die ihnen eingeräumten Freiräume im Beratungsprozess oft

nicht im gleichen Maße an die Weisungen der Arbeitgeber_innen gebunden wie andere Berufsgruppen.

Auch die Verbesserung der persönlichen Beschäftigungsfähigkeit steht zwangsweise immer mit im Fokus der Beratenden. Die eigenen Fähigkeiten sollten ständig überprüft und angepasst werden. Die bereits erwähnte ausgeprägte Wettbewerbssituation sowie die Unsicherheit, nach einem erledigten Auftrag Folgeaufträge zu erhalten, zwingen die Berater_innen zu ständiger Selbstreflexion und Selbst-Ökonomisierung.

Berufsbeschreibung

Einsatzmöglichkeiten für Berater_innen mit sozialwissenschaftlichem Hintergrund finden sich in vielen Bereichen: sowohl im öffentlichen Dienst und in der privaten Wirtschaft als auch bei Verbänden, Vereinen, NGOs – und in nahezu allen gesellschaftlichen Funktionsbereichen wie beispielsweise in der Wirtschaft, Berufswahl, Gesundheit, Familie, Umwelt, Politik, Technik, Verkehrssicherheit, Religion, Kunst, Kultur etc. (vgl. G-A-U Göttingen 2011). Dementsprechend hat sich eine Vielzahl spezieller Beratungen und Beratungsformen herausgebildet, von denen im Folgenden vier ausgewählt vorgestellt werden sollen.

1. Unternehmensberatung

Berater_innen sind normalerweise Spezialisten_innen in ihrem Fachgebiet. Eine Reihe von gängigen Branchen, in der Berater_innen arbeiten, sind z.B. Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Existenzgründungsberatung, IT-Beratung, Image- und Kommunikationsberatung, Ingenieurwesen, Finanzberatung, Sanierungsberatung, Organisationsentwicklung oder Facility Management (vgl. Bundesagentur für Arbeit/Career Service RUB 2006). Jedoch darf man nicht vergessen, dass es im Unternehmen häufig Problemstellungen gibt, die interdisziplinäres Wissen und Arbeiten verlangen. Dabei arbeiten nicht nur gemischte Berater_innen-Teams zusammen, sondern generell sind „Querdenker“ (Ebd.) in der Unternehmensbranche von Vorteil, die über den eigenen Tellerrand hinaus Probleme angehen.

2. Personalberatung

Personalberatungen sind dafür da, Unternehmen bei der Rekrutierung von Mitarbeiter_innen zu unterstützen. Oft werden sie aus Kostengründen aus dem

Unternehmen ausgegliedert. Etabliert sind heutzutage auch externe Agenturen, die Personalbeschaffungen anbieten. Externe Anbieter werden besonders im Falle von offenen Führungskräftestellen konsultiert, beim sogenannten „Headhunting“ (Bundesagentur für Arbeit/Career Service RUB, 2006).

3. Gesundheitsberatung/ Public Health

In diesem Arbeitsfeld ist es das Ziel, die Gesundheit in der Bevölkerung zu fördern und zu pflegen. Bereiche, in denen Berater_innen arbeiten, sind z.B. die Entwicklung und Implementierung von Gesundheitsförderprogrammen oder der Bereich der Gesundheitsberatung und -erziehung. Zudem gibt es für Absolventen und Absolventinnen des Studiengangs Public Health viele andere Bereiche in denen sie arbeiten könne. Dazu zählen z.B. Krankenkassen, Gesundheitsämter, Wohlfahrtspflege und auch epidemiologischen Forschung oder Tätigkeiten in der Gesundheits- und Umweltberichterstattung. Zu ihren Aufgaben in diesen Branchen zählen Planungs- und Managementaufgaben (vgl. Bundesagentur für Arbeit/Career Service RUB 2006).

4. Politikberatung

Habermas definiert die Politikberatung wie folgt:

Politikberatung hat die Aufgabe, einerseits Forschungsergebnisse aus dem Horizont leitender Interessen, die das Situationsverständnis der Handelnden bestimmen, zu interpretieren, und andererseits Projekte zu bewerten, und solche Programme anzuregen und zu wählen, die den Forschungsprozess in die Richtung praktischer Fragen lenken. (Habermas, 1968, S. 134)

Politikberater_innen unterstützen Parteien und Politiker_innen in den Bereichen Kampagnenberatung, Politikfeldberatung und Public Affairs. Sie sind bei Institutionen, Organisationen, Unternehmen, Agenturen, Kanzleien oder Beratungsgesellschaften angestellt oder freiberuflich tätig (vgl. Deutsche Gesellschaft für Politikberatung 2010).

Das Berufsbild des Unternehmensberaters/der Unternehmensberaterin

Da Studierende aus sozialwissenschaftlichen Bereichen, die sich für das Berufsfeld Beratung entscheiden, sich häufig für eine Beschäftigung als Unternehmensberater_in interessieren, wird hier insbesondere auf die geforderten Kompetenzen in diesem speziellen Berufsbild eingegangen.

Eine genauere Betrachtung öffentlich zugänglicher Stellenausschreibungen der bekanntesten Consultingunternehmen (etwa McKinsey, Boston Consulting Group u.a.) verdeutlicht, dass die Unternehmensberatungen sich hinsichtlich ihrer Kompetenzanforderungen an ihre (potenziellen) Berater_innen nicht wesentlich unterscheiden, sich jedoch vereinzelt besondere/erhöhte Anforderungen herauskristallisieren. Neben den erforderlichen Voraussetzungen wird in den öffentlich zugänglichen Stellenausschreibungen zudem explizit betont, dass diese sich nicht ausschließlich an Bewerber_innen wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge richten. So sind, neben Ingenieur_innen und Jurist_innen, Absolvent_innen sozialwissenschaftlicher Studiengänge besonders aufgrund ihrer interdisziplinären Fähigkeiten als Unternehmensberater_innen geeignet.

Zu den häufig genannten Voraussetzungen zählen:

- eine gute Allgemeinbildung
- Interesse an wirtschaftlichen/sozialen/kulturellen Fragen im Studium
- die Fähigkeit zur interdisziplinären Zusammenarbeit
- Präsentationskompetenzen und Verhandlungsgeschick
- ausgeprägte rhetorische Fähigkeiten
- Teamfähigkeit und Empathie
- Führungsstärke
- Stressresistenz und Mobilität
- Fremdsprachenkenntnisse und Auslandserfahrungen
- analytische Fähigkeiten
- eine hohe Lernbereitschaft
- seriöses Auftreten
- exzellente akademische Leistungen

Studentische Unternehmensberatung und andere Initiativen

Studentische Unternehmensberatungen sind mittlerweile an nahezu jeder Uni vertreten. An Beratung interessierte Studierende schließen sich zusammen und führen Beratungsprojekte in Unternehmen durch. Auch andere wirtschaftlich ausgerichtete studentische Initiativen bieten die Möglichkeit, erste Praxiserfahrungen in und mit Wirtschaftsunternehmen zu sammeln und das eigene Profil zu schärfen. Hier kann in einem noch geschützten Rahmen die eigene Komfortzone verlassen und die eigenen

Fähigkeiten können geprüft, angewendet und verbessert werden. Die meist flachen Hierarchien sorgen dafür, dass man schnell in verschiedenen Positionen arbeiten und Verantwortung übernehmen kann.

Oft werden den Mitgliedern studentischer Unternehmensberatungen Schulungen und Workshops angeboten und es gibt einen mindestens deutschlandweiten Austausch der Initiativen untereinander. Neben der praktischen Erfahrung werden hier auch bereits während des Studiums Kontakte geknüpft – zu anderen beratenden Studierenden und Vertreter_innen aus Unternehmen.

Wer sich für Beratung als Berufsfeld interessiert, findet hier Gleichgesinnte und kann sehr hilfreiche Erfahrungen sammeln.

Weiterführende Links

www.via-ev.de

www.rub.enactus.de/

www.bonding.de/web/bochum.nsf/web/studenten_home_de

Tipps zur Praktikumssuche

Praktika in Unternehmensberatungen geben einen guten Einblick in die Praxis des jeweiligen Unternehmens und werden in späteren Bewerbungen gern gesehen. Wer schon an bestimmte Unternehmen denkt, findet Ausschreibungen meist auf deren Internetseiten. Auch in Job- und Praktikumsbörsen werden viele Stellenausschreibungen veröffentlicht, dort finden sich auch kleinere Beratungen, an die man zunächst vielleicht gar nicht gedacht hat.

Gerade die bekanntesten Beratungen bieten auch Recruiting-Events und interessante unternehmensübergreifende Praktikumsprogramme an, über die man sich wegen der frühen Bewerbungsfristen allerdings frühzeitig informieren sollte. Je bekannter das Unternehmen, desto höher sind meist auch die Ansprüche an Bewerber_innen. Man darf sich durch die Anforderungslisten jedoch nicht von vornherein abschrecken lassen. Sozialwissenschaftler_innen können punkten, wenn sie ihre eigenen, oft interdisziplinären Stärken kennen und darstellen. Neben den bekannten großen Namen gibt es außerdem auch viele kleinere Beratungsunternehmen, die Praktikant_innen oft eine gute Betreuung und Einsicht in ihr gesamtes Tätigkeitsfeld bieten können und nicht ganz so hohe Anforderungen an Bewerber_innen stellen.

In der Unternehmensberatung wird wegen des ständigen Kundenkontakts besonderer Wert auf ein seriöses Aussehen gelegt. Zu einem Vorstellungsgespräch empfehlen wir, schon am Vortag noch mal besonders auf die kleinen Äußerlichkeiten zu achten (gebügelte Hemden/Blusen, saubere Schuhe und Fingernägel, gepflegter Bart/Rasur, keine tiefen Ausschnitte/zu hohen Absätze etc.). Eine Orientierung, wie formal das Outfit sein sollte, können Fotos der Mitarbeiter_innen auf den unternehmenseigenen Internetseiten geben, je nach Position und Unternehmen aber mindestens business casual (wenn nicht eindeutig anders erwartet).

Karriereleiter

Typisch ist ein Einstieg auf einer niedrigen Karrierestufe mit anschließend schrittweisem Aufstieg in der internen Hierarchie der Berater_innen. Berufseinsteiger_innen beginnen ihre Karriere als Assistant/Professional/Junior-Consultant und steigen nach etwa einem Jahr Berufspraxis zum Manager/Project-Manager/Expert/Consultant auf. Nach weiteren zwei bis drei Jahren werden sie zum Senior Project Manager/Director/Senior Expert (vgl. Bundesverband Deutscher Unternehmensberater 2015). Die Berater_innen bewähren sich zwei bis drei Jahre, um auf die jeweils nächsthöhere Karrierestufe zu gelangen, die typischerweise mit mehr Autonomie, Verantwortung und Prestige sowie einem höheren Gehalt verbunden ist.

Das dauerhafte Verweilen auf einer Karrierestufe ist im Berufsfeld Beratung sehr untypisch. Meist wird die Philosophie „Grow or go“ oder auch „up or out“ vertreten. Statt zu einem Auf- führt die Karriere vieler Berater_innen auch zu einem Ausstieg. Viele Berater_innen setzen ihre Karrieren in Industrie oder Dienstleistungsunternehmen fort, die sie in ihrer Beratungstätigkeit kennen gelernt haben. Beratungsunternehmen stehen diesen Ausstiegen durchaus positiv gegenüber und nutzen ehemalige Angestellte gern als Netzwerkkontakte. Zudem verringert sich die Anzahl der zu vergebenden Positionen mit jeder Karrierestufe.

Literaturtipp

Herking, Tanja-Vera (2015): *Der kompetente und professionelle Unternehmensberater*, Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Die erziehungswissenschaftliche Dissertation von Frau Herking ist eine aktuelle und sehr ausführliche Arbeit zu den Bedingungen und Strukturen im Berufsfeld

Unternehmensberatung und den (gewünschten) Kompetenzen von
Berater_innen.

Autor_innen:

*Sarah Boenning, Philipp Bredel, Wiebke Hansjürgen, Tanja Mauelshagen, Kathrin
Meyer, Karinna Penner, Marc Wietzke*

BERUFSFELD FORSCHUNG

Arbeitsfelder sozialwissenschaftlicher Forschung

Die sozialwissenschaftliche Forschung ist ein vielseitiges Berufsfeld mit unterschiedlichen Arbeitsgebieten. Dabei wird zwischen quantitativer und qualitativer Sozialforschung unterschieden. Jedoch trifft diese Trennung in der Praxis nicht immer zu, denn viele Institute arbeiten sowohl quantitativ als auch qualitativ. In der qualitativen Sozialforschung werden in der Regel sensitive Themen (z.B. Alkoholkonsum) oder auch umfang- und detailreiche Themen (z.B. Rituale innerhalb einer Familie) erforscht. Hierbei wird häufig nur eine geringe Anzahl an Personen befragt, dafür aber umso intensiver. Die quantitative Sozialforschung zielt hingegen auf eine möglichst große Anzahl an Befragten ab, um Rückschlüsse auf größere Gruppen ziehen zu können. Die Forschungsthemen befassen sich dabei eher mit gesamtgesellschaftlich gültigen Fragestellungen, bei denen die Umfrageteilnehmer nicht das Gefühl haben, zu viel Persönliches preisgeben zu müssen. Neben der Sozialforschung stellt die Marktforschung einen weiteren großen Arbeitsbereich dar. Es gibt freie Institute, die Marktforschung als eine Dienstleistung für Unternehmen anbieten. Einige Unternehmen betreiben zudem selbst Marktforschung. Weitere Arbeitsbereiche sind die universitäre Forschung, das Qualitätsmanagement und die amtliche Statistik.

Um in den einzelnen Arbeitsfeldern bestehen zu können, sind einige Studieninhalte von besonderer Relevanz. Für die meisten Arbeitsfelder sind Kenntnisse in der beschreibenden und schließenden Statistik im univariaten, bivariaten und multivariaten Fall vonnöten. Darüber hinaus sind auch Kenntnisse in der Datenerhebung, Datenaufbereitung, Datenanalyse, dem Datenschutz und der Evaluation notwendig. Innerhalb der Arbeitsfelder sind weitere Kenntnisse wünschenswert, wie z.B. über rechtliche Grundlagen (amtliche Statistik), über die Wirtschaft und spezielle Branchen (Marktforschung) sowie Kenntnisse in der Sozial- und Kulturpsychologie (qualitative Forschung).

In den meisten der unten aufgeführten Arbeitsfelder kann man von einer guten Vereinbarkeit von Familie und Beruf sprechen. So ist in der amtlichen Statistik und in den meisten Sozialforschungsinstituten eine Fünf-Tage-Woche die Regel und Überstunden werden als Freizeitausgleich akzeptiert. In den meisten Fällen ist das Arbeiten in Teilzeit möglich, für gewöhnlich fällt auch keine Nachtschicht an. In der innerbetrieblichen Marktforschung sind die Arbeitszeiten und -gegebenheiten von dem jeweiligen Arbeitgeber abhängig. Eine Ausnahme stellt die universitäre

Forschung dar. Hier sind häufig wechselnde Universitäten und Fachbereiche möglich, es wird ein hohes Maß an Flexibilität erwartet und es müssen viele Dienstreisen (Konferenzen, Tagungen, Forschungsaufenthalte) getätigt werden. Für alle Arbeitsfelder gilt gleichzeitig: Je höher die Position, desto mehr Flexibilität und Einsatzbereitschaft werden erwartet.

Quantitative Sozialforschung

Kurzbeschreibung: Die quantitative Sozialforschung beschäftigt sich hauptsächlich mit der Überprüfung von Hypothesen zu bestehenden Theorien. Dabei besteht eine Trennung zwischen Datenerhebung und Datenauswertung. Zu Beginn der Analyse wird eine Grundgesamtheit bestimmt, über welche Wahrscheinlichkeitsaussagen mit Hilfe von Variablen getroffen werden. (vgl. Albers, Sönke et al. 2009; Diekmann 2006; Müller 2008)

Zugang und Perspektiven: Bachelor of Arts Sozialwissenschaft; Master of Arts Sozialwissenschaft; Promotion; Habilitation; Zugang durch ein abgeschlossenes Studium anderer Studienfächer, die mit den sozialwissenschaftlichen Inhalten wie z.B. Soziologie, Politikwissenschaft, Psychologie oder Ökonomie verbunden sind; Aufstiegsmöglichkeiten sind gegeben.

Kompetenzen: gute Englischkenntnisse, EDV-Kenntnisse (Microsoft Office, Statistikprogramme wie SPSS, Stata oder R), Statistikkenntnisse, Interesse an gesellschaftlichen Themen und empirischer Forschung, Teamfähigkeit.

Vorbereitung: Auseinandersetzung mit statistischen Programmen, Praktika im Bereich der empirischen Sozialforschung.

Themen: abhängig vom Arbeitgeber; bei der Datenerhebung vor allem die Durchführung von Umfragen mitsamt relevanter Bearbeitungen selbiger, in der Datenaufbereitung

hauptsächlich Arbeiten mit Metadaten, fehlenden Werten etc., bei Datenauswertungen, Analysen und Veröffentlichungen.

Zahlen/Daten/Fakten: Das Arbeitsverhältnis kann auf eine ausgeschriebene Projektdauer befristet sein, die Verdienstmöglichkeiten hängen davon ab, ob es sich um ein privates Unternehmen oder eine staatliche Institution handelt. Dabei liegt das Bruttomonatsverdienst laut statistischem Bundesamt durchschnittlich zwischen 3811 € und 5598 €. Das Einkommen kann jedoch je nach Institut und Stellung variieren (vgl. Sowi-Online 2015; Gehalt.de 2015).

Arbeitgeber: öffentliche oder private Institute, die sich mit der sozialwissenschaftlichen Forschung beschäftigen, wie: ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V., Bundeszentrale für politische Bildung, GESIS Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften, TNS Infratest. (vgl. Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW o. J.; ADM o. J. a).

Sonstiges: körperlich leichte Arbeit, meist am Computer, mit hoher Eigenverantwortung, aber auch starker Teamorientierung.

Qualitative Sozialforschung

Kurzbeschreibung: Zentral ist die Erforschung gesellschaftsrelevanter Bereiche mit Hilfe qualitativer, aber auch im Zusammenhang mit quantitativen Methoden. Auch die praktische Umsetzung der erforschten Inhalte sowie die Evaluation und die Beratung konkreter Auftraggeber sind relevant.

Beispiele: Das Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung e.V. beschäftigt sich mit anwendungsorientierter Forschung, die dazu beitragen soll, in Kooperation mit der Praxis Problemlösungskonzepte und

Praxismodelle zu erarbeiten (vgl. Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung o. J.).

Das Sinus-Institut für Markt- und Sozialforschung beschäftigt sich mit der Erforschung der Alltagswirklichkeit des Menschen, des soziokulturellen Wandels sowie der Anwendung der Sinus-Forschung im Zusammenhang mit Trends, Zielgruppen und Märkten. (vgl. Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH o. J.).

Zugang und Perspektiven: Bachelor of Arts Sozialwissenschaft, Master of Arts Sozialwissenschaft, auch höhere Abschlüsse, Einstieg mit anderen Studienfächern möglich. Studieninhalte, die konkret zu den Inhalten der Sozialforschungsinstitute passen, sind wichtig (z.B. Soziologie, Psychologie).

Kompetenzen: EDV-Kenntnisse (Microsoft Office, Statistikprogramme wie SPSS, Stata, R), gute Englischkenntnisse aufgrund der häufig englischsprachigen Literatur sowie Programme, Interesse an empirischer Forschung, Interesse auch an qualitativer Erforschung von Einzelfällen, Statistikkenntnisse, Interesse an gesellschaftlich relevanten Themen.

Vorbereitung: Hilfreich sind Kurse, die in Programmen der Statistik angeboten werden, z.B. zu Stata, R und SPSS. Praktika in Sozialforschungsinstituten sind von Vorteil, um das Arbeitsgebiet kennenzulernen und Praxiserfahrung zu sammeln.

Themen: aus den Bereichen Politik, Gesundheits- und Sozialwesen, Demografie, im Allgemeinen abhängig von den konkreten Arbeitgeber.

Zahlen/Daten/Fakten: Arbeitsangebote in der qualitativen, aber auch quantitativen Sozialforschung werden meist im universitären Umfeld angeboten. Dort wird man häufig zunächst als wissenschaftliche Hilfskraft mit der Entgeltgruppe E13

eingestellt, das wären in NRW beispielsweise derzeit 3367,56 € bei einer Vollzeitstelle. (vgl. Öffentlicher-Dienst.Info o. J. a) Häufig sind Arbeitsstellen lediglich auf eine ausgeschriebene Projektdauer befristet sind oder werden nur in Teilzeit angeboten.

Arbeitgeber: öffentliche und private Institute, die sich mit Sozialforschung beschäftigen, wie: Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (BiB), Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF), Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung e.V. (RISP), Sinus-Institut für Markt- und Sozialforschung, Gesellschaft für Forschung und Beratung im Gesundheits- und Sozialbereich (FOGS) (vgl. Deutscher Bildungsserver 2015).

Sonstiges: körperlich leichte, geistig eher anspruchsvolle Arbeit, überwiegend im Sitzen, meist in geschlossenen, temperierten Räumen, meist Tätigkeit an Bildschirmgeräten, Tätigkeit mit hoher Eigenverantwortung, aber teamorientierte Arbeit (vgl. BERUFENET 2006).

Marktforschungsinstitute

Kurzbeschreibung: Marktforschung ist die systematische Sammlung von Informationen über Märkte und Bevölkerungsgruppen (vgl. ADM o. J. c). Marktforschungsinstitute erfassen auf Nachfrage von Wirtschaftsunternehmen, Politik und Verbänden Meinungen, Verhaltensweisen und Erwartungen von Menschen (vgl. Marktforschung.de, 2015b). Meist werden Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsinstitute unter dem Begriff Marktforschung zusammengefasst (vgl. ADM o. J. b).

Zugang und Perspektiven: Verschiedene Studienfächer können zur Tätigkeit als Marktforscher_in qualifizieren: Soziologie, Statistik, Markt- und Kommunikationsforschung, Wirtschaft, Psychologie,

Wirtschaftspsychologie, Mathematik (vgl. Marktforschung 2015c).

Kompetenzen: analytisches Denkvermögen, Affinität für Zahlen; Statistikkenntnisse, gekonnter Umgang mit Statistikprogrammen (SAS, Stata, SPSS oder R), sicherer Umgang mit Office-Anwendungen (insbesondere Excel und PowerPoint); von Vorteil sind gute Englischkenntnisse.

Vorbereitung: Man sollte sich im Studium durch die Wahl entsprechender Kurse ein passendes Profil schaffen (siehe relevante Studieninhalte). Ebenso wichtig sind einschlägige Praktika, am besten in Marktforschungsinstituten, aber auch verwandten Bereichen. Da sehr oft Englischkenntnisse gefragt sind, ist ein Auslandsaufenthalt (in Form eines Auslandssemesters, Praktikums o.Ä.) vorteilhaft.

Themen: In Markt- und Sozialforschungsinstituten werden wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Problemstellungen untersucht. In der Politikforschung geht es dabei häufig um Wahlprognosen oder Stimmungsbilder innerhalb der Gesellschaft. In der privatwirtschaftlichen Marktforschung hingegen wird sich mit verschiedenen Teilmärkten beschäftigt, wobei die Arbeitsbereiche innerhalb der Institute oft nach Branchen getrennt sind. Die Themen selbst hängen von den Auftraggeber_innen ab, so kann es z.B. um die Meinungen über ein neues Produkt gehen, um die Wahrnehmung einer Marke oder um Kundenzufriedenheit und -bindung (vgl. Psychonomics AG 2007; ADM o. J. c; Marktforschung 2015b).

Zahlen/Daten/Fakten: Das Einstiegsgehalt von Soziologinnen und Soziologen liegt im Schnitt bei etwa 33.500 €/Jahr. Dabei ist ein Masterabschluss nicht mehr wert als ein Bachelorabschluss: Das durchschnittliche Jahresgehalt von Bachelor- und Masterabsolvent_innen (Uni) beträgt gleichermaßen 45.000

€/Jahr. Eine Promotion hingegen lohnt sich: Bei promovierten Mitarbeiter_innen liegt das durchschnittliche Einkommen bei 83.000 €/Jahr (vgl. Marktforschung.de 2015a).

Arbeitgeber:

Es gibt verschiedene Arten von Marktforschungsinstituten: öffentlich-rechtliche Institutionen (oft in Verbindung mit Hochschulen), Feldorganisationen, unternehmenseigene oder privatwirtschaftliche Marktforschungsinstitute, die Auftragsforschung und Beratung betreiben. (vgl. BVM 2015) Diese unterscheiden sich wiederum in Full-Service-Institute, die alle gängigen Untersuchungsarten anbieten und Institute, die sich auf spezielle Methoden (z.B. hinsichtlich der Befragungsform oder bezüglich quantitativer oder qualitativer Forschung) spezialisiert haben (vgl. Wirtschaftspsychologische Gesellschaft o. J.).

Sonstiges:

Die Arbeit in einem Marktforschungsinstitut ist in der Regel projektorientiert. Sie lässt sich anschaulich anhand der fünf Phasen des Marktforschungsprozesses erläutern: Definition (Entwicklung und Definition des Problems, Ziels und der Forschungsfragen), Design (Auswahl von Informationsquellen und Erhebungsinstrumenten), Datenerhebung (Akquise und Schulung von Interviewer_innen, Durchführung der Erhebung), Datenanalyse (Aufbereitung, Auswertung, Verdichtung, Interpretation) und Dokumentation (Ergebnisbericht, Präsentation, Lösungsansätze für das Marketingmanagement). (vgl. Bernecker/ Weihe 2009)

Das Forschungsdesign gestaltet sich vielfältig – es kommen sowohl quantitative als auch qualitative Methoden zum Einsatz. Das Team ist oft aufgrund der vielfältigen Zugangsmöglichkeiten interdisziplinär.

Marktforschung im Unternehmen (betriebliche Marktforschung)

Kurzbeschreibung: Marktforschung als unternehmensinterne Informationsbeschaffung, relevante Informationen als Entscheidungsgrundlage für den Vorstand. Anfragen und Aufträge erfolgen durch eine enge Zusammenarbeit mit dem Marketing, mit Abteilungen und Sachgebieten, Arbeitsgruppen und lokalen Stellen. Permanente Marktbeobachtung und Berücksichtigung der Konkurrenz (vgl. Späte 2007).

Zugang und Perspektiven: neben Sozialwissenschaft: Psychologie, Soziologie, Mathematik, BWL, VWL; Masterstudium wird wichtiger (vgl. Marktforschung.de 2015a).

Kompetenzen: grafische Aufbereitung der Daten mit PowerPoint, Statistikkenntnisse & Kenntnisse im Umgang mit Stata, SPSS und R, Verständnis über den Ablauf von Erhebungen der Auswertung und Analyse, Befragungsarten sowie verantwortungsbewusstes, selbstständiges Arbeiten.

Vorbereitung: Praktika von Vorteil, Erlernen von SPSS, Stata; Wissen über den gesellschaftlichen Wandel und Veränderungen der Wirtschaft und Bevölkerung sowie eine gute Präsentationsfähigkeit.

Themen: Zentrales Unternehmensziel steht im Fokus, aktuelle Herausforderungen an das Unternehmen werden durch verschiedene Feldprojekte erforscht. Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheitsbefragungen, Informationen über Kund_innen und potenzielle Kund_innen, Qualitätsverbesserung, Werbewirkung.

Zahlen/Daten/Fakten: In Unternehmen (betriebliche Marktforschung) durchschnittliches Verdienst von 67.695 € im Jahr. Tendenziell gilt: je größer die Mitarbeiterzahl im

Unternehmen, desto höher das Einkommen (vgl. Marktforschung.de 2015a).

Arbeitgeber: Unternehmen mit interner Marktforschung wie z.B. größere Autokonzerne, Krankenkassen, Deutsche Bahn, Luftfahrt. Für Erhebungen werden z.T. auch Marktforschungsinstitute beauftragt.

Sonstiges: –

Qualitätsmanagement

Kurzbeschreibung: Qualitätssicherung in Unternehmen, Analysieren und Optimieren bestehender Betriebsabläufe, Entwicklung von Qualitätssicherungsmaßnahmen, Kontrollieren der Einhaltung von Qualitätsnormen (vgl. BERUFENET 2015a).

Zugang und Perspektiven: Weiterbildung in den Bereichen Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung, bei Tätigkeiten in Wissenschaft und Forschung ggf. auch Promotion oder Habilitation (vgl. BERUFENET 2015b).

Kompetenzen: Eigenverantwortliches, selbständiges Arbeiten, Organisationstalent, Führungsfähigkeit, Überzeugungskraft (vgl. BERUFENET 2015a).

Vorbereitung: EDV, u.a. Microsoft Office, SPSS, Stata, R, SAS; Praktika in Unternehmen, bspw. bei Versicherungen, die im Rahmen der Qualitätssicherung regelmäßig Kundenbefragungen durchführen, Projektmanagement; Erfahrungen in der Gestaltung von Erhebungsverfahren und -instrumenten sowie in der statistischen Auswertung von Befragungsergebnissen (vgl. Satzinger 2002).

Themen: z.B. Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit.

Zahlen/Daten/Fakten: Bruttoverdienst: durchschnittlich bis zu 5103 € im Monat (vgl. BERUFENET 2015a).

Arbeitgeber: Unternehmen in nahezu allen Wirtschaftsbereichen, Zertifizierungsunternehmen, Forschungseinrichtungen, Einrichtungen des Sozial- und Gesundheitswesens (vgl. BERUFENET 2015a).

Sonstiges: –

Universitäre Forschung

Kurzbeschreibung: Durchführung und Publikation von Forschungsprojekten, Vorbereitung und Durchführung von Lehre und Prüfungen, Teilnahme an Konferenzen und in Gremien von Hochschulen.

Zugang und Perspektiven: Für wissenschaftliche Mitarbeiter_innen: Master, Diplom, Magister oder Promotion z.B. in folgenden Fächern: Sozialwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft, Politikwissenschaft, Mathematik, Statistik, Erziehungswissenschaft, Psychologie.

Für Professuren: Promotion und Berufs- bzw. Lehrerfahrung (für Fachhochschulen), Habilitation oder Juniorprofessur (für Universitäten) (vgl. Bornmann/Enders 2002).

Kompetenzen: Analysefähigkeit und Abstraktionsvermögen, Kreativität, Offenheit und Ausdauer, Fähigkeit in den Bereichen Aufbereitung und Präsentation von Inhalten, Management von Forschungsprojekten, Softwarenutzung (Statistiksoftware, MAXQDA, LaTeX), sehr gute Englischkenntnisse (vgl. George August-Universität Göttingen 2011).

Vorbereitung: Praktika/Tätigkeit an Lehrstühlen oder Instituten von Vorteil, Softwarekurse (R, Stata, SPSS, MAXQDA); Publikation von Aufsätzen bereits während des Studiums.

<u>Themen:</u>	Methodenlehre und Statistik, qualitative Methoden, Sozialstruktur, Bildung, Migration, Sozialisation, Politik, Wirtschaft, Sozialstaat (vgl. Bosch et al. 1999).
<u>Zahlen/Daten/ Fakten:</u>	Verdienst von ca. 3.000€ monatlich für wissenschaftliche Mitarbeiter_innen, Besoldung von ca. 4.000€ – 6.000€ monatlich für Professoren. (vgl. W-Besoldung.net o. J.)
<u>Arbeitgeber:</u>	Universitäten, Fachhochschulen, Pädagogische Hochschulen, Institute (vgl. BERUFENET 2015a).
<u>Sonstiges:</u>	Arbeitsstellen abhängig von Forschungsprojekten und Drittmitteln, daher auch häufiger Arbeitsortwechsel (vgl. Bornmann/ Enders 2002).

Amtliche Statistik

Kurzbeschreibung: Erstellung, Bereitstellung und Verbreitung von statistischen Informationen, Erstellung der Daten durch eine öffentliche Institution (Statistisches Bundesamt oder Statistische Ämter der Länder, Besonderheit: nicht nur freiwillige Befragungen, sondern auch Pflichtbefragungen (Mikrozensus und Zensus) (vgl. Destatis 2015).

Zugang und
Perspektiven: Um in der amtlichen Statistik arbeiten zu können, ist nicht zwingend ein Studium nötig. Andere Zugangsmöglichkeiten über folgende Berufe: ausgebildeter Fachinformatiker mit Bezug zur Datenverarbeitung („Mittlerer Dienst“), ausgebildeter Markt- und Sozialforscher (vgl. BERUFENET 2006) („Mittlerer Dienst“), FH- oder Bachelorstudium in Mathematik, Informatik, Statistik, Wirtschaftswissenschaft, Sozialwissenschaft oder Vergleichbares mit statistischen Studieninhalten („Gehobener Dienst“), abgeschlossenes Hochschulstudium in den oben genannten Fachrichtungen („Höherer Dienst“).

Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb der Dienstebenen möglich, darüber hinaus schwierig, innerhalb der Besoldungsgruppen wird nach Berufserfahrung in fünf Stufen das Gehalt erhöht (vgl. Öffentlicher-Dienst.Info o. J. b).

Kompetenzen: analytisches Denkvermögen, Affinität für Zahlen, Statistikkennnisse, Kenntnisse in Statistikprogrammen wie SAS, Stata, SPSS oder R; Kenntnisse in Office-Anwendungen, insbesondere Excel und PowerPoint.

Von Vorteil: gute Englischkenntnisse, Teamfähigkeit, Kritikfähigkeit, Problemlösungskompetenzen.

Vorbereitung: Erlangen von EDV-Kenntnissen (s.o.), idealerweise Erfahrungen im Programmieren, Praktika (!), Erlernen der englischen Sprache.

Themen: Erhebung, Aufbereitung, Auswertung, Veröffentlichung von Daten in verschiedenen Themenbereichen wie z.B. Wirtschaftsstatistik, Bildungsstatistik, Haushaltsstatistik, Umweltstatistik, Erwerbsstatistik, Sozialstatistik, Finanzstatistik, Analyse und Forschung (vgl. Destatis 2015).

Zahlen/Daten/
Fakten: Bezahlung nach den Tarifstufen im öffentlichen Dienstes: E-Stufen beziehen sich auf Angestellte, A-Stufen auf Beamte, diese verdienen etwas mehr Geld und genießen weitere Privilegien (Unkündbarkeit, Krankenversicherung) (vgl. Öffentlicher-Dienst.Info o. A. b); der Aufstieg in eine höhere Dienstebene ist nur schwer möglich, wenn die entsprechende Ausbildung nicht vorliegt; innerhalb der Gehaltsstufen sind die Aufstiegsmöglichkeiten sehr gut.

Arbeitgeber: Arbeitgeber sind das Statistische Bundesamt sowie die Statistischen Ämter der Länder, bspw. in Nordrhein-Westfalen IT.NRW. Alle Mitarbeiter_innen einer öffentlichen Institution werden vom Landesamt für Besoldung und Versorgung bezahlt.

Sonstiges: Für die Einstellung im Mittleren und Gehobenen Dienst ist lediglich ein Vorstellungsgespräch nötig, für die Einstellung im Höheren Dienst durchläuft man ein Assessment-Center.

Autor_innen:

Daniel Albers, Nina Altmann, Carina Laarmann, Jannik Schauf, Alexandra Schmidt, Katharina Yaltzis, Birgit Zeyer

BERUFSFELD KOMMUNIKATION

SoWis in der Praxis – Berufsfeld Kommunikation

Tätigkeiten in der Kommunikationsbranche sind bei Sozialwissenschaftler_innen zunehmend gefragt. Die Branche ist kreativ, modern und vor allem vielfältig. Zudem erfüllen Studierende der Sozial- oder Politikwissenschaft häufig die Anforderungen, die an Berufseinsteiger_innen in diesem Bereich gestellt werden: Sie können gut Probleme analysieren, Inhalte recherchieren, komplexe Zusammenhänge erkennen sowie strukturieren und nicht zuletzt auch gut Texte schreiben.

Doch wie bei vielen Berufsfeldern stellt sich auch hier die Frage: Welchen Weg muss ich gehen, um später einen Job zu bekommen? Gleich schon mal vorweg: Den einen Weg gibt es nicht! Dies liegt nicht zuletzt an der großen Anzahl von Möglichkeiten, die einem das Berufsfeld Kommunikation bietet.

Wenn man sich für dieses Berufsfeld interessiert, tauchen schnell weitere Fragen auf: In welchem Bereich möchte ich genau arbeiten? Und bei welchen Arbeitgeber_innen möchte ich dies tun? Es gibt viele verschiedene Zweige, darunter Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Werbung, Pressearbeit, Wissenschaftskommunikation, politische Kommunikation oder interkulturelle Kommunikation. Hinzu kommen zahlreiche unterschiedliche Tätigkeitsfelder wie Medien (Print, TV, Radio, Online usw.), Verbände und Organisationen, Unternehmen, NGOs, Stiftungen, wissenschaftliche Einrichtungen, politische Parteien oder das große Feld des öffentlichen Dienstes mit seinen Zweigen der Verwaltung.

Alle möglichen Kombinationen, die sich daraus ergeben, können wir euch bei der Menge natürlich nicht vorstellen. Um euch das Berufsfeld Kommunikation trotzdem ein bisschen näher zu bringen, haben wir fünf Beispiele ausgewählt. Dazu haben wir für euch mit Leuten aus der Praxis gesprochen und sie nach ihrem beruflichen Werdegang gefragt, nach ihrem Arbeitsalltag und den nötigen Qualifikationen, die in ihrem Job wichtig sind. Darüber hinaus wollten wir wissen, wie sie die Chancen von Sozialwissenschaftler_innen in ihrem Berufsfeld einschätzen und welche Tipps sie Studierenden geben können, die sich für ihren Beruf interessieren. Daneben stellen wir euch die jeweiligen Arbeitgeber_innen vor und berichten von unseren eigenen Erfahrungen. Diverse Links zur weiteren Information runden unsere Porträts ab – schaut selbst!

Lokaljournalismus

Die Ruhr Nachrichten in Dortmund gehören zum Medienhaus Lensing. Dieses verkauft 220.000 Zeitungsexemplare täglich und zählt damit zu den größten Zeitungsunternehmen in NRW. Allein in Dortmund erreicht die Tageszeitung mit einer Auflage von fast 63.500 Exemplaren einen Marktanteil von 73 Prozent. Damit sind ihre Leser_innen montags bis samstags durch die Zeitung und sieben Tage die Woche über das Internet informiert.

Im Interview: Sascha Klaverkamp, Ressortleiter Sport bei den Ruhr Nachrichten

Guten Tag, Herr Klaverkamp. Was haben Sie studiert?

Ich habe Geschichte und Germanistik studiert, nebenbei war ich schon freier Mitarbeiter bei der Münsterschen Zeitung. Während des Studiums kam dann das Angebot für ein zweijähriges Volontariat. Das begann 1999.

Welche Stationen haben Sie durchlaufen, bis Sie Ihren heutigen Job hatten?

Während des zweijährigen Volontariats (1999-2000) war ich eineinhalb Jahre in der Lokalsportredaktion in Ascheberg und ein halbes Jahr in der Nachrichtenredaktion in Dortmund. Dann bekam ich einen Anschlussvertrag als Redakteur in Ascheberg ab 2001. Von da aus ging es für mich in die Lokalsportredaktion nach Werne und dann in die Lokalsportredaktion nach Dortmund. Der Vertrag wurde zwischenzeitlich unbefristet, bis 2006 war ich in Dortmund, unter anderem BVB-Reporter und 2006 auch WM-Reporter. Ab Januar 2007 war ich dann Leiter des Regionalsports in Münster. Und seit 1.7.2008 bin ich Ressortleiter Sport in Dortmund.

Warum haben Sie sich für das Berufsfeld entschieden?

Ich war schon immer total sportbegeistert. Egal ob Fußball, Handball, Basketball oder was auch immer. Ich habe selbst auch viel Sport gemacht. Zudem habe ich immer gerne geschrieben, deshalb auch das Studium der Germanistik. In der Lokalredaktion habe ich gemerkt, dass mir das Schreiben Spaß macht. Ich wollte eigentlich nur ein Praktikum machen und dann zum Radio.

Welche Qualifikationen sollten Bewerber_innen für ein Volontariat mitbringen?

Früher reichte es, handwerkliche Qualität zu haben, also gut formulieren zu können. Da war es wichtig, dass man Erfahrung mitbrachte. Ein abgeschlossenes Studium war

nicht nötig, das konnte ich selber ja auch nicht vorweisen. Heutzutage sieht das anders aus. Man muss in unserem Hause ein abgeschlossenes Studium vorweisen. Zudem braucht man Praktika auf mehreren Kanälen, nicht nur im Print. Man sollte vielleicht schon mal beim Radio oder Fernsehen gewesen sein. Dass man die Redaktion kennt, zum Beispiel durch freie Mitarbeit, ist auch von Vorteil.

Wie sehen Sie Sozialwissenschaftler_innen im Beruf?

Das ist schwer zu differenzieren. Sie können aber im Medienberuf eine gute Rolle spielen. Von der Denkweise und ihrem Habitus her bringen sie viele nützliche Dinge mit. Zum Beispiel, dass sie wahrscheinlich gut mit Menschen umgehen können. Sie können sich gut für die Belange der Menschen einsetzen, quasi eine Art „Anwalt den kleinen Mannes“. Das passt im Journalismus.

Das Praktikum

Ob man im Journalismus tatsächlich gut aufgehoben ist, kann man beispielsweise durch ein Praktikum herausfinden. Ein solches bieten auch die Ruhr Nachrichten an, die Dauer ist je nach Absprache variabel. Zu den Aufgaben der Praktikant_innen gehören die üblichen Aufgaben eines Journalisten. Neben dem Redigieren fremder Texte, also dem Kürzen und Korrigieren der Texte, wird den Praktikant_innen der Umgang mit den Redaktionssystemen für den Print- und Onlinebereich näher gebracht. Je nach Bedarf begleiten sie auch die Redakteur_innen zu Terminen, wie beispielsweise Pressekonferenzen von Unternehmen oder, wie im Falle der Sportredaktion, zu Pressekonferenzen von Fußballvereinen. Möglich ist auch, dass Praktikanten eine eigene Geschichte recherchieren und veröffentlichen können. Ein Praktikum bietet also die ideale Möglichkeit herauszufinden, ob eine Tätigkeit im Journalismus zu einem passt oder eben nicht.

Weiterführende Links

<http://www.ruhrnachrichten.de/staedte/dortmund/>

<http://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/volontariat.html>

Politische Öffentlichkeitsarbeit

SoWi – und dann? Die Kommunikationsbranche bietet Absolvent_innen ein weites Feld: Im Journalismus, in der Firmenkommunikation, bei PR-Agenturen oder in der klassischen Öffentlichkeitsarbeit. Die Möglichkeiten sind vielfältig und Sozialwissenschaftler_innen verfügen häufig über Schlüsselqualifikationen.

Wer dieses Feld mit seinem politischen Interesse verbinden möchte, könnte in der Parteiarbeit gut aufgehoben sein. Wir haben mit Frank Uferkamp, Pressesprecher der SPD-Fraktion im Landtag NRW, über das Berufsfeld, seinen Werdegang und die Einstiegsperspektiven für SoWis gesprochen.

Im Interview: Frank Uferkamp, Pressesprecher der SPD-Fraktion im Landtag NRW

Herr Uferkamp, wie sieht die Arbeit in der Presseabteilung einer Fraktion aus?

Einerseits vertreten wir die Fraktion natürlich nach außen: Wir schreiben Pressemitteilungen und Broschüren, gestalten die Internetpräsenz, organisieren Hintergrundgespräche und Bürgerveranstaltungen. Andererseits versorgen wir die Fraktion intern mit Informationen. Der Beruf ist daher sehr abwechslungsreich und jeder Tag ist wieder spannend.

Wie ist Ihre berufliche Karriere verlaufen?

Ich habe Germanistik, Geschichte und Politik studiert und wollte Journalist werden. Nach einigen Praktika bei Zeitungen und beim WDR erhielt ich ein Volontariat bei der Westdeutschen Zeitung. Ich arbeitete dort als Lokalredakteur und war dann 15 Jahre Landeskorrespondent in Düsseldorf. Im Jahr 2013 wechselte ich schließlich in die Politik und wurde Pressesprecher der SPD-Fraktion im Landtag.

Welche Qualifikationen sollten Bewerber_innen mitbringen?

Politisches Interesse und Sachverstand sind natürlich unabdingbar. Ehrenamtliche politische Tätigkeiten oder ein Praktikum bei uns oder bei einem Abgeordneten können helfen, die Abläufe in der Fraktion zu verstehen und die eigenen Chancen zu verbessern. Außerdem sollte man sich natürlich mit den Zielen der SPD identifizieren, ein Parteibuch ist aber kein Muss. Da der Schwerpunkt unserer Arbeit im Zusammenhang mit den Medien steht, ist auch eine journalistische Vorbildung von Vorteil. Praktika oder freie Mitarbeit bei einer Zeitung beispielsweise stellen eine gute Grundlage dar.

Wie stehen die Chancen für Sozialwissenschaftler_innen?

Das politische Grundwissen, das man sich in einem sozialwissenschaftlichen Studium aneignen kann, ist schon sehr viel Wert. Als ‚Studium Generale‘ erlernt man zudem viele Fähigkeiten, die einem die Arbeit hier erleichtern: recherchieren, komplexe Zusammenhänge verstehen und diese zu verschriftlichen. Das Einarbeiten in eine konkrete Tätigkeit ist für Geisteswissenschaftler_innen natürlich immer nötig.

Das Praktikum

Ein Praktikum bietet Studierenden einen vielfältigen Einblick in die Arbeit der Presseabteilung: Pressemitteilungen und Social-Media-Beiträge verfassen, Plenardebatten oder Fraktionssitzungen verfolgen, an Hintergrundpapieren mitarbeiten oder Presseanfragen beantworten – die Praktikanten werden in die Arbeitsabläufe der Pressestelle voll eingebunden und machen wertvolle Erfahrungen.

Doch nicht nur die Pressestelle bietet Praktikumsplätze an. Auch die einzelnen Abgeordneten und die Fraktion können eine Alternative darstellen. Neben dem Recherchieren von Politikinhalten und dem Vorbereiten von Sitzungen besteht auch hier ein Großteil der Aufgaben in der Öffentlichkeitsarbeit. Nachfragen lohnt sich! Viel Erfolg!

Weiterführende Links

<https://www.spd-fraktion-nrw.de/jobs-praktika.html>

Wissenschaftskommunikation

Die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) ist eine Ressortforschungseinrichtung des Bundes mit Standorten in Dortmund, Berlin und Dresden. Sie berät das Bundesministerium für Arbeit und Soziales in allen Fragen von Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit und zu ihrer menschengerechten Gestaltung. Als Bundeseinrichtung mit Forschungs- und Entwicklungsaufgaben agiert die BAuA an der Schnittstelle von Wissenschaft und Politik und erbringt Übersetzungsleistungen vom Wissenschaftssystem in Politik, betriebliche Praxis und Gesellschaft. Dabei reicht das Aufgabenspektrum der BAuA von der Politikberatung über die Wahrnehmung hoheitlicher Aufgaben und den Transfer in die betriebliche Praxis bis zur Bildungs- und Vermittlungsarbeit der DASA Arbeitswelt-Ausstellung. Grundlage der Arbeit sind kurzfristig abrufbare fachliche Kompetenzen auf allen Gebieten des Arbeitsschutzes und der Arbeitsmedizin, die Fähigkeit, langfristig angelegte Fragestellungen kontinuierlich bearbeiten zu können sowie Neutralität und Unabhängigkeit.

Die BAuA befasst sich in ihren sechs Fachbereichen mit den technologischen, gesundheitlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen der modernen Arbeitswelt. Diese interdisziplinäre Herangehensweise mündet in verschiedene Aufgabenfelder, die sich auch in der Organisation nach Fachbereichen widerspiegeln. Der Fachbereich I (Strategien und Programme) befasst sich mit dem Wandel der Arbeit, bündelt die Politikberatung und verantwortet die jährliche Arbeitsweltberichterstattung sowie die Kooperationen auf nationaler und europäischer Ebene. Aktuell unterstützt die BAuA in diesem Bereich auch die neu gegründete Mindestlohnkommission bei ihrer Arbeit. Der Fachbereich II befasst sich mit der sicheren und menschengerechten Gestaltung von technischen Arbeitsmitteln und Arbeitsbedingungen. Dabei liegt der Fokus auf Produktsicherheit und technisch-organisatorischen Aspekten. Im Fachbereich III erforscht die BAuA das Wechselspiel von Arbeit und Gesundheit. Übergreifendes Ziel ist die Vermeidung von arbeitsbedingten Erkrankungen und der Erhalt der Arbeitsfähigkeit. Der Fachbereich IV umfasst das Themenspektrum Gefahrstoffe und biologische Arbeitsstoffe. Die Beschreibung, die Bewertung und das Management von Risiken bei Tätigkeiten mit Gefahrstoffen und biologischen Arbeitsstoffen sind hier das zentrale Anliegen. Ebenso wie im Fachbereich V, der als nationale Chemikalienstelle hoheitliche Aufgaben im Bereich des Gefahrstoffrechts wahrnimmt, sind auch hier mehrheitlich Naturwissenschaftler_innen und Ingenieur_innen beschäftigt. „Transfer“ als sechster

Fachbereich bezeichnet die bedarfsorientierte und praxisgerechte Übersetzung von wissenschaftlichen Erkenntnissen in Hilfestellungen und Handlungsanleitungen für die betriebliche Praxis. Aufgaben sind hier sämtliche Bereiche der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Markenpflege, des Veranstaltungsmanagements sowie die Steuerung von Online-Medien, die Produktion von Publikationen und der Call-Center-gestützte Kundenservice/das Wissensmanagement.

Im Interview: Jörg Michel, wissenschaftlicher Referent im Transfermanagement der BAuA

Herr Michel, was haben Sie studiert und welche Aufgaben haben Sie bei der BAuA?

Ich bin diplomierter Sozialwissenschaftler und Absolvent der Bochumer Fakultät. Bei der BAuA bin ich als wissenschaftlicher Referent im Bereich Transfermanagement tätig. Als Transfermanager koordiniere ich die Zusammenarbeit mit den anderen Fachbereichen der BAuA. Hierdurch bin ich ständig mit vielen Mitarbeiter_innen des Fachbereichs und den Führungskräften der anderen Fachbereiche in Kontakt. Zudem unterstütze ich die Fachbereichsleitung bei strategischen Projekten und in der Gremienarbeit.

Was macht die BAuA als Arbeitgeber aus und welche Besonderheit bringt diese Einrichtung mit?

Die Besonderheit liegt sicherlich in der Vielfalt der bearbeiteten Themen, von psychischen Belastungen bis zu biologischen Arbeitsstoffen. Dementsprechend treffen hier auch sehr unterschiedliche Wissenschaftskulturen und Denkweisen aufeinander. Das ist in der Zusammenarbeit nicht immer einfach, aber immer spannend und oft auch sehr anregend.

Welche Bereiche der BAuA bieten Perspektiven und Aufgaben für Sozialwissenschaftler_innen?

Neben den Aufgaben im Transfer, wie etwa der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder dem Publikationsmanagement, ist sicherlich der Bereich Strategien und Programme für Sozialwissenschaftler_innen prädestiniert. Insbesondere in dem großen Themenfeld „Wandel der Arbeit“ werden originär sozialwissenschaftliche Fragestellungen mit den Methoden der empirischen Sozialforschung bearbeitet.

Gibt es spezielle Qualifikationen oder Kompetenzen, die Sie als besonders wichtig erachten?

Man sollte beispielsweise komplexe Sachverhalte und Akteurskonstellationen strukturieren und analysieren können. Zudem sind Präsentations- und Moderationstechniken sowie solide Englischkenntnisse sinnvoll und hilfreich. Bei der Vorbereitung auf das Berufsleben eröffnet eine Mischung aus Generalisten- und Spezialistentum viele mögliche Berufsfelder.

Zum Abschluss: Welchen Tipp können Sie den Studierenden der Sozialwissenschaft zum Berufseinstieg mit auf den Weg geben?

Der Berufseinstieg bedeutet auch den Wechsel in ein anderes soziales System miteigenen Regeln.

Das Praktikum

Gefährdung am Arbeitsplatz durch Tonerstaub: Was im wahrsten Sinne des Wortes staubtrocken klingt, war meine erste Aufgabe im Rahmen des Auswahlgesprächs. Ich sollte eine Pressemitteilung für die Ankündigung einer neuen Broschüre zu diesem Thema verfassen. Übung gelungen, der erste Einstieg in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit einer Forschungseinrichtung war geglückt. In den fünf Monaten bei der BAuA bestand eine meiner wesentlichen Aufgaben aus dem Verfassen von Pressemitteilungen zu den jeweils aktuellen Aktivitäten der Einrichtung, sei es zu Forschungsergebnissen, Veranstaltungen, Berichten oder Publikationen. Wichtig war hierbei sowohl die inhaltliche Abstimmung mit dem Pressesprecher als auch die richtige Form der Ansprache. Zu den Adressat_innen zählen neben den Medien vor allem Unternehmen, Berufsverbände und Organisationen sowie nicht zuletzt interessierte Bürger_innen. Das in der Ausschreibung erwünschte „sehr gute sprachliche Ausdrucksvermögen in Wort und Schrift“ erwies sich dabei als absolut notwendig. Erste Erfahrungen im Journalismus sind ebenfalls ein Vorteil. Das sozialwissenschaftliche Studium half mir dabei inhaltlich wie methodisch. Eine gewisse Affinität zu arbeitswissenschaftlichen Themen war durch einige Seminare im Bereich der Arbeits-, Wirtschafts- und Organisationssoziologie bereits vorhanden und ist auch für künftige Bewerber sicher von Vorteil.

Methodisch lernt man im Studium aus meiner Sicht die sprachliche Verdichtung von komplexen Sachverhalten sehr gut. Arbeitsmedizinische und technologische Fragestellungen können komplex oder ausführlich sein, was man mögen sollte, aber

den Zugang zu diesen Themen kann man sich auch kontinuierlich erarbeiten. Die interdisziplinäre Zusammenarbeit rund um das Themenfeld Arbeit ist definitiv eine spannende Erfahrung. Eine kleine Auswahl aus der Themenpalette: Ambient Intelligence und Industrie 4.0, Restrukturierung und Gesundheit, Aufbau der Mindestlohnkommission oder die Teilnahme am jährlichen Szenografie-Kolloquium der DASA Arbeitswelt Ausstellung, welche gewissermaßen das Forschungsmuseum der BAuA ist und seinen Besucher_innen die wissenschaftlichen Erkenntnisse sehr eindrucksvoll präsentiert. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die BAuA im Allgemeinen ein interessanter und vielseitiger Arbeitgeber für Sozialwissenschaftler_innen ist, speziell der Bereich der Wissenschaftskommunikation in Form von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Weiterführende Links

www.baua.de

www.ressortforschung.de

www.dasa-dortmund.de

www.bmas.de

Öffentlichkeitsarbeit

Die Wirtschaftsvereinigung Stahl (WV Stahl) ist der wirtschaftspolitische Verband der Stahlindustrie in Deutschland mit Sitz in Düsseldorf. Sie vertritt die branchenpolitischen Interessen der in Deutschland ansässigen Stahlproduzenten und assoziierter ausländischer Mitgliedsunternehmen gegenüber Politik, Behörden, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Zentrales Anliegen der Wirtschaftsvereinigung Stahl ist es, das wirtschaftspolitische Umfeld so mitzugestalten, dass die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Stahlunternehmen in Deutschland auch in Zukunft gesichert ist. Dazu bündelt sie die wirtschaftspolitischen Interessen der Mitgliedsunternehmen und richtet sie mit einer vereinten Stimme an die Politik. In Ausschüssen und Gremien werden gemeinsame Positionen identifiziert und zusammengeführt. Darüber hinaus arbeitet die Wirtschaftsvereinigung Stahl auch in Allianzen, beispielsweise mit weiteren Verbänden der energieintensiven Industrien, um ihrer Stimme mehr Nachdruck zu verleihen.

Da Aufmerksamkeit bei politischen Entscheidungsträgern grundlegend für eine wirkungsvolle Interessenvertretung von Verbänden ist, ist die Wirtschaftsvereinigung Stahl mit eigenen Verbindungsbüros in Berlin und Brüssel vertreten. Durch die Mitgliedschaften im Bundesverband der Deutschen Industrien (BDI), dem europäischen Stahlverband EUROFER und dem Welt-Stahlverband worldsteel ist sie zudem national und international vernetzt.

Im Interview: Marvin Bender, Referent für Online-Kommunikation und Public Affairs bei der WV Stahl

Guten Tag Herr Bender, Sie sind Referent für Online-Kommunikation und Public Affairs bei der WV Stahl. Wie sah Ihr beruflicher Werdegang aus?

2005 fing ich mit dem Sowi-Studium an der Universität Duisburg-Essen an, damals noch auf Diplom. Während des Studiums arbeitete ich als studentische Hilfskraft und nach meinem Abschluss 2010 weiter als wissenschaftliche Hilfskraft. Zuletzt war ich in einer stellvertretenden Funktion der Geschäftsführung an der NRW School of Governance tätig, bis ich dann im Sommer 2013 zur WV Stahl gekommen bin, um dort die Online-Kommunikation komplett neu aufzustellen und den Public-Affairs-Bereich zu ergänzen.

Wie genau sieht Ihr Aufgabenbereich aus?

Wie meine Jobbezeichnung schon erahnen lässt, besteht meine Arbeit hauptsächlich aus zwei Aufgabenbereichen. Zum einen aus der Online-Kommunikation, wozu die technische und redaktionelle Pflege der Online-Kanäle gehört, wie z. B. Twitttern, Erstellen von Blogbeiträgen, aber auch die Lösung technischer Probleme. Zum anderen gehört im Bereich Public Affairs aber auch die Betreuung von Publikationsprojekten, die Erstellung von Texten und die Vorbereitung politischer Argumentationslinien zu meinen Aufgaben.

Welche Qualifikationen oder Kompetenzen aus dem Studium waren für Sie besonders hilfreich?

Für mich waren auch die Kompetenzen aus dem Nebenfach Informatik hilfreich, insbesondere das dort erlernte technische Know-how. Das kommt mir nicht erst an meinem jetzigen Arbeitsplatz zugute. Auch bei den vorherigen Stellen konnte ich mich dadurch um die Online-Kommunikation, die Pflege der Internetseiten und den Aufbau von Online-Kanälen kümmern und wertvolle Erfahrungen sammeln. Aus meinem Studium hat mir vor allem das Gespür für die politische Sprache sehr geholfen und das Wissen über politische Entscheidungsprozesse auf den verschiedenen Ebenen. Wichtig waren hierbei für mich nicht nur die formellen und informellen Prozesse im Allgemeinen, sondern auch ganz konkret die der Interessensvermittlung.

Welche Tipps haben Sie für SoWi-Studierende, die sich für das Berufsfeld Public Affairs/Online-Kommunikation interessieren?

Das ist zwar fast schon eine Floskel, aber es ist wirklich enorm wichtig, neben dem Studium Praxiserfahrung zu sammeln. Mir selbst hat Informatik als Nebenfach auch sehr geholfen. Wichtiger als das konkrete Fach oder Praktikum ist der Blick über den Tellerrand, den man dadurch gewinnt. Die Frage ist ja: Welche Bereiche interessieren mich außerhalb des Curriculums und wie kann ich mir in diesen Kompetenzen aneignen? Letztendlich muss man mit diesen Zusatzkenntnissen aus der Masse der Absolventen herausstechen. Ein weiterer Tipp von mir wäre, während des Studiums immer wieder Bezüge zur Praxis zu suchen. Theorien im luftleeren Raum helfen einem später nicht weiter.

Das Praktikum

Direkt im Bereich Public Affairs und Online-Kommunikation der Wirtschaftsvereinigung Stahl kann man leider kein Praktikum absolvieren, aber in der

Abteilung Öffentlichkeitsarbeit. Dort allerdings auch nur, wenn es sich um ein Pflichtpraktikum handelt, und – ihr ahnt es sicher schon – das Praktikum ist unbezahlt.

Dafür wird man in der Abteilung sehr stark in die Arbeit eingebunden und bekommt einen guten Einblick in die Öffentlichkeitsarbeit eines Verbandes. Das Besondere bei einem Verband ist, dass dieser die Interessen aller Mitglieder ausgewogen berücksichtigen muss. Bei vielen Themen, wie z.B. der Einführung von Anti-Dumping-Zöllen, einer Verschärfung des EU-Emissionshandels oder der Diskussion um eine mögliche Klimaabgabe ist das unproblematisch. Bei manch anderen, wie dem Bahnstreik im Güterverkehr, können die Interessen der Mitglieder aber auch mal deutlich heterogener sein, als man denken mag.

Die Arbeitsaufgaben, die einen erwarten, sind vielfältig: News aus Pressemitteilungen für die Homepage und den täglicher Newsletter schreiben, Texte lektorieren, Presseanfragen beantworten, Blog-Beiträge schreiben und an der Mitarbeiterzeitung mitwirken gehören zu den üblichen Aufgaben eines Praktikanten. Dazu können noch Aufgaben wie Flyer entwerfen, eine Mitarbeiterumfrage erstellen und durchführen, Zeitungsartikel schreiben oder eine Journalistenfahrt planen kommen, je nach Zeitpunkt des Praktikums.

SoWi-Studierende bringen aus dem Studium am besten einen sehr guten Schreibstil mit und die Fähigkeit, Texte schnell zu analysieren und auf das Wesentliche herunterzubrechen, denn das braucht man täglich. Zudem sollte man neben politischen auch an wirtschaftlichen Themen interessiert sein. Ein Experte der deutschen Stahlindustrie muss man übrigens nicht sein, um ein Praktikum in der Wirtschaftsvereinigung Stahl zu machen. Alles Notwendige und noch viel mehr bekommt man während des Praktikums beigebracht.

Weiterführende Links

www.stahl-online.de

Fernsehjournalismus

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) mit Sitz in Köln ist eine von neun Landesrundfunkanstalten und Mitglied der ARD (*Das Erste*). Der WDR sendet Fernseh- und Hörfunkprogramme und produziert etwa ein Viertel des Programmanteils vom *Ersten*, darunter u.a. Formate wie *Monitor*, *Die Sendung mit der Maus*, das *ARD-Morgenmagazin* und die *Sportschau*. Tom Buhrow, ehemaliger ARD-Korrespondent und Moderator der *Tagesthemen*, ist seit Juli 2013 Intendant des WDR. Der WDR betreibt elf Regionalstudios in NRW, die lokale Programme für Fernsehen und Hörfunk senden. Eines dieser Studios ist in Essen angesiedelt. Von hier aus sendet das Hörfunkprogramm WDR 2 immer zur halben Stunde Nachrichten aus dem Ruhrgebiet und den Kreisen Recklinghausen und Ennepe-Ruhr. Außerdem wird in Essen die *Lokalzeit Ruhr* produziert, das regionale Fernsachrichtenmagazin des Westdeutschen Rundfunks für das Ruhrgebiet, mit Berichten aus Bochum, Bottrop, Essen, Gelsenkirchen, Gladbeck, Herne, Mülheim und Oberhausen. Die halbstündige *Lokalzeit Ruhr* wird von montags bis freitags um 19.30 Uhr gesendet, die fünfminütige nachrichtliche Kurzausgabe bereits um 18 Uhr. Seit 2015 gibt es samstags um 19.30 Uhr eine landesweit einheitliche Ausgabe der *Lokalzeit*, die *Lokalzeit am Samstag*.

Im Interview: Klaus Fischer, Redakteur bei der Lokalzeit Ruhr

Sie sind seit 2006 Redakteur bei der Lokalzeit Ruhr. Können Sie mir Ihren beruflichen Werdegang skizzieren?

Ich habe relativ früh gewusst, was ich will, nämlich diesen Beruf. Ich habe schon während des Studiums bei mehreren Zeitungen geschrieben: Angefangen bei der *WAZ* in Bochum, später dann auch bei der *Revier Rundschau*, dem Vorläufer des heutigen *RevierSport*. Von dort aus bin ich dann zum Radio gewechselt und habe dort sehr viele Sportreportagen gemacht. Mein kleines Highlight: der UEFA-Pokal-Sieg von Schalke 04 im Jahr 1997, den ich live kommentiert habe. Beim Hörfunk habe ich dann auch volontiert und innerhalb dieses Volontariats gab es natürlich auch eine Fernsehstation, und die war dann der WDR. Ich bin dann nach Düsseldorf gegangen zu einer Redaktion, die *Sport im Westen* hieß und habe dort meinen ersten Film gemacht. Und der hat den Leuten anscheinend gefallen, sodass ich direkt dort geblieben bin. Dann kam die *Aktuelle Stunde* dazu, dann die *Sportschau* – und dort auch meine erste Redakteursstelle. Wie der Name schon sagt, hat mich auch da der Sport nicht verlassen

und ich bin sehr viel unterwegs gewesen. Seit 2006 arbeite ich nun als Redakteur bei der *Lokalzeit Ruhr*.

Sie wussten schon sehr früh, was Sie wollen. Was war für Sie die Motivation, in den Journalismus zu gehen?

Ich habe mich für den Journalismus entschieden, weil es mich schon immer gereizt hat, dort hinzugucken, wo man sonst vielleicht nicht sofort hingucken kann. Ich habe schon während der Unizeit einige Videoarbeiten gemacht, weil mich das interessiert hat – vor allem die verschiedenen Blickwinkel. Durch den Journalismus habe ich die Möglichkeit, verschiedene Positionen kennenzulernen und in unterschiedliche Bereiche reinzugucken.

Wie sieht Ihr Arbeitsalltag bei der Lokalzeit Ruhr aus?

Vielfältig – da wir hier in verschiedenen Diensten arbeiten. Wir machen hier zwei Sendungen am Tag, einmal eine kürzere rein nachrichtlich orientierte Sendung um 18 Uhr und eine längere Sendung um 19.30 Uhr. Meine Tätigkeit umfasst die Planung des Programms, aber auch normale Regeldienste wie die Nachrichten, die Sendung, die Planung von Live-Schalten und auch Dinge, die über das Programm hinausgehen. Beispielsweise war die Opelwerkschließung Ende letzten Jahres ein sehr interessantes Projekt, bei dem wir mit *Die Story im Ersten* zusammengearbeitet haben. Wir schauen auch immer wieder, dass wir vermeintlich größere Projekte machen können, so auch den Ruhrmarathon letztens mit einer Sondersendung im WDR-Fernsehen.

Welche Qualifikationen benötige ich, um als Redakteur_in arbeiten zu können?

Die Grundvoraussetzung – würde ich sagen – hat noch nicht einmal was mit Qualifikation zu tun, sondern was mit einem echten Durchhaltevermögen und auch einer gehörigen Portion vernünftiger Selbsteinschätzung. Meiner Ansicht nach ist der Markt sehr schwierig geworden in dem Bereich. Trotzdem denke ich, dass eine fundierte Ausbildung, sprich ein abgeschlossenes Hochschulstudium und ein Volontariat – wo auch immer – sehr wichtig sind. Aber meines Erachtens ist es vielleicht noch viel mehr auch eine frühe Entscheidung. Ich glaube, dass viele Leute eine völlig falsche Vorstellung haben von dem, was Journalismus bedeutet. Das ist eben auch viel Schwarzbrot, das ist nicht immer der Glamour. Und von daher ist die gesunde Selbsteinschätzung auch wichtig: Kann ich das überhaupt? Will ich das wirklich? Das wären für mich unabhängig von Qualifikationen wirklich wichtige

Voraussetzungen. Und was die Qualifikationen betrifft, sollte man sich außerdem frühzeitig um Praktika bemühen und in verschiedene Bereiche hineinschauen: Print, Hörfunk, Fernsehen, sicher auch Internet und die sozialen Medien – das alles muss man heute draufhaben. Und Sprachkompetenzen sind sicher auch sehr wichtig. Journalisten sind gemeinhin nicht unbedingt Experten, sondern doch eher Allrounder, würde ich sagen.

Sind Sozialwissenschaftler_innen Ihrer Meinung nach für einen journalistischen Beruf geeignet?

Sozialwissenschaftler_innen haben natürlich durch die Beschäftigung mit dem, wie Gesellschaft tickt, eigentlich keine schlechte Grundvoraussetzung. Die Problematik – wie bei vielen Studiengängen – ist vielleicht das Verkopfte. Wenn man in den Journalismus gehen möchte, kann es nicht schaden, Kenntnisse zu haben, aber man wird sich stark umstellen müssen. Es ist letztendlich ein hohes Ziel, dass viele Leute verstehen, was man als Journalist transportieren möchte. Insofern: Klar ist Wissen vonnöten und absolut wichtig, aber letztlich auch der allgemeinverständliche Informationstransfer. Aber die Grundvoraussetzungen, die Sozialwissenschaftler_innen mitbringen, sind sicher nicht schlecht, weil sie sich letztendlich mit gesellschaftlichen Themen und Prozessen beschäftigen – und damit beschäftigen sich Journalisten eigentlich jeden Tag.

Welche Tipps haben Sie für junge Leute, die sich für den Journalismus entscheiden?

Habt den Mut, euch selber richtig einzuschätzen – das wäre tatsächlich der erste Rat, den ich geben würde, weil man klar sagen muss, dass die Enttäuschung sonst sehr groß sein kann. Und: Versucht euch realistisch einzuschätzen. Das wären zwei wichtige Dinge. Der dritte Rat ist eine Qualifikation, aber das gilt eigentlich für alle Berufe: Macht euch so schnell wie möglich auf den Weg herauszufinden, was ihr wirklich mit vollem Herzen machen wollt und versucht Träumereien zu unterlassen, denn letztendlich – das wissen sicher auch viele oder fühlen es zumindest – gibt es einen großen Verdrängungswettbewerb.

Das Praktikum

Praktika gehören zu den wichtigsten Qualifikationen auf dem Weg in den Journalismus. Der WDR bietet studentische journalistische Praktika in seinen Redaktionen an. Ziel ist es, Studierenden einen Einblick in die Arbeitsabläufe einer

Radio-, Fernseh- oder Internetredaktion zu geben. Wie viel man während des Praktikums tatsächlich machen darf, hängt von der jeweiligen Redaktion und der eigenen Erfahrung ab. Der WDR bevorzugt Studierende, deren Studienordnung ein Pflichtpraktikum vorsieht, in geringerem Umfang werden aber auch freiwillige Praktika ermöglicht. Praktika finden meist in den Semesterferien statt, sind eingeschränkt aber auch außerhalb davon möglich. Zu den Voraussetzungen für ein journalistisches Praktikum beim WDR gehören u.a. mindestens zwei absolvierte Studiensemester sowie journalistische Veröffentlichungen aus den Bereichen Print, Radio, Fernsehen oder Internet. Die Bewerbung für ein Praktikum erfolgt online. Dabei ist es wichtig, die jeweiligen Bewerbungsfristen zu beachten: Für ein Praktikum in den Sommer-Semesterferien sollte man sich bis zum 20. März bewerben, für ein Praktikum in den Winter-Semesterferien bis zum 20. Oktober. Gerade wenn man nach dem Studium ein Programmvolontariat beim WDR anstrebt, ist ein vorangegangenes Praktikum ein großes Plus im Lebenslauf. Außer Praktika bietet der WDR Studierenden aber auch die Gelegenheit, neben ihrem Studium als studentische Hilfskraft zu arbeiten – dies ist in den Bereichen Redaktion, Produktion, Technik sowie Verwaltung möglich.

Weiterführende Links

<http://www1.wdr.de/unternehmen/karriere/>

<http://www1.wdr.de/studio/essen/>

www.wdr.de

Autor_innen:

Steffen Letmathe, Lea Meerts, Bernard Niekämper, Christoph Olszewski, Magdalena Suwak

BERUFSFELD NGOS/STIFTUNGEN

NGOs und Stiftungen

Eine Tätigkeit im Non-Profit-Sektor erfreut sich auch bei Sozialwissenschaftler_innen steigender Beliebtheit. In diesem Berufsfeld zu arbeiten, kann mit einer hohen persönlichen Sinnstiftung verbunden sein, die Entlohnung ist jedoch meist niedriger als für vergleichbare Stellen in der freien Wirtschaft. Doch wie kann der Berufsalltag in einer NGO oder in einer Stiftung aussehen? Wie haben Menschen in diesen Bereich gefunden? Und was sollten Studierende, die sich für eine berufliche Laufbahn im Bereich von Stiftungen und NGOs interessieren, auf ihrem Weg beachten? Aufschluss über diese und weitere praxisorientierte Fragen zum Berufsfeld der NGOs bzw. Stiftungen werden die folgenden zwei Interviews geben. Im ersten Interview ist Jürgen Lange zu lesen, der Deutsch und Geschichte auf Lehramt studiert hat und heute Bildungsreferent bei der Weiterbildungseinrichtung ARBEIT UND LEBEN e.V. ist. Das zweite Interview wurde mit Claudia Walther geführt, die Politikwissenschaft studiert hat und heute als Senior Projektmanagerin bei der Bertelsmann Stiftung arbeitet.

Ein Interview mit Senior Projektmanagerin Claudia Walther aus dem Programm Integration und Bildung der Bertelsmann Stiftung



Claudia Walther
52 Jahre
Studium Politische Wissenschaft, Geschichte und Germanistik (Magistra Artium)
Senior Projektmanagerin im Programm Integration und Bildung der Bertelsmann Stiftung

Bildquelle: Bertelsmann Stiftung

Die Bertelsmann Stiftung unterstützt gesellschaftliche Reformprozesse durch praxisorientierte Forschung und Politikimplementierung in Zusammenarbeit mit Entscheidungsträger_innen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, öffentlichen und wissenschaftlichen Institutionen sowie anderen Stiftungen. Dafür sollen die Programme der Bertelsmann Stiftung Wissen erschließen, in Form von Kompetenzen vermitteln und Problemlösungen erarbeiten (vgl. Bertelsmann-Stiftung 2014).

Hallo Claudia, erst einmal danke, dass wir über dich einen Einblick in das Berufsleben und die Berufsperspektiven von Sozialwissenschaftler_innen bekommen können.

Gerne.

Unsere erste Frage betrifft dein Studium. Wo und welche Fächer hast du studiert?

Ich habe in Aachen an der RWTH Politische Wissenschaft, Geschichte und Germanistik studiert, abgeschlossen mit Magistra Artium. Erst hatte ich Geschichte im Hauptfach, später habe ich dann gewechselt zu Politik als Hauptfach.

Ab wann hast du dir Gedanken über deinen beruflichen Werdegang gemacht und was waren damals deine beruflichen Zielvorstellungen?

Gedanken macht man sich natürlich immer. Ich habe jedoch das Gefühl, dass sich die heutigen Studierenden früher konkrete Vorstellungen machen, als das damals bei uns der Fall war. Ich habe damals einfach angefangen, das zu studieren, was mich in der Schule besonders interessiert hat. Es kursierte zwar schon das Gerücht, dass man mit den Sozialwissenschaften auf eine unsichere Berufsperspektive hinstudiert. Für mich war einfach das Interesse an den Fächern ausschlaggebend. Es hat sich dann im Laufe

des Studiums ergeben, dass ich immer mehr ehrenamtlich politisch aktiv wurde. Dadurch habe ich dann angefangen zu überlegen, welche Bandbreite an Berufen möglich wäre. Zum Beispiel habe ich angefangen, für eine Lokalredaktion einer Zeitung zu schreiben.

Wo genau warst du ehrenamtlich politisch tätig?

In erster Linie habe ich mich in der Hochschule selber engagiert: in einer Hochschulgruppe, in der Fachschaft, im Senat und Konvent und in der Hochschulselbstverwaltung. Und zudem parteipolitisch – erst bei den Jusos, später dann in der SPD.

Und wie lief dann der Berufseinstieg?

Ich hatte damals – erst nach dem Studium – ein Praktikum bei einem Landtagsministerium in NRW gemacht. Das Praktikum kam damals über Dritte, die ich kannte, zustande, die dann wiederum andere im Ministerium kannten. Das Praktikum dauerte damals zweieinhalb Monate und ich hatte großes Glück, dass dann im selben Referat jemand in Elternzeit gegangen ist und ich für ein halbes Jahr als Vertretung die Referentenstelle übernehmen konnte.

Im Anschluss bin ich nach Wien gegangen, um mein bisheriges ehrenamtliches Engagement in eine hauptamtliche Tätigkeit bei den internationalen Jusos und Falken, der International Union of Socialist Youth, umzuwandeln. Im Anschluss bin ich aber wieder zurück nach Aachen gegangen und habe da in einem grenzüberschreitenden EUREGIO-Projekt als Geschäftsführerin gearbeitet. Da kam mir dann die internationale Erfahrung sehr zugute. Danach bin ich dann zur Bertelsmann Stiftung gekommen.

Wie kam es dann dazu, dass du zur Bertelsmann Stiftung gekommen bist?

Ich wollte zwar eigentlich in Aachen bleiben, habe dann aber mit der Zeit meinen Suchradius gezwungenermaßen immer weiter ausgeweitet. Ich konnte dann bei Bertelsmann anfangen, weil ich ein Studium hatte, das passte, ich Erfahrungen in der Verwaltung hatte und durch mein Ehrenamt über Einblicke in die Politik verfügte. Das war in dem damaligen Projekt, wo es um kommunalpolitische Steuerung ging, gefragt. Ich dachte mir damals, dass das eine Sache von zwei Jahren werden würde und ich mir nach der befristeten Stelle als Projektmanagerin wieder woanders etwas suchen würde. Dann wurde die Stelle jedoch entfristet und ich bekam die Projektleitung. Jetzt bin ich als Senior Projektmanagerin immer noch bei Bertelsmann.

Was gefällt dir heute besonders an deiner Tätigkeit bei Bertelsmann?

In erster Linie gefällt mir an meiner Tätigkeit gut, dass sie eine Brückenfunktion zwischen Wissenschaft und Praxis hat. Ich konnte mir vorher auch nie vorstellen, nur wissenschaftlich oder nur praktisch zu arbeiten. Jetzt mache ich Wissenschaft, aber immer mit Blick auf eine Anwendungsorientierung. Zweitens hatte ich auch immer das Glück, bei Bertelsmann in Projekten zu sein, mit denen ich mich vom Sinn her identifizieren konnte. Zum Beispiel bei den Themen Kommunalpolitik, Bildung und Migration und Vielfalt.

Und was gefällt dir eher nicht so gut?

Der steigende Anteil administrativer Tätigkeiten.

Uns geht es ja speziell um sozialwissenschaftliche Berufe, kannst du uns Beispiele dafür nennen, welche Tätigkeiten Sozialwissenschaftler_innen bei der Bertelsmann Stiftung ausüben?

Ich glaube, in allen unseren Projekten arbeiten Menschen mit verschiedenen fachlichen Hintergründen interdisziplinär zusammen. Dabei haben wir einen hohen Anteil an Sozialwissenschaftler_innen. Ich glaube, die Anteile der Soziolog_innen, Politikwissenschaftler_innen und Ökonom_innen sind dabei von allen am höchsten.

Was wird in diesen Projekten gemacht?

Das ist natürlich von Projekt zu Projekt unterschiedlich. Allgemein arbeiten wir als Think-Tank, aber auch als Do-Tank. Das heißt, teilweise geben wir zu bestimmten Themen Studien in Auftrag und versuchen sie auch möglichst öffentlichkeitswirksam zu transportieren, sowohl in die Fachszene als auch in die breite Öffentlichkeit. Dabei kann es sein, dass diese Erkenntnisse an den Hochschulen, zum Beispiel durch vorangegangene Studien, längst vorliegen, aber in Schubladen schlummern. Hier sehen wir uns in einer Vermittlerrolle. Andere Projekte sind beispielsweise Modellprojekte. Hier werden modellhaft Prozesse begleitet und Handlungsempfehlungen erarbeitet.

Das heißt, es wird vor allem projektbezogen gearbeitet?

Ja, das stimmt. In manchen Projekten ist der Anteil der Studien viel größer – oder sie bestehen nur aus Studien und Umfragen. Andere arbeiten mit Beispielen oder Projektbegleitungen.

Mit welchen inhaltlichen Themen beschäftigt sich die Bertelsmann Stiftung?

Sehr starke Themen sind Bildung, Wirtschaft und Soziales, Migration, Kommunen, Bürgerengagement und Partizipation, und aufgrund der Vorliebe der Gründerfamilie Mohn auch das Thema Musik.

Können in all diesen Bereichen auch immer Sozialwissenschaftler_innen arbeiten?

Ja.

Führst du auch Einstellungsgespräche durch?

Ja, zwar eher für Praktika, aber bei Bertelsmann bin ich auch bei Gesprächen für Festanstellungen dabei.

Worauf achtest du da besonders?

Ich persönlich achte eher weniger auf Zeugnisnoten. Vor allem achte ich darauf, ob jemand schon andere praktische Erfahrungen mitbringt und auch auf die inhaltliche Motivation. Mit praktischer Erfahrung meine ich jetzt nicht unbedingt Berufserfahrung, aber ein Praktikum ist natürlich immer gut, oder ein Ehrenamt oder Erfahrung durch Jobs. Das sind vielleicht auch Dinge, woran Bewerber_innen gar nicht denken, die aber für uns interessant sind. Wie zum Beispiel, dass jemand schon mal im Kommunikationsbereich gearbeitet hat.

Würdest du dann sagen, es ist auch vorteilhaft, 400-Euro-Jobs in den Lebenslauf zu schreiben?

Ja.

Einfach alles rein?

Ja, mit Vorbehalt. Das klang bei meiner Berufsgeschichte gerade alles so glatt. Ich habe mich natürlich auch auf viele Stellen ohne Erfolg beworben. Irgendwann wurde ich dann auch vorsichtig, mein politisches Engagement anzugeben, weil mir das in einem Bewerbungsgespräch auch mal um die Ohren gehauen wurde, so nach dem Motto: „Wo sind denn dann Ihre Prioritäten?“. Bei der Bertelsmann Stiftung habe ich allerdings die positive Erfahrung gemacht, dass das Engagement auch wertgeschätzt wird, ob jetzt für eine Partei oder Kirchen oder Greenpeace oder andere NGOs. Das würde ich auf jeden Fall reinschreiben.

Gut, aber das sind dann ja keine 400-Euro-Jobs.

Stimmt, aber bei 400-Euro-Jobs auch. Wenn man in irgendeiner Weise sagen kann, ich habe z.B. eine Verkaufstätigkeit ausgeübt. 400-Euro-Jobs sind ja niemandem vorzuwerfen, so kann der/die Arbeitgeber/in auch etwas über den Bewerber/die Bewerberin und seine/ihre Interessen erfahren, und danach wird auch geschaut.

Beim Studiengang Sozialwissenschaft an der Ruhr-Universität wird großer Wert auf Interdisziplinarität gelegt. Kann das beruflich als Vorteil gelten?

Ja, auf jeden Fall. Bei Bertelsmann definitiv und ich glaube auch anderswo. Es werden überall immer mehr Leute gebraucht, die auch die Fähigkeit haben, über den eigenen Tellerrand hinauszusehen und interdisziplinär zu arbeiten, in immer mehr Berufsfeldern. Das kann man bei einer Bewerbung dann auch sagen.

Was würdest du Studierenden der Sozialwissenschaft empfehlen, wenn sie sich für eine Tätigkeit im Berufsfeld NGOs/Stiftungen interessieren?

Man muss natürlich eine Orientierung haben, was man will, aber man darf sich auch nicht durch zu genaue Vorstellungen einschränken lassen. Und man sollte sich vor Bewerbungen immer genau über die Stellen informieren, z. B. über die Internetseite. Und man sollte sich nicht scheuen, Leute anzusprechen. Bei Bewerbungen kann man z.B. vorher anrufen, um sich in Erinnerung zu bringen oder auch wenn man Leute kennt, die als Türöffner helfen können, sollte man diese Möglichkeiten auch nutzen. Und natürlich ist auch internationale Erfahrung sehr wertvoll, z. B. durch ein Auslandssemester.

Vielen Dank für das Gespräch!**Ein Interview mit dem Bildungsreferenten Jürgen Lange von ARBEIT UND LEBEN DGB/VHS e.V.**

Bildquelle: ARBEIT UND LEBEN e.V. DGB/VHS

Jürgen Lange

59 Jahre

Lehramtsstudium (Deutsch und Geschichte)

Bildungsreferent bei ARBEIT UND LEBEN
DGB/VHS e.V.

ARBEIT UND LEBEN ist die Weiterbildungseinrichtung des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) und der Volkshochschulen in Nordrhein-Westfalen und versteht sich als starker Partner in Fragen der sozialen und politischen Bildung. Bei der Wissensvermittlung legt ARBEIT UND LEBEN besonderen Wert auf Fairness, Gleichberechtigung und die Interessen von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern (vgl. Arbeit und Leben NRW 2015).

Hallo Jürgen, vielen Dank, dass du uns mit diesem Interview die Gelegenheit gibst, einen Einblick in deinen Beruf zu bekommen.

Ja, gerne. Ich hoffe, ich kann auch alle Fragen beantworten (lacht).

Unsere erste Frage betrifft dein Studium. Wo hast du studiert, und welche Fächer?

Ich habe zunächst an der Pädagogischen Hochschule in Münster Deutsch und Geschichte für das Lehramt für die Sekundarstufe I studiert. Da es nach meinem Referendariat jedoch keine freien Stellen für Deutsch und Geschichte gab, bin ich zur Erwachsenenbildung gekommen.

Und wie sah dort der Berufseinstieg aus?

Ich hatte damals aus Eigeninitiative in Hamm bei der VHS angerufen und wurde dann auch spontan zum Gespräch eingeladen. So bin ich dazu gekommen, VHS-Kurse im Bereich Deutsch und Geschichte durchzuführen. Das war interessant und hat mir Freude bereitet, aber aufgrund der schlechten Bezahlung entschied ich mich, an berufsbegleitenden Weiterbildungen im Bereich Sozialmanagement (zwei Jahre) und Moderation (drei Wochen) teilzunehmen. So konnte ich Managementkompetenzen (für den sozialen Bereich) erwerben und mich anschließend mit der Durchführung von Sozialmanagement- und Moderationskursen selbstständig machen.

Und wie bist du zu ARBEIT UND LEBEN gekommen?

Ein Kollege, der für ARBEIT UND LEBEN an der VHS in Hamm arbeitet, hatte mich auf eine ausgeschriebene Stelle aufmerksam gemacht. Sie suchten jemanden, der ein Angebot im Bereich Soziale Kompetenz und Kommunikation aufbauen konnte. Da es nur eine halbe Stelle war, habe ich zunächst parallel weiter meine Seminare gegeben. Nach einer Weile kam jedoch als weiteres Aufgabenfeld die Organisation von Seminaren für Betriebsräte hinzu, sodass ich bei ARBEIT UND LEBEN zu einer ganzen Stelle gekommen bin.

Und was sind heute deine Tätigkeiten bei ARBEIT UND LEBEN?

Neben der Organisation von Bildungsveranstaltungen liegt mein Schwerpunkt fast ausschließlich bei der Entwicklung von Projekten, wobei ich mich in den Projekten inhaltlich mit ganz unterschiedlichen Themen befasse. Das ist möglich, da wir mit Partner_innen kooperieren, die sich fachlich auskennen. Zu meinen Aufgaben gehört zum Beispiel die Projektentwicklung. Das umfasst sowohl die Marktbeobachtung – also welche spannenden Themen, Zielgruppen und Fördermöglichkeiten gibt es – als auch das Finden von Kooperationspartner_innen und das gemeinsame Stellen von Anträgen. Falls es dann zu einer Finanzierung kommt, folgen als nächste Schritte die Planung und Organisation. Eventuell muss ich auch jemanden finden, der das Projekt durchführt und muss für das Qualitätsmanagement sorgen. Nach Abschluss des Projekts muss natürlich geschaut werden, wie das Projekt gelaufen ist und was man hätte besser machen können.

Was gefällt dir besonders an deiner Tätigkeit?

Sehr schön ist, dass ich immer eine relativ große Freiheit in der Projektentwicklung hatte. Man kann sehr kreativ sein, seine eigenen Interessen und Ideen mit einfließen lassen und den Lauf der Dinge mit beeinflussen. Außerdem arbeitet man immer wieder mit anderen Kooperationspartner_innen und Zielgruppen zusammen. Das heißt, es ist sehr abwechslungsreich.

Was gefällt dir an deiner Tätigkeit eher nicht so gut?

Es gibt sehr wenig Kontinuität in den Projekten. Man springt sozusagen immer von Thema zu Thema. Wenn man also kontinuierlich an einer Lösung für etwas arbeiten möchte, dann ist das hier schwierig. Und man muss sich natürlich auch in der Projektentwicklung an mehreren Komponenten orientieren. Das kann freudebringend sein, muss aber nicht. Ich denke aber, dass das bei jeder Arbeit so ist.

In welchen Bereichen arbeiten Sozialwissenschaftler_innen bei ARBEIT UND LEBEN?

Allgemein könnten Sozialwissenschaftler_innen bei uns, glaube ich, in allen Bereichen arbeiten. Das wären zum Beispiel die Bereiche Allgemeine politische Weiterbildung, Angebote für Betriebsräte, Projektarbeit und der Bereich der internationalen Jugendarbeit, der ein wenig quer zu den anderen Bereichen liegt. Aber auch im administrativen Bereich können Sozialwissenschaftler_innen arbeiten. Wir sind ein interdisziplinäres Team und alle sind in allen Feldern eingebunden.

Du bist ja auch an Einstellungsgesprächen beteiligt. Worauf achtest du da besonders?

Für uns ist meistens interessant, ob Bewerber_innen auch etwas anderes gemacht haben, als „nur“ zu studieren. Also, dass man zum Beispiel Nebentätigkeiten oder ehrenamtliche Engagements verfolgt hat. Dass man sieht, dass Eigenengagement in irgendeiner Form vorliegt. Wichtig ist auch, dass Bewerber_innen glaubhaft zeigen können, dass sie sich sowohl mit ARBEIT UND LEBEN als auch mit der ausgeschriebenen Stelle beschäftigt haben. Unter Umständen sind auch Sprachkenntnisse sehr nützlich. Das kommt immer auf die Stellenausschreibung an. Allgemein hängt es bei der großen Zahl von Bewerbungen sehr stark vom Zufall ab, ob jemand zum Vorstellungsgespräch eingeladen wird. Oft sind es nur einzelne Formulierungen, die bei mir/uns Sympathien wecken und über eine Einladung entscheiden. Eine Botschaft wäre also auf jeden Fall, dass Bewerber_innen nicht traurig sein müssen, wenn sie nicht eingeladen werden. Oft liegt es nicht an ihnen, sondern an mir.

Mit welchem Einstiegsgehalt können Masterabsolvent_innen der Sozialwissenschaft bei ARBEIT UND LEBEN rechnen?

Das kommt auf den Bereich und die Finanzierungsart an. Im administrativen Bereich liegt das Gehalt eher so zwischen TV-L 7 und TV-L 9. Bei Projekten kommt es darauf an, was die Stelle verlangt und welche Mittel zur Verfügung stehen. Normalerweise, sprich: tariflich, beginnt die Eingruppierung mit TV-L 11 (in Projekten) und geht bis TV-L 13 oder TV-L 12 mit Tendenz zu TLV 13, wobei dann immer noch die einzelnen Stufen entscheidend sind, die aber wiederum von der Berufserfahrung abhängen. Die aktuellen Entgelttabellen für die jeweiligen Eingruppierungen und Stufen finden sich zum Beispiel auf der Internetseite der ver.di.

Im Masterstudiengang Sozialwissenschaft an der Ruhr-Universität Bochum wird großer Wert auf Interdisziplinarität gelegt. Kann das für die Bewerbung bei ARBEIT UND LEBEN von Vorteil sein?

Ja, auf jeden Fall. Kooperation ist ein großes Thema. Man muss sowohl wissen, wer Wissen zu welchen Thematiken hat, als auch in Projekten interdisziplinär mit anderen zusammenarbeiten. Das heißt, sich auf andere einzustellen. Vorerfahrungen mit interdisziplinären Projekten sind also sehr hilfreich.

Dann kommen wir auch direkt zu deinen Empfehlungen: Was würdest du Studierenden der Sozialwissenschaft empfehlen, wenn sie sich für eine Tätigkeit bei ARBEIT UND LEBEN interessieren?

Wir haben häufig mit komplexen Fragestellungen zu tun, zu deren Lösung Kooperation sehr hilfreich ist. Wichtig ist es auf jeden Fall, bereits während des Studiums interdisziplinäre Projekterfahrung zu sammeln. Dann ist es nicht so schwierig, mit Menschen zusammenzuarbeiten, die eine ganz andere Denkens- und Herangehensweise haben. Und ich denke wirklich, man kann lernen, zusammenzuarbeiten. Zudem rate ich allen Studierenden, auch außerhalb der Universität praktische Erfahrungen zu sammeln. Bei uns können auch die Pflichtpraktika absolviert werden und manchmal – wenn auch sehr selten – bleibt dann auch jemand für längere Zeit.

Vielen Dank für das Gespräch!

Autor_innen:

Ines Gottschalk, Moritz Kenngott

BERUFSFELD PERSONALWESEN

Das Personalwesen im Überblick

Im folgenden Kapitel wird das Personalwesen als Berufsfeld von Sozialwissenschaftler_innen für Sozialwissenschaftler_innen vorgestellt. Um eine erste Vorstellung von dem Tätigkeitsfeld zu erlangen, werden zunächst die verschiedenen Arbeits- und Aufgabengebiete des Personalwesens aufgeführt, sowie Gehalts- und Karriereperspektiven dargestellt.

Falls der Beruf des Personalers/der Personalerin dein Interesse geweckt hat, kannst du dir in diesem Kapitel Anregungen zu einer optimalen Gestaltung des sozialwissenschaftlichen Studiums in Richtung Personalwesen einholen und darüber hinaus Ideen für zusätzliche Qualifikationen inner- und außerhalb der Ruhr-Universität Bochum sammeln.

Zur Verdeutlichung des Tätigkeitsfeldes Personal sind abschließend kurze Berichte über unsere absolvierten Praktika zu finden.

Arbeits-/Aufgabengebiete

Recruiting

Das Personalrecruiting umfasst die Gewinnung und den Einsatz von qualifizierten Fach- und Führungskräften. Diese müssen über die Qualifikationen verfügen, die dem benötigten Anforderungsprofil des Arbeitsplatzes entsprechen. Es müssen also Personalauswahlentscheidungen getroffen werden, die im Falle eines Fehlers mit erheblichen Kosten für ein Unternehmen verbunden sein können. Zu den alltäglichen Arbeiten im Recruiting zählen das Verfassen und Schalten von Stellenanzeigen und die Durchführung von Vorstellungsgesprächen. Dabei wird zwischen interner und externer Personalbeschaffung unterschieden. Interne Personalbeschaffung konzentriert sich auf die Besetzung von Stellen mit Arbeitskräften, die schon im Unternehmen tätig sind. Externe Personalbeschaffung befasst sich mit der Suche nach Arbeitskräften, die bisher nicht Teil des Unternehmens sind.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Mit betrieblichem Gesundheitsmanagement gehen Maßnahmen einher, die für eine gesundheitsgerechte Arbeitsgestaltung sorgen. Damit ist nicht nur die Unterstützung und Versorgung im akuten Krankheitsfall gemeint, sondern auch Förderung von Gesundheit und Motivation am Arbeitsplatz. Dies soll durch gute Arbeitsbedingungen

und eine gute Lebensqualität innerhalb des Betriebs erreicht werden. Mittlerweile gibt es in vielen großen Unternehmen eigene Bereiche, die sich mit dieser Thematik befassen und stetig neue Ideen zur Gesundheitsförderung entwickeln. Dabei wird zunächst eine Bestandsaufnahme gemacht, wobei beispielsweise Fehlzeitenanalysen, Krankenbescheide und Gefährdungsbeurteilungen zur Hilfe genommen werden. Anschließend werden Maßnahmen zur Gesundheitsförderung entwickelt, zu denen flexible Arbeitszeitmodelle, Führungskräfte-Schulungen und ein gutes Betriebsklima zählen, aber auch konkrete Anwendungen wie Rückenurse oder ergonomische Schulungen sind möglich.

Personalentwicklung

Heutzutage reicht es nicht mehr, qualifizierte Arbeitskräfte zu rekrutieren und dann für das Unternehmen arbeiten zu lassen. Besonders im Hinblick auf den demografischen Wandel und den damit einhergehenden Wissensverlust ist es wichtig, Mitarbeiter_innen immer weiter zu bilden und zu fördern. Diese Weiterbildung findet dabei natürlich immer unter Berücksichtigung der betrieblichen Ziele des Unternehmens und der persönlichen Ziele der Mitarbeiter_innen statt, um Wissen, Fähig- und Fertigkeiten bzw. Kompetenzen der Arbeitskräfte aktuell zu halten. Viele große Unternehmen haben mittlerweile eigene Abteilungen, die mit der Bedarfsprüfung und dem Einsatz von Weiterbildungsmaßnahmen für ihre Mitarbeiter_innen beschäftigt sind.

Personalbetreuung/Personaladministration

Die Personalbetreuung ist ein zentraler Aspekt der Personalarbeit. Sie umfasst alle organisatorischen Tätigkeiten der alltäglichen operativen Arbeit im Personalbereich. Ein Teilaspekt der Personalbetreuung ist deshalb die Personaladministration, die alle administrativen Aufgaben von der Einstellung bis zum Austritt von Mitarbeiter_innen beschreibt. Die Eintrittsadministration beschäftigt sich mit dem Verfassen von Verträgen, dem Treffen von Vereinbarungen und dem Schließen von Versicherungen. Die Aufgaben der Austrittsadministration beinhalten unter anderem Austrittsgespräche und das Schreiben von Abschlusszeugnissen. Auch müssen zwischen diesen beiden Ereignissen Stammdaten gepflegt und Zwischenzeugnisse verfasst werden. Das Ziel einer gelungenen und umfassenden Personalbetreuung ist die Mitarbeiterbindung, welche durch zufriedene Mitarbeiter_innen erreicht werden und Fehlzeiten etc. vorbeugen soll.

Industrial Relations

Industrielle Beziehungen oder auch Industrial Relations sind zusammenfassende Bezeichnungen für die Akteur_innen auf dem Arbeitsmarkt und deren Organisation als Interessenvertretung. Die Interessenvertretung in Deutschland ist sehr komplex aufgebaut. Dabei gibt es für Personaler_innen verschiedene Institutionen zur Mitwirkung auf der Seite der Arbeitnehmer_innen. Auf der betrieblichen Ebene agiert der Betriebsrat, im öffentlichen Dienst auch Personalrat genannt. Der Betriebsrat vertritt und organisiert die Interessen der Arbeitnehmer_innen. Drei Viertel der Beschäftigten sind Mitglieder in Gewerkschaften, welche oft Zielvorstellungen an die Betriebsräte weitergeben. Die Gewerkschaften agieren auf überbetrieblicher, branchenbezogener Ebene als Interessenvertretung. Die Belegschaft wird über die gewerkschaftlichen Zielvorstellungen informiert und versucht Mitglieder anzuwerben. Die Betriebsräte sollen diese Zielvorstellungen möglichst vorantreiben und ggf. Arbeitskampfmaßnahmen organisieren. Betriebsräte haben nicht nur Informations- und Mitwirkungsrechte, sondern in einigen Angelegenheiten (Arbeitszeit, Entgelt etc.) auch Mitbestimmungsrechte.

Personalcontrolling

Das Personalcontrolling ist ein weiterer Bereich, der sich mit der Verwirklichung von Unternehmenszielen befasst. Durch die Messung und Steuerung von Personalmaßnahmen soll ein ideales Verhältnis zwischen Aufwand und Nutzen geschaffen werden. Es geht stets um Optimierungspotenziale, die durch Steuerung, Kontrolle und Planung aufgedeckt werden, um anschließend für das Unternehmen optimal genutzt zu werden. Im Fokus sind dabei natürlich die Personalkosten, die transparent dargestellt werden sollen. Die Tätigkeiten im Personalcontrolling sind dabei unter anderem die Personalbedarfsermittlung, Personalkostenanalyse, Fehlzeitenanalyse, Personaleinsatzplanung usw. Mit Hilfe von Soll-Ist-Vergleichen werden quantitative Kennzahlen ermittelt und analysiert.

Das Personalcontrolling hat als Teilbereich der Personalarbeit in den letzten zwei Jahrzehnten stark an Relevanz gewonnen und ist in den meisten Unternehmen weiterhin ausbaufähig.

Der Erwerb von Kompetenzen für den Personalbereich

Um sich auf den zukünftigen Arbeitsplatz im Personalbereich vorzubereiten und Qualifikationen zu erweitern, gibt es diverse Möglichkeiten an und auch außerhalb der Universität. Um einen Überblick zu schaffen, werden im Folgenden verschiedene Angebote vorgestellt.

Seminare und Vorlesungen an der Ruhr-Universität Bochum

An der Ruhr-Universität Bochum gibt es zahlreiche Möglichkeiten, Kurse zu besuchen, die sich direkt und indirekt mit dem Personalwesen befassen.

An der Fakultät für Sozialwissenschaft werden im Bachelor neben den wirtschaftlichen, soziologischen und politischen Basismodulen im Aufbaubereich die Module Arbeit und Arbeits-, Wirtschafts- und Organisationssoziologie angeboten, die neben dem Modul Sozialstruktur und Sozialer Wandel als Einstieg zu empfehlen sind. Insbesondere im Studienprogramm Management und Regulierung von Arbeit, Wirtschaft und Organisation werden diese Bereiche durch die Module Arbeit und Organisation sowie Erwerbsregulierung und Partizipation konkretisiert. Die Seminare Theorien und Methoden der Arbeits- und Organisationsforschung und Soziologie des Managements thematisieren organisationstheoretische Grundlagen, Dezentralisierungsprozesse in Unternehmen und die Auswirkung auf die Arbeit von Führungskräften. Weiterhin gibt es die Möglichkeit, Kenntnisse aus dem ebenfalls sozialwissenschaftlichen Studienprogramm Gesundheitssysteme und Gesundheitswirtschaft zum betrieblichen Gesundheitsmanagement zu gewinnen.

Auch an anderen Fakultäten kann Wissen für den Personalbereich erworben werden. Es empfiehlt sich, eine Veranstaltung zum Thema Arbeitsrecht an der juristischen Fakultät zu besuchen, um wertvolles Fachwissen rund um Gesetze und Verordnungen zwischen Arbeitnehmer_innen und Arbeitgeber_innen, wie zum Beispiel in der Gestaltung von Arbeitsverträgen oder den Kündigungsschutz, zu erlangen. An der Fakultät für Psychologie werden Veranstaltungen der Sozialpsychologie und der Personalpsychologie angeboten. Die Sozialpsychologie beinhaltet Kenntnisse über Methoden, Theorien und Ergebnissen der Sozialpsychologie sowie Techniken des Wissenserwerbs, der Präsentation, Moderation und Kommunikation, und regt zum Nachdenken über den eigenen Umgang mit Menschen und über soziale Ziele an. Die Personalpsychologie vermittelt den Studierenden Grundlagenwissen über die Wirtschaftspsychologie und Fähigkeiten zur Bewertung und Anwendung von

ausgewählten personalpsychologischen Fragestellungen. Insbesondere die Veranstaltung ‚Performance Improvement – Performance Consulting‘ bietet einen Beratungs- und Gestaltungsansatz, der das Ziel verfolgt, die Verbesserung der Arbeitsergebnisse von Individuen und Teams durch multidimensionale Interventionsprogramme des strategischen Personalmanagements zu erreichen.

Am Institut für Arbeitswissenschaft bietet der Lehrstuhl für Arbeitsmanagement und Personal gezielt Veranstaltungen zum Human Resource Management, Change Management sowie zur Personalführung und Führungskräfteentwicklung an. Zentrale Themen sind die Veränderung von Organisationen durch den demografischen Wandel und die damit verbundenen personalpolitischen Herausforderungen.

Außeruniversitäre Angebote

Die Industrie- und Handelskammer (IHK) ermöglicht die private Weiterbildung neben den universitären Angeboten. Interessante Weiterbildungsangebote für den Bereich des Personalwesens sind Kommunikation, Personalmanagement sowie Social Media. Die Preise und Dauer der jeweiligen Weiterbildungsangebote sind der Homepage der IHK zu entnehmen.

Weiterhin bietet die Haufe Akademie ebenfalls Lehrgänge und Seminare speziell für den Beruf des Personalmanagers an. Das Angebot erstreckt sich von strategischer Personalplanung über Personalmarketing, Controlling bis hin zu Personalentwicklung. Speziell für Studierende wurde der eCampus der Haufe Akademie eingeführt. Dort können verschiedene Fachartikel gelesen und Kontakt zu Recruiting-Experten aufgenommen werden.

Soft Skills und Bewerbungen

Neben dem Erwerb von Fachwissen ist es bei Bewerbungen um eine Position im Personalmanagement immer vorteilhaft, wenn folgende Kriterien erfüllt sind:

- Sprachkenntnisse in modernen Sprachen
- Auslandserfahrung und Praktika
- Führungskompetenz
- Teamfähigkeit
- Fähigkeiten im Umgang mit Menschen (Empathie)
- Mobilität und Einsatzbereitschaft

Hervorragende Fachkenntnisse sind für die Unternehmen entscheidend. Fachfremde Bewerber_innen, die nicht über die genannten Attribute verfügen, haben deshalb in aller Regel keine Chancen. Daher wäre es Studierenden der Geistes- und Sozialwissenschaften, die sich für eine Tätigkeit im Personalmanagement interessieren, zu raten, sich bereits während des Studiums auf die aufgelisteten Möglichkeiten zu konzentrieren (vgl. Bundesanstalt für Arbeit 2003):

- das Erlernen moderner Sprachen
- das Absolvieren von Praktika in Unternehmen
- der Erwerb von Grundlagen ökonomischen Denkens
- die Aneignung von Kommunikations- und Präsentationstechniken
- die Aneignung von Kenntnissen in der Personalführung und in Managementmethoden
- eigene Persönlichkeitsbildung

Letztendlich ist es wichtig, sich auf den Weg ins Berufsleben vorzubereiten. Der *Career Service* der RUB bietet die Simulation von Vorstellungsgesprächen an, korrigiert Bewerbungsmappen und gibt den Studierenden die Möglichkeit, an Workshops und Veranstaltungen rund um den Einstieg in die Berufswelt teilzunehmen. Informationen zu den Angeboten gibt es auf der Internetseite des Career Service oder direkt am Campus der Ruhr-Universität Bochum.

Mögliche Einstiegsbereiche für Sozialwissenschaftler_innen im Bereich Personal

Es gibt sicher verschiedene Möglichkeiten und Wege, als Sozialwissenschaftler_in im Bereich Personal Fuß zu fassen. Zwei der wichtigsten Felder dürften dabei die klassischen Personalabteilungen sowie Unternehmens- bzw. Personalberatungen sein.

Unternehmens-/ Personalberatung

Unternehmens- und Personalberater_innen bieten anderen Unternehmen eine Beratung als Dienstleistung an. Sie setzen sich dabei mit Problemstellungen im Betrieb auseinander und suchen proaktiv nach Lösungen. Die Personalberatung ist dabei eine spezielle fachliche Erörterung im Rahmen der Unternehmensberatung. Berater_innen befassen sich mit Strategien, der Organisation, der Führung, dem Marketing, der Produktion und der Logistik. In ihrem Fachbereich können sich die Aufgabenfelder auf Recruitment, High Potential Development, Personalkonzepte, Trainings oder

Weiterbildungen beziehen. Eine einheitliche Ausbildung zum Unternehmensberater/ zur Unternehmensberaterin gibt es nicht, und aufgrund der vielfältigen Angebote sind Absolvent_innen aus verschiedenen Fachrichtungen willkommen.

Personalabteilungen

Viele mittelständische Unternehmen und große Konzerne haben Personalabteilungen. Neben der Personalverwaltung, die sich um Personalakten, Entgeltabrechnung, Personalstatistik, Personaldatenverwaltung und vieles mehr kümmert, hat eine Personalabteilung aber oft auch noch umfangreiche andere Aufgaben. Hierzu gehören zum Beispiel die Personalplanung, Personalentwicklung, Personalkommunikation, Personalbeschaffung bzw. das Personalmarketing oder die Personalbetreuung.

Einstiegsgehälter

Wie in den meisten Berufsfeldern ist auch das Gehalt eines Personalers/ einer Personalerin abhängig von Branche, Unternehmensgröße und Region, aber auch von den individuellen Fähigkeiten, Kenntnissen und Erfahrungen des Mitarbeiters/der Mitarbeiterin. Die unten genannten Zahlen sind ohne Gewähr und beziehen sich auf Angaben in verschiedenen Gehaltsvergleichsportalen.

Ein typischer Einstiegsberuf ist der des Personalreferenten/ der Personalreferentin. Hier können Absolvent_innen mit einem Einstiegsgehalt von 35.000 € bis 45.000 € pro Jahr rechnen (vgl. GehaltsReporter 2015). Die Angaben für Personalrecruiter_innen sind ganz ähnlich. Bei einem Einstieg in eine kleine bis mittelgroße Unternehmensberatung kann mit einem Gehalt von 40.000 € bis 50.000 € gerechnet werden (vgl. ebd.). Die große Spanne zwischen diesen Zahlen ergibt sich daher, dass sowohl Mittelstandsunternehmen als auch Großkonzerne mittlerweile Personalabteilungen haben, die Verdienstmöglichkeiten jedoch sehr unterschiedlich sind.

Praxisberichte

Praktikumsbericht I

Studiengang: MaRAWO

Werkstudententätigkeit: Personalabteilung

Dauer: 18 Monate

Ich habe erste praktische Erfahrungen in der Personalabteilung eines großen internationalen Unternehmens sammeln können. In meiner Funktion als Werkstudentin, in welcher ich auch momentan noch aktiv bin, gehören vor allem administrative Aufgaben zu meinen Tätigkeiten. Einer meiner Bereiche ist die Betreuung von Seminaren für Betriebsratsmitglieder. Diese werden durch mich auf ihre Notwendigkeit geprüft, wobei auch die Position des jeweiligen Betriebsratsmitglieds eine Rolle spielt. Hinzu kommt die Abstimmung mit den jeweiligen Führungskräften für die Freistellungen der Betriebsratsmitglieder zu den Seminaren. Hierbei muss ich immer wieder Fragen zur Verrechnung der Kosten und zu möglichen Ablehnungsgründen beantworten und gegebenenfalls Rücksprache mit dem Betriebsrat und der Personalleitung halten. Für meine Arbeit in der Personalabteilung kann ich auf Kenntnisse meines Studiengangs MaRAWO zurückgreifen, die ich zum Beispiel im Bereich Erwerbsregulierung erworben habe.

Praktikumsbericht II

Studienprogramm: MaRAWO

Praktikum: Personalentwicklung

Dauer: 6 Monate

Ich habe ein sechsmonatiges Praktikum in einer Personalentwicklungsabteilung in Hamburg absolviert. Meine Aufgaben und Projekte haben sich über eine Vielzahl von Themenbereichen innerhalb der Personalentwicklung erstreckt. Eines meiner größten Arbeitspakete war die Konzeption und Einführung eines neuen Onboarding-Programms, das eine strukturierte und vollständige Einarbeitung neuer Mitarbeiter_innen sicherstellt. Im klassischen Bereich der Weiterbildung konnte ich während meines Praktikums bei der Neuauflage des Trainingsangebots mitwirken und in diesem Zusammenhang auch Erfahrungen bei der Auswahl externer Trainer_innen sammeln. Außerdem habe ich eine Reihe von Assessment-Centern vorbereitet, moderiert und anhand des erhobenen Feedbacks nachbereitet. Ein wichtiges und in

vielen Unternehmen aktuelles Themenfeld ist das Change-Management, welches ich durch mehrere Projekte kennengelernt habe. Das Change-Management befasst sich allgemein mit der fortlaufenden Anpassung der Strukturen und Strategien an sich stetig verändernde Rahmenbedingungen. Neben diesen Aufgabenbereichen sind mehrere kleine Projekte im Gesundheitsmanagement, beispielsweise die Psychische Gefährdungsbeurteilung, Teil meines Praktikums gewesen.

Praktikumsbericht III

Studienprogramm: MaRAWO

Praktikum: Personalabteilung

Dauer: 12 Monate

Ich absolvierte mein Praktikum zwischen dem Bachelor und dem Master, um einen Einblick in die Praxis zu erhalten. Hierbei war ich in der mittelständischen Tochterfirma eines amerikanischen Unternehmens tätig. Während meines Praktikums erhielt ich Einblick in verschiedene Bereiche der Personalarbeit. Besonders interessant war die Arbeit im betrieblichen Gesundheitsmanagement, in dessen Rahmen ich verschiedene kleine Projekte selbst organisieren durfte. Ich entwickelte und plante Aktionen wie ein monatliches gesundes Frühstück oder Kurse für die Rückengesundheit der Mitarbeiter_innen und arbeitete aktiv an deren Umsetzung mit. Die Arbeit hat mir großen Spaß gemacht, weil ich sehr viel positives Feedback von den Mitarbeiter_innen bekommen habe, die sich über solche Angebote sehr gefreut haben.

Praktikumsbericht IV

Studienprogramm: MaRAWO

Praktikum: Recruiting & Talent-Acquisition

Dauer: 12 Monate

Mein Praktikum habe ich bei einem großen Telekommunikationsunternehmen im Bereich Recruiting & Talent-Acquisition absolviert. Auf das Stellenangebot bin ich über die Internet-Karriereplattform LinkedIn aufmerksam geworden. Nach einem telefonischen Interview und einem anschließenden persönlichen Vorstellungsgespräch habe ich eine Zusage erhalten. Ein Jahr war ich in ein Projekt im Bereich Kundenservice eingebunden und für die Personalgewinnung der Call Center von vier verschiedenen Standorten zuständig. Zu meinen Tätigkeiten zählten die Unterstützung

und Konzeption bei der Ausschreibung unterschiedlicher Stellenvakanzen in Jobbörsen, die eigenständige Bearbeitung des Bewerbermanagements und der Korrespondenz mit den Kandidat_innen, die telefonische Beratung von Bewerber_innen, die Durchführung von Telefoninterviews, die Organisation und Teilnahme an Vorstellungsgesprächen sowie die Begleitung bei Recruiting-Veranstaltungen.

Praktikumsbericht V

Studienprogramm: MaRAWO

Werkstudententätigkeit: Personalabteilung

Dauer: 24 Monate

Meine praktischen Erfahrungen habe ich in der Personalabteilung eines großen internationalen Unternehmens gemacht. Auf die Stelle bin ich über eine Online-Stellenbörse aufmerksam geworden. Nach einem kurzen Telefoninterview wurde ich zu einem sehr unkomplizierten Vorstellungsgespräch eingeladen und bekam die Stelle. Als Werkstudentin habe ich dort die Aufgabe erhalten, die Studierenden des Standorts zu betreuen. Diese wurden dabei unterschieden in Werkstudent_innen, Praktikant_innen und Freie Mitarbeiter_innen (Abschlussarbeiten). Ich war von der Einstellung bis zum Austritt der Studierenden als Betreuerin für sie verantwortlich, habe Verträge, Arbeitszeitänderungen und Zeugnisse verfasst und stand auch den Führungskräften beratend zur Seite. Damit habe ich nicht nur eine gute Einsicht in die alltägliche Arbeit einer Personalerin bekommen, sondern konnte mich auf persönlicher und sozialer Ebene weiterentwickeln.

Autor_innen:

Mona Graetsch, Yannick Hobin, Katrin Klingschat, Julia König, Chantal Solberg

LITERATURVERZEICHNIS**Vorwort**

- Breger, Wolfram/Böhmer, Sabrina (Hg.) (2007): *Was werden mit Soziologie? Berufe für Soziologinnen und Soziologen. Das BDS-Berufshandbuch*. Lucius & Lucius: Stuttgart.
- Späte, Katrin (Hg.) (2007): *Beruf: Soziologie?! Studieren für die Praxis*. UVK Verlag: Konstanz.

Berufsfeld Beratung

- Boston Consulting Group (2015): *Anforderungsprofil*. Im Internet unter: http://www.bcg.de/karriere/passt_bcg_zu_mir/anforderungsprofil/default.aspx, Recherche am 29.04.2015
- Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (2015): *Berufseinstieg und Anforderungen*. Im Internet unter <http://www.bdu.de/branche/karriere/berufseinstieg-und-anforderungen/>, Recherche am 21.05.2015.
- Career Service Ruhr-Universität Bochum/Bundesagentur für Arbeit (2006): *Berufe im Beratungsbereich*. Im Internet unter http://www.ruhr-uni-bochum.de/careerservice/dokumente/pdf/handouts/handout_beratung.pdf, Recherche am 29.04.2015.
- Contec (2015): *Stellenangebote*. Im Internet unter <https://www.contec.de/karriereportal/stellenangebote>, Recherche am 29.04.2015.
- Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. (2010): *Was ist Politikberatung?* Berlin: Druckerei Hermann Schlesener KG. Im Internet unter http://www.degepol.de/grundlagendokumente/downloads/was_ist_politikberatung/was_ist_politikberatung.pdf, Recherche am 21.05.15.
- Georg-August-Universität Göttingen, Büro für Praktikum und Berufseinstieg (2011): *Mögliche Berufsfelder – Soziologie*. Im Internet unter https://www.uni-goettingen.de/de/document/download/6d64f238febe8bef2c9eec1d860cbfe9.pdf/Berufsfelder_SoWi_BA.15.06.11g.pdf, Recherche am 29.04.2015
- Habermas, Jürgen (1968): *Verwissenschaftlichte Politik und öffentliche Meinung*. In: Habermas, Jürgen (Hg.), *Technik und Wissenschaft als Ideologie* (S. 120-145). Frankfurt: Suhrkamp.
- Heuermann, Roland/Herrmann, Falk (2003): *Unternehmensberatung – Anatomie und Perspektiven einer Dienstleistungselite*. Vahlen: Verlag Franz.
- Keller, Berndt/Seifert, Hartmut (2007): *Atypische Beschäftigungsverhältnisse – Flexibilität, soziale Sicherheit und Prekarität*. In: Keller, Berndt/Seifert, Hartmut (Hg.), *Atypische Beschäftigung – Flexibilisierung und soziale Risiken*(S. 11-26). Berlin: editionsigma.

- Kinzelmann, Fabienne (2013): *Geisteswissenschaftler in Unternehmensberatungen*. Im Internet unter <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/geisteswissenschaftler-in-unternehmensberatungen-die-menschenrechte-muessen-warten-12643353.html>, Recherche am 30.05.2015.
- McKinsey & Company (2015a): *BA Graduate Program im Research – German Market Knowledge*. Im Internet unter <http://jobs.e-fellows.net/Job/BA-Graduate-Program-im-Research-German-Market-Knowledge.12797261.html>, Recherche am 30.05.2015.
- McKinsey & Company (2015b): *Geistes- und Sozialwissenschaftler bei McKinsey*. Im Internet unter <http://www.mckinsey.de/geisteswissenschaftler>, Recherche am 30.05.2015.
- Niedereichholz, Christel (2012): *Unternehmensberatung - Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung*. München: Oldenbourg Verlag.
- Ramboll (2015): *Initiativbewerbung bei Ramboll Management Consulting*. Im Internet unter http://www.ramboll.de/Karriere?vacancy_id=1143459&iframe=False, Recherche am 30.05.2015.
- Roland Berger (2015): *CONSULTANT (M/W): ALL LEVELS*. Im Internet unter <http://join.rolandberger.com/de/jobs/details/?job=134172&country=DE>, Recherche am 29.04.2015.
- Schulz, Benjamin (2005): *Unternehmensberater: "Wir erwarten intellektuelle PS"*. Im Internet unter <http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/unternehmensberater-wir-erwarten-intellektuelle-ps-a-358021.html>, Recherche am 30.05.2015.
- Springer, Roland (2009): Der Berater als Arbeitskraftunternehmer. Zur Funktion und Qualifikation eines modernen Dienstleistungsberufes. In: *Arbeits- und Industriesoziologische Studien* (S. 19-28). Heft 1, Juni 2009.

Berufsfeld Forschung

Quantitative Sozialforschung

- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (o. J. a). *Marktforschung in Zahlen*. Im Internet unter <https://www.adm-ev.de/zahlen/>, Recherche am 20.05.2015.
- Albers, Sönke et al. (2009). *Methodik der empirischen Forschung* (3., überarb. und erw. Auflage). Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Diekmann, Andreas (2006). *Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (13. Auflage). Hamburg: Rowohlt Taschenbuch.

- Gehalt.de (2015). *Gehalt Projektassistenz-Sozialforschung*. Im Internet unter <http://www.gehalt.de/einkommen/suche/Projektassistenz-Sozialforschung>, Recherche am 20.05.2015.
- Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW (o. J.). *Außeruniversitäre Forschung in NRW*. Im Internet unter <http://www.wissenschaft.nrw.de/forschung/einrichtungen/ausseruniversitaere-forschung-in-nrw/>, Recherche am 21.05.2015.
- Müller, Christin (2009). *Die Fragebogenerhebung – Empirische Methode der Datenerhebung*. München: GRIN Verlag.
- Sowi-Online – Das Jobportal für Sozialwissenschaftler (2015). *Verdienste von Sozialwissenschaftlern und Soziologen*. Im Internet unter <http://www.sowionline.de/verdienste-von-sozialwissenschaftler-und-soziologen/>, Recherche am 20.05.2015.

Qualitative Sozialforschung

- BERUFENET – Bundesagentur für Arbeit (2006). *Tätigkeitsbeschreibung von Sozialwissenschaftler/Sozialwissenschaftlerin (Uni) vom 28.09.2006*. Im Internet unter <http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/docroot/r1/blobs/pdf/archiv/9779.pdf>, Recherche am 21.05.2015.
- Deutscher Bildungsserver (2015). *Institutionen der Sozialforschung*. Im Internet unter <http://www.bildungsserver.de/Institutionen-der-Sozialforschung-1604.html>, Recherche am 21.05.2015.
- Gesellschaft für Forschung und Beratung im Gesundheits- und Sozialbereich mbH (FOGS) (o. J.). *Stellenangebote*. Im Internet unter <http://www.fogs-gmbh.de/stellenangebote/>, Recherche am 21.05.2015.
- Öffentlicher-Dienst.Info (o. J. a). *Tarifvertrag für den Öffentlichen Dienst der Länder 2014 – Bereich Tarifgebiet West*. Im Internet unter <http://oeffentlicherdienst.info/c/t/rechner/tv-1/west?id=tv-1-2014&matrix=1>, Recherche am 03.06.2015.
- Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung e. V. an der Universität Duisburg-Essen (RISP) (o. J.). *Über das Risp*. Im Internet unter <http://www.risp-duisburg.de/8-0-INSTITUT.html>, Recherche am 21.05.2015.
- Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH (o. J.). *Sinus*. Im Internet unter <http://www.sinusinstitut.de/unternehmen/sinus-sociovision.html>, Recherche am 21.05.2015.

Marktforschungsinstitute

- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (o. J. b). *Wissenswertes – 1. Grundlegende Informationen zu Marktforschung*. Im Internet unter <https://www.adm-ev.de/wissenswertes/>, Recherche am 17.05.2015.
- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (o. J. c). *Wissenswertes – 2. Markt- und Sozialforschung ist...* Im Internet unter https://www.adm-ev.de/mus_ist/?L=1%2525252525252527%252525252529, Recherche am 17.05.2015.
- Bernecker, Michael/Weihe, Kerstin (2009). *Presse-Information: Pocket Business (Wirtschaftsliteratur). Markt- und Kundeninformationen in fünf Phasen: Idealtypischer Ablauf einer Marktforschungsstudie*. Im Internet unter <https://www.cornelsen.de/fm/1272/1.c.1701624.de.pdf>, Recherche am 19.05.2015.
- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher (Hrsg.) (2015). *Berufsbild und Arbeitsfelder*. Im Internet unter <http://bvm.org/berufsbild-arbeitsfelder/>, Recherche am 19.05.2015.
- Marktforschung.de (2015a). *Gehaltsstudie 2015. Gehalt, Innovationen, Mitsprache – Hard und Soft Facts aus der Marktforschung*. Im Internet unter http://www.marktforschung.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Gehaltsstudie_2015_Teil_1.pdf, Recherche am 17.05.2015.
- Marktforschung.de (2015b). *Berufsbild und Tätigkeit eines Marktforschers*. Im Internet unter <http://www.marktforschung.de/job-karriere/ausbildung-studium/berufsbild-marktforscher/>, Recherche am 17.05.2015.
- Marktforschung.de (2015c). *Studienfächer*. Im Internet unter <http://www.marktforschung.de/job-karriere/ausbildung-studium/studien-faecher/>, Recherche am 17.05.2015.
- Psychonomics AG (2007). *Berufspraxis in der Marktforschung*. Beitrag im Rahmen der Veranstaltung "Methoden der psychologischen Markt- und Medienforschung". Im Internet unter http://www.aow-bonn.de/www/doku/vortraege/psychonomics_uni_bonn_2007-07-05.pdf, Recherche am 19.05.2015.
- Wirtschaftspsychologische Gesellschaft (o. J.). *5. Struktur der Marktforschungsbranche in Deutschland*. Im Internet unter <http://www.wpgs.de/content/view/304/238/>, Recherche am 19.05.2015.

Marktforschung im Unternehmen (betriebliche Marktforschung)

- Marktforschung.de (2015a). *Gehaltsstudie 2015. Gehalt, Innovationen, Mitsprache – Hard und Soft Facts aus der Marktforschung*. Im Internet unter http://www.marktforschung.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Gehaltsstudie_2015_Teil_1.pdf, Recherche am 17.05.2015.
- Späte, Katrin (2007). *Beruf: Soziologie?! Studieren für die Praxis*. Konstanz: UTB.
- Qualitätsmanagement
- BERUFENET – Bundesagentur für Arbeit (2015a). *Qualitätsmanager/in*. Im Internet unter <http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=100531>, Recherche am 26.06.2015.
- BERUFENET – Bundesagentur für Arbeit (2015b). *Fachkraft - Qualitätssicherung/-management*. Im Internet unter <http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=14029>, Recherche am 26.06.2015.
- Satzinger, Walter (2002). Informationen für das Qualitätsmanagement im Krankenhaus: zur Funktion und Methodik von Patienten- und Personalbefragungen. In: *Medizinische Klinik. Intensivmedizin und Notfallmedizin*, Heft 97, S. 104-110.
- Zur weiteren Information:*
- Conrad, Stephan/Dietrich, Edgar (2008). *Anwendung statistischer Qualitätsmethoden* (3. Aufl.). München: Hanser.
- Raidl, Monika E. (2001). *Qualitätsmanagement in Theorie und Praxis, eine Verbindung von Instrumenten der empirischen Sozialforschung und der Einsatz und Nutzen für die Praxis. Eine empirische Studie in einer süddeutschen Privatklinik*. München, Mering: Hampp.
- Universitäre Forschung
- BERUFENET – Bundesagentur für Arbeit (2015c). *Sozialwissenschaftler/in*. Im Internet unter <http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=58776>, Recherche am 20.05.2015.
- Bornmann, Lutz/ Enders, Jürgen (2002). Was lange währt, wird endlich gut: Promotionsdauer an bundesdeutschen Universitäten. In: *Beiträge zur Hochschulforschung*, 24 (1), S. 52-72.
- Bosch, Aida et al. (1999). *Sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis: Interdisziplinäre Sichtweisen*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

George August-Universität Göttingen, Sozialwissenschaftliche Fakultät (2011). *Prognosen zur Arbeitsmarktsituation für Sozialwissenschaftler*. Im Internet unter http://bds-soz.de/BDS/PDF/Beruf/prognosen_arbeitsmarkt.pdf, Recherche am 11.06.2015.

W-Besoldung.net (o. J.). *Wie hoch ist das Grundgehalt?* Im Internet unter <http://www.w-besoldung.net/informationen/wie-hoch-ist-das-grundgehalt/>, Recherche am 11.06.2015.

Amtliche Statistik

BERUFENET – Bundesagentur für Arbeit (2006). *Tätigkeitsbeschreibung von Sozialwissenschaftler/ Sozialwissenschaftlerin (Uni) vom 28.09.2006*. Im Internet unter <http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/docroot/r1/blobs/pdf/archiv/9779.pdf>, Recherche am 21.05.2015.

Öffentlicher-Dienst.Info (o. J. b). *Informationsseiten für den öffentlichen Dienst*. Im Internet unter www.oeffentlicher-dienst.info/, Recherche am 21.05.15., Recherche am 21.05.15.

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2015). *Unsere Aufgaben – Statistisches Bundesamt*. Im Internet unter <https://www.destatis.de/DE/UEberUns/UnsereAufgaben/Aufgaben.html;jsessionid=0583150B309CAD86D8D1750D7256D344.cae4>, Recherche am 21.05.15.

Berufsfeld NGOs/Stiftungen

Arbeit und Leben NRW (2015). Im Internet unter www.aulnrw.de/, Recherche am 28.06.2015

Bertelsmann-Stiftung (2014). Grundsätze – Prinzipien unserer Arbeit. Im Internet unter <http://www.bertelsmann-stiftung.de/de/ueber-uns/was-uns-bewegt/grundsaeetze/>, Recherche am 28.06.2015

Berufsfeld Personalwesen

ABSOLVENTA – Die Jobbörse für Studenten, Absolventen und Young Professionals (Hg.) (o. J.). *Die Unternehmensberatung - Definition*. Im Internet unter <http://www.absolventa.de/jobs/channel/finance/thema/unternehmensberatung-definition>. Recherche am 15.5.2015.

Bundesanstalt für Arbeit (2003). *Personalmanagement. Chancen für Akademikerinnen und Akademiker*, Bonn.

Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (Hg.) (o. J.). *Industrielle Beziehungen*. Im Internet unter <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/politiklexikon/17630/industrielle-beziehungen>. Recherche am 23.5.2015.

Schubert, Klaus/Klein, Martina (Hg.) (2011). *Das Politiklexikon*. Bonn: Dietz. (5., überarbeitete Auflage) im Internet unter <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/politiklexikon/17630/industrielle-beziehungen>. Recherche am 23.5.2015.

Career Service (Hg.) (2015). *Im Studium an den Beruf denken*. Im Internet unter <http://www.ruhr-uni-bochum.de/careerservice/index.html>. Recherche am 20.5.2015.

Dachrodt, H.-G./Koberski, W./ Engelbert, V./ Dachrodt, G. (Hrsg.) (2014). *Praxishandbuch Human Resources. Management- Arbeitsrecht- Betriebsverfassung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Deutsche Gesellschaft für Personalführung e. V. (DGFP) (Hg.) (o. J.). *Personalbetreuung und Mitarbeiterbindung*. Im Internet unter <http://www.dgfp.de/wissen/themen/personalbetreuung-und-mitarbeiterbindung>. Recherche am 23.5.2015.

Gehalt.de (Hg.) (2015). *Was verdient man als: Recruiter (Beruf)*. Im Internet unter <http://www.gehalt.de/einkommen/suche/recruiter>. Recherche am 15.5.2015.

GehaltsReporter (Hg.) (o. J. a). *Gehalt Personalreferent*. Im Internet unter <http://www.gehaltsreporter.de/gehaelter-von-a-bis-z/155.html>. Recherche am 15.5.2015.

GehaltsReporter (Hg.) (o. J. b). *Gehalt Unternehmensberater*. Im Internet unter <http://www.gehaltsreporter.de/gehaelter-von-a-bis-z/203.html>. Recherche am 15.5.2015.

Haufe Akademie (Hg.) (o. J.). *Haufe Akademie*. Im Internet unter <https://www.haufe-akademie.de/>. Recherche am 20.5.2015.

IHK (Hg.) (o. J.). *Aktuelles*. Im Internet unter http://ihk-bic.de/weiterbildungsangebote/aktuelles/?etcc_cmp=BiC-Angebote&etcc_med=bochum.ihk.de&etcc_plc=Programmheft. Recherche am 20.5.2015.

Institut für Arbeitswissenschaft (IAW) (Hg.) (2015). *Wissenschaftliche Weiterbildung an der Ruhr-Universität Bochum. Kompetenzen erwerben – Kreativität fördern – Wandel gestalten*. Im Internet unter <http://www.iaw.ruhr-uni-bochum.de/iaw/studium/im/module.html.de>. Recherche am 20.5.2015.

Rohrlack, K. (2011). *Personalwirtschaft- kompakt!* München und Mering: Rainer Hampp Verlag.

Verband Deutscher Betriebs- und Werksärzte e. V. Berufsverband Deutscher Arbeitsmediziner (VDBW) (Hg.) (o. J.). *Betriebliches Gesundheitsmanagement. Gesunde Mitarbeiter in gesunden Unternehmen. Betriebliche Gesundheitsförderung als betriebsärztliche Aufgabe. Ein Leitfaden für Betriebsärzte und Führungskräfte*. Im Internet unter

http://www.vdbw.de/fileadmin/01-Redaktion/02-Verband/02-PDF/Leitfaden/Leitfaden_Betriebliche_Gesundheits%C3%B6rderung_RZ3.pdf.

Recherche am 23.5.2015

WSI Tarifarchiv (Hg.) (2015). *So funktioniert das Tarifsysteem. Tarifsysteem im System industrieller Beziehungen. Arbeitgeberverbände.* Im Internet unter http://www.boeckler.de/wsi-tarifarchiv_2398.htm. Recherche am 23.5.2015.