



Absolventenbefragung 2012

(Kurzfassung)

Herausgeber

Philipps-Universität Marburg
Fachbereich 19: Geographie
Arbeitsgruppe für Wirtschaftsgeographie und Standortforschung
Deutschhausstraße 10
35032 Marburg

Projektleitung

Prof. Dr. Dr. Thomas Brenner
thomas.brenner@geo.uni-marburg.de

und

Dr. Sidonia von Proff
vonproff@geo.uni-marburg.de

Druck

Buchbinderei
des Fachbereichs 19 Geographie, Philipps-Universität Marburg

Marburg, 15. Oktober 2012

Inhalt

Vorwort	5
1. Einleitung.....	7
2. Methodik	9
2.1 Erhebung und Auswertung.....	9
2.2 Der Fragebogen	10
2.3 Zeitplan der Befragung	11
3. Übersicht über die Daten	12
4. Allgemeine Ergebnisse – Auswertung aller Teilnehmer.....	15
5. Aufgeschlüsselte Auswertung – Ergebnisse verschiedener Gruppen	20
5.1 Auswertung nach Herkunft der Studenten	23
5.2 Auswertung nach Art des Abschlusses.....	29
5.3 Auswertung nach Universitäten	39
6. Fazit	46

Vorwort

Im Auftrag der MitteHessen e.V. führte die Arbeitsgruppe "Wirtschaftsgeographie und Standortforschung" im Fachbereich Geographie an der Philipps-Universität Marburg eine Studierendenbefragung durch. Die Idee dazu entstand aus Gesprächen zwischen Herrn Ihle von der MitteHessen e.V. und Herrn Prof. Brenner von der Universität Marburg darüber, wie Hochschulabsolventen nach ihrem Studienabschluss in der Region gehalten werden könnten. Die übergeordnete Zielsetzung des MitteHessen e.V. ist es, Instrumente zu entwickeln und umzusetzen, mit denen die Jobfindung innerhalb Mittelhessen unterstützt werden kann.

Die Studie der Arbeitsgruppe "Wirtschaftsgeographie und Standortforschung" stellt in dem von der MitteHessen e.V. verfolgten Konzeption einen Baustein dar: Es sollen Erkenntnisse über das Verhalten von Hochschulabsolventen gewonnen werden, aus denen die oben angesprochenen Instrumente abgeleitet werden können. Dabei leistet die vorliegende Befragung auf drei Ebenen einen Beitrag. Erstens werden die Kontaktadressen mittelhessischer Unternehmen an die befragten Studentinnen und Studenten auf deren Wunsch hin weitergegeben und damit bereits die Jobsuche in der Region unterstützt. Zweitens wird die vorliegende Befragung dazu genutzt, das Suchverhalten der Studierenden genauer zu analysieren, um bevorzugte Suchstrategien und mögliche Ansatzpunkte für eine verbesserte Vermittlung in der Region zu identifizieren. Drittens wird in etwa einem halben Jahr eine zweite Befragung durchgeführt, um den Erfolg der Jobsuche der in dieser Studie befragten Absolventen zu untersuchen. Der vorliegende Bericht präsentiert die Ergebnisse der ersten Befragungsphase.

Die Befragung wurde in Kooperation mit den drei Hochschulen Philipps-Universität Marburg, Justus-Liebig-Universität Gießen und Technische Hochschule Mittelhessen durchgeführt. Dabei ist zu beachten, dass aufgrund der geringen Rücklaufquote bei der Technischen Hochschule Mittelhessen die Befragung an dieser Hochschule wiederholt wird. In diesem Sinne stellt dieser Bericht ein vorläufiges Resultat dar.

Alle Hochschulen haben die Arbeitsgruppe bei der Identifikation der entsprechenden Studierenden maßgeblich unterstützt und im Falle der Justus-Liebig-Universität Gießen wurde die Befragung sogar ganz von der Universität durchgeführt¹. Dafür danken wir an dieser Stelle. Dankbar sind wir auch den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Befragung, ohne die unsere Erkenntnisse nicht möglich gewesen wären.

Oktober 2012

Prof. Dr. Dr. Thomas Brenner

Dr. Sidonia von Proff

¹ Dem sehr professionellen Vorgehen von Herrn Treppesch ist hier die hohe Rücklaufquote zu verdanken.

1. Einleitung

Die Region Mittelhessen ist eine eher ländlich geprägte Region in der Mitte Deutschlands. Sie hat jedoch durch ihre drei Hochschulen überproportional viele Studenten und Absolventen². Die Arbeitslosenquote liegt mit 7,3 % leicht unter dem deutschen Durchschnitt (8,6%). Ein Grund hierfür ist der starke Mittelstand in der Region. So arbeiten in der Region Mittelhessen mit 28,5% mehr Menschen im produzierenden Gewerbe als im Bundesdurchschnitt (24,6%, *Statistisches Bundesamt* 2011) und auch der Anteil der Beschäftigten im Bereich Forschung und Entwicklung ist im Vergleich zum Bundesdurchschnitt sehr hoch. Im Regierungsbezirk Gießen sind 21% (*Region Mittelhessen* 2011) der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Bereich Forschung und Entwicklung tätig, was deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 12,1% liegt (*Stifterverband* 2011).

In der Region Mittelhessen sind von 1000 Einwohnern 50 an einer der drei Hochschulen eingeschrieben. Wird dies mit dem Bundesdurchschnitt (24 Studierende je 1000 Einwohner (*Wissensportal FrankfurtRheinMain* o.J.) verglichen, wird die hohe Studierendendichte der Region Mittelhessen besonders deutlich. Die Stadt Gießen weist mit einer Quote von 30% die höchste Studiendichte in der Bevölkerung in allen deutschen Universitätsstädten auf und stellt mit den Fächern Medizin, Veterinärmedizin, Agrar-, Haushalts- und Ernährungswissenschaften eine bundesweit einzigartige Fächerkonstellation dar (*Region Mittelhessen* 2011). Starke Branchen in der Region Mittelhessen sind die Metall- und Elektroindustrie, Medizintechnik, Biotechnologie, Pharmaindustrie, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik sowie Optik und Photonik (*Region Mittelhessen* 2011), was die Bedeutung der Industrie für den Arbeitsmarkt in der Region herausstellt.

Aus Umfragen unter Studierenden ist bekannt (*Spiegel* 2006, *Manager-Magazin* 2006, *Welt* 2011), dass diese besonders gern bei Großunternehmen arbeiten wollen, während nur wenige Absolventen explizit eine Tätigkeit in einem mittelständischen Unternehmen anstreben. Ein wesentlicher Grund ist die größere Bekanntheit der Großunternehmen im Gegensatz zu der unüberschaubaren Anzahl von mittelständischen Unternehmen. Dies hat zur Folge, dass Unternehmen in Mittelhessen nicht problemlos Akademiker finden, obwohl es eigentlich ein großes Angebot an Absolventen gibt. Zugleich sind viele Studenten in der Region der Meinung, es gäbe hier keine Jobs.

Daraus ergibt sich die Frage, wie die vorliegende Situation verbessert werden kann. Es galt genauer herauszufinden, wie viele der mittelhessischen Studierenden nach Studienabschluss gern in der Region bleiben möchten und aus welchen Gründen. Wie intensiv suchen sie nach einer Arbeitsstelle vor Ort? Auf welchen Wegen kommen sie an Informationen über regionale Unternehmen? Welche Gründe sprechen gegen einen Verbleib in der Region? Und was kann aktiv von regionalen Akteuren unternommen werden, um in Zukunft mehr Absolventen in der Region zu halten?

Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten, wurde eine Online-Umfrage an den drei Hochschulen in Mittelhessen durchgeführt. Die Studierenden, die gerade ihren Abschluss gemacht haben oder kurz vor dem Abschluss stehen, wurden zu zwei Themenblöcken befragt. Zum einen wurden räumliche Fragen zu ihrer Jobsuche gestellt, um diesbezügliche Präferenzen zu identifizieren. Es

² Die Begriffe *Studenten* und *Absolventen* etc. beziehen sich stets auf Personen aller Geschlechter gleichermaßen. Der besseren Lesbarkeit halber wird nur die männliche Form verwendet.

wurde gefragt, wo (räumlich gesehen) sie gern arbeiten würden und warum diese Orte bevorzugt werden. Zudem wurde explizit gefragt, ob und warum Mittelhessen für sie attraktiv ist. Um festzustellen ob bisherige Orte eine Rolle spielen, wurden auch Orte, mit denen andere Verbindungen (aufgewachsen, Praktikum gemacht etc.) erhoben. Zum anderen gab es Fragen zu den Wegen, auf denen sie sich informieren, wie sie diese Wege bewerten (Kosten und Nutzen) und was mittelhessische Arbeitgeber tun sollten, um die Absolventen besser zu erreichen.

Die Umfrage unterscheidet sich von anderen Absolventenbefragungen hauptsächlich in zwei Punkten: Zum einen fand die Befragung VOR oder ZUM Studienende statt und nicht im Anschluss. Zum anderen enthielt der Erhebungsbogen Fragen zu den räumlichen Präferenzen einschließlich einer Bewertung von Mittelhessen. Nur in einer von 36 gefundenen Absolventenbefragungen fand ebenfalls eine Befragung vor Studienende statt. Der Nutzen verschiedener Suchwege erscheint rückblickend sicher anders als während des Bewerbungsprozesses. Außerdem lässt sich durch eine Befragung während der Jobsuche erkennen, welche Suchwege von Studierenden grundsätzlich genutzt werden unabhängig davon, ob diese dann erfolgreich sind. Auch die räumliche Ausdehnung der Suche wird im Laufe der Bewerbungsphase von äußeren Zwängen vermutlich verändert und ursprüngliche Präferenzen könnten rückblickend zugunsten des Ortes, an dem letztlich eine Stelle gefunden wurde, verändert werden. Durch diesen zeitlich frühen Ansatzpunkt konnten folglich Einschätzungen und Verhaltensweisen erhoben werden, die nicht von Erinnerungen überprägt, sondern während der Suche gültig sind. Am Ende können daraus Empfehlungen für die Unternehmen und Einrichtungen Mittelhessens abgeleitet werden, auf welchen Wegen Sie die Absolventen am besten erreichen und ihnen Informationen bereitstellen können. Der Nachteil einer Erhebung während des Suchprozesses ist, dass die meisten Studierenden zum Zeitpunkt der Befragung noch keine Stelle gefunden haben, so dass der Erfolg der einzelnen Suchwege in der vorliegenden Absolventenbefragung nicht ermittelt werden konnte. Aus diesem Grund ist eine Nacherhebung geplant, wofür sich viele Studenten dankenswerter Weise schon heute bereit erklärt haben. Die Studie wurde absichtlich in einem Sommersemester durchgeführt, weil in der Sommerzeit stets mehr Studierende fertig werden als im Winter und wir die Teilnehmer möglichst kurz vor ihrem Abschluss befragen wollten.

Ein weiteres Unterscheidungskriterium bei Absolventenbefragungen ist die Berücksichtigung der Studiengänge in der Umfrage. Deutlich weniger als die Hälfte der Absolventenstudien (15 von 36 Studien) befragen alle Absolventen, die anderen sind auf wenige Studiengänge ausgerichtet. In der vorliegenden Studie wurden alle Fächer mit einbezogen. Dadurch war es möglich, nicht nur ein ganzheitliches Bild für alle drei Hochschulen zu erstellen, sondern zusätzlich die Studiengänge auch einzeln auszuwerten. Diese beiden Aspekte – das Bild einer ganzen Region zu zeichnen sowie die studiengangspezifische Auswertung – sind neben der räumlichen Auswertung der Schwerpunkt der Studie. Räumliche Fragen zu dem Ort, an dem nach einer Stelle gesucht wird, wurden in 5 der 36 Umfragen gestellt, in weiteren 16 Umfragen wurde in anderer Form nach dem Ort der Beschäftigung und/oder der Herkunft gefragt.

2. Methodik

Das folgende Kapitel stellt dar, wie die Befragung methodisch durchgeführt wurde und welche Analyseschritte zu den vorliegenden Ergebnissen geführt haben. In einem zweiten Schritt wird der Fragebogen genauer vorgestellt und schließlich wird auf den Zeitplan der Erhebung eingegangen.

2.1 Erhebung und Auswertung

Der Fragebogen wurde von der Arbeitsgruppe Wirtschaftsgeographie und Standortforschung unter Leitung von Prof. Dr. Dr. Thomas Brenner und unter Rücksprache mit dem MitteHessen e.V. sowie einigen Unternehmensvertretern der Region Mittelhessen entwickelt. Nach Fertigstellung des Fragebogens wurde er in drei Pre-Tests erprobt und anschließend mittels des Umfrage-Tools "LimeSurvey" digitalisiert. Mit diesem Tool wurde die Befragung für die PUM und die THM online durchgeführt. Aufgrund der unterschiedlichen Studienfächer gab es für beide Hochschulen unterschiedliche Versionen. Der Fragebogen der JLU wurde mit einer weiteren Befragung der JLU (zum Thema Studieren mit Behinderung) zusammengelegt und vom dortigen Hochschulrechenzentrum durchgeführt (ebenfalls mit LimeSurvey). Das Ausfüllen des Fragebogens dauerte ca. 20-30 Minuten. Die Zielgruppe der Studie waren alle Studierenden, die binnen eines Jahres ihr Studium beenden würden. Die Herausforderung bei allen drei Hochschulen war nun, diese Zielgruppe anzusprechen, denn über die Regelstudienzeit war dies nur grob möglich, da viele Studierende länger studieren. Es wurden daher alle Studierende per E-Mail angeschrieben, die im letzten Semester ihrer Regelstudienzeit oder höher eingeschrieben waren. Damit wurden jedoch auch viele Studierende kontaktiert, die noch nicht binnen eines Jahres ihr Studium beenden würden, was eine hohe Anzahl an abgebrochenen Umfrageteilnahmen ergab (s. Tabelle 1). Es konnte dennoch eine ausreichend hohe Fallzahl erreicht werden, um eine Auswertung problemlos durchzuführen. Nach zwei Wochen wurde eine Erinnerungsmail an die Studierenden versandt, was aus technischen Gründen bei der THM jedoch nicht möglich war. Dadurch ist die Rücklaufquote dort geringer als an den beiden Universitäten. Beide E-Mails enthielten einen Erklärungstext zur Umfrage, die notwendigen Instruktionen, den Link zur Online-Umfrage und zwei Anreize. Um die Teilnehmezahlen zu erhöhen, wurden unter den Studierenden, die den Fragebogen beendeten und sich zugleich zur Teilnahme an einer Nachbefragung bereit erklärten (geplant für das Frühjahr 2013), 30 Büchergutscheine zu je 20 Euro verlost. Zusätzlich wurde den Studierenden angeboten, ihnen auf Wunsch Adressen passender Unternehmen aus der Region Mittelhessen zur Bewerbung (zugeordnet auf Basis ihres Studiengangs und ihres Tätigkeitwunsches) zukommen zu lassen, wovon 65 % der Befragten auch Gebrauch machten. Aus dieser Zahl allein lässt sich schon ein großes Interesse an der Region Mittelhessen ablesen.

Tabelle 1 | Übersicht über die Durchführung der Befragung

Hinweis: Auch bei vollständig ausgefüllten Fragebögen können einzelne Fragen unbeantwortet geblieben sein.

Hochschule	Anzahl angeschriebener Studierender	Anzahl der Studierenden, die innerhalb eines Jahres den Abschluss erlangen	Anzahl teilweiser/ vollständig ausgefüllter Fragebögen	Dauer der Befragung	Anzahl Erinnerungen
Justus-Liebig-Universität Gießen (JLU)	6820	ca. 4700	396/894	21.06.-15.07.2012	1
Philipps-Universität Marburg (PUM)	6445	ca. 3500	223/350	24.05.-15.07.2012	2
Technische Hochschule Mittelhessen (THM)	6499	ca. 1500	95/153	06.07.-31.07.2012	0

Aus organisatorischen Gründen waren die Umfragen an den drei Hochschulen unterschiedlich lang online (s. Tabelle 1). Automatisch wurde eine Datenbank erzeugt, in der die gegebenen Antworten systematisch eingepflegt wurden. Diese Datenbank war die Grundlage für die deskriptive Auswertung der Antworten und Erstellung der Graphiken. Beides wurde mittels des Statistikprogramms R erzeugt.

2.2 Der Fragebogen

Der vollständige Fragebogen befindet sich in der Langfassung des Berichtes, an dieser Stelle geben wir nur einen kurzen Überblick über seine sechs Teile. Nach den Angaben zum Studium (Fach, Abschlussart, voraussichtliches Datum des Abschlusses, 1. Teil) wurde nach dem Stand im Bewerbungsprozess gefragt (2. Teil). An dieser Stelle teilte sich der Fragebogen auf je nachdem, ob die Befragten bereits einen Job gefunden haben, aktiv suchen, der Suchprozess noch nicht begonnen wurde oder nicht geplant ist, weil z.B. ein weiteres Studium angestrebt wird. Insbesondere für die letzte Kategorie trafen viele Fragen nicht zu und wurden daher auch nicht gestellt. Für die erste Kategorie wurde rückblickend gefragt, wie die Jobsuche abgelaufen ist. Soweit möglich, wurden in allen Fragebogenvarianten die gleichen Fragen gestellt nur in unterschiedlicher Formulierung bzgl. des Tempus. Der dritte Teil befasste sich mit den Wegen der Jobsuche und ihrer Bewertung (Kosten und Nutzen). Der vierte Teil befragte die räumlichen Präferenzen und die Gründe für diese. Fragen zu Mittelhessen wurden im fünften Teil gestellt, insbesondere ob und warum die Region in die Jobsuche mit einbezogen wird. Damit eine klare Vorstellung über die Region Mittelhessen bei den Absolventen entsteht, wurde eine Karte von Mittelhessen mit den fünf Landkreisen Marburg-Biedenkopf, Vogelsbergkreis, Lahn-Dill-Kreis, Landkreis Gießen und Landkreis Limburg-Weilburg gezeigt. Im abschließenden sechsten Teil wurden persönliche Angaben abgefragt, vor allem räumliche Angaben zu Herkunft, evtl. Ausbildung und Praktika.

Die drei Hochschulen bieten eine sehr große Zahl von verschiedenen Studiengängen an. In der Langversion dieses Berichtes finden sie eine studiengangbezogene Auswertung.

Die Fragen nach Orten oder Regionen, die an einigen Stellen des Fragebogens gestellt wurden, waren so gestaltet, dass die Teilnehmer frei angeben konnten, auf welches Gebiet sie sich beziehen;

also ob sich auf eine Stadt, eine Region, ein Bundesland oder das (Aus-)Land bezogen wird. Diese Angaben wurden per Hand auf der kleinsten angegebenen räumlichen Einheit kodiert (mit Hilfe der Gemeindenummern, Kreisnummern, nach Bundesländern bzw. Deutschland/Ausland). Nur innerhalb Hessens wurde eine weitere Regionsgröße unterschieden, und zwar Nord-, Mittel- und Südhessen, um den Fokus der Studie auf die Region Mittelhessen zu wahren.

Einschätzungen wurden auf einer Skala von 1 ("trifft nicht zu") bis 6 ("trifft stark zu") getroffen. Einige Unterfragen tauchten nur auf, wenn vorher die entsprechende Antwort angekreuzt wurde (z.B. nur wenn der Teilnehmer angegeben hatte, dass er Mittelhessen in die Jobsuche einbezieht, wurde er anschließend nach den Gründen dafür gefragt). Außer dem Studiengang waren keine Fragen zwingend zu beantworten.

2.3 Zeitplan der Befragung

Der zeitliche Ablauf der Studierendenbefragung hat sich folgendermaßen gestaltet:

März-Mai 2012: Recherche über existierende Absolventenbefragungen und Entwicklung des eigenen Fragebogens

April/Mai 2012: Gespräche mit den drei Hochschulen über die Kontaktaufnahme mit den Absolventen

Mai 2012: Pre-Tests und digitale Umsetzung des Fragebogens

Mai-Juli 2012: Durchführung der Umfrage an den drei Hochschulen

August 2012: Versand der Unternehmensadressen an die interessierten Teilnehmer sowie Auslosung und Versand der Büchergutscheine

28. August 2012: Präsentation der ersten Ergebnisse bei MitteHessen e.V.

August-Oktober 2012: Erstellung des Endberichts

Frühjahr 2013: Nachbefragung (geplant)

3. Übersicht über die Daten

Das folgende Kapitel wird die Datengrundlage dieser Studie vorstellen und ein erstes Bild über die Gruppe der hier befragten Absolventen vermitteln.

Die Resonanz war zwischen den Studienfächern sehr unterschiedlich. Da der Kern der Auswertung studienfachbezogen durchgeführt wurde, gibt es nur in den Gesamtauswertungen eventuelle Verzerrungen durch unter- bzw. überrepräsentierte Fächer. Allgemeine Aussagen sind jedoch durch die hohe Anzahl an Gesamtteilnehmern sowie die breite Fächerzahl der Teilnehmer plausibel. Fächer mit geringer Teilnehmerzahl wurden aufgrund inhaltlicher Ähnlichkeiten (z.B. verschiedene Sprach- und Kulturfächer) zu Gruppen mit Teilnehmerzahlen, die eine statistische Aussagekraft besitzen, zusammenfasst. Zudem wurden die beiden Universitäten Marburg und Gießen zusammengefasst, während die TH Mittelhessen stets allein betrachtet wurde. Die Gründe sind vor allem die unterschiedliche Ausrichtung hinsichtlich des Praxisbezugs, die unterschiedlichen Einzugsbereiche sowie die unterschiedlichen Fächerangebote. In Abbildung 2 sind die Teilnehmerzahlen pro Fachgruppe aufgeführt. Die mit Abstand meisten Teilnehmer sind Bachelor-Studenten, gefolgt von den Master-Studenten. Aber auch Diplom- sowie Lehramtsstudiengänge sind in größerer Zahl vertreten (s. Abbildung 1).

Abbildung 1 | Teilnehmer nach Abschlussart

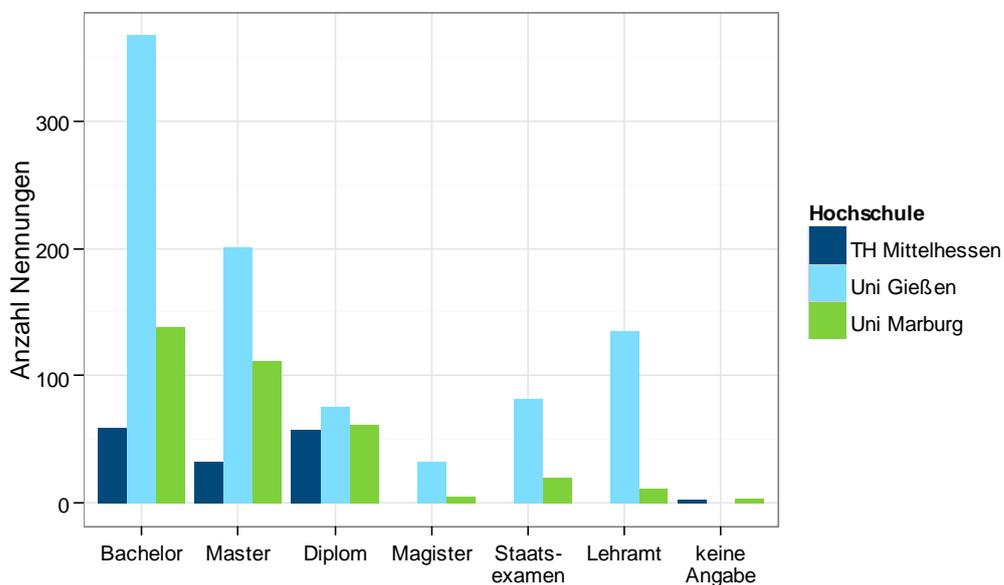
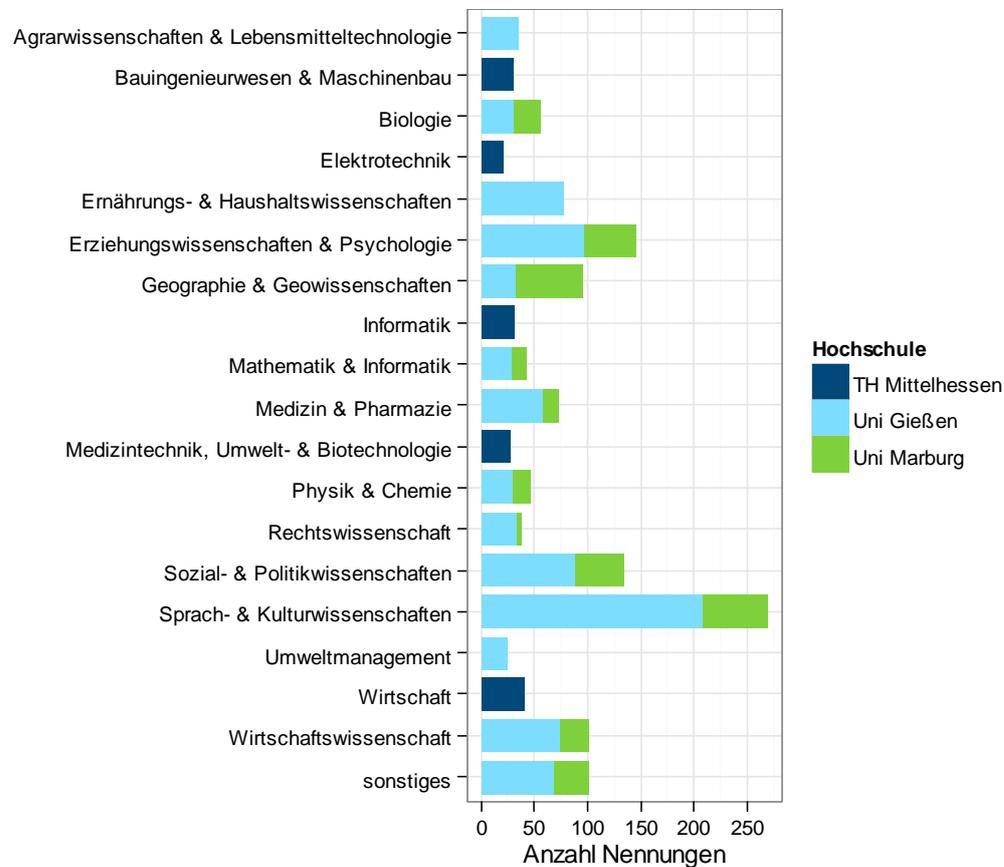


Abbildung 2 | Teilnehmer nach Fachgruppen

Hinweis: Die Studienfächer wurden so zusammengefasst, dass ausreichend große Gruppen für die Auswertung entstanden sind. Die Zusammenfassung erfolgte nach inhaltlicher Nähe. Aufgrund der Verschiedenheit der TH von den Universitäten wurden nur Fächer der beiden Universitäten zusammengefasst.



Die deutliche Mehrheit der Teilnehmer wurde im Sommersemester 2012 fertig, eine ebenfalls große Zahl hat aber noch fast ein Studienjahr vor sich und plant erst im Sommersemester 2013 fertig zu werden (Abbildung 3). Dementsprechend geben viele an, noch nicht mit der Jobsuche begonnen zu haben (Abbildung 4). Ebenfalls hoch ist die Zahl derer, die derzeit keine Jobsuche planen: Dies sind all jene Studenten, die nach ihrem Abschluss ein weiteres Studium (Master), ein Referendariat, eine Promotion o.ä. anstreben. Diese Zahl ist an der THM als praxisorientierter Hochschule geringer als an den beiden Universitäten.

Abbildung 3 | Teilnehmer nach (geplantem) Studienende

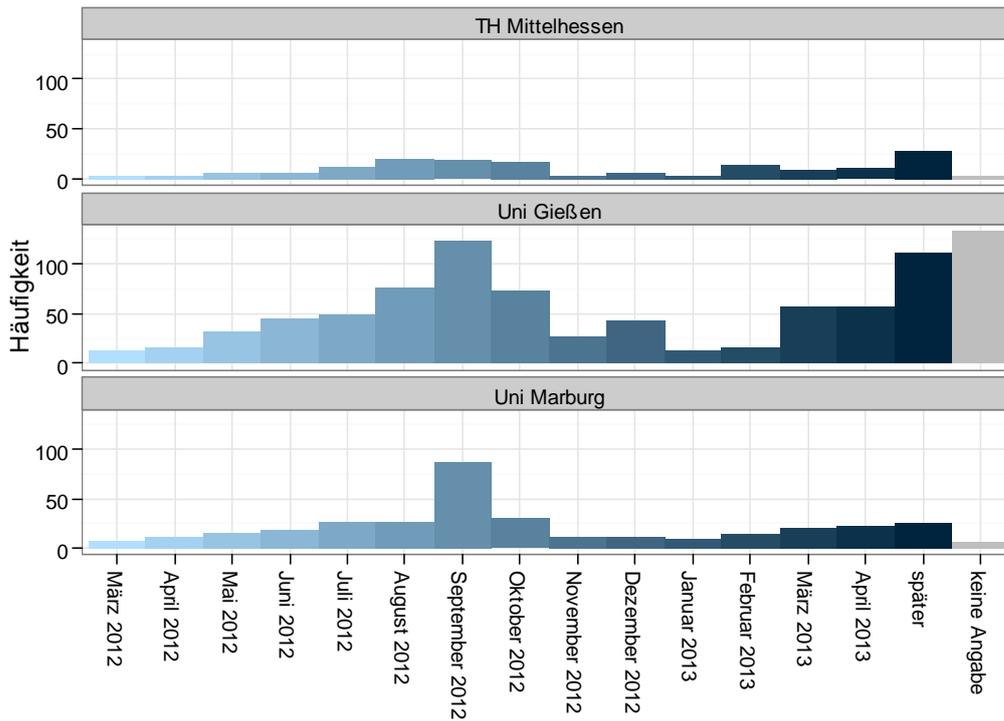
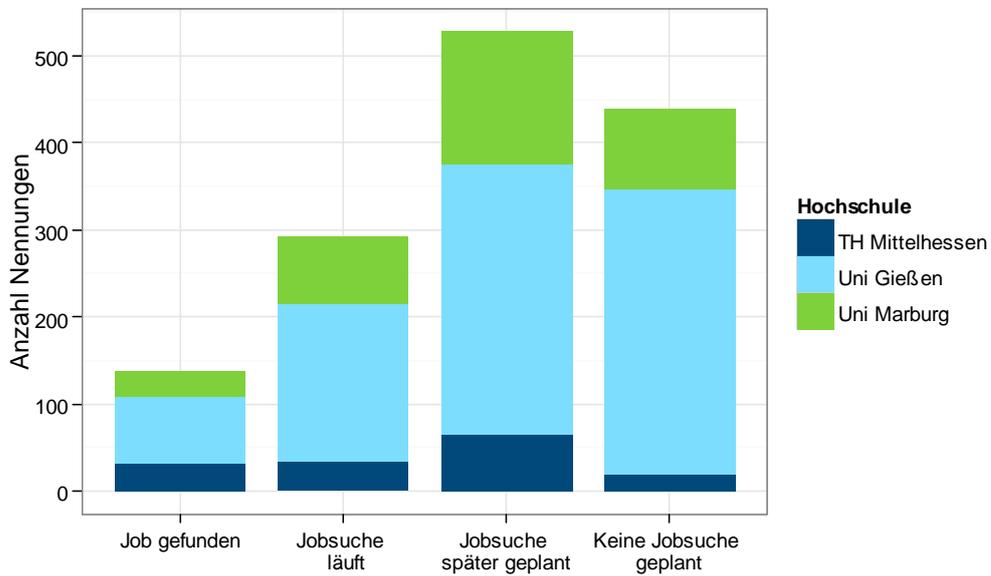


Abbildung 4 | Teilnehmer nach Stand im Bewerbungsprozess

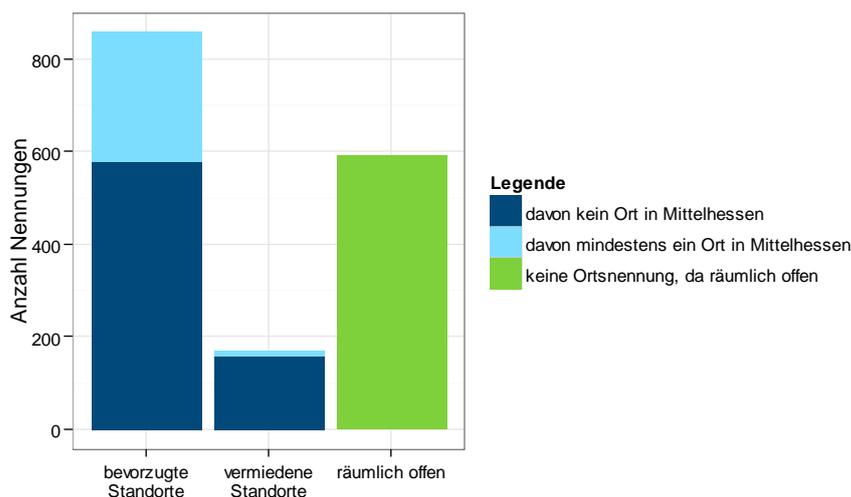


4. Allgemeine Ergebnisse – Auswertung aller Teilnehmer

Nach diesem Überblick über die Daten beginnen erfolgen die Auswertungen aller Teilnehmer. Zunächst einmal fällt auf, dass viele Absolventen bestimmte Orte bevorzugt (Abbildung 5), etwa ein Drittel von diesen favorisiert explizit Mittelhessen. Umgekehrt gibt es nur sehr wenige, die Mittelhessen explizit vermeiden. Während 66% der Teilnehmer angaben, dass sie bestimmte Orte bevorzugten oder vermeiden, gaben 42% an, dass sie räumlich offen sind. Das heißt, dass manche über die bevorzugten/vermiedenen Orte hinaus offen sind, also beides angekreuzt haben. Die Mehrheit der Absolventen ist demnach mobil (i.S. eines Wegzugs vom jetzigen Wohnort) in Bezug auf den Berufseinstieg.

Abbildung 5 | Häufigkeiten der Bevorzugung / Vermeidung von bestimmten Orten sowie der räumlichen Offenheit

Hinweis: Die Teilnehmer konnten angeben, ob sie bestimmte Orte bevorzugen oder vermeiden oder angeben, dass sie bei der Jobsuche räumlich offen sind. N=1617 (Mehrfachantworten möglich)



Die Gründe für die bevorzugten Orte sind vielfältig, jedoch spielen die Familie, das soziale Umfeld und die Nähe zum jetzigen oder früheren Wohnort die größte Rolle bei der Bevorzugung oder Vermeidung von Orten (Abbildung 6). Auch die anderen Gründe überraschen nicht. Die beruflichen Möglichkeiten in einer Region sind oft ein Grund für die geäußerte Präferenz für diese Region. Die Infrastruktur (z.B. Kindergärten) sowie das Freizeit- und Kulturangebot spielen eine Rolle für den Wohlfühlwert jenseits des Berufs. Weniger wichtig, aber auch nicht zu vernachlässigen, sind das Kennenlernen einer neuen Region sowie die Lebenshaltungskosten. Der Grund "sonstiges" wird bei den vermiedenen Orten häufig genannt; eine Kategorie, zu der leider keine genaueren Informationen vorliegen.

Abbildung 6 | Gründe, warum bestimmte Orte bevorzugt oder vermieden werden

Hinweis: Die Teilnehmer konnten angeben, ob sie einen Ort "etwas" oder "stark" vermeiden/bevorzugen. 919 Teilnehmer gaben an, dass sie Orte vermeiden und/oder bevorzugen. Für jeden der vermiedenen oder bevorzugten Orte konnten mehrere Gründe angegeben werden.

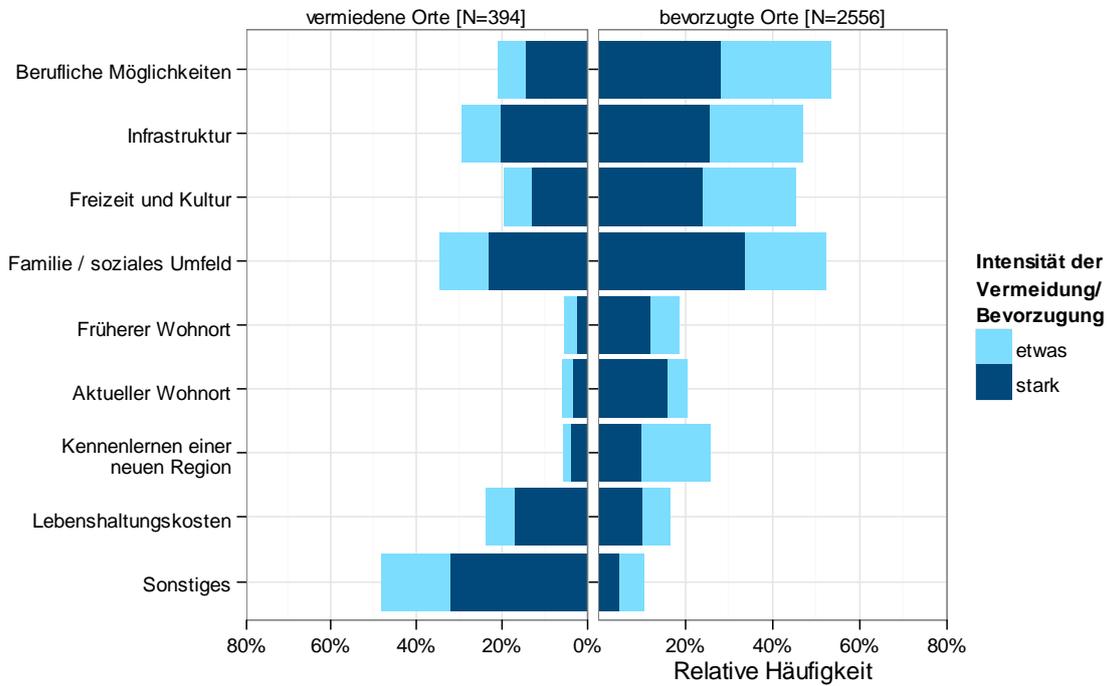


Abbildung 7 | Attraktivität verschiedener Ortstypen

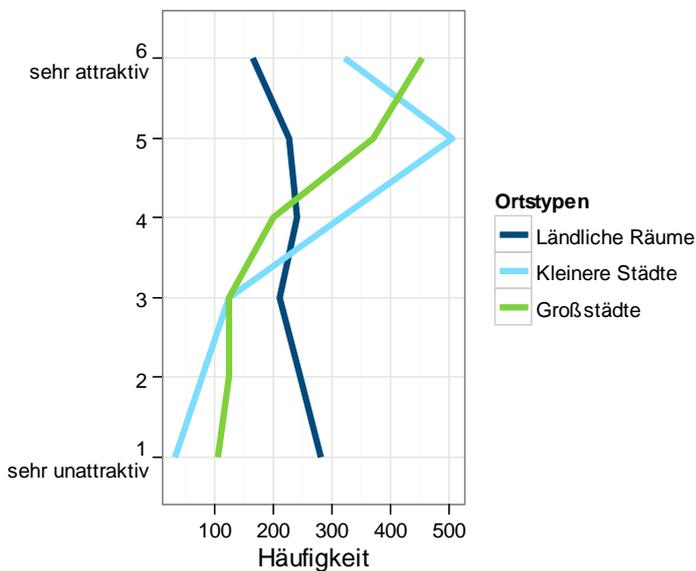
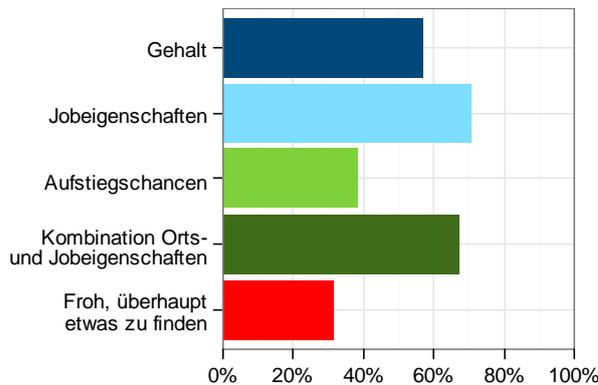


Abbildung 7 zeigt, dass mittlere und große Städte deutlich bevorzugt werden. Jedoch ist auch die Anzahl derer, die ländliche Räume attraktiv oder sehr attraktiv finden, mit zusammen fast 400 Nennungen nicht zu vernachlässigen.

Die räumlich offenen Absolventen bewerten die Jobeigenschaften als wichtiger im Vergleich zum Gehalt. Ähnlich wichtig ist die Kombination aus Job- und Ortseigenschaften (Abbildung 8). Mittelhessische Arbeitgeber können also mit attraktiven Jobs auch solche Absolventen anziehen, die nicht explizit vor Ort suchen, sondern in erster Linie nach einer guten Stelle.

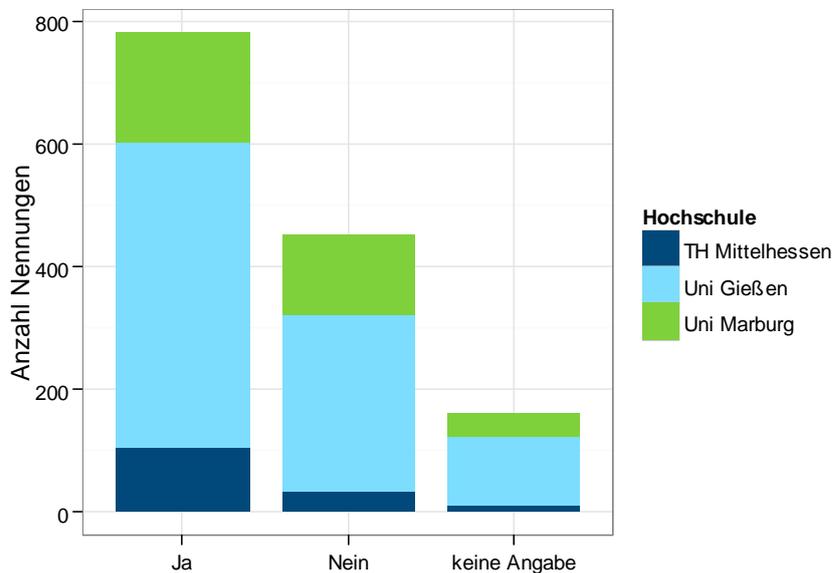
Abbildung 8 | Einflussfaktoren für die Wahl einer Stelle bei räumlicher Offenheit

Hinweis: Mehrfachnennungen möglich. N=1566 Antworten von 592 räumlich offenen Teilnehmern.



Bei der Frage nach der Berücksichtigung Mittelhessens bei der Jobsuche zeigt sich, dass die Mehrzahl der Umfrageteilnehmer Mittelhessen in die Jobsuche einbezieht (Abbildung 9). Dennoch gibt es auch einen nicht zu vernachlässigenden Anteil an Personen, die nicht in der Region suchen, auch wenn sie vielleicht Mittelhessen nicht explizit vermeiden (s.o.). Es ist also noch Potenzial für die Bindung von Absolventen an die Region vorhanden.

Abbildung 9 | Einbezug von Mittelhessen in die Jobsuche nach Hochschule



Die verschiedenen Gründe, die für oder gegen eine Jobsuche in Mittelhessen sprechen, sind in Abbildung 10 dargestellt. Für den Verbleib in der Region sprechen vor allem private Gründe und die Nähe zum jetzigen Wohnort. Beides ist vor allem für jene wichtig, die auch schon vor dem Studium vor Ort gelebt haben. Private Gründe und Wohnortnähe sind auch Gründe, die Region zu verlassen - jedoch mit deutlich weniger Nennungen. Wichtig aus Arbeitgebersicht ist, dass mehr als 10% der Teilnehmer nicht in der Region nach einem Job suchen, weil sie der Meinung sind, dass es dort keine passenden Arbeitgeber gibt. Etwa 5-10% kennen die Region nicht ausreichend gut für eine Jobsuche.

Die Rahmenbedingungen, dazu zählt z.B. die Infrastruktur, sind eher ein Argument für die Region ebenso wie die Lebenshaltungskosten. Abbildung 11 stellt die gleiche Graphik wie Abbildung 10 dar mit der Differenzierung nach Hochschulen statt des Bezugs zur Region. Hier fällt auf, dass Absolventen aus Marburg am häufigsten einen Ortswechsel wünschen und solche von der TH Mittelhessen am häufigsten vor Ort bleiben wollen. Letztere sind auch am stärksten der Meinung, dass es passende Arbeitgeber in der Region gibt. Eine Aufschlüsselung der Gründe je nach Herkunft der Studierenden (in Mittelhessen bzw. anderswo aufgewachsen) befindet sich in Kapitel 5.1 auf Seite 23.

Abbildung 10 | Gründe für oder gegen den Einbezug von Mittelhessen in die Jobsuche

Hinweis: Bezug zu Mittelhessen vor dem Studium bedeutet entweder dort aufgewachsen zu sein, vor dem Studium dort gelebt zu haben, eine Ausbildung gemacht zu haben oder ein Praktikum vor dem Studium dort gemacht zu haben. Aktivitäten während des Studiums bedeuten, dass man dort ein außeruniversitäres Praktikum während des Studiums gemacht oder seine Abschlussarbeit extern geschrieben hat. In die Kategorie "kein weiterer Bezug" fallen auch all die Teilnehmer, die keine Ortsangaben zu ihren Praktika oder ihrer Heimat gemacht haben. Anzahl genannter Gründe für/gegen Mittelhessen: 915/2083.

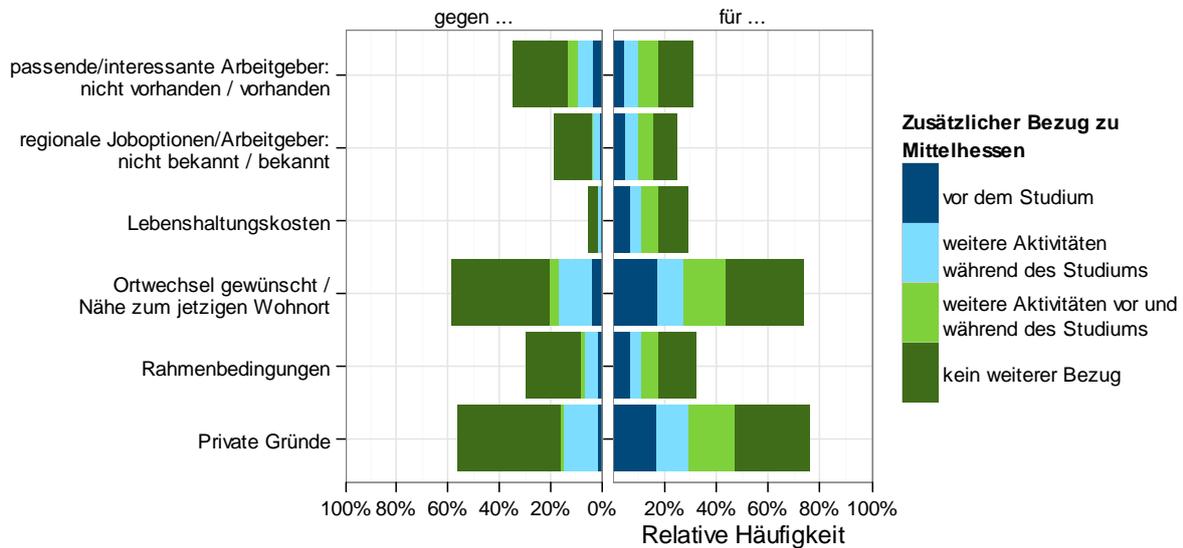


Abbildung 11 | Gründe für oder gegen den Einbezug von Mittelhessen in die Jobsuche nach Hochschule

Hinweis: Anzahl genannter Gründe für/gegen Mittelhessen: 915/2083.

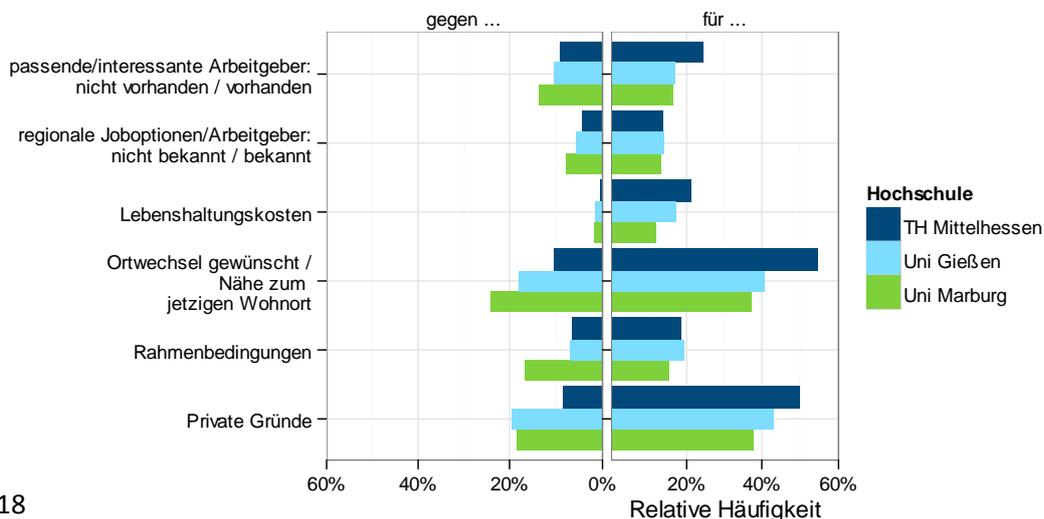
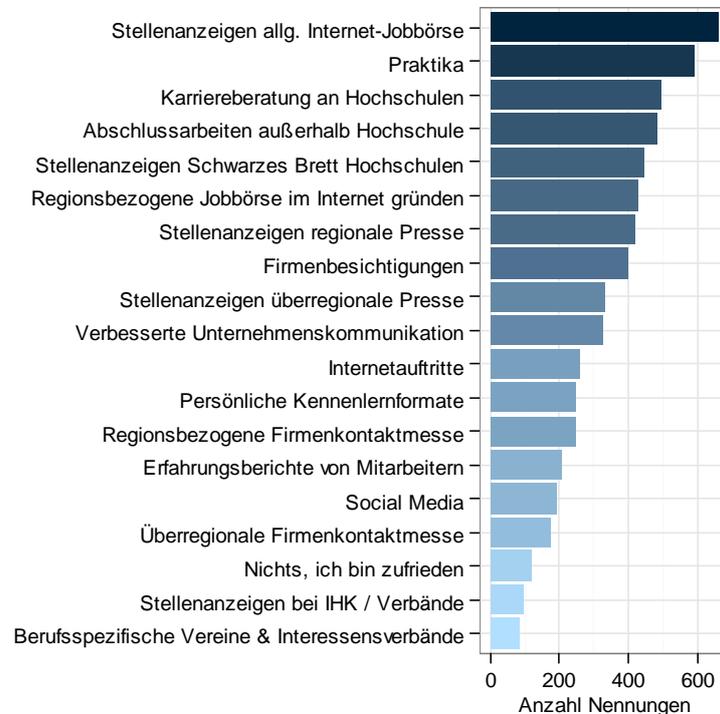


Abbildung 12 | Vorschläge an mittelhessische Arbeitgeber zur Erhöhung der Wahrscheinlichkeit, Mittelhessen bei der Jobsuche mit einzubeziehen

Hinweis: Mehrfachnennungen möglich. N=6216.



Abgerundet wurden die Fragen zu Mittelhessen durch die folgende Frage: *"Was müssten mittelhessische Arbeitgeber tun, damit die Wahrscheinlichkeit steigt, dass Sie einen Job in der Region Mittelhessen suchen/wählen?"* (Abbildung 12). Naheliegend ist der häufigste Vorschlag, Stellenanzeigen in Internet-Jobbörsen zu veröffentlichen. Dies ist der bevorzugte Such-Weg nach Stellen. Praktika und Abschlussarbeiten in Unternehmen halten die Absolventen ebenso für vielversprechend - und sollten auch für Arbeitgeber attraktiv sein, weil man auf diese Weise potentielle zukünftige Mitarbeiter relativ unverbindlich kennenlernen kann. Die Fülle an weiteren Vorschlägen zeigt, dass es noch Verbesserungspotenzial für die Kommunikation zwischen Arbeitgebern und Hochschulabsolventen gibt: Nur wenige Teilnehmer sagten, dass es kein Verbesserungspotenzial gäbe. Aber auch bei den Hochschulen wird Verbesserungspotenzial in Form von Karriereberatung gesehen.

5. Aufgeschlüsselte Auswertung – Ergebnisse verschiedener Gruppen

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse nach verschiedenen Gruppen aufgeschlüsselt dargestellt. Das erste Unterkapitel differenziert zwischen der Herkunft der Absolventen nach ‚Mittelhessen‘ und ‚außerhalb von Mittelhessen‘; das zweite Unterkapitel vergleicht die Art der Abschlüsse (Bachelor, Master, Diplom, sonstige); das dritte Unterkapitel vergleicht die drei Hochschulen miteinander und das vierte Kapitel schlüsselt die Ergebnisse nach Fachgruppen auf, wobei je nach Teilnehmerzahlen mehrere Studiengänge zusammengefasst wurden (vgl. **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** und **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**).

Jede Auswertung besteht aus einer Doppelseite mit verschiedenen Graphiken, die in den Unterkapiteln immer wieder verwendet werden. Aus diesem Grund werden sie im Folgenden einmal anhand des Beispiels der Geographen und Geowissenschaftler allgemein erläutert.

Abbildung 13 | Wege der Jobsuche und ihre Bewertung

In dieser Graphik werden für die möglichen Wege der Jobsuche drei Informationen präsentiert: (1) wie häufig bestimmte Wege genutzt werden, (2) wie gut sie bewertet werden (unterteilt in Gesamteindruck und Erfolgsaussicht), und (3) der mit ihnen verbundene Aufwand (unterteilt in Kosten- und Zeitaufwand). Kontakte über Hochschulmitarbeiter ist im Beispiel ein bisher wenig genutzter Weg, der gut bewertet wird und einen geringen Aufwand darstellt. Das bedeutet, es ist ein aussichtsreicher Ansatzpunkt für Unternehmen an Absolventen heranzutreten. Umgekehrt ist es wenig ratsam, sich um einen Weg zu bemühen, den die Teilnehmer als aufwändig empfinden (z.B. Web 2.0.).

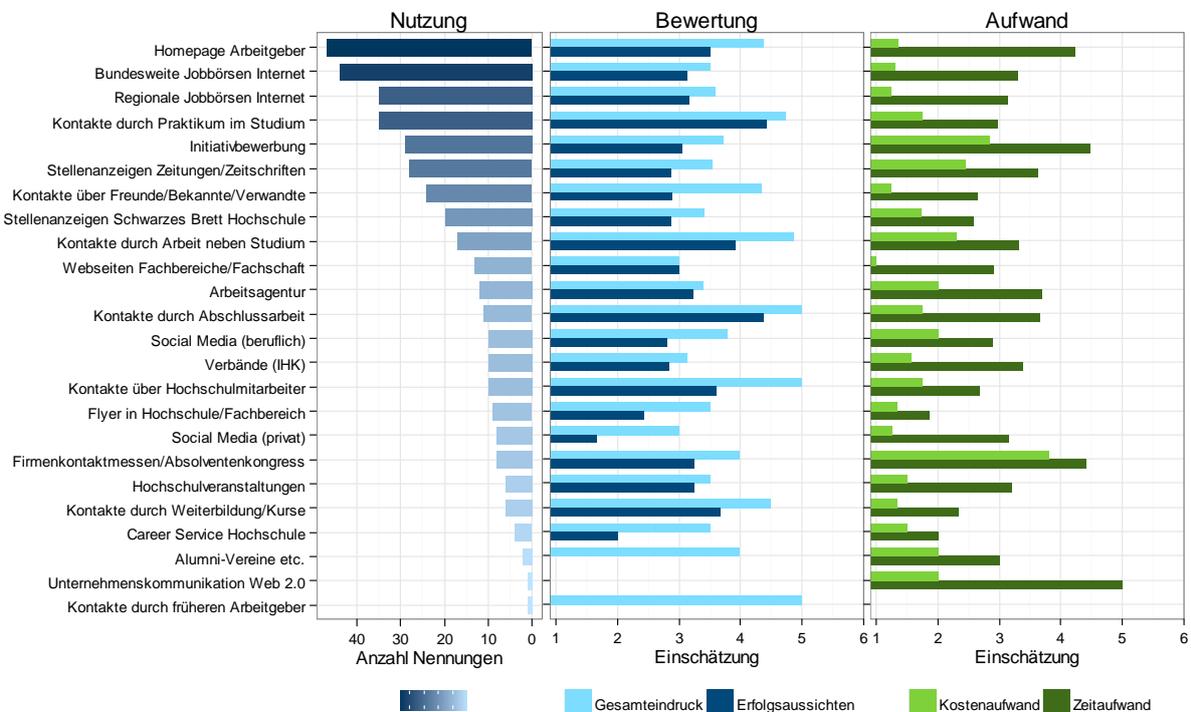


Abbildung 14 | Vorschläge der Teilnehmer für eine stärkere Einbeziehung der Region Mittelhessen in die Jobsuche

Hier sind die verschiedenen Ansatzpunkte für Arbeitgeber und Verbände dargestellt (Häufigkeiten der Nennungen, Mehrfachantworten möglich), die die Absolventen vorschlagen, um in Zukunft Mittelhessen häufiger in ihre Jobsuche einzubeziehen.

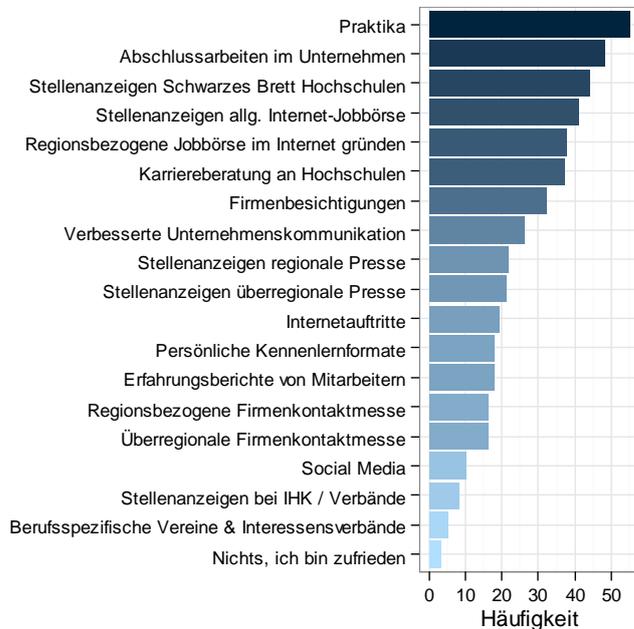


Abbildung 15 | Gründe für den Einbezug Mittelhessens in die Jobsuche und Bezug zu Mittelhessen

Die Teilnehmer wurden gefragt, warum nicht („gegen...“) bzw. warum („für...“) sie in Mittelhessen nach Jobs suchen. In einer anderen Frage wurden sie zu Orten befragt, an denen sie schon gelebt oder ein Praktikum absolviert haben. Die Frage nach den Gründen für die Jobsuche in Mittelhessen konnte dadurch nach unterschiedlichen Gruppen bezüglich ihrer Beziehung zu Mittelhessen ausgewertet werden. Ein Bezug vor dem Studium bedeutet entweder dort aufgewachsen zu sein, vor dem Studium dort gelebt zu haben, eine Ausbildung oder ein Praktikum vor dem Studium dort gemacht zu haben. Aktivitäten während des Studiums in Mittelhessen bedeuten, dass dort ein außeruniversitäres Praktikum während des Studiums gemacht oder eine Abschlussarbeit geschrieben wurde. Ist nichts davon der Fall oder hat der Teilnehmer keine Ortsangaben gemacht, besteht kein weiterer Bezug zur Region. Im Beispiel haben Geographen, die nicht in Mittelhessen auf Jobsuche gehen, weil ihnen die Arbeitgeber der Region kaum/nicht bekannt sind, auch kein Praktikum o.ä. in der Region gemacht.

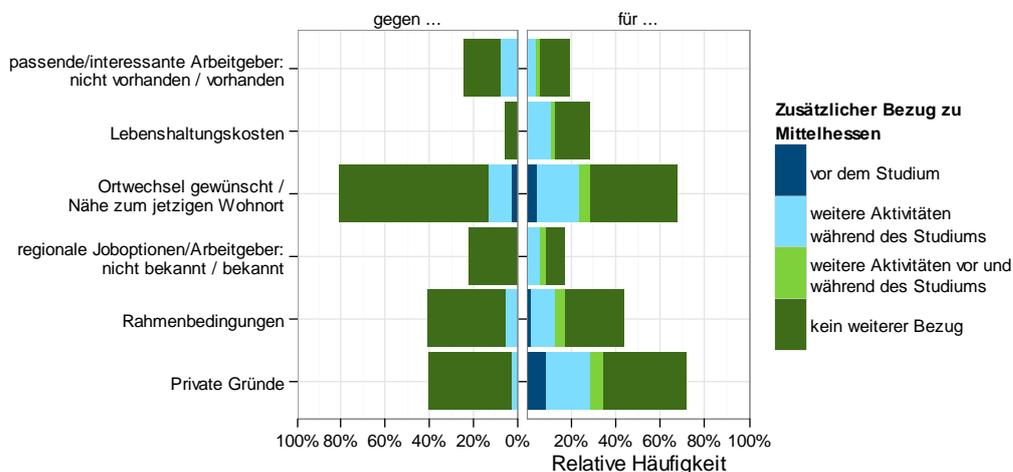


Abbildung 16 | Gründe für die Ortswahl

Die Teilnehmer wurden nicht nur nach bevorzugten und vermiedenen Orten befragt, sondern auch, ob sie die Orte "etwas" oder "stark" bevorzugen/vermeiden und aus welchen Gründen dies geschieht (Mehrfachantworten möglich). Wenn ein Ort aus familiären Gründen abgelehnt wird, muss das nicht heißen, dass jemand seiner dort lebenden Familie entfliehen will, sondern es kann auch heißen, dass er bei seiner Familie leben will und diese an einem anderen Ort ist. Interessant ist, ob Gründe sowohl bei den vermiedenen als auch bei den bevorzugten Orten ähnlich stark sind. Im Beispiel wird die Familie sowohl bei den vermiedenen als auch bei den bevorzugten Orten oft genannt. Freizeit und Kultur dagegen werden bei den bevorzugten Orten, weniger aber bei den vermiedenen genannt: Es sind offensichtlich Faktoren, die für einen Ort sprechen, einen Bewerber aber letztlich nicht daran hindern, an einen Ort zu gehen, wo das Freizeit- und Kulturangebot nicht so groß ist. Hinter der "Infrastruktur" verbergen sich regionale Charakteristika wie der ÖPNV, das Bildungsangebot oder Kinderbetreuungsmöglichkeiten.

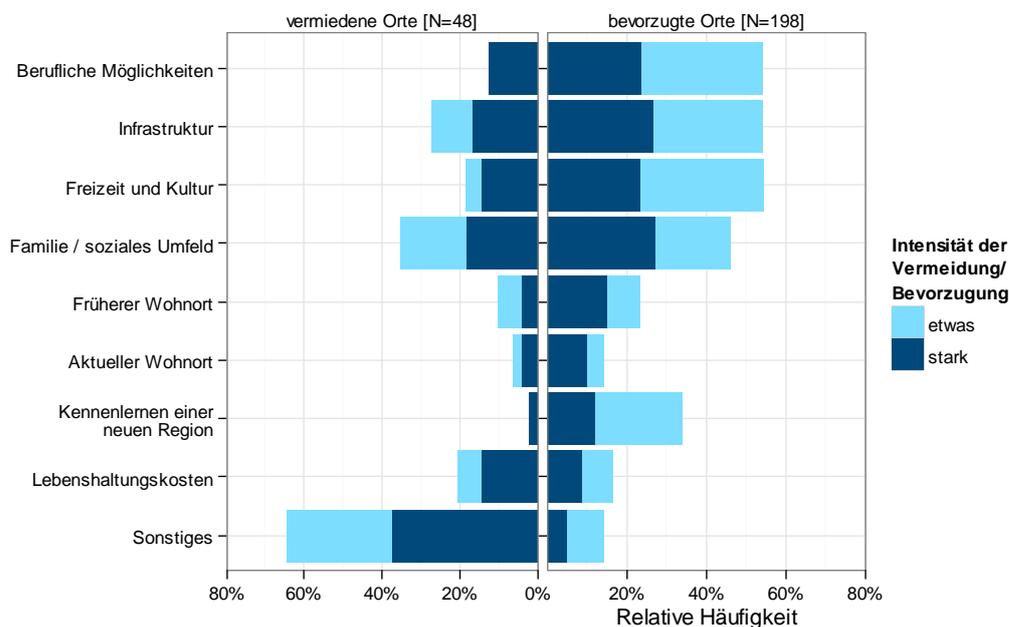
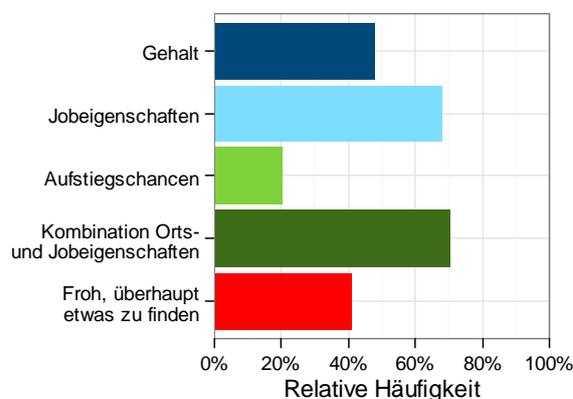


Abbildung 17 | Motive der Jobwahl bei Teilnehmern ohne räumliche Präferenz

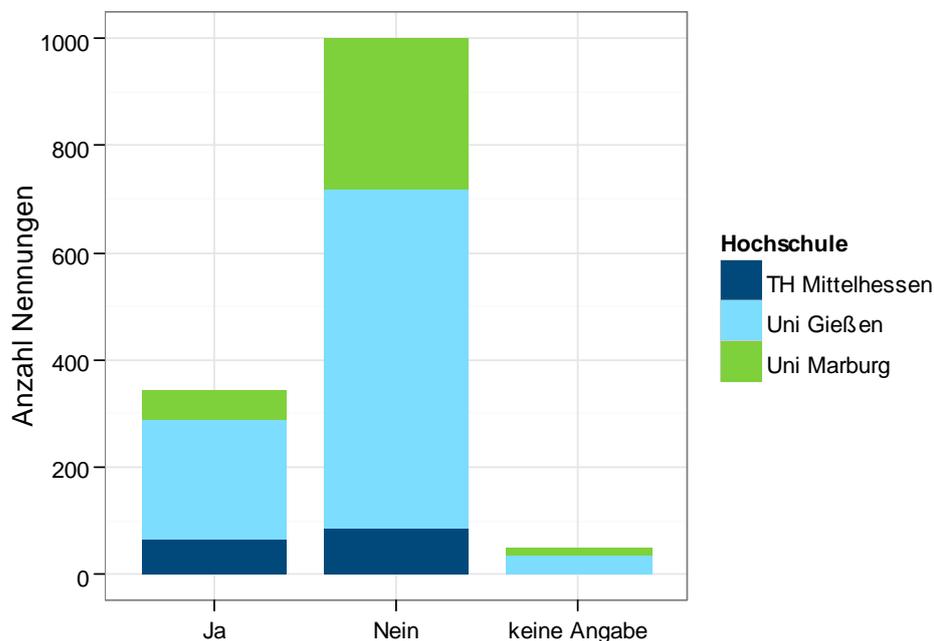
Diejenigen Teilnehmer, die keine räumlichen Präferenzen angaben, wurden befragt, aus welchen Gründen sie sich für einen Job (und damit einen Ort) entscheiden. Es sind relative Häufigkeiten dargestellt. Mehrfachantworten waren möglich.



5.1 Auswertung nach Herkunft der Studenten

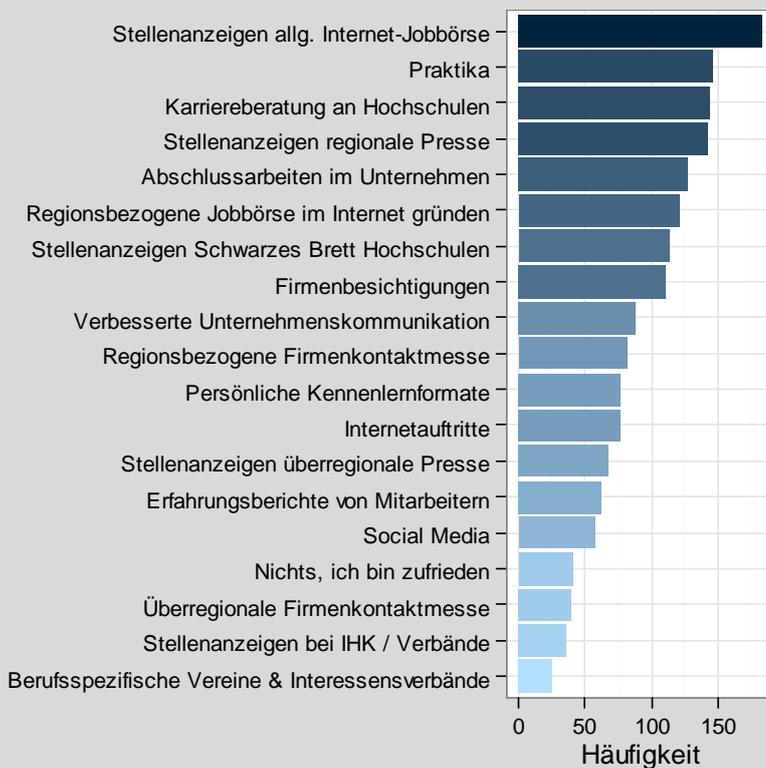
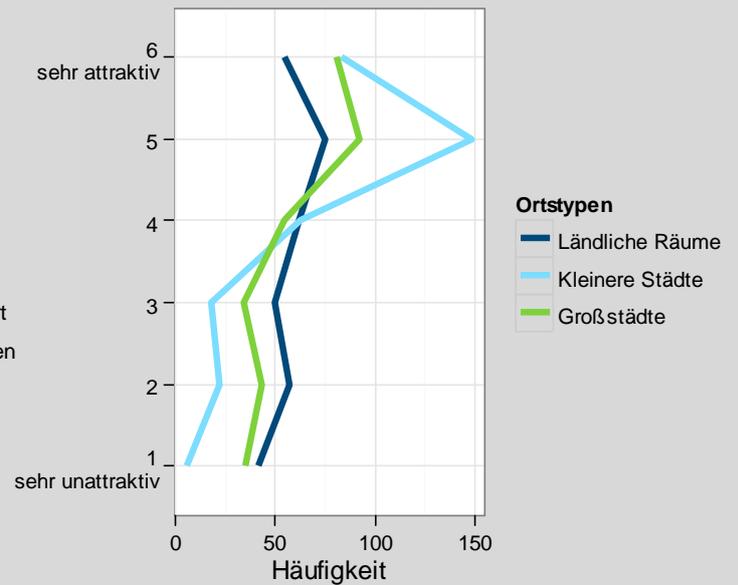
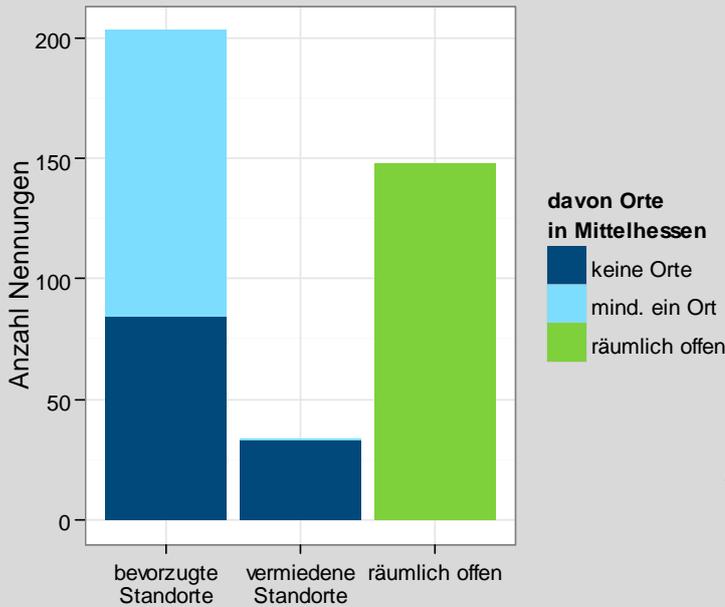
Im Folgenden wird zwischen Absolventen, die aus Mittelhessen stammen (hier aufgewachsen bzw. vor dem Studium hier gelebt) und allen anderen unterschieden. Es sind 344 Teilnehmer, die in Mittelhessen aufgewachsen sind und 1001 Teilnehmer, die von anderen Orten zum Studium zugezogen sind (keine Angabe: 51). Der größte Unterschied zwischen diesen beiden Gruppen ist die Präferenz für ländliche Räume, die sehr viel stärker ausgeprägt ist bei denen, die in Mittelhessen aufgewachsen sind. Die räumliche Offenheit sowie die Gründe dafür sind in beiden Gruppen ähnlich und auch die Vorschläge an die Arbeitgeber, wie Absolventen an die Region gebunden werden könnten, zeigen ein vergleichbares Bild.

Abbildung 18 | Anteil der in Mittelhessen aufgewachsenen Befragten



:: Herkunft: Mittelhessen

Anteil an den Teilnehmern:
344 von 1396 (24,6%)



Räumliche Offenheit (oben links), Attraktivität der Ortstypen (oben rechts) und Vorschläge für eine erhöhte Berücksichtigung MH bei der Jobsuche (links)

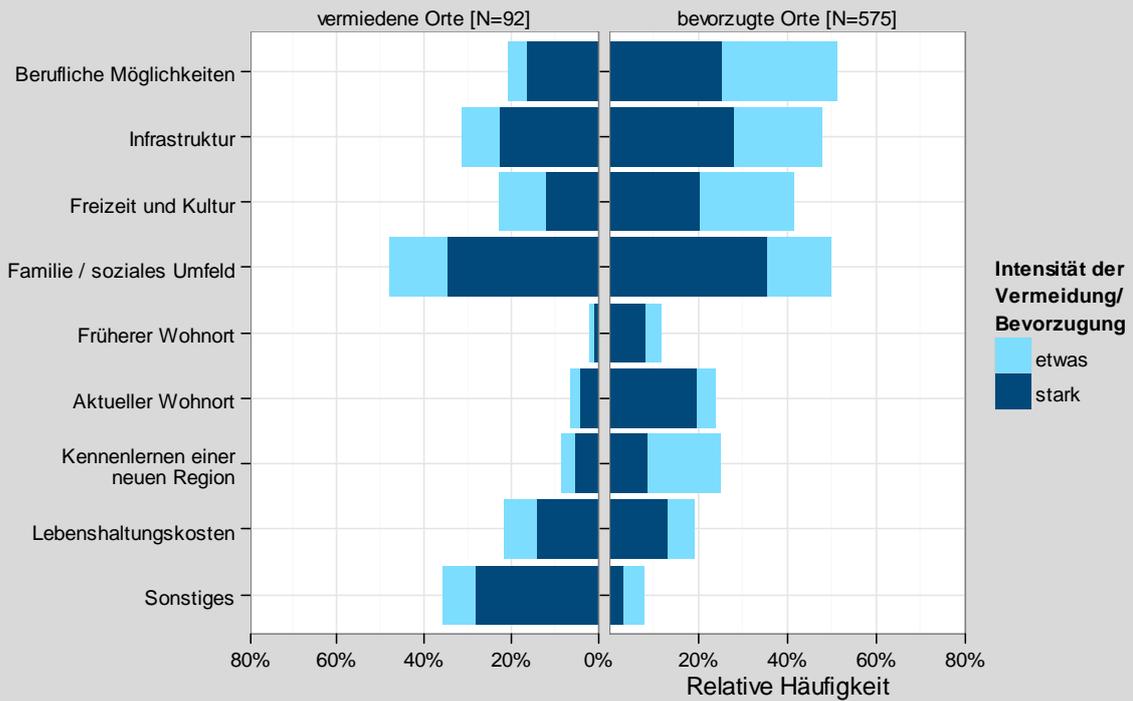
Etwa ein Viertel der Umfrageteilnehmer kommt aus Mittelhessen. Die meisten haben bevorzugte Orte und diese sind zu mehr als der Hälfte in Mittelhessen. Es gibt jedoch auch viele, die bevorzugte Orte außerhalb Mittelhessens nennen. Die Einheimischen haben eine größere Präferenz für den ländlichen Raum als die Zugezogenen und eine schwächere Präferenz für Großstädte. Bei den Vorschlägen, wie Arbeitgeber die Absolventen an die Region binden könnten, sind keine großen Unterschiede abhängig von der Herkunft festzustellen. Stellenanzeigen im Internet, in der regionalen Presse und an Schwarzen Brettern sind sehr beliebt, aber auch Praktika, Abschlussarbeiten und Karriereberatung sind wichtig.

Zur Erläuterung der Graphiken siehe Kapitel 5.

Gründe für die Ortswahl

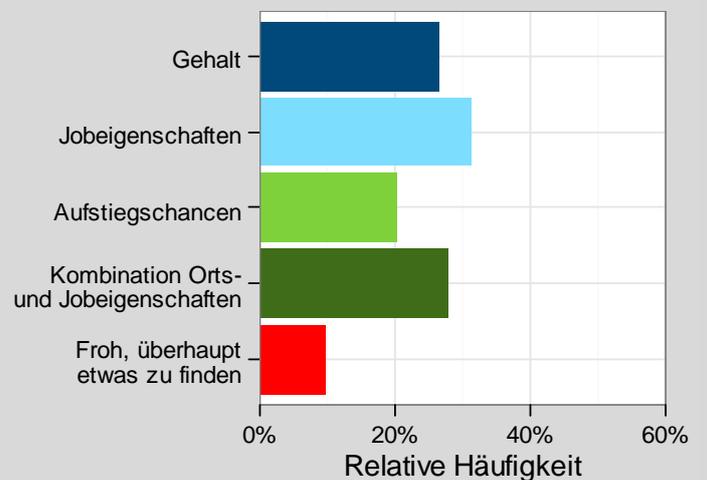
Es wurden etwa sechsmal so viele bevorzugte wie vermiedene Orte angegeben. Vier Hauptargumente werden von mehr als 40% der Teilnehmer genannt: die beruflichen Möglichkeiten, das soziale Umfeld/Familie, die Infrastruktur sowie das Freizeit- und Kulturangebot. Ein Viertel bevorzugt Mittelhessen, weil es der aktuelle Wohnort ist.

Die Familie ist auch der häufigste Grund, warum Orte vermieden werden (in den meisten Fällen sicher in dem Sinne, dass dort die Familie *nicht* lebt), gefolgt von nicht näher spezifizierten "sonstigen Gründen" und einer schlechten Infrastruktur.



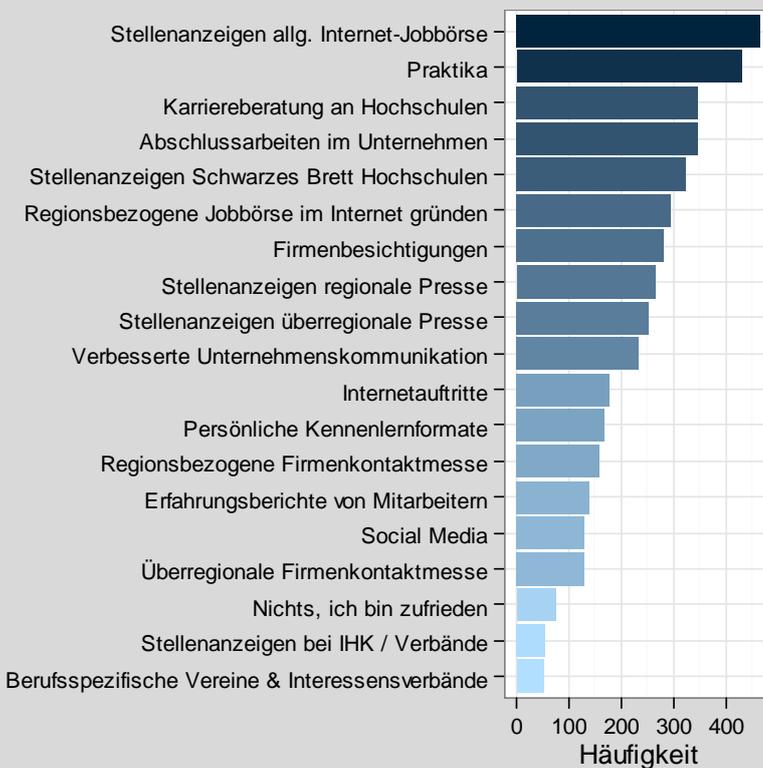
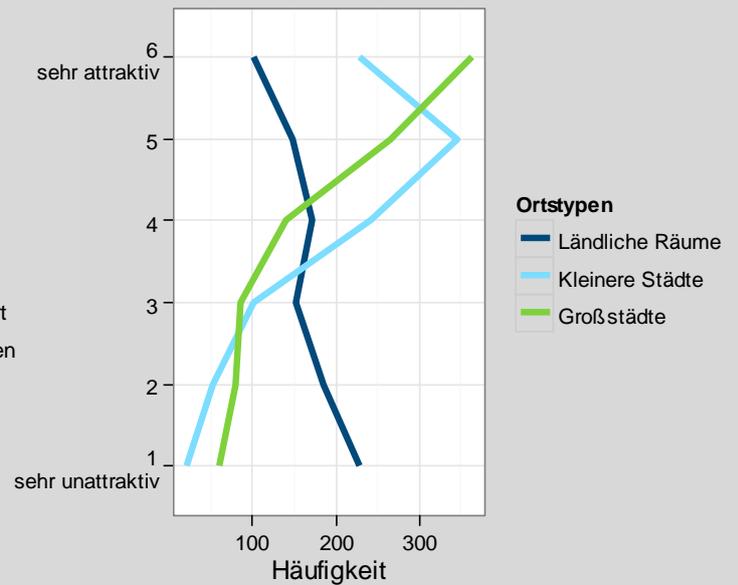
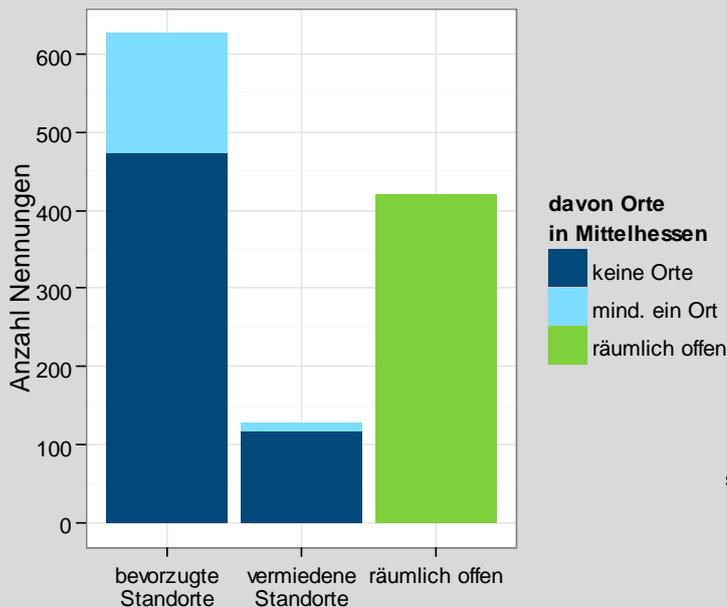
Motive der Jobwahl bei räumlicher Offenheit (N = 399)

Im Vergleich zu den Teilnehmern, die nicht ursprünglich aus Mittelhessen stammen, sind die hier Aufgewachsenen weniger oft räumlich offen aus der Sorge heraus, sonst keinen Job zu finden (ca. 10%). Das Gehalt spielt dafür eine etwas größere Rolle (ca. 25%).



:: Herkunft: Nicht aus Mittelhessen

Anteil an den Teilnehmern:
1001 von 1396 (71,7%)



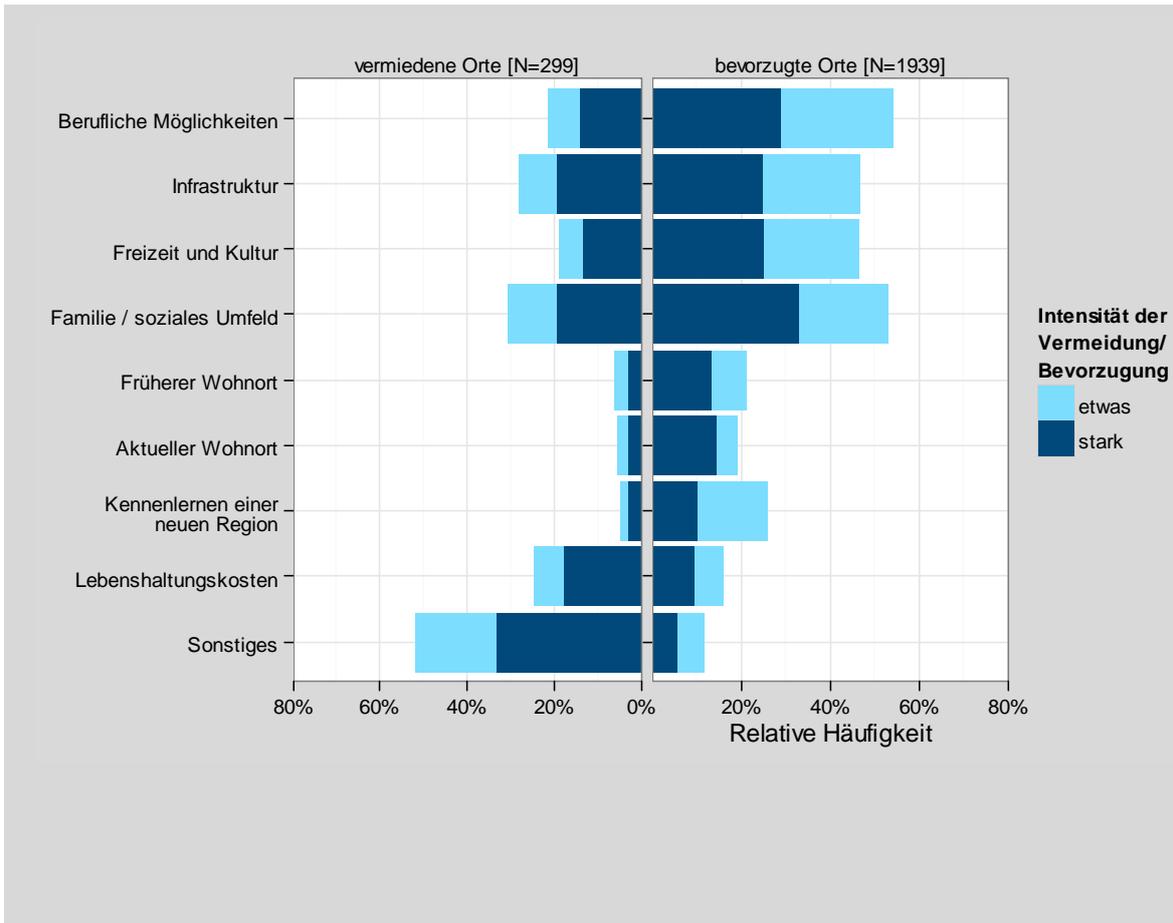
**Räumliche Offenheit (oben links),
Attraktivität der Ortstypen (oben rechts)
und Vorschläge für eine erhöhte
Berücksichtigung MH bei der Jobsuche
(links)**

Die Mehrheit der Absolventen, die nicht ursprünglich aus Mittelhessen kommen, haben bevorzugte Orte, an denen sie nach einer Stelle suchen. Jedoch sind auch über 40% räumlich offen. Etwas mehr als 10% vermeiden bestimmte Orte. Dies gilt vor allem für ländliche Räume, die von ca. 40% als unattraktiv oder sehr unattraktiv bezeichnet werden, während kleinere Städte und Großstädte mehrheitlich als (sehr) attraktiv angesehen werden. Bei den Verbesserungsmöglichkeiten, um Absolventen in Mittelhessen zu halten, werden von diesen Studierenden häufiger als von Studierenden aus Mittelhessen Praktika und Abschlussarbeiten in Unternehmen genannt.

Zur Erläuterung der Graphiken siehe Kapitel 5.

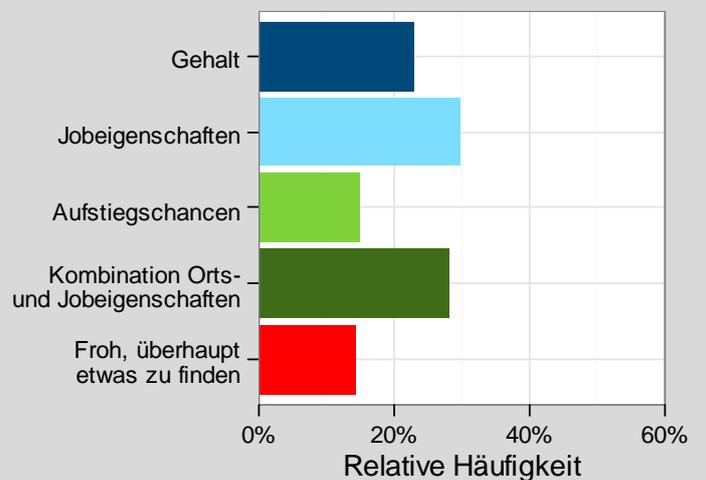
Gründe für die Ortswahl

Es wurden mehr als sechsmal so viele bevorzugte wie vermiedene Orte genannt. Vier Hauptargumente spielen eine große Rolle: die beruflichen Möglichkeiten, das soziale Umfeld/Familie, die Infrastruktur sowie das Freizeit- und Kulturangebot. Dies deckt sich ungefähr mit den Antworten der Studierenden, die vor dem Studium bereits in Mittelhessen waren. Die Unterschiede sind vor allem bei den Gründen für die Vermeidung von Orten zu finden. Hier spielen familiäre Gründe eine viel geringere Rolle. Zugezogene Studierende sind also familiär weniger gebunden. Dafür wird oft "Sonstiges" angekreuzt, wodurch wir keine detaillierteren Informationen besitzen. Interessant ist, dass mehr als ein Fünftel dieser Gruppe an seinen früheren Wohnort zurück möchte. Mittelhessen ist für diese Studierenden eine Zwischenstation.



Motive der Jobwahl bei räumlicher Offenheit (N = 1174)

Wenn Absolventen räumlich offen sind, dann sind sie dies, weil sie ihren Traumjob suchen: Die Jobeigenschaften sind für 30% der Teilnehmer der wichtigste Entscheidungsgrund für eine Stelle, dicht gefolgt von der Kombination von Orts- und Jobeigenschaften. Der Ort, an dem eine Stelle ist, ist also auch bei räumlich offenen Absolventen nicht unerheblich. Im Vergleich zu den Studierenden, die zuvor in Mittelhessen lebten, spielen Aufstiegschancen und Gehalt eine geringere Rolle. Rund 15% sind räumlich offen aus Sorge, sonst keine Stelle zu finden.



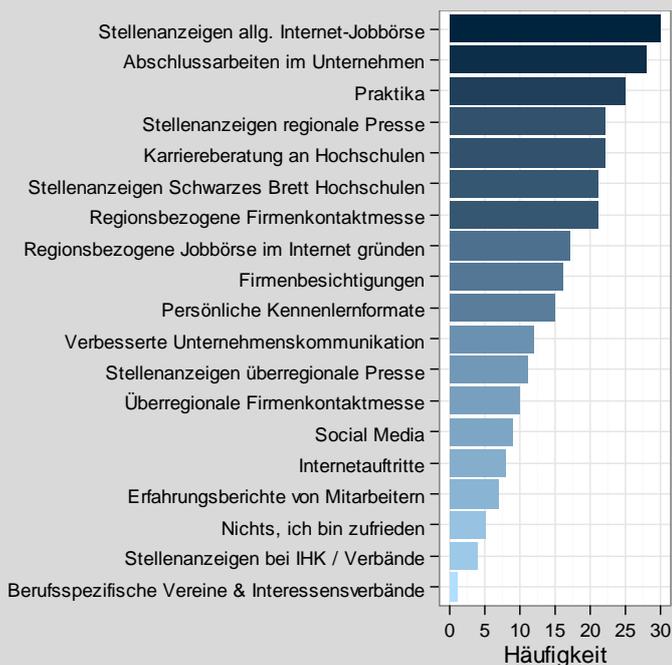
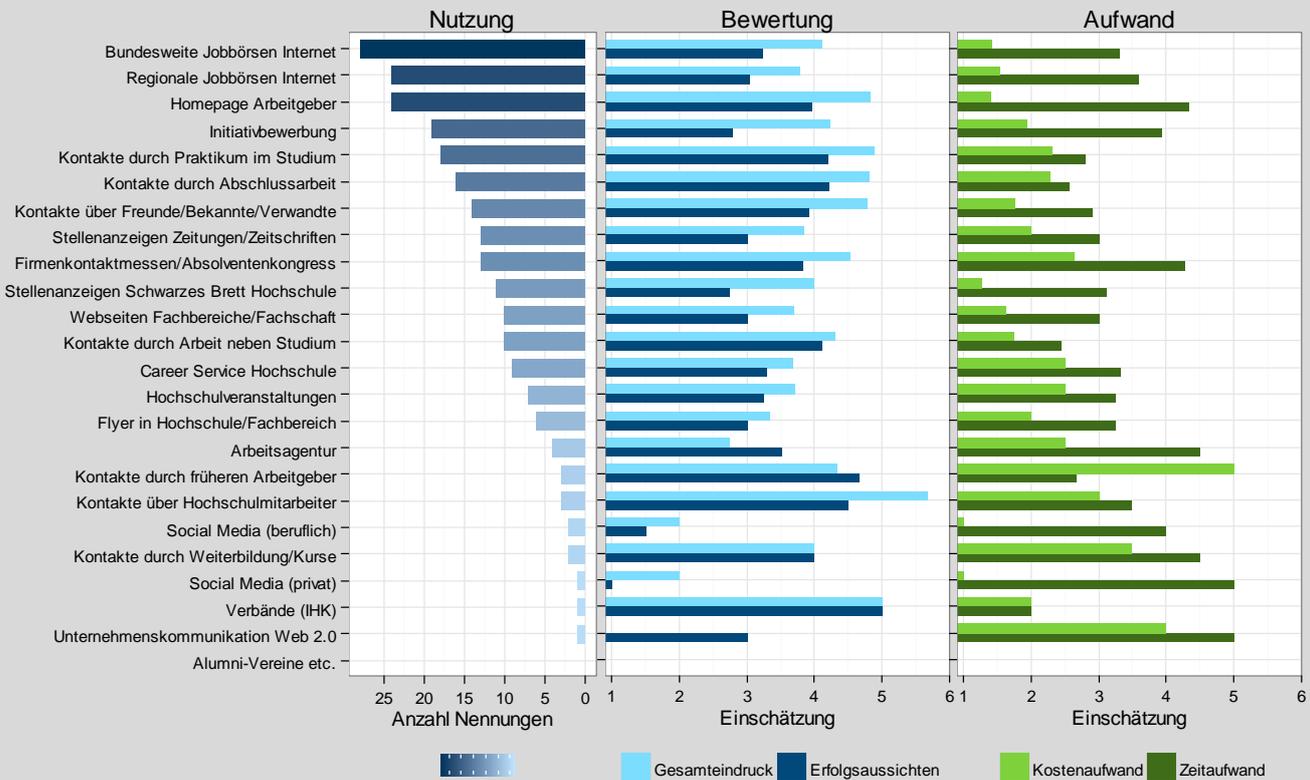
5.2 Auswertung nach Art des Abschlusses

In diesem Kapitel werden die Teilnehmer danach aufgeschlüsselt, ob sie sich kurz vor einem Bachelor- oder Master-Abschluss befinden. Während die beiden Universitäten zusammengefasst werden, wird die THM einzeln dargestellt. Dabei handelt es sich um 59/505 (THM/Unis) Bachelor-Absolventen und 33/312 (THM/Unis) Master-Absolventen. Auswertungen zu weiteren Abschlüssen wie Lehramt und Diplom finden sich in der Langversion dieses Berichtes.

Es existieren durchaus Unterschiede zwischen den Abschlussarten: Für die Masterstudenten spielen private Gründe eine größere Rolle als für die Bachelorstudenten. Das mag am höheren Alter liegen, durch das eine größere Anzahl Personen bereits familiär gebunden ist. Dennoch ergibt sich bei den Auswertungen auf den folgenden Seiten nicht immer ein klares Bild, weil die Unterschiede zwischen den Studienfächern größer sind als zwischen den Abschlussarten.

:: Bachelor (THM)

Anteil des Abschlusses unter den Teilnehmern:
59 von 1396 (4,2%)



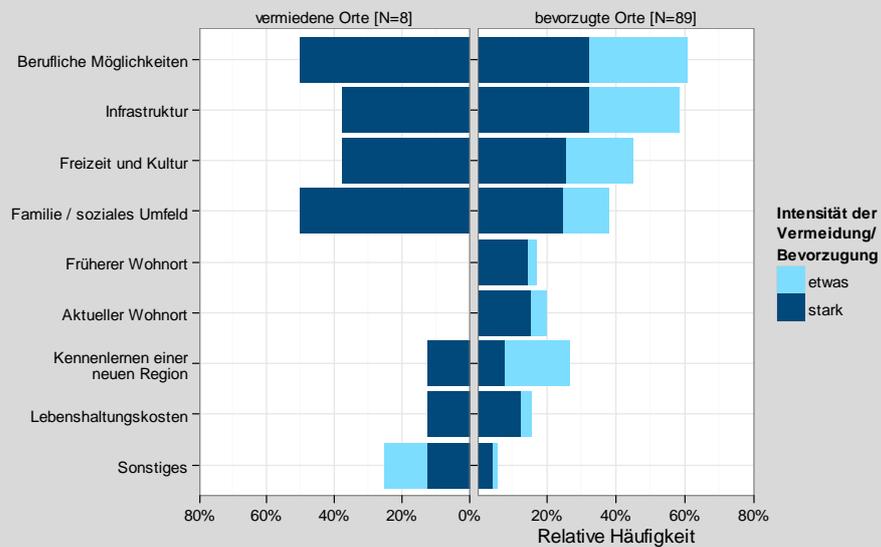
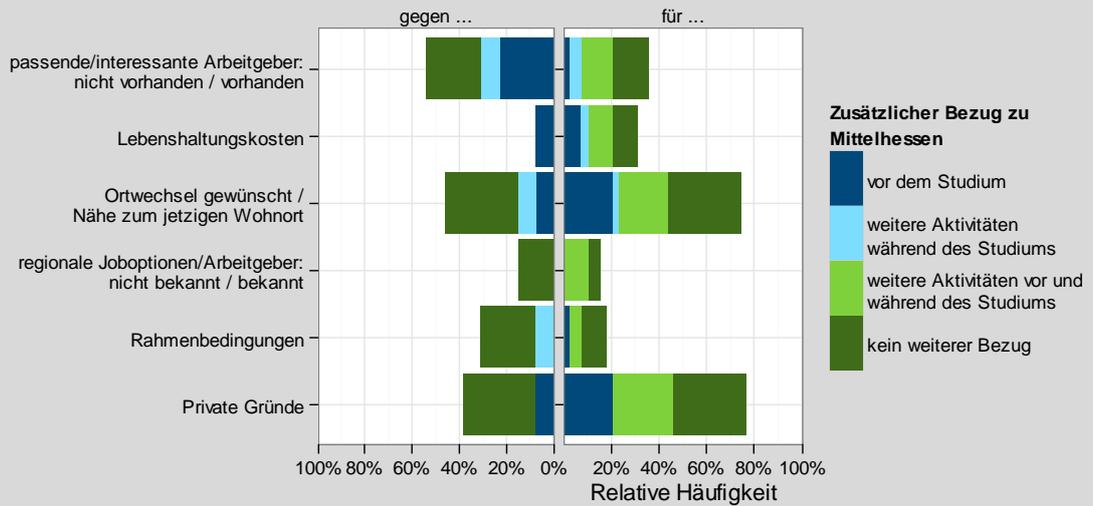
Wege der Jobsuche (o.) und Vorschläge für eine erhöhte Berücksichtigung MH bei der Jobsuche (I.)

Am häufigsten werden von den Bachelor-Absolventen der THM Internet-Jobbörsen genutzt und dort Stellenanzeigen zu schalten, wird auch am häufigsten als Vorschlag für die mittelhessischen Arbeitgeber genannt. Etwas weniger, aber immer noch sehr häufig, werden Praktika und Abschlussarbeiten gewünscht und genutzt. Diese gelten als etwas aufwändiger, aber auch erfolgversprechender. Hier liegen Kontaktierungspotenziale, da diese Punkte auch bei den Vorschlägen prominent auftauchen. Kontaktmessen werden als (zeitlich) aufwändiger beurteilt, aber auch hier scheint es noch ungenutzte Potenziale zu geben. Auch eine Karriereberatung durch die Hochschule wird oft als Verbesserungsvorschlag genannt, da es bisher wenig effizient und genutzt erscheint.

Zur Erläuterung der Graphiken siehe Kapitel 5.

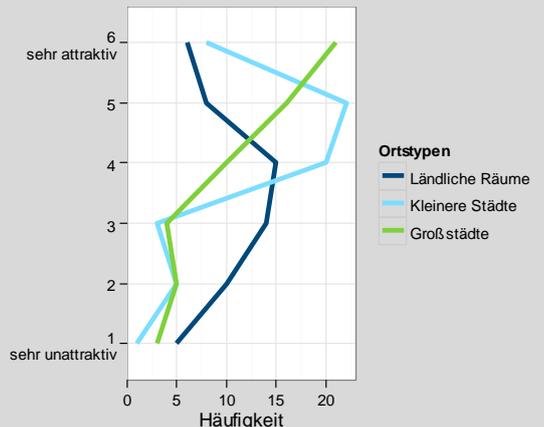
Gründe für den Einbezug Mittelhessens in die Jobsuche (o., N = 25/98) und Gründe für die Ortswahl (m.)

Die Bachelor-Absolventen der THM, die in Mittelhessen nach einem Job suchen, tun dies aus privaten Gründen und/oder weil es nah zum jetzigen Wohnort ist (70-80%). Weitere Gründe werden deutlich seltener genannt. Suchen Sie nicht hier, was nur ein Viertel so oft der Fall ist, tun sie das überwiegend mangels passender Arbeitgeber. Bei den bevorzugten Orten wird die Familie jedoch seltener genannt (40%) als die beruflichen Möglichkeiten und die Infrastruktur (beides über 50%). Nur 8 vermiedene Orte wurden von den Teilnehmern angegeben, wodurch Bachelor-Absolventen eine hohe Bereitschaft zeigen, ihren nächsten Lebensabschnitt auch in von ihnen nicht favorisierten Regionen zu verbringen.



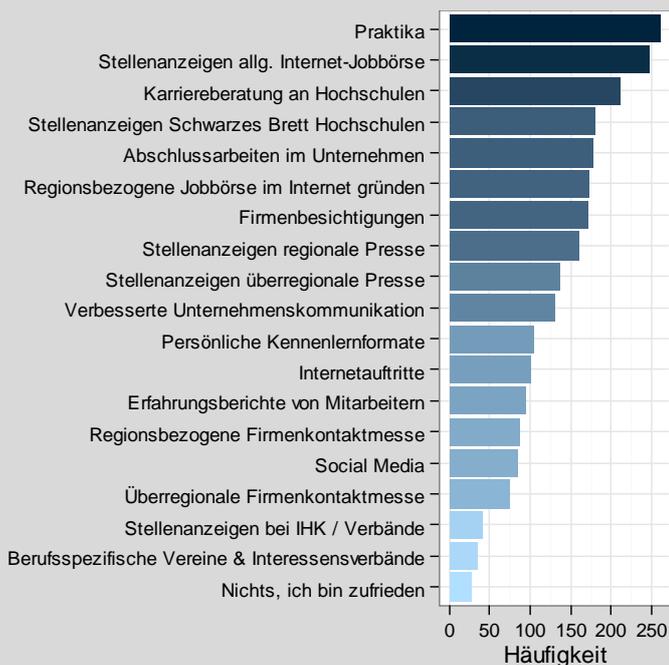
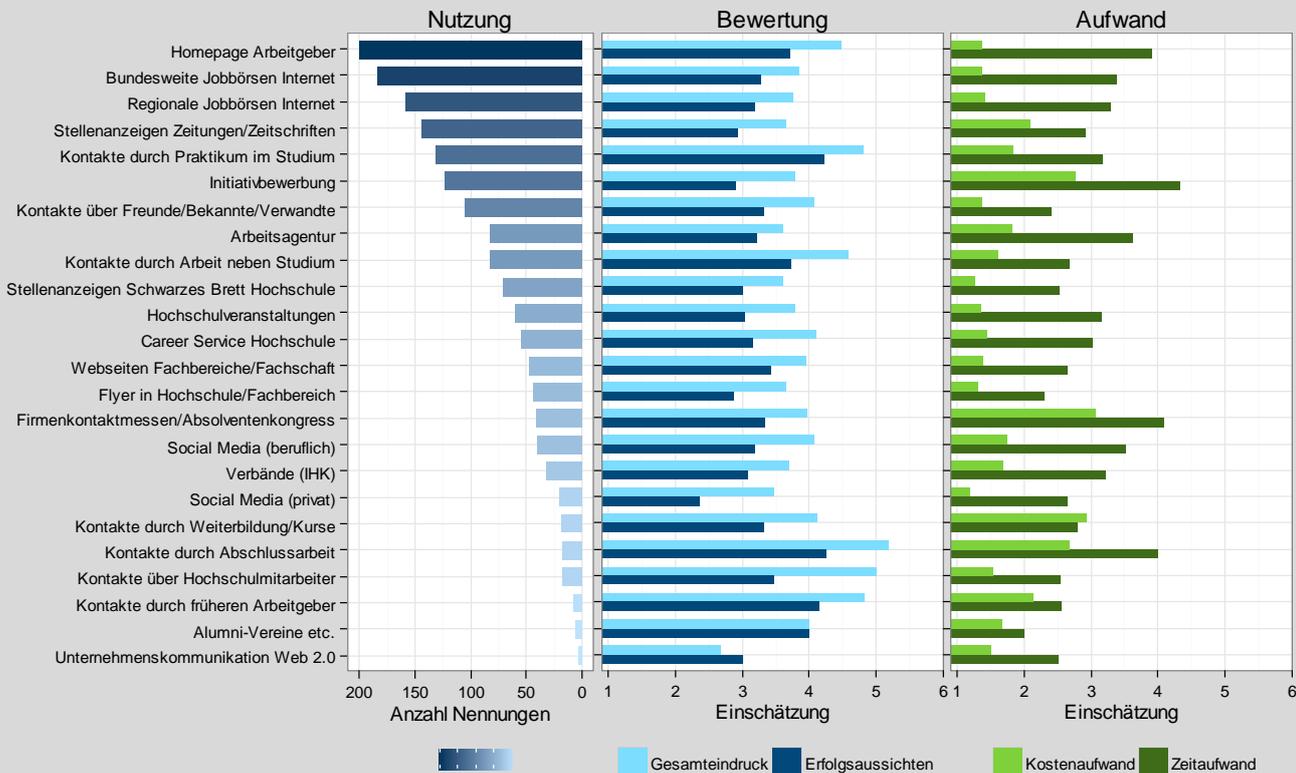
Attraktivität von Ortstypen (N = 59)

Ländliche Räume werden als mittelmäßig attraktiv angesehen, von sechs Teilnehmern immerhin auch als sehr attraktiv. Großstädte sind am häufigsten attraktiv, aber die Bachelor-Absolventen der THM finden kleinere Städte am häufigsten positiv (Bewertung 4-6 zusammengefasst).



:: Bachelor (Universität)

Anteil des Abschlusses unter den Teilnehmern:
505 von 1396 (36,2%)



Wege der Jobsuche (o.) und Vorschläge für eine erhöhte Berücksichtigung MH bei der Jobsuche (l.)

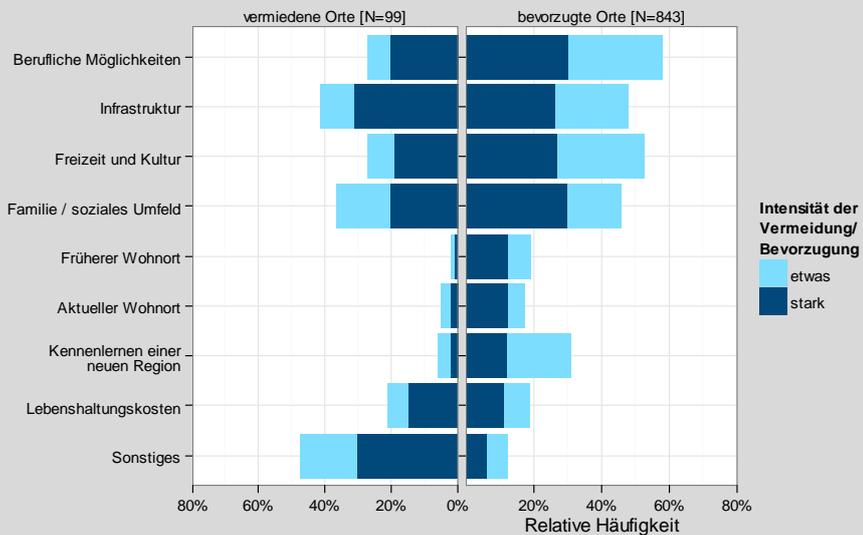
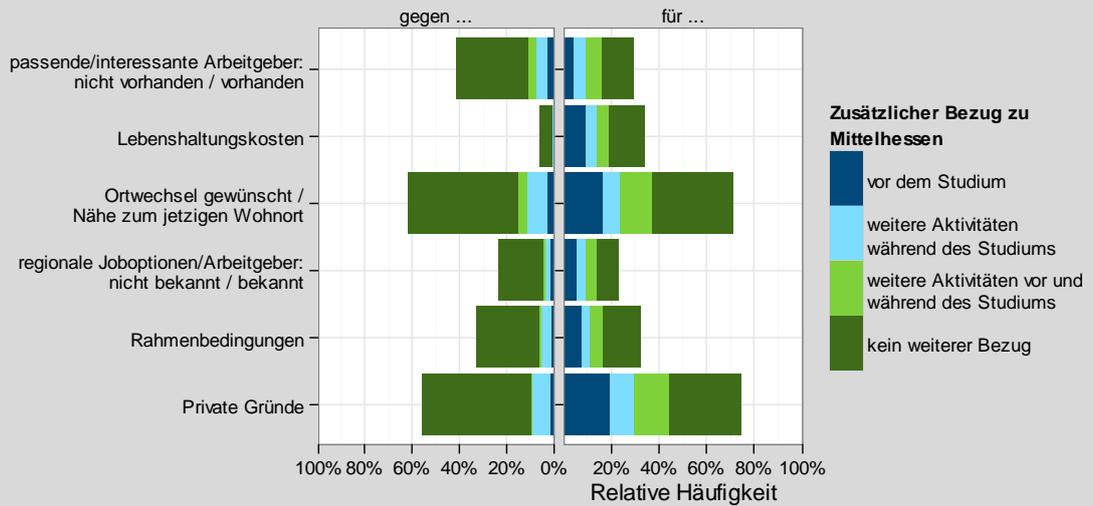
Bachelor-Studenten von den Universitäten nutzen Praktika bisher weniger als jene von der THM, jedoch stehen Praktika an erster Stelle auf der Liste der Vorschläge an die Arbeitgeber. Neben Stellenanzeigen in Internet-Jobbörsen werden Karriereberatung an der Hochschule sowie Stellenanzeigen an den Schwarzen Brettern häufig genannt. Letzteres ist eine Form der Kontaktierung mit wenig Aufwand für die Unternehmen, aber auch die Absolventen empfinden dies als keine zeitaufwendige Suche. Interessant ist hier die große Differenz zwischen der häufigen Nennung der Abschlussarbeiten als Verbesserungsmöglichkeiten und der geringen Nutzung dieses Weges. Ein Grund scheint der zeitliche Aufwand zu sein. Hier scheint es Verbesserungspotenzial zu geben.

Zur Erläuterung der Graphiken siehe Kapitel 5.

Gründe für den Einbezug Mittelhessens in die Jobsuche (o., N = 387/659) und Gründe für die Ortswahl (m.)

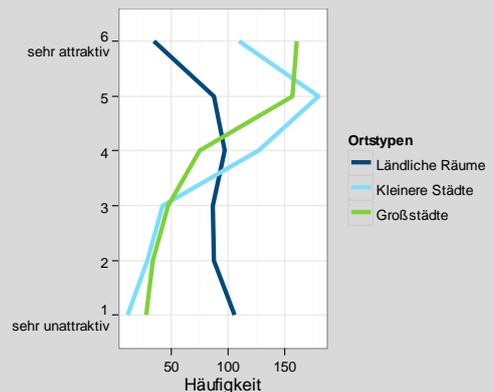
Rund 70% der Bachelor-Absolventen an den Universitäten, die in Mittelhessen nach einem Job suchen, tun dies aus privaten Gründen und/oder weil es nah zum jetzigen Wohnort ist. Suchen sie nicht hier, was nur etwas mehr als halb so oft der Fall ist, tun sie das jedoch aus den gleichen Gründen (d.h. erwünschter Ortswechsel bzw. private Gründe) und aufgrund nicht passender Arbeitgeber.

Bei den Gründen für bevorzugte und vermiedene Orte ergibt sich kein klares Bild, dafür ist die Gruppe der Bachelor-Absolventen an den Universitäten zu heterogen. Allerdings führt eine schlechte Infrastruktur bei 40% der Teilnehmer zur Vermeidung bestimmter Orte.



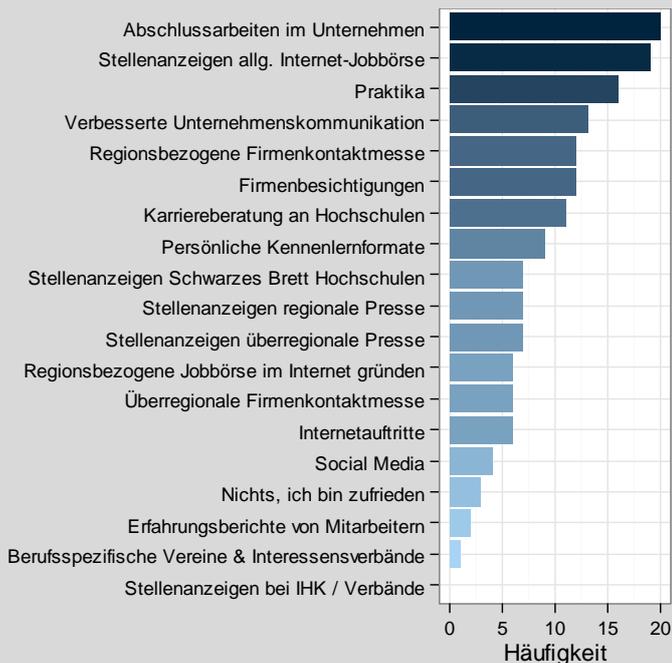
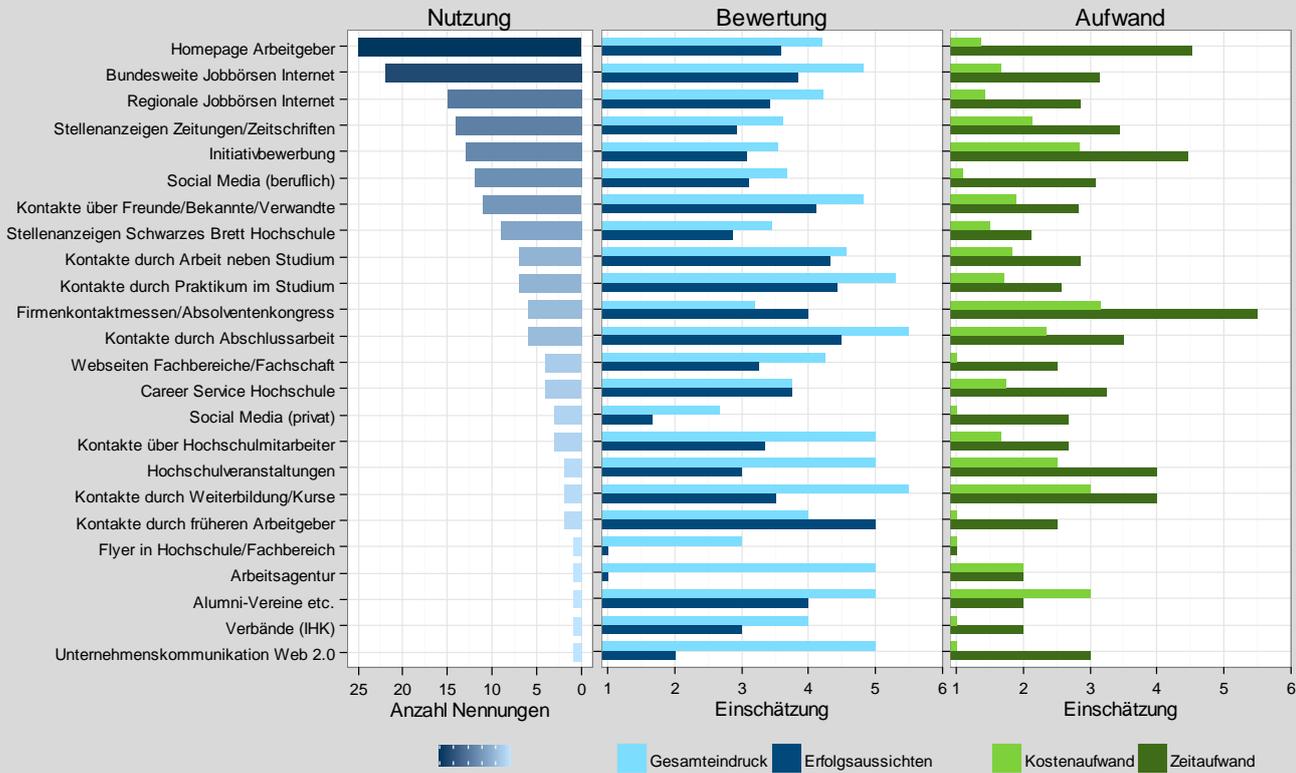
Attraktivität von Ortstypen (N = 505)

Universitäts-Absolventen (Bachelor) mögen den ländlichen Raum weniger als es die TH-Absolventen tun. Sowohl Großstädte als auch kleinere Städte werden dagegen nur selten negativ bewertet.



:: Master (THM)

Anteil des Abschlusses unter den Teilnehmern:
33 von 1396 (2,4%)



Wege der Jobsuche (o.) und Vorschläge für eine erhöhte Berücksichtigung MH bei der Jobsuche (l.)

Im Rahmen eines Masterstudiums spielt die Abschlussarbeit eine größere Rolle als beim Bachelor. Diese wird bisher jedoch sehr selten in einem Unternehmen geschrieben. Dies spiegelt sich hier in dem häufigsten Vorschlag wider: Die Absolventen wünschen sich Masterarbeiten in Zusammenarbeit mit Unternehmen.

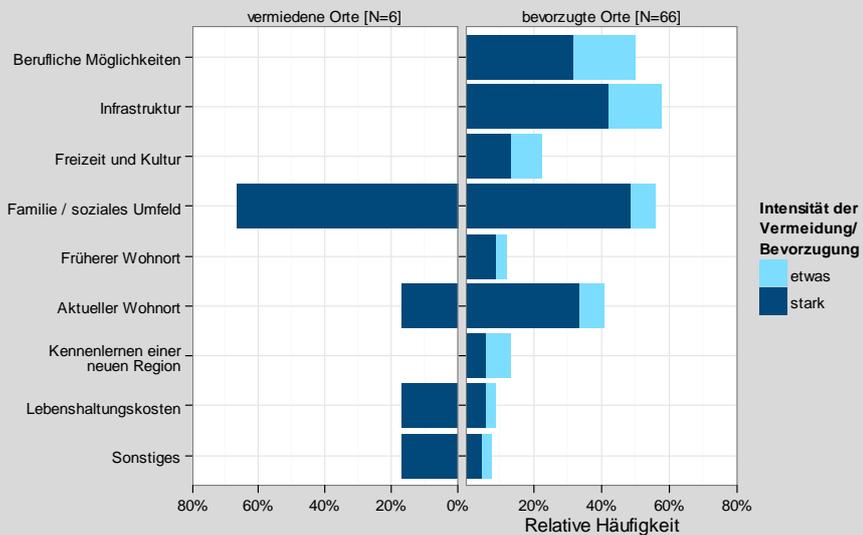
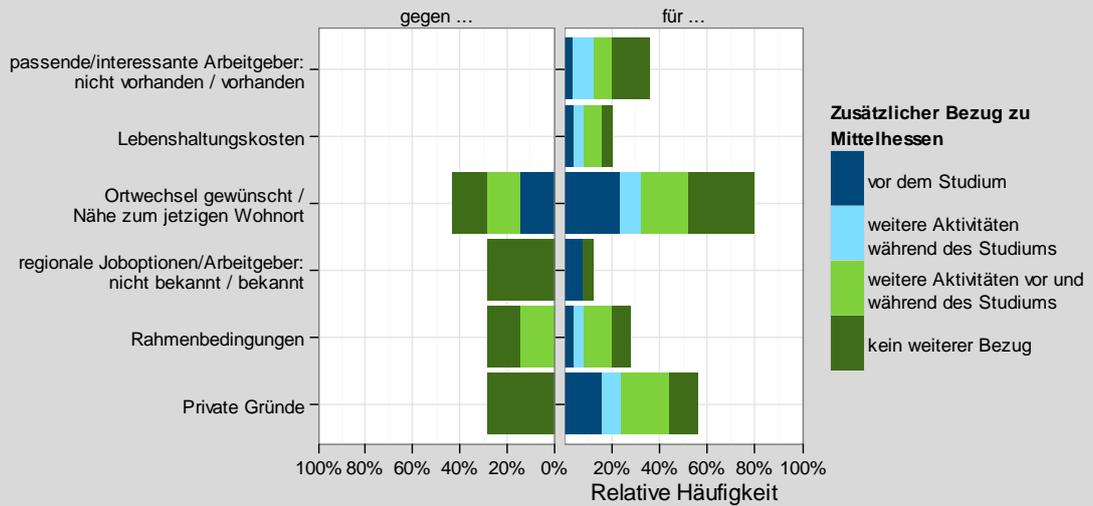
Was bisher viel genutzt wird, ist vor allem das Internet (Homepages von Arbeitgebern, Jobbörsen) und Print-Stellenanzeigen. Eine höhere Erfolgsaussicht sehen die Master-Absolventen der THM jedoch bei allen persönlichen Kontaktformen (z.B. Arbeit neben dem Studium und Abschlussarbeiten). Mehrere der selten genutzten Wege werden gut bewertet, z.B. Hochschulveranstaltungen, aber auch Firmenkontaktmessen. Letztere werden auch (in regionaler Ausrichtung) vergleichsweise häufig vorgeschlagen, ebenso Firmenbesichtigungen.

Zur Erläuterung der Graphiken siehe Kapitel 5.

Gründe für den Einbezug Mittelhessens in die Jobsuche (o., N = 9/58) und Gründe für die Ortswahl (m.)

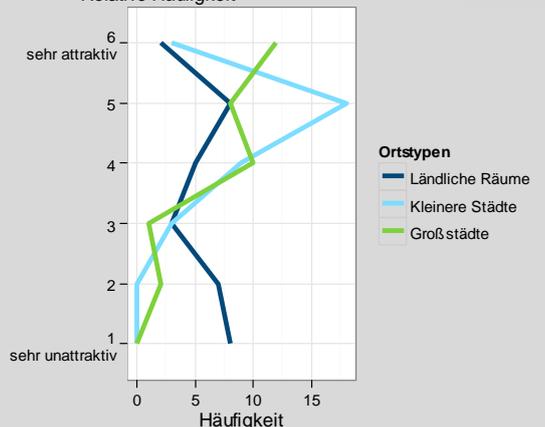
Nur neun der 58 Teilnehmer beziehen die Region Mittelhessen nicht in ihre Jobsuche ein, meistens weil sie einen Ortswechsel explizit wünschen. Die Nähe zum Wohnort ist aber für 80% der in MH Suchenden der Grund für die Suche vor Ort (private Gründe: über 50%). Viele glauben zudem, dass es passende Arbeitgeber gibt und auch die Rahmenbedingungen werden gut bewertet. In einem späteren Ausbildungsstadium steigt also die Bereitschaft, in Mittelhessen zu bleiben.

Das Freizeit- und Kulturangebot spielt eine viel kleinere Rolle für die Ortswahl als bei den Bachelorabsolventen. Familie und die Infrastruktur sind mit über 50% die häufigsten Gründe, einen Ort zu bevorzugen bzw. zu vermeiden, noch vor den beruflichen Möglichkeiten.



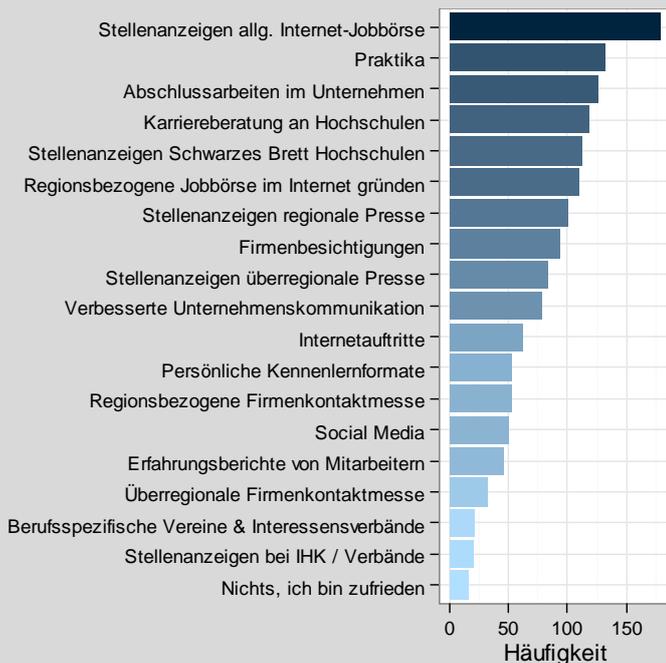
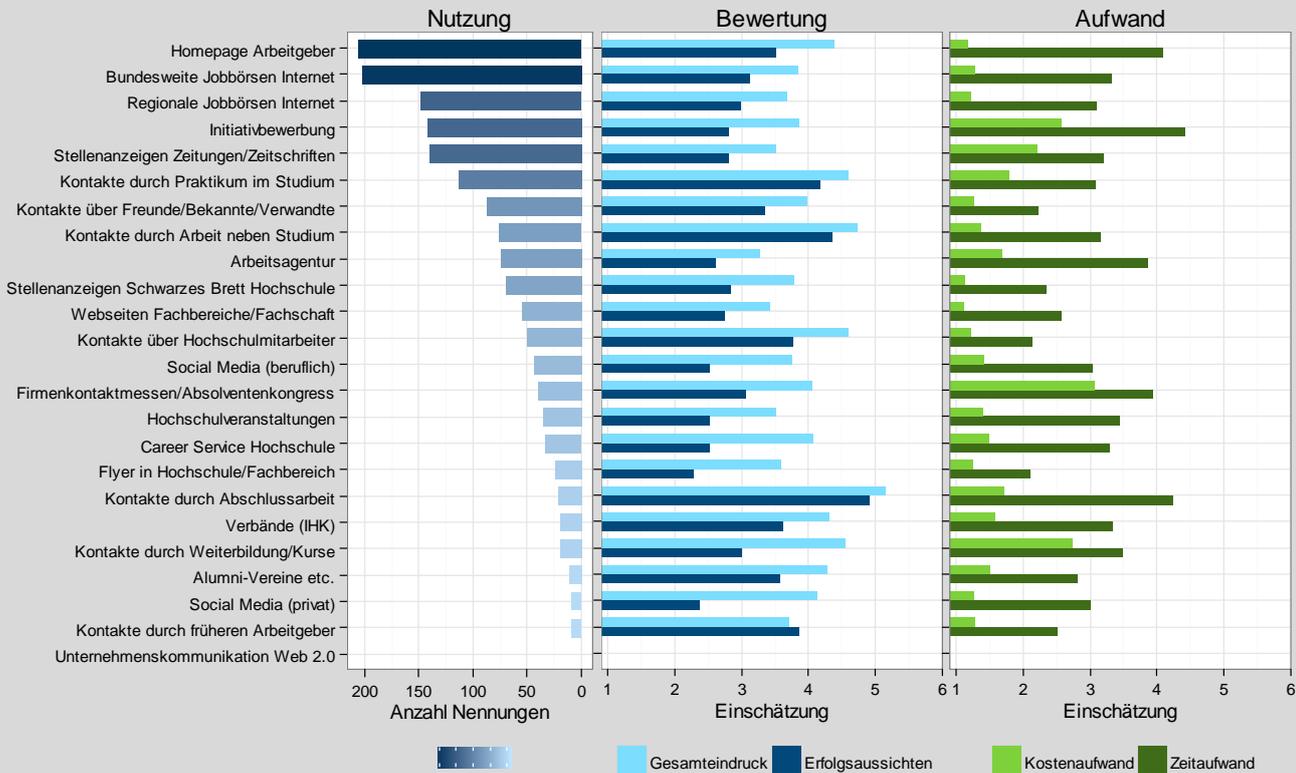
Attraktivität der Ortstypen (N = 33)

Für die Master-Absolventen der THM gilt: Ländliche Räume schneiden etwas besser ab als bei den Bachelor-Absolventen (TH und Uni), Großstädte dagegen schlechter. Sie halten sich mit den kleineren Städten bei der Attraktivität ungefähr die Waage.



:: Master (Universität)

Anteil des Abschlusses unter den Teilnehmern:
312 von 1396 (22,3%)



Wege der Jobsuche (o.) und Vorschläge für eine erhöhte Berücksichtigung MH bei der Jobsuche (l.)

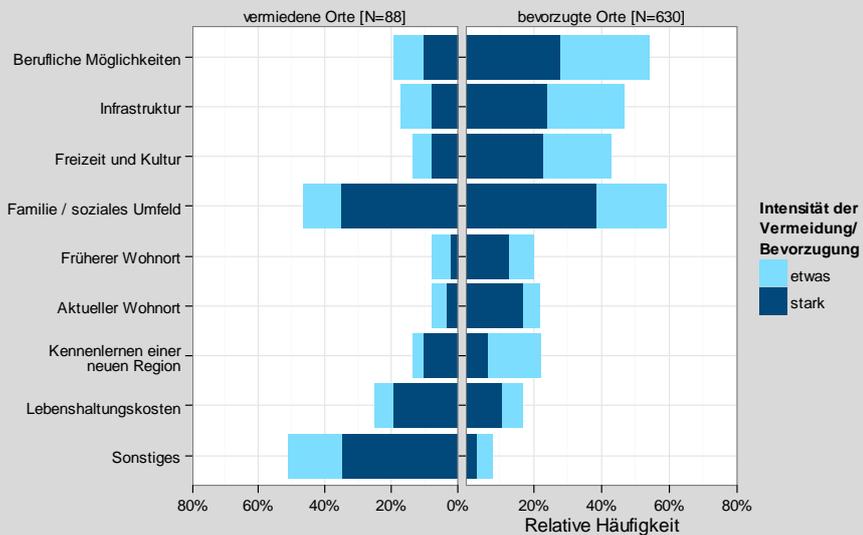
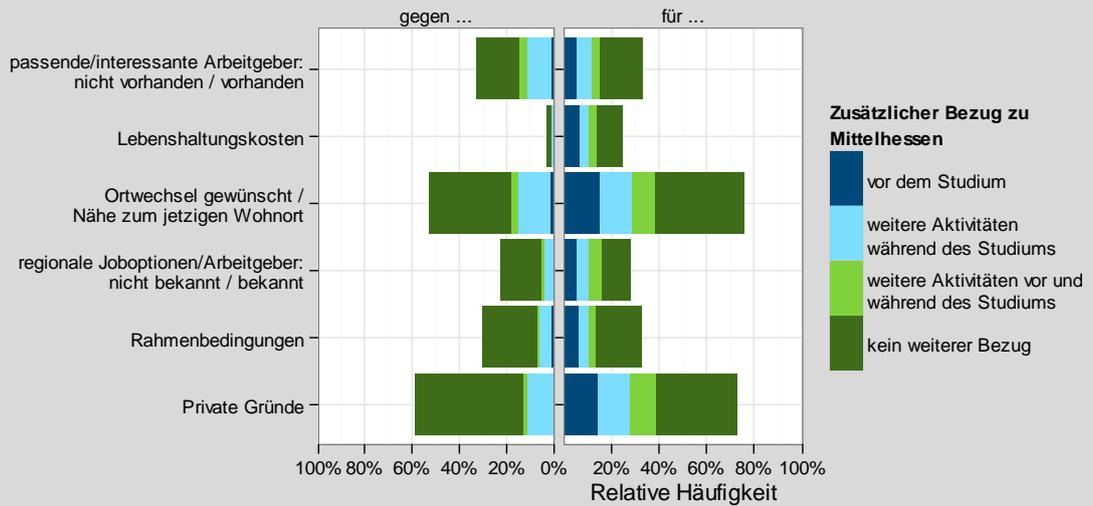
Die Master-Absolventen an den Universitäten bevorzugen mit Abstand Jobbörsen im Internet, was sich auch in ihren Vorschlägen widerspiegelt, wie ihre Gruppe für Mittelhessen gewonnen werden kann. Stellenanzeigen am Schwarzen Brett und in der regionalen und überregionalen Presse werden zwar etwas seltener genannt, aber immer noch häufig.

Praktika werden deutlich weniger genutzt als bei den Bachelor- oder Master-Absolventen der THM. Allerdings wünschen sich die Master-Absolventen der Universitäten auch oft Abschlussarbeiten, zumal dies in ihren Augen der Suchweg mit den höchsten Erfolgsaussichten ist. Die Masterarbeit ist meist auf ein ganzes Semester ausgelegt und somit ein beträchtlicher Teil des Masterstudiums. In dieser Zeit können sich Absolvent und Arbeitgeber schon gut kennenlernen.

Zur Erläuterung der Graphiken siehe Kapitel 5.

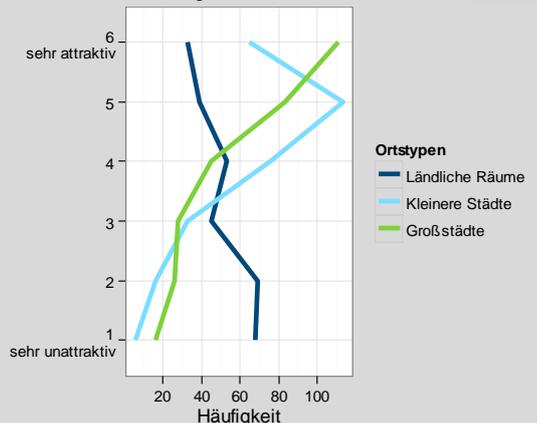
Gründe für den Einbezug Mittelhessens in die Jobsuche (o., N = 197/486) und Gründe für die Ortswahl (m.)

Wie auch bei den Master-Absolventen der THM spielt die Familie eine größere Rolle bei der Ortswahl (60% der Nennungen) als die beruflichen Möglichkeiten (50%) und eine größere Rolle als bei den Bachelor-Absolventen (mittlere Graphik). Erneut zeigt sich der Effekt, dass diese Gruppe älter ist und dadurch häufiger schon eine eigene Familie hat, die sie an einen Ort bindet. Dass es passende Arbeitgeber in Mittelhessen gibt, finden immerhin 30% derer, die in Mittelhessen nach einem Job suchen. Ebenso viele suchen in Mittelhessen wegen der guten Rahmenbedingungen. Explizit einen Ortswechsel wünschen 18% der Teilnehmer (die Hälfte derer, die nicht in Mittelhessen nach einem Job suchen).



Attraktivität der Ortstypen (N = 312)

Der ländliche Raum schneidet bei den Master-Absolventen der Universitäten besonders schlecht ab: Über 40% finden ihn unattraktiv oder sehr unattraktiv. Das sind ähnlich viele wie bei den Bachelor-Absolventen der Universitäten, aber deutlich mehr als bei Absolventen der THM. Die beiden anderen Ortstypen liegen etwa gleich auf, auch wenn bei der höchsten Attraktivität die Großstädte vorn liegen.



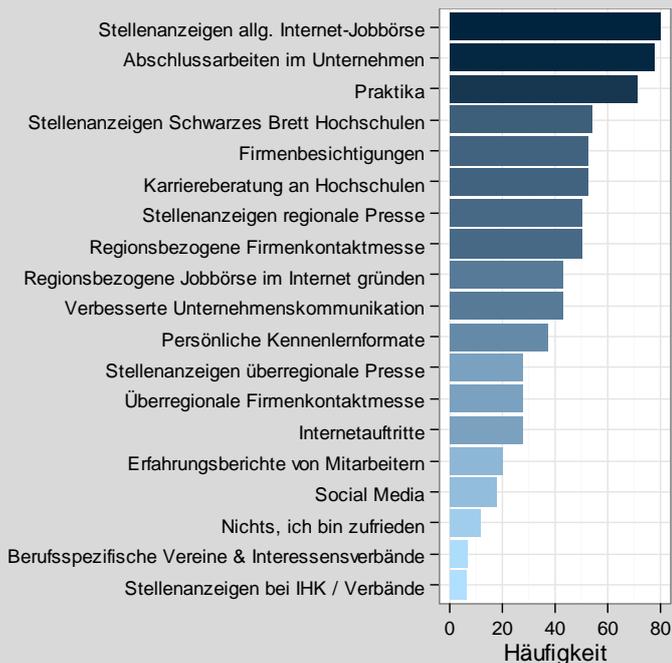
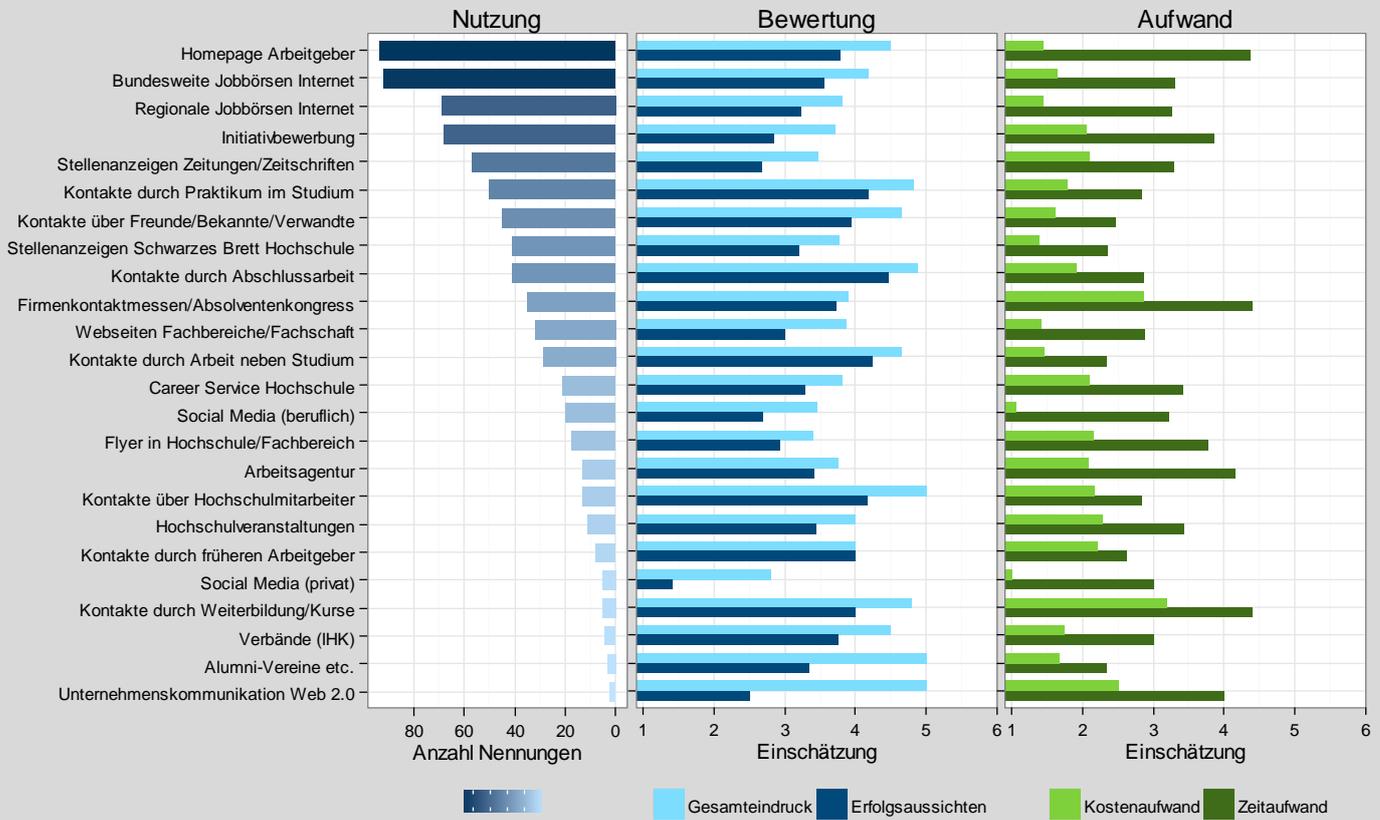
5.3 Auswertung nach Universitäten

An dieser Stelle werden die Ergebnisse aufgeschlüsselt nach den drei Hochschulen THM, JLU und PUM dargestellt, unabhängig von der Abschlussart oder der Herkunft. Die Teilnehmerzahlen sind 152 (THM), 894 (JLU) und 350 (PUM).

Auffälligster Unterschied zwischen den drei Hochschulen ist, dass die Marburger Absolventen besonders oft einen Ortswechsel wünschen und die Absolventen der THM besonders gern in der Region verbleiben.

:: Technische Hochschule Mittelhessen

Anteil der Hochschule an den Teilnehmern:
152 von 1396 (10,9%)



Wege der Jobsuche (o.) und Vorschläge für eine erhöhte Berücksichtigung MH bei der Jobsuche (I.)

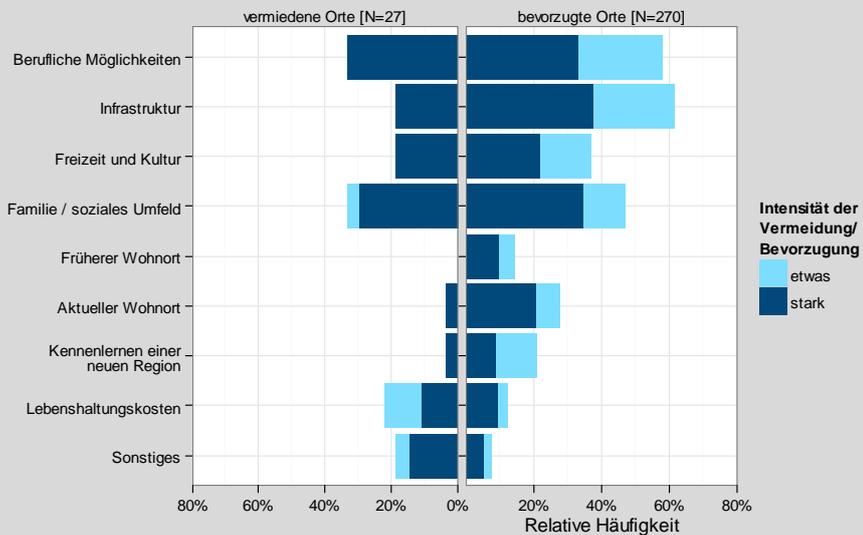
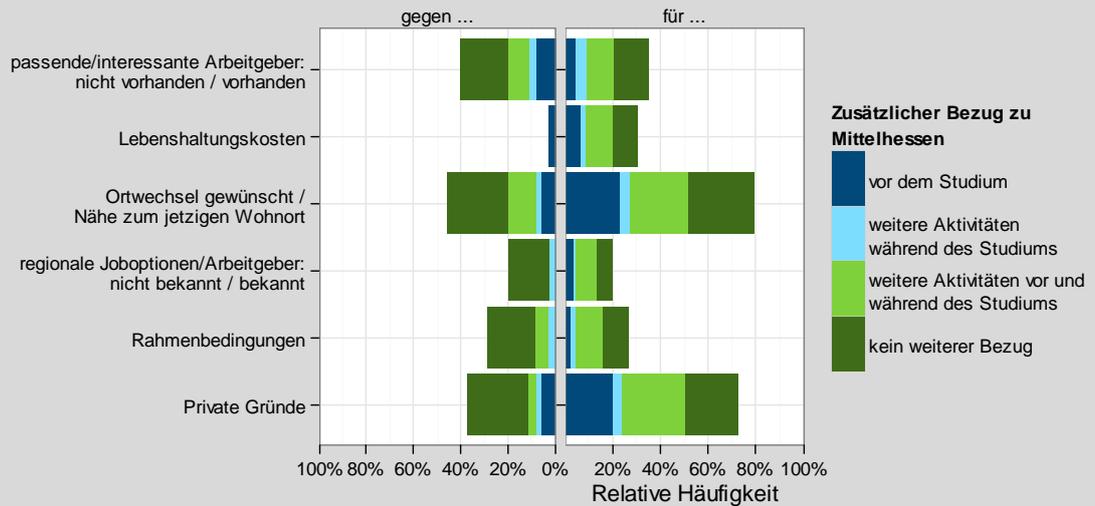
Bisher verwenden Absolventen der THM vor allem das Internet zur Jobsuche. Jedoch werden neben Stellenanzeigen in Internet-Jobbörsen Abschlussarbeiten und Praktika als häufigste Vorschläge genannt, wie die Absolventen der THM für die Region geworben werden könnten. Relativ gute Bewertungen bei bisher geringer Nutzung erhalten Hochschulveranstaltungen, die Karriereberatung an den Hochschulen, aber auch die Arbeitsagentur und Alumni-Vereine. Social Media spielen eine sehr geringe Rolle.

Zur Erläuterung der Graphiken siehe Kapitel 5.

Gründe für den Einbezug Mittelhessens in die Jobsuche (o., N = 61/277) und Gründe für die Ortswahl (m.)

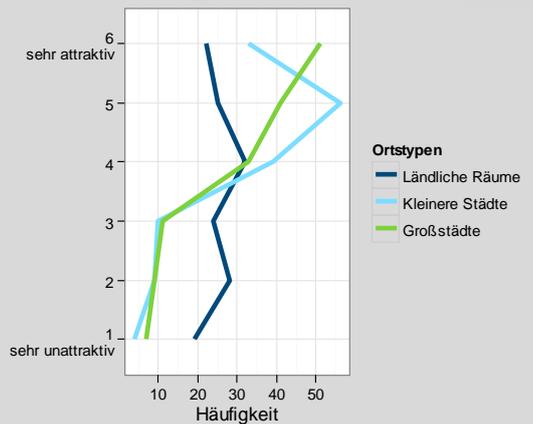
Wird Mittelhessen in die Jobsuche mit einbezogen, geschieht das in den meisten Fällen aus dem Wunsch heraus, in der Nähe vom Wohnort bleiben zu wollen und/oder aus privaten Gründen (jeweils über 70%). Die meisten Absolventen beziehen die Region in ihre Jobsuche mit ein. Die Absolventen der THM glauben, dass es in Mittelhessen auch interessante Arbeitgeber gibt, zudem sprechen für sie die Lebenshaltungskosten und die Rahmenbedingungen für die Region.

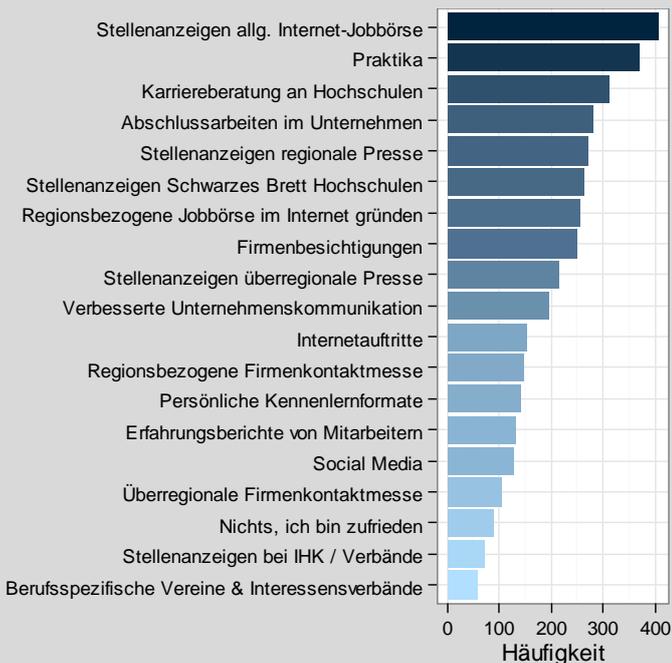
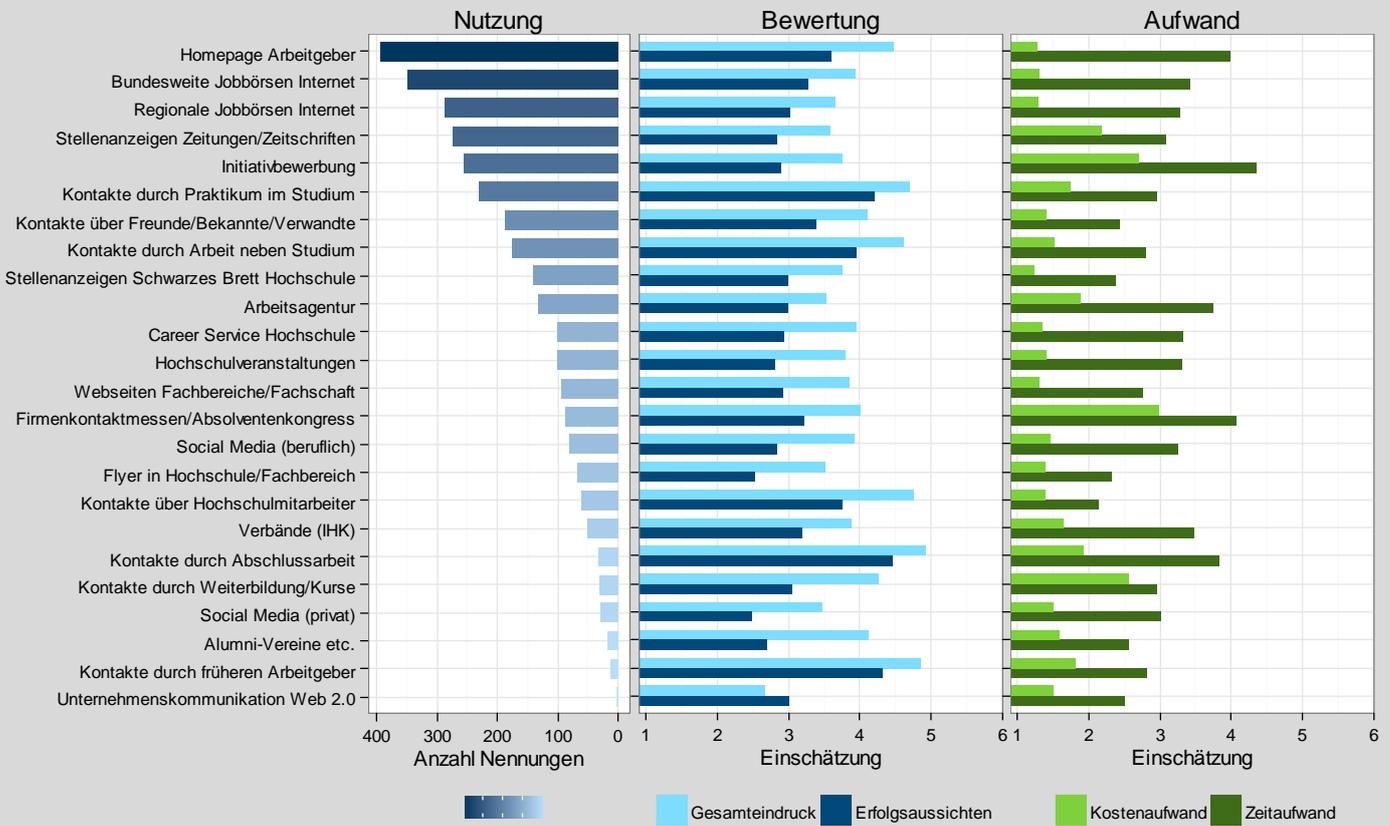
Insgesamt werden Orte wegen ihrer Infrastruktur und den beruflichen Möglichkeiten am häufigsten bevorzugt (jeweils etwa 60% der Teilnehmer nennen dies).



Attraktivität der Ortstypen (N = 152)

Großstädte und kleinere Städte sind bei den Absolventen der THM deutlich beliebter als der ländliche Raum, dennoch gibt es auch eine gewisse Anzahl Teilnehmer, die auf dem Land leben möchte.





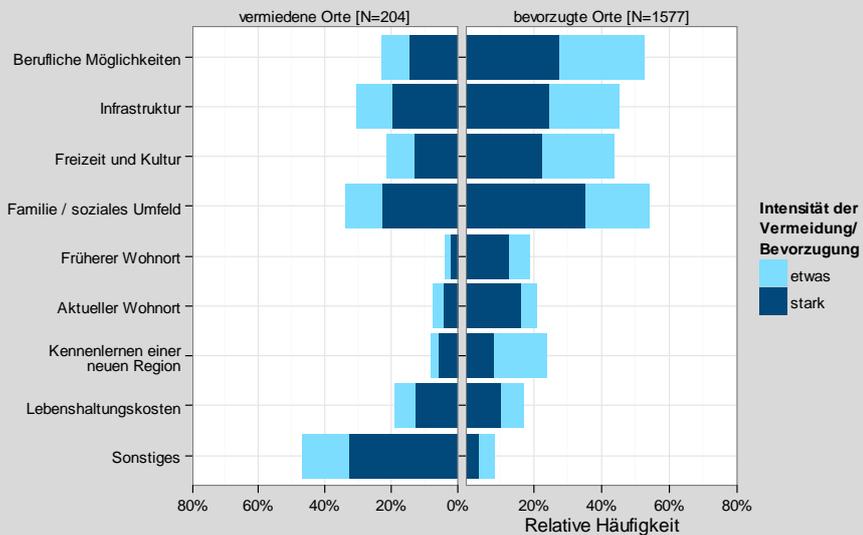
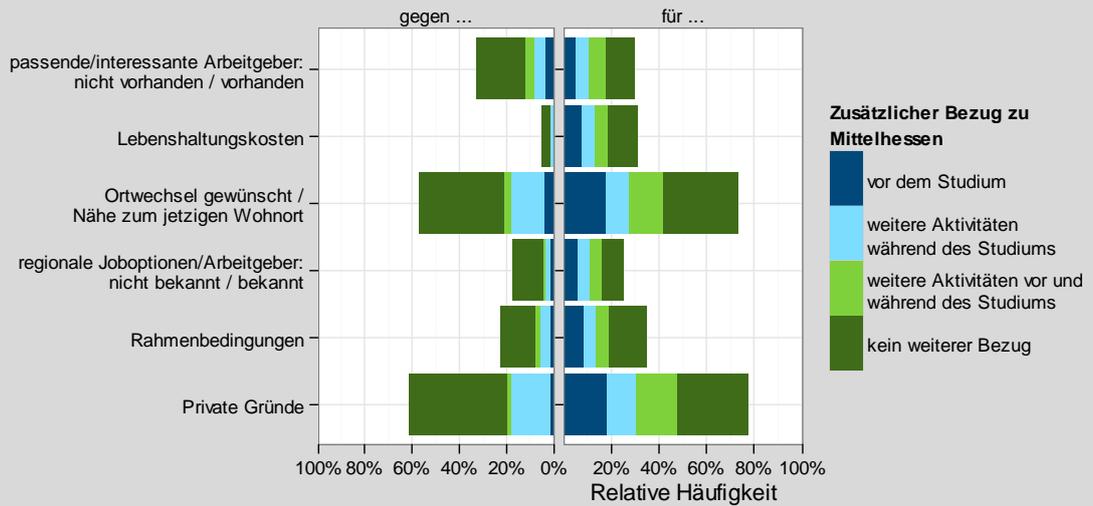
Wege der Jobsuche (o.) und Vorschläge für eine erhöhte Berücksichtigung MH bei der Jobsuche (l.)

Die Bewertung der Suchwege ist recht homogen. Etwas heraus stechen drei bisher wenig genutzte Wege: Kontakte über Hochschulmitarbeiter, durch Abschlussarbeiten und durch frühere Arbeitgeber. Abschlussarbeiten und Praktika werden dazu passend oft als Vorschläge genannt, wie die Arbeitgeber die Absolventen an die Region binden könnten. Aber auch Stellenanzeigen in der regionalen Presse und am Schwarzen Brett werden oft genannt sowie die Karriereberatung an Hochschulen. Die Bewertungen und die Vorschläge unterscheiden sich nicht stark von denen an der PUM.

Zur Erläuterung der Graphiken siehe Kapitel 5.

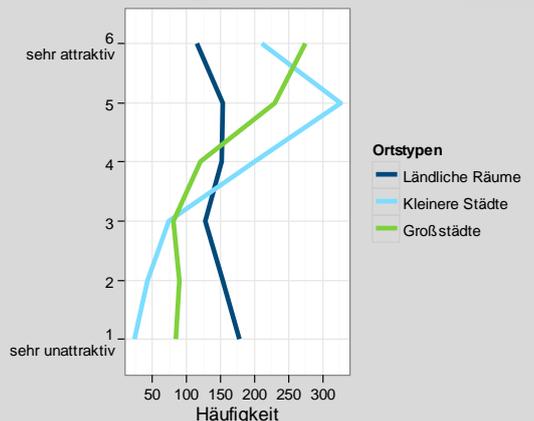
Gründe für den Einbezug Mittelhessens in die Jobsuche (o., N = 562/1345) und Gründe für die Ortswahl (m.)

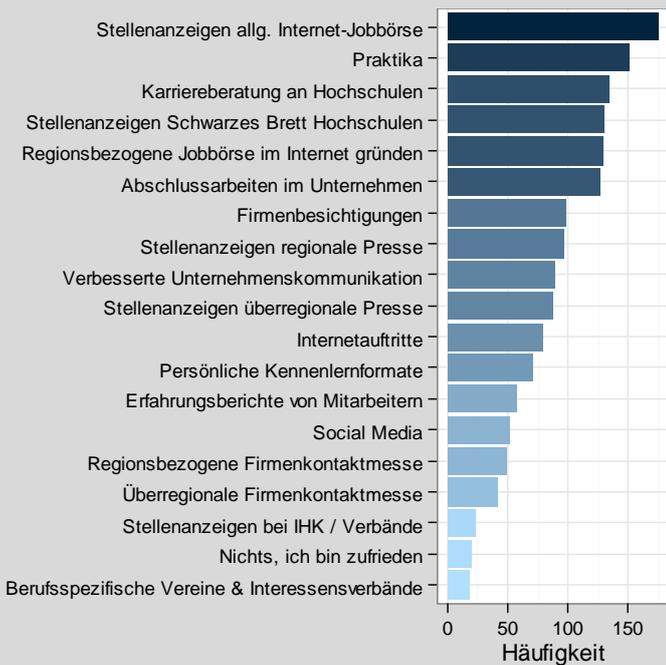
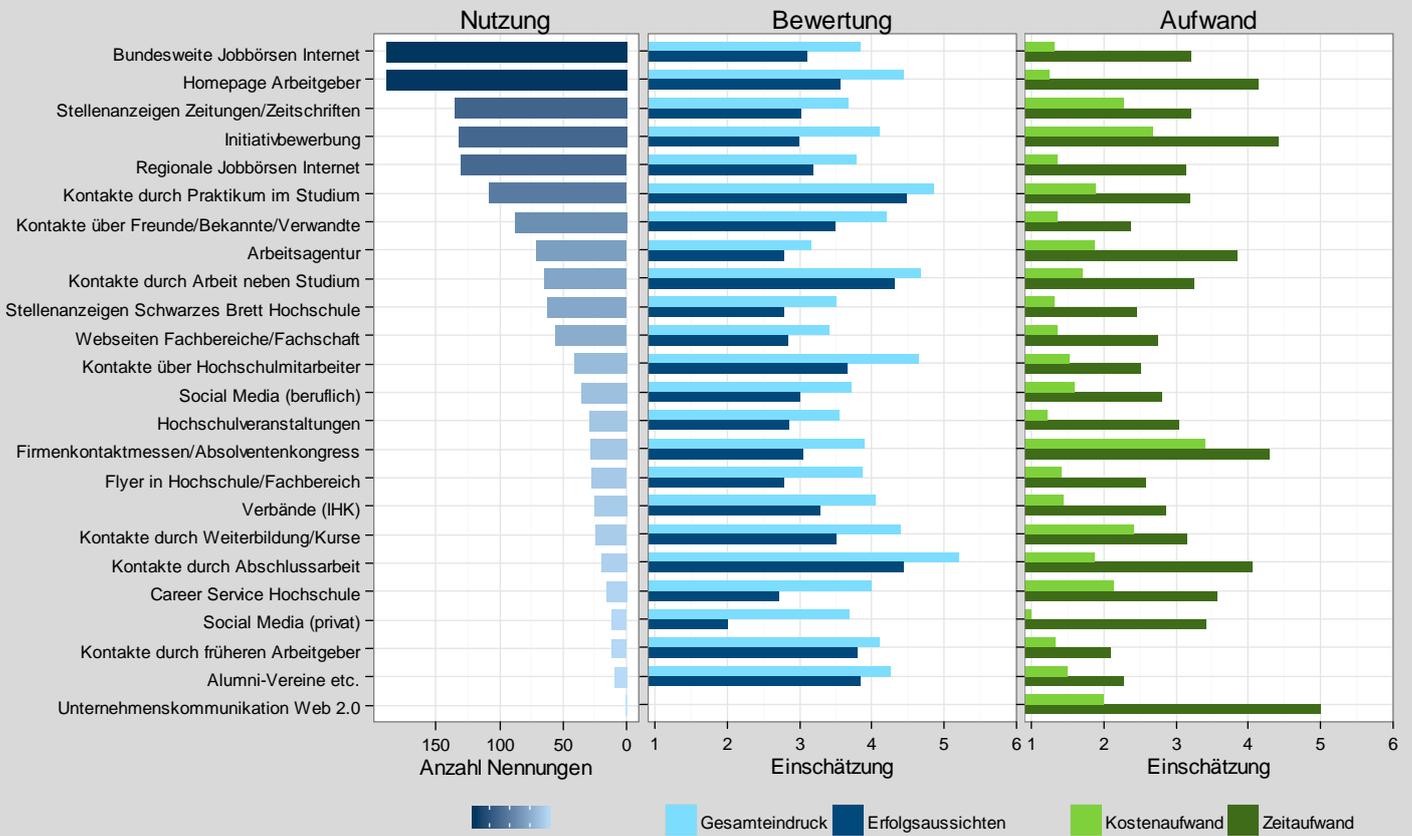
Die privaten Gründe/Familie spielen für die Absolventen der JLU die größte Rolle bei der Entscheidung, ob sie in Mittelhessen oder an bestimmten anderen Orten nach einer Stelle suchen. Rund 20% wünschen einen Ortswechsel (fast 60% derer, die nicht in Mittelhessen suchen). Ansonsten ergibt sich kein klares Bild; dafür sind die Unterschiede zwischen den Studienfächern an der Uni zu groß.



Attraktivität der Ortstypen (N = 894)

Großstädte und kleinere Städte sind deutlich beliebter bei den Absolventen der JLU als der ländliche Raum, jedoch finden auch rund 120 Teilnehmer der JLU den ländlichen Raum "sehr attraktiv".





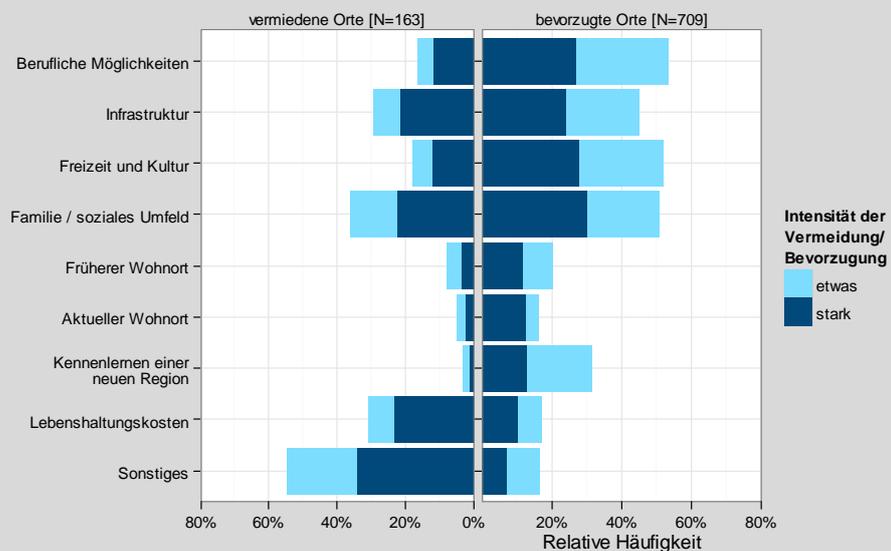
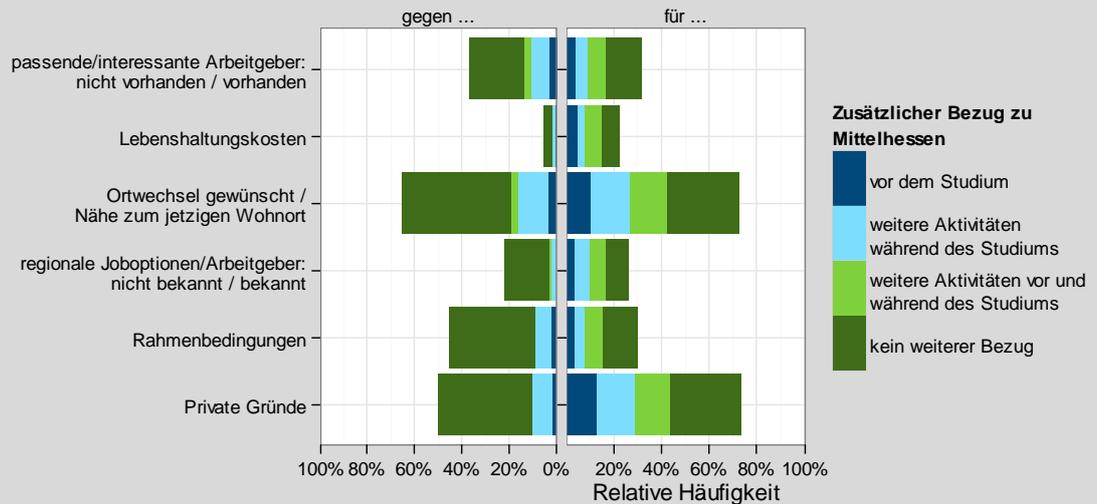
Wege der Jobsuche (o.) und Vorschläge zur für eine erhöhte Berücksichtigung MH bei der Jobsuche (l.)

Die Bewertung der einzelnen Wege, ihre bisherige Nutzung sowie die Vorschläge für die Arbeitgeber sind denen der JLU sehr ähnlich. Praktika und Abschlussarbeiten werden als eine gute Möglichkeit angesehen, die Absolventen der PUM an die Region zu binden. Firmenkontaktmessen werden nicht sehr viel genutzt und nicht so oft vorgeschlagen, obwohl sie im Vergleich zu anderen Wegen eine leicht höhere Erfolgsaussicht bieten. Dafür sind sie jedoch sehr aufwendig.

Gründe für den Einbezug Mittelhessens in die Jobsuche (o., N = 292/461) und Gründe für die Ortswahl (m.)

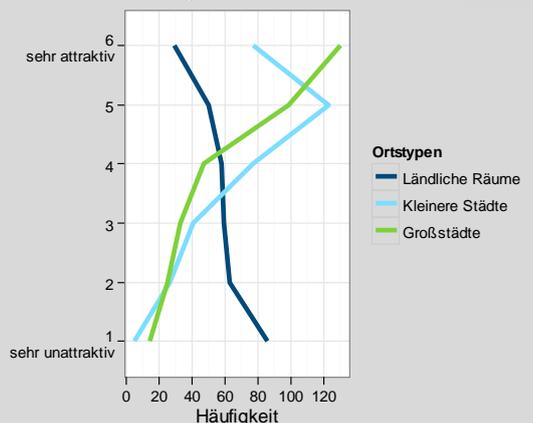
Die Absolventen der PUM suchen seltener in Mittelhessen nach einem Job als die Absolventen der beiden Gießener Hochschulen. Meist ist der Grund dafür der Wunsch nach einem Ortswechsel, aber auch private Gründe und die (wohl schlechten) Rahmenbedingungen. Nähe zum Wohnort und private Gründe werden wieder am häufigsten genannt für den Verbleib in der Region.

Orte werden vor allem wegen ihrer beruflichen Möglichkeiten bevorzugt, dicht gefolgt von dem Freizeit- und Kulturangebot und der Familie (alle drei Gründe werden jeweils von etwa 50% der Teilnehmer genannt).



Attraktivität der Ortstypen (N = 350)

Der ländliche Raum ist bei den Absolventen der PUM ziemlich unbeliebt (über 40% der Teilnehmer findet ihn unattraktiv oder sehr unattraktiv). Großstädte und kleinere Städte sind dagegen überwiegend positiv bewertet, wobei die Großstädte noch etwas häufiger als "sehr attraktiv" eingestuft werden.



6. Fazit

Die oben ausführlich dargestellte Analyse der Befragungsergebnisse zeigt auf, dass es viele fach- oder hochschulspezifische Erkenntnisse gibt. Gleichzeitig ergeben sich aber auch etliche übergreifende Erkenntnisse, die hier zusammengefasst werden.

Das Angebot an Arbeitsstellen ergibt sich als wesentlichster Faktor bei der Wahl des Arbeitsortes. Die Studierenden, die einen oder mehrere Orte bevorzugen, geben die Berufschancen am häufigsten als Grund für diese Präferenz an. Gleichzeitig geben die räumlich flexiblen Studierenden die Jobeigenschaften am häufigsten als wesentlichen Grund für die Ortswahl an. Andere Faktoren werden zwar auch häufig genannt (wie Familie und Freunde oder allgemeinere Ortseigenschaften), aber es zeigt sich, dass attraktive Jobangebote einen wesentlichen Faktor darstellen. Dies ergibt sich auch aus wissenschaftlichen Migrationsstudien. Ein wichtiger Ansatzpunkt, um Hochschulabsolventen in der Region Mittelhessen zu halten, kann also sein, attraktive Arbeitsplätze anzubieten und diese Angebote den Absolventen auch bewusst zu machen.

Gerade bei der Bekanntheit der Jobangebote in der Region zeigen sich große Unterschiede abhängig von Studienfach und Hochschule. Dabei fällt vor allem auf, dass Studierende, die während des Studiums keinen Kontakt zu potentiellen Arbeitgebern hatten (z.B. durch Jobs, Praktika und Abschlussarbeiten) auch weniger über die Beschäftigungsmöglichkeiten in der Region informiert sind.

Im Zusammenhang mit den Verbesserungsvorschlägen und den Nutzungshäufigkeiten verschiedener Wege bei der Jobsuche ergibt sich daraus eine zweite klare Erkenntnis: Bei fast allen Studienfächern wird die Möglichkeit, Studierende durch Praktika, Abschlussarbeiten und Nebenjobs an die Unternehmen der Region zu binden, zu wenig genutzt. Dabei werden Praktika in vielen Studiengängen für den Jobeinstieg genutzt und als dieser auch gut bewertet. Vor allem bei vielen Bachelorstudiengängen an den Universitäten gibt es hier noch ein großes Potenzial für die Kontaktierung und das Halten von Studierenden in der Region. Nebenjobs und vor allem Abschlussarbeiten stellen jedoch bei fast allen Studiengängen eine zu selten von den Unternehmen angebotene Möglichkeit dar. Somit sind Abschlussarbeiten bei Verbesserungsvorschlägen sehr dominant, vor allem wenn die gute Bewertung und die vergleichsweise geringe Verwendung dieses Weges berücksichtigt wird. Insbesondere die Masterstudiengänge wünschen sich hier mehr Angebote. Praktika und Abschlussarbeiten in Unternehmen sollten letztendlich auch für Arbeitgeber attraktiv sein, weil auf diese Weise potentielle Mitarbeiter relativ unverbindlich kennengelernt werden könnten.

Naheliegend ist der häufigste Vorschlag zum Halten von Studenten in der Region: Stellenanzeigen in Internet-Jobbörsen. Dieser ist gleichzeitig der bevorzugte Such-Weg nach Stellen und wird damit auch häufig verwendet. Eine zusätzliche regionale Jobbörse aufzubauen, wird von vielen Studierenden ebenfalls empfohlen. Interessanterweise wird dies häufiger von den Studierenden

empfohlen, die eine geringere Bindung an Mittelhessen haben. Diese Studierenden könnten also mit Hilfe einer regionalen Jobbörse besonders gut erreicht werden.

Noch häufiger wurde vorgeschlagen, Stellenangebote am schwarzen Brett anzubieten. Trotz der heutigen Kommunikationsmöglichkeiten scheint dieser traditionelle Weg für Studierende sehr attraktiv zu sein, wird aber zu wenig von Unternehmen und Einrichtungen zur Anwerbung genutzt. Auch von der Hochschule wünschen sich die Studierenden eine stärkere Unterstützung in Form einer Karriereberatung. Hier könnten Unternehmen und Hochschulen zusammenarbeiten, um das Angebot zu verbessern und gleichzeitig die Studierenden an die Region zu binden. Stellenangebote und Karriereberatung spielen insgesamt in den beiden Universitäten eine etwas größere Rolle als bei der THM.

Sehr studiengangspezifisch ist das Potenzial von Kontaktmessen und Firmenbesichtigungen zu bewerten. Bei einigen Studiengängen, vor allem in der THM, sehen die Studierenden einen großen Wert in zusätzlichen Angeboten dieser Art. In der Mehrzahl der Studiengänge hingegen, werden solche Veranstaltungen von den Studierenden kaum gewünscht. Dies kann jedoch auch an der geringen Vertrautheit und dem nicht bekannten Nutzen des Weges an sich liegen.

Insgesamt wurde in der Befragung festgestellt, dass etwas mehr als 40% der Studierenden bei der Jobsuche räumlich offen sind. Die Studierenden, die einen bestimmten Ort oder Raum bevorzugen, tun dies zu 50% aus persönlichen Gründen. Damit sind insgesamt rund 70% der Studierenden nicht durch persönliche Aspekte räumlich gebunden und können durch Maßnahmen beeinflusst werden. Bei den Masterstudierenden ist dieser Anteil etwas geringer als bei Bachelorstudierenden.

Auffällig ist, dass die Studierenden an der THM eine höhere Bindung an Mittelhessen besitzen und dem ländlichen Raum mehr abgewinnen können. Sie können also potentiell für den gesamten mittelhessischen Raum gewonnen werden und man wird dabei auf offene Ohren stoßen, wenn entsprechende Jobangebote unterbreitet werden. Die Studierenden an den beiden Universitäten, und vor allem an der Philipps-Universität Marburg, haben eine größere Tendenz, Mittelhessen zu verlassen. Zudem haben die Studierenden an den beiden Universitäten eine klare Präferenz für Großstädte und mittlere Städte. Hier muss also mehr Überzeugungsarbeit bezüglich der Attraktivität Mittelhessens geleistet werden.